

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



**MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA LA
DIVERSIFICACIÓN Y OPERACIÓN DE PRODUCTOS
TURÍSTICOS, BASADO EN LA SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL Y ECONÓMICA EN EL PARQUE
NATURAL CERRO VERDE, PARA EL INSTITUTO
SALVADOREÑO DE TURISMO**

PRESENTADO POR:

CARLOS ADALBERTO PORTILLO ALEGRÍA

NELY HORTENCIA RIVAS ZEPEDA

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

INGENIERO INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, MAYO 2017

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO GENERAL:

LIC. CRISTÓBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

DECANO:

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

SECRETARIO:

ING. JULIO ALBERTO PORTILLO

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR:

MSC. 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:

**MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA LA
DIVERSIFICACIÓN Y OPERACIÓN DE PRODUCTOS
TURÍSTICOS, BASADO EN LA SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL Y ECONÓMICA EN EL PARQUE
NATURAL CERRO VERDE, PARA EL INSTITUTO
SALVADOREÑO DE TURISMO**

Presentado por:

CARLOS ADALBERTO PORTILLO ALEGRÍA

NELY HORTENCIA RIVAS ZEPEDA

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. ADALBERTO BENÍTEZ ALEMÁN

SAN SALVADOR, MAYO 2017

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. ADALBERTO BENÍTEZ ALEMÁN

AGRADECIMIENTOS

“El caballo se alista para el día de la batalla;
Mas Jehová es el que da la victoria”.
Proverbios 21:31

Deseo agradecer a DIOS, a él sea la honra y la gloria!!!! Nada de lo que he hecho en mi vida, hubiera sido posible sin la bendición y misericordia de DIOS, a él le doy las gracias por bendecirme todos los días, por darme las fuerzas necesarias para lograr todas mis metas y objetivos, porque sin su favor nunca hubiera llegado hasta este día!!!

Agradezco profundamente a mi Madre, Ana Ruth Alegría, quien ha sido sin duda el pilar de mi vida, quien ha sido madre y padre a la vez, Gracias por su apoyo, porque ha trabajado incansablemente porque yo pudiera salir adelante, es sin duda alguna la mujer que más admiro, muchas gracias porque sin su apoyo nunca hubiera llegado hasta aquí, Sin temor a equivocarme...” Soy el resultado de lo que una gran mujer, quiso hacer de mí”, Gracias por todo madre, este triunfo también es suyo.

También quiero darle las gracias a mi hermano, Ricardo Córdova Alegría, por mucho es la persona más inteligente que he conocido en mi vida, gracias porque siempre me ayudaste en los momentos en que más lo necesitaba, gracias por apoyarme y creer en mí, no tengo como pagarte lo mucho que me has ayudado, mil gracias viejo!!!!

No puedo dejar de agradecer a alguien súper especial en mi vida, quien tiene más fe en mí que yo mismo, Nely Rivas, sos la persona más especial que ha llegado a mi vida, aparte de que sos mi súper compañera de tesis, sos mi mejor amiga y la mejor novia que alguien pudiera desear, gracias porque sos el motor que impulso este equipo, de verdad sos increíble; si me dieran a elegir a mi ayuda idónea en esta vida, definitivamente te elegiría a vos!!! Gracias por todo el amor y el apoyo Nely.

Evidentemente debo agradecer al Ing. Adalberto Benítez Alemán, quien con paciencia y buenos consejos guio al equipo para llegar hasta el final, Dios bendiga su vida y su familia, gracias por confiar y creer en nosotros.

Especialmente quiero darle las gracias al Ing. Enrique Reyes, quien siempre nos ayudó e impulso para llegar a este punto, fue pieza fundamental en la culminación de este trabajo de grado, nos dio los mejores consejos y nos aclaró muchas dudas en el camino. También deseo darles las gracias al Ing. Jeremías Cabrera, quien más que un maestro para mí, ha sido un mentor, nunca dudo en darme sus consejos y siempre tuvo tiempo para atenderme y ayudarme durante mi vida como estudiante y durante la tesis, gracias por todo, por supuesto gracias por prestarme el libro más de un año!! Indudablemente el Ing. Cabrera es pieza clave de la culminación de este trabajo de grado. Gracias

Finalmente quiero agradecer a todos aquellos que de una u otra manera me han acompañado en el camino para ser Ingeniero de la mejor universidad del país, ya que a partir de este esfuerzo...SOY INGENIERO INDUSTRIAL...Y DE LA UES!!!!!!

Carlos Portillo Alegría.

Llego el momento tan anhelado donde quiero agradecer a todos los que han sido parte de este largo recorrido. Agradezco a Dios como ayuda principal, ya que sin él esto no sería posible, ha sido mi motor cuando sentía que no podía más con la carga académica y laboral, ya que permitía que las cosas se desarrollaran una a una sin complicaciones, en Josué 1:9 me decía "mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes porque Jehová tu Dios estará contigo en donde quieras que vayas".

Agradezco a mis padres que me han apoyado y han sido mi guía en todo momento, gracias mami y papi por ese sacrificio que han hecho, este logro es de ustedes, no saben cuánto valoro su apoyo, sus consejos, sus palabras de motivación, la comprensión que me tenían porque pasaban meses en que no podía ir a casa, perdón por las veces que cancele las visitas o salidas porque tenía que hacer algo de la u, por el poco tiempo que iba a visitarlos y tenía que regresar o porque nunca dejaba los cuadernos y la computadora y me decían que no descansaba de eso, GRACIAS DE CORAZÓN.

A mi hermano mayor Rene, quien se ha preocupado siempre por mí, gracias por brindarme un lugar donde vivir y los medios para facilitar las tareas de la U. También a mi hermano menor Jorge, gracias por prestarme tu computadora nueva para hacer toda la tesis, no sé cómo hubiera hecho sin eso. ¡Los quiero mucho!

También quiero darle infinitamente las gracias a la persona que se ha convertido en un pilar en mi vida, quien me motivaba cuando sentía fallecer, mi amigo, mi confidente, mi novio y compañero de tesis; ¡gracias a ti Carlos Portillo, no fue fácil, pero LO LOGRAMOS!! Hubo mil y un obstáculo pero Dios nunca nos abandonó y estamos seguros de eso. Todas esas noches de desvelo tratando de terminar, ese ya casi terminamos y en verdad entre más revisábamos más le agregábamos por todo eso que valió la pena, GRACIAS INFINITAS!!!,

También le agradezco grandemente a nuestro asesor Ing. Adalberto Benítez Alemán, por ser un guía en este proceso, gracias a sus consejos y aportes logramos dar por finalizado nuestro trabajo de grado.

A mis amigos y amigas que han estado ahí apoyándome de una u otra manera y con quienes he compartido buenos y malos momentos, los cuales nunca volverán, pero los llevo en mi corazón. También agradezco a toda mi familia (tíos, tías, primas y primos) que siempre me apoyaron y se preocuparon por mí.

Me siento feliz de haber culminado una de mis metas, cada sacrificio, esfuerzo realizado y decisiones tomadas valieron la pena.

¡LO LOGRE!

Nely Rivas

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-----------|
| INTRODUCCIÓN..... | xxv |
| OBJETIVOS DEL MODELO..... | xxvii |
| ALCANCES Y LIMITACIONES | xxviii |
| JUSTIFICACIÓN | xxx |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | xxxi |
| CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO..... | 2 |
| 1.1 GESTIÓN..... | 3 |
| 1.1.1 Definición..... | 3 |
| 1.1.2 Relación entre gestión y administración..... | 3 |
| 1.1.3 Tipos de gestión | 3 |
| 1.1.4 El proceso de gestión | 8 |
| 1.1.5 La gestión del proceso administrativo | 9 |
| 1.2 SERVICIOS | 9 |
| 1.2.1 Características de los servicios | 10 |
| 1.3 TURISMO | 12 |
| 1.3.1 Tipos de turismo | 12 |
| 1.3.2 Formas de turismo..... | 13 |
| 1.3.3 Ecoturismo..... | 13 |
| 1.3.4 Turismo sostenible | 14 |
| 1.3.5 Unidades básicas de turismo | 16 |
| 1.3.6 Sistema turístico | 16 |
| 1.3.7 Producto | 17 |
| 1.3.8 Producto turístico..... | 17 |
| 1.3.9 Buenas prácticas en turismo | 18 |
| 1.3.10 Capacidad de carga | 19 |
| CAPÍTULO II MARCO LEGAL..... | 20 |
| 2.1 LEGISLACIÓN RELACIONADA AL TURISMO NACIONAL | 21 |
| 2.1.1 Entes rectores, vigilantes y promotores del turismo..... | 21 |
| 2.1.2 Constitución de la República de El Salvador. | 24 |
| 2.1.3 Ley de Turismo de El Salvador | 24 |
| 2.1.4 Ley de CORSATUR..... | 24 |
| 2.1.5 Ley del ISTU..... | 25 |
| 2.1.6 Ley de áreas naturales protegidas | 27 |
| 2.1.7 Normas técnicas de turismo | 29 |
| CAPÍTULO III DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL..... | 32 |
| 3.1 ANTECEDENTES DEL TURISMO..... | 33 |
| 3.1.1 Panorama del turismo internacional | 33 |
| 3.1.1 Turismo en el Continente americano | 34 |
| 3.1.2 El Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) y la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) | 35 |
| 3.1.3 Turismo en Centroamericana | 36 |

| | | |
|--------|--|------------|
| 3.2 | TURISMO EN EL SALVADOR..... | 39 |
| 3.2.1 | Reseña Histórica | 39 |
| 3.2.2 | Situación actual del turismo en El Salvador | 40 |
| 3.2.3 | Indicadores de Gestión de Turismo en El Salvador | 41 |
| 3.2.4 | Llegada de turistas por principales regiones y países | 42 |
| 3.2.5 | Llegada de turistas por nacionalidad..... | 43 |
| 3.2.6 | Gasto Turístico | 44 |
| 3.2.7 | Empleo | 45 |
| 3.3 | PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE EL SALVADOR | 45 |
| 3.4 | ECOTURISMO EN EL SALVADOR | 49 |
| 3.4.1 | Historia del ecoturismo en El Salvador | 49 |
| 3.4.2 | Importancia del ecoturismo | 50 |
| 3.4.3 | Situación actual del ecoturismo..... | 51 |
| 3.5 | INSTITUCIONES DE APOYO TURÍSTICO EN EL SALVADOR | 51 |
| 3.5.1 | Ministerio de Turismo (MITUR) | 51 |
| 3.5.2 | Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)..... | 51 |
| 3.5.3 | Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)..... | 52 |
| 3.5.4 | Policía de Turismo..... | 52 |
| 3.5.5 | Instituto Salvadoreño de turismo (ISTU) | 52 |
| 3.6 | PARQUES ADMINISTRADOS POR EL ISTU | 57 |
| 3.7 | PARQUE NATURAL CERRO VERDE | 61 |
| 3.7.1 | Generalidades | 61 |
| 3.7.2 | Características Naturales | 62 |
| 3.7.3 | Ubicación geográfica..... | 62 |
| 3.7.4 | Oferta turística del Parque Natural Cerro Verde | 66 |
| 3.7.5 | Condición medio ambiental del Parque Natural Cerro Verde | 75 |
| 3.7.6 | Condición de infraestructura del Parque Natural Cerro Verde | 80 |
| 3.7.7 | Arrendamientos | 85 |
| 3.7.8 | Estructura Organizativa del Parque Natural del Cerro Verde | 86 |
| 3.7.9 | Estadísticas de turistas que visitan el Parque Natural Cerro Verde | 88 |
| 3.7.10 | Apoyo social brindado a la población..... | 89 |
| 3.7.11 | Nivel de inseguridad en zonas aledañas al Parque Natural Cerro verde | 90 |
| 3.8 | ANÁLISIS DE MERCADO | 91 |
| 3.9 | ANÁLISIS DE INFORMACION RECOLECTADA | 211 |
| 3.10 | INDICADORES DE LA GESTIÓN DEL PNCV..... | 247 |
| | CAPÍTULO IV DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y GESTIÓN DEL PNCV | 253 |
| 4.1 | HALLAZGOS DEL ESTUDIO DE DIAGNÓSTICO | 254 |
| 4.2 | ANÁLISIS FODA | 263 |
| 4.2.1 | Generalidades | 263 |
| 4.2.2 | Definición de la estrategia | 264 |
| 4.2.3 | Matriz FODA..... | 266 |
| 4.2.4 | Estrategias del FODA. | 267 |

| | | |
|---|---|------------|
| 4.3 | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 269 |
| 4.3.1 | Descripción de la problemática..... | 269 |
| 4.3.2 | Formulación del problema | 275 |
| 4.3.3 | Definición del problema | 275 |
| 4.3.4 | Análisis del problema..... | 276 |
| 4.4 | CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO | 277 |
| CAPÍTULO V DISEÑO DE LA SOLUCIÓN | | 282 |
| 5.1 | MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE..... | 283 |
| 5.1.1 | Generalidades..... | 283 |
| 5.1.2 | Componentes del modelo de gestión | 284 |
| 5.2 | CALIDAD TURÍSTICA Y BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO..... | 294 |
| 5.3 | DESARROLLO DEL MODELO DE GESTIÓN | 304 |
| 5.3.1 | COMPONENTE ESTRATÉGICO | 304 |
| 5.3.1.1 | Declaración de la misión, visión, políticas, valores y pilares de cultura | 304 |
| 5.3.1.2 | Estrategia turística | 314 |
| 5.3.1.3 | Estrategia de diversificación y mejora de servicios | 326 |
| 5.3.1.4 | Estrategia técnica y de seguimiento | 334 |
| 5.3.1.5 | Diseño y establecimiento de indicadores | 339 |
| 5.3.1.6 | Estrategia de promoción turística. | 343 |
| 5.3.2 | COMPONENTE ORGANIZATIVO | 352 |
| 5.3.2.1 | Establecimiento de la estructura organizativa | 352 |
| 5.3.2.2 | Proceso para la elaboración y actualización del organigrama | 354 |
| 5.3.2.3 | Propuesta de organigrama para el Parque Natural Cerro Verde | 356 |
| 5.3.2.4 | Manual de organización y funciones | 359 |
| 5.3.3 | COMPONENTE DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL | 359 |
| 5.3.3.1 | Administración y Gestión del Talento | 359 |
| 5.3.3.2 | Conceptos Básicos | 360 |
| 5.3.3.3 | Plan de capacitación..... | 361 |
| 5.3.4 | COMPONENTE OPERATIVO | 381 |
| 5.3.4.1 | Diseño de prestación de servicios | 381 |
| 5.3.4.2 | Distribución en planta de los servicios turísticos | 446 |
| 5.3.4.3 | Señalización turística. | 459 |
| 5.3.4.4 | Saneamiento..... | 473 |
| 5.3.4.5 | Plan de saneamiento ambiental básico | 474 |
| 5.3.4.6 | Plan de seguridad y contingencia para temporada alta | 481 |
| 5.3.5 | COMPONENTE DE EVALUACIÓN Y CONTROL. | 484 |

| | | |
|--------------------|---|------------|
| CAPÍTULO VI | EVALUACIONES DEL PROYECTO | 500 |
| 6.1 | INVERSIÓN PREVIAS A LA PUESTA EN MARCHA | 501 |
| 6.1.1 | Inversiones fijas | 501 |
| 6.1.1.1 | Inversiones Fijas Tangibles. | 502 |
| 6.1.1.2 | Inversiones Fijas Intangibles. | 508 |
| 6.1.2 | Capital de trabajo | 511 |
| 6.1.3 | Monto total de la inversión | 511 |
| 6.2 | COSTOS DEL MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA | 512 |
| 6.2.1 | Costos fijos | 513 |
| 6.2.1.1 | Costos de operación | 513 |
| 6.2.1.2 | Costos administrativos | 522 |
| 6.2.1.3 | Costos de comercialización | 526 |
| 6.2.2 | Costos totales (fijos y variables) | 527 |
| 6.2.1.4 | Costos anuales proyectados | 527 |
| 6.2.3 | FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO | 528 |
| 6.3 | DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA | 530 |
| 6.3.1 | Análisis del mercado consumidor | 530 |
| 6.3.2 | Análisis del mercado competidor | 531 |
| 6.3.3 | Precios de venta para el Parque Natural Cerro Verde | 533 |
| 6.4 | INGRESOS DEL MODELO | 534 |
| 6.4.1 | Ingresos proyectados para el modelo de gestión | 534 |
| 6.5 | EGRESOS DEL MODELO | 540 |
| 6.5.1 | Egresos del año 1 | 540 |
| 6.5.2 | Egresos del Horizonte del Proyecto | 540 |
| 6.6 | DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO | 541 |
| 6.6.1 | DETERMINACIÓN DEL MARGEN DE SEGURIDAD | 545 |
| 6.7 | ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA | 546 |
| 6.8 | EVALUACIONES DEL MODELO | 554 |
| 6.8.1 | EVALUACIÓN ECONÓMICA | 554 |
| 6.8.1.1 | Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR) | 554 |
| 6.8.1.2 | Valor Actual Neto (VAN) | 555 |
| 6.8.1.3 | Tasa Interna de Retorno (TIR) | 556 |
| 6.8.1.4 | Relación beneficio costo | 557 |
| 6.8.1.5 | Tiempo de Recuperación de la Inversión (TRI) | 558 |
| 6.8.2 | EVALUACIÓN FINANCIERA | 559 |
| 6.8.2.1 | Ratios de actividad | 560 |
| 6.8.2.2 | Ratios Ejecutorios | 560 |
| 6.8.2.3 | Ratios de rentabilidad | 561 |
| 6.8.2.4 | Ratios de Solidez y Solvencia | 565 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 6.8.3 | EVALUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA | 567 |
| 6.8.3.1 | Geografía..... | 567 |
| 6.8.3.2 | Recursos naturales | 568 |
| 6.8.3.3 | Variables demográficas..... | 568 |
| 6.8.4 | EVALUACIÓN AMBIENTAL..... | 570 |
| 6.8.4.1 | Objetivos..... | 570 |
| 6.8.4.2 | Legislación..... | 571 |
| 6.8.4.3 | Identificación de impactos ambientales del modelo | 571 |
| 6.8.4.4 | Metodología..... | 572 |
| 6.8.4.5 | Evaluación de los impactos ambientales | 574 |
| 6.8.4.6 | Mitigación de los impactos negativos..... | 578 |
| 6.8.4.7 | Sostenibilidad ambiental | 579 |
| 6.8.5 | EVALUACIÓN DE GÉNERO..... | 580 |
| 6.8.5.1 | Indicadores de género..... | 580 |
| 6.8.5.2 | Indicador de alfabetismo | 581 |
| 6.8.5.3 | Indicador de colaboradores en el parque natural cerro verde | 582 |
| 6.8.5.4 | Beneficios de la evaluación de género | 583 |
| 6.8.6 | EVALUACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN TURÍSTICA..... | 584 |
| 6.8.7 | ANÁLISIS DE EJECUCIÓN PARCIAL | 595 |
| 6.9 | ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD | 598 |
| 6.9.1 | Escenario Optimista: Disminución del subsidio entregado a la población..... | 598 |
| 6.9.2 | Escenario Probable: Aumento del 12% de los ingresos y aumento del 3% de los costos..... | 604 |
| 6.9.3 | Escenario Pesimista: Reducción del 24% de los ingresos | 609 |
| 6.10 | ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO | 614 |
| 6.10.1 | Descripción de entregables y paquetes..... | 615 |
| 6.10.2 | Actividades por entregable | 617 |
| 6.10.3 | Duración de la Administración del Proyecto | 619 |
| 6.10.4 | Desarrollo de la red CPM - PERT | 620 |
| 6.10.5 | Ruta Crítica Definida | 621 |
| 6.10.6 | Diagrama de GANTT..... | 622 |
| 6.10.7 | Organización a implementar | 623 |
| 6.10.8 | Ventajas de la organización por proyectos | 625 |
| 6.10.9 | Estructura organizativa..... | 625 |
| | CONCLUSIONES..... | 628 |
| | RECOMENDACIONES | 630 |
| | BIBLIOGRAFÍA..... | 632 |
| | APÉNDICES..... | 636 |

| | |
|---|-----|
| ANEXOS | 754 |
| ANEXO A SOLICITUD DE TRABAJO DE GRADO..... | 755 |
| ANEXO B ESTADÍSTICAS DELINCUENCIALES BRINDADAS POR LA PNC DE SANTA ANA..... | 756 |
| ANEXO C ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | 757 |
| ANEXO D INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN | 760 |
| ANEXO E GUÍA DE OBSERVACIÓN CASA DE CRISTAL..... | 783 |
| ANEXO F CUESTIONARIO PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN..... | 784 |
| ANEXO G COMPARACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA..... | 785 |
| ANEXO H AUTOEVALUACIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN | 786 |
| ANEXO I CARACTERIZACIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DEL ÁREA | 788 |
| ANEXO J NECESIDADES DE CAPACITACIÓN GENERALES DEL PNCV..... | 790 |
| ANEXO K EVALUACIÓN DE LA JORNADA DE CAPACITACIÓN | 792 |
| ANEXO L EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DE CAPACITACIÓN | 794 |
| ANEXO M EVALUACIÓN DE TRANSFERENCIA DE LA CAPACITACIÓN | 795 |
| ANEXO N EVALUACIÓN DE RESULTADOS E IMPACTO | 796 |
| ANEXO O PRESUPUESTO DE INGRESO Y EGRESOS..... | 797 |
| ANEXO P ESTADOS FINANCIEROS PARA LOS ESCENARIOS | 801 |
| ANEXO Q COTIZACIONES..... | 813 |
| | |
| GLOSARIO TÉCNICO | 821 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 1 - El ciclo administrativo a través de la gestión | 9 |
| Figura 2 - Modelo conceptual del turismo sostenible | 15 |
| Figura 3 - Sujetos del Sistema Turístico | 17 |
| Figura 4 - Componentes del producto turístico | 17 |
| Figura 5 - Buenas Prácticas de Turismo Sostenible | 19 |
| Figura 6 - Escenarios alternativos, capacidad de carga y desarrollo sostenible | 19 |
| Figura 7 - Estructura de marco legal | 21 |
| Figura 8 - Importancia del Turismo | 33 |
| Figura 9 - El turismo hacia 2030: Tendencias y Proyecciones 1950-2030..... | 34 |
| Figura 10 - Gasto diario y estadía media del turista año 2015 | 44 |
| Figura 11 - Organigrama del Instituto Salvadoreño de Turismo..... | 55 |
| Figura 12 -Croquis de las instalaciones del PNCV | 65 |
| Figura 13 -Estructura organizativa del Parque Natural Cerro Verde | 86 |
| Figura 14 -Tipo de investigación | 91 |
| Figura 15 -Metodología del mercado consumidor..... | 91 |
| Figura 16 -Perfil preliminar del potencial cliente | 96 |
| Figura 17 -Metodología para la determinación de la muestra | 96 |
| Figura 18 -Perfil Inicial del cliente potencial..... | 97 |
| Figura 19 -Perfil delimitado por motivos de turismo..... | 97 |
| Figura 20 -Segmentación del mercado objetivo..... | 98 |
| Figura 21 -Perfil preliminar del consumidor: | 98 |
| Figura 22 -Exclusiones al perfil del consumidor 1..... | 99 |
| Figura 23 -Exclusiones al perfil del consumidor 2..... | 100 |
| Figura 24 -Plan de muestreo general..... | 105 |
| Figura 25 -Esquema de análisis del mercado competidor..... | 106 |
| Figura 26 -Metodología para el analisis del mercado competidor | 106 |
| Figura 27 -Fuentes secundarias para el mercado competidor | 110 |
| Figura 28 -Perfil de competidor | 111 |
| Figura 29 -Competencia Indirecta..... | 145 |
| Figura 30 -Competencia Sustituta..... | 161 |
| Figura 31 -Metodología del mercado abastecedor | 170 |
| Figura 32 -Perfil del mercado abastecedor | 174 |
| Figura 33 -Metodología del mercado distribuidor..... | 181 |
| Figura 34 -Principales canales de distribución..... | 183 |
| Figura 35 -Ejemplos de transacciones entre intermediarios y proveedores | 186 |

| | |
|--|-----|
| Figura 36 -Esquema de canales de distribución del sector turístico | 188 |
| Figura 37 -Perfil del mercado distribuidor | 190 |
| Figura 38 -Esquema de canal directo (Agencia a la calle) | 191 |
| Figura 39 -Esquema de canal directo (sitio web)..... | 191 |
| Figura 40 -Esquema de canal indirecto (Tour Operador) | 192 |
| Figura 41 -Estructura Organizativa PNCV | 237 |
| Figura 42 -Esquema del Modelo de Gestión Turística..... | 277 |
| Figura 43 -Modelo de Gestión Turística para el PNCV..... | 283 |
| Figura 44 -Pilares del modelo de gestión turística..... | 284 |
| Figura 45 -Componente estratégico del modelo..... | 285 |
| Figura 46 -Servicios mejorados y diversificados..... | 287 |
| Figura 47 -Esquema de la capacidad de carga | 288 |
| Figura 48 -Eje del plan de mercadeo | 289 |
| Figura 49 -Áreas del componente organizativo | 290 |
| Figura 50 -Plan de DNC..... | 292 |
| Figura 51 -Señales de turísticas | 293 |
| Figura 52 -Calidad en los servicios turísticos | 296 |
| Figura 53 -Declaración de la misión..... | 306 |
| Figura 54 -Declaración de la visión..... | 309 |
| Figura 55 -Valores del PNCV..... | 311 |
| Figura 56 -Pilares de cultura del PNCV | 313 |
| Figura 57 -Ciclo de vida de un destino turístico..... | 326 |
| Figura 58 -El producto turístico | 327 |
| Figura 59 -Elementos del producto turístico. | 327 |
| Figura 60 -Preferencias de los turistas | 328 |
| Figura 61 -Servicios diversificados y mejorados..... | 329 |
| Figura 62 -Mapa de proceso para el vivero | 330 |
| Figura 63 -Mapa de proceso para Centro Interpretativo..... | 331 |
| Figura 64 -Mapa de proceso para Servicios ecoturísticos..... | 332 |
| Figura 65 -Mapa de proceso para el servicio de alojamiento | 333 |
| Figura 66 -Relación del PNCV a través del mercadeo de servicios turísticos | 343 |
| Figura 67 -7 p's del mercadeo de servicios | 347 |
| Figura 68 -Propuesta de logo para el PNCV | 348 |
| Figura 69 -Elaboración y actualización de organigrama..... | 354 |
| Figura 70 -Organigrama propuesto para el PNCV..... | 356 |
| Figura 71 -Esquema del proceso de administración de la capacitación..... | 361 |
| Figura 72 -Fuentes del DNC | 363 |
| Figura 73 -Modelo causal de los efectos de las acciones formativas..... | 377 |

| | |
|---|-----|
| Figura 74 -Plataforma de madera | 386 |
| Figura 75 -Equipo de protección individual en cuerdas altas | 388 |
| Figura 76 -Tipos de estructuras colgantes para cuerdas altas | 390 |
| Figura 77 -Detalle de secuencia de cuerdas altas | 391 |
| Figura 78 -Diseño de péndulo | 395 |
| Figura 79 -Pliego tarifario vigente desde el 15 de octubre de 2016 | 409 |
| Figura 80 -Tienda de campaña tipo canadiense | 420 |
| Figura 81 -Tienda de campaña tipo iglú | 421 |
| Figura 82 -Varillas para tienda de campaña | 421 |
| Figura 83 -Elementos de sujeción de tiendas de campaña | 422 |
| Figura 84 -Anclajes para tiendas de campaña | 422 |
| Figura 85 -Diseño propuesto para cabañas de alojamiento | 430 |
| Figura 86 -SCAPT, Sistema de Captación de Aguas Pluviales en Techos | 431 |
| Figura 87 -Tanque de captación y distribución de agua | 432 |
| Figura 88 -Área de oficinas de administración | 446 |
| Figura 89 -Área de caseta de guías turísticos | 447 |
| Figura 90 -Área de caseta de entrada | 447 |
| Figura 91 -Área de Colecturía y Centro de Información | 447 |
| Figura 92 -Área de cabañas dúplex | 448 |
| Figura 93 -Área de cabañas individuales | 448 |
| Figura 94 -Área de Cabañas propuesta | 449 |
| Figura 95 -Área de Vivero | 449 |
| Figura 96 -Área de Centro Interpretativo | 450 |
| Figura 97 -Área de Camping | 450 |
| Figura 98 -Área de péndulo | 450 |
| Figura 99 -Circuito de cuerdas altas | 451 |
| Figura 100 -Línea de canopy | 451 |
| Figura 101 -Área de mirador panorámico | 452 |
| Figura 102 -Bodega y sala de reuniones | 452 |
| Figura 103 -Área de cisterna y tanque de agua | 453 |
| Figura 104 -Centro de acopio | 453 |
| Figura 105 -Layout final del Parque natural Cerro Verde | 458 |
| Figura 106 -Señal Dinámica Desvío al PNCV | 460 |
| Figura 107 -Señal Estática para indicar caminatas guiadas | 461 |
| Figura 108 -Señales para Carretera | 462 |
| Figura 109 -Señal Informativa de entrada al PNCV | 463 |
| Figura 110 -Mesa Interpretativa | 464 |
| Figura 111 -Mesa Panorámica | 465 |

| | |
|---|-----|
| Figura 112 -Pie Interpretativo..... | 466 |
| Figura 113 -Propuesta de señalización para atractivos turísticos | 470 |
| Figura 114 -Propuesta de señalización para Actividades turísticas | 471 |
| Figura 115 -Propuesta de señalización para señales informativas. | 472 |
| Figura 116 -Modelo de bolsa biodegradable para el PNCV | 479 |
| Figura 117 -Proceso de Control del Modelo de Gestión..... | 485 |
| Figura 118 -Componente de Control..... | 499 |
| Figura 119 -Proceso de financiamiento del modelo..... | 529 |
| Figura 120 -Metodología de evaluación del impacto ambiental | 572 |
| Figura 121 -EDT Modelo de gestión turística | 614 |
| Figura 122 -Red PERT – CPM..... | 620 |
| Figura 123 -Diagrama de Gantt | 622 |
| Figura 124 -Estructura Organizativa del proyecto | 625 |

ÍNDICE DE IMÁGENES

| | |
|--|-----|
| Imagen 1 -Vista superior de ubicación del Parque Natural Cerro Verde | 63 |
| Imagen 2 -Vista Superior del Parque Natural Cerro Verde..... | 64 |
| Imagen 3 -Calle hacia el PNCV..... | 66 |
| Imagen 4 -Recorrido por los senderos | 67 |
| Imagen 5 -Turistas esperando salir a caminatas al volcán | 67 |
| Imagen 6 -Caminata al volcán de Iamatepec..... | 68 |
| Imagen 7 -Área de juegos de infantiles..... | 69 |
| Imagen 8 -Turistas en mesas de picnic | 69 |
| Imagen 9 -Ventas de alimentos..... | 70 |
| Imagen 10 -Música andina para los turistas | 70 |
| Imagen 11 -Cabañas del PNCV | 71 |
| Imagen 12 -Festival del Jocote Corona | 71 |
| Imagen 13 -Productos en Festival del Café | 72 |
| Imagen 14 -Vista superior de cárcava | 76 |
| Imagen 15 -Cárcava cercana al Parque Natural Cerro Verde | 77 |
| Imagen 16 -Recorrido por senderos..... | 77 |
| Imagen 17 -Recorrido por senderos..... | 78 |
| Imagen 18 -Espacio para almacenamiento de desechos sólidos | 78 |
| Imagen 19 -Acopio del Parque Natural Cerro Verde | 79 |
| Imagen 20 -Tanques de captación de agua..... | 79 |
| Imagen 21 -Baños Sanitarios | 80 |
| Imagen 22 -Vista externa del merendero | 81 |
| Imagen 23 -Vista interna del merendero | 81 |
| Imagen 24 -Cabañas del Parque Natural Cerro Verde | 81 |
| Imagen 25 -Cabañas del Parque Natural Cerro Verde | 82 |
| Imagen 26 -Caseta de Información | 82 |
| Imagen 27 -Acceso principal | 83 |
| Imagen 28 -Caseta de cobros y servicio sanitario | 83 |
| Imagen 29 -Áreas verdes | 84 |
| Imagen 30 -Deterioro de basureros y barbacoas..... | 84 |
| Imagen 31 -Señalización de los senderos | 85 |
| Imagen 32 -Tramo de canopy en PNCV | 85 |
| Imagen 33 -Cabañas Campo Bello | 117 |
| Imagen 34 -Parque de Montaña la Casa de Cristal | 122 |
| Imagen 35 -Hostal Villa Limón | 125 |
| Imagen 36 -Paso del Alaska | 128 |

| | |
|---|-----|
| Imagen 37 -Cima del Volcán de Conchagua | 131 |
| Imagen 38 -Vista del volcán de Conchagua | 132 |
| Imagen 39 -Parque Naciona El Boquerón | 134 |
| Imagen 40 -Parque Natural los Andes | 136 |
| Imagen 41 -Eco-Albergue Rio Sapo | 138 |
| Imagen 42 -Cerro el Pital | 140 |
| Imagen 43 -Parque Nacional el Imposible | 142 |
| Imagen 44 -Competencia Indirecta | 144 |
| Imagen 45 -Parque W.T DEININGER..... | 146 |
| Imagen 46 -La puerta del diablo | 148 |
| Imagen 47 -Portezuelo Park | 149 |
| Imagen 48 -Apaneca Buggy Tour | 153 |
| Imagen 49 -Recorridos en Apaneca Buggy Tours..... | 155 |
| Imagen 50 -Canopy el Boquerón | 156 |
| Imagen 51 -Apaneca Canopy Adventure..... | 158 |
| Imagen 52 -Competencia sustituta | 160 |
| Imagen 53 -Competencia Sustituta..... | 161 |
| Imagen 54 -Playa el Cuco..... | 162 |
| Imagen 55 -Parque Acuático Ichanmichen | 164 |
| Imagen 56 -Metodología de la Investigación | 171 |
| Imagen 57 -Fuentes de Información de la Investigación | 172 |
| Imagen 58 -Página principal del instituto Salvadoreño de Turismo..... | 193 |
| Imagen 59 -Solicitud de información mediante página del ISTU..... | 193 |
| Imagen 60 -Página de Twitter del ISTU..... | 194 |
| Imagen 61 -Publicación en página de Twitter..... | 194 |
| Imagen 62 -Página de Facebook del ISTU..... | 194 |
| Imagen 63 -Programación de buses alegres para Junio 2016 | 195 |
| Imagen 64 -Cabañas Tipo Iglú, Campo Bello | 241 |
| Imagen 65 -Entrada al Paso del Alaska Resort | 243 |
| Imagen 66 -Complejo de cabañas Casa de Cristal | 245 |
| Imagen 67 -Satisfacción del Cliente..... | 248 |
| Imagen 68 -Análisis FODA..... | 263 |
| Imagen 69 -Estrategias FODA..... | 267 |
| Imagen 70 -Diagrama de Krick | 275 |
| Imagen 71 -Anclaje del Canopy | 385 |
| Imagen 72 -Cable para canopy..... | 385 |
| Imagen 73 -Sujeción de cable de canopy..... | 386 |
| Imagen 74 -Propuesta para canopy..... | 387 |

| | |
|--|-----|
| Imagen 75 -Diseño para cuerdas altas. | 392 |
| Imagen 76 -Mirador Panorámico..... | 396 |
| Imagen 77 -Mirador Panorámico vista superior | 397 |
| Imagen 78 -Mirador Panorámico tipo 360° | 397 |
| Imagen 79 -Propuesta de diseño de sendero: Una ventana a la naturaleza..... | 404 |
| Imagen 80 -Propuesta de diseño sendero: El rinconcito del bosque..... | 405 |
| Imagen 81 -Diseño propuesto para bancas de senderos | 405 |
| Imagen 82 -Propuesta de ubicación de bancas Sendero: Una ventana a la naturaleza | 406 |
| Imagen 83 -Diseño de mejora en desnivel de senderos..... | 407 |
| Imagen 84 -Centro Interpretativo | 413 |
| Imagen 85 -Vista de planta propuesta vivero..... | 418 |
| Imagen 86 -Propuesta de diseño de camping | 426 |
| Imagen 87 -Dimensiones de cisternas | 433 |

ÍNDICE DE GRAFICAS

| | | |
|--------------|--|-----|
| Gráfica 1 - | Ingreso de turistas (anual) en Centroamérica..... | 36 |
| Gráfica 2 - | Llegada de visitantes Enero-Diciembre 2009-2015 | 41 |
| Gráfica 3 - | Participación de Llegadas. Regiones de Procedencia..... | 42 |
| Gráfica 4 - | Llegada de Turistas Internacionales por principales regiones de residencia | 42 |
| Gráfica 5 - | Llegadas de Turistas por nacionalidad | 43 |
| Gráfica 6 - | Gasto Turístico 2014-2015..... | 44 |
| Gráfica 7 - | Empleo mensual en las actividades características del turismo 2014-2015 | 45 |
| Gráfica 8 - | Porcentaje de afluencia de personas en parques del ISTU..... | 59 |
| Gráfica 9 - | Apoyo Social..... | 60 |
| Gráfica 10 - | Personas que no pagan | 61 |
| Gráfica 11 - | Afluencia de Turistas y visitantes | 88 |
| Gráfica 12 - | Personas Pagan vrs No pagan | 89 |
| Gráfica 13 - | Personas no pagan | 89 |
| Gráfica 14 - | Estadísticas de actos delictivos PNCV | 90 |
| Gráfica 15 - | Porcentaje de personas que han visitado el cerro verde..... | 211 |
| Gráfica 16 - | Lugares de procedencia de los visitantes al PNCV | 211 |
| Gráfica 17 - | Género de los encuestados | 212 |
| Gráfica 18 - | Edad de los visitantes al PNCV..... | 212 |
| Gráfica 19 - | Profesión u oficio de los visitantes del PNCV | 213 |
| Gráfica 20 - | Motivo de visita al PNCV..... | 213 |
| Gráfica 21 - | Medio de transporte para llegar al PNCV | 214 |
| Gráfica 22 - | Parques recreativos del ISTU más visitados | 214 |
| Gráfica 23 - | Número promedio de acompañantes en viajes turísticos | 215 |
| Gráfica 24 - | Destinos preferidos para visitar..... | 215 |
| Gráfica 25 - | Calificación de los aspectos claves del PNCV..... | 216 |
| Gráfica 26 - | Calificación de los servicios del PNCV | 217 |
| Gráfica 27 - | Frecuencia con que se realiza turismo nacional | 218 |
| Gráfica 28 - | Tiempo dedicado a las actividades turísticas..... | 218 |
| Gráfica 29 - | Horario sugerido para la actividad del PNCV..... | 219 |
| Gráfica 30 - | Cumplimiento de las expectativas de los visitantes | 219 |
| Gráfica 31 - | Calificación global del parque | 220 |
| Gráfica 32 - | Intención de visitar nuevamente el PNCV..... | 220 |
| Gráfica 33 - | Servicios que se esperarían tener en el PNCV..... | 221 |
| Gráfica 34 - | Monto promedio a cancelar por paquetes en el PNCV..... | 222 |
| Gráfica 35 - | Promociones deseadas por visitantes | 222 |
| Gráfica 36 - | Razones de la visita al PNCV | 223 |

| | | |
|--------------|--|-----|
| Gráfica 37 - | Forma de enterarse de las promociones turísticas | 223 |
| Gráfica 38 - | Rango de ingresos familiares | 224 |
| Gráfica 39 - | Lugar de procedencia (Visitante que no ha ido al PNCV)..... | 225 |
| Gráfica 40 - | Género (Visitante que no ha ido al PNCV)..... | 225 |
| Gráfica 41 - | Edad (Visitante que no ha ido al PNCV) | 226 |
| Gráfica 42 - | Profesión u oficio (Visitante que no ha ido al PNCV)..... | 226 |
| Gráfica 43 - | Disposición a visitar por primera vez el PNCV | 227 |
| Gráfica 44 - | Razones por la visitaría el PNCV | 227 |
| Gráfica 45 - | Servicios que se esperarían encontrar en el PNCV..... | 228 |
| Gráfica 46 - | Razones por las que no visitaría el PNCV | 229 |
| Gráfica 47 - | Promedio diario de Turistas | 481 |
| Gráfica 48 - | Gasto promedio | 530 |
| Gráfica 49 - | Rango de ingresos familiares | 531 |
| Gráfica 50 - | Proyección mensual de ingresos año 1 | 536 |
| Gráfica 51 - | Ingresos proyectados por servicio - Año 1 | 537 |
| Gráfica 52 - | Ingresos anuales proyectados | 538 |
| Gráfica 53 - | Ingreso por servicio eco-turístico | 539 |
| Gráfica 54 - | Valor Actual Neto..... | 557 |
| Gráfica 55 - | Generación de empleo directos e indirectos | 569 |
| Gráfica 56 - | Proporción de hombres y mujeres en el municipio de Santa Ana | 580 |
| Gráfica 57 - | Población alfabeta vrs. Población Analfabeta | 581 |
| Gráfica 58 - | Hombres y Mujeres alfabetos en el municipio de Santa Ana | 581 |
| Gráfica 59 - | Inversión de servicios diversificados y mejorados | 595 |
| Gráfica 60 - | Ingreso por servicio diversificado y mejorado | 596 |
| Gráfica 61 - | Comparación de ingresos vrs inversión | 596 |
| Gráfica 62 - | VAN original vrs VAN optimista | 600 |
| Gráfica 63 - | Flujo de Efectivo Escenario Optimista..... | 600 |
| Gráfica 64 - | TIR Escenario Optimista..... | 601 |
| Gráfica 65 - | VAN original vrs. VAN probable | 605 |
| Gráfica 66 - | Flujo de Efectivo Escenario Probable | 606 |
| Gráfica 67 - | TIR escenario probable | 606 |
| Gráfica 68 - | VAN Original vrs. VAN pesimista | 610 |
| Gráfica 69 - | Flujo de efectivo Escenario Pesimista..... | 611 |
| Gráfica 70 - | TIR Pesimista | 611 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1 - Cuadro comparativo de las características básicas de productos y servicios | 11 |
| Tabla 2 - Categorías de los servicios..... | 12 |
| Tabla 3 - Organismos Internacionales en materia turística | 22 |
| Tabla 4 - Organismos Nacionales en materia turística. | 23 |
| Tabla 5 - Países miembros del SICA | 35 |
| Tabla 6 - Rutas turísticas en El Salvador..... | 49 |
| Tabla 7 - Asignación de recursos..... | 54 |
| Tabla 8 - Alianzas estratégicas | 56 |
| Tabla 9 - Parques Recreativo Acuáticos y Naturales | 57 |
| Tabla 10 - Afluencia de personas, Año 2015 | 58 |
| Tabla 11 - Apoyo Social brindado a la población. Periodo Junio 2014- Mayo 2015 | 60 |
| Tabla 12 - Zona servicios sanitarios-Juegos Infantiles | 72 |
| Tabla 13 - Zona Mirador-Rinconcito del Bosque | 73 |
| Tabla 14 - Zona Estacionamiento | 73 |
| Tabla 15 - Zona de Picnic-El Pateon | 73 |
| Tabla 16 - Zona de Picnic – Area baja del merendero(El aguacate)..... | 74 |
| Tabla 17 - Zona cercana a cabañas | 74 |
| Tabla 18 - Zona cabañas | 74 |
| Tabla 19 - Zona Ciprés..... | 74 |
| Tabla 20 - Zona administración- bodega | 75 |
| Tabla 21 - Zona de senderos | 75 |
| Tabla 22 - Zona orquidiario | 75 |
| Tabla 23 - Zona acceso | 75 |
| Tabla 24 - Descripción de cargos asignados en el Parque Natural Cerro Verde | 87 |
| Tabla 25 - Afluencia de visitantes año 2015..... | 88 |
| Tabla 26 - Apoyo social en el PNCV..... | 89 |
| Tabla 27 - Delitos ocurridos en zonas externas e internas del PNCV..... | 90 |
| Tabla 28 - Población del AMSS | 100 |
| Tabla 29 - Población de Sonsonate, Santa Ana y La Libertad | 101 |
| Tabla 30 - Población excluida por nivel de pobreza | 102 |
| Tabla 31 - Población excluida por edad..... | 102 |
| Tabla 32 - Apoyo al cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza..... | 104 |
| Tabla 33 - Fuentes primarias para el mercado competidor | 109 |
| Tabla 34 - Factores clave para el establecimiento de la competencia | 112 |
| Tabla 35 - Esquema de ponderación par el establecimiento de competidores..... | 113 |
| Tabla 36 - Establecimiento de competidores para el PNCV..... | 113 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 37 - Ficha de competidor Directo – Campo Bello | 119 |
| Tabla 38 - Ficha de competidor directo – Casa de Cristal..... | 123 |
| Tabla 39 - Ficha de Competidor Directo – Hostal Villa Limón | 126 |
| Tabla 40 - Ficha de Competidor Directo – Paso del Alaska Resort | 129 |
| Tabla 41 - Ficha de Competidor Directo – Eco Parque de Conchagua..... | 133 |
| Tabla 42 - Ficha de Competidor Directo – El Boquerón | 135 |
| Tabla 43 - Ficha de Competidor Directo – Parque los Andes..... | 137 |
| Tabla 44 - Ficha de Competidor Directo – Eco Albergue Río Sapo | 139 |
| Tabla 45 - Ficha de Competidor Directo – Cerro el Pital | 141 |
| Tabla 46 - Ficha de Competidor Directo – El Imposible | 143 |
| Tabla 47 - Ficha de Competidor Indirecto – Parque Walter Deininger | 147 |
| Tabla 48 - Ficha de Competidor Indirecto – Puerta del Diablo | 149 |
| Tabla 49 - Ficha de Competidor Indirecto – Portezuelo Park | 150 |
| Tabla 50 - Ficha de Competidor Indirecto – Apaneca Buggy Tour’s..... | 154 |
| Tabla 51 - Ficha Competidor Indirecto – Canopy el Boquerón..... | 157 |
| Tabla 52 - Ficha de Competidor Indirecto – Apaneca Canopy Adventure | 159 |
| Tabla 53 - Fuentes de información primaria | 172 |
| Tabla 54 - Fuentes de información secundaria..... | 173 |
| Tabla 55 - Abastecedores actuales del Parque Natural Cerro Verde | 175 |
| Tabla 56 - Capacitaciones impartidas por el ISTU..... | 177 |
| Tabla 57 - Instituciones externas para capacitación | 178 |
| Tabla 58 - Capacitaciones interinstitucionales impartidas | 179 |
| Tabla 59 - Fuentes de información primaria | 189 |
| Tabla 60 - Fuentes de información Secundarias | 190 |
| Tabla 61 - Tour Operador EVA TOURS..... | 196 |
| Tabla 62 - Tours Operador AVITOURS DMC EL SALVADOR | 197 |
| Tabla 63 - Tour Operador CADISI TOURS OPERADOR | 198 |
| Tabla 64 - Tours Operador DECAMERON EXPLORER | 199 |
| Tabla 65 - Tour Operador ECOMAYAN TOURS | 200 |
| Tabla 66 - Tour Operador INTER TOURS | 201 |
| Tabla 67 - Tour Operador MAYA ESCAPES | 202 |
| Tabla 68 - Tour Operador NETWORK TRAVEL | 203 |
| Tabla 69 - Tour Operador TIKUTOS TOURS | 203 |
| Tabla 70 - Tour operador NAHUAT TOURS..... | 204 |
| Tabla 71 - Tour Operador SALVADOREAN TOURS S.A. de C.V..... | 205 |
| Tabla 72 - Tour Operador MAGIC DREAMS TOURS..... | 206 |
| Tabla 73 - Tour Operador EL SALVADOR XPEDITION | 206 |
| Tabla 74 - Tour Operador EPIC TOURS EL SALVADOR | 207 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 75 - Tour Operador GREEN BLUE RED | 207 |
| Tabla 76 - Tour Operador SOL & TOURS EL SALVADOR | 208 |
| Tabla 77 - Tour Operador PAPAGAYO ADVENTURES EL SALVADOR | 209 |
| Tabla 78 - Entrevista con Gerente de Parques Recreativos del ISTU | 210 |
| Tabla 79 - Inventario de problemas y situaciones problemáticas | 270 |
| Tabla 80 - Cuadro de Afinidad | 272 |
| Tabla 81 - Criterios de solución del problema | 276 |
| Tabla 82 - Variables de entrada y salida del problema..... | 276 |
| Tabla 83 - Restricciones de la solución | 276 |
| Tabla 84 - Normas Técnicas Salvadoreñas | 297 |
| Tabla 85 - Ámbito empresarial (BPT)..... | 300 |
| Tabla 86 - Ámbito Socio-Cultural | 302 |
| Tabla 87 - Ámbito ambiental (BPT)..... | 302 |
| Tabla 88 - Análisis de la misión | 307 |
| Tabla 89 - Análisis de la visión..... | 309 |
| Tabla 90 - Objetivos estratégicos..... | 316 |
| Tabla 91 - Objetivo estratégico N°1 | 317 |
| Tabla 92 - Objetivo estratégico N°2 | 317 |
| Tabla 93 - Objetivo estratégico N°3 | 318 |
| Tabla 94 - Objetivo estratégico N°4 | 318 |
| Tabla 95 - Acciones Estratégicas OE1 | 319 |
| Tabla 96 - Acciones Estratégicas OE2 | 321 |
| Tabla 97 - Acciones Estratégicas OE3 | 323 |
| Tabla 98 - Acciones Estratégicas OE4 | 325 |
| Tabla 99 - Proyección mensual de turistas y visitantes | 334 |
| Tabla 100 - Proyección anual de turistas y visitantes | 335 |
| Tabla 101 - Estacionalidad de visitas al PNCV..... | 335 |
| Tabla 102 - Porcentaje de preferencias | 335 |
| Tabla 103 - Proyecciones por servicio turístico | 336 |
| Tabla 104 - Capacidad de Carga por servicio | 339 |
| Tabla 105 - Criterios de indicadores | 340 |
| Tabla 106 - Indicadores OE1 | 341 |
| Tabla 107 - Indicadores OE2 | 342 |
| Tabla 108 - Indicadores OE3 | 343 |
| Tabla 109 - Estrategia de promoción | 347 |
| Tabla 110 - Estrategia de Plaza (Canales de distribución directos) | 348 |
| Tabla 111 - Estrategia de plaza (Canales de distribución indirectos)..... | 349 |
| Tabla 112 - Estrategia de producto..... | 349 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 113 - Estrategia de precios | 350 |
| Tabla 114 - Estrategia de Procesos | 350 |
| Tabla 115 - Estrategia de presencia o evidencia física. | 351 |
| Tabla 116 - Estrategia de personas | 351 |
| Tabla 117 - Ventajas y Desventajas del tramo de control amplio | 354 |
| Tabla 118 - Propuesta de Personal necesario | 357 |
| Tabla 119 - Asignación de colaboradores por área | 358 |
| Tabla 120 - Escala de medición para las brechas de competencia..... | 366 |
| Tabla 121 - Importancia relativa del DNC | 367 |
| Tabla 122 - Equipo técnico personal para canopy..... | 381 |
| Tabla 123 - Circuito de canopy | 387 |
| Tabla 124 - Total de equipo para cuerdas altas..... | 388 |
| Tabla 125 - Bases para cuerdas altas | 389 |
| Tabla 126 - Circuito de Cuerdas Altas | 391 |
| Tabla 127 - Equipo para péndulo..... | 393 |
| Tabla 128 - Requerimientos para el diseño del péndulo | 393 |
| Tabla 129 - Equipo de Apoyo para Pendulo | 394 |
| Tabla 130 - Equipo para Trekking para Guías Turísticos | 398 |
| Tabla 131 - Equipo de trekking y consumibles del servicio | 399 |
| Tabla 132 - Distancia de los recorridos de trekking..... | 400 |
| Tabla 133 - Equipo para guías de senderos interpretativos | 401 |
| Tabla 134 - Consumibles del senderismo..... | 401 |
| Tabla 135 - Equipo de apoyo en senderismo | 402 |
| Tabla 136 - Requerimientos de material | 403 |
| Tabla 137 - Requerimientos de material | 404 |
| Tabla 138 - Equipo del centro interpretativo | 411 |
| Tabla 139 - Equipo para prestación del servicio de vivero | 417 |
| Tabla 140 - Bolsas para dormir. Servicio Camping..... | 423 |
| Tabla 141 - Iluminación ecológica. Servicio Camping | 424 |
| Tabla 142 - Consumibles servicio de camping | 425 |
| Tabla 143 - Equipo e insumos para el Alojamiento | 427 |
| Tabla 144 - Consideraciones generales de la SCAPT..... | 432 |
| Tabla 145 - Características de Cisterna..... | 433 |
| Tabla 146 - Mobiliario e infraestructura de kiosco | 435 |
| Tabla 147 - Insumos para limpieza y mantenimiento..... | 438 |
| Tabla 148 - Características de cuerda de canopy | 441 |
| Tabla 149 - Equipos e Insumos servicio de seguridad | 442 |
| Tabla 150 - Equipo para servicios administrativos | 444 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 151 - Cuadro de proximidad..... | 454 |
| Tabla 152 - Cuadro de motivos..... | 454 |
| Tabla 153 - Hoja de análisis de actividades relacionadas | 456 |
| Tabla 154 - Pictogramas Atractivos Naturales..... | 467 |
| Tabla 155 - Pictogramas de actividades turísticas | 468 |
| Tabla 156 - Pictogramas de servicios de apoyo | 468 |
| Tabla 157 - Pictogramas de restricción..... | 469 |
| Tabla 158 - Código de colores para depósitos de recolección de residuos | 478 |
| Tabla 159 - Inversiones operativas | 502 |
| Tabla 160 - Inversiones generales | 505 |
| Tabla 161 - Cronograma de investigación y estudios previos | 508 |
| Tabla 162 - Investigación y estudios previos | 508 |
| Tabla 163 - Documentación del modelo | 509 |
| Tabla 164 - Alimentación en capacitaciones inicial del modelo..... | 509 |
| Tabla 165 - Alimentación en capacitación para colaboradores | 510 |
| Tabla 166 - Administración del proyecto..... | 510 |
| Tabla 167 - Total de inversión fija intangible | 510 |
| Tabla 168 - Monto total de la inversión | 511 |
| Tabla 169 - Costeo Directo | 513 |
| Tabla 170 - Costo fijo canopy, cuerdas altas y péndulo: Recurso humano..... | 514 |
| Tabla 171 - Costo fijo canopy, cuerdas altas y péndulo: Depreciación | 514 |
| Tabla 172 - Costo variable: mantenimiento de infraestructura | 515 |
| Tabla 173 - Costo variable: Mantenimiento de equipo de protección..... | 515 |
| Tabla 174 - Costo variable péndulo: consumo eléctrico | 516 |
| Tabla 175 - Costo fijo mirador panorámico: Mantenimiento de infraestructura..... | 516 |
| Tabla 176 - Costo fijo mirador panorámico: Depreciación..... | 516 |
| Tabla 177 - Costo fijo montañismo y senderismo: Recurso Humano..... | 517 |
| Tabla 178 - Costo fijo montañismo y senderismo: Depreciación..... | 517 |
| Tabla 179 - Costo variable: Mantenimiento de senderos y equipo..... | 517 |
| Tabla 180 - Costo fijo Centro interpretativo: Recurso Humano | 518 |
| Tabla 181 - Costo fijo Centro interpretativo: Depreciación | 518 |
| Tabla 182 - Costo variable Centro interpretativo: Mantenimiento y limpieza | 518 |
| Tabla 183 - Costo variable Centro Interpretativo: Energía eléctrica | 518 |
| Tabla 184 - Costo fijo vivero: Recurso Humano | 519 |
| Tabla 185 - Costo fijo vivero: Depreciación | 519 |
| Tabla 186 - Costo variable vivero: Mantenimiento..... | 519 |
| Tabla 187 - Costo variable vivero: Energía eléctrica | 519 |
| Tabla 188 - Costo fijo camping: Recurso Humano | 520 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 189 - Costo fijo camping: Depreciación | 520 |
| Tabla 190 - Costo variable camping: Mantenimiento..... | 520 |
| Tabla 191 - Costo fijo alojamiento: Depreciación..... | 521 |
| Tabla 192 - Costo variable alojamiento: Mantenimiento y limpieza..... | 521 |
| Tabla 193 - Costo variable alojamiento: Energía eléctrica | 521 |
| Tabla 194 - Total de costos operativos | 522 |
| Tabla 195 - Costo fijo administrativos: Recurso Humano..... | 522 |
| Tabla 196 - Costo fijo administrativo: Depreciación..... | 523 |
| Tabla 197 - Costo fijo administrativo: Amortización | 523 |
| Tabla 198 - Costos Fijo administrativo: Otros | 523 |
| Tabla 199 - Costo variable administrativo: Agua potable | 523 |
| Tabla 200 - Costo variable administrativo: Energía eléctrica..... | 523 |
| Tabla 201 - Consumo anual de energía eléctrica | 524 |
| Tabla 202 - Costo variable administrativo: Viáticos | 524 |
| Tabla 203 - Costo variable administrativo: Papelería y útiles de oficina..... | 524 |
| Tabla 204 - Costo variable administrativo: Botiquín primeros auxilios | 524 |
| Tabla 205 - Costo variable administrativo: Mantenimiento de señalización | 525 |
| Tabla 206 - Costo variable: Manejo de residuos sólidos y limpieza de fosa séptica..... | 525 |
| Tabla 207 - Costo variable administrativo: Recuso humano temporal | 525 |
| Tabla 208 - Total de costos administrativos..... | 525 |
| Tabla 209 - Costo de comercialización: Material publicitario..... | 526 |
| Tabla 210 - Costo de comercialización: Publicidad | 526 |
| Tabla 211 - Costos totales de comercialización..... | 526 |
| Tabla 212 - Total de costos fijos y variables del modelo | 527 |
| Tabla 213 - Costos anuales proyectados..... | 527 |
| Tabla 214 - Servicios turísticos de la competencia..... | 532 |
| Tabla 215 - Precio de venta de servicios turísticos para el PNCV | 533 |
| Tabla 216 - Población subsidiada | 534 |
| Tabla 217 - Proyección mensual de ingresos Año 1..... | 535 |
| Tabla 218 - Proyección anual de ingresos del parque..... | 535 |
| Tabla 219 - Costos del modelo – Año 1 | 540 |
| Tabla 220 - Costos anuales proyectados..... | 540 |
| Tabla 221 - Punto de equilibrio por servicio..... | 542 |
| Tabla 222 - servicios turísticos en Punto de equilibrio..... | 543 |
| Tabla 223 - Monto en equilibrio por servicio eco- turístico | 544 |
| Tabla 224 - Estado de resultados Año 1 de Operación | 547 |
| Tabla 225 - Estado de resultados Horizonte del Modelo | 548 |
| Tabla 226 - Flujo de Efectivo Año 1 de Operación | 549 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 227 - Flujo de Efectivo Horizonte del Modelo | 550 |
| Tabla 228 - Balance Inicial y Balance general año 1 | 551 |
| Tabla 229 - Balances generales año 2 y 3 | 552 |
| Tabla 230 - Balances generales año 4 y 5 | 553 |
| Tabla 231 - Cuadro de interpretación de la VAN | 555 |
| Tabla 232 - Rotación de activos totales | 560 |
| Tabla 233 - Rotación de activo fijo | 561 |
| Tabla 234 - Rentabilidad sobre ventas | 561 |
| Tabla 235 - Rentabilidad sobre activos | 562 |
| Tabla 236 - Rentabilidad del capital | 562 |
| Tabla 237 - Gastos de Administración | 563 |
| Tabla 238 - Gastos de Operación | 564 |
| Tabla 239 - Gastos de Comercialización | 564 |
| Tabla 240 - Razón de autonomía | 565 |
| Tabla 241 - Índice de Capital | 566 |
| Tabla 242 - Identificación de impactos ambientales. Etapa de construcción | 573 |
| Tabla 243 - Identificación de impactos ambientales. Etapa de operación | 573 |
| Tabla 244 - Variación de la calidad ambiental (V) | 575 |
| Tabla 245 - Escala de impacto Ambiental (E) | 575 |
| Tabla 246 - Gravedad del Impacto Ambiental (G) | 575 |
| Tabla 247 - Duración del Impacto Ambiental | 576 |
| Tabla 248 - Dificultad para cambiar el Impacto Ambiental (C) | 576 |
| Tabla 249 - Momento en que se manifiesta el Impacto Ambiental (M) | 576 |
| Tabla 250 - Calificaciones para la Evaluación de los Impactos Ambientales | 577 |
| Tabla 251 - VIA (Valoración de Impacto Ambiental) | 577 |
| Tabla 252 - Flujo de Efectivo Escenario Optimista | 599 |
| Tabla 253 - Evaluación Económica. Escenario Optimista | 599 |
| Tabla 254 - Ratios Financieros Clave. Escenario Optimista | 602 |
| Tabla 255 - Flujo de Efectivo Escenario Probable | 604 |
| Tabla 256 - Evaluación Económica Escenario Probable | 605 |
| Tabla 257 - Ratios Financieros Clave. Escenario Probable | 607 |
| Tabla 258 - Flujo de Efectivo Escenario Pesimista | 609 |
| Tabla 259 - Evaluación Económica. Escenario Pesimista | 610 |
| Tabla 260 - Ratios Financieros Clave. Escenario Pesimista | 612 |
| Tabla 261 - Actividades por entregable. Obra Civil | 617 |
| Tabla 262 - Actividades por entregable. Cotización | 617 |
| Tabla 263 - Actividades por entregable. Aspectos Legales | 618 |
| Tabla 264 - Actividades por entregable. Coordinación | 618 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 265 - Actividades por entregable. Cierre..... | 618 |
| Tabla 266 - Duración de la ADP del Proyecto | 619 |
| Tabla 267 - Datos Red CPM-PERT | 619 |
| Tabla 268 - Ruta Crítica de la Red..... | 621 |
| Tabla 269 - Tipo de Organización Funcional | 623 |
| Tabla 270 - Parámetros de evaluación de la organización del proyecto | 624 |
| Tabla 271 - Evaluación de Criterios | 624 |
| Tabla 272 - Funciones del gerente del Proyecto | 626 |
| Tabla 273 - Funciones del Jefe Administrativo del Proyecto | 627 |
| Tabla 274 - Funciones del Jefe de Operaciones del Proyecto | 627 |

INTRODUCCIÓN

El auge y el desarrollo de la industria turística nacional, ha provocado un crecimiento sostenido del sector durante los últimos 10 años, situación que ha incrementado el volumen de ventas y la generación de divisas, empleos y mejora de la calidad de vida de las personas que desarrollan este sector económico. Por ende, el mercado turístico es cambiante y dinámico, por lo que necesita nuevas formas de realizar turismo y dejar de lado la idea de realizar un viaje, para ser transformada en la idea de vivir una experiencia novedosa y diferente. En aras de lo anterior y previendo los índices de aumento del crecimiento turístico, es necesario aprovechar responsablemente los recursos naturales y transformar los espacios de recreación y ocio para los turistas nacionales y extranjeros.

Es por ello que aprovechando las enormes posibilidades de crecimiento y potencial turístico del Parque Natural Cerro Verde; el presente documento muestra el trabajo de grado de ingeniería industrial que tendrá por objetivo primordial, el diseño de un modelo de gestión turística que beneficie a la sociedad, a los turistas, visitantes y al ISTU, creando las condiciones necesarias para la diversificación de las actividades y la operación del parque en forma sostenible tanto ambiental como económicamente.

En primera instancia dentro del documento se presenta el marco teórico, que introduce y define los términos que se relacionan de manera directa al turismo y a la gestión que se desarrolla respecto a este, además se incluye el marco legal, donde se detallan leyes, política y normativas que rigen al desarrollo del eco-turismo en un área natural protegida; así como los antecedentes del turismo a nivel mundial y las estadísticas que reflejan la situación actual, según el máximo organismo rector de la materia, la Organización Mundial de Turismo (OMT); posteriormente se detalla el contexto nacional, los índices que describen el desarrollo del turismo en el país, la importancia del crecimiento de este sector y la modalidad turística a tratar en la investigación. Al realizar el diagnóstico de la situación actual, se pormenoriza las características del Parque Natural Cerro Verde y se determinan los hallazgos en las principales áreas de interés, lo que procede a definir estrategias de solución que son resultado de un análisis FODA.

La etapa de diseño de la solución muestra el diseño sistemático de un modelo de gestión turístico basado en la sostenibilidad ambiental y económica, encausado también en las buenas prácticas de turismo sostenible, que brindan oportunamente un desarrollo responsable y en armonía con la naturaleza y el entorno del parque.

El modelo de gestión está basado en 5 componentes claves que aseguran el desarrollo del producto turístico, la sostenibilidad tanto ambiental como económica y garantizan la mejor experiencia para el turista y visitante. El modelo inicia con el componente estratégico que define la razón de ser del parque y la visión de futuro, además plantea las estrategias del modelo y sienta la base para el resto de componentes; Posteriormente se desarrolla el componente organizativo que le da vida a las estrategias declaradas a través de técnicas organizativas que establecen el desarrollo del modelo y crea las bases para la creación de puestos y funciones claves del PNCV. Pero nada de lo anterior puede mantenerse vigente sino se integra a las personas y los recursos, por lo que el tercer componente del modelo define la metodología del desarrollo de las capacitaciones y la

integración del personal al modelo; ahora bien la diversificación y mejora de servicios, así como su operación, recae sobre el componente operativo, que dinamiza la labor del parque y da la pautas para que los gestores del modelo definan con claridad el propósito de los procesos y procedimientos que aseguran la calidad en el servicio y la mejora continua de los mismos, a través de manuales operativos que clarifican la visión y encausan los objetivos planteados. Finalmente, el modelo debe buscar trascender y controlar los procesos por medio de indicadores clave de desempeño, también el componente brinda las pautas para el control de los servicios tercerizados y los canales autorizados por el modelo para generar la retroalimentación necesaria y las acciones correctivas que garanticen que el modelo se mantendrá vigente en el tiempo, supliendo las necesidades de turistas y visitantes.

El documento además muestra los rubros de inversión en que el modelo debe incurrir para poner en marcha las propuestas establecidas en etapas anteriores; la inversión se divide en tangible e intangible, además de capital de trabajo necesario para empezar las operaciones del modelo. Es evidente que, al operar y mantener el modelo vigente, poseerá costos que deben identificarse correctamente, además del sistema de costeo que el modelo utilizará para manejar la estructura de costos que deberá analizarse constantemente para identificar oportunidades de mejora. Posteriormente se encuentra el presupuesto de ingresos y egresos, el cual está basado en las proyecciones realizadas y en las perspectivas de crecimiento del rubro turístico nacional, es posible identificar los servicios que mayor cantidad de ingresos generan y los costos que aportan al PNCV, estos costos están identificados como administrativos, operativos y de comercialización; también se analiza el punto de equilibrio tanto en unidades monetarias como en cantidad de servicios prestados.

Conociendo el comportamiento de modelo, es evidente que se deba inferir en el futuro cercano de las operaciones propuestas, por lo que se desglosan los principales estados financieros proforma, que consisten en el estado de resultados, el flujo de efectivo y los balances generales, tanto el inicial como el de fin de período. Luego el documento desglosa las evaluaciones del proyecto, en donde es posible identificar los aspectos claves que pueden mejorarse del modelo tanto la perspectiva económica y financiera, como de la perspectiva social y ambiental. Posteriormente se presentan un análisis de sensibilidad pormenorizado que identifica la vulnerabilidad del modelo ante diferentes situaciones a las que se pudiera enfrentar.

Finalmente se presentan los lineamientos para la administración del proyecto, la cual es clave en el desarrollo y éxito del modelo, ya que en gran medida de la correcta ADP depende el correcto funcionamiento y puesta en marcha del modelo.

OBJETIVOS DEL MODELO

General

Diseñar un Modelo de Gestión Turística para el Parque Natural Cerro Verde, que administre la diversificación de nuevos productos turísticos y optimice la utilización de los recursos económicos, humanos y naturales, basándose en la sostenibilidad económica y ambiental.

Específicos

- Realizar un estudio de diagnóstico que permita analizar la situación actual del Parque Natural Cerro Verde e identificar las oportunidades de mercado y existencia de un segmento de la población que busca satisfacer sus necesidades de ocio y turismo y así establecer oportunidades de mejora y diversificación del producto turístico.
- Identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que posee el parque y diseñar estrategias y acciones estratégicas que encaminen el éxito del modelo de gestión turística, además de que sirvan de base para la creación de la misión, visión, valores y pilares de cultura del PNCV.
- Crear una propuesta de prestación, diversificación y mejora de servicios ecoturísticos de montaña, con el propósito de crear valor al producto turístico, además de atraer turistas y visitantes a las instalaciones del PNCV e incrementar los ingresos del mismo, manteniendo el recurso natural en óptimas condiciones mediante el análisis de capacidad de carga del parque.
- Diseñar una serie de indicadores que permitan medir los resultados obtenidos en cada uno de los componentes del Modelo de Gestión Turística, a partir de los cuales se obtendrán parámetros para la evaluación y control de los resultados y de tal manera determinar las acciones correctivas de las desviaciones encontradas.
- Conocer el resultado de la evaluación económica, financiera, social y ambiental, con el fin de potenciar los aspectos positivos y disminuir las áreas negativas encontradas en los resultados de la evaluación.
- Determinar el monto total de la inversión requerida y los costos necesarios para la ejecución del modelo de gestión turística y su respectiva administración, con el propósito de obtener una base que permita gestionar su financiamiento y al mismo tiempo realizar evaluaciones a través del análisis de los factores económicos, medio ambientales, sociales y de género con el fin de determinar la sostenibilidad económica y ambiental del modelo.
- Presentar la administración del proyecto en todas sus fases e identificar los tiempos de ejecución, con el propósito de definir el tiempo en que se pondrá en marcha el modelo y el costo de su ejecución.

ALCANCES Y LIMITACIONES

Alcances

- El estudio comprende el diseño de un modelo de gestión turística que beneficie la diversificación de los productos turísticos emanados del Parque Natural Cerro Verde, además de favorecer la sostenibilidad económica y del medio ambiente.
- El diseño del modelo de gestión turística está enfocado en la diversificación de los atractivos eco-turísticos de montaña.
- El estudio comprende la creación de un modelo de gestión turística, la implantación del modelo de gestión y la prueba piloto quedaran a entera responsabilidad del Instituto Salvadoreño de Turismo.
- Se pretende presentar una propuesta de plan operativo para las actividades ecoturísticas, que esté contenido dentro del modelo de gestión, sustentado a través de manuales administrativos.
- El estudio contempla la propuesta de la temática de las capacitaciones a impartir al personal del Parque, basadas en Normas Técnicas Salvadoreñas en el área de turismo.
- Para la determinación de la capacidad de carga del parque, se hará en base a una metodología probada internacionalmente, la cual no sustituye la necesidad de un estudio de impacto ambiental que corrobore el planteamiento de esta investigación.

Limitaciones

- Los resultados del modelo de gestión turística dependerán del grado en que la contraparte (ver Anexo A) haga un uso óptimo del mismo.
- La necesidad de estudios de soporte que validen las propuestas realizadas como productos de desarrollo de investigación del estudio, en las áreas de infraestructura y de medio ambiente.
- La limitada información estadística específica sobre el ingreso y el uso de instalaciones y los servicios prestados tanto a los turistas extranjeros como nacionales.
- La dificultad a la hora de agendar las entrevistas con la gerencia de parques, la gerencia de proyectos y la dirección ejecutiva, debido a la disponibilidad de tiempo de los representantes de estas áreas funcionales del ISTU.
- Inexistencia de procesos y procedimientos debidamente documentados sobre la gestión del Parque Natural Cerro Verde.

JUSTIFICACIÓN

La realización de esta investigación busca solucionar la necesidad percibida por las autoridades del Instituto Salvadoreño de Turismo, de contar con un modelo de gestión para el Parque Natural Cerro Verde que conjugue adecuadamente las variables de la operación turística desde el área gubernamental, es decir un modelo que sea capaz de diversificar el producto turístico y que a la vez brinde la forma de operación de los atractivos turísticos diversificados teniendo como premisa básica la sostenibilidad ambiental y económica que asegure su operación en el tiempo; todo lo anterior creando el ambiente adecuado para explotación del potencial eco-turístico de la zona.

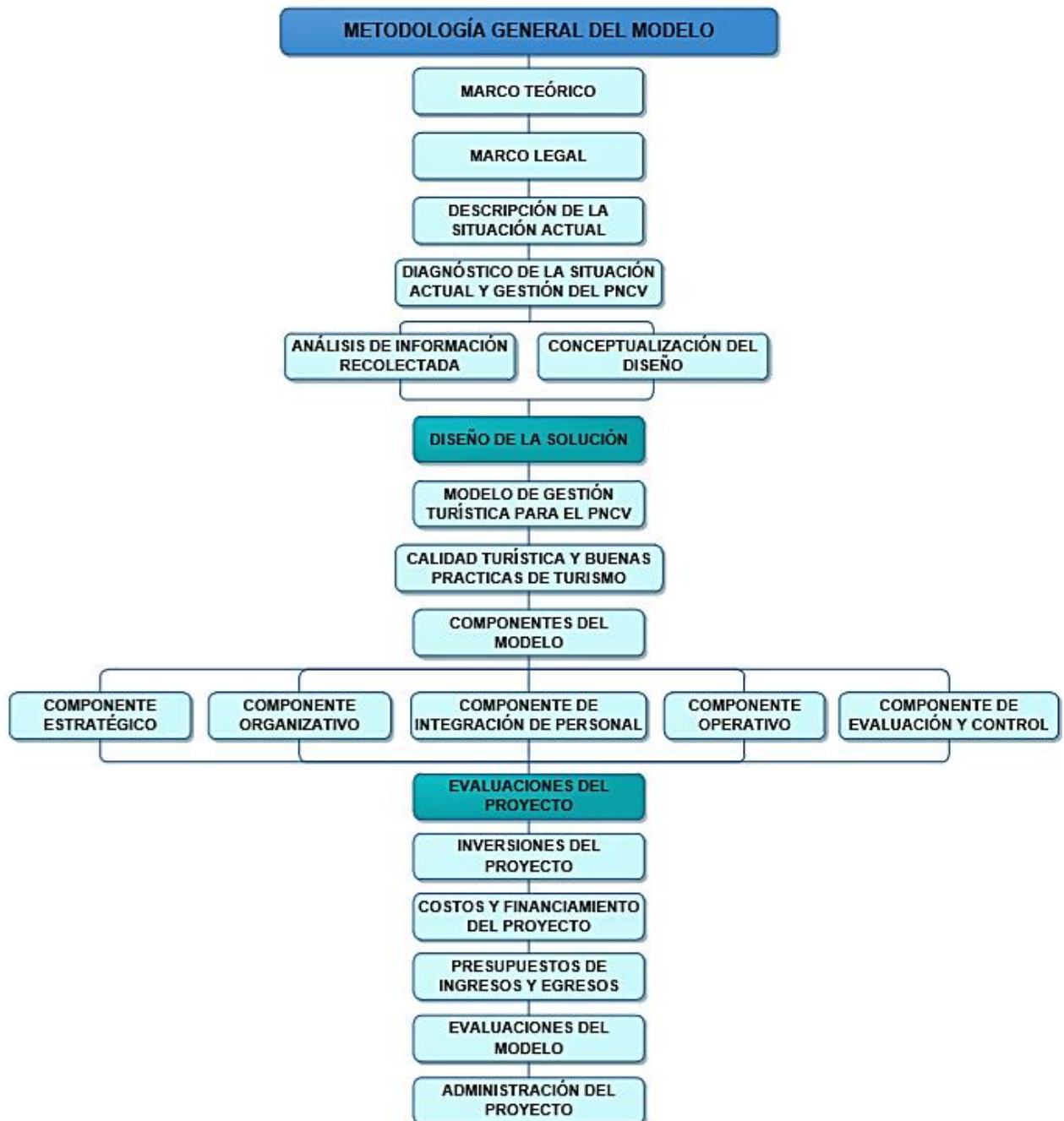
La creación de un modelo de gestión turística desde la perspectiva de la ingeniería industrial, pretende dar solución a la problemática planteada de ¿Cómo mejorar la gestión turística para la diversificación y operación de los productos turísticos del Parque Natural Cerro Verde, aprovechando su potencial eco-turístico y basándose en los principios de sostenibilidad ambiental y económica?, en forma eficiente y con un enfoque de sistemas que involucre a todos los actores interesados en la realización de esta investigación; lo que justifica el interés de los investigadores de poner al servicio de la sociedad las técnicas y conocimientos adquiridos durante la formación académica y así dejar un producto que sea útil para responder de forma eficiente y eficaz la interrogante arriba descrita.

El desarrollo de ésta investigación gira en dos ejes principales que causarían un impacto positivo en la operación del parque: Primero, la optimización de la gestión turística del parque, que permita elevar la eficiencia en la operación del mismo y también crear las condiciones para que los nuevos servicios propuestos satisfagan las necesidades de los potenciales clientes, brindando aquellos productos y servicios que demanda y ofreciéndolos con calidad y eficiencia, para que el Parque Natural Cerro Verde se vuelva un destino eco-turístico obligado tanto para los visitantes y turistas extranjeros, como para los nacionales, sin perder la premisa básica del ISTU de que los servicios y los Parques Recreativos están para brindar sano y económico esparcimiento a los sectores nacionales con menor capacidad adquisitiva.

Segundo, el componente de la sostenibilidad económica y ambiental, con la imperiosa necesidad de proteger y cuidar los recursos naturales con los que cuenta el país, crear un modelo de gestión que amalgame el desarrollo económico y la sostenibilidad ambiental, se vuelve primordial para conservar el atractivo turístico en el tiempo y legado a las futuras generaciones, por lo que velar porque no sea sobrepasada la capacidad de carga del parque y operar de forma adecuada los recursos naturales es parte fundamental de esta investigación.

También el hecho de crear las condiciones para que el parque sea auto-sostenible económicamente, es asunto de esta investigación, con el fin de que el parque no sea una carga económica para la gestión administrativa y financiera del ISTU. Con todo lo anterior queda debidamente sentadas las bases de la importancia de la realización de esta investigación y el impacto que generarían los resultados que de ella se pretenden obtener.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN





CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO



1.1 GESTIÓN

1.1.1 Definición

Del latín *gestiō*, el concepto de *gestión* hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que *gestionar* es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

La noción de *gestión*, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La *gestión* es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio.¹

1.1.2 Relación entre gestión y administración

En términos generales los conceptos de administración, gerencia y *gestión*, son sinónimos a pesar de los grandes esfuerzos y discusiones por diferenciarlos. En la práctica se observa que el término *Gestión* (en el vocablo inglés *management*)² es traducido como administración pero también como gerencia.

En algunos países la administración está más referida a lo público y la gerencia a lo privado. En los libros clásicos se toman como sinónimos administración y gerencia.

Lo esencial de los conceptos administración, *gestión* y gerencia está en que los tres se refieren a un proceso de "planear, organizar, dirigir, evaluar y controlar" como lo plantea H. Fayol al principio del siglo o Koontz.³

1.1.3 Tipos de gestión

a) Gestión social:

Es un proceso completo de acciones y toma de decisiones, que incluye desde el abordaje, estudio y comprensión de un problema, hasta el diseño y la implementación de las propuestas. De acuerdo al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), en Jalisco, México; la *gestión social* es un proceso completo de acciones y toma de decisiones, que incluye desde el abordaje, estudio y comprensión de un problema, hasta el diseño y la puesta en práctica de propuestas. El proceso requiere de un aprendizaje conjunto y continuo para los grupos sociales, que les permite incidir en el diseño de las políticas públicas. Se trata, en definitiva, de la construcción de un espacio de relación social y vínculos de relacionamiento institucional, que se logra mediante un conjunto de acciones. De esta forma, la *gestión social*

¹ (Serrano, 2009)

² Técnica de dirección y gestión de empresas.

³ (Lluch, 1998, p. 35)

se constituye como un canal mediante el cual la comunidad actúa con espíritu emprendedor para promover un cambio social. Para su éxito, es necesario reforzar los lazos comunitarios y trabajar por la recuperación de la identidad cultural y de los valores colectivos de la sociedad en cuestión. Al sujeto que cuenta con capacidad de coordinación y de negociación tanto dentro de su propia organización como fuera de ella, se lo conoce como gestor social.⁴

b) Gestión de proyectos:

Es la disciplina que se encarga de organizar y de administrar los recursos de manera tal que se pueda concretar todo el trabajo requerido por un proyecto dentro del tiempo y del presupuesto definido. El primer desafío para la gestión de proyectos es alcanzar la meta del proyecto, y los objetivos dentro de las limitantes conocidas. Las limitantes o restricciones primarias son el alcance, el tiempo, la calidad y el presupuesto. El desafío secundario, y el más ambicioso de todos, es optimizar la asignación de recursos de las entradas necesarias e integrarlas para alcanzar los objetivos predefinidos. Existen muchos más limitantes que dependen de la naturaleza del proyecto, de seguridad, relacionadas con el medio ambiente, relacionados con la oportunidad de negocio y otras muchas de tipo estratégico de compañía. El éxito de un proyecto se corresponde con la consecución de los objetivos de plazos, coste, tiempo, calidad o alcance y otros dentro de la estrategia de la compañía.⁵

c) Gestión ambiental:

Es el conjunto de diligencias dedicadas al manejo del sistema ambiental en base al desarrollo sostenible la gestión ambiental es la estrategia a través de la cual se organizan las actividades antrópicas una adecuada calidad de vida. Se denomina gestión ambiental o gestión del medio ambiente al conjunto de diligencias conducentes al manejo integral del sistema ambiental. Dicho de otro modo, e incluyendo el concepto de desarrollo sostenible o sustentable; es la estrategia mediante la cual se organizan las actividades antrópicas que afectan al medio ambiente, con el fin de lograr una adecuada calidad de vida, previniendo o mitigando los problemas ambientales. La gestión ambiental responde al "cómo hay que hacer" para conseguir lo planteado por el desarrollo sostenible, es decir, para conseguir un equilibrio adecuado para el desarrollo económico, crecimiento de la población, uso racional de los recursos y protección y conservación del ambiente. Abarca un concepto integrador superior al del manejo ambiental: de esta forma no sólo están las acciones a ejecutarse por la parte operativa, sino también las directrices, lineamientos y políticas formuladas desde los entes rectores, que terminan mediando la implementación⁶

⁴ (*El nuevo modelo de gestión*, s. f.)

⁵ (Witzel, 2003)

⁶ (*Gestión ambiental*, 2004)

d) Gestión estratégica:

El proceso de administración estratégica, dinámico por naturaleza, está formado por el conjunto de compromisos, decisiones y actos que la empresa necesita llevar a cabo para alcanzar la competitividad estratégica y obtener utilidades superiores al promedio.

Se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos. Como lo sugiere esta definición, la administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo y los sistemas de información, para lograr el éxito de una organización.

Es un conjunto de decisiones y acciones administrativas que determinan el rendimiento a largo plazo de una corporación. Incluye el análisis ambiental (tanto interno como externo), la formulación de la estrategia (planificación estratégica o a largo plazo), implementación de la estrategia, así como la evaluación y el control

e) Gestión gerencial:

Es el conjunto de actividades orientadas a la producción de bienes (productos) o a la prestación de servicios (actividades especializadas) dentro de organizaciones.

La gestión gerencial es, precisamente, el proceso que consiste en guiar a las divisiones de una empresa hacia los objetivos fijados para cada una de ellas, mediante planes y programas concretos para asegurar el correcto desarrollo de las operaciones y de las actividades (planeamiento táctico), posibilitando que sus miembros contribuyan al logro de tales objetivos y controlando que las acciones se correspondan con los planes diseñados para alcanzarlos.

f) Gestión financiera:

Se denomina gestión financiera (o gestión de movimiento de fondos) a todos los procesos que consisten en conseguir, mantener y utilizar dinero, sea físico (billetes y monedas) o a través de otros instrumentos, como cheques y tarjetas de crédito. La gestión financiera es la que convierte a la visión y misión en operaciones monetarias. La forma que adopta la estructura de una empresa tiene que ver, con su tamaño. Si la empresa es grande, la importancia del tema financiero es determinante, entonces se incluirá en el organigrama la función de un gerente financiero o *gerente administrativo-financiero*. El gerente financiero es aquella persona que pone en gestión financiera las decisiones enunciadas en la estrategia, a partir de la visión y misión de la empresa. Esta es su función como gerente y estratega.

g) Gestión pública:

Administración pública comprende el conjunto de organizaciones públicas que realizan la función administrativa y de gestión del Estado y de otros entes públicos con personalidad

jurídica, ya sean de ámbito regional o local. Por su función, la Administración Pública pone en contacto directo a la ciudadanía con el poder político, «satisfaciendo» los intereses públicos de forma inmediata, por contraste con los poderes legislativo y judicial, que lo hacen de forma mediata. Se encuentra principalmente regulada por el poder ejecutivo y los organismos que están en contacto permanente con el mismo. Por excepción, algunas dependencias del poder legislativo integran la noción de «Administración pública» (como las empresas estatales), a la vez que pueden existir juegos de «Administración General» en los otros cuatro poderes o en organismos estatales que pueden depender de alguno.

h) Gestión turística:

La gestión turística es el proceso de guiar y administrar los productos, destinos y empresas turísticas, entorno a los objetivos planteados para su funcionamiento y que se basan en la planificación, organización, administración y control de los procesos y diligencias, que involucran desde la operación hasta la sostenibilidad de los atractivos y destinos turísticos. La gestión turística bien aplicada, responde a las interrogantes de ¿Cómo hay que hacer? Para llevar a buen término los objetivos planteados y ¿de qué forma se debe operar? Los destinos y atractivos turísticos para que sean sostenibles tanto económica como ambientalmente.

— Características de la gestión turística⁷

Para que el desempeño de la gestión turística sea eficiente debe de cumplir ciertas características, como son: Ser sistemática, analítica y cuantitativa. A continuación se verán estas características:

Sistemática:

Consiste en un método específico y con frecuencia, secuencial para abordar un problema, suministrar información para tomar una decisión o mejorar la eficiencia operacional del producto turístico.

Analítica:

En primer lugar, teniendo en cuenta la sistematización y la cuantificación es necesaria para tratar cada aspecto de la situación y para alcanzar un resultado final. En segundo lugar, someten situaciones complejas a un examen severo y sistemático y las revuelven dentro de sus elementos claves.

Cuantitativa:

Parte de la eficacia de la gestión empresarial y estratégica y se mide en términos numéricos o financieros. La mayor parte de las decisiones de la gestión turística encierra factores en materia de sostenibilidad ambiental y financiera, y por ello los informes de rendimiento, los

⁷ (López, Girón, & Ramírez Figueroa, 2005, p. 14)

pronósticos, los planes, los controles están apoyados en valores monetarios que sirven para comparar los resultados con los presupuestos o las metas establecidas.

i) Gestión sostenible⁸:

Es la gestión que cumple los principios del desarrollo sostenible. La sostenibilidad es una forma de desarrollo que permite suplir la demanda y los requerimientos actuales, sin que esto implique que generaciones futuras corran el peligro de no poder satisfacer su propia demanda. En este contexto, la gestión sostenible implica el comportamiento consciente y firme de una determinada organización con el fin de obtener, en la medida de lo posible, a medio y largo plazo, un balance general positivo de sus acciones en los sectores económicos, ambiental y social, tanto desde la perspectiva microeconómica, como del conjunto de la sociedad. La gestión sostenible está dirigida a la mejora del desempeño ambiental, social y económico de las organizaciones, esto es a la mejora de su desempeño en sostenibilidad. De esta forma, las empresas y otras organizaciones que integran la gestión sostenible en su actividad pueden ser agentes activos en la construcción del desarrollo sostenible de la sociedad.

— Características de un Sistema de Gestión Sostenible

Entre las principales características de un sistema de gestión sostenible podemos destacar:

1. Proceso de mejora continua.

El modelo del sistema de gestión sostenible que se ha implementado sigue un modelo de gestión “Planificar-Hacer-Verificar-Actuar” (ciclo PHVA) y es un proceso de mejora continua.

2. Compromiso y liderazgo de la dirección.

El ciclo PHVA es un proceso constante e iterativo que permite que una organización desarrolle e implemente su Política de Sostenibilidad con base en el liderazgo y el compromiso de la alta dirección con el sistema de gestión sostenible. Poner en marcha un SGS es un esfuerzo conjunto de la organización que debe integrarse en la forma de trabajar de la misma, por lo que necesita apoyo al máximo nivel.

3. Participación y comunicación.

Todo el proceso de puesta en marcha del sistema de gestión sostenible debe realizarse de forma participativa y favoreciendo la comunicación con las partes interesadas.

4. Transparencia y divulgación pública.

Esto se garantiza mediante la publicación del informe de sostenibilidad

⁸ (Guía Gestión de Sostenibilidad EMAS^{plus}, 2006)

1.1.4 El proceso de gestión⁹

En el proceso tradicional de gestión se identifican las funciones de planificar, organizar y controlar que se vinculan entre sí mediante la función de liderar. La planificación determina que resultados ha de lograr la organización; la organización especifica cómo se lograrán los resultados planificados, y el control comprueba si se han logrado o no los resultados previstos.

a) Planificar.

Es la función de gestión que determina los objetivos de la organización y establece las estrategias adecuadas para el logro de dichos objetivos. Las funciones de organizar, dirigir y controlar se derivan de la planificación en la medida en que estas funciones llevan a la práctica las decisiones de planificación.

b) Organizar.

Una vez elaborados la estrategia, los objetivos y los planes para el logro de los objetivos, los gestores deberán diseñar y desarrollar una organización apta para el cumplimiento de los objetivos propuestos. Así pues, la función de organizar consiste en la creación de una estructura de relaciones de trabajo y de autoridad que mejore y mantenga la calidad.

c) Liderar.

La función de liderar, supone influir en los miembros de la organización para que actúen de tal modo que puedan lograrse los objetivos establecidos. Esta función de liderazgo centra directamente su atención en los empleados de la organización, ya que su propósito principal es canalizar la conducta humana hacia objetivos de la organización. Un liderazgo efectivo es de suma importancia para la organización.

d) Controlar.

Un gestor, finalmente, debe asegurarse de que el rendimiento actual de la organización se ajusta a lo planificado. La función de controlar la gestión requiere tres elementos:

- Normas definidas de rendimiento;
- Información que señale las desviaciones entre el rendimiento real y las normas definidas;
- Acción de corrección del rendimiento que no se ajuste a las normas.

Es decir, la finalidad del control de la gestión es asegurar que la organización permanezca en la senda que planeo seguir. Las cuatro funciones de la gestión han de entenderse en el contexto de la mejora y del mantenimiento de la calidad. Las funciones de la gestión se interrelacionan con la calidad y no deberían separarse de ella. El rendimiento que se logre en una de las funciones dependerá del rendimiento en las demás. Un plan demanda liderazgo, organización y control para que pueda llevarse adecuadamente a la práctica.

⁹ (Ivancevich, Lorenzi, & Skinner, 1997, p. 65)

1.1.5 La gestión del proceso administrativo¹⁰

Es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, dirección y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados en el uso de seres humanos y otros recursos. Existen cuatro elementos muy importantes que denominamos EL PROCESO ADMINISTRATIVO, extraído de la definición de administración, y que están relacionados con la gestión administrativa; sin ellos es imposible hablar de gestión administrativa.

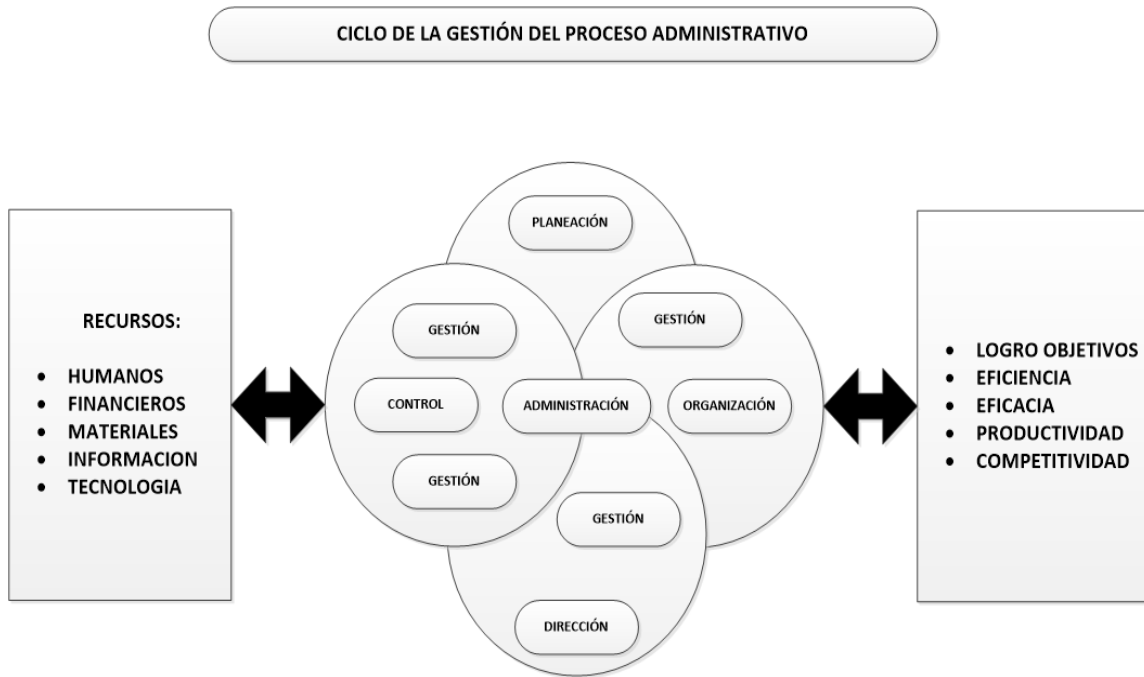


Figura 1 - El ciclo administrativo a través de la gestión

La gestión administrativa es una ACCIÓN HUMANA que depende del conocimiento de las ciencias administrativas, del arte, de las habilidades personales y del liderazgo.

1.2 SERVICIOS¹¹

A nivel económico y en el ámbito del marketing, se suele entender por servicio a un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes. De este modo, el servicio podría presentarse como un bien de carácter no material. Por lo tanto, quienes ofrecen servicios no acostumbran hacer uso de un gran número de materias primas y poseen escasas restricciones físicas. Asimismo, hay que resaltar que su valor más importante es la experiencia. Por otra parte, es necesario destacar que quienes proveen servicios integran el denominado sector terciario de la escala industrial.

¹⁰ (*Principios de Administración*, 2008, p. 35)

¹¹ (Ivancevich et al., 1997)

1.2.1 Características de los servicios¹²

Las **características** fundamentales que diferencian a los **servicios** de los bienes son cuatro: Intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y carácter perecedero.

a) Intangibilidad:

Esta característica se refiere a que los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, por tanto, tampoco pueden ser almacenados, ni colocados en el escaparate de una tienda para ser adquiridos y llevados por el comprador (como sucede con los bienes o productos físicos). Por ello, esta característica de los servicios es la que genera mayor incertidumbre en los compradores porque no pueden determinar con anticipación y exactitud el grado de satisfacción que tendrán luego de rentar o adquirir un determinado servicio. Por ese motivo, según Philip Kotler, *a fin de reducir su incertidumbre, los compradores buscan incidir en la calidad del servicio. Hacen inferencias acerca de la calidad, con base en el lugar, el personal, el equipo, el material de comunicación, los símbolos y el servicio que ven. Por tanto, la tarea del proveedor de servicios es "administrar los indicios", "hacer tangible lo intangible"*.

b) Inseparabilidad:

Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables. Por ejemplo, si una persona necesita o quiere un corte de cabello, debe estar ante un peluquero o estilista para que lo realice. Por tanto, la interacción proveedor-cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios: Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado.

c) Heterogeneidad:

O variabilidad, significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega. Por ejemplo, cada servicio que presta un peluquero puede variar incluso en un mismo día porque su desempeño depende de ciertos factores, como su salud física, estado de ánimo, el grado de simpatía que tenga hacia el cliente o el grado de cansancio que sienta a determinadas horas del día. Por estos motivos, para el comprador, ésta condición significa que es difícil pronosticar la calidad antes del consumo. Para superar ésta situación, los proveedores de servicios pueden estandarizar los procesos de sus servicios y capacitarse o capacitar continuamente a su personal en todo aquello que les permita producir servicios estandarizados de tal manera, que puedan brindar mayor uniformidad, y en consecuencia, generar mayor confiabilidad.

¹² (Bigné, Font, & Andreu, 2000, p. 45)

d) **Carácter Perecedero**

O imperdurabilidad. Se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario. Por ejemplo, los minutos u horas en las que un dentista no tiene pacientes, no se puede almacenar para emplearlos en otro momento, sencillamente se pierden para siempre. Por tanto, la imperdurabilidad no es un problema cuando la demanda de un servicio es constante, pero si la demanda es fluctuante puede causar problemas. Por ese motivo, el carácter perecedero de los servicios y la dificultad resultante de equilibrar la oferta con la fluctuante demanda plantea retos de promoción, planeación de productos, programación y asignación de precios a los ejecutivos de servicios.

Tabla 1 - Cuadro comparativo de las características básicas de productos y servicios

| PRODUCTOS | SERVICIOS |
|---|---|
| Naturaleza tangible en el lugar de compra pudiendo ser inspeccionado | Naturaleza intangible en el punto de venta y a menudo no pueden probarse |
| Se fabrican | Se prestan |
| Se producen en instalaciones a las cuales el público no tiene acceso y por tanto no participa en su producción. | Casi siempre se producen en las instalaciones del prestatario con la participación directa del cliente y de ello depende la calidad del mismo |
| Los productos se distribuyen. Se envían a los lugares en que se encuentran los consumidores | Los clientes se desplazan al lugar de la presentación |
| La compra implica la posesión indefinida y la utilización a voluntad, transferencia de la propiedad | La compra solo da derecho de uso temporal en un tiempo y lugar determinado, son intransferibles, solo de uso personal |
| Se pueden devolver si su uso no es satisfactorio | No se pueden devolver |
| Se pueden almacenar | Son perecederos |

Es importante desarrollar un esquema de clasificación de los servicios. Un esquema de categorización de los servicios tales como:

Tabla 2 - Categorías de los servicios

| CATEGORÍA | EJEMPLOS |
|---|---|
| Tipo de mercado | |
| Consumidor | Seguros de vida, reparación de autos |
| De Organizaciones | Jardinería, asesoría en gestión |
| Grado de intensidad del trabajo | |
| Basado en el trabajo | Reparaciones, reclutamiento de ejecutivos |
| Basado en el equipo | Transporte público, viajes aéreos |
| Grado de contacto con el cliente | |
| Mucho contacto | Hostelería, atención sanitaria |
| Poco contacto | Tintorería, cinemas |
| Capacitación del proveedor de servicio | |
| Profesional | Asesoría legal, servicios contables |
| No profesional | Servicios de taxis, servicio de recepción |
| Objetivo del proveedor de servicio | |
| Beneficio | Servicios financieros, Courier |
| Sin fines de lucro | Gobierno, educación |

1.3 TURISMO

1.3.1 Tipos de turismo

Evidentemente el turismo posee muchas modalidades hoy en día, por lo que conviene conocer las más representativas, con el propósito de definir coherentemente la más adecuada a la presente investigación:

a) Turismo de sol y playa:

Es el más convencional, pasivo y estacional, a veces. En El Salvador se realiza principalmente en cualquier época del año, pero existen países que debido a su ubicación geográfica, únicamente se puede practicar algunos meses al año.

b) Turismo cultural:

Es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico. Es más exigente y menos estacional.

c) Turismo rural o ecoturismo:

Se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos.

d) Turismo de salud:

Está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen espacios naturales con propiedades terapéuticas.

e) Turismo deportivo y de aventura:

Tiene como objetivo principal practicar alguna actividad vinculada al deporte, un turismo activo como puede ser surfear, montar a caballo, senderismo o cualquier otra actividad vinculada con el ejercicio.

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 todo el mundo entero existen numerosas rutas y eventos o fiestas gastronómicas.

1.3.2 Formas de turismo.

a) Turismo interno:

Es el turismo de los visitantes residentes, en el territorio económico del país de referencia.

b) Turismo receptor:

Es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia.

c) Turismo emisor:

Es el turismo de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia.

d) Turismo interior:

Es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el territorio económico del país de referencia.

e) Turismo nacional:

Es el turismo de los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país de referencia.

f) Turismo internacional:

Se compone de turismo receptor y turismo emisor.

1.3.3 Ecoturismo

Para fines prácticos de la presente investigación, el ecoturismo representa la rama turística que guía la labor de análisis, con todas sus modalidades y preceptos de conservación y sostenibilidad, por lo que es necesario presentar un apartado individual que hable a cabalidad sobre esta forma de realizar turismo.

El Turismo ecológico o ecoturismo es una nueva tendencia 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. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas, y cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio. Debido a su auge el ecoturismo ya se convirtió en el segmento de más rápido crecimiento y el sector más dinámico del mercado turístico a escala mundial. Este movimiento apareció a finales de la década de 1980, y ya ha logrado atraer el suficiente interés a nivel internacional, al punto que la ONU dedicó el año 2002 al turismo ecológico.

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES) define ecoturismo como "un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local". El genuino ecoturismo debe seguir los siguientes siete principios, tanto para quienes ofrecen los servicios como para sus beneficiarios:

- a) Minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad;
- b) Construir respeto y conciencia ambiental y cultural;
- c) Proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones;
- d) Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación;
- e) Proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local;
- f) Crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones;
- g) Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.

1.3.4 Turismo sostenible¹³

Actualmente el turismo es uno de los sectores empresariales con mayor crecimiento en el mundo, tanto así que en muchos países se ha convertido en uno de los principales impulsores de desarrollo. Sin embargo, así como puede ser ampliamente beneficioso, también podría llegar a causar grandes daños si no es manejado adecuadamente, ya que puede afectar la riqueza del patrimonio natural y cultural de cualquier país, entendiendo el patrimonio como el conjunto de bienes muebles, inmuebles, y manifestaciones culturales que sintetizan y manifiestan la historia y la identidad de una nación. Como construcción social todo aquello que es considerado patrimonio obliga a la comunidad a conservarlo y transmitirlo a futuras generaciones.

¹³(«GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA PRESTADORES DE SERVICIOS EN TURISMO DE NATURALEZA», 2014)

En 1972 la Unesco definió el patrimonio en dos categorías:

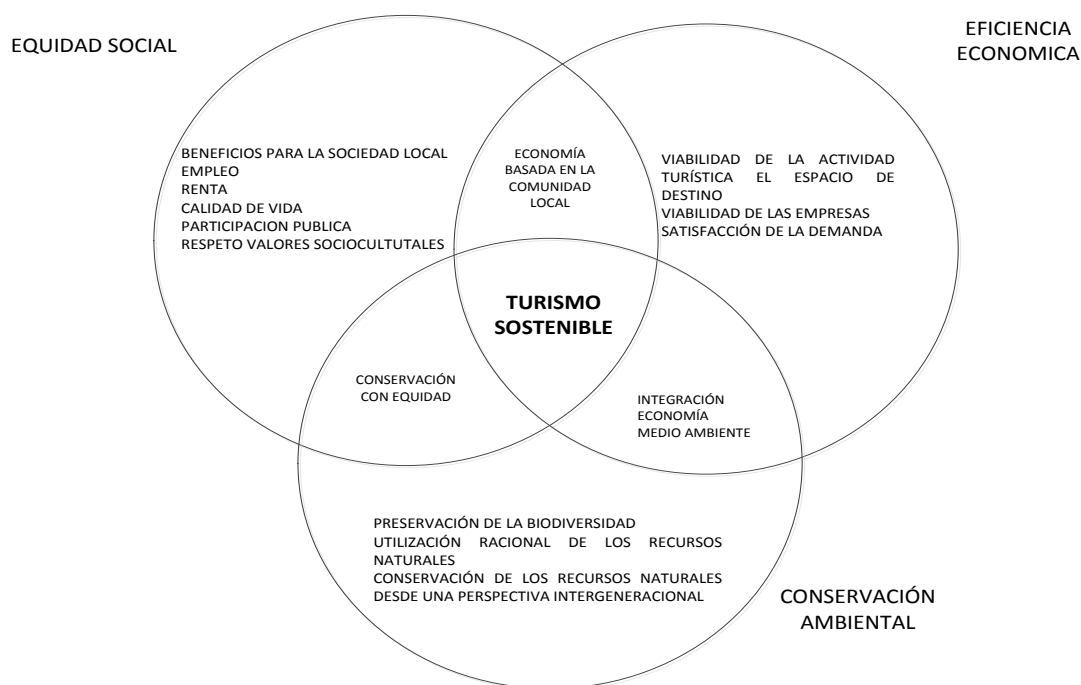
a) Patrimonio natural

Es el conjunto de elementos que conforman un paisaje; los monumentos físicos y biológicos, las formaciones geológicas, fisiográficas, las zonas que constituyan el hábitat de especies animales y vegetales y los lugares o zonas estrictamente delimitadas que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

b) Patrimonio cultural

Es el conjunto de las obras de los artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas de origen popular, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de un pueblo; también la lengua, los ritos, las creencias, los lugares, los monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas de ese pueblo

Figura 2 - Modelo conceptual del turismo sostenible¹⁴



¹⁴ («Patrimonio, turismo, museología, investigación y mucho mas: MANUAL PASO A PASO PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INTEGRADOS», s. f.)

1.3.5 Unidades básicas de turismo¹⁵

Todos los viajeros para el sistema estadístico en turismo según la OMT (Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo) se denominan visitantes. El concepto de visitante designa a toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. Los visitantes se dividen en dos categorías: Turistas y visitantes del día (excursionistas).

1.3.5.1 Turista

Persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, permaneciendo al menos una noche y no más de un año, en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

1.3.5.1 Excursionista

Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. La OMT define al visitante internacional como "toda persona que viaja, por un período no superior a doce meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado". Los visitantes internacionales incluyen turistas y visitantes del día (excursionistas). El visitante interno es "toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a doce meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de visita no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado". Los visitantes internos incluyen turistas y visitantes del día (excursionistas). Los visitantes internacionales se dividen en: turistas (visitantes que pernoctan) y visitantes del día (excursionistas).

1.3.6 Sistema turístico

El turismo es un sistema complejo en el que intervienen un conjunto de subsistemas interdependientes que ejercen funciones propias y en colaboración con los demás, que se amalgaman para satisfacer las necesidades de los turistas, generando al mismo tiempo beneficios para todos los participantes. Entre los sujetos participantes de un sistema turístico podemos mencionar:

¹⁵(Sierra Anaya & Rey Moreno, 2006)

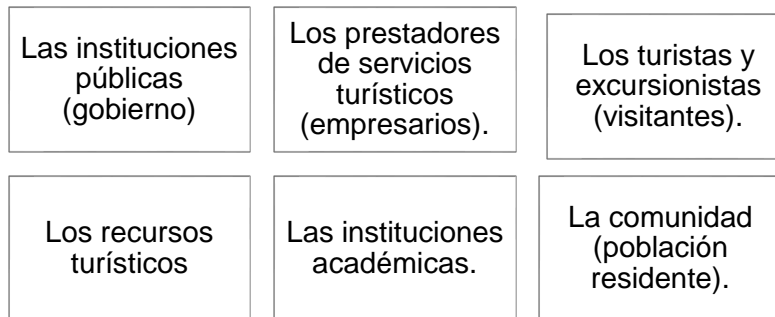


Figura 3 - Sujetos del Sistema Turístico

1.3.7 Producto¹⁶

Kotler (1993, 482; 486) define el producto como cualquier cosa que puede ofrecerse a un mercado para atención, adquisición, uso o consumo, que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares e ideas.

1.3.8 Producto turístico

Es el conjunto de bienes y servicios que se encuentran localizados en un área determinada, que se ofrecen al consumidor-turista con el propósito de satisfacer sus necesidades y deseos. En la práctica el producto turístico es una amalgama o combinación de servicios de alojamiento, restaurantes, transportes, animación, información y otras prestaciones, que integrados adopta la forma de un paquete turístico o de servicios que se le presenta al consumidor- turista para satisfacer sus necesidades.

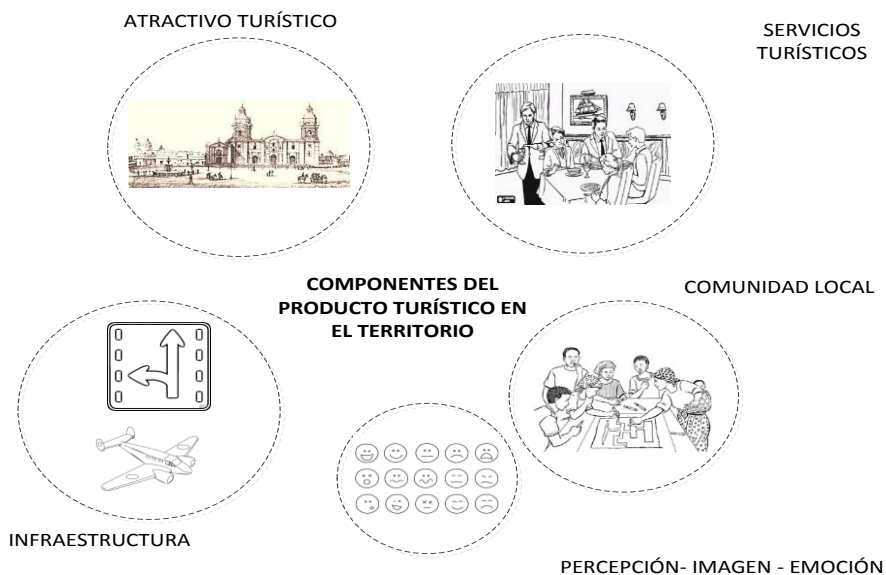


Figura 4 - Componentes del producto turístico¹⁷

¹⁶ (Sierra Anaya & Rey Moreno, 2006, p. 101)

¹⁷ («Patrimonio, turismo, museología, investigación y mucho mas: MANUAL PASO A PASO PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INTEGRADOS», s. f.)

El servicio turístico dada su naturaleza compleja de su estructuración (porque está constituido por una amalgama de prestaciones compuestas de elementos tangibles e intangibles), además de las características generales de los servicios se distinguen los productos turísticos por los siguientes aspectos, Muñoz, O. (1994,180t)

- a) Fuerte dependencia de la estacionalidad.
- b) Las satisfacciones que proporcionan son muy temporales, y la satisfacción de una necesidad elemental lleva a aflorar otras más complejas.
- c) Cuando se solicitan muchos de los productos turísticos no pueden ser aplazados y necesitan de una inmediata atención (real y psicológica).
- d) Suelen ser flexibles, pudiéndose encontrar con relativa facilidad soluciones alternativas, a excepción de los traslados aéreos que tienen una rigidez de tipo cartel (hasta la fecha).
- e) Muchas de las relaciones cliente / empleado proveedor son de difícil supervisión, y tienden hacia una relación interpersonal.
- f) Se necesita una prestación continua en cadena (rara vez se precisan servicios sueltos) que es solicitada principalmente por clientes entendidos".
- g) El cliente exige más calidad en cualquier producto turístico que en otro tipo de servicios, quizá por las enormes expectativas que provocan aquellos.
- h) El cash-flow es alto (los ingresos llegan antes o inmediatamente después de consumido el servicio).

1.3.9 Buenas prácticas en turismo ¹⁸

Las Buenas Prácticas en Turismo son una herramienta que facilita adoptar acciones concretas que permiten orientar la gestión hacia la práctica de un turismo sostenible. Las Buenas Prácticas Turismo son las acciones que contribuyen a la conservación del patrimonio cultural y natural, el desarrollo social y económico de las comunidades y a la satisfacción de los actores implicados en el turismo. En 2008 **Rainforest Alliance** las definió como: Los medios ideales para ejecutar un proceso, implementable en todas y cada una de las áreas de gestión y operación de las empresas turísticas, las cuales permiten garantizar que la operación de los diferentes servicios y actividades se estén desarrollando con un alto grado de calidad pero produciendo el menor impacto posible, lo cual mejora la imagen de la empresa frente al cliente, su relación con el entorno y, por ende, su desempeño socioeconómico^{19b}

¹⁸ (Anaya Miriam, Cruz Karen, & Reyes Enrique, 2014)

¹⁹ («GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA PRESTADORES DE SERVICIOS EN TURISMO DE NATURALEZA», 2014)

La implementación de Buenas Prácticas de Turismo abarca los factores que se muestran a continuación:



Figura 5 - Buenas Prácticas de Turismo Sostenible

1.3.10 Capacidad de carga²⁰

Este concepto, proveniente de la ecología, donde se define como “la máxima población que puede soportar indefinidamente un determinado hábitat sin dañar de forma permanente la productividad del ecosistema del que depende esa población” (Agencia Europea de Medio Ambiente, 1998), se usa continuamente desde el punto de vista teórico pero es menos frecuente encontrarlo en investigaciones aplicadas, incluso se considera un concepto ambiguo (Johnson y Thomas, 1994). Sin embargo, el control del número de visitantes es un recurso común en espacios naturales protegidos, sitios históricos o eventos de afluencia masiva, dentro de la acepción del concepto de capacidad de carga que Mathieson y Wall (1992) identifican con el número máximo de personas que visitan un espacio sin provocar ni una inaceptable alteración del medio físico ni una inaceptable reducción en la calidad de la experiencia de los visitantes.

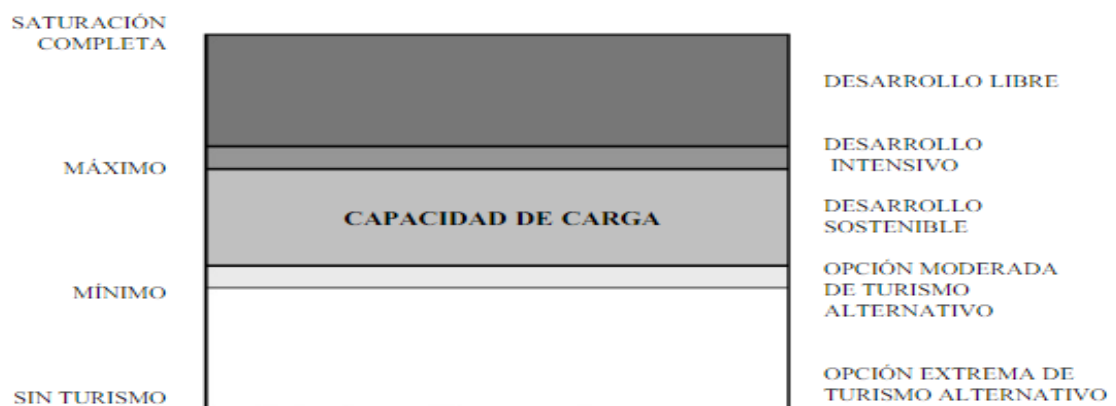


Figura 6 - Escenarios alternativos, capacidad de carga y desarrollo sostenible

²⁰ («Patrimonio, turismo, museología, investigación y mucho más: MANUAL PASO A PASO PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INTEGRADOS», s. f.)



CAPITULO II: MARCO LEGAL



2.1 LEGISLACIÓN RELACIONADA AL TURISMO NACIONAL

Para la presente investigación se ha tomado en cuenta cuatro cuerpos de ley en materia de administración del turismo y de sostenibilidad y protección ambiental, por lo cual es necesario conocer aspectos claves y trascendentales que dichos cuerpos de ley establecen y los cuales esta investigación toma como válidos para su desarrollo.

Debido al carácter sistémico de la investigación se ven involucrados una serie de elementos, que como se mencionó en el párrafo anterior deben verse a través de los cuatro cuerpos legales que sustentan esta investigación y de los entes rectores y vigilantes del turismo y de sus diferentes modalidades a nivel internacional, regional y nacional; a continuación, se muestran los aspectos más generales de los mismos y de los cuerpos legales es su versión más actualizada y práctica.

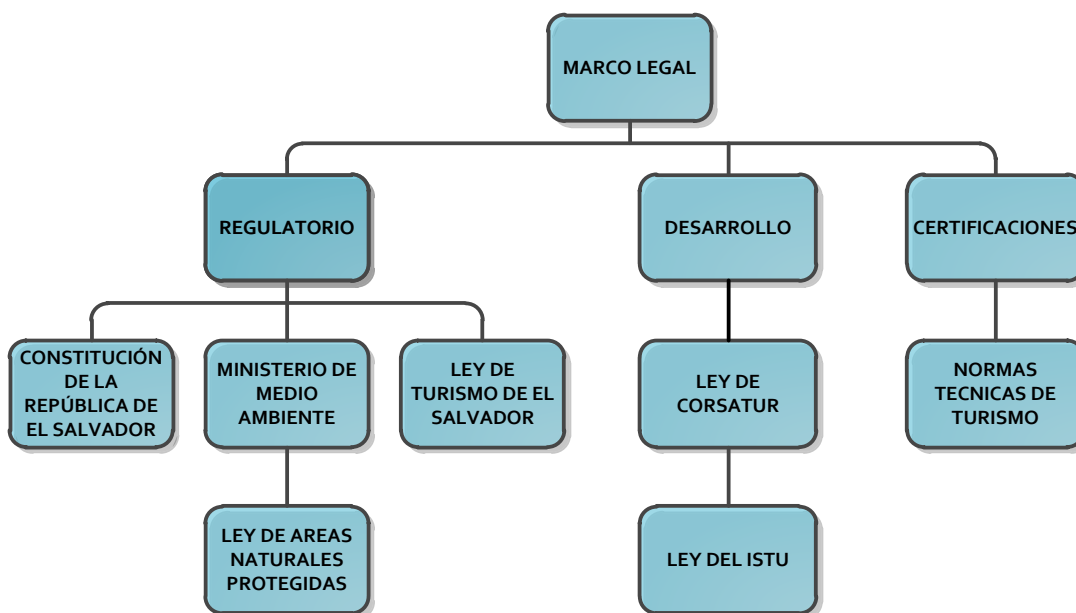


Figura 7 - Estructura de marco legal

2.1.1 Entes rectores, vigilantes y promotores del turismo.

2.1.1.1 Internacionales

A nivel internacional son varios los organismos que dirigen las políticas que rigen el turismo en todas sus modalidades, además de promover esta importante industria que genera alrededor del 9% del PIB a nivel mundial.

Los organismos internacionales que atañen a esta investigación son los siguientes:

Tabla 3 - Organismos Internacionales en materia turística

| Organismo Internacional | Aspectos relevantes |
|--|--|
| Organización Mundial de Turismo | Es un organismo internacional creado en 1975 que tiene como propósito promover el turismo. Formalmente vinculada a las Naciones Unidas desde 1976 al transformarse en una agencia ejecutiva del PNUD. En 1977 se firmó un convenio que formalizó la colaboración con las Naciones Unidas, siendo un organismo especializado del sistema de las Naciones Unidas desde 2003. Tiene su sede en Madrid (España) y cuenta con 156 estados miembros (a 1 de enero de 2015). El día mundial del turismo se celebra el 27 de septiembre, coincidiendo con la fecha de aprobación de sus estatutos. |
| Consejo Centroamericano de Turismo | Es un órgano del SICA, el cual está conformado por los ministros de turismo de los gobiernos de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá y República Dominicana. El principal objetivo de este Consejo es la facilitación y fomento del desarrollo del turismo en toda la región centroamericana, para lo cual promueve que esta industria se integre como un sector estratégico en cada país, a fin de coadyuvar al desarrollo turístico sostenible de la región. |
| Secretaría de Integración Turística Centroamericana | El Consejo Centroamericano de Turismo, tiene una oficina permanente que se denomina Secretaría de Integración Turística Centroamericana - SITCA, la cual es un apoyo gerencial y técnico para la implementación de los acuerdos del Consejo y la consecución de los programas de integración y desarrollo sostenible del turismo en Centroamérica. |

2.1.1.2 Nacionales

Entre los entes nacionales que velan por el desarrollo turístico y la promoción del país como un destino turístico emergente, está el ministerio de turismo, quien funge como el máximo ente en esta materia en el país, también está la corporación salvadoreña de turismo, la cual se encarga de la promoción externa del país y la búsqueda y generación de divisas por medio de la industria turística y por supuesto el instituto salvadoreño de turismo, que busca lo que se conoce como la promoción del turismo social, pero para fines prácticos de la presente investigación, se utilizará la tabla que se muestra a continuación:

Tabla 4 - Organismos Nacionales en materia turística.

| Organismo Nacional | Aspectos relevantes |
|--|---|
| <p>Ministerio de Turismo</p> | <p>Misión Ser organismo rector en materia turística y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo, a través de la inclusión de todos los sectores involucrados, mediante mecanismos que conlleven al desarrollo sostenible y competitivo de la industria turística, impulsando el desarrollo económico y social, que permita generar empleos dignos y mejore la calidad de vida de la población.</p> <p>Visión Convertir a El Salvador en punto de encuentro para el turismo nacional e internacional en donde los mercados emisores se identifiquen con la cultura, las costumbres, los pueblos vivos y las tradiciones salvadoreñas</p> |
| <p>Corporación Salvadoreña de Turismo</p> | <p>La Corporación tendrá como finalidad el desarrollo del sector turismo, a través de las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La promoción de los atractivos turísticos b) Llevar el Registro Nacional de Turismo, c) Llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre la actividad turística. d) Promover la privatización de las empresas y bienes inmuebles que se le adjudiquen por Ministerio de Ley. e) Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico. |
| <p>Instituto Salvadoreño de Turismo</p> | <p>Misión Promover y estimular la Recreación Familiar, Social y Excursionismo a través de su red de Parques Recreativos, brindando un servicio eficiente y de calidad para la recreación y sano esparcimiento de las familias salvadoreñas.</p> <p>Visión Ser la institución líder en recreación familiar, social y excursionismo, a través de la infraestructura de Parques recreativos que administra, satisfaciendo las necesidades de sus visitantes.</p> |

2.1.2 Constitución de la República de El Salvador.

En cuanto a la constitución de la república de El Salvador, se establecen los fundamentos de la convivencia nacional con base en el respeto a la dignidad de la persona humana, en la construcción de una sociedad más justa, esencia de la democracia y al espíritu de libertad y justicia, valores de nuestra herencia humanista. De la constitución de la república, la investigación que desarrolla el modelo de gestión turística se basa en el título V, concerniente al orden económico; de este título específicamente se basa en los artículos 101 y 102, que rezan de la siguiente manera:

Art. 101.- El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano.

El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores.

Art. 102.- Se garantiza la libertad económica, en lo que no se oponga al interés social.

El Estado fomentará y protegerá la iniciativa privada dentro de las condiciones necesarias para acrecentar la riqueza nacional y para asegurar los beneficios de ésta al mayor número de habitantes del país.

2.1.3 Ley de Turismo de El Salvador

De este cuerpo de ley, se basa para esta investigación las definiciones y el campo de aplicación de la ley, por lo que resulta ser la principal brújula legal de la presente investigación.

Objeto:

Art. 1.- 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.

2.1.4 Ley de CORSATUR

Actualmente en El Salvador el turismo constituye una de las principales fuentes de trabajo y un fuerte potencial de ingreso de divisas extranjeras; y según el decreto N°779 de la asamblea legislativa, con fecha del 25 de julio de 1996 se establece que: “es necesario crear un ente cuya finalidad sea principalmente la promoción de los sitios más atractivos del país, fomentando la inversión extranjera y nacional, coadyuvando así con las políticas ambientales del Gobierno de la República; para lo cual es indispensable asignarle los recursos correspondientes, a fin de posibilitar su creación y funcionamiento”

Finalidad

Art.2 - La Corporación tendrá como finalidad el desarrollo del sector turismo, a través de las siguientes actividades:

- a) La promoción de los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero;
- b) Llevar el registro nacional de turismo, tanto de titulares de empresas turísticas como de los incentivos legales otorgados a dichas empresas. En dicho registro se harán todas las anotaciones especiales que dispongan las leyes aplicables. como actividad complementaria a dicho registro, la corporación impulsará, coordinará y realizará un programa de identificación, clasificación, categorización, calificación y certificación de las empresas turísticas, con la colaboración de organismos, entidades o personas especializados en el tema;
- c) llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno e internacional. Asimismo, y para efectos de divulgación, realizar una publicación anual de un catálogo de oferta turística del país, conteniendo el nombre de las personas o empresas, dirección, medios de contacto y la oferta de servicios que prestan. Además, realizar todas aquellas actividades que considere necesarias para promover el turismo nacional;
- d) promover la privatización de las empresas y bienes inmuebles que se le adjudiquen por ministerio de ley, donación o cualquier otro medio lícito, cuando ello fuere de beneficio para nuestro país.
- e) fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales; los cargos asignados en dichos comités serán de carácter ad-honorem. El reglamento de esta ley regulará la constitución y operación de dichos comités.

2.1.5 Ley del ISTU

Respecto a la ley normativa del ISTU, el decreto legislativo N° 469 de directorio cívico militar, del 13 de diciembre de 1961, expresa claramente las consideraciones que dan vida al ISTU, por lo cual se considera:

- a) Que el Estado está obligado a fomentar el desarrollo industrial y cultural del país;
- b) Que uno de los medios de fomento es el turismo, no solamente por sus elevadas manifestaciones del espíritu, sino también por su aspecto económico;

- c) Que es conveniente la creación de un organismo que fomente el turismo, para lo cual es indispensable que cuente con autonomía y personería jurídica, que garantice su estabilidad y eficiencia en su labor

Objeto y funciones

Art. 2.- el instituto tendrá como finalidad la administración de los centros recreativos de su propiedad, así como de los inmuebles e instalaciones que le han sido asignados conforme a las leyes. Además, tendrá a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar, social y excursionismo, en lo que se refiere a la atracción de visitantes hacia dichos centros, coordinación de medios de transporte accesibles y otras establecidas en la ley.

El instituto hará las contrataciones adecuadas y suficientes con el fin de cumplir con los propósitos y fines para los cuales ha sido creado, de conformidad a las leyes y reglamentos correspondientes.

Para satisfacer en forma integral las necesidades recreativas de la población, el instituto promoverá la participación de las municipalidades, entidades públicas o privadas, nacionales o extranjeras, siendo sus principales funciones:

- a) promover y ejecutar la política y el plan nacional de recreación familiar y social.
- b) planificar y desarrollar los programas de recreación familiar y social.
- c) crear las condiciones óptimas de recreación y esparcimiento.
- d) coordinar la capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de los programas y proyectos de recreación familiar y social.
- e) establecer mecanismos de información y divulgación sobre los servicios que el instituto proporciona.
- f) generar, gestionar y optimizar los fondos necesarios para su funcionamiento y desarrollo.
- g) promover la creación de nuevos centros de recreación familiar y social, construcción de obras nuevas, ampliación, reconstrucción, y mantenimiento de las existentes.
- h) gestionar fondos, asistencia técnica y operaciones de crédito público con organismos públicos o privados, nacionales o extranjeros, para el logro de sus objetivos, de conformidad a lo estipulado en la ley orgánica de administración financiera del estado, que en adelante se denominará ley AFI y su reglamento.
- i) organizar y auspiciar eventos recreativos y demás actividades que contribuyan al incremento y desarrollo de la recreación familiar y social.
- j) administrar los centros recreativos de su propiedad, así como de los inmuebles e instalaciones que le sean asignados por ministerio de ley.
- k) respetar los contratos de ventas, servicios, arrendamientos u otros, amparados en los contratos vigentes siempre, y cuando cumplan con las condiciones establecidas en los mismos.

- l) garantizar la preservación del medio ambiente respetando las leyes, convenios internacionales y protocolos en dicha materia, así como la propiedad estatal de los recursos naturales.
- m) las demás que sean necesarias para el cumplimiento de sus objetivos.

2.1.6 Ley de áreas naturales protegidas

Esta ley depende del decreto legislativo N° 579 fechado 13 de enero de 2005, establece algunas consideraciones claves para la declaración de áreas naturales protegidas, estas consideraciones son:

- a) Que la Constitución declara de interés social y establece como deber del Estado proteger los recursos naturales, así como la diversidad e integridad del medio ambiente, para garantizar el desarrollo sostenible;
- b) Que el conocimiento, protección y uso sostenible de la biodiversidad representada en las áreas naturales es fundamental para lograr el desarrollo social y económico del país, siendo necesario un régimen especial de conservación y mejoramiento de dichas áreas;
- c) Que la poca cobertura boscosa original con que cuenta el país se encuentra en continuo deterioro y contiene diversas especies de vida silvestre en proceso de extinción local y que ésta, en su mayor parte, está representada en las áreas naturales que contribuyen a la conservación de suelos, recarga de acuíferos, protección de la biodiversidad y otros beneficios ambientales para la sociedad.
- d) Que por Decreto Legislativo N° 233 de fecha 2 de marzo de 1998, publicado en el Diario Oficial N° 79, Tomo N° 339 de fecha 4 de mayo del mismo año, se emitió la Ley del Medio Ambiente, mediante la cual se creó el Sistema de Áreas Naturales Protegidas y se definen sus objetivos, y en cumplimiento de los Convenios Internacionales ratificados por El Salvador, es necesario emitir una Ley especial que tenga por finalidad establecer y determinar el manejo de dichas áreas, a fin de perpetuar los bienes y servicios ambientales que éstas prestan a la sociedad salvadoreña.

Objeto:

Art. 1. La presente 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.

Ámbito de Aplicación

Art. 2. La presente Ley es aplicable en todo el territorio nacional, especialmente en las Áreas Naturales Protegidas, declaradas y establecidas como tales con anterioridad a la vigencia de esta Ley y las que posteriormente se establezcan.

Gestión de las Áreas Naturales Protegidas

Art. 8. La gestión de las Áreas Naturales Protegidas estará organizada en tres niveles, que son:

- a)** Un nivel estratégico de carácter nacional, con función consultiva y participativa. Para tal efecto se creará un Consejo Nacional de Áreas Naturales Protegidas, que será el principal Foro Consultivo y de debate en todo lo concerniente al Sistema de Áreas Naturales Protegidas, que podrá llamarse en el curso de la presente ley, El Consejo. El Consejo estará integrado por el Ministro de Medio Ambiente y Recursos Naturales o la persona que éste designe, quien lo presidirá; por un representante de cada uno de los Ministerios: De la Defensa Nacional, Educación, Agricultura y Ganadería; por un representante de cada una de las siguientes instituciones: Policía Nacional Civil, Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos, Universidades que tengan la carrera de Ingeniería Agronómica o Biología; un representante de organizaciones no gubernamentales legalmente establecidas, que trabajen en el tema de áreas naturales y un representante de las comunidades de las zonas de amortiguamiento aledañas a las áreas protegidas.
- b)** Un nivel gerencial constituido por la Gerencia de Áreas Naturales Protegidas y Corredor Biológico, con funciones organizativas, administrativas, ejecutivas y de planificación, que dependerá de la Dirección General de Patrimonio Natural.
- c)** Un nivel local a través de los Comités Asesores Locales, como el principal instrumento de participación y coordinación entre el área natural protegida y su espacio social aledaño. Los comités locales contarán con una composición específica para cada área protegida, integrándose los Concejos Municipales respectivos.

Los comités asesores locales deberán estar integrados por un representante de la Gerencia de las Áreas Naturales Protegidas, un representante de las comunidades aledañas al área, un representante de los Concejos municipales respectivos, un representante de las organizaciones no gubernamentales legalmente establecidas, que trabajen en el tema de áreas naturales y un representante de las asociaciones de desarrollo comunal que tengan personalidad jurídica. Los representantes gubernamentales y municipales, serán nombrados mediante acuerdo del Órgano Ejecutivo en el ramo correspondiente o de la municipalidad según el caso; el procedimiento para la elección de los representantes de las organizaciones no gubernamentales y de las asociaciones de desarrollo comunal, así como las funciones de los niveles anteriores, se establecerán en el reglamento de la presente Ley

Art. 14. Dentro del proceso de formulación de los planes de manejo de las Áreas Naturales Protegidas, se asignará la respectiva categoría con base al cumplimiento de los objetivos de las mismas y de acuerdo a la siguiente clasificación:

Parque Nacional

Área protegida manejada principalmente para la conservación de ecosistemas y proporcionar un marco para actividades culturales y con fines de recreación. Debe contener ejemplos representativos de importantes regiones, características o escenarios naturales, en las cuales las especies de animales y plantas, los hábitats y los sitios geomorfológicos, revistan especial importancia ecológica, científica, educativa, cultural, recreativa y turística. Debe cubrir una extensión tal.

Uso Público en Áreas Naturales Protegidas

Art. 30. El uso público de las Áreas Naturales Protegidas es un derecho de la ciudadanía, lo cual estará encauzado a través de las correspondientes medidas de regulación y manejo enmarcado en los planes operativos o los planes de manejo respectivos. Dichas actividades estarán reguladas a través de un instructivo.

2.1.7 Normas técnicas de turismo

Para la implementación de algunas actividades turísticas, existen Normas Técnicas que a pesar que no posee una exigencia de implementación brindan muchos beneficios tales como:

- a) Asegurar una mejor adaptación de los productos y servicios a los fines que se destinan
- b) Facilitar la transferencia y cooperación tecnológica
- c) Aumentar la competitividad de las empresas
- d) Mejorar y clasificar el comercio nacional, regional e internacional

A continuación se describen algunas Normas enfocadas para el área del turismo.

NTS 03.75.01:15

TURISMO. ACTIVIDADES DE RAPEL EN TURISMO DE AVENTURA. REQUISITOS PARA LA OPERACIÓN

Tiene por objetivo establecer lineamientos básicos y estandarizados para una adecuada operación de calidad, seguridad y ambiental, en los servicios turísticos de la actividad especializada de Rapel, además determina los requisitos que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos para la operación especializada de aventura en esta actividad y aplica a los prestadores de servicios turísticos que operen actividades de rapel a nivel nacional.

NTS 03.70.01:15**TURISMO RURAL. ALOJAMIENTO. ESPECIFICACIONES.**

Tiene por objetivo establecer lineamientos básicos para una adecuada gestión integrada de la calidad, la seguridad y el ambiental, aplicada a los servicios brindados en los alojamientos turísticos rurales, establece los requisitos para un sistema de gestión integrado de la calidad, la seguridad y el ambiente en el establecimiento de alojamiento turístico rural, cuando este requiera un marco de referencia para la optimización de la prestación; desee implementar prácticas sustentables y aspire a aumentar la satisfacción del cliente.

A esta Norma Técnica Salvadoreña están sujetos los establecimientos tales como: los albergues rurales, los alojamientos familiares; las cabañas o bungalós, los hostales o posadas rurales y los sitios de campamento o camping.

NTS 03.58.01:08**TURISMO DE AVENTURA. CANOPY, TIROLESA Y ARBORISMO. REQUISITOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.**

Tiene por objeto establecer los requisitos mínimos generales, de gestión, calidad y competencia para el desplazamiento en cables en las actividades de canopy, tirolesa o Arborismo.

Dentro de la Norma se establece los requisitos que debe cumplir la organización y las respuestas ante las emergencias, además los requisitos mínimos que debe cumplir la organización con respecto al equipamiento entre otros apartados de suma importancia.

NTS 03.44.01:12**NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA DE SERVICIOS E INSTALACIONES PARA PEQUEÑOS Y MEDIANOS HOTELES, HOSTALES Y APARTAHOTELES.**

El objeto es establecer los requisitos de Calidad para el servicio e infraestructura para Pequeños y Medianos Hoteles, Hostales y Aparta hoteles.

NTS 03.44.02:12**TERMINOLOGÍA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO.**

Esta norma tiene por objeto establecer la terminología utilizadas en los establecimientos turísticos, para facilitar la comprensión entre los usuarios, los proveedores de servicios de alojamiento turísticos y otros entes relacionados.

NSR 03.55.01:08**GUÍAS DE TURISMO. ESPECIFICACIONES PARA EL DESEMPEÑO**

Esta norma tiene por objeto especificar los requisitos generales, de gestión y de calidad, así como las competencias que deben cumplir los guías de turismo, para realizar sus funciones

en una o más regiones del territorio nacional. Aplica para los guías de turismo que prestan los servicios de acompañamiento, información general, asistencia y asesoramiento a personas que realizan visitas a bienes o lugares de interés histórico, cultural, geográfico, artístico o ecológico, museos, monumentos y otros similares. El área donde se encuentra ubicado el Parque Nacional del Cerro Verde es un área protegida por el Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales por lo tanto se le denomina Áreas Naturales Protegidas (ANP) de nuestro país y estas son el hábitat por excelencia para la vida de diversas especies de flora y fauna silvestre. Precisamente es ahí donde se conjuga la relación naturaleza y ser humano. El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales impulsa cambios sustanciales en el modelo de gestión de las ANP, y parte de esa visión es el desarrollo de planes que fortalezcan la cultura ambiental de la población local y su inclusión en el manejo y aprovechamiento de estas áreas, sin dejar de lado la preservación de los recursos ahí existentes, los cuales proveen servicios eco sistémicos a la sociedad.

Las Áreas Naturales Protegidas son zonas del territorio nacional propiedad del Estado, del Municipio, de entes autónomos o privados y de personas naturales; legalmente establecidas con el objeto de posibilitar la conservación, el manejo sostenible y restauración de la flora y fauna silvestre, recursos conexos y sus interacciones naturales y culturales.

Por lo tanto, se debe conocer políticas y reglamentos tales como los siguientes

- a) Reglamento General de la Ley del Medio Ambiente
- b) Ley de áreas naturales protegidas
- c) Políticas de áreas naturales protegidas.



CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL



3.1 ANTECEDENTES DEL TURISMO

3.1.1 Panorama del turismo internacional ²¹

3.1.1.1 El turismo, clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar

Según la Organización Mundial de Turismo en su Boletín 2015 establece que un número creciente de destinos de todo el mundo se han abierto al turismo y han invertido en él, haciendo del mismo un sector clave para el progreso socioeconómico, a través de la creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras.

Además, durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. A los destinos favoritos tradicionales de Europa y América del Norte se han ido sumando muchos otros, a pesar de las fuertes conmociones que ocasionalmente se producen, el turismo ha experimentado un crecimiento prácticamente ininterrumpido.

3.1.1.1 Perspectivas a largo plazo

Según las previsiones a largo plazo de la OMT, incluidas en “Turismo hacia 2030”, las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030, hasta alcanzar los 1.800 millones, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas a destinos emergentes (+4,4% al año) doble el de llegadas a economías avanzadas (+2,2% al año).

La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 45% en 2014 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivaldrá a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales.



Figura 8 - Importancia del Turismo

²¹ (Secretaría de Integración Turística Centroamericana, 2015)

3.1.1.2 Proyecciones del Turismo mundial para el año 2030

El informe presentado por la OMT “Turismo hacia 2030” ofrece un pronóstico a largo plazo actualizado y una evaluación del desarrollo del turismo para las dos próximas décadas, de 2010 a 2030. Este es un proyecto de investigación de amplio espectro, que toma como punto de partida el trabajo realizado por la OMT en el ámbito de las previsiones a largo plazo desde la década de 1990. Dicho estudio sustituye al anterior “Turismo: Panorama 2020”, que se ha convertido en referencia mundial para las previsiones sobre turismo internacional.

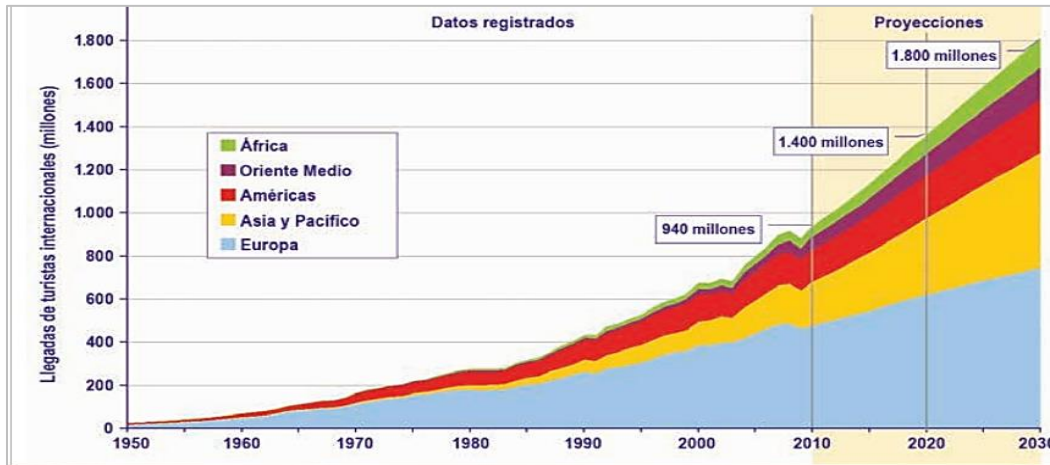


Figura 9 - El turismo hacia 2030: Tendencias y Proyecciones 1950-2030

3.1.1 Turismo en el Continente americano

La región del continente americano registró el mayor crecimiento relativo de todas las regiones del mundo en 2014, recibiendo 13 millones más de turistas internacionales, y elevando a 181 millones el total de llegadas, en la primera mitad de 2015 dichas llegadas internacionales crecieron un 4%, consolidando los buenos resultados del año anterior. Los ingresos por turismo internacional en la región llegaron a los 274.000 millones de dólares de los EE.UU., lo que significa un incremento del 3% en términos reales. La región incrementó su cuota de llegadas mundiales hasta un 16%, mientras que su cuota de ingresos ascendió hasta el 22%. El crecimiento de la región de América Central (+6%) también registró un sólido crecimiento en 2014, siendo Guatemala y Belice (ambas +9%) los países que mayor crecimiento relativo registraron, seguidos de Nicaragua (+8%), Panamá, El Salvador (ambos +5%) y Costa Rica (+4%). Según estadísticas más de la mitad de turistas internacionales representado por un 53% para el año 2014, realiza sus viajes por vacaciones, esparcimiento u otras formas de ocio, además un 14% viajan por negocios o motivos profesionales, mientras que un 27% es por otros motivos tales como visitas a familiares, tratamientos médico o razones religiosas y el 6% restante no especifica el motivo de visitas.²²

²² (Organización Mundial de Turismo, 2015)

3.1.2 El Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) y la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA)

El Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) es un órgano del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), conformado por los Ministros(as) de turismo de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana.

Dentro de los objetivos del Consejo se encuentran:

- a) Facilitar y estimular el desarrollo del turismo en toda la región centroamericana;
- b) Tratar de eliminar todos los obstáculos e impedimentos al libre movimiento de personas en la región; y
- c) Integrar el fomento del turismo, como función estatal, a las demás funciones que tienen las diferentes dependencias y organismos gubernamentales, tanto a nivel nacional como regional, para que, en los respectivos casos, se logre una mayor efectividad en los esfuerzos tendientes al desarrollo turístico de Centroamérica.

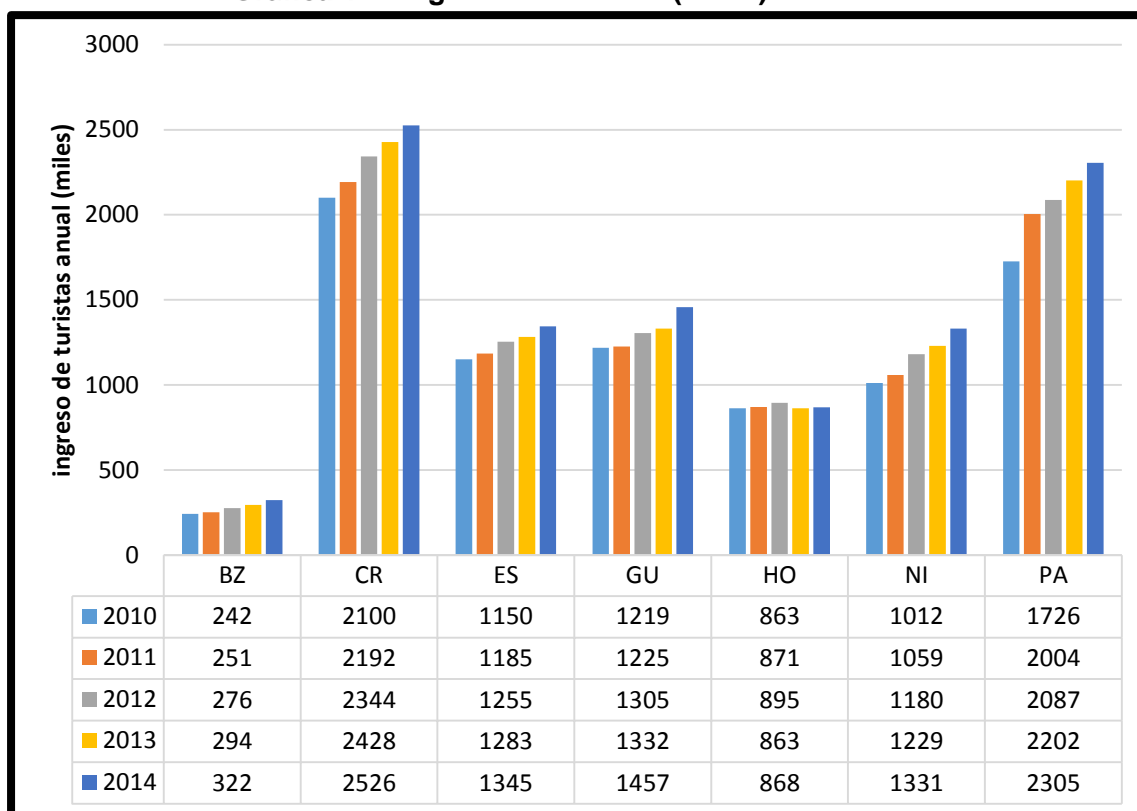
La Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) es la oficina regional permanente del CCT y funge como instancia operativa del Consejo en temas de integración y competitividad turística. Su objetivo principal es dar seguimiento a mandatos presidenciales en materia de turismo y a los acuerdos del Consejo, con el fin de contribuir a los objetivos del mismo. SITCA fue creada, al igual que el CCT, mediante la Resolución VI en 1965, teniendo su sede en la ciudad de Managua, Nicaragua.

Países miembros del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA):

Tabla 5 - Países miembros del SICA

| País | Institución |
|-----------------------------|---|
| Belice | Belice Tourism Board (BTB) |
| Costa Rica | Instituto Costarricense de Turismo (ICT) |
| El Salvador | Corporación Salvadoreña de Turismo(CORSATUR) Ministerio de Turismo (MITUR) Instituto Salvadoreño de Turismo(ISTU) |
| Guatemala | Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) |
| Honduras | Instituto Hondureño de Turismo (IHT) |
| Nicaragua | Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) |
| Panamá | Autoridad de Turismo Panamá (ATP) |
| República Dominicana | Ministerio de Turismo (MITUR) |

Gráfica 1 - Ingreso de turistas (anual) en Centroamérica



Uno de los países Centroamericanos que tiene el mayor ingreso de turistas en el período comprendido entre 2010 y 2014 es Costa Rica, su crecimiento ha sido constante al igual que los demás países a excepción de Honduras que presenta una tendencia poco variable. Panamá es el segundo país Centroamericano que atrae en mayor número a turistas y en el caso de El Salvador y Guatemala comparten similares condiciones en ingresos; Belice es el que posee cantidades muy bajas en ingreso respecto de los demás, pero a pesar de esa situación lleva una tendencia de crecimiento constante en el pasar de los años.

3.1.3 Turismo en Centroamericana²³

Los siete países de la región: Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, están repletos de vida y de pureza, acogiendo al 8% de la biodiversidad mundial, en tan sólo el 1% de la superficie del globo. Pocos sitios del mundo ofrecen tanto en tan poco espacio como lo hace Centroamérica. En Centroamérica se concentran una gran variedad de destinos turísticos capaces de sorprender: diecisiete sitios reconocidos por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad y un significativo número en su lista indicativa, así como cuatro Obras Maestras de Patrimonio Oral e Inmaterial, Ciudades y pueblos coloniales, artesanos y artistas singulares, folklore y tradiciones, culturas vivas y una gran biodiversidad.

²³ (Parada Alvarado, Rivas Roldan, & Arce Miranda, 2012)

El 22% del territorio son áreas protegidas que forman parte del Corredor Biológico Mesoamericano cuya designación se utiliza para nombrar una gran región a través de la cual las áreas protegidas existentes (parques nacionales, reservas biológicas), o los remanentes de los ecosistemas originales, mantienen su conectividad mediante actividades productivas en el paisaje intermedio que permiten el flujo de las especies. Se han distinguido en el territorio Centroamericano una serie de rutas turísticas diferenciadas según las actividades a desarrollar. Entre estas rutas turísticas se encuentran:

Patrimonio de la humanidad

Los 7 países de Centroamérica ofrecen 15 lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Son Parques Nacionales, ciudades coloniales y culturas vivas que no se pueden dejar de visitar. Rincones del planeta llenos de belleza que son herencia del pasado, para cuidar y disfrutar en el presente, y poder transmitir a las futuras generaciones. Centroamérica destaca por la fusión de sus culturas y al hablar de Patrimonio Mundial Cultural hacemos referencia a los yacimientos arqueológicos, parques, ruinas, ciudades y fortificaciones. Para conocer la Cultura Maya se puede visitar el yacimiento arqueológico Joya de Cerén en El Salvador, el Parque Nacional Tikal y el Parque Arqueológico y Ruinas de Quiriguá, ambos en Guatemala, donde se encuentran algunos de los restos más importantes de esta antigua civilización y por último la ciudad de Copán, en Honduras, el asentamiento maya más estudiado y mejor conservado.

Si lo que interesa es la herencia de las antiguas colonias, en Nicaragua se encuentran las Ruinas de León Viejo, pertenecientes a uno de los asentamientos coloniales españoles. En Panamá se puede visitar las Fortificaciones de Portobelo y San Lorenzo, utilizadas para la defensa del ataque de piratas y corsarios y el yacimiento arqueológico de Panamá Viejo. Y no se puede olvidar la Antigua Guatemala, una ciudad situada en las montañas centrales del país, famosa por su bien conservada arquitectura renacentista española.

Naturaleza y aventura

Centroamérica destaca por ofrecer gran variedad de actividades para disfrutar estando en contacto con la naturaleza, así como también practicar deportes y aventuras al aire libre. Desde la región de Petén en el Norte de Guatemala hasta las laderas del volcán Barú en Panamá, de los bosques húmedos tropicales a las junglas de las tierras bajas, cursos de ríos y playas bordeadas de palmerales ofrecen una gran variedad de actividades por tierra, mar y aire.

Sol y playa

Cubierta por dos océanos: Pacífico y Atlántico, Centroamérica ofrece diversas actividades acuáticas. El avistamiento de desoves de tortugas marinas, el snorkel o el submarinismo. Ritmos afro-caribeños y bailes típicos para integrar más en la cultura garífuna de Centroamérica.

En las costas del Pacífico, la tostada arena volcánica oscurece las cálidas aguas que con más bravura golpean la orilla. Amantes de los deportes de aventura como el surf y el windsurf se dan cita en una de las costas más buscadas por estos aventureros. Sus aguas además, son ideales para el avistamiento de cetáceos, en ellas resulta relativamente fácil ver el tiburón ballena y el pez vela entre otros.

Cultura viva

Un rico crisol de razas en el que los elementos criollos y mestizos comparten un mismo territorio con más de 25 grupos nativos, los protagonistas de un excepcional sincretismo cultural. Se puede disfrutar del azul aroma del copal, el incienso favorito de los Mayas, o de los suaves susurros de Pech Shaman, invocando a la lluvia sagrada.

De entre la espesa selva, surgen las ruinas de una grandiosa civilización establecida sobre la más profunda convicción espiritual: la civilización Maya, envolviendo a estas tierras en un misterioso pasado, se descubre la majestuosidad de sus estelas y templos, sus artesanías con inscripciones jeroglíficas en el que plasman sus rasgos culturales más profundos y sus más valiosas creencias.

Ciudades coloniales

Al recorrer las calles de Centroamérica da la sensación de recorrer dos diferentes épocas que han sido fusionadas en un solo instante. Después de 500 años de la llegada de los españoles a Centroamérica, la preciosa arquitectura colonial se mantiene prácticamente intacta en muchas ciudades, invitándote a revivir una historia ya pasada en donde españoles e indígenas dejaron una huella conjunta.

Altos y modernos edificios describen una historia diferente, una actualidad renovada en donde los negocios y el comercio marcan el inicio de una nueva historia. Una prometedora y, sobre todo, amistosa región que abre sus puertas a las ideas y a la tecnología del nuevo siglo, sin perder la esencia de su existencia: ser el auténtico centro de América.

Ruta colonial y de los volcanes

El Instituto de Turismo hondureño presentó la nueva guía turística de la región, "Ruta colonial y de los volcanes." Esta nueva guía turística está orientada a impulsar el desarrollo del sector turístico de la región y promover a Centroamérica como destino competitivo y de calidad. Según la secretaría de Turismo de Honduras, Centroamérica espera la mayor colaboración de todos los operadores de turismo de la región, especialmente de las líneas aéreas, para que permitan un mayor movimiento de visitantes entre los países de la región y de fuera de ella.

3.2 TURISMO EN EL SALVADOR

3.2.1 Reseña Histórica

La historia alrededor del turismo en El Salvador, registra varios momentos, el turismo arrancó en un ambiente de relativa bonanza económica por lo cual, el sector turismo inicio en el año de 1924, durante la administración del Dr. Alfonso Quiñonez Molina; para el 20 de junio del mismo año el gobierno hizo conciencia de la importancia del turismo en El Salvador, no solo por el hecho de adquirir divisas, sino para que la sociedad internacional conociera el país en todos sus valores culturales e históricos y a la vez establecer nuevas relaciones para beneficiar al comercio; es así como se dio la creación de la primera junta de Fomento, Turismo y Propaganda agrícola e industrial, la cual tuvo como primer presidente el Dr. José Leiva. A partir del año 1930, se hizo necesario crear la Junta Nacional de Turismo, la cual fue el enlace entre el gobierno y las Juntas Departamentales de Caminos, dado que el acceso a las zonas turísticas resultaba fácil se acordó extender en forma gratuita a través de los consulados, tarjetas de turistas a todos aquellos que visitaran el país por un lapso de 9 días, permiso que podía prorrogarse hasta por un mes.

En 1939 se decidió que era necesario contar con la colaboración de todos para crear una Junta de Ornato en cada uno de los 14 Departamentos de la República, cuya función principal era velar por las zonas turísticas, vías de acceso y jardines públicos, las cuales eran dependencias del Ministerio de Fomento, hoy Ministerio de Obras Públicas. En 1947, se celebró una Asamblea Nacional de Turismo, involucrando a instituciones afines tales como Aduanas, Migración, Obras Públicas, Cultura Popular y otras; naciendo de ella la Junta Nacional de Turismo. Bajo la Administración de Don Roberto Salazar, se compra el terreno, en el cual años más tarde, debido a las gestiones realizadas por el señor Raúl Contreras, quien fue nombrado presidente de la Junta, se construye el edificio que actualmente ocupan las oficinas del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU). En el año de 1948 se comienza la construcción de una red de Turicentros a lo largo y ancho del país, con el fin de brindar un lugar de sano esparcimiento a las familias salvadoreñas. En el año de 1960 desaparece la Junta Nacional de Turismo y se crea el Departamento de Fomento de la Industria Turística, como dependencia del Ministerio de Economía, haciendo reformas a la ley y creando en 1961 por decreto Ejecutivo el actual Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), el cual es dependencia de Ministerio de Turismo.

En la década de los años ´70, considerada la época de oro del turismo en El Salvador, con una vida económica y política caracterizada por una relativa estabilidad. En 1978 se recibieron 293,000 turistas, el auge fue propiciado, por el evento de Miss Universo que se realizó en el país en el año de 1975, Por primera vez el evento se realizó en América Latina y El Salvador fue la sede oficial. En la década de los ´80 todo esto fue borrado del mapa turístico internacional debido al conflicto armado, por ejemplo, el mercado estadounidense decayó por las advertencias para no acudir al país, las solicitudes de visa de ingreso eran sometidas a estrictas investigaciones para impedir el ingreso a El Salvador de simpatizantes del movimiento de izquierda; por este motivo quedo estancado el desarrollo turístico en el país.

Fue hasta en 1992 que nuevamente se abrieron las puertas de la esperanza para el sector turismo en El Salvador, con la firma de los acuerdos de paz entre el gobierno y las fuerzas de oposición. En 1996 se funda la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)²⁴ con ello trajo nuevas energías y generar los incentivos necesarios para hacer del turismo “clúster” de calidad mundial. Hasta junio de 2004 fue la entidad rectora del turismo en El Salvador, cuya labor principal era la promoción del turismo de sol, playa y de negocios a nivel internacional. Luego en el año 2004 se constituye el Ministerio de Turismo²⁵, que incorpora al ISTU y CORSATUR, como instancias operativas. El propósito inicial fue de disponer de una Ley de Turismo.

En el 2005 se crea la Ley de Turismo²⁶ que responde a una estrategia económica del sector. Incluye definiciones básicas, referencias al Registro Nacional de Turismo, similar al planteado en la Ley de Fomento Turístico (donde se estableció el llamado sistema de registro para los agentes involucrados en el turismo). Además, las obligaciones de las personas inscritas en el registro, como medio para obtener ingresos en la promoción turística; el impuesto del 5% del pago de alojamiento y la salida por vía aérea del país.

Los beneficios e incentivos, entre los que se incluyen la exoneración parcial de los impuestos sobre la renta; las condiciones y regulaciones para el otorgamiento de los incentivos; infracciones y sanciones y procedimientos sancionadores.²⁷

3.2.2 Situación actual del turismo en El Salvador

El Salvador destaca por la existencia de múltiples recursos y atractivos que correctamente articulados ofrecerán una gran diversidad de productos turísticos capaces de responder a una amplia variedad de motivaciones.

Si bien la meta a largo plazo es posicionar a El Salvador como un destino multitemático competitivo, dicho objetivo parece alcanzable mediante la correcta priorización de los segmentos de mercado a desarrollar y potenciar, a fin de fortalecer las ventajas del país respecto a los demás destinos centroamericanos. El Plan Nacional de Turismo es un documento estratégico de referencia para el desarrollo y promoción del turismo en El Salvador, proyectado hasta el 2020 y junto con la Ley de Turismo buscan convertir al turismo en el pilar básico de la economía nacional.

En el marco de un Plan Nacional de Turismo, la visión se convierte en la piedra angular de la estrategia que se diseña para el destino. En efecto, a grandes rasgos, la Estrategia General de Turismo²⁸ en El Salvador quedará definida por dos grandes elementos:

²⁴ Asamblea Legislativa mediante el decreto número 779. D. O. 23 de agosto 1996.

²⁵ Decreto No. 1 de junio de 2004. D. O. tomo 363, No. 100.

²⁶ Decreto No. 899. D. O. Tomo 369, No. 237, 20 diciembre 2005

²⁷ www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm

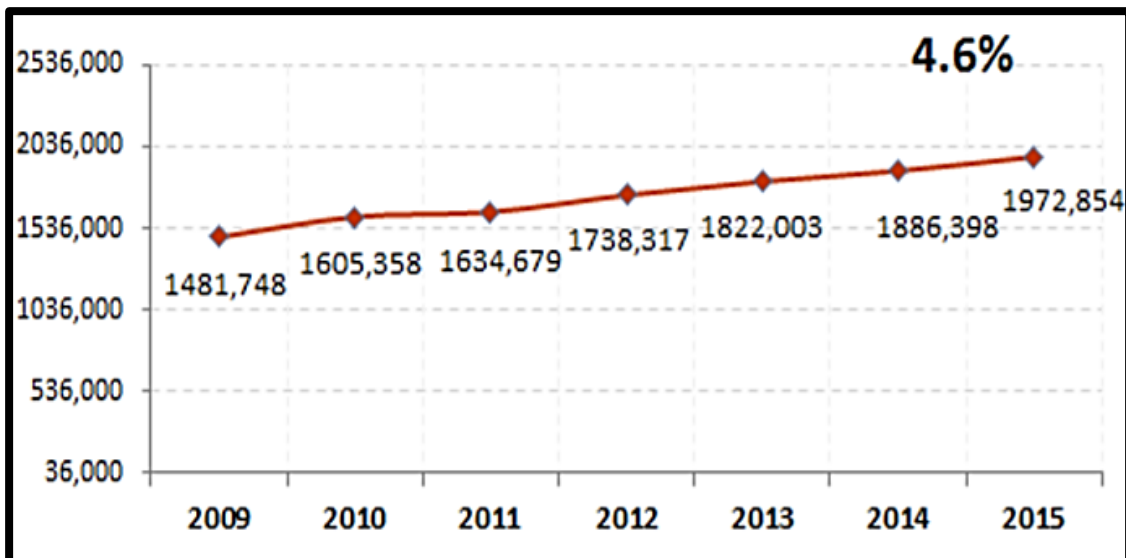
²⁸ Plan Nacional de Turismo 2020 El Salvador

- Lo que se quiere, desea y aspira lograr en el horizonte temporal definido; la identificación del significado y aportación del turismo en el año 2020 para el conjunto de la República de El Salvador.
- El posicionamiento del destino turístico en el mercado; es decir, cómo se desea que El Salvador, en cuanto a que destino turístico, sea percibido, comprendido, caracterizado y, en todo lo posible, deseado.

3.2.3 Indicadores de Gestión de Turismo en El Salvador²⁹

Los indicadores de gestión de turismo en El Salvador muestran el crecimiento en el nivel de ingreso, siendo al cierre del año 2015 (USD \$1,169.5 millones de dólares), determinándose como el más alto en los últimos 11 años y en la llegada de visitantes de 1972,854 miles con un 4.9 % de crecimiento respecto al 2014. Los visitantes, 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%), Sudamérica (3.2%), Europa (2.2%), Otros (1.1%). Además, esta misma industria de turismo generó en promedio 48,934 empleos directos durante el primer semestre del año 2015, con incremento del 1.9% con respecto al mismo periodo del año 2014. Del total de empleo a nivel nacional, el turismo representa el 7.7 %. Las llegadas de visitantes internacionales crecieron en 4.6% en comparación con el mismo período 2014. Al alcanzar los 1.972,854 para el acumulado enero-diciembre de 2015 ello se debe a las estrategias de comercialización implementadas por CORSATUR y los adelantos del transporte aéreo a nivel internacional.

Gráfica 2 - Llegada de visitantes Enero-Diciembre 2009-2015

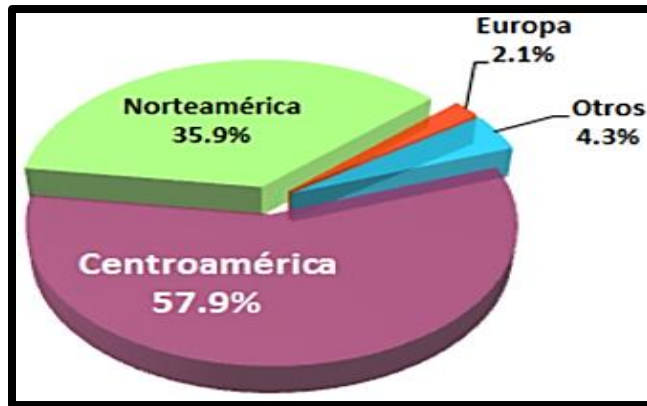


²⁹ Informe Estadístico Enero-Diciembre 2015, Unidad de Inteligencia de Mercado, CORSATUR.

3.2.4 Llegada de turistas por principales regiones y países

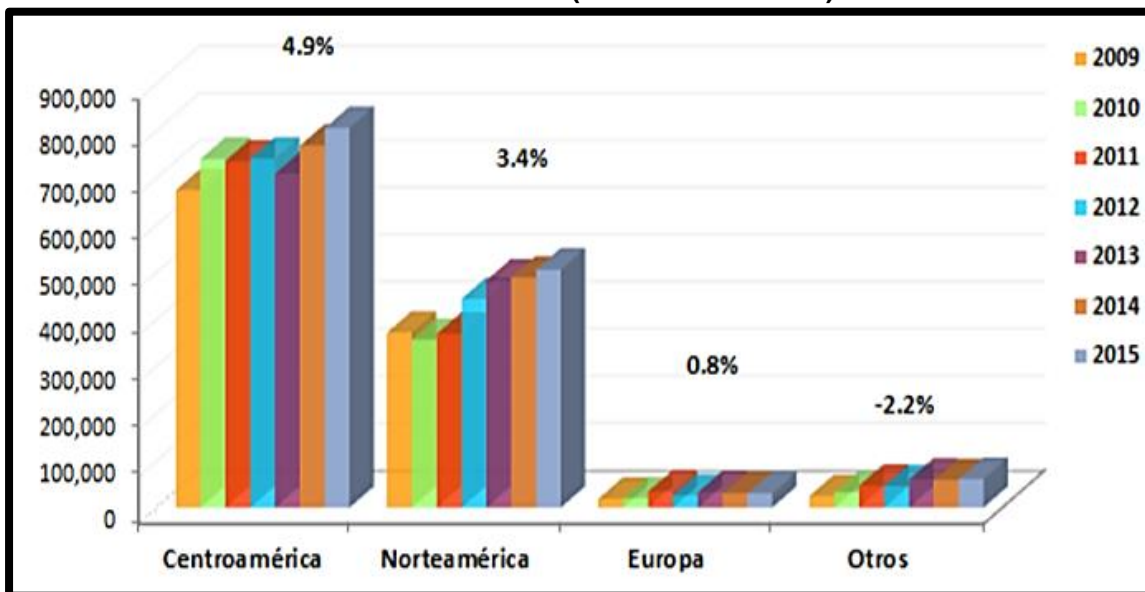
Es de especial relevancia determinar de dónde proceden los visitantes internacionales, en otras palabras, cuáles son los países emisores del turismo salvadoreño. El mercado emisor más importante continua siendo Centroamérica, siendo el mercado más grande para El Salvador con (57.9%), seguido de Norteamérica (35.9%). Cabe destacar que esta región ha tenido crecimientos importantes durante el año 2014 y continúa creciendo durante el 2015 tal como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfica 3 - Participación de Llegadas. Regiones de Procedencia



La región que obtuvo mayor crecimiento en el año 2015 fue Centroamérica (4.9%). Norteamérica presenta crecimiento del (3.4%), de igual forma Europa presenta un decrecimiento del 0.8%

Gráfica 4 - Llegada de Turistas Internacionales por principales regiones de residencia (% de Crecimiento)



3.2.5 Llegada de turistas por nacionalidad

Un 86.6% representa la llegada de Turistas extranjeros y el 13.4% los salvadoreños residentes en el exterior, para el año 2015. Es importante subrayar el 80.2% de los salvadoreños residentes en el exterior viven en Estados Unidos.

Para el año 2014 los motivos de viaje de los turistas fueron en un 12% por negocios y motivos profesionales, en un 45% por vacaciones, ocio y recreo, un 40% visita familias y amigos, 4% por otros motivos ³⁰

Gráfica 5 - Llegadas de Turistas por nacionalidad



Principales mercados

Las llegadas de turistas a El Salvador proceden de cuatro regiones del mundo, siendo sus principales mercados emisores en orden de importancia³¹

- Centroamérica 57%
- Norteamérica 36%
- Suramérica 3%
- Europa 3%
- Y otros países del mundo 1%

Centroamérica: Es uno de los principales mercados para El Salvador ya que durante el año 2014 su participación fue del 57.2% del total de llegadas de turistas, cabe destacar que la mayoría de turistas proceden del país de Guatemala, Honduras y Nicaragua.

Norteamérica: Esta región mantiene el segundo lugar de participación dentro del mercado 36.3%, cabe destacar que la mayor parte de los turistas provienen de Estados Unidos y Canadá.

³⁰ (Compendio de Estadísticas de Turismo de los países miembros del SICA, s. f.)

³¹ (CORSATUR, 2015)

Suramérica: Su participación es del 3.2 %, la mayoría de turistas procedentes de esta región son de Colombia, Perú y Brasil.

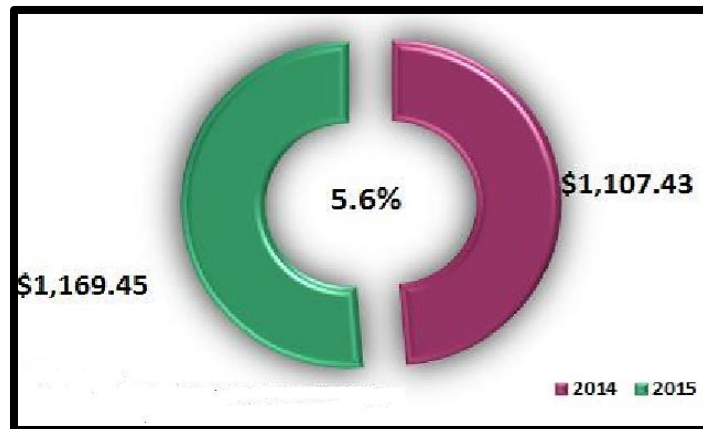
Europa: su participación es del 2.5%, la mayoría de turistas son procedentes de España, Alemania, Francia e Italia.

Resto del Mundo: La participación es del 1%, esta región está representada por Caribe, África, Asia Oriental y Meridional y Oceanía.

3.2.6 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 el año 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

Gráfica 6 - Gasto Turístico 2014-2015



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, pero 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 pernocta 16.6 noches y el extranjero lo hizo con 5.3 noches.

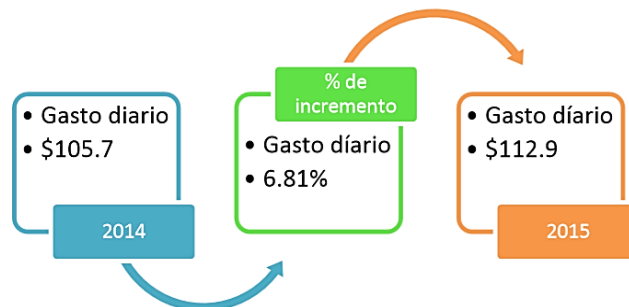
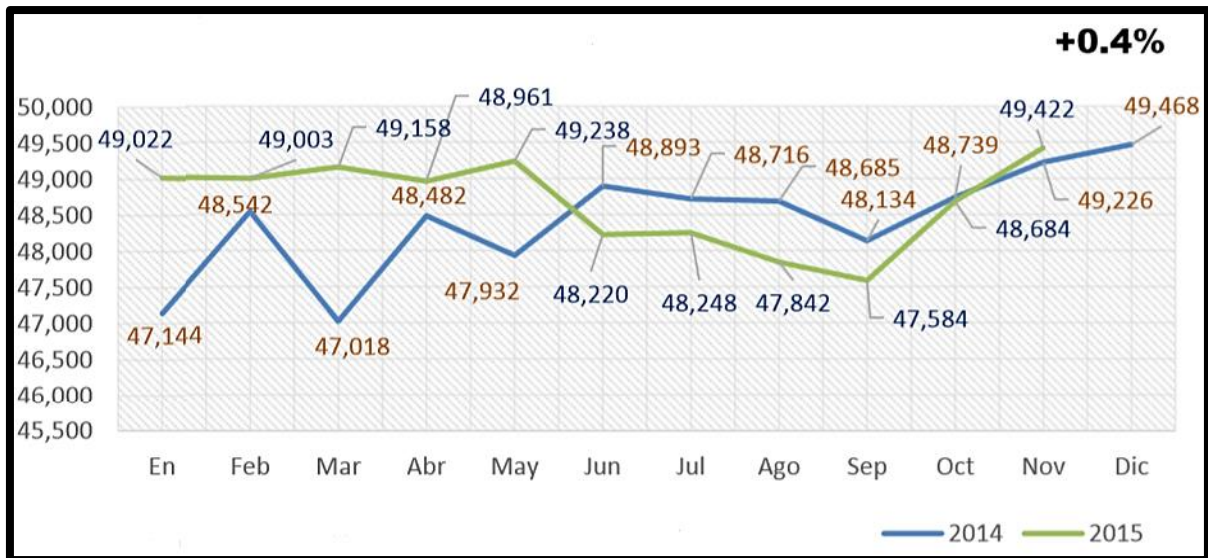


Figura 10 - Gasto diario y estadía media del turista año 2015

3.2.7 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 y en promedio enero-noviembre 2015, el empleo creció 0.7% con respecto al año 2014.

Gráfica 7 - Empleo mensual en las actividades características del turismo 2014-2015



3.3 PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE EL SALVADOR

3.3.1 Sol y playa.

El Salvador posee más de 320 Km. de línea costera continua bañada por el Océano Pacífico. Las playas a lo largo de la costa son unas de las mejores en el hemisferio occidental. Entre las playas más populares están: la Costa del Sol y el Puerto de La Libertad. Otros sitios muy populares son: Los Cóbano al sur de Sonsonate; La Barra de Santiago, en Ahuachapán y El Cuco, considerando el mejor lugar para surfear en el oriente del país. El Salvador goza de condiciones propicias para este deporte todo el año. A pesar de las ventajas que presenta este subsector, con gran valor como fuente de turismo receptivo, existe un problema de gran magnitud, la sobre lotificación realizada hasta la fecha en grandes extensiones del litoral, lo que no permite mayores riesgos en la toma de decisiones para planes de desarrollos de playas.

3.3.2 Ecoturismo

El Salvador posee áreas naturales protegidas donde se practica el ecoturismo, según el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales existen 74 inmuebles declarados como áreas naturales protegidas, esto desde el año 1996 hasta el año 2012. El Parque Natural Cerro Verde se encuentra dentro de esas áreas protegidas, donde se practica el ecoturismo, ya que hace referencia a las actividades realizadas al aire libre, en donde el turista se relaciona físicamente con el ambiente del lugar, ya que incentiva la visita de áreas no perturbadas por la mano del hombre, para admirar el paisaje, la fauna y la flora, unido a la oportunidad de contribuir a la conservación y protección de dichas áreas.

Algunos puntos que el ecoturismo debe procurar son los siguientes:

- a) La conservación de la naturaleza;
- b) La comunicación de la historia en la que quedan contempladas las características culturales y sociales, manteniendo a la vez sus rasgos culturales;
- c) El bienestar de las culturas locales en el sentido de una mejor calidad de vida y no necesariamente un mayor nivel de vida, con esto se hace referencia a educación y salud;
- d) El desarrollo sostenible de las presentes y de las futuras generaciones;
- e) De cumplir con estos requisitos con el ecoturismo se promueve los valores culturales y de conservación del medio.

Actualmente la preocupación y concientización medioambiental ha favorecido para que el crecimiento de las áreas naturales protegidas sea de gran importancia y de esta manera hace surgir la necesidad de cambiar y optar por un nuevo modelo de desarrollo, esto ha repercutido en el turismo detectando las nuevas tendencias del mercado hacia la oferta de recursos turísticos en los que la naturaleza, los aspectos del patrimonio cultural e histórico y la seducción de parajes vírgenes y de calidad se convierten en variables que representan un importante foco de atracción en las próximas décadas. El ecoturismo se ha visto como una nueva actividad en la que los países subdesarrollados pueden aprovechar sus recursos naturales y así promover la conservación y el desarrollo, ofreciendo una alternativa para poder atraer la atención mundial y financiamientos hacia estos países.

3.3.3 Sitios arqueológicos

El Salvador está ubicado en la región conocida por los arqueólogos como Mesoamérica, que fue habitada por una de las culturas prehispánicas Los Mayas. Existen en el país numerosos vestigios de esta gran cultura como: Tazumal, San Andrés, El Trapiche, Cara Sucia, El Lago de Guija, donde los lugareños hablan de una ciudad maya bajo el agua y el descubrimiento

más reciente que ha sido llamado “La Pompeya de América”, el sitio Arqueológico de Joya de Cerén, donde se encontraron ruinas de un asentamiento Maya.

Pero a pesar de la existencia de ruinas y sitios arqueológicos invaluable, este subsector como fuente de turismo receptivo no ha tenido resultados positivos, aun después del nombramiento de Joya de Cerén como patrimonio de la humanidad por la UNESCO, cuyo único efecto importante se ha visto en el turismo interno, que ha incrementado sus visitas y ha desplazado al sitio Arqueológico Tazumal de la primera casilla.

Entre los principales problemas que enfrentan este subsector está el bajo presupuesto asignado a labores de conservación de los sitios arqueológicos, labor que compete al Consejo Nacional para la Cultura y el Arte, entidad fundamental en el desarrollo turístico y que no dispone de los medios presupuestarios para realizar actividades de exploración, excavación, restauración y lo más importantes, conservación de las estructuras: como ejemplo Joya de Cerén, donde muchas estructuras aún están bajo tierra porque esa es la mejor forma de conservarlas debido a la falta de fondos para su excavación. Otro aspecto importante que ha obstaculizado el desarrollo, es la inadecuada y escasa promoción internacional, que no fomenta la llegada de turistas a nuestro país, ni motiva a las corrientes existentes de los países vecinos.

3.3.4 Aventura

Esta modalidad de turismo ha tomado mucho auge a nivel mundial. No requiere de grandes instalaciones, pero si de un medio ambiente de mínima comodidad y máxima seguridad por los desplazamientos a realizar, así como por las actividades propias de subsector. El Salvador ofrece a estos turistas condiciones propias para: montañismo, buceo, viajes por rápidos fluviales y Kayakismo, entre otros. A pesar de ser un país relativamente pequeño, cuenta con muchos volcanes, tales como los tres más altos: Santa Ana, San Vicente y San Miguel. La mayoría de los volcanes son silenciosas montañas, pero algunos todavía expelen humo y cenizas con cierta regularidad. Los problemas que enfrentan este subsector incluyen la inseguridad, que es el de mayor incidencia en el desarrollo turístico. Las raíces de este problema están en la pérdida de valores por parte de la sociedad, el alto nivel de desempleo, transculturización y falta de oportunidades.

3.3.5 Histórico – cultural

Los mejores lugares para apreciar el pasado colonial son Santa Ana, Suchitoto, Panchimalco, Izalco y Nahuizalco, entre otras. A lo largo de todo El Salvador, hay muchos monumentos y ciudades que caracterizan la mezcla de elementos pre-hispánicos y coloniales, que son las dos corrientes que han dado forma a todas las poblaciones del país. En el aspecto histórico, un caso muy especial son las antiguas haciendas, con cultivos que marcaron el desarrollo económico de la época, como el caso del añil, bálsamo y café. En el caso de las haciendas, las dificultades giran en torno a la ausencia de programas de rescate de cascos que pueden

incorporarse, sobre todo en el sector reformado que cuenta con inmuebles aptos para esta modalidad turística.

Para el mercado salvadoreño, es muy difícil creer que exista un visitante interesado en nuestro proceso histórico-cultural, sin embargo, deberá ser en el corto plazo un componente a explotar, ya que posee el atractivo suficiente para motivar las corrientes turísticas.

3.3.6 Artesanías.

Muchos pueblos salvadoreños mantienen una tradición artesanal. No obstante, son pocos los pueblos que han alcanzado cierto reconocimiento internacional. La Palma, Ilobasco, Nahuizalco, Tenancingo, son los pueblos de mayor representación del país por su tradición artesanal. La visita a estos pueblos está contemplada por los tours operadores, que ofrecen a los turistas la oportunidad de comprar artesanías y conocer “in situ” los talleres donde los artesanos confeccionan sus obras, escuchando sus testimonios.

El artesano local es reconocido por su excelente habilidad manual y su gran capacidad de trabajo, virtudes que se ponen de manifiesto en la precisión y acabado de sus creaciones. No obstante, son muchas las barreras que debe superar para que el sector pueda encarar el futuro con mayor optimismo:

- a) Falta de imaginación en el momento de concebir el producto;
- b) Un espíritu individualista, lo cual dificulta el fortalecimiento del gremio en el futuro;
- c) Tiene grandes necesidades de capacitación en técnicas de venta y administración de negocios;
- d) Tampoco cuenta con estrictos controles de calidad en sus procesos productivos;
- e) Carece de la capacidad económica para una producción a gran escala y/o para la comercialización de sus artículos sin necesidad de recurrir a intermediarios;

3.3.7 Rutas turísticas.

Las rutas turísticas del país, han sido estructuradas por la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y hasta el momento se han establecido 8 rutas turísticas. La última en establecerse fue la “Ruta de los Volcanes”, la cual fue creada en el año 2009; a continuación se mencionan las rutas.

Tabla 6 - Rutas turísticas en El Salvador

| Nombre de la Ruta | Ruta turística |
|--------------------------------|--|
| Ruta de las Flores | Salcoatitán, Nahuizalco, Juayúa, Apaneca y Concepción de Ataco |
| Ruta Arqueológica | Joya de Cerén, San Andrés, Santa Ana, Chalchuapa, Tazumal, Casa Blanca |
| Ruta Rural y Cultural | Concepción de Ataco, Nahuizalco, Ilobasco, La Palma San Sebastián, Cihuatán, Joya de Cerén, San Andrés, Santa Ana, Chalchuapa, Tazumal, Casa Blanca, Iglesia Santiago Apóstol, Suchitoto, Panchimalco |
| Ruta Artesanal | Ilobasco, Suchitoto, San Sebastián, Cihuatán, Colima, La Palma, San Ignacio, El Pital, Las Pilas, Miramundo, Citalá, Iglesia del Pilar. |
| Ruta de las Mil Cumbres | Bosque de Chaguantique, Bahía de Jiquilisco, Volcán de Tecapa y Laguna de Alegría, Berlín, Alegría |
| Ruta de la Paz | Perquín, Cacaopera, Arambala, Corinto, San Fernando |
| Ruta de Sol y Playa. | <p>Zona Central: Playa el Palmarcito, El Sunzal, El Tunco, La Paz, San Diego, Costa del Sol y Estero de Jaltepeque, El Zonte.</p> <p>Zona Occidental: Playa de la Barra de Santiago, Metalío, Los Cóbanos,</p> <p>Zona Oriental: Bahía de Jiquilisco, Playa El Espino, El cuco, Las Flores, Las Tunas, Torola, Playas Negras, El Tamarindo y el Golfo de Fonseca.</p> |
| Ruta de los Volcanes | Cerro Verde, Izalco y Santa Ana |

3.4 ECOTURISMO EN EL SALVADOR

3.4.1 Historia del ecoturismo en El Salvador

La conservación de los recursos naturales en El Salvador ha sido recomendada desde los años cuarenta, cuando el país ya presentaba un alto grado de deterioro de los suelos y una fuerte necesidad de proteger las cuencas hidrográficas de la acelerada deforestación. La evolución en el manejo de áreas naturales protegidas se ha verificado de la siguiente manera:

Desde 1974 la unidad de Parques Nacionales y Vida Salvaje inició el proceso de identificación y evaluación de las áreas naturales con potencial para integrar un sistema de áreas naturales. Las primeras áreas naturales a ser protegidas fueron Montecristo, El imposible, Laguna el jocotal, Barra de Santiago y los Andes, las dos primeras fueron adquiridas por el Estado para

su conservación. Durante los primeros años de la década de los 90, se continúa el proceso sobre la planificación estratégica de las áreas naturales protegidas, que culminó con la propuesta del Sistema Salvadoreño de Áreas Naturales Protegidas, incrementándose el número a un total de 125 que conformarían el sistema.

En 1998 se promulga la Ley del Medio Ambiente que establece el capítulo único de áreas naturales protegidas donde responsabiliza al Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN) para su gestión.

Para el mes de julio de 2007 El Salvador aún no cuenta con registros estadísticos y documentales, que permitan medir la extensión del turismo natural, sin embargo, basado en estimaciones se calcula que alrededor de 3 millones de salvadoreños y cerca de 123,000 extranjeros lo practican anualmente. Es difícil precisar los comienzos de la actividad ecoturística de El Salvador, generalmente ésta se desarrolla dentro de los espacios denominados áreas protegidas.³²

3.4.2 Importancia del ecoturismo

Hoy en día el ecoturismo se está convirtiendo en una actividad cada vez más popular y crea una mayor conciencia sobre la importancia de la conservación del recurso natural, tanto para los habitantes como los visitantes.

La ecología aplicada tiene como finalidad el conservar los recursos naturales, utilizando medidas de prevención y protección, como la reforestación, el control de la caza y pesca, y otro conjunto de restricciones tendientes a la preservación de áreas donde no hay intervención por el hombre.

Al implementarse el ecoturismo puede:

- a)** Darle valor económico a los servicios del ecosistema que proporcionan las áreas protegidas.
- b)** Generar ingresos directos para la conservación de áreas protegidas.
- c)** Generar ingresos directos e indirectos para los actores locales, por medio de la creación de incentivos para la conservación en comunidades locales.
- d)** Construir grupos partidarios de la conservación, de carácter local, nacional e internacional.
- e)** Promover el uso sustentable de los recursos naturales y reducir las amenazas a la biodiversidad.

³² Juan Pablo Domínguez, Turismo Natural en El Salvador, Cooperación Salvadoreña de Turismo (1999)

3.4.3 Situación actual del ecoturismo

El ecoturismo también es conocido como el negocio verde, consiste en apostarle a la promoción de la belleza natural y como ventaja está en vender la experiencia al visitante más allá del lujo o el estilo que puedan ofrecer corporaciones hoteleras. El ecoturismo posee tres características que se consideran como principales las cuales son:

- a) Contribuir activamente a la presencia de los recursos naturales;
- b) Educar y crear conciencia al respecto en quienes visitan el lugar; y
- c) Generar beneficios para las empresas, los vecinos y el medio ambiente de manera equitativa.

Entre los países de la región, El Salvador ocupa el último lugar de países que desarrollan proyectos amigables con el medio ambiente y de las áreas que opera y recibe ingresos en concepto de ecoturismo se encuentran el Parque Nacional Montecristo, Parque Natural Cerro Verde y el Parque Walter Thilo Deininger. Estos dos últimos son propiedad del Estado, pero administrados por el Instituto Salvadoreño de Turismo.

3.5 INSTITUCIONES DE APOYO TURÍSTICO EN EL SALVADOR

3.5.1 Ministerio de Turismo (MITUR)

El Ministerio de Turismo, surge en junio de 2004, como una muestra de apoyo al sector turismo, este asumió la responsabilidad de dos instituciones ya existentes, el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR). MITUR se basa en 5 ejes de mucha importancia en los cuales descansa la actividad turística y esto se encuentra contemplado en la Estrategia Nacional de Turismo: tales como el impulso del turismo como una política de Estado, desarrollo del destino turístico, promoción y mercadeo turístico, apoyo a la competitividad turística y la facilitación turística.

3.5.2 Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)

La Corporación Salvadoreña de Turismo 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.³³

³³ Informe de Rendición de Cuentas junio 2014-mayo 2015

Además, CORSATUR apoya a otras instituciones tanto públicas como privadas, en la promoción del rescate de los valores naturales, culturales e históricos del país para convertirlos en atractivos turísticos. La finalidad de la Corporación Salvadoreña de Turismo es el desarrollo del sector turismo a través de la promoción de los atractivos turísticos de El Salvador en el extranjero, llevar el Registro Nacional de turismo, un censo estadístico actualizado que contenga información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno e internacional, entre otras funciones que se le atribuyen.

3.5.3 Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)

La Cámara Salvadoreña de Turismo está comprometida con la promoción del desarrollo de la industria turística en El Salvador, dedicada a apoyar y fortalecer a las empresas y gremiales turísticas.

Es una Asociación sin fines de lucro, apolítica, no lucrativa, ni religiosa, la cual se rige por las leyes de la República de El Salvador, por sus Estatutos y su Reglamento Interno. Fue fundada en el año de 1978, por la necesidad de que las diversas actividades turísticas se aglutinaran en una sola entidad y tiene como asociadas a las diferentes gremiales turísticas, las que están representadas en la Junta Directiva.

3.5.4 Policía de Turismo

La división de la Policía de Turismo (POLITUR) tiene como función principal garantizar una estadía tranquila y segura al turista nacional y extranjero que elige a El Salvador como destino para gozar sus vacaciones. Los agentes de POLITUR orientan al veraneante con información de interés turístico, pues cuenta con el personal bilingüe especializado en el área. POLITUR mantiene una vigilancia permanente a las playas, balnearios, parques y zonas de interés religioso, cultural, deportivo y recreativo.

En el Parque Natural Cerro Verde se encuentran destacados 19 elementos de POLITUR, quienes realizan patrullajes tanto en las instalaciones como en la carretera que conduce al parque.

3.5.5 Instituto Salvadoreño de turismo (ISTU)³⁴

3.5.5.1 Historia³⁵

El Instituto Salvadoreño de Turismo, ISTU, fue creado el 13 de diciembre de 1961, mediante la visión del Señor Raúl Contreras, creador, Diseñador y Fundador. El ISTU se creó como una entidad de utilidad pública, con el objetivo de promocionar y estimular sana Recreación familiar. Dicha entidad cuenta con patrimonio propio y autonomía en la administración de sus

³⁴ Memoria de Labores ISTU Junio 2014-Mayo 2015

³⁵ www.istu.gob.sv

bienes, operaciones y servicios, lo mismo que en el desempeño de las funciones y actividades que legalmente le correspondan. El ISTU tiene como eje principal de acción, el desarrollo de la Proyección Social, como vínculo del mandato del Gobierno Central hacia el Turismo Social e interno del Estado.

3.5.5.2 Misión

Promover y estimular la Recreación Familiar, Social y Excursionismo a través de la red de Parques Recreativos, brindando un servicio eficiente y de calidad para la recreación y sano esparcimiento de las familias salvadoreñas.

3.5.5.3 Visión

Ser la institución líder en recreación familiar, social y excursionismo, a través de la infraestructura de Parques recreativos que administra, satisfaciendo las necesidades de los visitantes.

3.5.5.4 Política

Proporcionar diversión familiar al aire libre, a través de los Parques Naturales y Acuáticos, que contribuya al fortalecimiento de la salud mental e integración familiar.

3.5.5.5 Marco estratégico

a) Objetivos

- Fomentar el desarrollo de la recreación familiar y excursionismo, brindando en forma integral la recreación y esparcimiento a la familia salvadoreña;
- Crear condiciones óptimas en la infraestructura de los Parques Recreativos bajo nuestra Administración;
- Establecer mecanismos de información y divulgación sobre los servicios que el Instituto proporciona;
- Generar, gestionar y optimizar los fondos necesarios para su funcionamiento y desarrollo;
- Proteger y conservar el manejo sostenible de los recursos naturales y culturales con que cuentan nuestros Parques.

b) Principales atribuciones y funciones³⁶

Entre las principales atribuciones y funciones del ISTU, se mencionan las siguientes:

- Fomentar el desarrollo de la recreación familiar y excursionismo brindando en forma integral la recreación y esparcimiento a la familia salvadoreña.

³⁶ («PLAN ANUAL OPERATIVO INSTITUCIONAL DEL TRABAJO», 2015)

- Crear condiciones óptimas en la infraestructura de los parques recreativos bajo nuestra Administración.
- Buscar constantemente una mejor calidad del servicio que se brinda a los visitantes.
- Diseñar e implementar un programa de diversión familiar en los Centros de Recreación que satisfagan las expectativas de los visitantes.
- Proteger y conservar el manejo sostenible de los recursos naturales y culturales con que cuentan nuestros parques.

c) Prioridad en la asignación de recursos

Los recursos financieros de forma prioritaria son destinados a:

- Proporcionar mantenimiento preventivo y correctivo a la red de Parques tanto Acuáticos como Naturales.
- Implementar un Plan masivo de promoción y mercadeo para estimular la afluencia de visitantes.
- Inversión en infraestructura

El presupuesto total asignado al ISTU proviene de dos fondos: El Fondo General del GOES y los ingresos que generan los Parques Recreativos.

Durante el año 2016 el Presupuesto asignado al ISTU fue de **\$6,143,505** del cual se destina el 61.82% a la Unidad de Parques Recreativos, siendo esto un equivalente de **\$3,798,185** este total se divide de la siguiente manera:

Tabla 7 - Asignación de recursos

| Unidad Presupuestaria | Responsable | Fondo General | | Recursos propios | |
|--|---------------------------------------|----------------------|-------------|-------------------------|-------------|
| Administración y mantenimiento de Parques Recreativos | Jefe de Unidad de Parques Recreativos | 40.59% | \$1,541,630 | 59.41% | \$2,256,555 |
| | | \$3,798,185 | | | |

3.5.5.6 Organización administrativa del ISTU

La organización establecida por el ISTU fue aprobada mediante reunión ordinaria en el año 2012, la Unidad de Turicentros y Parques es la encargada por velar por todos los parques acuáticos y naturales del país pertenecientes al ISTU.

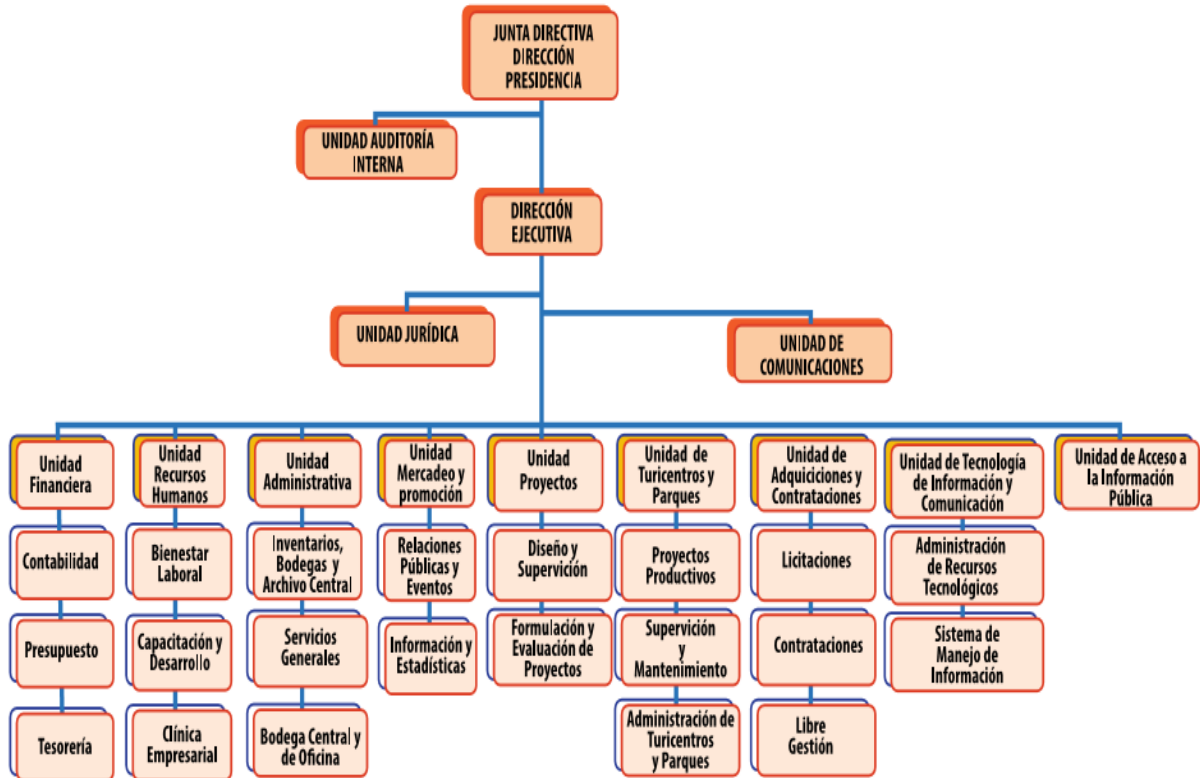


Figura 11 - Organigrama del Instituto Salvadoreño de Turismo.

Unidad Turicentros y Parques

Actualmente esta área posee un total de 233 Personas y es la encargada de planificar, coordinar y controlar la ejecución del plan anual operativo de la unidad, así como optimizar el uso de los recursos humanos, materiales y financieros en los diferentes centros recreativos.

3.5.5.7 Alianzas estratégicas con empresa privadas e instituciones públicas³⁷

Debido a las gestiones con instituciones públicas y el patrocinio de las empresas privadas, el ISTU ha podido realizar diferentes eventos que han beneficiado a las familias salvadoreñas con agencias artísticas y de recreación para el entretenimiento de los visitantes. Todas las

³⁷ (ISTU, 2016)

alianzas contribuyen al fortalecimiento del turismo interno del país y en consecuencia al efecto cascada de la economía de la ciudadanía que participa en los eventos realizados.

Tabla 8 - Alianzas estratégicas

| Alianzas con empresa privada | | | | |
|---|-----------------------------------|--|-------------|--------------------|
| Industria La Constancia | DIANA | Jabón Xtra | | |
| BOCADELI | PRESTAMAS | In Mark | | |
| FEDECREDITO | ACODJAR DE R.L | Chicles Bubbalo | | |
| Salazar Romero | Western Unión | Américas | | |
| Telefónica | Claro | Marketing de Centro | | |
| Digicel | Café Riko | Continental | | |
| Gumarsal | Cimberton | Imagina show | | |
| Alkaselzer | Empresarios del Sector Transporte | Radio Emperador | | |
| Radio Corporación KL Radio Cool Radio Doremix Radio Monumental | Corporación FM | 4:40 Music Radio Cuscatlán | | |
| Alianzas con alcaldías municipales | | | | |
| Zacatecoluca | Chalatenango | Santa Ana | San Vicente | San Sebastián |
| San Esteban Catarina | Apastepeque | Tecoluca | Verapaz | Santa María Ostuma |
| San Juan Nonualco | San Pedro Masahuat | Cojutepeque | San Lorenzo | Puerto El Triunfo |
| | | | | |
| Alianzas con entidades del Estado | | | | |
| POLITUR | Fuerza Armada | Secretaría de la Cultura de la Presidencia de la República | | |
| INJUVE | INDES | Ministerio de Agricultura y Ganadería | | |
| CONAMYPE | CIFCO | Consejo salvadoreño del café | | |
| Gobernaciones Departamentales | Ministerio de Educación | Federación Salvadoreña de Natación | | |
| Federación Salvadoreña de Fútbol | | | | |

3.6 PARQUES ADMINISTRADOS POR EL ISTU

Actualmente el Instituto Salvadoreño de Turismo tiene bajo su responsabilidad a 11 parque acuáticos y 3 parques naturales a nivel nacional, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 9 - Parques Recreativo Acuáticos y Naturales

| ZONA | | PARQUE RECREATIVO | TOTAL DE PARQUES POR ZONA |
|------|-------------|-----------------------------------|---------------------------|
| 1 | Occidental | Sihuatehuacán | 3 |
| | | Atecozol | |
| | | Parque Natural Cerro Verde | |
| 2 | Central | Toma de Quezaltepeque | 5 |
| | | Apulo | |
| | | Parque Balboa y puerta del diablo | |
| | | P. W. T. Deininger | |
| | | Los Chorros | |
| 3 | Paracentral | Apastepeque | 4 |
| | | Ichanmichen | |
| | | Amapulapa | |
| | | Costa del Sol | |
| 4 | Oriental | Altos de la Cueva | 1 |
| 5 | Norte | Agua Fría | 1 |

Tabla 10 - Afluencia de personas, Año 2015 ³⁸

| Parque Recreativo | 2015 | | | | | | | | | | | | Total |
|------------------------------|---------|---------|--------|---------|---------|--------|--------|---------|------------|---------|-----------|-----------|---------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| AGUA FRÍA | 7,838 | 4,283 | 9,904 | 17,439 | 7,500 | 5,056 | 5,853 | 12,408 | 4,615 | 4,126 | 7,593 | 6,125 | 92,740 |
| ALTOS DE LA CUEVA | 16,799 | 7,841 | 14,018 | 30,630 | 9,865 | 7,115 | 8,590 | 19,232 | 5,837 | 4,443 | 6,611 | 13,583 | 144,564 |
| AMAPULAPA | 109,838 | 49,746 | 94,004 | 145,490 | 119,040 | 49,756 | 49,588 | 107,129 | 41,096 | 31,740 | 56,000 | 70,087 | 923,514 |
| APASTEPEQUE | 10,276 | 4,621 | 5,380 | 10,567 | 3,906 | 2,340 | 6,282 | 11,453 | 4,045 | 2,939 | 2,489 | 4,537 | 68,835 |
| APULO | 57,367 | 24,493 | 49,392 | 59,815 | 34,323 | 23,716 | 22,189 | 34,743 | 13,938 | 11,567 | 17,350 | 26,166 | 375,059 |
| ATECOZOL | 26,749 | 15,511 | 40,656 | 91,151 | 65,204 | 36,873 | 49,638 | 93,929 | 31,541 | 24,269 | 16,949 | 21,496 | 513,966 |
| COSTA DEL SOL | 29,375 | 13,036 | 44,578 | 82,981 | 14,151 | 4,104 | 6,788 | 17,310 | 4,768 | 3,812 | 9,659 | 20,383 | 250,945 |
| ICHANMICHEN | 36,949 | 46,255 | 35,079 | 69,665 | 27,367 | 16,460 | 16,387 | 36,986 | 11,761 | 9,502 | 9,489 | 32,098 | 347,998 |
| SIHUATEHUACÁN | 29,058 | 9,127 | 38,180 | 59,104 | 22,224 | 14,133 | 30,207 | 33,354 | 12,912 | 13,276 | 17,179 | 20,940 | 299,694 |
| TOMA DE QUEZALTEPEQUE | 23,996 | 7,778 | 34,425 | 54,135 | 29,021 | 19,240 | 17,110 | 37,707 | 14,216 | 12,082 | 19,829 | 24,758 | 294,297 |
| CERRO VERDE | 17,033 | 7,552 | 18,301 | 26,856 | 12,167 | 11,361 | 12,855 | 22,096 | 29,937 | 19,461 | 13,709 | 20,492 | 211,820 |
| P.WALTER.T.DEINEGER | 888 | 746 | 2,075 | 1,555 | 983 | 1,962 | 1,904 | 3,403 | 1,192 | 1,192 | 2,003 | 817 | 18,720 |
| PARQUE BALBOA | 53,075 | 18,816 | 21,944 | 70,940 | 64,196 | 23,827 | 24,613 | 55,309 | 14,193 | 14,925 | 26,388 | 36,084 | 424,310 |
| LOS CHORROS | 45,869 | 15,095 | 61,764 | 101,126 | 50,851 | 29,479 | 47,491 | 78,322 | 24,234 | 21,474 | 24,967 | 31,618 | 532,290 |

³⁸ Unidad Financiera del ISTU

Al evaluar la afluencia turística de cada parque respecto del total de personas que visitan los parques del ISTU, se observa que uno de los más visitados es el parque acuático Amapulapa con un 20.5 % del total de visitantes y el que menos cantidad de turistas recibe es el Parque Walter T. Deininger obteniendo un 0.4% del total. Al comparar los parques naturales se obtiene la siguiente proporción del total:

Parque Balboa 9.4%, Parque Natural Cerro Verde 4.7% y Parque Walter T. Deininger 0.4%.

El parque Natural Cerro Verde se ubica en el décimo lugar de los de mayor ingreso de visitantes de los 14 parques tanto acuáticos como naturales y en segundo lugar respecto de los tres parques naturales.

Gráfica 8 - Porcentaje de afluencia de personas en parques del ISTU

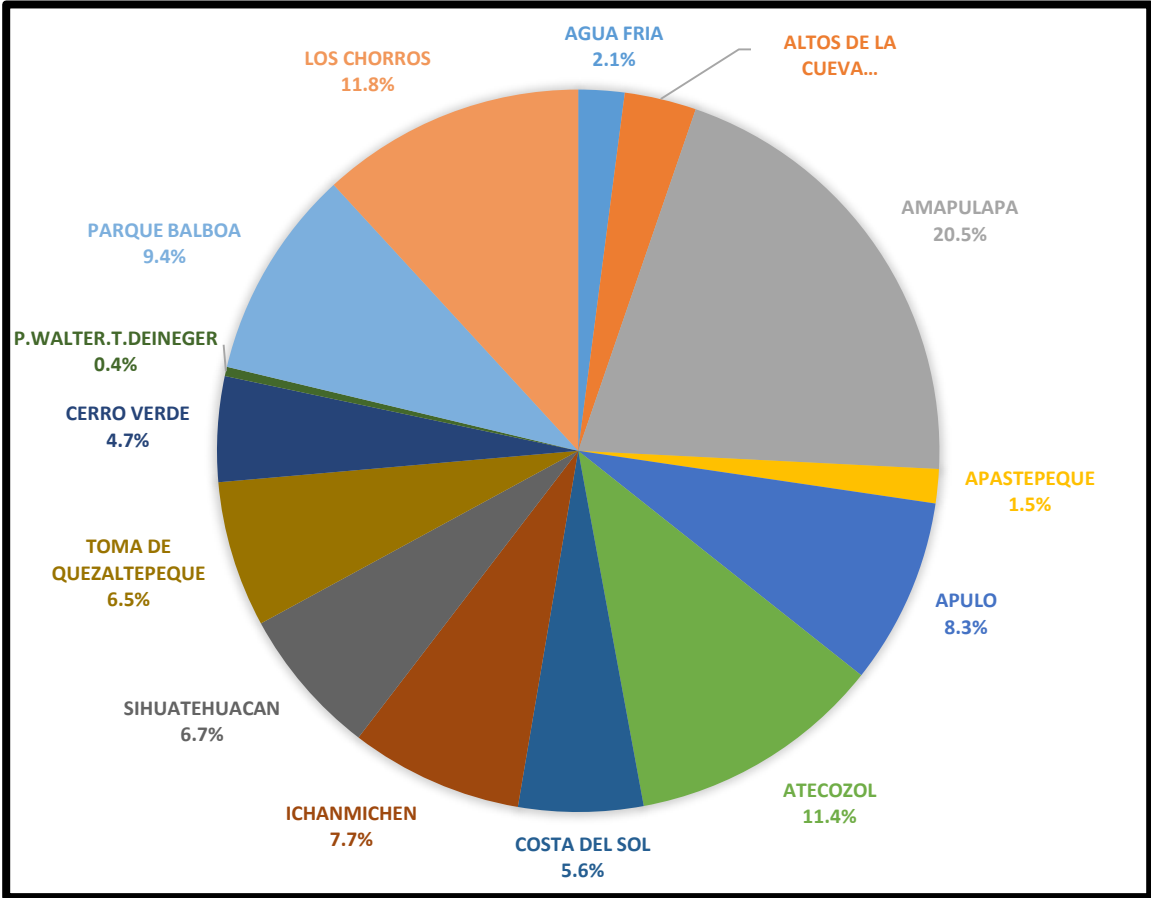
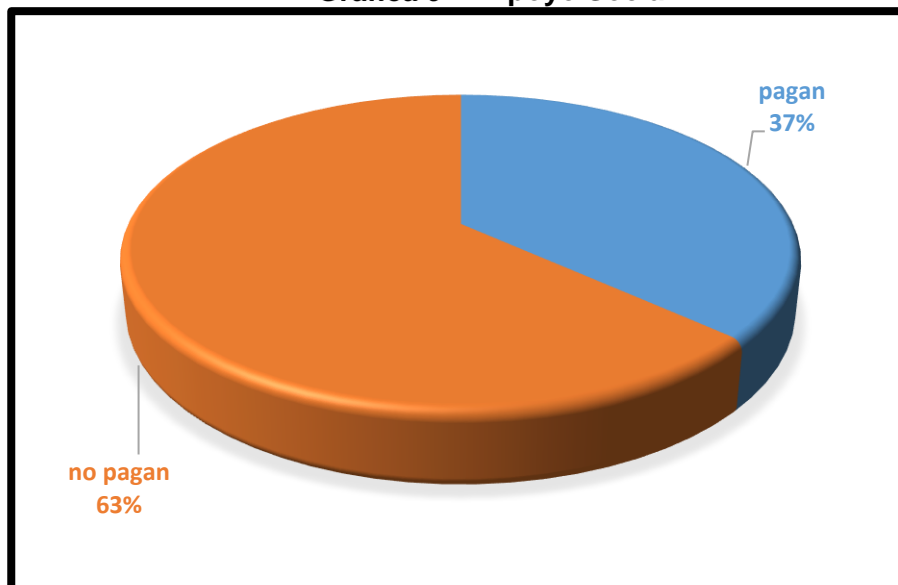


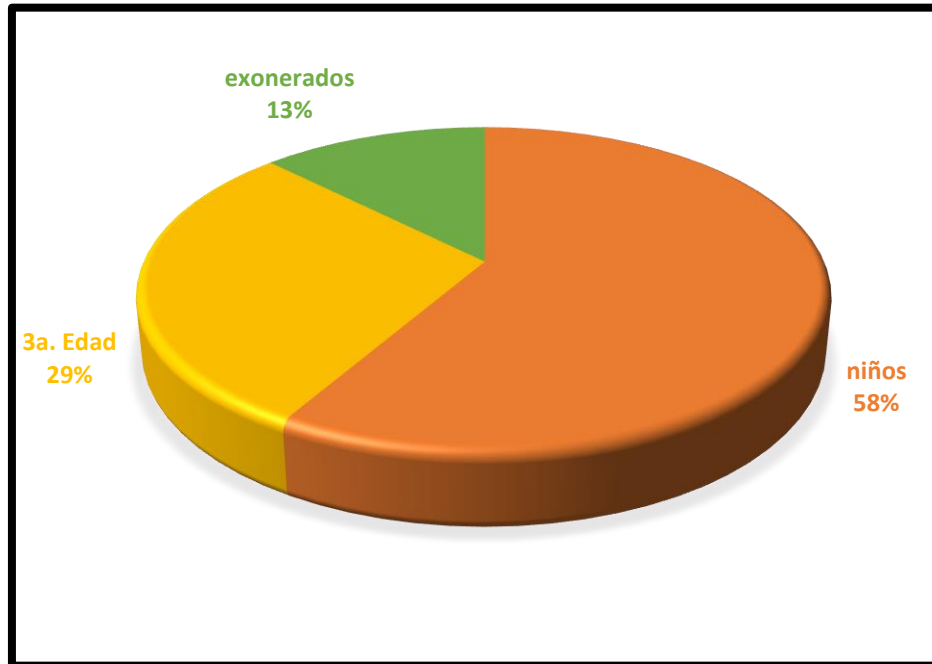
Tabla 11 - Apoyo Social brindado a la población. Periodo junio 2014- mayo 2015

| PARQUE RECREATIVO | CANTIDAD DE PERSONAS | | | | | | |
|-----------------------|----------------------|-----------------|-------------------|----------------|----------------|------------------|------------------------|
| | PERSONAS PAGAN | | PERSONAS NO PAGAN | | | TOTAL | TOTAL |
| | \$1.00 | PNC. \$ 0.50 | NIÑOS | 3a. Edad. | Exonerados | Personas | Financiero |
| AGUA FRÍA | 40,800 | | 29,989 | 21,094 | 857 | 92,740 | \$ 40,800.00 |
| ALTOS DE LA CUEVA | 58,816 | 22 | 59,104 | 26,067 | 555 | 144,564 | \$ 58,827.00 |
| AMAPULAPA | 243,618 | | 429,833 | 217,651 | 32,412 | 923,514 | \$ 243,618.00 |
| APASTEPEQUE | 21,833 | | 30,097 | 16,905 | 0 | 68,835 | \$ 21,833.00 |
| APULO | 168,643 | 470 | 135,997 | 69,745 | 204 | 375,059 | \$ 168,878.00 |
| ATECOZOL | 148,534 | | 182,916 | 66,969 | 115,547 | 513,966 | \$ 148,534.00 |
| COSTA DEL SOL | 112,814 | 204 | 74,704 | 62,909 | 314 | 250,945 | \$ 112,916.00 |
| ICHANMICHEN | 126,352 | | 146,073 | 64,583 | 10,990 | 347,998 | \$ 126,352.00 |
| SIHUATEHUACÁN | 132,968 | 13 | 106,827 | 55,895 | 3,991 | 299,694 | \$ 132,974.50 |
| TOMA DE QUEZALTEPEQUE | 114,349 | 95 | 105,841 | 30,980 | 43,032 | 294,297 | \$ 114,396.50 |
| CERRO VERDE | 93,358 | 59 | 77,455 | 31,453 | 9,495 | 211,820 | \$ 93,387.50 |
| P.WALTER.T. DEINEGER | 8,638 | | 6,554 | 3,364 | 164 | 18,720 | \$ 8,638.00 |
| PARQUE BALBOA | 94,853 | 2 | 114,355 | 80,285 | 134,815 | 424,310 | \$ 94,854.00 |
| LOS CHORROS | 284,335 | 23 | 163,891 | 79,766 | 4,275 | 532,290 | \$ 284,346.50 |
| TOTAL | 1,649,911 | 888 | 1,663,636 | 827,666 | 356,651 | 4,498,752 | \$ 1,650,355.00 |

Gráfica 9 - Apoyo Social



Gráfica 10 - Personas que no pagan



3.7 PARQUE NATURAL CERRO VERDE

3.7.1 Generalidades

El Cerro Verde o también llamado Cuntepeque es un volcán extinto ubicado en el Departamento de Santa Ana, en la cordillera de Apaneca. Tiene una altura de 2030 msnm y su cráter se encuentra erosionado y cubierto por un espeso bosque nebuloso. Se estima que su última erupción fue hace 25 mil años.

En el Cerro Verde se encuentra el Parque Natural homónimo con extensión de 54 manzanas, que es administrado por el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU); ofrece miradores a los volcanes de Santa Ana, Izalco y al Lago de Coatepeque, además de un orquidiario, paseo por el bosque y escaladas al mismo Volcán de Izalco a una altura de 1,980 metros sobre el nivel del mar y al de Santa Ana a una altura de 2,381 metros sobre el nivel del mar. El parque también cuenta con tres senderos recreativos: Las Flores Misteriosas, Ventana a la Naturaleza y Antiguo Hotel de Montaña.

Durante el trayecto hacia el parque, los turistas y visitantes pueden observar cafetales, pinares y miradores que permiten divisar hermosos paisajes, siendo uno de ellos el Lago de Coatepeque.

3.7.2 Características Naturales

Las características naturales del PNCV, hacen énfasis en los elementos significativos de los diferentes recursos. Por lo que se describen cada uno de los recursos naturales bosquejados de tal manera que permitan una visión general del mismo.

Clima El clima en el propuesto parque nacional es muy agradable para el desarrollo de actividades recreacionales contribuyendo también a las características que presentan los diversos recursos

El clima en esta zona es templado, por lo que los últimos y los primeros meses del año se registran como época fría, donde la temperatura oscila entre los 15°C y los 18°C durante el día y entre 4°C y 9°C en la noche.

Flora Para las condiciones climáticas que ocurren en esta zona de El Salvador, se ha identificado la formación vegetal conocida como bosque nebuloso, uno de los bosques más ricos en vegetación y pureza del aire. Esta vegetación se caracteriza por su exuberancia en plantas epífitas sobre las ramas de los árboles, tales como orquídeas y brómelas (comúnmente conocidos como “gallitos”). Además, el follaje de los árboles permanece siempre verde durante todo el año debido a la alta humedad del suelo y del aire producto de la constante neblina y las frecuentes lluvias.

La fauna del parque está situada dentro de la clasificación llamadas Zona Tropical superior Húmeda con un rango general de altura situado entre los 1000 m.s.n.m. y los 2600 m.s.n.m. esta zona, está caracterizada por una vegetación densa.

Muchos animales encuentran refugio en esta reserva, registrándose cerca de 127 especies de aves, de las cuales 17 son colibríes, entre ellos el “Mosardón”, cuyo peso es de tan solo 3 gramos en edad adulta.

Fauna Otra especie de ave que es bastante común en el parque es el “Guardabarranco” que por su trino fuerte y melodioso se le ha considerado como una de las cinco mejores aves cantoras del mundo. Los mamíferos existentes pueden citarse a continuación y existen representantes como; venado cola blanca, puerco espín, Taltuza, Zorra, Conejo; Se sabe además de la existencia de felinos menores tigrillos y gato zonto; y últimamente de coyote. Los reptiles son muy pocos y restringidos a ciertas áreas, siendo más comunes, lagartijas y culebras tal como Timbo y la Masacuata; habiéndose visto especímenes de falso coral. Igualmente los insectos han sido poco estudiados; pero se hacen evidentes las mariposas, avispas, es carábidos y otros lepidópteros.

3.7.3 Ubicación geográfica

El Parque Natural Cerro Verde se encuentra ubicado sobre la cadena volcánica que está comprendida por el volcán de Santa Ana, Volcán de Izalco y Volcán Cerro Verde; se ubica con

una orientación norte-sur, que abarca el vértice sur del departamento de Santa Ana y la fracción centro norte del departamento de Sonsonate.

Limita al NORTE: con los cantones Buenos Aires y Potrero Grande Arriba, al SUR: con los cantones Teshcal, Shon Shon y Tunalmiles; al OESTE: con los cantones Buenos Aires y Potrero Grande Arriba, Los Naranjos, Valle Nuevo, El Arenal, El Chaparrón, San Juan Abajo, San Juan Arriba, El Canelo y Talconunca, y al ESTE: con Palo de Campana, Planes de la Laguna, Lomas de San Marcelino, Las Lajas y San Isidro.

El parque se encuentra descrito como porción 1 y porción 2 y, según los antecedentes registrales inscritos y de conformidad a las certificaciones emitidas por el Centro Nacional de Registro de la Jurisdicción de la Primera sección de Santa Ana, se establece al Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como propietario de los inmuebles.

La porción 1 está situada en la parte más alta del Volcán Cerro Verde, Cantón Las Lomas, Jurisdicción de Santa Ana y Las Brumas, correspondiente a la ubicación geográfica Las Brumas, Lomas de San Marcelino, Departamento de Santa Ana, la porción 2 con matrícula, está situado al Sur de la primera porción. Por otra parte, de acuerdo al Decreto Ejecutivo No. 62 con fecha 25 de Julio de 1997, el Instituto Salvadoreño de Turismo, traslada a la Corporación Salvadoreña de Turismo, una parcela equivalente a 40,368.80 m² de la porción 1, presentando posteriormente en el año 2004, una remediación del mismo inmueble equivalente a una parcela de 45,033.59 m².³⁹

Actualmente el Parque Natural Cerro Verde considerado como área natural protegida, posee un área superficial de 258,810.71 m² equivalente a 368,370.79 v².



Imagen 1 - Vista superior de ubicación del Parque Natural Cerro Verde

³⁹ Información brindada por el Instituto Salvadoreño de Turismo



Imagen 2 - Vista Superior del Parque Natural Cerro Verde

En la siguiente figura se muestra a escala espacial el Parque Natural Cerro Verde incluyendo el área del Hotel de Montaña Cerro Verde (inhabilitado), perteneciente a CORSATUR; el croquis comprende el parqueo, los senderos, los miradores, las casetas de información, área de juegos, servicios sanitarios y merendero

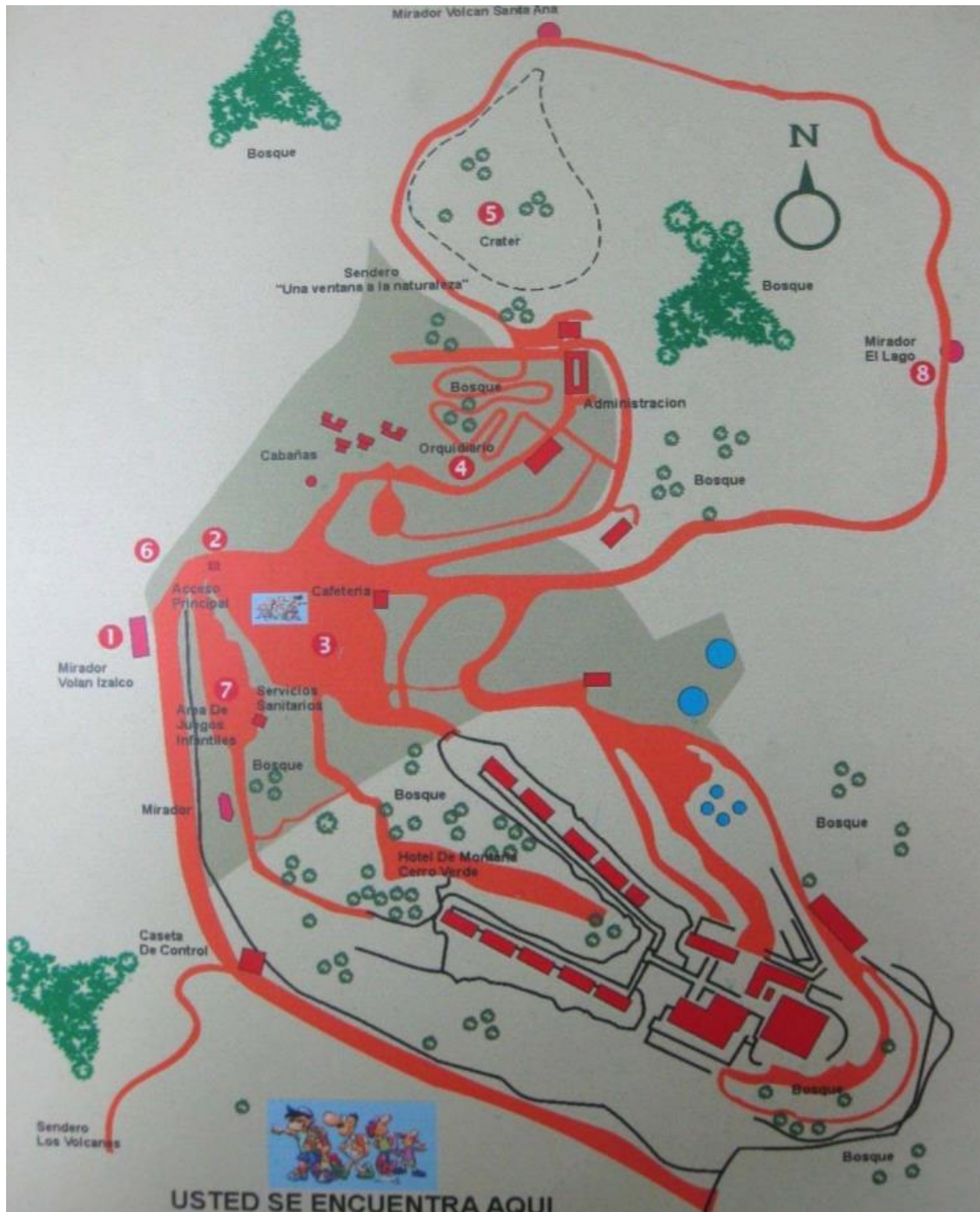


Figura 12 - Croquis de las instalaciones del PNCV
Fuente Instituto Salvadoreño de Turismo



Imagen 3 - Calle hacia el PNCV

3.7.4 Oferta turística del Parque Natural Cerro Verde

Según la historia del parque, a causa de los daños producidos por el terremoto del año 2001 que afectó en gran manera al país, éste debió ser clausurado, por medidas de seguridad, pero su clausura no fue por un tiempo muy prolongado, ya que el 15 de diciembre de 2002 fue reaberto al público. En el tiempo que el parque estuvo inhabilitado, el ISTU aprovechó para realizar remodelaciones en la infraestructura existente, lo cual obtuvo resultados positivos ya que lo ha llevado al reconocimiento de los visitantes. La principal oferta del Parque Natural Cerro Verde, es la incursión y el turismo de naturaleza, con clasificación en ecoturismo, donde el visitante puede disfrutar de diferentes opciones para la práctica del turismo de esta índole. Además, favorecida por ser un área natural protegida con una cobertura vegetal de densidad mayor al 70% de especies arbóreas de diferente edad y con una variedad de microclimas condicionados por la topografía del lugar; el Parque Natural Cerro Verde ofrece al visitante armonía en contacto con la naturaleza.⁴⁰ Entre las actividades y servicios que ofrece el parque a los visitantes y turistas se encuentran las siguientes:

3.7.4.1 Senderos interpretativos

El parque ofrece tres Senderos Interpretativos y cuatro observatorios: El sendero Las Flores Misteriosas, Sendero una Ventana a la Naturaleza y el Sendero Antiguo Hotel de Montaña; durante su recorrido muestra vistas panorámicas en cada observatorio que se encuentra en la ruta, ya que se puede contemplar las aves y las impresionantes vistas del entorno; entre los observatorios se mencionan: el mirador con vista hacia el Lago de Coatepeque, el mirador con vista hacia el Volcán de Santa Ana, el mirador con vista hacia el Volcán de Izalco y el mirador llamado: “el Rinconcito del bosque”.

⁴⁰ Servicio Nacional de Estudios Territoriales (SNET)

Las caminatas por senderos se realizan en grupos de 15 personas y ésta debe ser en compañía de guías especializados y la División de turismo de la Policía Nacional Civil.



Imagen 4 - Recorrido por los senderos

3.7.4.2 Caminatas al volcán de Izalco y Santa Ana

Las caminatas guiadas hacia el Volcán de Izalco y Volcán de Santa Ana, se realizan en horarios diferenciados de acuerdo a la llegada de los visitantes y a los grupos que se formen con un número no mayor a 10 personas cada grupo.

La organización que realizan los guías turísticos es la siguiente⁴¹:

- 9:00 Primera organización de grupos.
- 9:30 Segunda organización de grupos
- 10:00 Finalización de organización.
- 10:30 Finalización de organización

A las 10:15 y 11:15 am se inician las caminatas con intervalos de 10 minutos entre cada grupo, en caso de haber más de un grupo para la caminata. En horarios diferentes a los establecidos para las caminatas no se permite ninguna caminata más, por protocolos de seguridad a los turistas y visitantes.



Imagen 5 - Turistas esperando salir a caminatas al volcán

⁴¹ Informe de Servicios a Parques Recreativos 2014-ISTU

La distancia de las caminatas desde el parqueo hasta el inicio de lava del Volcán de Izalco es de 1600 metros aproximadamente, estos son senderos marcados y con descansos; a partir de éste lugar hasta el cráter existen 2500 metros aproximadamente, dichos senderos son irregulares, terreno suelto y piedra suelta con una pendiente de 30 a 40 grados. La distancia desde el parqueo hasta el cráter del Volcán de Santa Ana es de 3000 metros aproximadamente y estas caminatas duran entre 4 y 5 horas aproximadamente, depende en gran manera de la condición física de los participantes. La colaboración voluntaria sugerida para los guías comunitarios por las caminatas guiadas hacia los volcanes es de \$1.00 por cada participante, esta cantidad a los guías voluntarios comprende, ida y regreso a cualquiera de los cráteres de los Volcanes de Izalco y Santa Ana; y de \$ 0.25 cada persona por recorridos internos de las instalaciones del parque.

El programa de guías turísticos fue creado con el objetivo de involucrar a los lugareños del sector y brindar un servicio más personalizado en la práctica del turismo, ya sea realizando senderismo interpretativo o caminatas hacia el Volcán de Izalco o de Santa Ana.



Imagen 6 - Caminata al volcán de Iamatepec

3.7.4.3 Zona de uso publico

En la zona de uso público las personas que visitan el parque pueden pasar un tiempo en familia y amigos, ya que esta área cuenta con juegos para niños, mesa para picnic, área de cafetería, quioscos de artesanías, entre otros, cuyo objetivo es facilitar la educación ambiental y la recreación.

Los juegos para los niños están contruidos con madera, así se evita introducir materiales que no sean tan amigables con el medio ambiente. Entre los juegos hay columpios, figuras elaboradas con ramas de árboles que simulan animales y son utilizados por los niños para cabalgar, entre otros.



Imagen 7 - Área de juegos de infantiles

Las mesas para picnic tal como se menciona anteriormente forman parte de la zona de uso público, muchos de los turistas llevan comida para compartir en familia o amigos y así pasar un momento ameno.



Imagen 8 - Turistas en mesas de picnic

3.7.4.4 Actividades en temporadas festivas

Actualmente existe un merendero donde se puede comprar alimentos, golosinas, entre otros productos; pero en las fechas donde existe mayor afluencia de visitantes, tales como semana santa, vacaciones de agosto o tanto el festival del jocote como el festival del café, se les da la oportunidad a comerciantes de la zona para que puedan ofrecer sus productos. De esta manera se contribuye al incremento de los ingresos de las familias emprendedoras de las zonas aledañas al parque. Los productos que ofrecen son platillos típicos tales como nuegados, atoles, yuca frita, pupusas, papas fritas, bebidas y una variedad de frutas según temporada.



Imagen 9 - Ventas de alimentos

La música andina no puede faltar, esto crea un ambiente de alegría en el parque y se puede escuchar en periodos festivos, donde los turistas tienden a visitar el PNCV en grandes cantidades.



Imagen 10 - Música andina para los turistas

3.7.4.5 Cabañas para el alojamiento

El parque pone a disposición 6 cabañas para los visitantes que deseen pernoctar, estas cabañas son dos dúplex y dos individuales y se encuentran equipadas con amplias y cómodas salas, dormitorios, servicio sanitario y agua caliente. Los precios del alquiler de cabañas individuales y dúplex se ofrecen por una cuota de USD \$35.00 y \$ USD 55.00, respectivamente, la estadía por 24 horas



Imagen 11 - Cabañas del PNCV

3.7.4.6 Festival del Jocote Corona

El ISTU realiza el Festival del Jocote Corona en las instalaciones del PNCV, durante el mes de septiembre y como objetivo propuesto se busca incentivar el Turismo Interno y a la vez potenciar la identidad de los Pueblos Vivos, así como contribuir a la economía de las micro, pequeñas y medianas empresas de la zona, quienes se ven beneficiadas por la generación de empleos directos e indirectos. Durante el año 2015 el Festival del Jocote Corona generó 68 empleos directos y tuvo una afluencia de 17,800 visitantes.⁴²

El Jocote Corona es un fruto de temporada que se cultiva en la zona alta del Cerro Verde cuyo lugar se le conoce como la cuna del jocote y año con año las opciones son variadas en el festival, ya que se puede disfrutar de productos elaborados con el Jocote Corona tales como Jaleas, chile, pupusas, pizza, vino, atol, minuta, queso, mermelada, pan dulce, empanadas, licor, dulces y hasta ponche entre otros productos.

Con este festival se busca posicionamiento del Producto Turístico, brindar espacios para la convivencia ciudadana y a la vez la creación de vínculos directos con Instituciones Públicas y Privadas



Imagen 12 - Festival del Jocote Corona

⁴² (ISTU, 2015)

3.7.4.7 Festival del café

En febrero del presente año el Instituto Salvadoreño de Turismo realizó el primer "Festival del Café" en las instalaciones del Parque Natural Cerro Verde, cuyo objetivo es potenciar la diversificación de la caficultura, combinando y fomentando el agroturismo y ecoturismo de la zona.

Fueron más de 40 emprendedores de la zona y de otros departamentos que se vieron beneficiados al ofrecer sus productos derivados del café, tales como café macerado en Chaparro, pan de torta de café, flan de café, línea de cosméticos hecha a base de café, entre otros productos, esto generó 31 empleos directos temporales.



Imagen 13 - Productos en Festival del Café

3.7.4.8 Señalización y mobiliario existente⁴³

Actualmente, el PNCV cuenta con escaso mobiliario y señalización en aquellas áreas de uso público, tales como el estacionamiento, servicios sanitarios, área de cabañas y senderos.

A continuación, se detalla el mobiliario existente en el Parque Natural Cerro Verde.

Tabla 12 - Zona servicios sanitarios-Juegos Infantiles

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|----------|--|
| 11 | Mesa circular de concreto con cuatro bancas |
| 3 | Mesa rectangular de concreto con dos bancas rectangulares para seis personas |
| 1 | Bancos de madera |
| 7 | Bancos rústicos de madera |
| 2 | Barbacoas |
| 4 | Basureros |
| 51.47 m. | Pasamanos |
| 2 | Rampas |
| 2 | Rótulos |

⁴³ Datos brindados por el Instituto Salvadoreño de Turismo.

Tabla 13 - Zona Mirador-Rinconcito del Bosque

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|--------------|--|
| 2 | Mesa circular de concreto con cuatro bancas |
| 11 | Mesa circular de concreto con seis bancas |
| 1 | Mesa rectangular de concreto con seis bancas rectangulares |
| 1 | Bancos de madera |
| 2 | Bancos rústicos de madera |
| 3 | Basureros |
| 97.96 m. | Pasamanos |
| 2 | Rótulos |
| 1 | Tanque cisterna |

Tabla 14 - Zona Estacionamiento

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|--------------|--|
| 4 | Bancos de concreto |
| 4 | Bancos de madera |
| 3 | Bancos rústicos de madera |
| 9 | Basureros |
| 38.62 m. | Pasamanos |
| 6 | Rótulos |

Tabla 15 - Zona de Picnic-El Panteón

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|--------------|--|
| 1 | Mesa circular de concreto con cuatro bancas |
| 7 | Mesa circular de concreto con seis bancas |
| 6 | Mesa rectangular de concreto con dos bancas para seis personas |
| 1 | Barbacoas |
| 5 | Basureros |
| 12.68 m. | Pasamanos |
| 1 | Rampas |
| 1 | Rótulos |

Tabla 16 - Zona de Picnic – Área baja del merendero (El aguacate)

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|--------------|--|
| 3 | Mesa rectangular de madera con dos bancas para seis personas |
| 1 | Basureros |
| 1 | Rótulos |

Tabla 17 - Zona cercana a cabañas

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|--------------|---|
| 1 | Mesa circular de concreto con seis bancas |
| 2 | Mesa circular de concreto con dos bancas circulares |
| 2 | Basureros |
| 23.71 m. | Pasamanos |

Tabla 18 - Zona cabañas

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|--------------|--|
| 1 | Bancos de concreto |
| 1 | Bancos de madera |
| 2 | Basureros |
| 1 | Rótulos |

Tabla 19 - Zona Ciprés

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|--------------|--|
| 1 | Mesa circular de concreto con cuatro bancas |
| 5 | Mesa circular de concreto con cinco bancas |
| 2 | Mesa circular de concreto con seis bancas |
| 1 | Mesa rectangular de madera con dos bancas rectangulares para ocho personas |
| 3 | Bancos de concreto |
| 3 | Basureros |
| 44.04 m. | Pasamanos |
| 2 | Rótulos |

Tabla 20 - Zona administración- bodega

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|--------------|--|
| 4 | Bancos de madera |
| 1 | Barbacoas |
| 2 | Basureros |
| 22.20 m. | Pasamanos |
| 2 | Rótulos |
| 3 | Tanques |

Tabla 21 - Zona de senderos

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|--------------|--|
| 8 | Rótulos |

Tabla 22 - Zona orquidiario

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|--------------|--|
| 4 | Rótulos |

Tabla 23 - Zona acceso

| CANT. | SEÑALIZACIÓN Y MOBILIARIO EXISTENTE |
|--------------|--|
| 3 | Bancos rústicos de madera |
| 2 | basureros |
| 4.00 m. | Pasamanos |
| 10 | Rótulos |

3.7.5 Condición medio ambiental del Parque Natural Cerro Verde

3.7.5.1 Zona de amortiguamiento del parque

Según fuentes oficiales del Observatorio Ambiental del MARN, la zona de amortiguamiento del Volcán Cerro Verde está definida por una franja perimetral equivalente a 500 metros lineales en base a los límites geográficos descritos con anterioridad. La mayor parte del Parque Natural es de uso restringido, específicamente aquellas áreas que contienen la mayor cobertura vegetal y que solo puede utilizarse para la contemplación de aves, senderismo interpretativo y la realización de estudios ambientales u otras actividades de carácter investigativo y

científico. Es importante señalar que esta zona está cubierta por especies arbóreas de suma exuberancia y fauna en peligro de extinción.

3.7.5.2 Vulnerabilidad, riesgos y amenazas latentes

De acuerdo a los datos proporcionados por la Unidad del Observatorio Ambiental del MARN, la región donde se encuentra el Parque Natural Cerro Verde, presenta entre alta y muy alta susceptibilidad a movimientos de tierra y ladera. Las pendientes y la accidentada topografía del parque aumentan el índice de riesgo para producir deslizamientos de tierra y rocas, específicamente al costado sur-poniente y sur-oriente de la calle que conecta con las instalaciones del parque. Según fuentes informativas del ISTU, el personal operativo del Parque ha aunado esfuerzos por realizar obras de mitigación para la reducción del riesgo; sin embargo, la falta de presupuesto con la que cuenta el parque y el poco personal operativo ha imposibilitado en gran medida la ejecución de estas obras.



Imagen 14 - Vista superior de cárcava

Una de las amenazas más latente a la que se enfrenta día a día el parque, es la cárcava que se encuentra ubicada a 1.5 km del parque y tiene aproximadamente 1 km de longitud. La erosión y el desgaste progresivo del suelo han ocasionado con el paso del tiempo, que dicha cárcava vaya creciendo, convirtiéndose en un riesgo inminente para el parque.



Imagen 15 - Cárcava cercana al Parque Natural Cerro Verde

3.7.5.3 Uso actual del suelo

El uso de suelo predominante en el Parque Natural Cerro Verde es de tipo bosque nebuloso, condicionado por factores meteorológicos como vientos, humedad y luz solar, etc. La importancia de esta reserva natural, por tener una cobertura vegetal con una densidad mayor al 70% de especies arbórea, radica en tener especies de diferente edad y suma exuberancia, diferente tallo con una altura promedio de veinticinco metros, hoja perenne y ramificación cerrada o abierta.⁴⁴



Imagen 16 - Recorrido por senderos

Se considera que los senderos en su estado natural, son inaccesibles a personas con discapacidad y/o movilidad reducida. Las tareas de limpieza de forma periódica son un factor importante para definir correctamente la circulación, además el reparar los senderos y realizar obras de protección para el bosque, para evitar el desgaste futuro del suelo y la erosión.

⁴⁴ Servicio Nacional de Estudios Territoriales (SNET)



Imagen 17 - Recorrido por senderos

3.7.5.4 Afectación del ambiente

La acumulación de los desechos sólidos sin el tratamiento adecuado, representa uno de los problemas más emblemáticos que afecta directamente al Parque Natural Cerro Verde. La recolección de basura es arbitraria y la acumulación de estos desechos sólidos de origen inorgánico es masiva, tales como envases, plásticos, metales y otros desechos provenientes de productos de consumo humano, que generan la contaminación del ambiente en el parque.



Imagen 18 - Espacio para almacenamiento de desechos sólidos

Actualmente, el Parque Natural Cerro Verde no cuenta con la recolección y el tratamiento adecuado de los desechos sólidos, ni con la infraestructura apropiada, ya que el espacio destinado para el almacenamiento de los desechos es insuficiente para la cantidad que se genera en el parque, ocasionando el rebalse del contenedor y la contaminación del medio ambiente. Según Francisco Jaco (Administrador del Parque Natural Cerro Verde), el personal de mantenimiento es el encargado de recolectar la basura y de trasladarla al acopio denominado así, al lugar donde es acumulada; la administración del parque se encarga de contratar cada cierto tiempo al camión recolector de basura, normalmente esto es realizado entre 2 y 3 veces al año, todo depende de la cantidad existente.



Imagen 19 - Acopio del Parque Natural Cerro Verde

3.7.5.5 Escasez de agua

Uno de los problemas al que se presenta a diario la administración del parque es la escases del vital líquido, la principal fuente de abastecimiento de agua se realiza por medio de tanques de captación de agua; son 4 cisternas con las que se cuenta y tienen una capacidad de 30 metros cúbicos cada una de ellas, con esto se trata de cubrir las necesidades de la cafetería, cabañas, servicios sanitarios y jardinería.



Imagen 20 - Tanques de captación de agua

En temporadas de mayor afluencia de turistas y visitantes, la necesidad del vital líquido y su adecuado sistema hidráulico es percibida rápidamente, ya que la limpieza de los servicios sanitarios se ve opacada, mostrando malestar por parte de los turistas.

Además, no se cuenta con el adecuado plan de recolección y disposición final de aguas negras y grises; más bien, el sistema hidrosanitario funciona a través de fosas sépticas y campos de riego cuya vida útil ya se encuentra obsoleta para una de las fosas existentes.

Actualmente, el Parque Nacional Cerro Verde cuenta con tres baterías de servicios sanitarios y según fuentes oficiales del ISTU, el parque no cuenta con un programa de limpieza y mantenimiento de fosas sépticas, simplemente se realiza cuando es necesario, lo que ocasiona el rebalse de los desechos y la proliferación de malos olores.



Imagen 21 - Baños Sanitarios

3.7.6 Condición de infraestructura del Parque Natural Cerro Verde

Actualmente el PNCV posee cierta deficiencia como atractivo turístico, debido a que existen algunas áreas que necesitan de una mejora en su infraestructura para poder lograr un lugar con mayor comodidad en contacto directo con la naturaleza. Además, otra de las deficiencias se le atribuye a no contar con una diversificación de actividades ecoturísticas donde los turistas y visitantes, puedan optar por la que mejor les parezca.

3.7.6.1 Condición actual del merendero

El parque cuenta con un único merendero que ofrece la venta de comida y golosinas; Según estadísticas determinadas por la Unidad de Proyectos del Instituto Salvadoreño de Turismo, el 45% de la demanda turística prefiere consumir dentro de las instalaciones del parque; a pesar que es la minoría, la capacidad del merendero no es suficiente para la demanda de turistas que deciden consumir en dicho lugar, ya que el área de mesas es de 8.26 m², relativamente pequeña para la demanda.

Por otra parte, las condiciones de higiene y salubridad, en las instalaciones del merendero no son adecuadas para el consumo de los alimentos, la construcción del mismo ha sido realizada con materiales del lugar, tales como madera, lamina y troncos de árboles que sirven de parales para el sostén de la cubierta de techos, pero a la vez estos carecen de mantenimiento.

El acabado del piso es natural, lo que genera charcos en el área de mesas en momentos de lluvia, ocasionando mal aspecto e insalubridad. El menú de comida es limitado, condicionando al visitante a consumir un alimento en específico.



Imagen 22 - Vista externa del merendero



Imagen 23 - Vista interna del merendero

3.7.6.2 Condición actual del área de cabañas

Tal como se menciona anteriormente las cabañas es uno de los servicios que brinda el parque, actualmente el personal operativo realiza periódicamente tareas de mantenimiento de la pintura en las cabañas; con el objetivo de alargar la vida útil del color.

La capacidad de dichas cabañas es de 4 personas en la modalidad sencilla y de 8 personas en la modalidad doble. El único requisito que se le pide al turista es llevar ropa de cama.



Imagen 24 - Cabañas del Parque Natural Cerro Verde

Uno de los aspectos que deben priorizarse es la accesibilidad hacia los espacios, ya que la topografía del lugar posee pendientes mayores a los 35°. La jardinería es representativa del lugar y ofrece un ambiente muy agradable. Los sanitarios se encuentran manchados y en unos casos incompletos. Uno de los beneficios que se resalta de las cabañas al momento de hacer publicidad, es el de agua caliente en las regaderas, pero debido al mal uso que se le ha dado por parte de las personas y la falta de control o supervisión de las cabañas al momento de ser entregarlas y recibirlas, hace que estos gastos no sean cubiertos por la persona que ha dañado los objetos y se trasladen a la administración, quedando este problema por mucho tiempo sin ser reparado.



Imagen 25 - Cabañas del Parque Natural Cerro Verde

3.7.6.3 Condición actual de la caseta de información

La caseta de información se encuentra sub utilizada ya que no funciona al servicio del turista. Actualmente, es bodega de almacenamiento para el resguardo de bancas. El sistema de techo presenta corrosión y la conexión de energía eléctrica es obsoleta. Este es el lugar donde se encuentran los guías turísticos, y donde se preparan para realizar las caminatas a los volcanes. La disposición de los guías turísticos ubicados en la caseta de información es de 8:00 am a 5:00 pm.



Imagen 26 - Caseta de Información

3.7.6.4 Condición actual del acceso principal

El Parque Natural Cerro Verde cuenta con un portón de acceso el cual fue remodelado en el año 2011. Según fuentes oficiales del ISTU, se realizó el entablillado del portón del acceso principal, con el objetivo que cuando el parque dejara de estar abierto al público, quedara completamente cerrado, para evitar saqueos y daño ocasionados a las instalaciones del mismo.



Imagen 27 - Acceso principal

Por otra parte, la cubierta de techo de la caseta de cobros ubicada sobre el acceso principal del parque, se encuentra dañada por las raíces de los árboles que se ubican al costado lateral izquierdo de la caseta. Asimismo, se constató, que la cubierta no se encuentra correctamente sujeta.



Imagen 28 - Caseta de cobros y servicio sanitario

3.7.6.5 Condición actual de áreas verdes

El parque cuenta con un orquidiario y con áreas donde se pueden observar plantas con lindas flores, pero en época de verano a pesar del clima húmedo, las plantas tienden a marchitarse y uno de los factores es la falta de mantenimiento de áreas verdes y la escases del agua, debido a esta situación se decide cerrar el acceso al orquidiario en dicha época. A pesar de

eso, los turistas observan a cierta distancia y mencionan la situación de las plantas y la necesidad del cuidado que merecen, ya que de ésta forma se le da vida al parque.



Imagen 29 - Áreas verdes

3.7.6.6 Condición actual de mobiliario existente

Según el Jefe de Parques Recreativos Lic. Antonio Macal, el bajo presupuesto que reciben hace un poco difícil el mantenimiento total de cada parque recreativo a su cargo, tal es el caso del Parque Natural Cerro Verde donde no se cuenta con el mobiliario adecuado para el uso del turista y del personal operativo y administrativo del parque. Las mesas ubicadas en áreas comunes, se encuentran inminentemente dañadas, algunas de las mesas se encuentran sin bancas, las barbacoas han sido reemplazadas por jardineras.

Además, parte de la señalización de los senderos interpretativos se encuentra deteriorada y esto hace que se pierda lo atractivo del lugar.



Imagen 30 - Deterioro de basureros y barbacoas



Imagen 31 - Señalización de los senderos

3.7.7 Arrendamientos

Canopy:

Guana tours es una empresa dedicada a los deportes extremos y el turismo de aventura en todo El Salvador, cuyo representante frente al Instituto Salvadoreño de Turismo es el Sr Mauricio Aguilar; GuanaTours fue encargado de instalar un tramo de canopy en las instalaciones del PNCV, cuya ubicación se encuentra a lo largo del parqueo, desde el extremo a la zona alta del laberinto hasta finalizar a una base cercana al área de juegos de niños. El canopy se dio por arrendamiento, pero la persona a su cargo no cumplió con el contrato, apropiándose del manejo del canopy y no cumpliendo con el pago del arrendamiento, por lo que se decidió finalizar el contrato.

Actualmente éste atractivo turístico no se encuentra accesible a la población que visita el parque ya que no es operado por ninguna persona especializada y a la vez solo se encuentran las bases del mismo, lo que hace que pase desapercibido por los turistas y visitantes. Según el Lic. Antonio Escobar Macal, Gerente de Parques Recreativos, el motivo por el cual se decidió dar por finalizado el servicio de canopy, es debido a la ubicación, ya que en situaciones de emergencia donde es utilizado el parqueo como pista de aterrizaje, es complicado si se mantiene la cuerda en esta área, formándose un peligro para el aterrizaje



Imagen 32 - Tramo de canopy en PNCV

Merendero y puestos de alimentos:

El merendero es de carácter permanente y está ubicado a un costado del parqueo; el merendero es dado por arrendamiento, y se brindan charlas sobre la manipulación de alimentos por parte del Ministerio de Salud, a todo el personal que se encuentra al manejo del local.

En el caso de los puestos de alimentos es de carácter temporal y se realiza durante los festivales y periodos vacacionales; el arrendamiento se cancela por cada día que se realiza la actividad.

Local de recuerdos y artesanías

Son tres locales arrendados a personas quienes venden recuerdos y artesanías a los turistas y visitantes, entre los productos que se pueden encontrar se encuentran llaveros, tasas con lemas alusivos a El Salvador, prendas de vestir elaboradas con manta y teñidas con añil, entre otros productos.

3.7.8 Estructura Organizativa del Parque Natural del Cerro Verde

La Unidad de Parques Recreativos a través de la gerencia se encarga de velar por el Parque Natural Cerro Verde, pero éste en sí posee su propia estructura administrativa, contando con 14 personas, de las cuales 8 pertenecen al personal de mantenimiento, 2 son colectores y las 4 personas restantes pertenecen a los cargos de guardaparques, caporal, jefe de guardaparques y el administrador.

La estructura organizativa es tal como se presenta a continuación:

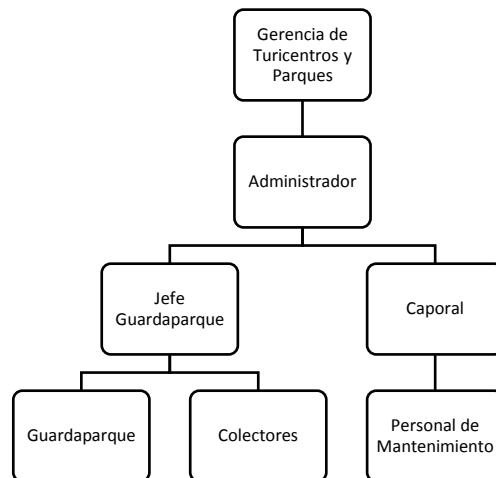


Figura 13 - Estructura organizativa del Parque Natural Cerro Verde

Tabla 24 - Descripción de cargos asignados en el Parque Natural Cerro Verde

| Cargo | Descripción |
|----------------------------------|--|
| Administrador | <ul style="list-style-type: none"> • Máxima autoridad designada para llevar a cabo la administración del Parque Natural Cerro Verde. • Responsable de garantizar el apropiado y eficiente funcionamiento de las actividades. • Manejo óptimo de los recursos asignados. |
| Jefe de guardaparques | <ul style="list-style-type: none"> • Dirige, coordina y supervisa al equipo del parque en la ejecución de las actividades que se desarrollan, la seguridad en las instalaciones, limpieza y ornato. • Interactúa con los turistas para un mejor servicio. |
| Caporal | <ul style="list-style-type: none"> • Asigna el trabajo al personal de mantenimiento y además lo supervisa. |
| Colector | <ul style="list-style-type: none"> • Efectúa el cobro de la entrada y de los servicios usados por los visitantes. |
| Personal de mantenimiento | <ul style="list-style-type: none"> • Lleva a cabo las actividades referidas al ornato, limpieza y mantenimiento de las instalaciones del parque. |

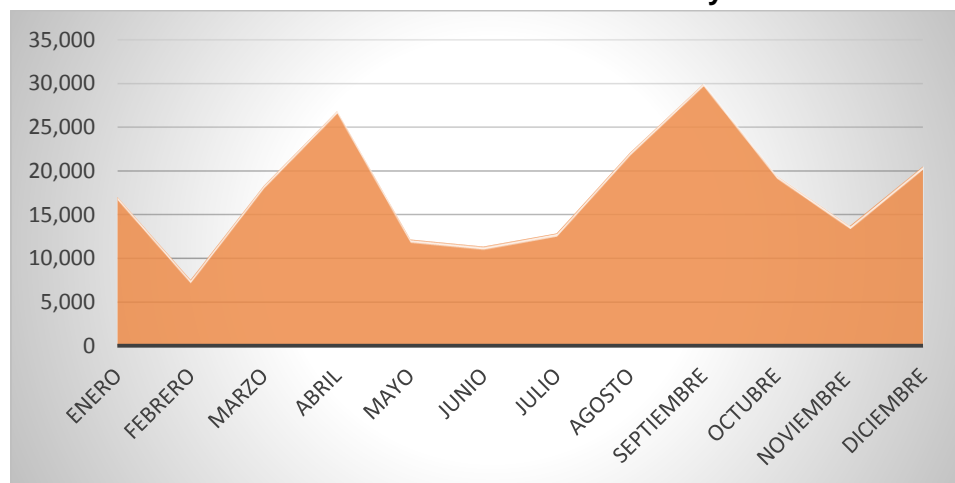
3.7.9 Estadísticas de turistas que visitan el Parque Natural Cerro Verde

El Parque Natural Cerro Verde en el año 2015 presenta una afluencia de turistas equivalente a 211,820 personas⁴⁵

Tabla 25 - Afluencia de visitantes año 2015

| Parque Natural Cerro Verde | 2015 | | | | | | | | | | | | Total |
|----------------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| Ingresos de turistas | 17,033 | 7,552 | 18,301 | 26,856 | 12,167 | 11,361 | 12,855 | 22,096 | 29,937 | 19,461 | 13,709 | 20,492 | 211,820 |
| | | | | | | | | | | | | | |

Gráfica 11 - Afluencia de Turistas y visitantes



⁴⁵ Unidad Financiera del ISTU

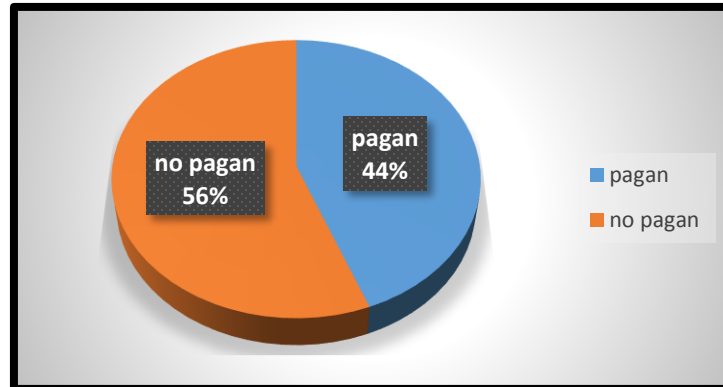
3.7.10 Apoyo social brindado a la población

El Instituto Salvadoreño de Turismo con un fin social, omite el cobro para ingresar a los turicentros y parques a todos los niños menores de 10 años y a las personas de la tercera edad mayores de 60 años, en ciertos casos se exonera a comunidades de escasos recursos, por lo tanto para el año 2015 se muestran el total de personas que han sido exoneradas, cabe mencionar que para este periodo el cobro por ingreso al parque aún tiene un costo de \$ 1.00, sin embargo a partir de noviembre del 2015 su valor se incrementa a \$1.5.

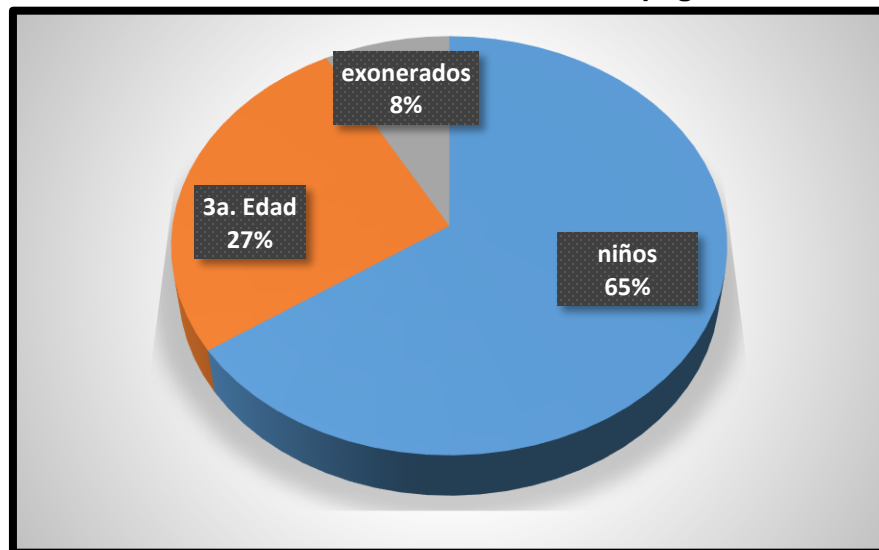
Tabla 26 - Apoyo social en el PNCV

| | Pagan | | No pagan | | | Total de personas |
|--------------------|---------|------------------|---------------|--------------|------------|-------------------|
| | \$ 1.00 | Policías \$ 0.50 | Niños Menores | Tercera Edad | Exonerados | |
| Cerro Verde | 93,358 | 59 | 77,455 | 31,053 | 9,495 | 211,820 |

Gráfica 12 - Personas Pagan vrs No pagan



Gráfica 13 - Personas no pagan



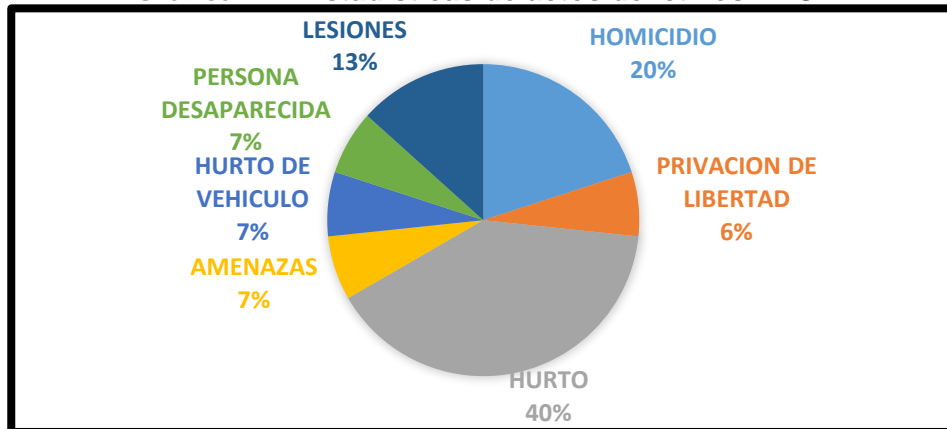
3.7.11 Nivel de inseguridad en zonas aledañas al Parque Natural Cerro verde

El Parque Natural Cerro Verde no cuenta con personal de vigilancia privada, por lo que existen algunos puntos de fácil acceso considerados puntos de asalto. Según fuentes oficiales de la Delegación de la Policía Nacional Civil de Santa Ana, los principales actos delictivos reportados en los alrededores del Parque son robos cometidos con arma blanca, seguido con arma de fuego, afectando en mayor cuantía los automóviles que se dirigen en la carretera hacia las instalaciones del parque. Por lo que el apoyo de POLITUR y la Fuerza Armada ha sido incrementado en los últimos tres años y es evidente al momento de recorrer las calles que conducen al PNCV, ya que siempre se logra encontrar con los agentes de POLITUR que realizan los patrullajes de rutina. De la misma manera POLITUR y la Fuerza Armada acompañan durante los recorridos por los senderos y las caminatas a los volcanes, además brindan seguridad en las zonas de descanso. Las estadísticas de actos delictivos brindadas por la Policía Nacional Civil de Santa Ana (Ver anexo B) se muestran en la Tabla 26, donde se observa que el hurto ocurrió en 6 ocasiones registradas durante el año 2015, desarrollándose en los primeros meses del año:

Tabla 27 - Delitos ocurridos en zonas externas e internas del PNCV

| DELITOS | DELITOS OCURRIDOS EN EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE Y SUS ALREDEDORES, PERIODO DE ENERO A DICIEMBRE DE 2015 | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | MES | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC | TOT |
| HOMICIDIO | | | | | | | | | | | 2 | | 1 | 3 |
| PRIVACION DE LIBERTAD | 1 | | | | | | | | | | | | | 1 |
| HURTO | 1 | 2 | 1 | | | 1 | | | | | 1 | | | 6 |
| AMENAZAS | | | | | | | 1 | | | | | | | 1 |
| HURTO DE VEHÍCULO | | | | | | | | 1 | | | | | | 1 |
| PERSONA DESAPARECIDA | | | | | | | | | | | 1 | | | 1 |
| LESIONES | | | | | | | | | | | | | 2 | 2 |
| TOTAL | 2 | 2 | 1 | 0 | | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 4 | 0 | 3 | 15 |

Gráfica 14 - Estadísticas de actos delictivos PNCV



3.8 ANÁLISIS DE MERCADO

En el desarrollo de la investigación de mercado se utiliza un enfoque cualitativo, el cual puede definirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. A la investigación cualitativa se le considera naturalista porque estudia a los objetos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales; e interpretativo, porque intenta encontrar sentido a los fenómenos en términos de los significados que las personas les otorguen. Además de ser una investigación con enfoque cualitativo posee un alcance mixto que implica combinar los enfoques cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio

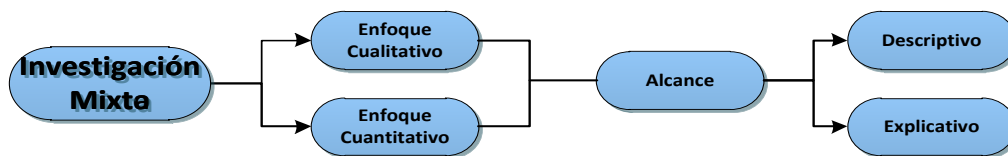


Figura 14 - Tipo de investigación

3.8.1 Mercado consumidor

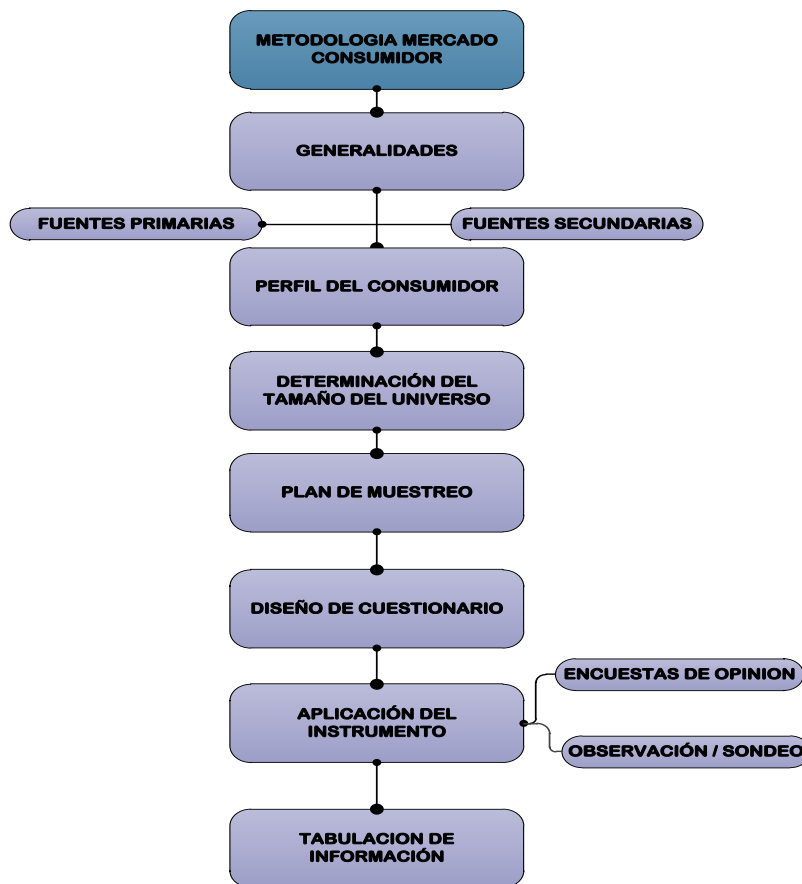


Figura 15 - Metodología del mercado consumidor

3.8.1.1 Generalidades del mercado consumidor

Un mercado surge por la existencia de un producto, en este caso los servicios turísticos, que son ofrecidos en forma diferenciada por una diversidad de agentes económicos y son demandados por un grupo heterogéneo que integra la demanda turística. El mercado turístico tiene una oferta y una demanda. Por una parte, la oferta es la producción turística y por otra parte la demanda es el consumo de los servicios turísticos. Los consumidores determinan las ventas y beneficios de las empresas con sus decisiones de compra. De ahí que estas se vean obligadas a conocer cuáles son los motivos y las acciones que los conducen a adquirir unos productos u otros. Pero las empresas ya no están preocupadas únicamente por alcanzar una cifras de ventas que les aporte beneficios sino que además se centran en el desarrollo eficiente de las estrategias de mercadotecnia, por lo que tienen en cuenta cuales son los factores que influyen en las decisiones de los consumidores⁴⁶.

A diferencia del mercado de bienes consumibles, el mercado del ecoturismo tiene los elementos específicos siguientes:

- a) El lugar de la oferta es el mismo lugar del consumo, pero puede ser distinto del lugar de la demanda.
- b) La oferta del turismo es el resultado de una imagen mental que el consumidor potencial (el turista) tiene a través de información recibida directa o indirectamente.
- c) La oferta turística no es flexible, y no puede ser almacenada ni transformada.
- d) La demanda del turismo está bajo una dinámica permanente generada por varios factores de naturaleza: económica, social y circunstancial. Esto se dirige, momentáneamente, a un segmento de mercado restringido (nicho de mercado) y que llega a los consumidores de productos y servicios turísticos.

En contraste con el mercado de bienes, el mercado turístico, vende servicios y productos con un alto grado de abstracción, productos y servicios relativamente "invisibles" que pueden ser cuantitativa y cualitativamente estimados solamente de forma parcial e indirecta. Entre las características propias de un servicio turístico que permiten diferenciarlo de un bien aparecen:⁴⁷

- a) La intangibilidad (un servicio no puede verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra).
- b) La heterogeneidad (dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales).
- c) La inseparabilidad (la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos).
- d) La perecibilidad (un servicio no se puede almacenar).
- e) La ausencia de propiedad (los compradores de un servicio adquieren el derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo).

⁴⁶ (I. Q. Pardo, Contrí, & Borja, 2014)

⁴⁷ (Parada Alvarado, et al., 2012)

3.8.1.2 Fuentes de información

Para la investigación se recurre a dos fuentes de información, las cuales son las siguientes:

FUENTES PRIMARIAS:

Consisten básicamente en la investigación de campo recolectada por medio de:

- Encuestas de opinión
- Sondeos de opinión
- Entrevistas

FUENTES SECUNDARIAS:

Se incluye toda la información documentada que guarda relación con el tema de servicios ecoturísticos, tales como:

- Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2013, revisión de 2014, Dirección general de estadísticas y censos (DIGESTYC).
- Biblioteca de Universidad de El Salvador.
- Trabajos de Graduación relacionadas con el tema.
- Información obtenida a través de Internet.

3.8.1.3 Descripción de instrumentos utilizados

A continuación, se brinda una breve descripción de los instrumentos utilizados para la recolección de información primaria, con el propósito de definir adecuadamente los pormenores de cada instrumento.

a) Encuestas de opinión⁴⁸

La encuesta es el procedimiento dentro de los diseños de la investigación descriptiva en el que el equipo investigador busca recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado en dar una entrevista a alguien, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información y se presenta en forma de gráfica o tabla. Los datos a obtener por dicha encuesta provienen de los turistas y visitantes del PNCV y estos se pretenden obtener realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población objetivo de la investigación, esta población está integrada por personas que cumplan con el perfil planteado del consumidor promedio, esto con el fin de conocer estados de opinión, ideas, características o hechos específicos.

⁴⁸ (Gallego, Isern, & Segura, 2006, p. 62)

Características de una encuesta:

- Medir las relaciones entre variables demográficas, económicas y sociales.
- Evaluar las estadísticas demográficas como errores, omisiones e inexactitudes.
- Conocer profundamente patrones de las variables demográficas y sus factores asociados.
- Evaluar periódicamente los resultados de un programa en ejecución.
- Saber la opinión del público acerca de un determinado tema (eco-turismo, para el caso).
- Investigar previamente de las características de la población para hacer las preguntas correctas.
- Dar una respuesta de los cuales los entrevistados darán una opinión congruente

b) Encuesta por muestreo

Ventajas

- Bajo costo.
- Información más exacta (mejor calidad) que la del censo, debido a que el menor número de encuestadores permite capacitarlos mejor y más selectivamente.
- Es posible introducir métodos científicos objetivos de medición para corregir errores.
- Mayor rapidez en la obtención de resultados.
- Técnica más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.
- Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.

Desventajas

- El planeamiento y ejecución de la investigación suele ser más complejo que si se realizara por censo.
- Requiere para su diseño de profesionales con buenos conocimientos de teoría y habilidad en su aplicación. Hay un mayor riesgo de sesgo muestral.
- Es necesario dar un margen de confiabilidad de los datos, una medida del error estadístico posible al no haber encuestado a la población completa. Por lo tanto, deben aplicarse análisis estadísticos que permitan medir dicho error con intervalos de confianza, medidas de desviación estándar, coeficiente de variación, etc. Esto requiere de profesionales capacitados al efecto, y complica el análisis de las conclusiones.

c) Sondeos de opinión⁴⁹

Un sondeo de opinión es una medición estadística tomada a partir de encuestas destinadas a conocer la opinión pública, para el caso particular de la investigación, se toma este sondeo para verificar el número de personas que manifiestan no conocer el PNCV y además

⁴⁹ y ³² (Gallego et al., 2006, p. 69)

establecer, si a pesar de no conocer el parque estarían dispuestos a viajar hasta él y conocerlo; también estas mediciones se realizan por medio de muestreos que, usualmente están diseñados para representar las opiniones de una población llevando a cabo una serie de preguntas y, luego, extrapolando generalidades en proporción o dentro de un intervalo de confianza, que para este caso, se utilizará del 95%.

d) Entrevistas⁵⁰

La entrevista es un método de recogida de datos y utilizado en la investigación cualitativa, emplea la comunicación verbal para obtener información sobre un tema definido; permite describir acontecimientos e interpretar conductas o actitudes desde la perspectiva del propio entrevistado quien habla de aspectos subjetivos (sentimientos, emociones, intenciones, valores, creencias, pensamientos, etc.), los entrevistados que serán objeto de atención durante la etapa de las entrevistas, están: el gerente de parques recreativos del ISTU, el administrador del PNCV y los administradores de parques competidores Además de la comunicación verbal en la entrevista importa la comunicación no verbal que contempla aspectos motores (movimiento de los ojos, extremidades, músculos de la mímica postura corporal, etc.) psicobiológicos (sudor, rubor, taquipnea, etc.) y de verbalización (tono de voz, modulaciones, tiempo de reacción, número de pausas, etc.). El entrevistador y el entrevistado (centro de interés) adoptan roles y establecen un proceso de comunicación bidireccional y asimétrico (uno pregunta y el otro responde), especialmente en la entrevista no estructurada. La entrevista permite la aprehensión de fenómenos profundos que ayudan a comprender acciones y situaciones de las personas y de las organizaciones.

e) Observación

La observación consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar. Se suele decir que "Saber observar es saber seleccionar". Para la observación lo primero es plantear previamente qué es lo que interesa observar, por lo que, con el afán de simplificar los procesos de observación, se hace uso de una guía de observación, que permite enfocarse en lo relevante de la situación. La observación científica "tiene la capacidad de describir y explicar el comportamiento, al haber obtenido datos adecuados y fiables correspondientes a conductas, eventos y /o situaciones perfectamente identificadas e insertas en un contexto teórico.

Las palabras claves de esta definición son:

- describir y explicar.
- datos adecuados y fiables.
- conductas perfectamente identificadas.

En la observación podemos considerar tres niveles sistematización:

- 1) La observación asistemática: ha sido la que tradicionalmente sea realizado en el deporte. El conocido "ojímetro" para dar información sobre una actuación determinada o las observaciones realizadas sin ninguna planificación previa. Esta observación consiste en una constatación directa, sin ningún objetivo explicitado y sin estar perfectamente definido, sin un orden o planificación determinado. Son narraciones escritas en forma directa o datos recogidos de una manera azarosa.
- 2) La observación semi-sistemática: en ésta los objetivos del registro se fijan a priori; precisan planificar el orden y el tiempo, se necesita especificar la conducta o evento antecedente, el núcleo observado y la conducta o evento posterior, pero no están categorizadas las conductas a observar.
- 3) La observación sistemática: intentan agrupar la información a partir de ciertos criterios fijados previamente o partiendo de estos registros. Requiere categorizar hechos, conductas y / o eventos que se han de observar.

Estos tres niveles nos conducen a dos tipos claros de observación: la observación asistemática y la observación científica.

3.8.1.4 Perfil del consumidor

En base a los servicios que se prestan actualmente en el parque y a los que pretende prestar en función del turismo ecológico, se ha definido el siguiente perfil de consumidor:

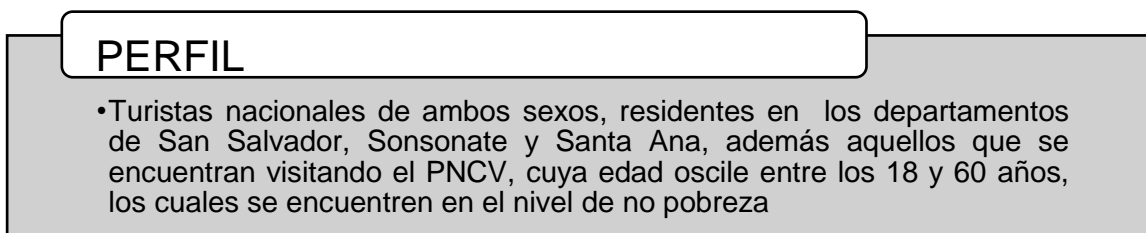


Figura 16 - Perfil preliminar del potencial cliente.

Para determinar de manera más adecuada, la muestra que se analizará con el fin de poder obtener los resultados de las encuestas, es necesario determinar adecuadamente el universo que será sujeto de estudio, utilizando las siguientes consideraciones:

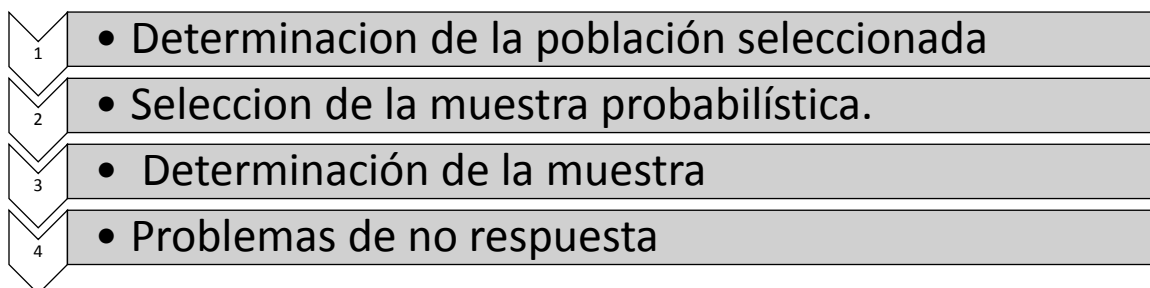


Figura 17 - Metodología para la determinación de la muestra

Con la premisa anterior es posible determinar que el mercado objetivo del Parque Natural Cerro Verde en miras de la prestación de servicios de alojamiento y diversificación de actividades turísticas, es:

Hombres o mujeres que realicen eco-turismo en
El Salvador

Figura 18 - Perfil Inicial del cliente potencial

En forma más específica la Organización Mundial del Turismo atribuye que el turismo se práctica debido a las siguientes razones:

- a) Por motivos de ocio o recreación
- b) Por motivos de negocios
- c) Por otros motivos.

Entonces el mercado objetivo está determinado por:

**Hombres o mujeres que realicen eco-turismo
en El Salvador por motivos de recreacion, ocio
y otros**

Figura 19 - Perfil delimitado por motivos de turismo

3.8.1.5 Identificación y segmentación del mercado.

La segmentación de mercado consiste en la división del mercado en diversas partes o grupos de consumidores que tienen las mismas características⁵¹. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores.

Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado. A continuación se describirá, el tipo de segmentación elegido para determinar el segmento que será objeto de estudio durante la investigación:

⁵¹ (Mercado, 1997)

a) Segmento

A continuación, se describen los tipos de segmentos utilizados para establecer el perfil del consumidor:



Figura 20 - Segmentación del mercado objetivo

En base a la segmentación del mercado objetivo se establece el perfil preliminar a continuación.

“Turistas nacionales de ambos sexos, residentes del Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) y de los departamentos de Santa Ana, Sonsonate y La Libertad, que estén en el rango de edad de entre los 18 y 60 años, que posean un ingreso fijo que los mantenga en el nivel de no pobreza, además que gusten de realizar turismo nacional, en áreas de montaña”.

Figura 21 - Perfil preliminar del consumidor:

A continuación, se mencionan otras variables conductuales del segmento elegido:

- 1) Personas que realizan paseos turísticos con frecuencia y esto lo hacen al interior del país.
- 2) Turistas que Practican el eco-turismo de montaña, que les permite, relajarse, liberar el estrés mental ocasionado por la ciudad, el trabajo y la vida diaria.
- 3) Que hayan practicado el turismo ecológico y que deseen conocer diferentes variantes de este rubro.
- 4) Consideran importante la aventura, compañía de la pareja e hijos, familiares cercanos o amigos.
- 5) Deseosos de conocer la riqueza natural del país, específicamente del Parque Natural Cerro Verde.
- 6) Atracción y admiración por la belleza de los paisajes, flora y fauna exótica; con un sentido de preservación de la naturaleza.
- 7) Les gusta la aventura, haciendo senderismo, Canopy, camping siempre estando en contacto con la naturaleza.
- 8) Busca hacer turismo en grupos reducidos, confiables, con excelentes guías locales y en zonas no saturadas.
- 9) Que gocen de buena condición física que les permita hacer el recorrido sin mayores inconvenientes.

b) Exclusiones

Para poder determinar el tamaño de la muestra se excluyeron a personas con las siguientes características:



| | |
|--|--|
|  | Área Geográfica |
| •Habitantes que no residan en el AMSS y los departamentos aledaños al PNCV | |
|  | Personas con capacidades especiales que residen en el AMSS y departamentos aledaños al PNCV |
| •Se excluirán a todas las personas con capacidades especiales, las cuales representan un 13% de la población total de El Salvador, según el último censo de 2009 | |

Figura 22 - Exclusiones al perfil del consumidor (1 de 2)



Personas que pertenecen al nivel de extrema pobreza y pobreza relativa.

- Se excluyen estas personas, debido a que se considera que no poseen el poder adquisitivo para la recreación realizando turismo interno. Según la DIGESTYC a nivel nacional un 34.5% de los hogares se encuentran en pobreza, de estos el 8.9% se encuentran en pobreza extrema; mientras que el 25.6% están catalogados como pobreza.



Edad

- Se excluyen todas aquellas habitantes del AMSS y de los departamentos aledaños al parque que sean menores de 18 años y mayores de 60 años.

Figura 23 - Exclusiones al perfil del consumidor (2 de 2)

3.8.1.6 Determinación del tamaño del universo o población meta

La mayor parte de la población se encuentra en el área urbana del país; concentrándose en ésta más de la mitad de la población; por otro lado, cabe destacar que el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), alberga el 27.5% del total de habitantes del país.

Tabla 28 - Población del AMSS⁵²

| País/Municipio | Población | Extensión en Km ² | Habitantes por Km ² |
|-------------------|------------------|------------------------------|--------------------------------|
| AMSS | 1,729,032 | 610.84 | 2,831 |
| Cuscatancingo | 74,414 | 5.40 | 13,780 |
| Soyapango | 268,228 | 29.72 | 9,025 |
| Mejicanos | 157,188 | 22.12 | 7,106 |
| San Marcos | 67,286 | 14.71 | 4,574 |
| Ayutuxtepeque | 37,358 | 8.41 | 4,442 |
| San Salvador | 354,174 | 72.25 | 4,902 |
| Delgado | 129,965 | 33.40 | 3,891 |
| Ilopango | 113,032 | 34.63 | 3,264 |
| Apopa | 143,718 | 51.84 | 2,772 |
| Antiguo Cuscatlán | 32,855 | 19.41 | 1,693 |
| Tonacatepeque | 109,563 | 67.55 | 1,622 |
| San Martín | 82,566 | 55.84 | 1,479 |
| Santa Tecla | 126,353 | 112.20 | 1,126 |
| Nejapa | 32,332 | 83.36 | 388 |

⁵² Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2013, revisión de 2014, Dirección general de estadísticas y censos (DIGESTYC)

Tabla 29 - Población de Sonsonate, Santa Ana y La Libertad

| Departamento | Población Total | Extensión en Km ² | Habitantes por Km ² |
|--------------|------------------|------------------------------|--------------------------------|
| Total | 6,290,420 | 21,040.79 | 299 |
| San Salvador | 1,740,847 | 886.15 | 1,965 |
| La Libertad | 747,662 | 1,652.88 | 452 |
| Sonsonate | 463,739 | 1,225.77 | 378 |
| Cuscatlán | 252,528 | 756.19 | 334 |
| Santa Ana | 572,081 | 2,023.17 | 283 |
| Ahuachapán | 333,406 | 1,239.60 | 269 |
| La Paz | 328,221 | 1,223.61 | 268 |
| San Miguel | 478,792 | 2,077.10 | 231 |
| Usulután | 366,040 | 2,130.44 | 172 |
| Cabañas | 164,945 | 1,103.51 | 149 |
| San Vicente | 174,561 | 1,184.02 | 147 |
| Morazán | 199,519 | 1,447.43 | 138 |
| La Unión | 263,271 | 2,074.34 | 127 |
| Chalatenango | 204,808 | 2,016.58 | 102 |

El tamaño del universo meta de este segmento, es decir la población que reside en el área metropolitana de San Salvador (AMSS) y en los departamentos de Santa Ana, Sonsonate y La Libertad es de **3,512,514** personas. Es necesario delimitar ciertos aspectos que afecten la factibilidad para realizar el presente estudio además de excluir aquellos elementos de la población que no contribuyen o son de interés de acuerdo a los objetivos de la investigación. A continuación, se muestran las delimitaciones realizadas de acuerdo al segmento definido:

Exclusiones específicas

Los miembros excluidos del total de la población meta se caracterizan por las siguientes exclusiones:

a) Personas con nivel de pobreza relativa y extrema:

Puesto que se considera que este sector de la población no tiene el poder adquisitivo para realizar actividades de ocio y recreación o diversión, es decir realizar turismo en el país.

- Personas que sean menores de 18 años y mayores de 60 años
- Personas Discapacitadas (Capacidades Especiales)

Primera exclusión

(Se excluyen aquellos habitantes que pertenecen al nivel de pobreza relativa y pobreza extrema del AMSS, Santa Ana, Sonsonate y La Libertad). Solo Habitantes que pertenecen al nivel de no Pobreza.

Pobreza del AMSS y de los departamentos de Santa Ana, Sonsonate y La libertad

La primera delimitación del universo se encuentra en las personas que se consideran “no pobres”, según la Dirección General de Censos y Estadísticas, se contemplan dos clases de pobreza:

Pobreza Extrema: Se ubican aquellos hogares que con su ingreso per cápita no alcanza a cubrir el costo per cápita de la Canasta Básica Alimentaria (CBA)

Pobreza Relativa: Los hogares que con sus ingresos per cápita no alcanzan a cubrir el costo de la Canasta Básica Alimentaria CBA ampliada (dos veces el valor de la CBA).

La siguiente tabla muestra la proporción del nivel de pobreza en el AMSS y en los departamentos de Santa Ana y Sonsonate según la DIGESTYC en el año 2013:

Tabla 30 - Población excluida por nivel de pobreza

| Nivel de pobreza | Porcentaje de población oficial | Población oficial |
|------------------|---------------------------------|-------------------|
| No pobreza | 70.41 % | 2,473,161 |
| Pobreza | 29.59 % | 1,039,353 |

Entonces, los miembros de la población excluidos son: **1, 039,353** habitantes del AMSS y de los departamentos de Santa Ana, Sonsonate y La Libertad.

Segunda exclusión

Se excluyen aquellos habitantes que no estén en el rango de edades entre 18 y 60 años del AMSS y de los departamentos de Santa Ana, Sonsonate y La Libertad. Según la DIGESTYC en el año 2014, el AMSS alberga el 27.5% de la población a nivel nacional⁵³ y junto con los departamentos de Sonsonate, Santa Ana y la libertad representa el 55.84% de la población total de país, de este porcentaje el 43.73% de la población son personas a nivel nacional cuya edad es menor a los 18 y mayor a los 60 años, por lo tanto:

Tabla 31 - Población excluida por edad.

| Población | Total de habitantes |
|--|--------------------------------|
| El Salvador | 6,460,271 |
| Personas habitantes del AMSS, Santa Ana, Sonsonate y La Libertad (55.84%) | 6,460,271 * 0.5584 ~ 3,607,415 |
| Personas menores de 18 y mayores de 60 años (42.33%) de AMSS, Santa Ana, Sonsonate | 3,607,415* 0.4233 ~ 1, 527,018 |

Por lo que la población que se excluye en este apartado ronda los **1, 527,018** habitantes.

⁵³ Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2013, revisión de 2014, Dirección general de estadísticas y censos (DIGESTYC)

Tercera exclusión

Se excluyen las personas con Capacidades Especiales que residan en el AMSS y en los departamentos de Santa Ana, Sonsonate y La Libertad. Se excluirán aquellas personas con Capacidades Especiales las cuales representan el 13% de la población total de El Salvador desde el 2009 al 2014 esta tendencia se mantiene casi constante por lo que será utilizado el mismo porcentaje para esta delimitación:

Población con Capacidades Especiales del AMSS es igual a:

Población nacional * (% poblacional del AMSS + % poblacional de Santa Ana, Sonsonate y La Libertad) * población con capacidades especiales

Por tanto:

$$(6,460,271) \times (42.3\%) \times (13\%) = 355,250 \text{ Habitantes}$$

Entonces el Tamaño del Universo o Población meta Total después de exclusiones será:

$$3,512,514 - (1,039,353 + 1,527,018 + 355,250) = \text{habitantes}$$

$$N = 590,893 \text{ habitantes}$$

3.8.1.7 Tamaño de la muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizará la siguiente ecuación para Poblaciones Finitas:

$$n = \frac{NpqZ^2}{e^2(N-1) + Z^2pq}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la Población

p = Probabilidad de ocurrencia del fenómeno

q = Probabilidad de No ocurrencia del fenómeno

e = Error máximo permisible

Z = Nivel de Confianza

Debido a que no se cuenta con un marco de muestreo previo para determinar la probabilidad de ocurrencia, se utiliza un porcentaje estadístico determinado del 50%, "p" entonces se define como:

“Porcentaje de personas que están dispuestas a realizar eco-turismo en el Parque Natural Cerro Verde”

Para los fines de este estudio el porcentaje de error elegido es del 8% y el nivel deseado de confianza es del 92%, es decir 92 por ciento del área comprendida por la curva normal igual a 1.75, dichos valores se obtienen según la tabla de apoyo al cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza, presentada en la Tabla 32.

Previamente a estos valores, también se calculó el tamaño de la población meta, resultando un total de **590,893** habitantes.

Tabla 32 - Apoyo al cálculo 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 |

Por tanto, el tamaño de la muestra es de:

$$\frac{590,893 \times 0.5 \times 0.5 \times 1.75^2}{0.08^2 (590,893 - 1) + 1.75^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n \approx 120$$

Por tanto, el tamaño de muestra necesario o requerido para el presente plan de muestreo es de **120** personas.

3.8.1.8 Plan de muestreo

Con el fin de determinar óptimamente las 120 muestras que se deben tomar, se ha determinado para la investigación que el 50% de las muestras deben ser tomadas *in situ* dentro de las instalaciones del PNCV, durante la temporada de vacaciones de semana

santa del año 2016, mientras que el resto de las muestras se harán vía electrónica, a través de encuestas electrónicas, en las que a la vez se debe realizar un sondeo de opinión sobre los encuestados que no han visitado el PNCV, y conocer cuántos estarían dispuestos y no dispuestos a visitarlo y el porque de su decisión.

Con lo anterior es posible determinar el siguiente plan de muestreo:

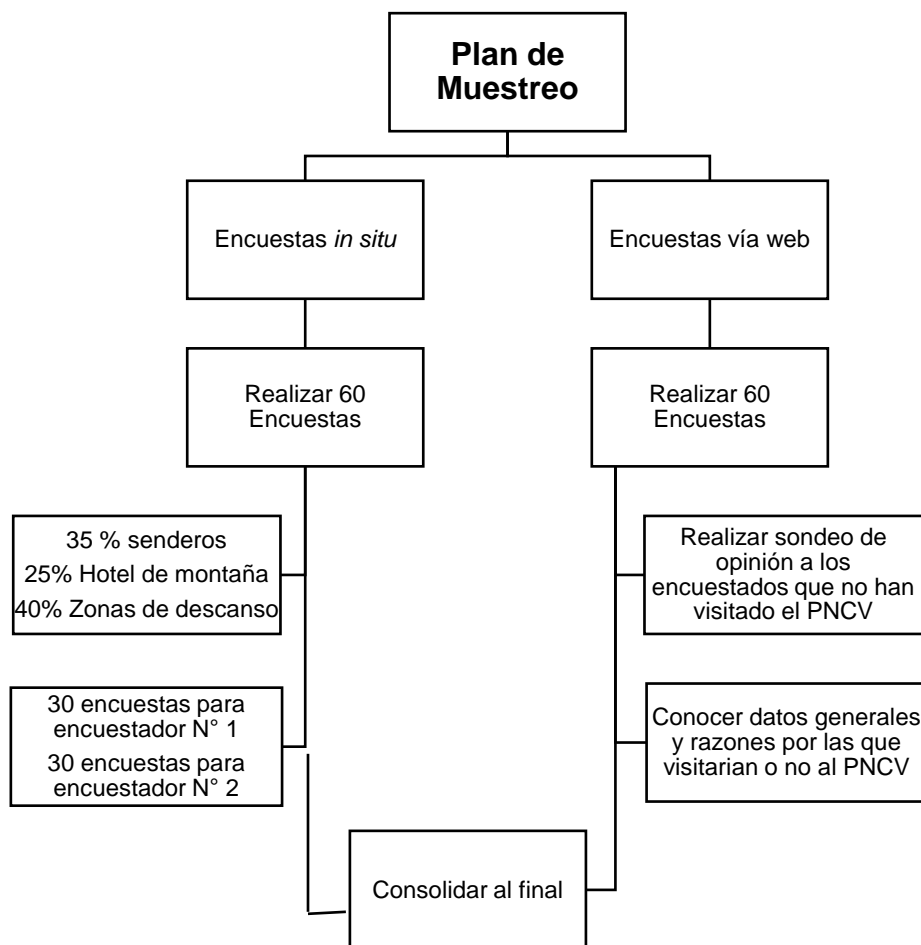


Figura 24 - Plan de muestreo general

3.8.1.9 Diseño y aplicación del instrumento

El diseño del instrumento de recolección de información se realizó en base a los objetivos planteados por el equipo de investigación (Ver Anexo C), con la finalidad de obtener las interrogantes adecuadas y la información necesaria, como resultado de dicha interrogante. Los instrumentos tanto las encuestas como el sondeo realizado vía web se puede observar a detalle en el Anexo D

3.8.2 Mercado Competidor

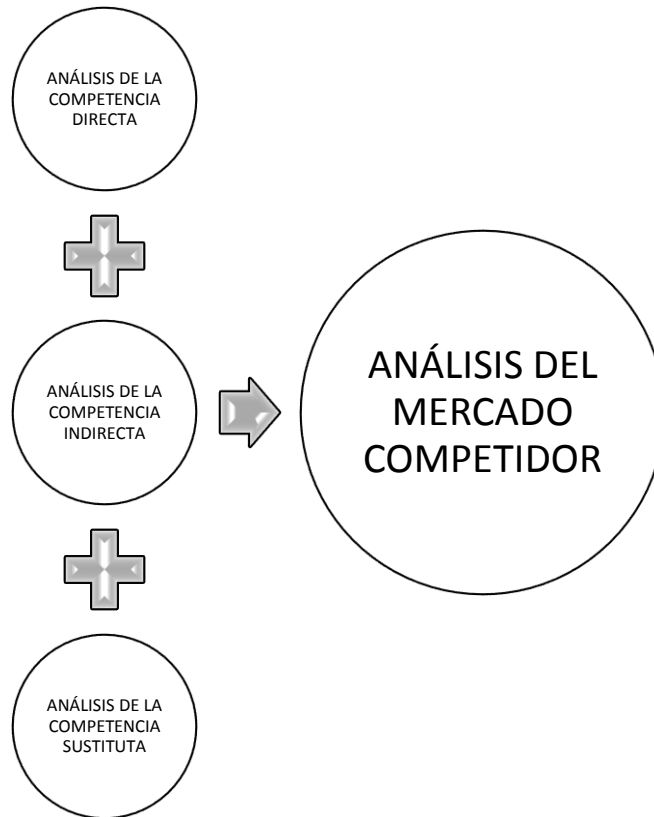


Figura 25 - Esquema de análisis del mercado competidor

3.8.2.1 Metodología a utilizar.

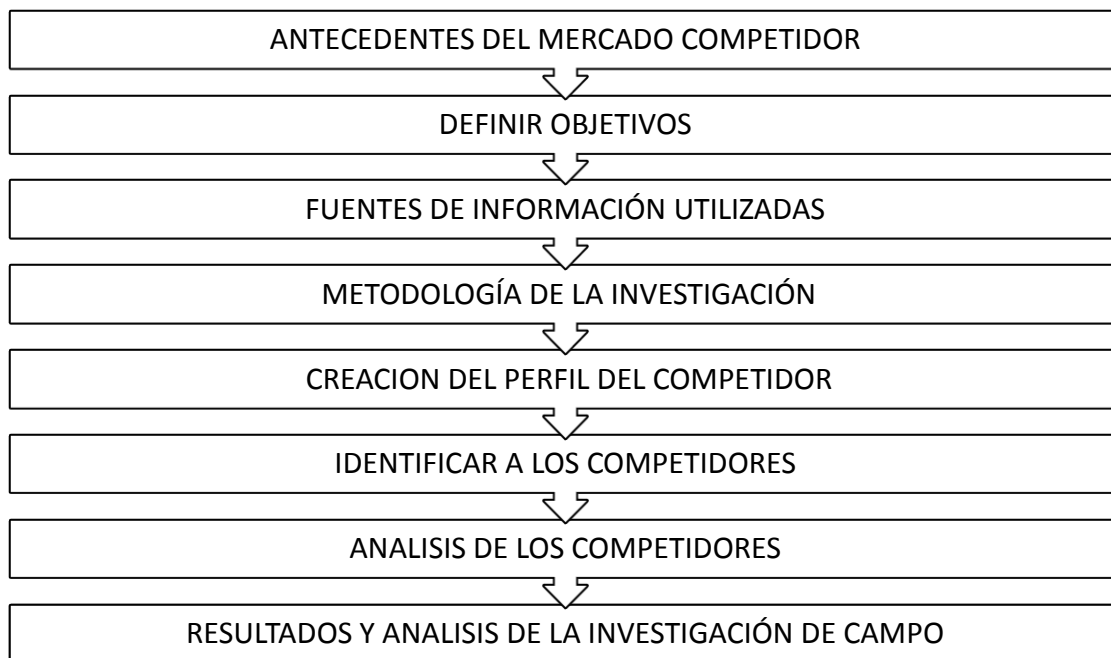


Figura 26 - Metodología para el analisis del mercado competidor

3.8.2.2 Antecedentes del mercado competidor

El estudio del mercado competidor tiene la doble finalidad de permitir conocer el funcionamiento y la prestación de servicios turísticos de parques naturales similares que representen competencia para el PNCV, por lo que los alcances del estudio y análisis del mercado competidor deben, en la medida de lo posible ir más allá de la sola determinación de la competencia para atender a un cliente o colocar un producto en el mercado; sino que también le corresponde conocer a profundidad al competidor con el objeto de evaluar todos los aspectos que involucran la prestación de servicios y la posibilidad de captar a nuevos clientes (en donde se competirá con otras instituciones o establecimientos similares) se debe considerar el mercado, donde existan competidores directos, competidores indirectos y sustitutos.

A nivel nacional las motivaciones de viaje de un turista han ido modificándose hacia la búsqueda de experiencias más gratificantes, desde el punto de vista de la sostenibilidad. Esto ha hecho que la actividad turística nacional migre hacia los destinos y plantas turísticas que adopten estas transformaciones, lo que también ha comenzado a influir en el comportamiento del turismo local. Las personas buscan algo más que sólo llegar a descansar o tomar el sol en algún destino turístico. Hoy en día el turista necesita y desea ser parte de un entorno que le permita, además de descansar, conocer y aprender de las culturas locales, interactuar con la naturaleza y vivir una experiencia más enriquecedora y diferente. Producto de ello el auge de la situación actual del eco-turismo de aventura en El Salvador ha contribuido a potenciar los recursos naturales, económicos y culturales de cada región.

Durante los últimos 10 años, la oferta turística se ha vuelto más atractiva y amplia, el Ministerio de Turismo a través de CORSATUR ha estado promoviendo el Turismo Rural Comunitario, el Turismo Cultural y el eco-turismo, en el que los visitantes pueden conocer lugares arqueológicos, pueblos coloniales y, en la zona rural, presenciar el procesamiento y cultivo de productos agrícolas. Ha dado importancia al impulso de la línea de promoción del turismo de aventura y ecológico, donde están siendo aprovechados la riqueza de los recursos naturales, geográficos y topográficos con las que dispone el país, los cuales son idóneos para realizar deportes extremos, especialmente los relacionados a al eco-turismo de montaña.

El fortalecimiento del sector turismo a través del apoyo que el gobierno de El Salvador ha estado dando al tema, ha generado beneficios de mucho valor para el país, como al desarrollo de: la economía y empresas dedicadas a la aventura, a través del impulso de las relaciones con los diferentes tour-operadores del país y las personas interesadas en esta tipo de atracciones.

El auge de una cultura creciente a través de la comunidad virtual ha facilitado el acceso a que todos tengan un espacio para compartir experiencias, fotos e información. Todo ello lleva al incremento de las divisas del país.

Con todo lo anterior y con el impulso brindado por MITUR al fortalecimiento de la infraestructura turística nacional, es imprescindible que el ISTU, modernice la forma de operación de su referente más significativo en materia eco-turística y que cumplan con las demandas del mercado actual, creando nuevos atractivos y mejorando los actuales dentro del PNCV.

Es de mencionar además que el ISTU, también cuenta con otros dos parques naturales que son, el Parque Balboa y el Parque Deininger, prueba del apoyo y fomento gubernamental al eco-turismo, es la creación de rutas turísticas dentro del parque natural Walter Thilo Deininger y el proyecto de reactivación del alojamiento dentro del Parque Nacional del Cerro Verde, además de la ampliación de las actividades turísticas ofertadas. Pero para poder dar paso a nuevas actividades turísticas dentro del PNCV, es necesario conocer la competencia a la cual deberá enfrentarse, sin perder el fin social que profesa el ISTU, para ello es indispensable que se analice el actuar de las empresas e instituciones que brindan servicios parecidos o mejores, incluyendo en el análisis la forma de prestación de los servicios, así como su precio y la calidad de los mismos.

Para lograr el éxito de posicionamiento y reconocimiento en el mercado, debe conocerse quienes son los competidores del juego, los cuales pueden ser directos, indirectos o sustitutos. El estudio toma como punto de referencia para el diagnóstico los servicios actualmente brindados y que se pueden ofertar dentro de las instalaciones del Parque Natural del Cerro Verde, con ello permitiendo determinar a los competidores del mercado, que se encuentran inmersos en el negocio de ofrecer una experiencia de este tipo.

3.8.2.3 Definición de los objetivos de la investigación.

General:

Identificar y analizar los competidores directos, indirectos y sustitutos del parque natural Cerro Verde con el propósito de conocer la forma de gestionar y ofrecer los servicios similares, brindados por los competidores.

Específicos:

- a) Identificar a los competidores directos del parque natural Cerro Verde para conocer sus estrategias de ventas y su gestión en la prestación de servicios.
- b) Evaluar la competencia indirecta del parque natural Cerro Verde y analizar sus fortalezas y debilidades
- c) Crear un perfil para los competidores del Parque Natural Cerro Verde con el cual determinar el tipo de competencia que representan y la gestión que realizan.

3.8.2.4 Fuentes de información utilizadas

Para realizar adecuadamente el diagnóstico y análisis del mercado competidor, se hace indispensable conocer los pormenores de los servicios actualmente son brindados por el PNCV y la forma en que se gestionan los mismos, así como también la forma en que el PNCV se enfrenta a la competencia.

Para poder analizar de forma correcta los competidores y los servicios que estos prestan es necesario tomar fuentes de información primaria y secundaria que validen convenientemente los datos brindados en la investigación.

a) Fuentes primarias

De las fuentes primarias es posible decir que “Contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa, esta información puede provenir de libros, revistas científicas, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes y normas técnicas.”⁵⁴

Dentro de los instrumentos, metodologías y fuentes citadas para obtener información de carácter primario, con el fin de crear una base que facilite la comprensión de la interacción de la competencia con el PNCV, se han utilizado las siguientes:

Tabla 33 - Fuentes primarias para el mercado competidor

| FUENTE | INSTRUMENTOS UTILIZADOS |
|--|---|
| Lic. Antonio Escobar Macal Gerente de turicentros y parques, ISTU | Entrevistas no estructuradas Consulta telefónicas. |
| Administradores de parques naturales | |
| Cabañas “campo bello” | Entrevista no estructurada. Observación <i>in-situ</i> |
| Paso del Alaska resort | Entrevista vía web no estructurada. |

b) Fuentes secundarias

En cuanto a las fuentes secundarias es pertinente mencionar lo siguiente: “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. Se debe hacer referencia a ellas cuando no se puede utilizar una fuente primaria por una razón específica, cuando los recursos son limitados y cuando la fuente es confiable.

⁵⁴ (Gallego et al., 2006, p. 35)

La utilizamos para confirmar nuestros hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar nuestros estudios.”⁵⁵

Dentro de esta investigación se citan varios tipos de fuentes secundarias, que facilitarán la obtención de información que servirá como base para analizar tanto a la competencia directa, indirecta y sustituta.

A continuación, se presenta las fuentes, citadas y utilizadas:

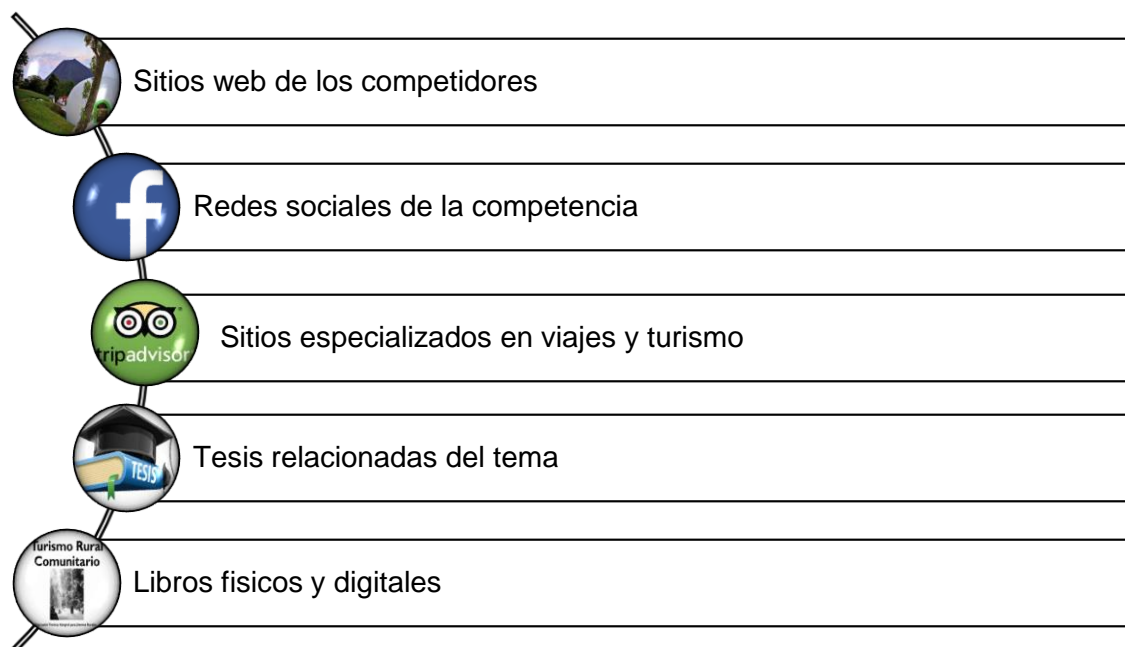


Figura 27 - Fuentes secundarias para el mercado competidor

3.8.2.5 Creación del perfil de la competencia

Es necesario previamente conocer la forma de gestionar actualmente los servicios por parte del PNCV, además conocer la oferta que posee y como puede a través de esta enfrentarse a la competencia. Para todo lo anterior, se hace indispensable conocer las fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades, estrategias, servicios y opiniones de los usuarios, habituales o no, tanto del PNCV, como de la competencia.

3.8.2.6 Perfil del competidor

Para definir apropiadamente a la competencia y lograr determinar a las organizaciones que representan una competencia por el mismo segmento de mercado, con los mismos servicios, se utilizará el siguiente perfil, para facilitar la identificación de los mismos.

⁵⁵ (Gallego et al., 2006)



Figura 28 - Perfil de competidor

3.8.2.7 Establecimiento de competidores

Con el propósito de facilitar la comprensión del establecimiento de los competidores del PNCV, se presenta a continuación una tabla resumen, en la cual se muestra en forma ordenada los principales parques naturales del El Salvador, los cuales se cotejan contra el perfil previamente propuesto, y se define conforme al mismo si se trata de un competidor directo, indirecto o sustituto; posterior a esta tabla se define individualmente las características de cada competidor a través de una ficha de análisis que muestra las particularidades más significativas para el estudio de la competencia del PNCV. La siguiente tabla contempla los seis factores establecidos en el perfil del competidor, en ellos se muestra los requerimientos que necesita un parque natural para determinarse que representa algún grado de competencia para el PNCV; por todo lo anterior se presenta una tabla en donde se determinan los factores y su grado de significancia.

Tabla 34 - Factores clave para el establecimiento de la competencia

| FACTORES | DESCRIPCIÓN |
|---|--|
| Factor 1: Ubicación y acceso | Este factor en específico hace hincapié en la zona del país en donde se encuentra, la cual deberá ser lo más cercana posible al AMSS, Santa Ana, Sonsonate y La Libertad. |
| Factor 2: Precios | Los precios son un factor determinante para delimitar el tipo de competencia del PNCV, basándose en la encuesta de opinión realizada, se toma como base el rango de precios en el cual los turistas y visitantes están dispuestos a pagar, por lo que como norma se establece, aquellos sitios que no sobrepasen en \$5.00 a los precios del PNCV. |
| Factor 3: Servicios turísticos | Los servicios prestados por los parques naturales, deben ser iguales o mejores a los prestados por el PNCV, deben estar en contacto con la naturaleza, deben ser estrictamente actividades eco-turísticas de montaña y estar siempre o la mayoría del tiempo acompañado por guías turísticos. |
| Factor 4: Calidad | El servicio brindado por la competencia, deberá llenar los estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos, especialmente en aspectos claves como servicio al cliente y amabilidad del personal. |
| Factores | Descripción |
| Factor 5: Alojamiento | El alojamiento brindado por la competencia debe ser del tipo rustico, en forma de cabañas y debe poseer al menos servicios de agua caliente opcional y la capacidad de ampliar la cantidad de personas por cabaña a petición del cliente. |
| Factor 6: Alimentación | La alimentación puede ser brindada por la organización o por terceros, debe realizarse en horarios fijos y en las instalaciones de cafetería deben ser las únicas en donde se preste este servicio, es decir no debe existir el servicio en un lugar diferente al destinado para tal fin. |

Según el análisis de los factores, hecho a través del perfil de competidor previamente establecido, y tomando en cuenta la metodología para el establecimiento de la competencia de (Ivancevich, Lorenzi, & Skinner, 1997)” la cual menciona que para establecer la competencia de un proveedor de servicios, debe crearse una matriz de seis factores claves como la mencionada en la tabla 19, y luego analizar a los competidores, a través del siguiente esquema de ponderación.

Tabla 35 - Esquema de ponderación par el establecimiento de competidores

| Número de aciertos | Competidor directo | Competidor indirecto | Competidor sustituto |
|--------------------|--------------------|----------------------|----------------------|
| 6-4 | ✓ | | |
| 3-2 | | ✓ | |
| 1 | | | ✓ |

Evidentemente durante el establecimiento de la competencia, podrá haber diferentes factores claves que tengan mayor peso para la investigación, por lo que el método no es rígido y da lugar a hacer las propias modificaciones según sea el caso. Para la presente investigación se tomará fidedignamente la metodología y se evaluarán los seis aspectos claves que mencionan los autores, por lo que el resultado se mostrará en las secciones siguientes.

Tabla 36 - Establecimiento de competidores para el PNCV (1 de 2)

| Organización | Ubicación | Precios | Servicios | Calidad | Alojamiento | Alimentación | # |
|--------------------------------------|-----------|---------|-----------|---------|-------------|--------------|----------|
| Cabañas Campo Bello | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | <u>6</u> |
| Paso del Alaska resort | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | <u>5</u> |
| Parque de Montaña la Casa de Cristal | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | | <u>4</u> |
| Hostal Villa Limón | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | <u>4</u> |
| Eco-Parque de Conchagua | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | <u>4</u> |

Tabla 36 - Establecimiento de competidores para el PNCV (2 de 2)

| Organización | Ubicación | Precios | Servicios | Calidad | Alojamiento | Alimentación | # |
|-------------------------------------|------------------|----------------|------------------|----------------|--------------------|---------------------|-----------------|
| Parque Nacional el Boquerón | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | <u>5</u> |
| Parque Natural los Andes | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | <u>4</u> |
| Eco-Albergue Río sapo | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | <u>5</u> |
| Cerro el Pital | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | | <u>4</u> |
| Parque el Imposible | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | <u>4</u> |
| Parque Natural W.T Deininger | ✓ | ✓ | ✓ | | | | <u>3</u> |
| Puerta del Diablo | ✓ | ✓ | | | | ✓ | <u>3</u> |
| Portezuelo Park | | ✓ | ✓ | | ✓ | | <u>3</u> |
| Apaneca Canopy Adventures | | | ✓ | ✓ | | | <u>2</u> |
| Canopy el Boquerón | ✓ | ✓ | ✓ | | | | <u>3</u> |
| Apaneca Buggy | | | ✓ | ✓ | | | <u>2</u> |
| Ruta sol y playa | ✓ | | | | | | <u>1</u> |
| Parques Acuáticos | ✓ | | | | | | <u>1</u> |

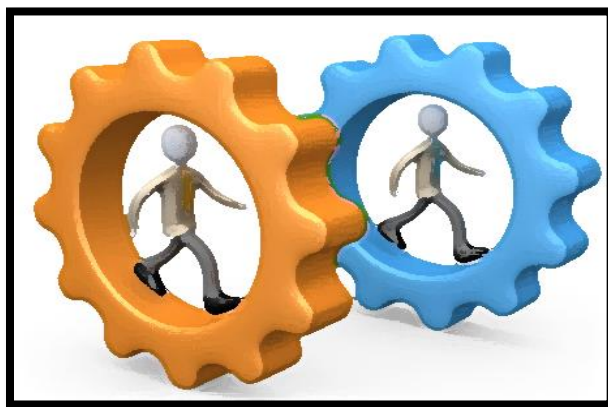
Habiendo delimitado adecuadamente a los competidores, tanto directos, indirectos y sustitutos, es necesario conocer las cualidades de cada uno de ellos, sus ventajas competitivas, con el único propósito de plantear estrategias que permitan establecer al PNCV como un competidor firme, el cual sea capaz de aumentar su actual flujo turístico a través de un modelo de gestión bien planteado y capaz de volver al PNCV auto sostenible tanto financiera como ambientalmente. Al conocer los competidores actuales del PNCV, conforme a una metodología establecida, se garantiza que los competidores que se analizan, sean solo aquellos que verdaderamente representan competencia para el parque, dado que el dinamismo del actual mercado eco turístico en El Salvador ha crecido de

manera sostenida los últimos 8 años, se hace indispensable conocer a cabalidad a la competencia y los detalles que la posicionan en el mercado, la gestión que realiza y los servicios que presta; de esa manera se pretende crear las estrategias claves que mejoren la imagen del PNCV y garantizar el posicionamiento del parque, valiéndose del conocimiento de la competencia y de los atributos turísticos que posee el parque, para con ello manejar de forma integral los servicios que demanda la población objetivo, estudiada en la investigación.

A continuación, se detallan los pormenores de los competidores y se definen las características que los posicionan en el mercado turístico nacional.

3.8.2.8 Establecimiento de competidores

a) Directos



¿Quiénes son los competidores directos del PNCV?

Son aquellos que ofrecen al mercado objetivo del PNCV, servicios turísticos con las mismas características que los que presta el PNCV, sean estos servicios mejores o iguales, con el propósito de intentar satisfacer una misma necesidad o un mismo deseo a idéntico mercado objetivo.

Con la premisa anterior, es necesario listar los competidores directos del PNCV, claramente auxiliándose del perfil de competidor, para realizar una evaluación, exclusiva de aquellas organizaciones, que verdaderamente implican competencia para el Parque Natural Cerro Verde.

Al conocer la competencia, los servicios que presta y como los presta, es posible crear estrategias que generen valor a los turistas y visitantes del Parque Nacional del Cerro Verde, con el firme propósito de generar alternativas eco-turísticas, capaces de posicionarse en la mente de los clientes y aumentar el flujo turístico, con el fin de crear desarrollo al Parque y a las comunidades aledañas, las cuales se benefician intrínsecamente a través de la perspectiva social del ISTU.

A continuación, se listan sin ningún orden específico la competencia directa del Parque Nacional de Cerro Verde.

COMPETENCIA DIRECTA



CABAÑAS CAMPO BELLO



PARQUE DE MONTAÑA LA CASA DE CRISTAL



HOSTAL VILLA LIMÓN



PASO DEL ALASKA RESORT



PARQUE DE CONCHAGUA



PARQUE NACIONAL EL BOQUERÓN



PARQUE NATURAL LOS ANDES



ECO-ALBERGUE RIO SAPO



CERRO EL PITAL



PARQUE NACIONAL EL IMPOSIBLE

Análisis de los competidores directos

1) CABAÑAS CAMPO BELLO



Imagen 33 - Cabañas Campo Bello

Reseña:

Campo Bello es un acogedor y natural ambiente que se puede encontrar en El Salvador para disfrutar con toda la familia. Esta ubicado a solo sesenta minutos de San Salvador en el Cerro Verde (en el área ecológica protegida denominada de los tres volcanes), brinda cómodas y modernas instalaciones rodeadas del más bello paisaje natural. Posee una maravillosa vista, donde en tardes despejadas se puede ver el mar (El muelle de Acajutla), en las noches se disfruta de las luces de los pueblos y ciudades a lo lejos. La finca es de una extensión de noventa manzanas de las cuales se han dedicado aproximadamente seis manzanas para las cabañas, con la finalidad de ofrecer una excelente vista del volcán de Izalco, del área de Juayua, Apaneca, Sonsonate y el Océano Pacífico.

Las Cabañas están situadas a una altura de 1,800 MSNM (Metros sobre el nivel del mar). La temperatura promedio en el día es de 19 °C, por la noche es de 13 °C y el record mínimo fue de 3 °C en Diciembre del 2010.

Todas las cabañas son térmicas; cuentan con sala, dormitorio, baño con finos acabados y agua caliente en la ducha. Además todas poseen en el exterior una mesita para cuatro personas, una cocina tipo barbacoa, instalaciones con luz eléctrica, agua y su propio estacionamiento

Complejo de cabañas

Cabañas sencillas de un dormitorio

Dispone de dos cabañas económicas con capacidad para dos personas, equipadas con una cama matrimonial, servicios sanitarios completos y ducha

Cabañas tipo Igloo de dos dormitorios

Dispone de siete cabañas con capacidad para cuatro personas; cada igloo tiene dos dormitorios, en cada una de ellas una cama matrimonial, mesa de noche, valijero, una salita con muebles, servicios sanitarios completos y ducha con agua caliente

Cabaña Casa Menor de tres dormitorios

Cabaña con capacidad para ocho personas, consta de sala, comedor y lava trastos, tres dormitorios; dos dormitorios con una cama matrimonial cada uno y en un dormitorio cuenta con dos camas matrimoniales ideal para jóvenes y niños, servicios sanitarios completos y ducha con agua caliente

Cabaña Casa Mayor de tres dormitorios

Cabaña con capacidad para diez personas, hermoso casco de finca con amplia zona verde privada, cuenta con tres dormitorios, dos equipados con dos camarotes cada uno; una habitación principal con una cama matrimonial y una cama individual. Dos servicios sanitarios completos y ducha con agua caliente en ambos, amplia sala de estar, comedor con área de preparación de alimentos, lavatrastos, al exterior una mesa para diez personas, una cocina tipo barbacoa, kiosco ideal para piñatas, amplios jardines y parqueo para varios vehículos

Sala de Reuniones

Cabaña especialmente destinada para distintos tipos de reuniones con capacidad para cuarenta personas cómodamente sentadas, equipada con una amplia mesa, televisión satelital de 33 canales incluidos 3 canales deportivos, ideal para eventos religiosos o seminarios

Zona para acampar

Se ha destinado una zona especial para las personas que desean acampar a las cuales no se les permite permanecer en el área de cabañas con lo que se pretende respetar la privacidad de los turistas. El área tiene las siguientes comodidades servicios sanitarios públicos para hombres y mujeres, bancas, mesas, barbacoas distribuidas adecuadamente y un especial cuidado en el corte de la grama

Seguridad

El complejo de Cabañas se encuentra debidamente custodiado y vigilado por el personal el cual mantiene constante comunicación con la policía de turismo (PNC) y los guardabosques de SALVANATURA. Además el Cerro Verde y sus calles de acceso por ser zona turística y reserva natural están debidamente custodiadas por agentes de la PNC quienes realizan constantes patrullajes en la zona equipados con motocicletas y pick up todo terreno

Tabla 37 - Ficha de competidor Directo – Campo Bello (1 de 3)

| CABAÑAS CAMPO BELLO – FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | |
|--|--|
| UBICACIÓN | <p>El Complejo de Cabañas Campo Bello está ubicado en la Finca Campo Bello al Poniente del Hotel del Cerro Verde. La altura en donde están Las Cabañas es de 1,800 MSNM.</p> <p>Las instalaciones se encuentran ubicadas en El Cerro Verde a 60 Kilómetros de San Salvador y su acceso es por la vía pavimentada y desvío por la Calle Nacional de tierra de 1.4 km. Situado a 2 km. antes del Hotel de Montaña.</p> |
| ACCESO AL LUGAR | <p>COMPLEJO DE CABAÑAS: Como llegar Hay dos formas de llegar a Campo Bello</p> <p><u>Transporte privado (vehículo)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desde San Salvador por la autopista a Sonsonate (RN No.8) hasta el Km 40 (Gasolinera Esso) se desvía de la autopista a la derecha 7 Kms (RN No.10), encontrara el desvió hacia el Cerro Verdem (llamado El Pacum), se recorren 11 Kms hasta dos kilómetros antes de llegar al parque nacional de montaña Cerro Verde al lado derecho de la carretera, encontrara varios letrero que le indicara el camino hacia CABAÑAS DE CAMPO BELLO <p><u>Transporte público (autobús)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desde Santa Ana, ruta No.248 (Santa Ana – El Congo - Cerro Verde); tomando el autobús que sale de la terminal de Santa Ana a las 7:00 am y 1:30 pm, este autobús pasa por la ciudad de El Congo a las 8:00 am y 2:00 pm, llegando al desvío a Campo Bello a las 9:30 am y 3:30 pm respectivamente, en este punto se camina 1400 mts hasta llegar a Campo Bello • Desde Sonsonate, ruta No.209 (Sonsonate – Santa Ana); estos autobuses salen de la terminal de Sonsonate cada 30 minutos, pasando por el desvío hacia el Cerro Verde(llamado El Pacum), donde se transborda a la ruta No.248 que viene de Santa Ana pasando por este punto a las 09:00 am y 03:00 pm, llegando al desvío a Campo Bello a las 9:30 am y 3:30 pm respectivamente, en este punto se camina 1400 mts hasta llegar a Campo Bello |

Tabla 37 - Ficha de Competidor Directo – Campo Bello (2 de 3)

CABAÑAS CAMPO BELLO – FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO

• ALOJAMIENTO

SERVICIOS TURÍSTICOS



CABAÑAS DE CAMPO BELLO en Cerro Verde

| TARIFA | Sencilla Un Dormitorio | Igloo Dos Dormitorios | Casa Menor Tres Dormitorios | Casa Mayor Tres Dormitorios | Zona de Acampar |
|------------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-----------------|
| Tiempo de Alquiler | 24 Horas | 24 Horas | 24 Horas | 24 Horas | 24 Horas |
| Personas por Alquiler | Dos personas | Cuatro personas | Ocho personas | Diez personas | Por persona |
| Hora de entrega | 05:00 p.m. | 05:00 p.m. | 05:00 p.m. | 05:00 p.m. | |
| Personas extra máximo | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| Lunes a Domingo | \$ 47.00 | \$ 59.00 | \$ 83.00 | \$ 94.00 | \$ 6.00 |








RICIHER, S.A. de C.V.
 Ubicación de Cabañas de Campo Bello: Finca Campo Bello, Las Brumas contiguo San Blas, volcán Ilamatepec, 00106-8000 Santa Ana, El Salvador
 Oficinas en San Salvador, El Salvador: Calle Arce No.707 y 11 Avenida Sur, Edificio Rivas Tierra, local No.107
 Teléfonos: (503)2271-0853 (503)2222-1861 email: riciher@hotmail.com facebook: www.facebook.com/cerroverde
 Tarifa aprobada / Valor impuesto incluido

Tabla 37 - Ficha de Competidor Directo – Campo Bello (3 de 3)

| CABAÑAS CAMPO BELLO – FICHA DE COMPETIDOR | |
|---|---|
| SERVICIOS TURÍSTICOS | Camping, cafetería, venta de recuerdos y souvenirs, además de café producido en las instalaciones de la finca |
| OTROS SERVICIOS | <p>ALIMENTACION:</p> <ul style="list-style-type: none"> Alimentación disponible dentro del horario de servicio Alimentos preparados a demanda Tiempo mínimo de espera 15 min  |
| FORMAS DE PAGO | <ul style="list-style-type: none"> Únicamente en efectivo Se realizan descuentos especiales por grupos de 15 personas |
| HORARIOS | <p>De lunes a domingo de 5:00 am a 5:00 pm</p> <ul style="list-style-type: none"> Check out a las 5:00 pm Alquiler de cabañas por 24 horas. |
| PUBLICIDAD | <p>ESLOGAN: “DESCANSO ES ARMONÍA CON LA NATURALEZA”</p> <p>FORMAS DE PUBLICIDAD: REDES SOCIALES, SITIO WEB Y ROTULACIÓN EN LA CARRETERA</p>  |
| WEB | <p>PÁGINA WEB: http://www.campobello.com.sv/</p> <p>REDES SOCIALES: https://www.facebook.com/riciher/?fref=ts</p> |
| VENTAJAS COMPETITIVAS | <p>amplia capacidad de alojamiento</p> <p>mobiliario conveniente para la estadía en las cabañas</p> <p>ornato en excelentes condiciones</p> <p>convenios con lugareños para visitas guiadas a caballo</p> <p>servicio de alimentación disponible a cualquier hora</p> |
| CONTACTO | <p>2271-0853; 2222-1861; riciher@hotmail.com</p> <p>Manuel Jiménez (administrador) 7729-3712</p> |

2) PARQUE DE MONTAÑA LA CASA DE CRISTAL



Imagen 34 - Parque de Montaña la Casa de Cristal

ATAISI nace desde 1980, la cooperativa es integrada por pequeños productores/as que se dedican al cultivo y comercialización del café de altura producido dentro del Corredor Biológico, cultivado en el Parque Nacional Complejo los Volcanes bajo estándares de calidad, haciendo alianza para la protección del medio ambiente.

En menor proporción se cultiva caña de azúcar, ambos están certificados por Rainforest Alliance. La organización cuenta de 482 personas miembros de la cooperativa, de estos 386 hombres y 96 mujeres. El Parque de Montaña La Casa Cristal, finca San Blas es patrimonio de la cooperativa ATAISI del cantón San Isidro, municipio de Izalco en Sonsonate. Identificado como uno de los recursos naturales más importantes en la zona por su inmejorable ubicación entre los volcanes Izalco, Cerro Verde y Santa Ana, que integran una de las rutas turísticas más importantes y representativas en El Salvador.

El parque ofrece la oportunidad única de poder disfrutar de estos impresionantes recursos naturales, del clima fresco, hermosos paisajes, de un ambiente tranquilo y de su gente.

Tabla 38 - Ficha de competidor directo – Casa de Cristal (1 de 2)




| PARQUE DE MONTAÑA LA CASA DE CRISTAL– FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | |
|--|--|
| UBICACIÓN | FINCA SAN BLAS, CARRETERA AL CERRO VERDE, DESVÍO EL PACÚN, 1200 m DESPUÉS DEL DESVÍO A CAMPO BELLO |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | ALOJAMIENTO CABAÑAS DE MADERA: <ul style="list-style-type: none"> • PEQUEÑAS \$15 LAS 12 HORAS • GRANDE \$40 LAS 12 HORAS  |
| | CAMPING, SENDERISMO PRECIOS: CAMPING: \$4 P/P SENDERISMO: \$1 (ENTRADA GENERAL)  |
| OTROS SERVICIOS | ALIMENTACIÓN: <ul style="list-style-type: none"> • Cafetería • Precios accesibles, alrededor de \$3.50 Y \$5  |

Tabla 38 - Ficha de Competidor Directo – Casa de Cristal (2 de 2)

| PARQUE DE MONTAÑA LA CASA DE CRISTAL– FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | |
|---|---|
| FORMAS DE PAGO | <ul style="list-style-type: none"> • ÚNICAMENTE EN EFECTIVO • SE REALIZAN DESCUENTOS ESPECIALES POR GRUPOS DE 20 PERSONAS |
| HORARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • DE LUNES A DOMINGO DE 7:00 AM A 5:00 PM • ALQUILER DE CABAÑAS POR 12 HRS. • CERRADO POR MTTO. SE NOTIFICA POR REDES SOCIALES. |
| PUBLICIDAD | <p>ÚNICAMENTE A TRAVÉS REDES SOCIALES Y RÓTULOS EN LA CARRETERA.</p>  |
| WEB | <p>REDES SOCIALES: https://www.facebook.com/Parque-de-Monta%C3%B1a-La-Casa-Cristal-131202483651143/?fref=ts</p> |
| VENTAJAS COMPETITIVAS | <p>AMPLIO ESPACIO PARA CAMPING LA CABAÑA PRINCIPAL (CASA DE CRISTAL) CON HASTA CAPACIDAD DE 40 PERSONAS PRECIOS ACCESIBLES TERRENO PLANO Y BIEN SEÑALIZADO CABAÑAS CON BUEN ASILAMIENTO TÉRMICO</p> |
| CONTACTO | <p>ATAISI: 2483-4713; 2483-4679; 7673-0116 (ADMINISTRADOR)</p> |

3) HOSTAL VILLA LIMÓN



Imagen 35 - Hostal Villa Limón

Una auténtica joya de la naturaleza, enclavada en la parte alta de Metapán a 1250 msnm. En un área de 15 manzanas de terreno, de clima templado, lugar de los mejores atractivos de aventura extrema en montaña de la zona con estrictas medidas de seguridad y calidad, en un entorno de olores y sabores en contacto con la naturaleza.

MISIÓN: Somos una empresa comprometida con ofrecer una red de servicios turísticos efectivos, y confiables, no solo a turistas nacionales, sino también a turistas internacionales, garantizando la calidad de dichos servicios y la buena atención a nuestros clientes.

VISIÓN: Consolidarnos como una hostel líder en la zona de Metapán, al convertirnos en el principal destino turístico, en lo que a turismo de montaña se refiere.

Entre las actividades que encontrará dentro del Hostal son:

- **Taller de tortillas y pupusas:** El taller de pupusas y tortillas se realiza para el aprendizaje y degustación del plato típico, originario de El Salvador: Las “Pupusas” o “tortillas rellenas”, utilizando ingredientes ancestrales en la dieta básica Maya (el maíz)
- **Molienda:** Demostración de preparación de jugo de caña en la molienda de Hostal Villa Limón para que los turistas nacionales e internacionales puedan empaparse más de las tradiciones.
- **Campamento "Villa Limón" Rescate Cultural Metapán:** El campamento de rescate cultural salvadoreño “Villa Limón” cambia radicalmente la vida de una persona. Los participantes gozan de una experiencia única de aprendizaje cultural.
- **Tour de la Cal:** Dentro de las instalaciones del Hostal podrán conocer el proceso artesanal de la cal, patrimonio heredado de la cultura Maya, observarás la extracción de la piedra

caliza en su estado natural hasta que se convierte en el producto final “La Cal” utilizado en diversos usos. Vivirás una experiencia única.

- **Canopy Tour:** Villa Limón ofrece el mejor atractivo de aventura extrema en montaña, en el municipio de Metapán departamento de Santa Ana, cumpliendo con estrictas normas de seguridad y calidad. Los cables pasan por los principales árboles y se ha diseñado un trayecto espectacular sobre el bosque. El recorrido significa toda una excitante experiencia para disfrutar.

Tabla 39 - Ficha de Competidor Directo – Hostal Villa Limón (1 de 2)

| HOSTAL VILLA LIMÓN– FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | | |
|--|---|--|
| UBICACIÓN. | LOCALIZADO A 126 KM DE SAN SALVADOR EN LA CARRETERA INTERNACIONAL, KM.122.50, CANTÓN EL LIMO. METAPÁN. | |
| ACCESO | <p>En Vehículo: A través de la carretera panamericana hacia la frontera de Anguiatú, y en el km 122 ½ se encuentra un desvío a la derecha. Después de 4.5 kilómetros de conducir se llega a un río, se cruza un puente a la izquierda y ese camino llevará a Villa Limón. El vehículo debe ser todoterreno.</p> <p>Transporte Privado: Hostal el Limón proporciona el servicio de transporte para llegar a sus instalaciones si no se cuenta de vehículo todoterreno, el cual se toma al llegar al puente que indica el camino hacia Villa Limón.</p> | |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | <p>Arborismo -Canopy. 8 cables de 50 a 430 m. Guías capacitados Equipo Certificado.</p> | <p>Costo: \$15.00/persona. Recorrido: 1200 m. Soporte de carga de los cables: 32 Ton. Capacidad del equipo: 3,500 Kilos.</p> |
| | <p>Camping Área designada para esta actividad. Cuenta con servicios sanitarios y parrillas para cocinar.</p> | <p>Costo: \$5.00/persona.</p> |
| | <p>Senderismo. El lugar dispone de gran variedad de llevar a cabo caminatas. Se dispone de dos recorridos particulares y únicos que no son ofrecidos directamente por el hostal pero de los cuales se tiene acceso que son propios de la zona: -Cerro El Limón, Cascada</p> | <p>Costo: Sujeto a los lugares a visitar. Caminatas por senderos construidos por la propiedad llegando a cascadas de terrenos de vecinos</p> |

Tabla 39 – Ficha de Competidor Directo – Hostal Villa Limón (2 de 2)

| HOSTAL VILLA LIMÓN– FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | | |
|---|--|---|
| SERVICIOS TURÍSTICOS | Tours turísticos -Explicación del Tour de la Cal. -Explicación del proceso artesanal del café. -Demostración de preparación de jugo de caña en la molienda. | Costo: Servicio sin costo adicional debido al pago por uso de instalaciones. |
| | Hospedaje Cabañas Familiares Cabañas totalmente equipadas, no incluye servicio de Alimentación. | Costo: \$55.00 para grupo de 5 o 6 personas (24 horas). Disponibilidad: 4 cabañas. |
| | Alimentación. Servicio disponible por tiempo de comida. | Costo: Entre \$3.50 a \$10.00 Condición: realización del servicio con anticipación. |
| | Servicio de eventos para toda ocasión. | Costo: Sujetos al tipo de evento a desarrollarse. Disponibilidad de una Casa de usos múltiples, de estilo colonial empleada para eventos de toda ocasión, bien equipa para capacitaciones y seminarios. |
| FORMA DE PAGO | Efectivo | |
| HORARIO | Se realiza a través de reservaciones | |
| VENTAJA COMPETITIVA | Atención personalizada Miembro de la red de posadas rurales del el salvador | |
| CONTACTO | 7871-9783; 2442-0149 | |
| WEB | https://www.facebook.com/hostalvilla.limon https://www.facebook.com/HostalReservaEcologicaVillaLimon | hostalvillalimon@hotmail.com |

4) PASO DEL ALASKA



Imagen 36 - Paso del Alaska

Historia

Rodeado de maravillas naturales, privilegiado por un clima fresco y localizado en un hermoso terreno, Paso del Alaska Resort abre sus puertas en 1997. Comenzó su labor como un proyecto familiar que poco a poco fue incorporando ese toque de hogar y que se convirtió en un punto de referencia de platillos gourmet y buenos momentos.

Sus opciones de diversión se han ido expandiendo para satisfacer los gustos de todos, desde los más extremos a los más relajados. Además, ofrecen lo más innovador en cuanto a creaciones culinarias y sabores en su menú. Siempre pensando en sus clientes, el hospedaje también está acondicionado para que exista un contacto directo con la naturaleza, pero a través de cabañas y habitaciones cómodas, amplias y ambientadas en espacios agradables y seguros. Ideal para días de descanso donde se pueda dejar atrás la rutina o si se quiere disfrutar con amigos y familia las opciones que ofrece el restaurante.

Sus atracciones son múltiples ya que cuenta también con amplios senderos en donde predominan los tonos verdes de la naturaleza, que por la tarde y la noche se bañan con el blanco y gélido de la neblina que baja de la montaña. En sus tierras que guardan el aroma del grano de oro, se garantiza grandes recuerdos y mucha diversión, acompañado de vistas inigualables y mucha adrenalina. Todo en un solo lugar, accesible y familiar que espera su visita.

Tabla 40 - Ficha de Competidor Directo – Paso del Alaska Resort (1 de 3)

| PASO DEL ALASKA RESORT – FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | | |
|--|--|---|
| UBICACIÓN. | Localizado a 80 kilómetros de la capital de San Salvador, en la ruta de los naranjos, a 7 km. Al noreste de Juayúa sobre la carretera CA-12, en el Km. 83, colonia Santa Martita, Pasaje #3. | |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | <p>Arborismo: Opción 1: Péndulo. Lanzamiento a una altura de 12.5 metros a una velocidad de 30 a 40 km/hr. Opción 2: Muro de escalada. Muro de una altura aproximada de 10 metros. Opción 3: Cuerdas Altas. 1000 mt de recorrido 18 dificultades en tres circuitos. Circuito # 1: Puente Bruma, Tucos, Puente Isla, Palo de Equilibrio, Cubo Ondos, Trozos Verticales E Indiana Jones. Circuito # 2: Indiana Jones, Trozos Horizontales, Hamaca, Cubo Ondos, Charly Chaplin, Net, Cable de Equilibrio, Trozos Paralelos e Indiana Jones. Circuito # 3: Heavy Jeid, Puente de trozos, Puente de Bruma Modificado, Gato, Zigzag, Cable de Equilibrio, Trozos Paralelos e Indiana Jones Opción 4: Muro de escalada + Péndulo. Estos juegos incluyen el uso de equipo de seguridad: Arnés, cintas de protección y casco</p> | <p>Opción 1 Costo: \$4.50. Duración: 1 Lanzamiento.</p> <p>Opción 2 Costo: \$4.50. Duración: 2 Intentos.</p> <p>Opción 3 Costo: \$7.00/circuito. Duración: 15 min por circuito. Nivel de dificultad: Fácil, Intermedio y Difícil.</p> <p>Opción 4 Costo: \$14.00. Duración: 20 min.</p> |
| | <p>Canopy Tour: Aventura por los aires en un recorrido de 215 metros de altura dividido en dos cables.</p> | <p>Costo: \$6.00 Capacidad: 2,500 lb Cable 1: 150 metros. Cable 2: 65 metros.</p> |
| | <p>Senderismo: Atractivos destinos de la zona a recorrer en cinco hermosas rutas, entre cafetales y abundante fauna y flora.</p> | <p>Costo: De \$2.00 a \$5.00 según el recorrido elegido.</p> |
| | <p>Paseo en Cuadrimoto.</p> | <p>Opción 1 Costo: \$10.00 Duración: 15 min. Opción 2 Costo: \$15.00 Duración: 30 min. Opción 3 Costo: \$30.00 Duración: 1 hr.</p> |

Tabla 40 – Ficha de Competidor Directo – Paso del Alaska Resort (2 de 3)

| PASO DEL ALASKA RESORT – FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | | |
|--|--|---|
| <p>SERVICIOS TURÍSTICOS</p> | <p>Cabalgata: Para los amantes de la monta se ofrece la experiencia de cabalgata, así como un mini zoológico para que los niños puedan Disfrutarlo.</p> | <p>Opción 1 Costo: Adultos: \$3.00 Niños: \$2.00 Precios varían según recorridos.</p> |
| <p>OTROS SERVICIOS</p> | <p>Hospedaje: -Opción 1: Paquete todo incluido. Estadía en cabañas completamente equipadas, por 24 horas, incluye los tres tiempos de comida. -Opción 2: Paquete de pareja. Estadía en cabañas completamente equipadas, por 24 horas, incluye los tres tiempos de comida. Reservaciones con 72 horas de anticipación.</p> | <p>Opción 1 Costo: \$45.00 + 5% (Impuesto de turismo)/ persona. Incluye derecho a una caminata por uno de los destinos. Capacidad: Mínimo 3 personas y máximo 5 personas. Opción2 Costo: \$125.00+5% (Impuesto de turismo) Incluye derecho a una caminata por uno de los destinos.</p> |
| <p>OTROS SERVICIOS</p> | <p>Restaurante. La variedad de platillos a degustar es variado, entre ellos puede encontrarse, -Plato de carnitas. -Queso fundido. -Sopa de ajo asado. -Brushetta de pollo y antipasto. -Crema de garbanzo con trozos de costilla ahumada. -Nachos con carnes -Postres y otras delicias culinarias.</p> <p>Estos platillos son elaborados por el propietario del lugar, René Girón, quien cuenta con estudios internacionales de gastronomía, y es el primero en introducir en el país este tipo de cocina.</p> | <p>Costos: Entre \$8 a \$45.</p> |

Tabla 40 – Ficha de Competidor Directo – Paso del Alaska Resort (3 de 3)

| PASO DEL ALASKA RESORT – FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | | |
|---|---|---|
| FORMA DE PAGO | Efectivo. | |
| HORARIO | DE MARTES A DOMINGO | 7:00 am a 7:30 pm. |
| VENTAJAS COMPETITIVAS | <ul style="list-style-type: none"> • SÍMBOLO TURÍSTICO DE LA RUTA DE LOS NARANJOS. • PIONEROS EN CAMPOS DE RETOS Y CUERDAS ALTAS (2005). • DIVERSIDAD EN LA OFERTA TURÍSTICA DE AVENTURA. • PRESENTACIÓN INNOVADORA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS. • SERVICIO DE EVENTOS FAMILIARES, EMPRESARIALES Y DE CONVIVENCIA. | |
| CONTACTO | Ing. René Girón Joya. "Gerente General de Paso del Alaska" | 2215-6652; 7205-4262; rgirón@hotmail.com |
| WEB | https://www.facebook.com/pasodelalaskaresort http://www.pasodelalaska.com/ http://www.campodecuerdasaltaselsalvador.com/ WEB | |

5) ECO-PARQUE DE CONCHAGUA



Imagen 37 - Cima del Volcán de Conchagua

El Salvador posee 23 volcanes y entre ellos podemos encontrar el **Volcán Conchagua**, que se encuentra ubicado en el municipio de Conchagua, departamento de La Unión.

Aproximadamente a unos 190 km de San Salvador y con una altura de 1,242 msnm.

Desde el **Volcán de Conchagua** se pueden apreciar unas hermosas vistas de la costa salvadoreña, las islas del Golfo de Fonseca (Meanguera, Meanguerita, Amapala, entre otras) así como la ciudad de La Unión, diversas playas y es el único lugar del país, en que se da una transición entre playa rocosa y bosque dulce.

El nombre “**Conchagua**” en lengua Lenca significa “*valle estrecho*”, aunque según otros autores, su nombre deriva de la deformación del nombre de una heroína local llamada Comizahual, que significa “*el tigre que vuela*”. De hecho, uno de los senderos que conduce a un mirador en la cima del volcán se llama precisamente “el tigre que vuela”.

El lugar está clasificado como un complejo volcánico de dos conos, al occidente el Ocotal, conocido por sus habitantes como Santiago y al oriente está el Banderas conocido como Cristóbal. El Ocotal (Santiago) es más antiguo y está modificado por varias fallas, por esa razón no tiene la forma típica de un volcán. El Banderas (Cristóbal) es relativamente más joven y por eso está mejor conservado. Ambos volcanes tienen sus cráteres, pero el del Banderas es más evidente. Este volcán, que ofrece una de las más bellas vistas de la costa salvadoreña, está rodeado casi en su totalidad por las diversas playas de esta región, es el único volcán costero en el área salvadoreña, de ahí su característica belleza. En cuanto a fauna lo más representativo es la presencia de poblaciones de mono araña, cotuza y venado cola blanca. Se registran más de 22 especies de mamíferos y 62 de aves aproximadamente. Se considera una zona estratégica para todo el Golfo de Fonseca, con buen potencial de recuperación; siendo además un sitio vital como recurso hídrico y de una belleza escénica impresionante.

Si no se desea subir al volcán, hay varios senderos que se pueden aprovechar para emprender caminata en un clima fresco. También hay guardabosques y guías turísticos que muestran la flora y fauna de la zona, como las ardillas, urracas, monos, venados y reptiles.



Imagen 38 - Vista del volcán de Conchagua

Tabla 41 - Ficha de Competidor Directo – Eco Parque de Conchagua

| ECO PARQUE DE CONCHAGUA – FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | |
|--|--|
| UBICACIÓN. | El Eco-parque de Conchagua , se encuentra ubicado en el municipio de Conchagua, departamento de La Unión. Aproximadamente a unos 190 km de San Salvador y con una altura de 1,242 msnm. |
| ACCESO | Para llegar al Conchagua, se debe tomar la carretera Panamericana que de San Salvador conduce a La Unión (183 Km.), luego dirigirse a la ciudad de Conchagua y desde allí 4.6 Km. más hasta llegar a la cima, que por su altura las temperaturas no superan los 20 grados. |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | <p>Caminatas Guiadas: Las caminatas guiadas son organizadas por la Asociación Coordinadora de Comunidades para el Desarrollo de Cacahuatique (CODECA).</p> <p>Senderismo. Existen al menos dos senderos que es posible visitar dentro del complejo turístico.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El sendero “principal” 2. El sendero “el tigre que vuela” <p>Camping El área de acampar es administrada por CODECA y se debe solicitar con la administración el uso del área que además cuenta con agua potable en la cima del volcán.</p> <p>Paseo en Ferry a través de la bahía y el golfo. Se encuentra en las instalaciones de CORSAIN y únicamente está disponible los días sábado y domingos desde las 10:00 am hasta las 3:00</p> |
| | <p>Los costos rondan entre \$3.00 y \$10.00.</p> <p>Costo: \$10.00 adultos. \$5.00 niños. Duración: 20 min.</p> |
| FORMA DE PAGO | Efectivo. |
| HORARIO | DE MARTES A DOMINGO 7:00 am a 5:30 pm. |
| VENTAJAS COMPETITIVAS | <ul style="list-style-type: none"> • EXCELENTES VISTAS PANORÁMICAS. • FÁCIL ACCESO A LA CIMA DEL VOLCÁN • PRECIOS ACCESIBLES • ZONA DE SOL Y PLAYA MUY CERCANA • SEGURIDAD POR PARTE DEL EJERCITO |
| CONTACTO | CODECA Teléfonos: 2661-9832; 2659-5320. |
| WEB | http://www.gloobal.net/iepala/gloobal/fichas/ficha.php?id=38504&entidad=Agentes |

6) PARQUE NACIONAL EL BOQUERON



Imagen 39 - Parque Nacional El Boquerón

El parque nacional El Boquerón está ubicado en el cráter del volcán de San Salvador, a una altura de 1893 msnm, el clima es tropical de altura, con una belleza escénica impresionante ya que este cráter tiene aproximadamente 1.5 km. de diámetro y 560 mts. de profundidad. Desde el parque se pueden observar el volcán de Izalco, el volcán de Santa Ana, el lago de Ilopango y la ciudad de San Salvador. El parque consta de un Centro Interpretativo que habla sobre la historia del volcán de San Salvador y sus habitantes. El parque ofrece una caminata a través de senderos demarcados donde se puede apreciar la belleza de la flora cultivada en el lugar que armonizan con los bosques de pinos que escenifican impresionantes vistas del cráter. Entre las especies de flora identificadas se encuentran plantas ornamentales como cartuchos, hortensias, antorchas, begonias y sultanas silvestres. Así mismo encuentra la fauna como armadillos, mapaches, venados, zorras, entre otras.

La última erupción del volcán fue en 1917 y desde entonces no ha tenido ninguna actividad. Ahora en sus laderas se cultivan café y flores de exportación, plantaciones que pueden contemplarse desde el mirador La Cruz de la Paz. A partir de diciembre de 2007 se inicia el proyecto de recuperación del Parque Nacional El Boquerón luego de pasar a ser administración por parte de CORSATUR. Ahora El Parque cuenta con una excelente infraestructura de acceso para el visitante, reacondicionamiento de Oficina Administrativa y Centro de Atención al Turista, Caseta de Bienvenida e ingreso, caseta de vigilancia, 3 módulos de servicios sanitarios y 1,500 mts de senderos. También se ha hecho un reaprovechamiento de las zonas de cultivo de plantas ornamentales y flores; con la construcción de nuevos y renovados senderos interpretativos. Señalización adaptada al medio con información histórica, científica e interpretativa, más puntos de descanso equipados con mobiliario adaptado al medio.

Tabla 42 - Ficha de Competidor Directo – El Boquerón

| PARQUE NACIONAL EL BOQUERÓN – FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | |
|---|---|
| UBICACIÓN | El Parque Nacional el Boquerón está ubicado a 15 minutos de la capital, sobre el volcán de San Salvador o Quezaltepec, a más de 1700 metros de altitud. |
| ACCESO AL LUGAR | ¿Cómo puedo llegar al Boquerón? Puede tomar el autobús de la Ruta 103 en Santa Tecla, que pasa a través de Ciudad Merliot y llega hasta la llamada zona de chalets, a medio kilómetro del parque. |
| SERVICIOS TURISTICOS | SENDERISMO Se tienen cinco miradores con vista hacia el cráter : 1- Mirador “Los Cartuchos”; 2- Mirador “Las Begonias”; 3- Mirador “El Pino”; 4- Mirador “Las Hortensias” y 5- Mirador “Los Helechos”, cada uno con una perspectiva diferente hacia la parte interna del volcán. Resguardo para turistas y zonas de protección con salidas de emergencia. La calle de acceso hacia el Parque Nacional está pavimentada desde el desvío en el Km. 20 de la calle a Quezaltepeque, hasta llegar al estacionamiento dentro del Parque. ALIMENTACION El comedor El Boquerón, donde podrán encontrar almuerzos a unos \$2 o \$5 dólares más o menos. El combo de sopa y plato de gallina asada cuesta \$5.50. Solamente la sopa cuesta \$2.00. |
| FORMAS DE PAGO | <ul style="list-style-type: none"> • ÚNICAMENTE EN EFECTIVO |
| TARIFAS | TIPO DE INGRESO TARIFA Por persona (en carro o a pié) \$ 1.00 Por vehículo particular / Pick-Up \$ 1.00 Por micro-bus \$ 2.00 Por buses \$ 3.00 |
| HORARIOS | El horario de visitas es de Lunes a Domingo de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. |
| PUBLICIDAD | A TRAVES DE CORSATUR Y DE LAS RUTAS TURISTICAS. |
| VENTAJAS COMPETITIVAS | <ul style="list-style-type: none"> • Cercanía con la capital y el mercado objetivo • Precios accesibles • Instalaciones modernas y equipadas • Guías especializados y locales • Acceso seguro y fácil, calles en buen estado. |
| CONTACTO | Corporación Salvadoreña de Turismo - CORSATUR. Horarios de atención: Lunes a viernes de 8:30AM a 12:30M y de 1:15PM a 4:30PM 2243-7835; 2241-3200; 2223-3200 |

7) PARQUE LOS ANDES



Imagen 40 - Parque Natural los Andes

Enclavado en el imponente volcán de Santa Ana, a 1,750 metros sobre el nivel del mar, se encuentra uno de los lugares turísticos más atractivos de nuestro país: el parque Nacional Los Andes. Este paraíso natural, cuya extensión sobrepasa las 330 manzanas, es el refugio de una gran variedad de animales como tucanes, colibríes, halcones y gatos monteses, y el sitio donde crecen muchos árboles, arbustos y una diversidad de plantas ornamentales.

Esta área ha sido clasificada como "bosque húmedo, montañoso, bajo y subtropical", y en ella se pueden encontrar pinabetes, castaños, papelillos, rodales puros de ciprés y varias especies de orquídeas.

Tabla 43 - Ficha de Competidor Directo – Parque los Andes

| PARQUE LOS ANDES – FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | |
|--|---|
| UBICACIÓN | Se encuentra en el departamento de Santa Ana, a 76 kilómetros de San Salvador. Este lugar ofrece bellos paisajes escénicos, abundantes árboles de pinabeto, castaño, papelillo, culebro, agaváceas, gramíneas y rodales puros de ciprés. |
| ACCESO AL LUGAR | La vía de acceso a este bosque es por la carretera hacia el turicentro Cerro Verde. A un lado de esta calle se encuentra un pequeño desvío, desde el que hay que recorrer unos siete kilómetros. Algunos tramos de esta vía se encuentra balastados, pero otros están en pésimas condiciones, por lo que es aconsejable transitar en vehículo de doble tracción. |
| SERVICIOS TURISTICOS | <p>SENDEROS, CAMPING, ALOJAMIENTO Y CENTRO INTERPRETATIVO.</p> <p>Aquí se encuentran áreas para acampar y cocinar, cabañas comunales con capacidad para 20 personas, lugares para la observación de aves, amplios jardines, incluyendo un orquidiario, biblioteca especializada, senderos interpretativos, excelentes miradores y un sendero para escalar al volcán de Santa Ana.</p> <p>senderos: <u>El Anisillo</u> de 1500 metros, <u>cráter del volcán de Santa Ana</u>, con 3700 metros, <u>el orquidiario</u> con 1000 metros y 30 especies de orquidias, <u>el Ojo de Agua</u> con 2000 metros y <u>los clementes</u> con 500 metros de longitud.</p> <p>CENTRO INTERPRETATIVO: Pequeño museo con el que cuenta el parque, esta disponible para todos los visitantes.</p> <p>Precio de la cabañas</p> <p>Cabaña para 3 personas \$35.00 USD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cabaña para 4 personas \$48.00 USD • Cabaña para 5 personas \$62.00 USD • Cama adicional \$6.00USD |
| FORMAS DE PAGO | <ul style="list-style-type: none"> • ÚNICAMENTE EN EFECTIVO, debe realizarse en las oficinas de SAENA |
| HORARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • LUNES A DOMINGO DE 7:00 am A 4:00 pm |
| WEB | <ul style="list-style-type: none"> • http://ena.edu.sv/ • https://www.facebook.com/pages/asociacion-de-agronomos-de-la-escuela-nacional-de-agricultura-roberto-qui%C3%B1onez/1627970040781267 |
| VENTAJAS COMPETITIVAS | <ul style="list-style-type: none"> • Amplia zona de senderismo y de acampar • Precios modicos • Cascadas y nacimientos de agua |
| CONTACTO | <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono: 2319-4101 fax: 2319-4102 |

8) ECO-ALBERGUE RIO SAPO



Imagen 41 - Eco-Albergue Rio Sapo

Ubicado en el extremo nororiente del departamento de Morazán, a 250 km. de San Salvador; con su impresionante caudal de limpias y frías aguas con su impresionante color turquesa, recorre una extensa área de 6000 hectáreas entre bosques de pinos y robles.

El lugar dispone de cubículos para instalar tiendas de campaña, mesas para picnic y cocinas artesanales. También dispone de un albergue rural con instalaciones de baños sanitarios higiénicos y amigables con el medio ambiente. Los guías turísticos pueden llevarle por diferentes recorridos para la observación de aves. También se puede practicar sesiones de rappel o barranquismo. Hay servicios de alimentación proporcionados por familias que residen en la zona. El río Sapo es también una reserva natural única, que ofrece a los visitantes, cascadas, pozas, áreas de acampar y una gran variedad de flora y fauna. Es el río más limpio de El Salvador ya que no recibe ningún tipo de contaminación y es un destino ideal para la práctica de eco-turismo como la observación de aves, camping, trekking, bici-montaña, rappel o barraquismo. Posee seis mil hectáreas de tierras vírgenes y se abre camino entre formaciones rocosas.

Tabla 44 - Ficha de Competidor Directo – Eco Albergue Río Sapo

| ECO ALBERGUE RÍO SAPO – FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | |
|--|--|
| UBICACIÓN | El río Sapo se encuentra situado en el municipio de Arambala, departamento de Morazán, El Salvador, a 5 kilómetros en dirección de Joateca, a unos 250 Km de San Salvador. |
| ACCESO AL LUGAR | Este eco-albergue está ubicado a 45 minutos de San Francisco Gotera, en el municipio de Arambala, Morazán y a 6 kms. al oriente de Arambala, calle de tierra en buenas condiciones, no necesita vehículo 4 x 4. |
| SERVICIOS TURISTICOS | <ul style="list-style-type: none"> • AREA DE CAMPING <ul style="list-style-type: none"> ○ ALQUILER DE TIENDAS DE CAMPAÑA • ALIMENTACION • SENDERISMO <ul style="list-style-type: none"> ○ LAS MARAVILLAS DEL BOSQUE , 450m ○ SECRETOS DE LA NATURALEZA, 1.5 Km • CAMINATAS GUIADAS A LAS CASCADAS DEL RÍO • TOURS GUIADOS PARA OBSERVAR LA FAUNA Y FLORA LOCAL |
| FORMAS DE PAGO | <ul style="list-style-type: none"> • ÚNICAMENTE EN EFECTIVO |
| HORARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • DE LUNES A DOMINGO DE 5:00 AM A 5:00 PM |
| WEB | <p>PÁGINA WEB: http://prodeturperquin.tripod.com/ REDES SOCIALES: https://www.facebook.com/Alcaldia-Municipal-de-Arambala-2015-2018-896519577060774/ https://www.facebook.com/pages/Arambala-Departamento-De-Moraz%C3%A1n/316194628472894?fref=ts</p> |
| VENTAJAS COMPETITIVAS | <ul style="list-style-type: none"> • TERRITORIOS INEXPLORADOS POR LA MANO DEL HOMBRE • ECO-ALBERGUE CON 6 CAMAS • ACTIVIDADES ECO-TURÍSTICAS TANTO DE MONTAÑA COMO ACUÁTICAS • GUÍAS ESPECIALIZADOS • PRECIOS ACCESIBLES |
| CONTACTO | <p>Alcaldía municipal de Arambala Tel: 2680-4308 Correo: alcaldiaarambala@gmail.com PRODETUR Tel. 2680-4311</p> |

9) CERRO EL PITAL



Imagen 42 - Cerro el Pital

El Pital está situado a 93 km al norte de la ciudad de San Salvador y a 7 km de la villa de San Ignacio, en el departamento de Chalatenango.

Es uno de los lugares que podemos disfrutar del clima, vegetación y vistas sin necesidad de pedir permiso por adelantado, solo cancelar la cuota de entrada. El Pital con una altura de 2730 msnm es el punto más alto en El Salvador. Se pueden efectuar muchas actividades al aire libre, entre ellas: observación de aves, orquídeas, escalada, bici-montaña o simplemente disfrutar de las vistas que se puede tener desde allí. Podemos ver volcanes de la zona oriental y central del país, además de la ciudad de Nueva Ocotepeque en la hermana república de Honduras.

El Pital es un área que tiene un microclima nebuloso, que en nuestro país solo puede encontrarse en el Parque Nacional Montecristo. La variedad de orquídeas es impresionante debido a los factores climatológicos: alta concentración de humedad, abundancia de vegetación en esa área específica.

Las personas que habitan en el área tienen una particularidad que solo la encontraremos en este departamento y es que tienen piel blanca, ojos verdes y cabello rubio; mientras que en el resto del país el color de la piel, ojos y cabello es diferente, lo cual tiene bases históricas.

Si se desea pernoctar, este es un lugar, disfrutará de una noche fría en su tienda de campaña, pero si desea más comodidad también la puede tener en uno de los nuevos hoteles que en la zona se han construido, entre ellos El Pital Highland, que se encuentra en camino hacia El Pital.

Tabla 45 - Ficha de Competidor Directo – Cerro el Pital

| CERRO EL PITAL – FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | |
|---|---|
| UBICACIÓN | El Pital está situado a 93 km al norte de la ciudad de San Salvador y a 7 km de la villa de San Ignacio, en el departamento de Chalatenango. |
| ACCESO AL LUGAR | <p>Para llegar en vehículo, se debe hacer através de la Carretera Troncal del Norte y pasar por La Palma y luego por San Ignacio. Llegando a San Ignacio sólo restarán unos trece kilómetros para llegar al Pital.</p> <p>En bus. Debes salir temprano de la Terminal de Oriente en San Salvador para abordar la ruta 119 (de El Poy) en la cual llegarás hasta San Ignacio. Y luego abordar la ruta 509 que llega hasta Las Pilas, pero tendrás que bajarte antes, en el Cantón Río Chiquito</p> |
| SERVICIOS TURISTICOS | <ul style="list-style-type: none"> • AREA DE CAMPING <ul style="list-style-type: none"> ○ ALQUILER DE TIENDAS DE CAMPAÑA • ALIMENTACION • SENDERISMO • CAMINATAS GUIADAS A PEÑA RAJADA Y AL MOJÓN INTERNACIONAL |
| FORMAS DE PAGO | <ul style="list-style-type: none"> • ÚNICAMENTE EN EFECTIVO |
| HORARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • DE LUNES A DOMINGO DE 5:00 AM A 5:00 PM |
| WEB | <p>PÁGINA WEB: http://www.chalatenangosv.com/conociendo-el-cerro-el-pital</p> <p>REDES SOCIALES: https://www.facebook.com/pages/Cerro-El-Pital/140537275962562?fref=ts</p> |
| VENTAJAS COMPETITIVAS | <ul style="list-style-type: none"> • AMPLIAS ZONAS DE CAMPING • VARIEDAD DE HOSTALES ALREDEDOR DEL PARQUE • ACTIVIDADES ECO-TURÍSTICAS DE MONTAÑA • GUÍAS ESPECIALIZADOS • PRECIOS ACCESIBLES |
| CONTACTO | CASETA DE GUARDAPARQUES 2221-6954 y 7894-4349 |

10) PARQUE NACIONAL EL IMPOSIBLE



Imagen 43 - Parque Nacional el Imposible

El Imposible es el parque nacional más grande de El Salvador y está ubicado en las elevaciones costeras del pacífico de Ahuachapán, entre los municipios de San Francisco Menéndez y Tacuba, al sur-oeste de la Ruta de las Flores.

Esta área natural protegida es considerada la reliquia natural más importante del país por ser un ecosistema amenazado a nivel mundial (bosque tropical seco y tropical seco pre-montano), pero también por ser uno de los últimos refugios para una comunidad increíblemente diversa de vida silvestre, fuente de recursos hídricos para la zona y poseedor de belleza escénica para desarrollo turístico sostenible.

Es por esto, que El Imposible recibe más de 8,000 turistas al año quienes visitan estas 4,000 hectáreas de bosque que son protegidas por 25 guarda parques y mostradas por un equipo de 20 guías de turismo locales, para hacer contacto con más de 500 especies de plantas, más de 100 especies de mamíferos, 53 anfibios y reptiles, 285 de aves y más de 5,000 especies de mariposas.

Pero también los turistas buscan la aventura que no encuentran en ningún otro lugar del país. La topografía escarpada de El Imposible se convierte sin duda en una oportunidad para los tours de caminata extrema y para tomar fotografías fenomenales.

Las caminatas se desarrollan entre las cuestas inclinadas y pendientes menores, viendo desde abajo las rocas suspendidas, dejando de lado los precipicios y los ríos, corriendo por franjas planas y cayendo en sorpresivas cuencas, a una temperatura cálida que devuelve la salud y pone a prueba la actividad física de sus visitantes.

Tabla 46 - Ficha de Competidor Directo – El Imposible

| PARQUE NACIONAL EL IMPOSIBLE – FICHA DE COMPETIDOR DIRECTO | |
|---|--|
| UBICACIÓN | El Imposible está ubicado en el departamento de Ahuachapán, en suroeste de El Salvador, entre las municipalidades de San Francisco Menéndez, Concepción de Ataco y Tacuba, en el extremo occidental de la sierra de Apaneca-Illamatepec. Con un área aproximada de 4,000 hectáreas (5,720 manzanas). |
| ACCESO AL LUGAR | La topografía es extremadamente inclinada y accidentada, con muchos farallones. Con elevaciones que van desde los 250 metros sobre el nivel del mar en San Francisco Menéndez, hasta 1,425 metros en Cerro Campana. |
| SERVICIOS TURISTICOS | <ul style="list-style-type: none"> • AREA DE CAMPING <ul style="list-style-type: none"> ○ ALQUILER DE TIENDAS DE CAMPAÑA • ALIMENTACION • SENDERISMO • CAMINATAS GUIADAS |
| FORMAS DE PAGO | <ul style="list-style-type: none"> • ÚNICAMENTE EN EFECTIVO |
| HORARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • DE LUNES A DOMINGO DE 5:00 AM A 5:00 PM |
| WEB | <p>PÁGINA WEB: http://www.salvanatura.org/parque-nacional-el-imposible/</p> <p>REDES SOCIALES: https://www.facebook.com/ParqueElImposible/?fref=ts</p> |
| VENTAJAS COMPETITIVAS | <ul style="list-style-type: none"> • AMPLIAS ZONAS DE CAMPING • FAUNA SILVESTRE IMPRESIONANTE • ACTIVIDADES ECO-TURÍSTICAS DE MONTAÑA • GUÍAS ESPECIALIZADOS • PRECIOS ACCESIBLES • CENTRO INTERPRETATIVO • MIRADORES PANORÁMICOS |
| CONTACTO | <p>Teléfono: 2202-1515 E-mail: info@salvanatura.org</p> |

b) INDIRECTOS

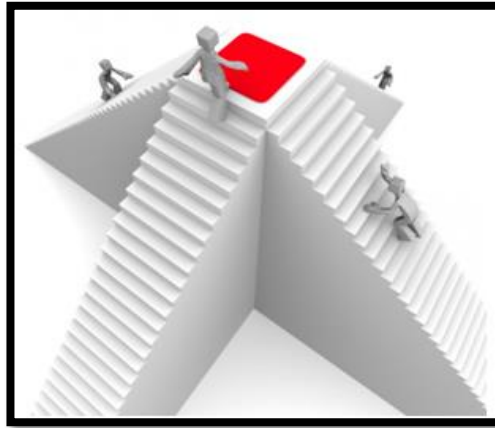


Imagen 44 - Competencia Indirecta

¿Quiénes son los competidores indirectos?⁵⁶

Son todos aquellos que intervienen de forma lateral en el enfoque de mercado que se tiene planteado con el producto o servicio, buscando satisfacer aquellas necesidades o deseos del público objetivo mediante algún producto o servicio sustitutivo perfecto. Sin duda, son los más difíciles de detectar, determinar y analizar, incluso a veces no será posible hacerlo como se quiere.

Por la importancia que tiene este tipo de competencia en los destinos eco-turisticos, el PNCV debe desarrollar un modelo de gestión capaz de controlar a las empresas o organizaciones rivales, con el cual fidelizar a los potenciales clientes del mercado objetivo, satisfaciendo adecuadamente sus necesidades mejor que las otras empresas u organizaciones.

Teniendo claras las premisas anteriores, y habiendo determinado los competidores indirectos en el apartado del “establecimiento de los competidores”, es tiempo de analizar la competencia indirecta y las las organizaciones que cumplen con el perfil del competidor.

⁵⁶ (Camino & Rúa, 2012, p. 66)

COMPETENCIA INDIRECTA



PARQUE NATURAL WALTER
THILO DEININGER



PUERTA DEL DIABLO



PORTEZUELO PARK



APANECA BUGGY TOURS



CANOPY EL BOQUERÓN



APANECA CONOPY
ADVENTURES

Figura 29 - Competencia Indirecta

ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES INDIRECTOS

1) PARQUE NATURAL WALTER T. DEININGER

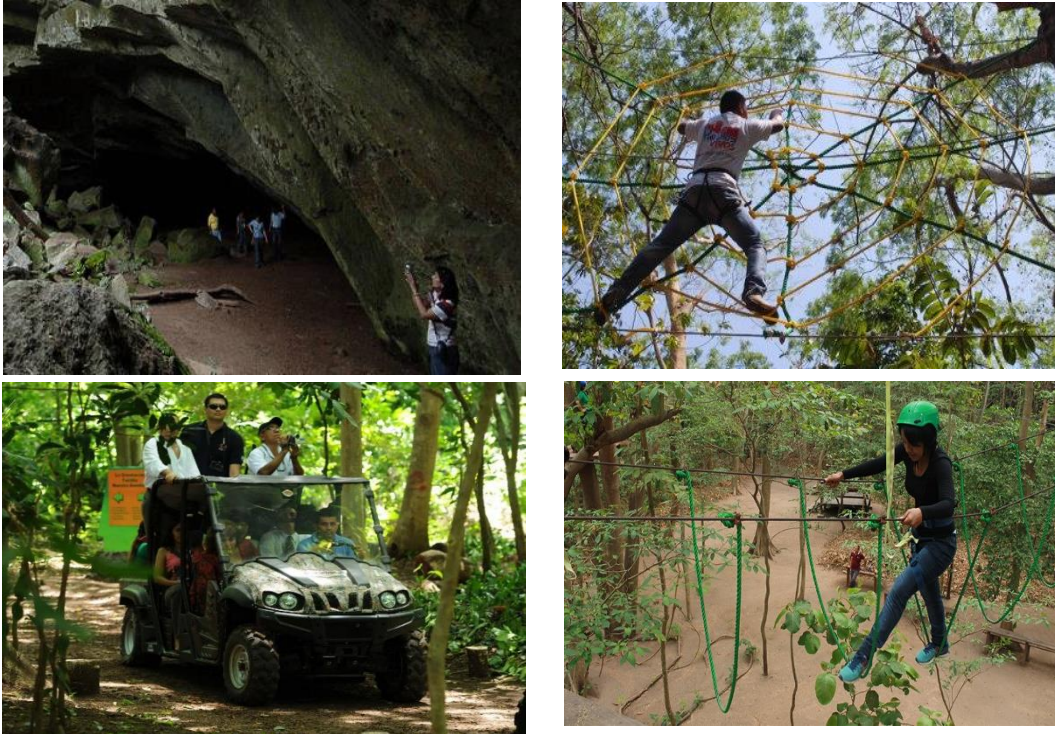


Imagen 45 - Parque W.T DEININGER

Cuenta con una extensión de 1,047 manzanas, 732 Hectáreas y su característica principal es ser un área natural protegida. El parque es una isla biológica en la cual se encuentran remanentes de la primera vegetación de El Salvador. Contiene 3 tipos de bosque: bosque de galería, seco caducifolio y secundario.

Es una de las pocas zonas boscosas, con amplia diversidad de especies animales: 25 especies de mamíferos, 27 especies de reptiles y 115 especies de aves, plantas medicinales y árboles en peligro de extinción, por lo que representa una importante reserva natural de nuestro país; un paseo en el parque es un modelo para realizar trabajos de investigación en diversas ramas de la ecología, mediante un centro de interpretación donde se exhiben diferentes especies de flora y fauna existentes en el parque; para envolverte con la naturaleza te invitamos a realizar recorridos guiados por expertos en la ruta de la Familia por el sendero El Mirador con una vista panorámica al océano pacífico, donde a la vez pasarás una experiencia inolvidable en La Cueva del Encanto; Ruta de la aventura por el sendero de Chamseñora con exuberantes paisajes y vegetación caducifolia; Ruta por el sendero del Rio Amayo experimentando un viaje al estilo de la selva, hasta llegar a la poza El Salto donde te puedes refrescar en sus aguas cristalinas tras el excitante recorrido.

A 2 kms en las cercanías del parque hay un Petrograbado de 200 metros cuadrados. Cuenta con una infraestructura básica mínima de un Centro de Interpretación, estacionamiento para 15 vehículos, servicios sanitarios y áreas de estar al aire libre.

Tabla 47 - Ficha de Competidor Indirecto – Parque Walter Deininger

| PARQUE NATURAL DEININGER – FICHA DE COMPETIDOR INDIRECTO | | |
|---|---|---|
| UBICACIÓN. | Se sitúa en la orilla de la carretera del Litoral (CA-2), la cual, junto a la carretera que conecta La Libertad-San Salvador y San Salvador - Comalapa | |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | Senderismo ✓ Guías ✓ Miradores ✓ Avistamiento de Animales ✓ Posa ✓ Practicas de Rappel ✓ Bicimontaña ✓ Área de Acampar ✓ Fogatas ✓ Caminatas Nocturnas ✓ Música en vivo | ✓ Entrada General Adultos: 1\$ ✓ Parqueo: 1\$ ✓ Menores de 10 años y adultos de 60 años: Gratis ✓ Área de Acampar: 3\$/persona |
| CONTACTO | Tel. ISTU: (503) 2222-8000, extensión 132 ✓ Web: www.istu.gob.sv ✓ http://www.elsalvadoroturismo.com.sv/turismoelsalvador/areasnaturales/parquewalterdeininger/ | CON: LICDA. ELIZABETH DE SANABRIA |
| VENTAJAS COMPETITIVAS | BAJO COSTO CERCANÍA A SAN SALVADOR BUENAS VÍAS DE ACCESO | |

2) LA PUERTA DEL DIABLO

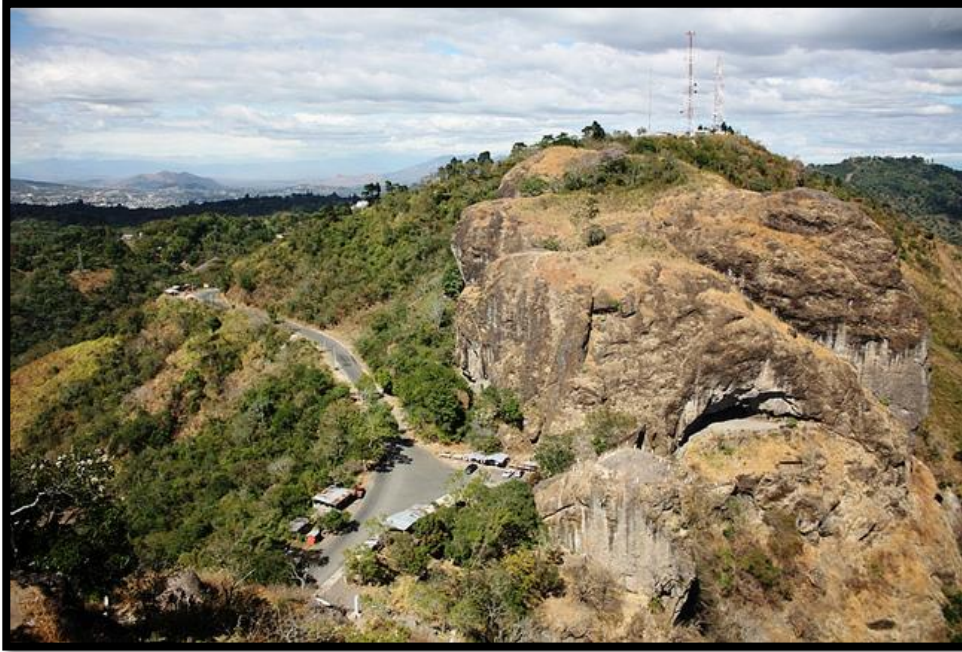


Imagen 46 - La puerta del diablo

La popular Puerta del Diablo es un emblemático sitio turístico en las afueras de la capital. Su característica principal es el clima fresco que impera en las alturas de los tres peñascos que la conforman. Su nombre original es Cerro El Chulo, que antiguamente era una sola roca. Se dice que después de una fuerte tormenta en 1762, este terreno se vio modificado por las fuerzas de la naturaleza. Hoy son tres los peñascos que resaltan: El Chulo, el Chulito y el Chulón.

Hay una concha acústica encavada en la masa pétreo, que hace del lugar un escenario de diferentes actividades recreativas.

Su nombre se debe a una curiosa formación de dos grandes rocas salientes del abismo, que cortan la montaña haciéndole parecer un portón gigantesco abierto al paisaje del fondo.

Desde la Puerta del Diablo se puede apreciar el litoral del Océano Pacífico, la Villa de Panchimalco, el lago de Ilopango, el cerro de las Pavas y el volcán de San Vicente.

Este es un lugar de inspiración para poetas y escritores. Fue precisamente ahí donde uno de los más insignes poetas salvadoreños, llamado Alfredo Espino (1900-1928) escribiera un poema muy lindo titulado “Ascensión”.

Tabla 48 - Ficha de Competidor Indirecto – Puerta del Diablo

| PUERTA DE DIABLO – FICHA DE COMPETIDOR INDIRECTO | | |
|---|--|--------------------------------------|
| UBICACIÓN. | La Puerta del Diablo se ubica al sur del Parque Balboa, dentro de Los Planes de Renderos. Si se conduce en vehículo, debe guiarse por la señalización de la calle. Se puede estacionar en el parqueo asignado. Muchos lugareños ofrecen darle seguridad a su carro por \$1.00 USD. | |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | Senderismo ✓ Guías ✓ Miradores ✓ Practicas de Rappel ✓ Bici-montaña ✓ Alimentación ✓ Juegos mecánicos | ✓ Parqueo: 1\$ (opcional) |
| CONTACTO | Tel. ISTU: (503) 2222-8000, extensión 132 ✓ Web: www.istu.gob.sv ✓ http://www.elsalvadorturismo.com.sv/turismoelsalvador/areasnaturales/parquebalboa/ | CON: LICDA. ELIZABETH DE SANABRIA |
| VENTAJAS COMPETITIVAS | BAJO COSTO CERCANÍA A SAN SALVADOR BUENAS VÍAS DE ACCESO DIVERSIDAD DE ACTIVIDADES | |

3) PORTEZUELO PARK



Imagen 47 - Portezuelo Park

Con un clima fresco y casi oculto entre los cafetales que caracterizan al departamento de Sonsonate, se encuentra el parque de multiaventura Portezuelo Park, ubicado en las montañas de La Sierra Ilamatepec cerca de Juayúa a 1,500 msnm, con 200 manzanas de

cultivo de café de estricta altura y un bosque tropical nebuloso, rodeado de dos grandiosos cerros: El Cuyanausul y el Cerro de La Laguna Verde.

Ofrece una experiencia fuera de lo común, en un entorno natural apto para actividades ecoturísticas extremas y actividades tanto como eventos empresariales, reuniones familiares, cumpleaños, bodas y convivios.

Restricciones:

- Todos los servicios requeridos son previamente reservados.
- No se acepta el ingreso de alimentos.
- Ingreso a las instalaciones no más tarde de las 6:30 pm

Tabla 49 - Ficha de Competidor Indirecto – Portezuelo Park (1 de 4)

| PORTEZUELO PARK ADVENTURE – FICHA DE COMPETIDOR INDIRECTO | | |
|--|--|--|
| UBICACIÓN. | Localizado a 80 kilómetros de la capital de san salvador, en el cantón San Juan de Dios, carretera antigua a Ahuachapán, a 7km de Juayúa, Sonsonate. | |
| ACCESO | <p>En vehículo: se debe tomar la calle hacia Juayúa, Sonsonate. Al llegar a la entrada del pueblo, se toma el acceso izquierdo dirección al cantón San Juan de Dios, donde se recorre una calle adoquinada hacia arriba con precaución ya que la calle presenta algunas canaletas de agua. el acceso se encuentra a mano derecha</p> <p>Se encuentra rotulado como “portezuelo adventure park”.</p> | |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | Lugar escondido entre montañas y cafetales, de clima agradable donde puede experimentarse estar cerca de la naturaleza y por su altura muy cerca del cielo, ideal para practicar actividades de aventura y realizar eventos alejados del bullicio de la ciudad. | |
| | Entrada a Portezuelo Park | COSTO: \$3.00/persona, Niños menores de 10 entran gratis. |
| | <p>Arborismo Circuito de Cuerdas Altas, compuesto de 9 retos suspendidos (puentes colgantes, tela de araña, puentes tibetanos, Canopy entre otros) dentro de un bosque centenario de Araucarias a 8 y 10 mts de altura. Práctica tanto para adulto y niños mayores de 7 años.</p> | <p>Dificultad: Fácil/Intermedia. Costo: Circuito light (5 retos): \$15.00/persona. Circuito entero (9 retos): \$20.00/persona. El costo incluye el equipo de seguridad: Arneses, cascos, guantes y servicio de guía especializado.</p> |

Tabla 49 - Ficha de Competidor Indirecto – Portezuelo Park (2 de 4)

| PORTEZUELO PARK ADVENTURE – FICHA DE COMPETIDOR INDIRECTO | | |
|---|---|---|
| SERVICIOS TURÍSTICOS | <p>Cabalgatas: Cabalgata en grupos pequeños acompañados por un caballero y guía, recorriendo los senderos ofrecidos en montaje de caballos de descendencia peruana o burros para los más chicos. Opción 1 Bosque Nebuloso. Opción 2 Laguna verde. Opción 3 Entre finca y cafetales. Opción 4 Campo central.</p> | <p>Costos: Opción 1 \$35.00/persona. Opción 2 \$30.00/persona. Opción 3 \$25.00/persona. Opción 4 \$12.00/hr. Duración: Hasta 3 hrs, según recorrido elegido</p> |
| | <p>Los tour en bicicletas tienen alternativas de “downhill” y “cross-country” con niveles, fácil, intermedio y pro. Acompañados de un guía con un juego de herramientas como medida de seguridad antes cualquier desajuste presentado en el camino. El guía tiene la responsabilidad de mostrar las diferentes rutas posibles a recorrer al cliente y brindarle su consejo sobre el nivel de dificultad a afrontar.</p> | <p>Ciclismo: Opción 1: Recorrido de rutas. Costos: \$25.00/persona. Incluye bicicleta, casco y agua. Duración: Desde 1.5 hasta 3 horas según ruta elegida. Opción 2: Alquiler de bicicleta por el día para uso exclusivamente en el campo central. Costos: \$10.00.</p> |
| | <p>Camping: -Opción 1: Camping Techado. Producto más atrevido e innovador, camping de tres plataformas de madera techadas, cada uno con tienda de campaña amplia, que en su interior aloja dos cómodas camas dobles, mesa de noche, sábanas y toallas. -Opción 2: Copalchi Camping. Zona de camping tradicional, con área de parrillas y fogata, 4 baños compartidos y ducha. -Bolsa de dormir \$2.00.</p> | <p>Opción 1 -Plataformas dobles Costo: \$35.00 / 2 personas. Costo extra: \$10/persona adicional. Capacidad: 3 personas. -Plataforma familiar Costo: \$65.00/4 personas. Costo extra: \$10/persona adicional. Capacidad: 5 personas. Opción 2 Costo: \$5.00 por persona y noche. Costos Adicionales: Si se requiere alquiler de: -Tienda de campaña \$5.00. -Colchones \$2.00 -Bolsa de dormir \$2.00.</p> |

Tabla 49 - Ficha de Competidor Indirecto – Portezuelo Park (3 de 4)

| PORTEZUELO PARK ADVENTURE– FICHA DE COMPETIDOR INDIRECTO | |
|--|--|
| SERVICIOS TURÍSTICOS | <p>ALOJAMIENTO</p> <p>-Opción 1: Alquiler Completo. Alquiler de La cabaña Escondida Lodge, Completamente equipada (sábanas, toallas, TV con DVD, tres chimeneas, leña, agua caliente y potable).</p> <p>-Opción 2: Alquiler de Suite Principal. Alquiler de la Suite principal de La cabaña Escondida Lodge, bien equipada (sábanas, toallas, baño privado, chimenea, cama King y una cama sencilla).</p> <p>-Opción 3: Alquiler de habitaciones verde y amarilla. Alquiler de dos habitaciones de la cabaña Escondida Lodge, cada una equipada con lo básico (sábanas, toalla, baño compartido, cama)</p> <p>Portezuelo Café.</p> <p>-Opción 1: Paquetes de comida. Servicio de alimentación (3 tiempos de comida) para los huéspedes.</p> <p>-Opción 2: Plato del día. Servicio de alimentación de cualquier tiempo de comida para los visitantes del día. Todo servicio de comida es reservado con anticipación.</p> |
| OTROS SERVICIOS | <p>Realización de eventos especiales.</p> <p>-Convivios. -Bodas. -Cumpleaños, entre otros.</p> <p>Costo: Variara según el tipo de servicios a requerir.</p> |
| FORMA DE PAGO | <p>EFFECTIVO. TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO</p> |
| VENTAJA COMPETITIVA | <ul style="list-style-type: none"> • PIONEROS EN CIRCUITO DE CUERDAS ALTAS (2007). • DIVERSIDAD EN LA OFERTA TURÍSTICA DE AVENTURA. • PRESENTACIÓN INNOVADORA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS. • SERVICIO DE EVENTOS FAMILIARES, EMPRESARIALES Y DE CONVIVENCIA. |

Opción 1
Costo: \$225.00/noche.
Capacidad: 13 personas.

Opción2
Costo: \$65.00
Capacidad: Hasta para 3 personas.

Opción 3
Costo: \$55.00/habitación

Opción 1
Costo: \$21.00/persona.

Opción2
Costo: Entre \$8 a \$10 el tiempo de comida.



Tabla 49 - Ficha Competidor Indirecto – Portezuelo Park (4 de 4)

| PORTEZUELO PARK ADVENTURE– FICHA DE COMPETIDOR INDIRECTO | | |
|--|--|----------------|
| CONTACTO | Gaby de Vega. “Propietaria de Portezuelo Park” Especialista en Aventura | TEL: 2265-1111 |
| HORARIO | LUNES A DOMINGO | 9:00 AM – 5:00 |
| WEB | http://portezuelopark.jimdo.com/ http://www.akwaterra.com/ | |

4) APANECA BUGGY TOUR´S



Imagen 48 - Apaneca Buggy Tour

Un nuevo y emocionante concepto en turismo de montaña localizado en la Ruta de las Flores, recorridos fascinantes en los cerros y lagunas aledañas a la ciudad de Apaneca, atravesando paisajes impresionantes de mucha vegetación y senderos en vehículos todo terreno (buggies).

Restricciones:

- Solo pueden manejar personas con licencia de conducir vigente de su país de residencia.
- Niños menores de 12 años deben de ir acompañados por un adulto (mayor de 18 años).
- No se aceptan mujeres embarazadas, ni participantes que se encuentren bajo la influencia del alcohol o drogas.

Tabla 50 - Ficha de Competidor Indirecto – Apaneca Buggy Tour´s (1 de 2)

| APANECA BUGGY TOUR ´S– FICHA DE COMPETIDOR INDIRECTO | | |
|---|--|---|
| UBICACIÓN | LOCALIZADO A 91 KILÓMETROS DE LA CAPITAL DE SAN SALVADOR, EN COLONIA FALDAS DEL CERRITO, LOS PLATANARES CONTIGUO ESTADIO MUNICIPAL DE APANECA. | |
| ACCESO | <p>En Vehículo: A través de la carretera panamericana CA-8 que de Sonsonate conduce a Ahuachapán.</p> <p>Transporte Público: Desde la terminal de Occidente en San Salvador, se toma la ruta 205 que va hacia Sonsonate, luego en la terminal de Sonsonate se aborda la ruta 249 que va a Ahuachapán</p> | |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | <p>Ruta 1: Incluye Tour por la Laguna Verde y Tour de la Laguna las Ninfas.</p> <p>Ruta 2: Incluye Tour por la Laguna Verde, más Tour a las piscinas termales de Santa Teresa, Apaneca.</p> | <p>Dificultad: Fácil.</p> <p>Costo: \$70.00 el buggy para dos personas. Incluye servicio de guía, equipo de protección, refrigerio liviano y seguro de daños al vehículo.</p> <p>Duración: 2 a 2 hrs ½ .</p> <p>Capacidad máxima del buggy: 2 personas.</p> <p>Capacidad de soporte: 200 lbs. por persona.</p> <p>Dificultad: Intermedia.</p> <p>Costo: \$110.00 el buggy para dos personas. Incluye entrada a las piscinas termales de Santa Teresa, servicio de guía, equipo de protección refrigerio liviano y seguro de daños al vehículo.</p> <p>Duración: 3hrs ½ a 4.</p> <p>Capacidad máxima del buggy: 2 personas.</p> <p>Capacidad de soporte: 200 lbs. por persona.</p> |
| CONTACTO | Sra. Martínez. Encargada de “Apaneca Aventura, Buggy Tours” | Tel. 2614-7034 |

Tabla 50 – Ficha de Competidor Indirecto – Apaneca Buggy tour´s (2 de 2)

| APANECA BUGGY TOUR´S– FICHA DE COMPETIDOR INDIRECTO | |
|--|--|
| VENTAJAS COMPETITIVAS | <ul style="list-style-type: none"> • Pioneros del Buggy en el país (experiencia). • Guías capacitados. • Diversidad de recorridos. • Disponibilidad y acceso de lugares de consumo de comida en cada recorrido. • Calidad del servicio: brindan un innovador recuerdo de la experiencia capturándolo en fotografías posteadas en su red social. |
| HORARIOS | DE MARTES A DOMINGO (09:00 AM, 11:30 AM Y 02:30 PM) |
| WEB | https://www.facebook.com/apaneca.aventura |



Imagen 49 - Recorridos en Apaneca Buggy Tours

5) CANOPY EL BOQUERÓN



Imagen 50 - Canopy el Boquerón

Ubicado en el complejo más nuevo de la ruta del boquerón, Plaza Volcán propuesta innovadora entre imperante vegetación rodeada de jardines vivos con una colección de orquídeas y otras plantas colocadas en las terrazas y ambientadas al entorno campestre. Compuesta de conjunto de restaurantes de prestigio entre ellos: Ben's Coffe, La Pizzería, La pupusa Loca, Ay Lolita!, La crepe y otros.

Lugar ideal para pasar momento en familia y amigos, disposición de juegos infantiles, disfrutando del clima de la zona. Actualmente busca incursionar en un concepto ecológico urbano, para ello ha incorporado un nuevo atractivo de aventura, El Canopy Volcán (empresa del lugar que da el servicio).

Tabla 51 - Ficha Competidor Indirecto – Canopy el Boquerón

| CANOPY EL BOQUERÓN – FICHA DE COMPETIDOR INDIRECTO | | |
|--|--|---|
| UBICACIÓN | LOCALIZADO A 15 MINUTOS DE SAN SALVADOR. | |
| ACCESO | EN VEHÍCULO: KM 16 ½ , CALLE AL BOQUERÓN, VOLCÁN DE SAN SALVADOR. TRANSPORTE PÚBLICO: TOMANDO LA RUTA 103B. | |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | -Canopy y Cuerdas Altas. -6 plataformas divididas entre cables, cuerdas, puente movable y pared de escalar -Guías capacitados -Equipo Certificado. | Costo: \$8.00 adultos. Costo: \$5.00 niños. Duración: De 35 a 40 minutos. |
| CONTACTO | ÁREA DE INFORMACIÓN | TEL: 6200 3531 |
| VENTAJA COMPETITIVA | <ul style="list-style-type: none"> • ATENCIÓN PESONALIZADA • CALIDAD EN EL SERVICIO | |
| HORARIO | De Miércoles a Domingo. | 12:00 MD A 6:00 PM |
| WEB | REDES SOCIALES | https://www.facebook.com/pages/Plaza-Volc%C3%A1n/ |

6) APANECA CANOPY ADVENTURE



Imagen 51 - Apaneca Canopy Adventure

Apaneca Canopy tour es un vuelo a la aventura, un paseo cargado de adrenalina y vistas sorprendentes (Primera operación que nació de este tipo, construida y diseñada por consultores y expertos extranjeros.). Cuenta con un extenso recorrido por la montaña, viajando a través de una red de cables suspendidos en el aire.

En el tour se recorren 2 km $\frac{1}{2}$ de cable en 13 plataformas de 280 metros de largo y suspendidas en los árboles que van desde los 10 hasta 150 metros de altura, de los cuales 5 son cortos (empleados para practicar inicialmente) y 8 cables largos, dándole así el toque de adrenalina y aventura sobre el bosque nebuloso de Apaneca.

En la primera sección del tour se hace un recorrido en el cual se puede admirar la flora y fauna propias del bosque; es posible apreciar a los tucanes, águilas, ardillas y muchos otros animales, se observan majestuosos pinos, robles y diferentes variedades de árboles centenarios. En la siguiente sección, se recibe una charla sobre la plantación de café de estricta altura, apreciado en los mejores mercados del mundo, el recorrido es capaz de acercar la naturaleza al turista en una forma amigable y respetuosa de los increíbles bosques nebulosos de El Salvador, es un tour para pasársela en familia.

Tabla 52 - Ficha de Competidor Indirecto – Apaneca Canopy Adventure

| APANECA CANOPY ADVENTURE TOURS– FICHA DE COMPETIDOR INDIRECTO | | |
|---|--|---|
| UBICACIÓN. | LOCALIZADO A 100 KM DE SAN SALVADOR, EN LA 15 AVENIDA DE ABRIL Y CALLE CENTRAL VILLA ADELITA, APANECA, AHUACHAPÁN. | |
| ACCESO | <p>TRANSPORTE PÚBLICO: A TRAVÉS DE LA CARRETERA PANAMERICANA CA-8 QUE DE SONSONATE CONDUCE A AHUACHAPÁN.</p> <p>EN VEHÍCULO: DESDE LA TERMINAL DE OCCIDENTE EN SAN SALVADOR, SE TOMA LA RUTA 205 QUE VA HACIA SONSONATE, LUEGO EN LA TERMINAL DE SONSONATE SE ABORDA LA RUTA 249 QUE VA A AHUACHAPÁN.</p> | |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | <ul style="list-style-type: none"> • SERVICIOS. TOUR CANOPY: 14 CABLES. INCLUYE TRANSPORTE DE LA OFICINA HACIA LA FINCA, GUÍAS CERTIFICADOS, AGUA EN DESCANSO Y EQUIPO EMPLEADO. NIGHT TOUR PRÁCTICA DE CANOPY NOCTURNO CON SERVICIO DE GUÍAS, EQUIPO DE SEGURIDAD ADECUADO, CASCO CON LÁMPARA Y CHALECO. • SENDERISMO | <p>COSTO: \$35.00 /PERSONA SIN IMPORTAR LA EDAD. \$30.00/PERSONA A PARTIR DE GRUPOS DE 8 EN ADELANTE. DURACIÓN: APROXIMADAMENTE 2 HORAS. CAPACIDAD DEL EQUIPO DEL CABLEADO: 300,000 LB.</p> |
| OTROS SERVICIOS | TIENDA DE SOUVENIRS PUEDEN ADQUIRIRSE: GORRAS, CAMISAS, LLAVEROS, ASÍ COMO JALEAS ELABORADAS ARTESANALMENTE EN LA ZONA ENTRE OTROS PRODUCTOS. | |
| FORMA DE PAGO | EFFECTIVO. | |
| VENTAJA COMPETITIVA | <ul style="list-style-type: none"> • PIONEROS DEL CANOPY EN EL PAÍS (EXPERIENCIA). • PERSONAL CAPACITADO: 12 GUÍAS CON DE DOMINIO DEL INGLÉS. TRANSPORTE PERSONALIZADO. | |
| CONTACTO | Ernesto Núñez. ADMINISTRADOR | TEL: 2433-0554 |
| HORARIO | LUNES A DOMINGO | 9:00 AM – 4:00 PM |
| WEB | REDES SOCIALES https://www.facebook.com/apaneca.tour | SITIO WEB: NO POSEE |

c) SUSTITUTOS



Imagen 52 - Competencia sustituta

Al referirse a la competencia sustituta a la que se enfrenta el PNCV, es necesario hacer hincapié en la encuesta de opinión, cuyo resultado se encuentra en el apartado denominado “análisis de la información recolectada”, en ella se refleja que al menos el 44% de los encuestados prefiere los destinos de sol y playa, que incluyen el litoral y los parques acuáticos, en su defecto.

Por esa razón al realizar el análisis de la competencia sustituta, se evalúa los destinos de esta naturaleza, ya que la competencia sustituta busca atraer al mismo mercado objetivo del PNCV, pero con una propuesta de valor diferente, y con cualidades y características no comparables al parque; en ese sentido, al analizar de forma sistemática los destinos turísticos sustitutos, es posible encontrar una serie de variables, que pueden ser tomadas en cuenta, para definir estrategias que posibiliten la atracción de turistas al PNCV, enfocándose en la necesidades de ocio y relajación, en un ambiente de montaña y en contacto con la naturaleza.

El análisis de la competencia sustituta llevará en su interior, el conocimiento de la ruta sol y playa, en donde se pretende conocer los destinos más visitados y las ventajas competitivas que representa frente al PNCV, siempre vislumbrando desde la perspectiva de la gestión turística; además se evaluará la oferta de los parques acuáticos más visitados del país con el propósito de definir los planes que permitan la atracción de más turistas al PNCV y conseguir con ello la sostenibilidad ambiental y financiera.

COMPETENCIA SUSTITUTA



Imagen 53 - Competencia Sustituta



RUTA SOL Y PLAYA

- PLAYAS DE LA ZONA OCCIDENTAL
- PLAYAS DE LA ZONA CENTRAL
- PLAYAS DE LA ZONA ORIENTAL



PARQUES ACUÁTICOS

- BAJO ADMINISTRACIÓN PRIVADA
- BAJO ADMINISTRACION PÚBLICA

Figura 30 - Competencia Sustituta

d) ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES SUSTITUTOS



Imagen 54 - Playa el Cuco

1) RUTA SOL Y PLAYA⁵⁷

El Salvador cuenta con más de 300 km de bellas playas. De occidente a oriente puede encontrarse más de 45 playas en las cuales se puede disfrutar de las calidas aguas, el sol, las olas y la blanca espuma del océano pacifico. En la zona oriental de El Salvador se encuentra ubicado el Golfo de Fonseca, específicamente en el departamento de La Unión. Este Golfo es compartido por El Salvador con Honduras y Nicaragua y en el se encuentra ubicado la isla de Meanguera. Existen tres zonas con manglares. El primero de ellos se ubica en la Barra de Santiago; el segundo se ubica en el Estero de Jaltepeque y el tercero en la Bahía de Jiquilisco. Todas las playas de El Salvador cuentan con excelentes accesos, a través de la carretera del Litoral la cual conecta todas las playas de nuestro país. A continuación una breve descripción de las características que posee las playas mas representativas de El Salvador.

Zona Occidental

— Playa de la Barra de Santiago

Se encuentra ubicada en el departamento de Ahuachapan . En este lugar se tiene el contacto con el mar y el Estero de la Barra de Santiago. El estero es ideal para la práctica de la natación el kayak, el velero, el esquí acuático y se tiene la opción de ir mar adentro a través de la bocana de El Zapote cuando hay marea alta.

⁵⁷ Guía pueblos Vivos, MITUR 2015

— **Playa Metalio**

Es una playa clásica de arenas negras. Por su proximidad con el puerto de Acajutla posee un gran comercio de productos del mar: pescado, ostras, camarones, y mucho mas. Por su ubicación es un sitio perfecto para observar los bellos atardeceres ya que el sol puede contemplarse sobre el mar al ocultarse, lo cual es posible apreciarlo en cualquier época del año.

— **Playa los Cobanos**

Es una playa caracterizada por sus arenas blancas. Es un lugar preferido por los aficionados al buceo, ya que en esta playa se encuentra un arrecife de coral en donde puede observarse una gran biodiversidad de especies características de un arrecife coralino. En la playa de Los Cobanos predominan los restos de conchas y roca volcánica.

Zona central

— **Playa el Sunzal y la Paz**

Representan un atractivo destino para los aficionados al surf. La playa el Sunzal ha sido considerada como una de las 10 mejores playas del mundo para la práctica del surf. Esta clasificación de la playa el Sunzal entre las 10 mejores del mundo ha sido realizada por expertos conocedores del surf, así como por surfistas internacionales.

— **Playa San Diego**

Amplia playa con mas de 7 kms de extensión, ideal para los deportes de playa. Su oleaje es suave; es preciso decir que esta playa presenta pequeñas irregularidades (Hoyuelos) en su lecho que pueden dar algún problema a los niños o personas mayores, debido a eso hay que tener cuidado al momento de tomar el baño, pero si se tiene precaucion sin duda alguna sera de su agrado.

— **Playa Costa del Sol y Estero de Jaltepeque**

La Costa del Sol es la playa mas extensa de El Salvador, ya que cuenta con una extensión de 15 Km . Es ideal para la practica de los deportes de playa como fútbol, volley ball, etc. Además, cuenta con un acceso al Estero de Jaltepeque donde se puede navegar a traves de los canales del Estero que cuenta con manglares y se pueden observar aves como garzas, patos, gaviotas, etc., ya que estos manglares son refugio de aves migratorias y locales. También se tiene la opcion de transportarse en lancha saliendo de la bocana del rio Lempa que se encuentra contiguo a la playa los Negros, la cual es una maravillosa playa virgen muy tranquila.

Zona Oriental

— Bahía de Jiquilisco

La longitud de la Bahía de Jiquilisco es de 55 km . Formada por la península de San Juan del Gozo. Esta Bahía recibe las aguas del río Grande San Miguel. Posee 27 islas entre las cuales están: Cumichin, Espíritu Santo, Tortuga, San Dionisio, El Recodo, San Sebastián, Sumaria, la Pirraya, Corral de Mulas, entre otras. En esta zona abundan las plantaciones de palmas de coco.

La Bahía de Jiquilisco es un área de reserva natural, ya que es el ecosistema marítimo más bello de El Salvador, en donde se combina el sol, la playa y el ecoturismo.

— Playa El Espino

Es una de las playas mas extensas de El Salvador. Cuenta con 10 km de playa. Es considerada una de las mejores playas de la costa pacifica. Las olas llegan hasta la playa de forma tranquila,es posible caminar hasta 100 metros mar adentro y el nivel de las aguas alcanza una altura de aproximadamente 50cms de profundidad. Para llegar a esta playa se debe atravesar el bosque de manglares y otros tipos de vegetación tipicos de la zona costera.

— Playa El Tamarindo, playas Negras y las Tunas

Las Tunas y playas Negras son playas de área negra con formaciones rocosas en las cuales se pueden encontrar pequeñas pozas que se han formado en las rocas y disfrutar en ellas como una piscina natural. El Tamarindo es una playa con características de Estero, posee poco oleaje y poca profundidad.

2) PARQUES ACUÁTICOS

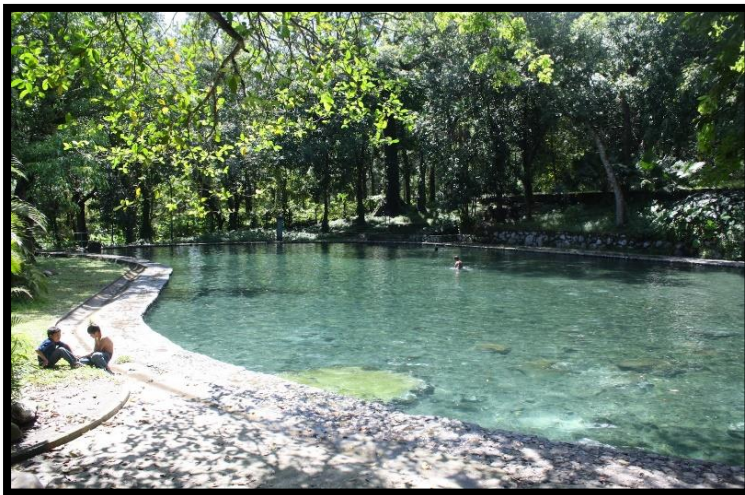


Imagen 55 - Parque Acuático Ichamichen

Para conocer la competencia sustituta del PNCV, en el rubro de los parques acuáticos, es necesario conocer los pormenores de los atractivos turísticos, a través de un inventario que demuestre los recursos naturales que posee cada parque acuático, el inventario se enfoca en los parques acuáticos más representativos del país y de cada una de las zonas que lo componen. A continuación, se presenta el inventario de los parques acuáticos que representan competencia sustituta para el PNCV.

— Turicentro Amapulapa

Dirección

Desvío hacia Amapulapa, San Vicente, El Salvador

Descripción

Amapulapa cuenta con dos piscinas para adultos, tobogán acuático, tres piscinas para niños, servicio de guarda parques y guardavidas, treinta y seis cabañas familiares; doce merenderos para disfrutar de deliciosos platillos típicos, vestideros y servicios sanitarios para damas y caballeros, área de picnic, cancha de básquetbol, fútbol, estacionamiento para cien vehículos y seguridad por la PNC. El nombre "Amapulapa" en Nahuatl significa: "Río donde se hunden los Amates".

La riqueza de éste parque natural se encuentra en su suelo es de origen volcánico dominado por cenizas y lavas. En el afloran muchos nacimientos de agua de los cuales se nutre el mismo. La Flora está caracterizada por los Amates. El parque fue inaugurado en 1956, con una extensión de 33 manzanas.

Abierto de miércoles a domingo:

9:00 am - 5:00 pm

— Toma de Quezaltepeque

Dirección

Al noroeste de Quezaltepeque, Quezaltepeque, El Salvador

Teléfono

2222-8000

Descripción

El nombre La toma de Quezaltepeque en Náhuatl significa: "Cerro Montaña de Quetzales como también Ciudad Preciosa, Lugar Hermoso".

Este Parque natural cuenta con un potencial natural relevante ya que se ubica sobre un manto de lava y permite ver el desarrollo de la vegetación, entre ellos podemos apreciar especies de plantas insectívoras. Cuenta actualmente con tres piscinas, dos de ellas para adultos en donde se encuentra un moderno tobogán y una para niños, un lago artificial en donde puede realizar paseos en lanchas de pedal todo al contacto con la naturaleza, cuenta además con cuarenta y ocho cabañas familiares, cuatro merenderos para disfrutar de ricos platos típicos, área de

picnic, y para los mas deportistas se dispone dos canchas de básquetbol, una de fútbol; estacionamiento para doscientos cincuenta vehículos, además de seguridad policial. A 25 kms. al norte de la Ciudad capital, entregado al ISTU en comodato por 25 años (área de piscina), posee 116 manzanas, con un clima cálido, a 425 m.s.n.m., una vegetación de sucesión secundaria sobre manto de lava; contiene 4 piscinas alimentadas por nacimiento de agua cristalina, 1 moderno tobogán de 1 vuelta, 48 cabañas, vestidores, servicios sanitarios, estacionamiento para casas rodante y vehículos, áreas de picnic, restaurante, merenderos, juegos infantiles.

— **Parque Acuático Laguna de Apastepeque**

Dirección

Desvío de Santa Clara, Apastepeque, El Salvador

Teléfono

2222-8000

Descripción

El Parque Acuático Laguna de Apastepeque cuenta con un área de playa y un espejo de agua fresca de las cuales puede disfrutar en compañía de su familia y amigo. Además de recrearse con un chapuzón en la piscina, tiene vestideros para ambos sexos, servicios sanitarios, restaurante en donde pueda deleitarse de succulentos platillos, un malecón con muelle flotante, área de picnic, servicio de guarda parques y servicios de cabañas.

— **Sihuatehuacán**

Dirección

Calle Libertad Oriente, Santa Ana, El Salvador

Descripción

El nombre Sihuatehuacán en Náhuatl significa: "Ciudad de las Sacerdotisas, Pitonisas o Hechiceras".

Este parque natural que brinda los servicios de Piscinas para niños y adultos en donde se encuentra un flamante tobogán, éstas son alimentadas con aguas de manantial que nacen dentro del parque, cuenta con Pista de Patinaje, canchas de fútbol y básquetbol, Merenderos de Comida Típica, un amplio y moderno Anfiteatro con capacidad para mil personas en donde se realizan espectáculos de índole cultural, modernas cabañas, área de picnic, senderos peatonales en donde puede estar al contacto con la naturaleza, servicios sanitarios para ambos sexos, instalación de juegos infantiles, una zona de estacionamiento para doscientos vehículos, exuberante jardinería, servicios de guarda parques y guardavidas, seguridad policial permanente por la PNC. Ubicado en la Ciudad de Santa Ana a 65 kms. Al Oeste de San Salvador, tiene una extensión de 9.5 manzanas, con un clima cálido, a 665 m.s.n.m., posee 3 piscinas alimentadas por agua de manantial, un tobogán moderno de 2 vueltas, juegos

infantiles, pista de patinaje, canchas de tenis, vestidores y servicios sanitarios, restaurante, un área de 6 merenderos, 3 estacionamientos, 1 anfiteatro a 2,000 personas y área de picnic, dentro de una exuberante vegetación.

Ruta de bus 201 a Santa Ana en Terminal de Occidente y luego bus urbano número 51 hasta el Turicentro.

— **Parque Acuático de Apulo**

Dirección

Carretera a Apulo, Canton Dolores Apulo, Ilopango, El Salvador

Teléfono

2222-8000

Descripción

Atractivos principales: Árboles frutales, Agua de Coco, Lago de Auge Volcánico, piscinas, un Faro, Vivero. Apulo en Nahuat significa: "Lugar que se hunde en el agua".

Al ser las playas del lago de Ilopango de uso público y perteneciendo a la municipalidad de Ilopango, se encomendó a la Junta Nacional de Turismo por medio de Decreto Legislativo de manera exclusiva, el mejoramiento y embellecimiento del Parque Acuático de Apulo.

Así como la concesión para construir edificios que reúnan las condiciones de higiene, seguridad y ornato.

Servicio que Presta: Básicos: Sanitarios, Desvestideros.

Comida/Alimentación: Restaurante, Merenderos.

Cómo llegar: En la avenida España deberá abordar Bus Ruta 15 con destino Apulo.

Seguridad: Guardaparques y Policía Nacional Civil. Guardavidas en temporadas de vacación. Parqueo.

Parque de monumentales vestigios culturales de El Salvador como el Indio Atonal, la cuyancuat, entre otros. Rodeada de exuberante vegetación arbórea en donde domina el bálsamo, desarrollado en forma natural. Presta servicios de dos piscinas naturales para adultos en donde se encuentra un moderno tobogán, cinco piscinas para niños, treinta y cuatro cabañas, desvestideros y servicios sanitarios para ambos sexos, merenderos típicos para deleitarse de sabrosos platillos propios de la zona, estacionamiento que ubica aproximadamente trescientos cincuenta vehículos, áreas de picnic, juegos infantiles, servicio de guarda parques y guardavidas, un vivero; para los más deportistas posee cancha de fútbol, básquetbol y seguridad policial de la zona.

— Parque Recreativo Altos de La Cueva

Dirección

2a Avenida Norte, Colonia Altos de La Cueva, San Miguel, El Salvador

Descripción

Ubicado en San Miguel, a 152 Km. Al oriente de San Salvador, posee una extensión de 44 manzanas, con un clima cálido, a 103 msnm, cuenta con tres piscinas alimentadas con manantiales, un tobogán de una vuelta, 12 cabañas, vestidores, servicios sanitarios, juegos infantiles, áreas de picnic, estacionamiento, restaurante y merenderos; así como amplios jardines y un bosque natural típico de la zona.

— Turicentro Agua Fría

Dirección

Calle a Turicentro Agua Fría, Barrio El Calvario, Chalatenango, El Salvador

Descripción

En éste Parque Natural se puede disfrutar de una piscina familiar que cuenta con un tobogán acuático de dos deslizaderos; además de una piscina para adultos y una para niños. Goza también con un Merendero para disfrutar diversos platillos, un Salón de Usos Múltiples, kioscos de Picnic, Vestidores y Servicios Sanitarios para ambos sexos, un estacionamiento para cuarenta y cinco vehículos, cancha de fútbol, servicio de guarda parques y seguridad policial. Inaugurado en el año de 1977, cuenta con una extensión de 42 manzanas, ubicado en el departamento de Chalatenango, en los límites del área urbana de la ciudad de Chalatenango, a 77 km de San Salvador, a 450 m SNM, con un clima cálido. Posee 3 piscinas con sistema de tratamientos químicos, se ha construido en la piscina olímpica una Isla que contiene un hongo acuático, tobogán, y deslizaderos; este parque también posee estacionamiento, vestidores, servicios sanitarios, 12 kioscos, cancha de fútbol, restaurante, salón de usos múltiples y un área boscosa de especies nativas (morrales y chaparrales), lo bordean dos ríos de aguas frías.

Abierto todos los días: 8 am – 4 pm

— Aqua Park

Dirección

Km.156 carretera hacia La Union, San Miguel, El Salvador

Teléfono

2641-5780

Descripción

Aqua Park cuenta con amplias instalaciones que lo harán sentirse muy bien, tenemos a tu disposición 11 piscinas, 6 para adultos y 5 para niños. Algo que llama la atención es un río artificial donde se puede nadar. Hay 5 toboganes y un canopy tour de 400 metros. Contamos con paseo a caballo donde puedes tomarte fotografías. Los fines de semana y días feriados hay show de caballos a las 2.00 pm en adelante. También poseemos 2 amplias canchas de fútbol ideales para que te quites el estrés jugando y divirtiéndote con tu familia y amigos.

— Ichanmichen

Dirección

Calle a Ichanmichen, Zacatecoluca, El Salvador

Descripción

El nombre Ichanmichen en Nahuatl significa: "La Morada de los Pececitos", o "La cueva de los Pececitos". Este bello Parque Natural, representa un vestigio cultural, el cual se manifiesta con las historias que se viven, entre ellas el Cipitio y La Ciguanaba; en él crece una exuberante riqueza natural, además de ofrecer cinco piscinas (tres para adultos y dos para niños), tres estanques de nacimientos naturales para apreciar diversidad de peces, merenderos para saborear succulentos platillos típicos, treinta y tres cabañas familiares, vestidores y servicios sanitarios para ambos sexos, cancha de fútbol, área de picnic para las familias, veintiocho cabañas, estacionamiento para trescientos vehículos, servicios de guardavidas y guarda parques, seguridad policial permanente por la PNC.

Inaugurado en 1956, ubicado en el departamento de la Paz, a 57 Km. de San Salvador, cuenta con un Tobogán Gigante de dos vueltas, 4 piscinas de agua de manantiales y varios estanques, merenderos de comidas típicas, 33 cabañas, vestideros, servicios sanitarios, estacionamiento y canchas deportivas, áreas de estar al aire libre en medio de una vegetación exuberante de árboles nativos y frutales.

Su clima es cálido con 220 m.s.n.m, además posee rincones donde se representa leyendas de nuestra cultura (El Cipitio y La Ciguanaba).

Este parque cuenta con una extensión de 24 manzanas.

Ruta de bus 133 a Zacatecoluca en Terminal del Sur, y en Zacatecoluca ruta de bus urbano 92 al Turicentro.

3.8.3 Mercado abastecedor

Para el desarrollo del mercado abastecedor se utiliza una metodología general, que aborda la investigación sobre las instituciones públicas o privadas relacionadas con el producto turístico resultante en el Parque Natural Cerro Verde.

Metodología General

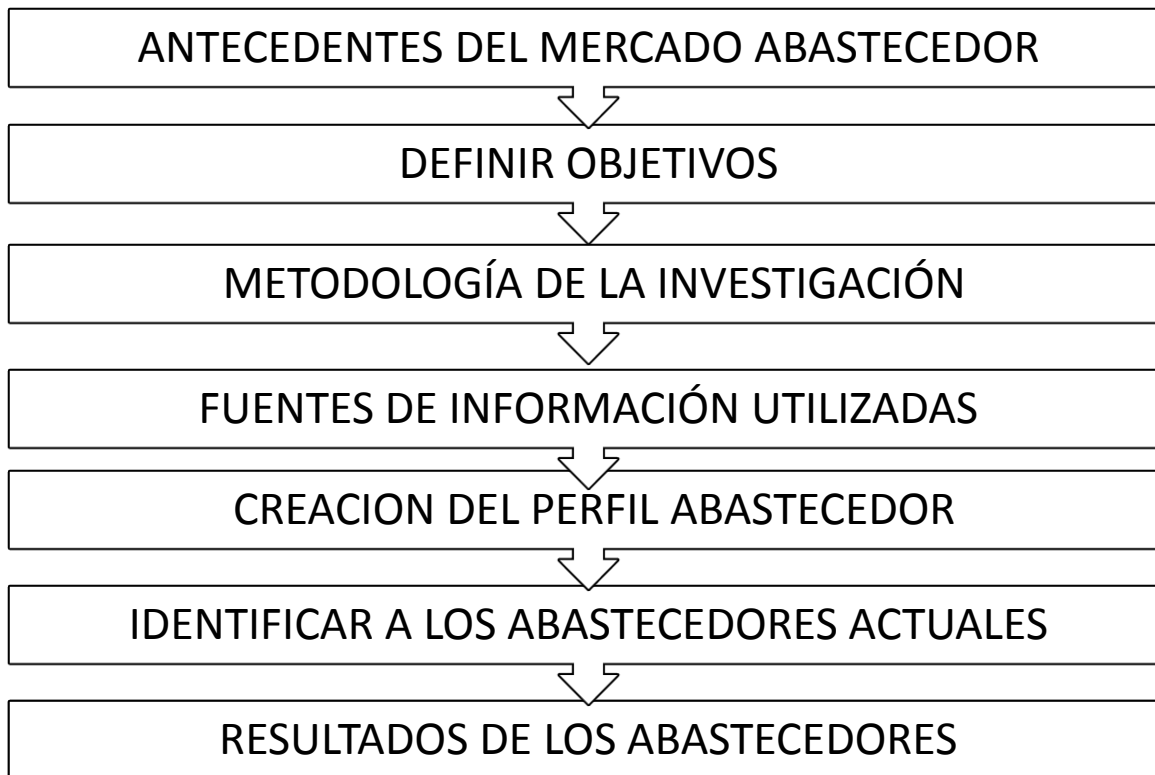


Figura 31 - Metodología del mercado abastecedor

3.8.3.1 Antecedentes del mercado abastecedor

El mercado abastecedor forma parte importante del estudio de mercado y está constituido por todas aquellas instituciones públicas o privadas que proporcionan insumos o brindan servicios al Parque Natural Cerro Verde, generalmente este mercado es compartido con la competencia y a la vez es considerado dinámico como los demás mercados. Aunque resulte evidente que para el desarrollo de un producto turístico se debe analizar la disponibilidad de insumos, con frecuencia no se le da a éste tema la importancia que posee, pero se dice que el mercado proveedor constituye muchas veces un factor tanto o más crítico que el mercado consumidor. Muchos proyectos tienen una dependencia extrema de la calidad, cantidad, oportunidad de la recepción y costo de los materiales. No son pocos los proyectos que basan su viabilidad en este mercado.

El estudio del mercado abastecedor es bastante más complejo de lo que parece, ya que se deben evaluar todas las alternativas de obtención de insumos, sus costos, condiciones de

compra, perecibilidad, posibles sustitutos, Infraestructura especial para su bodegaje, disponibilidad, seguridad y oportunidad del suministro, entre otras características.

Es necesario tener presente que para obtener el producto turístico que se ofrece, se requiere contar con los insumos necesarios, en cantidad, calidad y oportunidad requerida.

La falta de disponibilidad o demora de estos insumos, reducen la eficacia de la administración del parque y más aún, si el suministro de estos llega a fallar en el tiempo requerido.

3.8.3.2 **Objetivo de la investigación**

Objetivo General

Conocer todas las organizaciones que brindan, ofertan u ofrecen productos o servicios, destinado directamente a las actividades que componen el producto turístico del Parque Natural Cerro Verde.

Objetivos específicos

- Evaluar las fuentes primarias y secundarias, para la obtención de información fidedigna.
- Establecer el perfil de las personas naturales o jurídicas que brindan los productos o servicios al Parque Natural Cerro Verde.
- Conocer los proveedores actuales y el tipo de bien o servicio que ofrecen al parque.

3.8.3.3 **Metodología de la investigación**

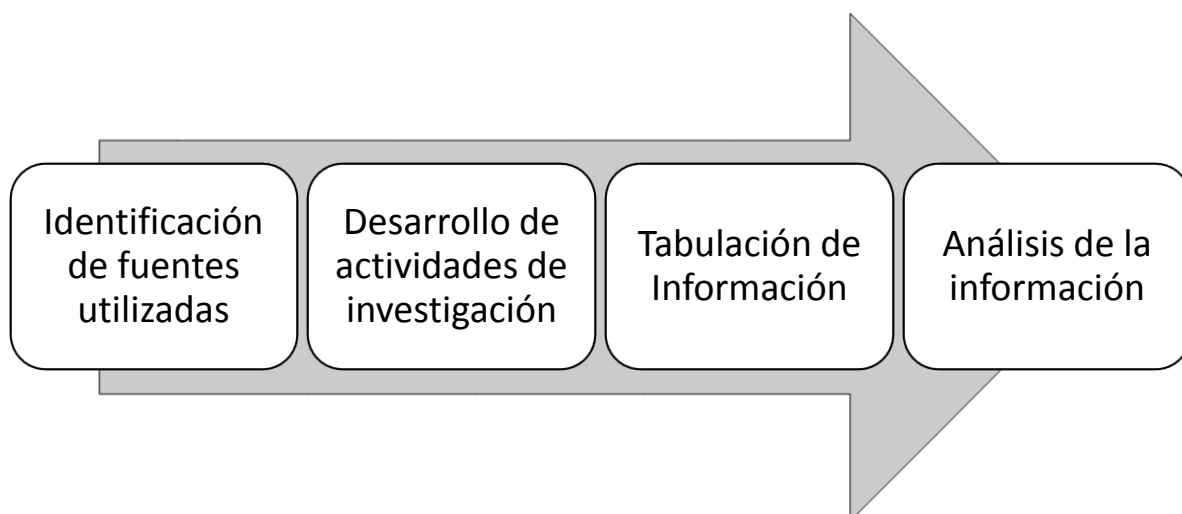


Imagen 56 - Metodología de la Investigación

3.8.3.4 Fuentes de información utilizadas

Las fuentes de información a las que se recurre para la recolección de la misma, con enfoque al mercado abastecedor se dividen en dos grandes grupos:

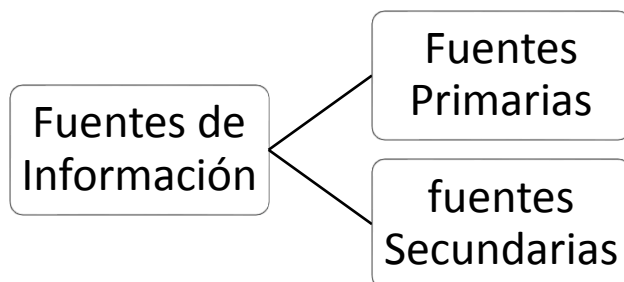


Imagen 57 - Fuentes de Información de la Investigación

a) Fuentes primarias

Las fuentes primarias son aquellas que proveen un testimonio o una evidencia directa sobre el tema de investigación. Se considera que las fuentes primarias son escritas durante el tiempo en que la persona está directamente envuelta en la investigación.

Por lo tanto, la elección de este tipo de investigación obedece a que mediante su uso se obtiene un panorama mucho más realista y directo de la situación a investigar y se conoce de primera mano las instituciones que mediante la Unidad de Adquisidores y Contrataciones Institucionales son encargadas de proveer de todo insumo o producto al Parque Natural Cerro Verde.

Tabla 53 - Fuentes de información primaria

| Fuente Primaria | Persona Responsable | Elemento utilizado |
|---|----------------------------|--|
| Oficinas del Instituto Salvadoreño de Turismo | | |
| Gerente de Parques Recreativos | Lic. Antonio Escobar Macal | <ul style="list-style-type: none"> • Entrevista Estructurada • Consultas Telefónicas • Consultas vía Correo electrónico |
| Oficial de información de la OIR | Lic. Rene Mauricio Canelo | <ul style="list-style-type: none"> • Consultas vía Correo electrónico |
| Parque Natural Cerro Verde | | |
| Administrador del parque | Sr. Francisco Rosa Jaco | <ul style="list-style-type: none"> • Entrevista estructurada • Consulta vía telefónica |

b) Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias es aquella información que dentro de la investigación se tiene que buscar y seleccionar, es decir son datos que están a disposición de los interesados, pues ya es información recolectada, analizada y documentada.

Estos datos generalmente se consiguen con mayor facilidad, rapidez y a menor costo que los primarios, pero presentan el inconveniente de no proporcionar la totalidad de la información necesaria, además su calidad no resulta ser la más conveniente para tomar decisiones, por lo cual se deben procurar datos primarios.

En general, los objetivos de las fuentes secundarias se pueden dividir en dos rubros principales:

- Para proporcionar a los lectores una síntesis de la información que existe en los documentos primarios sobre temas de interés y,
- Para remitir a los usuarios a los documentos cuyos contenidos puedan ayudar a solucionar sus necesidades de información.

Las principales fuentes secundarias y los elementos utilizados para la obtención de la información se detallan a continuación:

Tabla 54 - Fuentes de información secundaria

| Fuente secundaria | Medio utilizado |
|---|---------------------------------------|
| Instituto Salvadoreño de Turismo | Página web ISTU |
| Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucionales | Página web |
| Gobierno abierto | Página web |
| Dirección General de Estadísticas y Censos | Página web DIGESTYC |
| Trabajos de Grado relacionados al tema y propósito de la investigación. | Tesario de Universidad de El Salvador |
| Informes relacionados a la investigación | |
| Libros | |

3.8.3.5 Perfil del Mercado Abastecedor

El perfil que debe cumplir cada empresa o institución abastecedora de productos o servicios destinados al Parque Natural Cerro Verde, se basa en los siguientes aspectos:

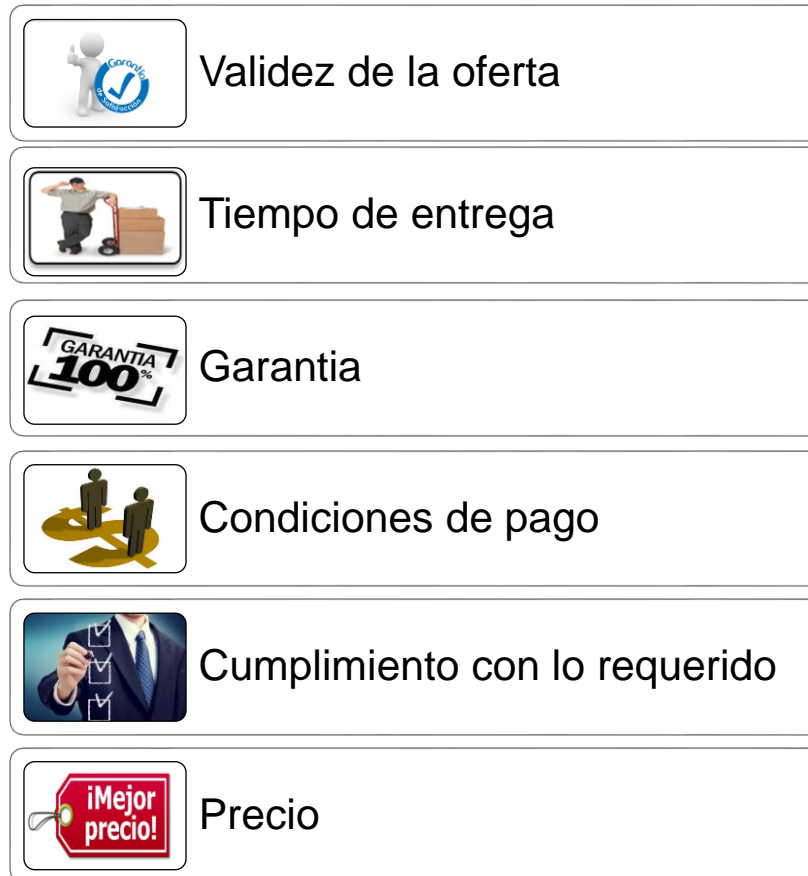


Figura 32 - Perfil del mercado abastecedor

3.8.3.6 Abastecedores Actuales del Parque Natural Cerro Verde

Las empresas o instituciones abastecedoras ya sea de un bien o servicio, entran en un proceso de licitación mediante la Unidad de Adquisidores y Contrataciones Institucionales (UACI); estas son seleccionadas dentro de un banco de ofertantes, según el cumplimiento de los requisitos que se establecen en la licitación y el periodo de abastecer al parque es establecido en el contrato. A continuación, se muestran el listado de proveedores del parque.

Tabla 55 - Abastecedores actuales del Parque Natural Cerro Verde (1 de 2)

| Persona natural o jurídica | Bien o servicio que ofrece | Dirección y Teléfono |
|--|---|--|
| MECAFE S.A. DE C.V | Empresa que suministra café molido para personal del parque. | Residencial Montecarlo, Col y Av. Bernal N° 1, 200 m al Nte de Hospital Militar San Salvador, El Salvador. Teléfono: 2274-0253 |
| INVERSIONES VIDA S.A DE C.V. | Empresa de suministrar garrafas de agua Alpina. | Calle a san marcos N° 2000, Colonia América, San Salvador, El Salvador. Teléfono: 2213-2000, 2270-9056 |
| SERVICIO SALVADOREÑO DE PROTECCIÓN S.A. DE C.V. (SERSAPROSA) | Empresa encargada del servicio de recolección de valores y protección continúa de efectivo del parque. | Alameda Manuel Enrique Araujo y Calle Loma Linda N° 104, Col. San Benito, San Salvador, El Salvador. Teléfono: 2207-5000, 2207-5007 |
| MAPRECO S.A. DE C.V. | Empresa encargada de limpieza de fosas sépticas y tratamiento de aguas residuales. | Centro Comercial Feria Rosa Local B-222 San Salvador, El Salvador. Teléfono: 22432448 |
| CALCULADORAS Y TECLADOS S.A. DE C.V. | Empresa que proporciona equipos de oficina y brinda servicios de mantenimiento preventivo y correctivo de los mismos. | Calle El Progreso #3134 San Salvador, El Salvador. Teléfono: 2298 9066 |
| GRUPO DE MÚSICA ANDINA NUEVO SOL (DANIEL CALDERÓN) | Grupo musical que ameniza eventos con la incorporación de música andina. | |
| INDUSTRIAS LA PALMA S. A DE C.V. | Provee de motoguadañas y motosierras para limpieza de grama y maleza | Boulevard Venezuela # 1233, San Salvador El Salvador Teléfono: 2271 2900 |
| Víctor Daniel Flores Mojica | Servicios de recolección de basura | B° San Antonio, Col Ceferino Mancia, Block F1 #1, Santa Ana |

Tabla 55 - Abastecedores actuales del Parque Natural Cerro Verde (2 de 2)

| Persona natural o jurídica | Bien o servicio que ofrece | Dirección y Teléfono |
|--|--|--|
| RADIOCOM S.A DE C.V. | Empresa servicios de radio comunicación | Residencial San Carlos 7 Av. Nte N° 39 San Salvador, El Salvador. Teléfono: 22255100 |
| LANCO EL SALVADOR S. A DE C.V. | Empresa abastecedora de productos para el mantenimiento de superficies (pinturas y utensilios) | Carretera a Quezaltepeque Km 17 1/2 Flexibodegas Bodega 6 Nejapa, El Salvador Teléfono: 23196530 |
| FERRETERÍA Y PINTURAS TECNICOLOR (JULIO NEFTALÍ CAÑAS) | Proveedor de materiales de ferretería y pinturas | 8ª. Av. Nte. No. 3-9 Santa Tecla, La libertad, El Salvador. Teléfono: 22284043 |
| DYSUMAR | Proveedor de productos de limpieza. | Urbanización Altavista IV etapa N° 113, San Martin, San Salvador Teléfono: 2514-0696 |
| PURIFASA (MARÍA GUILLERMINA AGUILAR JOVEL) | Provee papel higiénico para personal del parque | Col. Zacamil, edif. 607, locales 12,13,14 y 24 Zona Magisterial Mejicanos |
| QUÍMICA VISIÓN S. A DE C.V. | Provee escobas plásticas para el personal operativo | Col Cucumacayán Cl Central 29 Av. Sur No 1608 San Salvador, El Salvador Teléfono: 22815351 |
| LUIS ALONSO RAMÍREZ CHICAS | Provee escobas de metal, para limpieza de zonas verdes | 33 av. Norte Residencial Decapolis, Centro Comercial Metrogangas, Local N° 74, San Salvador. Teléfono: 22608908, 25640966 |
| OXIGENO Y GASES EL SALVADOR S. A DE C.V. | Proporciona calzado para personal operativo del parque | 25 Av. Norte N° 1080 San Salvador Teléfono: 234-3200, 225-8816 |
| UNIFORMES GABRIELA S. A DE C.V. | Proporciona uniformes para personal del parque. | Pasaje 6 Sur, Residencial Alta Vista, Casa n° 146-A, Ilopango, San salvador. Teléfono: 2245-7272 |

En el caso de las capacitaciones que se brindan a los colaboradores del Parque Natural Cerro Verde, son realizadas por el personal interno del Instituto Salvadoreño de Turismo, cuyas profesiones son de competencia para la capacitación del área específica requerida. Según el Sr. Francisco Rosa Jaco, Administrador del Parque Natural Cerro Verde, se le brinda capacitaciones relacionadas al turismo y a la atención que se le debe brindar al turista.

Tabla 56 - Capacitaciones impartidas por el ISTU⁵⁸

| Institución | Capacitación | Objetivo | Población beneficiada |
|---------------------------------|--|---|--|
| ISTU | Historia de El Salvador; Historia del Instituto Salvadoreño de Turismo; y Arqueología | Integrar a los jóvenes al mundo práctico del turismo. | Centro Escolar Joaquín Rodezno (Bachillerato General con diplomado en Turismo), INFRAMEN (Bachillerato Técnico Vocacional en Servicios Turísticos) y René Armando Arce en Acajutla, Sonsonate (Bachillerato Técnico en Servicios Turísticos), quienes apoyan como guías turísticos del parque. |
| Clínica Empresarial ISTU | Jornada de prevención del Dengue | Prevenir y eliminar los criaderos de zancudos aplicando las medidas de prevención en cada hogar y lugar de trabajo de los participantes. | Personal del parque. |
| | Entrega de material educativo para la prevención del chickungunya y "Día Mundial del Corazón". | Hacer del conocimiento a los trabajadores sobre medidas de prevención para mantener un buen corazón saludable y prevenir el virus del chickungunya. | Administrador del parque. |
| Clínica Empresarial ISTU | Jornada de primeros Auxilios | Dar a conocer los primeros auxilios básicos para salvar una vida en momentos de emergencia | Alumnos del INFRAMEN, Escuela Joaquín Rodezno, quienes apoyan como guías turísticos. |

⁵⁸ Informe de Rendición de Cuentas Junio 2014- Mayo 2015

Cuando se necesita del apoyo de instituciones externas al ISTU se opta por las siguientes

Tabla 57 - Instituciones externas para capacitación⁵⁹ (1 de 2)

| INSTITUCIONES | |
|-------------------------------|---|
| Ministerio de Hacienda | Boulevard de los Héroes No. 1231, San Salvador, El Salvador. Teléfono: 2244-3000, 2237-3000 |
| Corte de Cuentas | 13 calle Pte. y 1a Av. Norte. Centro de Gobierno San Salvador, El Salvador. Teléfono: 2592-8000 |
| ITCA | Km. 11, Carretera a Santa Tecla. San Salvador, El Salvador. Teléfono: 2514-7487 |
| Universidades | <p>UDB (Universidad Don Bosco)</p> <ul style="list-style-type: none"> Licenciatura en Idiomas con Especialidad en Turismo. Dirección: Ciudadela Don Bosco. Soyapango. Tel: 2291 0034 y 2291 0031 <p>UJMD (Universidad Dr. José Matías Delgado)</p> <ul style="list-style-type: none"> Licenciatura en turismo. Facultad de Economía. Campus 2. Tel 2212 9413 Diplomado en Gestión de Negocios y Marketing Turístico. Facultad de Economía. Tel: 2212-9473 Postgrado internacional de Especialización en Turismo y Salud. Facultad de Ciencias de la Salud Curso de Guías Turísticos. <p>UFG (Universidad Francisco Gavidia)</p> <ul style="list-style-type: none"> Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas. Diplomado en Guía Turística. Dirección: Alameda Roosevelt # 3031. San Salvador, El Salvador. Tel: 2224 2932 <p>UNAB (Universidad Andrés Bello)</p> <ul style="list-style-type: none"> Técnico en Turismo. Dirección: 1a. Calle Pte. y 39 Av. Nte. No. 2128. Col. Flor Blanca, San Salvador, El Salvador. Tel: 2260-8533 |

⁵⁹ Resolución del Instituto Salvadoreño de Turismo, Unidad de acceso a la información pública (OIR).

Tabla 57 - Instituciones externas para capacitación (2 de 2)

| INSTITUCIONES | |
|---|--|
| Universidades | <p>UTEC (Universidad Tecnológica)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnico en Administración Turística. • Licenciatura en Administración Turística. <p>Dirección: UTEC. Facultad de Ciencias Empresariales. Calle Arce y 19 Avenida Norte # 1006. San Salvador, El Salvador. Tel: 2271 5990</p> |
| Cámara de comercio | <p>9a Av. Norte y 5a Calle Poniente #333, San Salvador, El Salvador. Teléfonos: 2231 – 3000, 2271 – 4461</p> |
| Tribunal de ética Gubernamental | <p>Avenida Los Espliegos 30, San Salvador, El Salvador. Teléfono: 2565 9400</p> |
| Secretaría de Asuntos Estratégicos de la Presidencia | <p>Alameda Doctor Manuel Enrique Araujo N° 5500, San Salvador, El Salvador. Teléfono: 2248-9000</p> |

Entre las capacitaciones impartidas en el periodo Junio 2014 - Mayo 2015⁶⁰, donde el personal del Parque Natural Cerro Verde ha sido beneficiado, se encuentran las siguientes:

Tabla 58 - Capacitaciones interinstitucionales impartidas (1 de 2)

| Institución | Capacitación | Objetivo |
|---|---|---|
| Cámara de Comercio de El Salvador. | Administración efectiva de las actividades gerenciales y manejo de reuniones. | Proporcionar a los participantes prácticas que le permitan manejar su tiempo y conducir reuniones de forma efectiva como resultados productivos |
| Comisión de Capacitación integrada por representantes de Administración y Sindicato (STITHS) | Charlas sobre las prestaciones laborales según contrato colectivo de trabajo | Dar a conocer los requisitos y obligaciones legales para la otorgación de las prestaciones laborales. |
| | Fomento a la Unidad y Comunicación de las y los trabajadores del ISTU. | Trasladar a los trabajadores de la red de Parques Recreativos un mensaje de integración, que logre cambios y reacciones emocionales y conductuales. |

⁶⁰ Informe de Rendición de Cuentas junio 2014-mayo 2015.

Tabla 58 - Capacitaciones interinstitucionales impartidas (2 de 2)

| Institución | Capacitación | Objetivo |
|---|---|--|
| Universidad Francisco Gavidia | Implementación del Método de las “5 S” que consiste en: Clasificación, Orden, Limpieza, Estandarización, Mantener la disciplina, en las oficinas administrativas de los diferentes Centros Recreativos, impartido por alumnas de la Carrera de Empresas Turísticas. | Dar a conocer al personal operativo los beneficios que conlleva la implementación del método de las “5 S” |
| Secretaría de Asuntos Estratégicos de la Presidencia | Derechos y deberes de los servidores públicos y el debido proceso en caso de desvinculaciones Laborales. Jurisprudencia jurídica. El derecho a la libertad sindical y a la negociación colectiva. Prevención atención y erradicación del acoso sexual y laboral. | Promover el respeto progresivo del régimen legal de las y los empleados públicos y propiciar el generar cambios en las prácticas, hábitos, procedimientos y en la cultura administrativa que mejoren el clima y ambiente laboral |
| ASIPLASTIC | Se impartieron charlas sobre la Importancia del Reciclaje. 2 Campaña de Limpieza 1 Reforestación. | Educar y concientizar sobre la importancia del reciclaje y la separación de desechos contrarrestando así el impacto ambiental |
| Consultora particular | Las funciones de los administradores de contrato según la LACAP | Difundir y capacitar al personal con conocimiento sobre el trabajo en equipo, la productividad e identificación del trabajador con el ISTU y el fomento a la unidad y a la comunicación |
| Comisión de Fomento a la Unidad y Comunicación | Difusión de temas que propicien el trabajo en equipo, la productividad institucional, identificación y fidelidad del trabajador a la empresa | Difundir y capacitar al personal con conocimiento sobre el trabajo en equipo, la productividad e identificación del trabajador con el ISTU y el fomento a la unidad y a la comunicación |
| Universidad Tecnológica de El Salvador | Análisis del tratamiento actual de las lámparas fluorescentes, nivel de contaminación y disposición final. El derecho humano al agua en El Salvador y su impacto en el sistema hídrico | Concientizar al personal sobre el ahorro energético; y la realización de jornadas de limpieza y cuidado en el uso de agua en los centros recreativos del ISTU |
| Universidad de El Salvador | Comunicación y trabajo en equipo | Enfocar en una adecuada comunicación y trabajo en equipo como base de la misión empresarial, y las razones porque las misma nunca tienen un plan de acción |

3.8.4 Mercado distribuidor

El mercado distribuidor se aborda bajo una metodología general, donde se investigan los intermediarios turísticos existentes entre el Parque Natural Cerro Verde y las personas que realizan eco-turismo.

La metodología general utilizada se define es la siguiente:

3.8.4.1 Metodología General

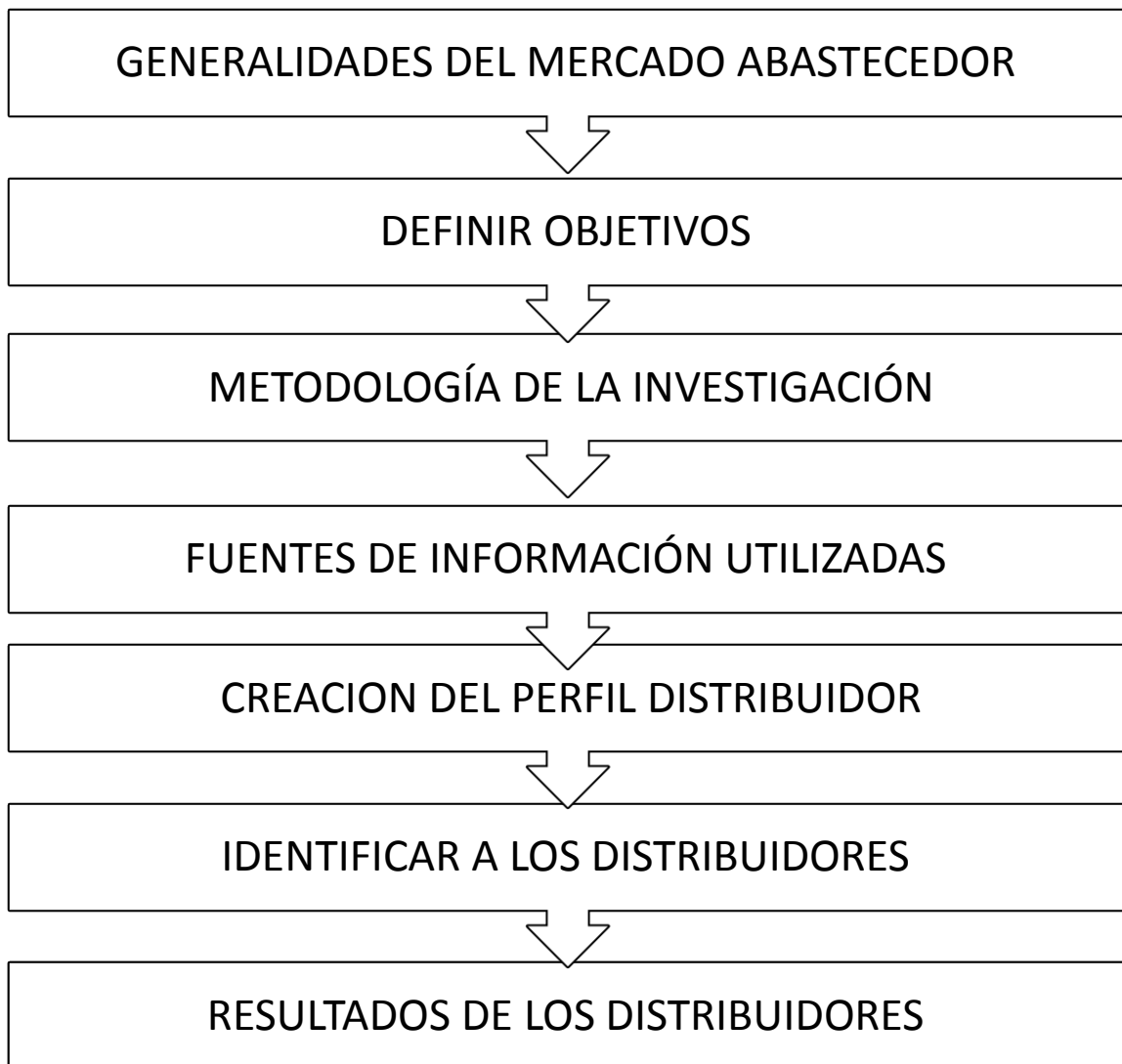


Figura 33 - Metodología del mercado distribuidor

3.8.4.2 Generalidades del Mercado distribuidor

El mercado distribuidor está formado por aquellas empresas intermediarias que entregan los productos/servicios de los productores a los consumidores. La distribución física de estos productos consiste en acercar el producto al cliente identificando las formas en que están organizadas las cadenas que relacionan a la unidad productora con la unidad consumidora. Aplicando este concepto al turismo nos referimos al acercamiento del consumidor al producto, en este caso al servicio que se ofrece.

En el caso de la oferta de servicios eco-turísticos, la localización o punto de venta es de vital importancia; sin embargo, ésta no es suficiente, por lo que es necesario mantener un circuito de ventas que actúen fuera del lugar donde se brindan los servicios, debido a la distancia entre los usuarios y el prestatario. Esto surge también, por la necesidad de captar la mayor parte del mercado, nuevos clientes y la necesidad de generar ventas anticipadas mediante reservaciones hechas a través de intermediarios.⁶¹

El mercado distribuidor, necesita el análisis de menos variables que los demás mercados, pero no deja de ser importante. Los costos de distribución, son determinantes en el precio al que llegarán los productos o servicios al consumidor y por lo tanto, en la demanda que deberá enfrentar el proyecto.⁶²

El objetivo básico de la distribución en un servicio turístico en general, es lograr que éste se encuentre a disposición del consumidor, en el lugar y en el momento que el consumidor lo necesita, pero el desplazamiento lo realiza el consumidor hacia el producto. Para que el consumidor (turista) pueda adquirir el servicio turístico, es imprescindible que se encuentre en la zona receptiva. La gran diferencia entre la distribución de bienes de consumo y la distribución de los servicios: es el desplazamiento del consumidor (turista) hacia el servicio ya que el lugar de producción del servicio se convierte en el lugar de consumo del mismo.

La función de distribución en el ámbito de los servicios turísticos está dirigida a establecer vínculos y convenios entre el suministrador de satisfactores turísticos y el demandante de los mismos. De igual manera, está encaminada a incrementar la accesibilidad del potencial consumidor a la información relativa de los servicios que se ofertan, y facilitar la forma en que pueda efectuar reservas y/o compras por adelantado. Por lo tanto, es clave mantener una red o conjunto de puntos de venta y no limitarse únicamente al lugar propio donde se desarrolla el servicio, ya que existe una distancia física con los consumidores (turistas) y una necesidad de contar con ventas anticipadas en forma de reservaciones para no depender únicamente de las ventas del día a día. La distribución turística gozará de las mismas características que la distribución de bienes de consumo, no obstante, la propia característica del sector nos lleva a adoptar una definición distinta del concepto distribución.

⁶¹(Parada Alvarado, et al., 2012).

⁶² Guía del estudio de mercados para la evaluación de proyectos

a) Canales o Redes de Distribución

Es la estructura que se forma en el mercado turístico por el conjunto de organizaciones con el objetivo de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los distintos proveedores, realizando la concreción de la venta, confirmando y efectuando su cobro.

b) Principales Canales de Distribución

Existen dos formas de distribuir:

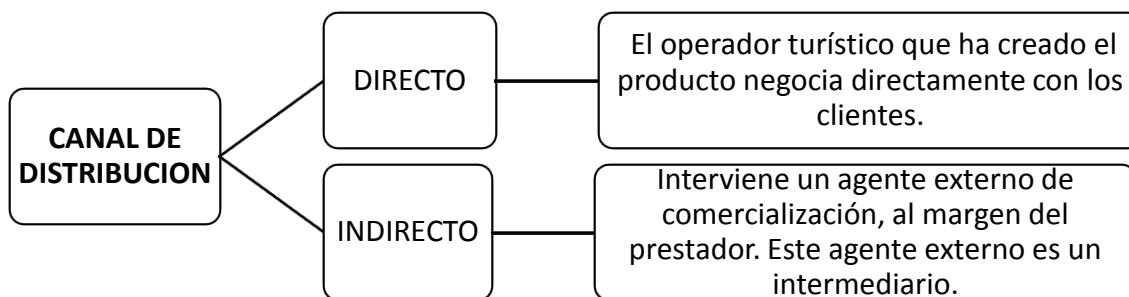


Figura 34 - Principales canales de distribución

— Canal indirecto

El canal indirecto implica la existencia de intermediarios entre el consumidor y los productos/servicios, supone establecer acuerdos entre las partes para el buen funcionamiento de las mismas.

Los intermediarios básicos son las Agencias de Viaje, las cuales se dividen en tres tipos:

- Agencias Mayoristas o Tour operadores;
- Agencias Minoristas; y
- Agencias Mayorista/Minorista.

Las funciones de éstas son vender servicios turísticos, asesorar a los clientes potenciales, organizar combinaciones de servicios turísticos y mediar con sus prestadores.

Agencias Mayorista o Tour operadores (TTOO)

Son los encargados de fabricar, componer o agrupar los distintos elementos heterogéneos que configuran lo que denominamos y conocemos como paquete turístico para el consumidor.

Son los encargados de elaborar y distribuir los productos turísticos completos, mediante la fusión y combinación de productos turísticos de un destino, que suelen incluir desplazamiento, alojamiento, restauración y visitas guiadas, comercializándolos bajo su marca.

Entre los productos y servicios que se pueden señalar en las agencias Mayoristas se encuentran los siguientes:

- Venta de paquetes turísticos;
- Servicios de transporte, incluyendo alquiler de autos, billetes de avión, tren, autobús y barco;
- Servicios de alojamiento en hotel, apartamentos y similares, incluyendo en su caso comidas, atracciones y Transporte del destino de llegada al lugar de alojamiento;
- Seguros médicos, de equipaje y similares, cheques de viaje y cambio de moneda;
- Organización de congresos y viajes de incentivo;
- Información sobre viajes, horarios y precios;
- Información y consejo sobre documentación, tramitación y aduanas relativas a los viajes.

Agencias de Viajes Minoristas

Son los intermediarios entre los mayoristas y el consumidor final, y su función es concretar en su establecimiento la adquisición de cualquier clase de producto turístico, desde los confeccionados por los mayoristas hasta los demandados a medida por el cliente, tanto de forma global como de forma individual; a diferencia con los mayoristas los minoristas no pueden distribuir sus productos entre otras agencias.

Entre los productos que comercializan se incluyen:

- Paquetes provenientes de tour operadores, donde el producto viene totalmente definido o definido en muy alto grado, si bien cada vez es mayor la flexibilidad en algunos aspectos como el tipo de alojamiento o extensiones del viaje.

-
- Productos básicos que generalmente son requeridos ante una demanda específica y explícita de un cliente: transporte, alojamiento, u otros.
 - Productos complementarios: seguros, espectáculos, visitas y excursiones, renta de autos, cambio de moneda extranjera.

Las características básicas de las agencias de viajes minoristas son las siguientes:

- Actúan como intermediarios de las agencias mayoristas en la comercialización de paquetes turísticos.
- Elaboran productos específicos (ensamblan) bajo demanda y, en ocasiones, para su oferta, contactando con una gran variedad de proveedores con los cuales deben contratar para poder combinar los diferentes servicios de alojamiento, transporte, seguros y otros.
- Están en contacto con el cliente final y por tanto pueden ejercer un papel determinante orientando la decisión del turista hacia unos u otros destinos o productos.

Los tours operadores en muchos casos, acuden a estas agencias para poder ofrecer un servicio completo al turista con los servicios complementarios que se necesitan y que estas agencias ofrecen, pero en muchos casos los tours operadores poseen la capacidad en recurso para ofrecer también algunos de estos servicios sin acudir exclusivamente a las agencias minoristas, aunque algunas de ellas siempre son necesarias contratarlas, más que todo en el caso de los tours operadores receptivos en los que se maneja más turista extranjero que nacional.

En el caso de los canales directos en que el propietario del sitio turístico está impulsándolo y quiere realizar por su cuenta la distribución de su oferta turística, contrata a los minoristas para concretar elementos como transporte, y otros servicios que éstos ofrecen y que necesitan sean brindados al consumidor turístico.

La forma en que consiguen los minoristas los beneficios, es mediante la obtención de una comisión incluida en el precio de venta al público y que en consecuencia la agencia cobra del proveedor.

Agencias Mayoristas/Minoristas

Surgen como consecuencia del crecimiento de la agencia minorista o como consecuencia del afán de expansión de la mayorista que considera interesante acercarse al consumidor final al convertirse en minorista.

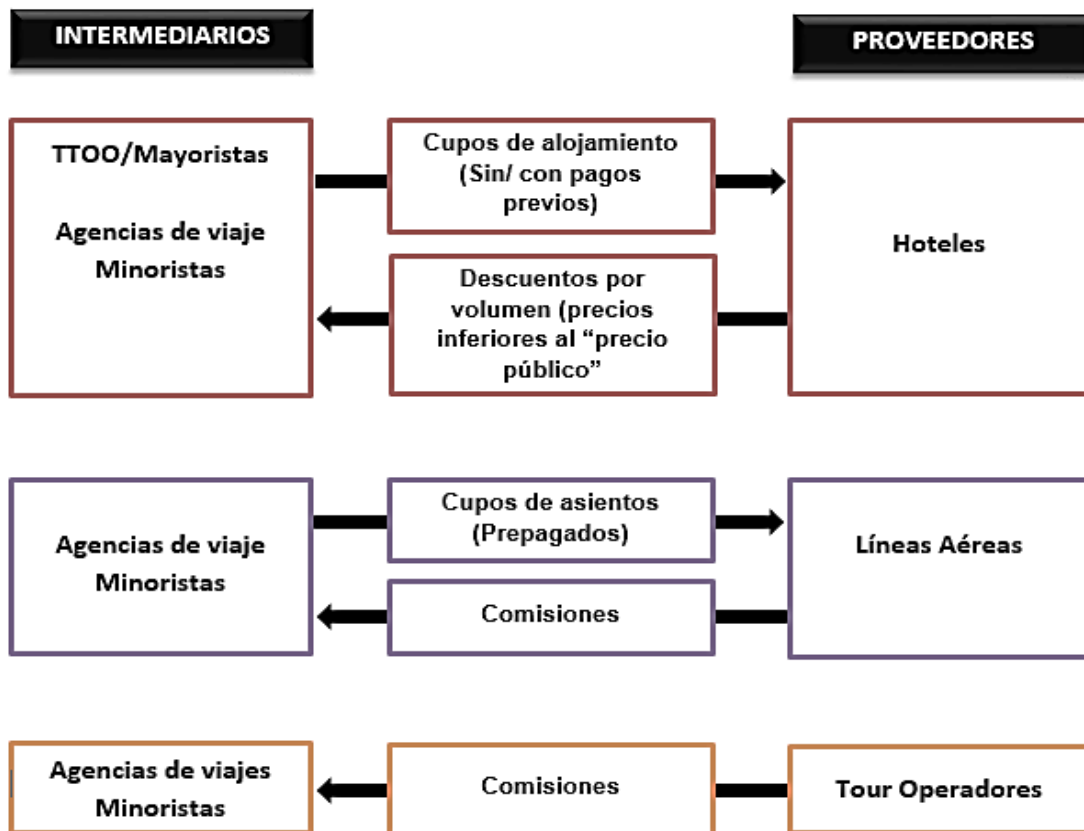


Figura 35 - Ejemplos de transacciones entre intermediarios y proveedores

— **Canal directo**⁶³

Es el canal en el que no hay intermediarios entre el prestatario y consumidor final. Se utiliza cuando el producto o servicio está próximo al consumidor.

La dirige y controla el productor por lo que existe un mayor control de la actividad de distribución, pero supone una limitada cobertura del mercado o una importante infraestructura.

Entre los canales directos se encuentran:

- Agencia a la calle
- Sitio Web
- Centros de contacto
- Ventas por catalogo

⁶³ (Parada Alvarado, et al., 2012)

Estructura del canal de distribución del sector turístico

Tradicionalmente, la estructura de los canales de distribución viene determinada por dos dimensiones: su longitud y su amplitud. Estos aspectos tienen plena validez en el sector turístico, a pesar que en la literatura de la mercadotecnia sea frecuente encontrar referencias en las que se apunta en que como consecuencia de la intangibilidad y la inseparabilidad entre la producción y el consumo en los servicios solo es posible de distribución directa (Buttle, 1986, 278).

La longitud del canal se puede medir a partir del número de instituciones que desempeñan la función de intermediarios entre el productor y el consumidor y permite, en principio diferenciarlos en canal directo, corto o largo (Miquel *et al*, 1999, 42).

El canal directo o canal nivel cero es aquel en el que no existen intermediarios, siendo el prestador de los servicios turísticos el que a través de sus propios recursos asumirá las distintas funciones de la distribución. El canal corto o de nivel 1 es aquel en el que interviene un solo tipo de intermediario entre el productor y el consumidor. El canal largo hace referencia a la existencia de dos o más tipos de intermediarios. En este sentido se puede hablar de canal de nivel 2, situación muy representativa en el turismo vacacional, en la que entre en juego la figura del tour operador que actúa en el ámbito mayorista y la agencia de viajes como minoristas.⁶⁴

Aspectos a considerar en la elección del canal de distribución

Cuando una empresa ha de seleccionar el mejor canal de distribución para sus productos, una de las primeras cuestiones que cabe plantearse hace referencia a la conveniencia o no de la utilización de intermediarios, es decir, dar respuesta a si se debe utilizar una distribución directa o indirecta.

Los aspectos a considerar pueden agruparse de la siguiente manera:

- Características del mercado analizando los segmentos a los que está dirigido el tour operador.
- Características del producto que determinen la necesidad de intermediarios, que tan amplio o extenso se necesitara el servicio, ya que algunos servicios que ofrecen los tours operadores serán realizados por el personal de los propietarios dentro de los comités que se realizan como los guías turísticos.
- Características de los intermediarios, considerando su disponibilidad y eficacia.
- Los objetivos estratégicos que se han establecido: posicionamiento que se desea, cobertura del mercado que se pretende alcanzar.
- Limitaciones legales: si es restrictiva y limita la distribución y venta de productos- servicios.

⁶⁴ (Martínez, 2002)

- Relación con otros canales de distribución, para poder hacer alianzas y realizar una red más amplia del servicio

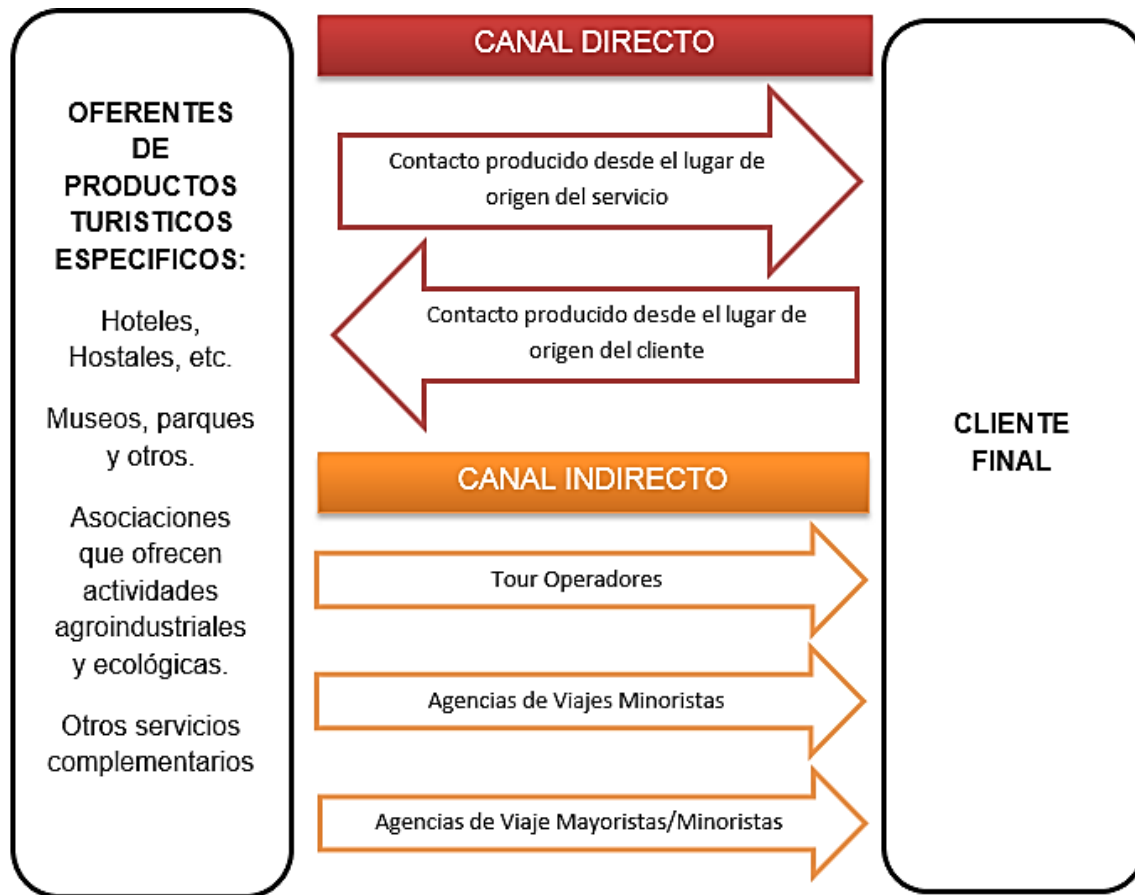


Figura 36 - Esquema de canales de distribución del sector turístico⁶⁵

3.8.4.3 Objetivos de la investigación

Objetivo General

Identificar los elementos que conforman los canales de distribución tanto directos como indirectos utilizados para la distribución y/o promoción de actividades ecoturísticas en el Parque Natural Cerro Verde.

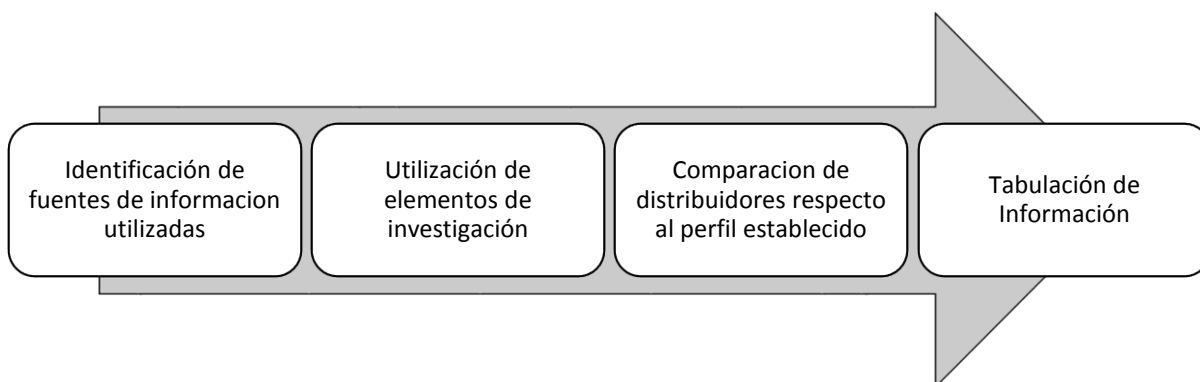
Objetivos específicos

- Investigar los tours operadores que promocionen entre sus rutas turísticas al Parque Natural Cerro Verde, como parque ecoturístico.

⁶⁵(Parada Alvarado, et al., 2012).

- Identificar las gestiones internas del Instituto Salvadoreño de Turismo para promocionar al parque como atractivo ecoturístico.
- Identificar los criterios técnicos para la selección de tour operadores enfocados al ecoturístico.

3.8.4.4 Metodología de investigación



3.8.4.5 Fuentes de información utilizadas ⁶⁶

Las fuentes de información que se utilizan en la recolección de información del mercado distribuidor se dividen en dos grupos:

Primarias

Secundarias

a) Fuentes Primarias

Las fuentes de información primarias son aquellas que necesitan ser elaboradas por el investigador porque la información no está disponible. Se trata de localizar la información relevante sobre la investigación en desarrollo.

Tabla 59 - Fuentes de información primaria

| Fuente Primaria |
|---|
| Consulta vía e-mail a tour operadores |
| Entrevista no estructurada a Gerente de Parques Recreativos |
| Consultas vía correo electrónico |
| Consultas vía teléfono |

⁶⁶ (María Jesús Merino Sanz, 2015, p. 17)

b) Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son aquellas que recogen información procesada y elaborada previamente ya sea por la propia empresa o por personas o entidades ajenas a la misma. De hecho, cualquier investigación debe empezar por una búsqueda de fuentes secundarias debido al ahorro de tiempo y esfuerzo que suponen en el desarrollo de las investigaciones, así como un ahorro económico importante.

Tabla 60 - Fuentes de información Secundarias

| |
|---|
| Fuente secundarias |
| Páginas web |
| Redes sociales |
| Boletines turísticos |
| Informes relacionados a la investigación |
| Tesis relacionadas |

3.8.4.6 Perfil distribuidor

Existen ciertos aspectos que se consideran para seleccionar los canales de distribución, algunos de ellos se basan en las características del mercado, características del producto, características del intermediario o los objetivos estratégicos establecidos entre otros aspectos más.

Por lo tanto, el distribuidor del servicio turístico que brinda el parque, posee las características siguientes:




| | |
|---|---|
|  | Promover la sostenibilidad ambiental |
|  | Promover el ecoturismo |
|  | Incluir al Parque Natural Cerro Verde en los circuitos turísticos. |

Figura 37 - Perfil del mercado distribuidor

3.8.4.7 Identificación actual de distribución del parque Natural Cerro Verde

Actualmente, el Parque Natural Cerro Verde cuenta con canales de distribución, tanto directo como indirecto. Los canales de distribución utilizados son los siguientes:

a) Canales Directos

— Agencia a la calle

El consumidor o turista llega al punto de venta o prestación de servicio, lo adquiere y lo consume al instante.



Figura 38 - Esquema de canal directo (Agencia a la calle)

— Sitio web

El turista o consumidor chequea por medio de internet, en la página Web del lugar, los servicios y paquetes que se brindan, realiza reservaciones y luego se dirige al lugar donde le brindarán los servicios reservados.



Figura 39 - Esquema de canal directo (sitio web)

b) Canales indirectos

— Tour Operador

Los Tour Operador o Agencias Minoristas planifican las rutas turistas según las preferencias existentes, entre estas rutas se incluye el Parque Natural Cerro Verde; a pesar de tal situación no existe un convenio con dichos tour operadores según el Lic. Macal (Gerente de Parques Recreativos).



Figura 40 - Esquema de canal indirecto (Tour Operador)

3.8.4.8 Gestiones internas para la promoción del Parque Natural Cerro Verde

a) Páginas web

— Página principal del Instituto salvadoreño de turismo

El contenido de ésta página incluye información detallada de los servicios que brinda el Parque Natural Cerro Verde, además muestra imágenes tomadas al interior del mismo y algunas preguntas frecuentes de interés que motiva a los turistas a realizar las visitas al parque. Esta es una de las formas de distribución de las actividades que realiza el parque y una de las maneras de obtener información fidedigna del Instituto Salvadoreño de Turismo.

En caso de tener dudas acerca de los servicios, alguna sugerencia o denuncia de situaciones anómalas, se puede contactar mediante correo electrónico y el Oficial de Información de la OIR, se encarga de solventar las interrogantes con la información necesaria.

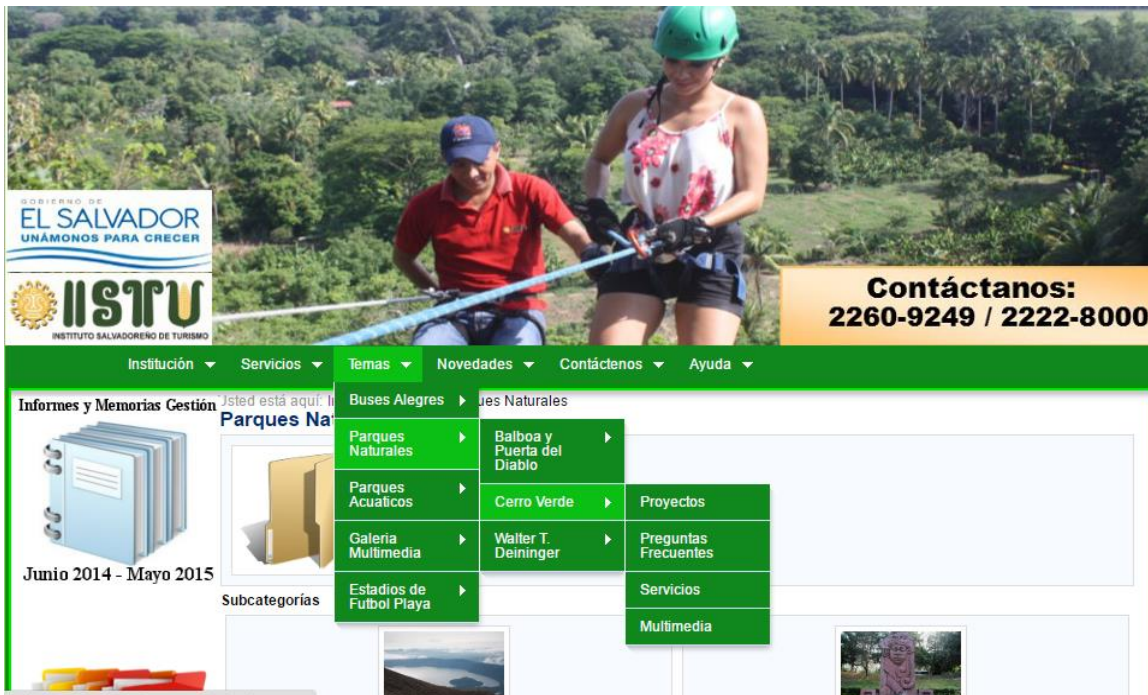


Imagen 58 - Página principal del instituto Salvadoreño de Turismo



Imagen 59 - Solicitud de información mediante página del ISTU

— Redes sociales del Instituto Salvadoreño de turismo

Twitter y Facebook son las redes sociales cuyas publicaciones están relacionadas a los atractivos turísticos que brindan los parques recreativos del ISTU, entre ellos el Parque Natural Cerro Verde, a la vez es un medio donde se dan a conocer los eventos que se desarrollan a diario, sus publicaciones motivan al turista a visitar el parque



Imagen 60 - Página de Twitter del ISTU



Imagen 61 - Publicación en página de Twitter



Imagen 62 - Página de Facebook del ISTU

— Programa de buses alegres

El programa de "Buses Alegres", tiene como objetivo principal brindar a las familias salvadoreñas un acceso de movilización seguro y económico hacia los diferentes Parques Recreativos, en cuyas rutas se incluye el Parque natural Cerro Verde. Según las estadísticas de junio del 2014 a mayo de 2015 ha movilizó hacia los parques del ISTU un total 6,174 personas. Siendo el Parque Natural Cerro Verde el segundo destino más gustado por los usuarios.

Este sistema de transporte, es un servicio integral que es coordinado por el ISTU y diversos empresarios del gremio de transportistas que forman parte del programa, el cual tiene como finalidad facilitar a las familias salvadoreñas que no cuentan con transporte propio o desean movilizarse utilizando estos servicios, el traslado a los Parques Recreativos y otros sitios turísticos del país.

El servicio de Buses Alegres cuenta con un grupo de jóvenes de "Guías Turísticos" de la carrera de Hostelería y Turismo del Instituto Nacional Francisco Menéndez, quienes son capacitados por el ISTU, para brindar una atención adecuada al turista, así como para ofrecer información turística, desarrollando jornadas interactivas con las personas que se conducen en dichas unidades.

Para que un turista obtenga mayor información sobre este programa se puede realizar por medio de redes sociales, página principal del ISTU, Correos electrónicos y números telefónicos brindados en las programaciones establecidas.

Buses Alegres
 Diversión Familiar al aire libre con los Buses Alegres
 A las **6:30 a.m.** Salen de la **Plaza General Gerardo Barrios**
 (Frente a Catedral) hacia diferentes lugares del país.

En Metapán

I Festival Metapaneco, Tour de la Leche y la Pesca.
 Día : **Domingo 26 de Junio**

| | |
|-------------------------------------|---|
| DOMINGO 05 JUNIO | DOMINGO 12 JUNIO |
| Ruta Las Flores \$ 7.00 | Parque Cerro Verde \$ 7.00 |
| Parq.Deininger y \$ 5.00 | Parque Ichanmihen \$ 5.00 |
| Puerto La Libertad. \$ 5.00 | Costa del Sol \$ 5.00 |
| Costa del Sol \$ 5.00 | |
| DOMINGO 19 JUNIO | DOMINGO 26 JUNIO |
| Casa Blanca, Tazumal \$ 7.00 | I Festival de la Leche y \$ 8.00 |
| Y Sihuatehuacan. \$ 5.00 | La Pesca, en Metapán. |
| Parque Atecozol \$ 5.00 | Parque Agua Fría \$ 7.00 |
| Costa del Sol \$ 5.00 | Costa del Sol \$ 5.00 |

Cerro Verde
Cabaña Sencilla \$ 35.00
Cabaña Doble \$ 55.00
 Las Cabañas cuentan con: 3 Camas, sala de estar, baño y agua caliente, Reserv. **7489-5326.**

Se permite llevar alimentos
 El servicio de Cafetería es de:
 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
Es necesario llevar ropa de cama

Valor de entrada a Parques Recreativos

| | |
|------------------------------|--------|
| Parques Recreativos | \$1.50 |
| Ingreso Extranjeros | \$3.00 |
| Cabañas Parques Acuáticos | \$4.00 |
| Cabañas Parque Costa del Sol | \$8.00 |
| Parqueo | \$1.00 |

Horario de Servicio al Público
De 8:00 am. A 4:00 pm.
Se permite ingreso de alimentos

Ingreso Gratuito: para niños menores de 5 años y adultos mayores de 60

Información@istu.gob.sv
 Tel- 2222-8000 / 2260-9249
 Ayudan a cuidar la Naturaleza, depositando la basura en su lugar.

Imagen 63 - Programación de buses alegres para junio 2016

3.8.4.9 Tour Operadores

Tabla 61 - Tour Operador EVA TOURS


|  EVA TOURS | |
|--|--|
| CONTACTO : | Edgardo J. Valenzuela del Cid |
| TELÉFONO : | 2209-8888 |
| FAX : | 2209-8815 |
| CORREO ELECTRÓNICO : | reservas@evatours.travel |
| PAGINA WEB | http://www.evatours.travel |
| DIRECCIÓN | 3a calle Poniente No. 3737 Colonia Escalón S.S. |
| Servicios: | <ul style="list-style-type: none"> • Atención continua con horarios extendidos a nivel nacional. • Organización de planes turísticos nacionales. • Estructuración de programas de negocios, viajes de incentivos, congresos, seminarios, turismo ecológico, aventura y de placer, individuales o grupos. • Transporte privado exclusivo para turismo. • Asistencia a viajeros. • Guías bilingües y conductores especializados. |
| Circuitos turísticos. | <ul style="list-style-type: none"> • El Salvador Multicolor: San Salvador; Complejo de volcanes y lago de Coatepeque; • Tour arqueológico maya; Suchitoto colonial; Ruta de las flores; Playa costa del sol • El Salvador Ancestral: City tour; Suchitoto colonial; Suchitoto; Cihuatán y Miramundo |
| Tipos de tours que ofrece. | <ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo: ruta de las flores y beneficio del café, complejo volcánico y lago de Coatepeque, Cerro el Pital y Chutan • Historia y ciudad: City tour, City tour y Boquerón, las huellas de Monseñor • Senderismo: Escalada de Volcanes Cerro Verde, Ilamatepec, Izalco, Reserva Forestal El Imposible, • Sol y playa: Tour de Playa en el lago de Ilopango, tour en Golfo de Fonseca, tour Costa del Sol. |

Tabla 62 - Tours Operador AVITOURS DMC EL SALVADOR


|  AVITOURS DMC EL SALVADOR | |
|---|--|
| CONTACTO | Marisa de Hernández |
| TELÉFONO : | 2510-7619 |
| FAX : | 2510-7621 |
| CORREO ELECTRÓNICO | mhernandez@avitours.com.sv |
| PAGINA WEB | http://www.avitours.com.sv |
| DIRECCIÓN | Avenida Masferrer Norte Centro Comercial El Amate local 1-10, Col. Escalón. |
| Tours que ofrece | <ul style="list-style-type: none"> • San Salvador travel: City tour, Tour La Puerta del Diablo, Panchimalco y Pupusas, Tour de ciudad y tarde de playa • Arqueología Maya y Ciudad Colonial: Pirámides, arqueología maya y ciudad colonial, Cráter el Boquerón y Joya de Cerén (medio día), Tour arqueológico, Pirámides, arqueología maya, añil e iglesia colonial, Volcanes y pirámides mayas, Casa Blanca y Xiquilite, Del xiquilite al añil (indigo), Sitio arqueológico de Cihuatán. • Naturaleza: Ruta de las flores y pueblos coloniales, Cerro Verde y ruta del café, Complejos volcánicos y lago de Coatepeque, Parque Nacional El Imposible, Reserva Forestal Montecristo, Playa Costa del Sol. • Cultura y tradición: Ruta Artesanal (San Sebastian e Ilobasco), Suchitoto Colonial, Suchitoto, Chalatenango y La Palma, Santa Ana Colonia. • Aventura: Kayac y bosque de mangle, Surf, Canopy tour |
| Alojamiento que ofrece: | <ul style="list-style-type: none"> • Hotel Crowne Plaza, Sheraton Presidente, Hilton Princess, Intercontinental, Terraza, Holiday In, Mirador Plaza, Escalón Plaza, Novo, Hotel y casino, Alameda, Los Almendros San Lorenzo, La Bermuda, Obraje, Puertas de Suchitoto, Posada Suchitlán, Tolteca, Confort In, Jardín Celeste, Perkin Lenka, Punta Roca, Casa del Mar, Pacific Paradise, Las Veraneras, Decameron, etc. |

Tabla 63 - Tour Operador CADISI TOURS OPERADOR


|  | | CADISI TOURS OPERADOR |
|---|--|------------------------------|
| CONTACTO | José Antonio Méndez | |
| TELÉFONO | (503) 2243-3584 / 7729-5887 | |
| FAX : | (503) 2243-3660 | |
| CORREO ELECTRÓNICO | info@cadisitours.travel invertures@yahoo.es | |
| PAGINA WEB | http://www.cadisitours.travel | |
| DIRECCIÓN | Jardines de Guadalupe Av. Mississippi 29, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador C.A | |
| Circuitos turísticos que ofrecen: | San Salvador Fin de Semana; El Salvador a tu alcance; El Salvador Fascinante; El Salvador Surf | |
| Destinos turísticos | <ul style="list-style-type: none"> • Alegría, Ataco, Apaneca, Cerro Verde, Corinto, Costa del Sol, Chalchuapa, El Boquerón, El Tunco, Ilobasco, Izalco, Joya de Cerén, Juayúa, Lago de Coatepeque, Lago de Ilopango, Lago de Suchitlan, La Palma, Panchimalco, Perquín, San Andrés ruinas, Suchitoto, Tazumal, Volcán Ilimatepec, Volcán de Izalco | |
| Servicio de tour a la medida | <ul style="list-style-type: none"> • El turista puede optar por armar su propio tour. | |
| Hoteles que ofrece | <ul style="list-style-type: none"> • Hotel Sheraton Presidente, hotel Hilton Princess San Salvador, hotel Boutique Los Almendros de San Lorenzo Suchitoto, El Salvador, hotel Real Intercontinental San Salvador, hotel Suites Las Palmas San Salvador, hotel CourtYard Marriot San Salvador, hotel Mirador Plaza San Salvador, hotel Alicante Montaña Apaneca El Salvador, hotel Terraza El Salvador | |

Tabla 64 - Tours Operador DECAMERON EXPLORER


|  | DECAMERON EXPLORER |
|---|---|
| CONTACTO | David Castellano |
| TELÉFONO : | (503) 2429-9097 |
| CORREO ELECTRÓNICO | decameronexplorer@decameron.com.sv |
| PAGINA WEB | http://www.decameron.com |
| DIRECCIÓN : | Cantón Punta Remedios, Acajutla, Sonsonate |
| servicios que ofrece: | <ul style="list-style-type: none"> • Manejo y logística de vuelos charter • Traslado de individuales y grupos privados • Excursiones Eco-Turísticas, culturales, históricas, de aventura, pesca y buceo • Circuitos en países latinoamericanos • Programas especiales para grupos, incentivos y convenciones (personalizado para cada cliente) con opciones de hospedaje, alimentación, transporte, entretenimiento, deportes acuáticos, etc. • Programas educativos Decameron Es-Cool • Programas de retribución a la comunidad • Servicio personalizado en cada mostrador de Ventas y Atención al Cliente, 7 días a la semana |
| Excursiones desde Royal Decameron Salinitas: | Buceo en Arrecife los cobanos; Bucero en cráter del Volcán, lago de Ilopango; Buggies Safari; Canopy Apaneca; Cascadas, leyendas y tradición; City Tour y jardín botánico; Curso PADI, aguas abiertas; Escalada al volcán de Izalco; Escalada del volcán de Santa Ana; La Ruta Maya; Antigua Guatemala; Las Veraneras del Golfo. |

Tabla 65 - Tour Operador ECOMAYAN TOURS (1 de 2)


|  | |
|---|--|
| ECOMAYAN TOURS | |
| CONTACTO | Leonor de Castellanos |
| TELÉFONO | (503) 2227-0229 |
| FAX | (503) 2223-5889 |
| CORREO ELECTRÓNICO | ecomayantours@integra.com.sv |
| PAGINA WEB | http://www.ecomayantours.com |
| DIRECCIÓN | Paseo Escalón 3658, Col Escalón, San Salvador |
| Tours que ofrece | <ul style="list-style-type: none"> • Pueblos: Jayaque, Suchitoto, Ahuachapán, Metapán, Izalco, Caluco, Panchimalco. • Ruta Maya: Joya de Cerén, San Andrés, Tazumal, Casa Blanca, Cihuatan. • Playas: Costa de Sol, El Sunzal, El Espino. • Eco Aventuras: Buggies, Canopy, Pesca, Surf. • Eco Experiencias: Región de Los Volcanes. Tours a Volcanes de Izalco, Santa Ana y el Cerro Verde, la cual es conocida como Complejo Los Volcanes, Región de Bosques y Manglares. Área Natural Protegida de Santa Rita, El Imposible National Park, Barra de Santiago, Región de La Ruta de Las Flores: • Visita a los pueblos: Nahuizalco, Salcoatitán, Juayúa, Apaneca y Concepción de Ataco. • Tour 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. • Tour de Ciudad: San Salvador; Tour de Compras. Centros Comerciales exclusivos; Visita a Museos; Jardín Botánico Plan de la Laguna; Los Planes de Renderos y la Puerta del Diablo. |

Tabla 65 - Tour Operador ECOMAYAN TOURS (2 de 2)

| | |
|---|---|
|  | ECOMAYAN TOURS |
| Servicios que presta: | Traslados aeropuerto/hotel/aeropuerto, Servicio y logística de transporte terrestre, Tours VIP, Tours de intereses especiales, Programas de Incentivos, Fiestas tema & eventos especiales, Regalos, amenidades y recuerdos promocionales, Asistencia para tomas de video o fotografías durante su estadía, Planificación de presupuesto, Escritorio de Hospitalidad |
| Alojamiento | <p>Hoteles de ciudad: Hotel Hilton Princess, hotel Crown Plaza, hotel Real Intercontinental, hotel Sheraton Presidente, hotel Holiday Inn, hotel Quality Inn, hotel Mirador Plaza, hotel Courtyard Marriott, hotel Mariscal, hotel Villa Serena.</p> <p>Hoteles de montaña: Hotel Alicante de Montaña, hotel Sta. Leticia, hotel El Pital Higland, hotel Entre Pinos, hotel Los Trozos.</p> <p>Hoteles de pueblos: Hotel Los Almendros de San Lorenzo, hotel Las Puertas de Suchitoto, hotel La Posada de Suchitlán, cabañas de Apaneca, hotel Perkin Lenca.</p> |

Tabla 66 - Tour Operador INTER TOURS (1 de 2)

| | |
|---|---|
|  | INTER TOURS |
| CONTACTO: | Francisco García |
| TELÉFONO: | 2263-6188 |
| FAX: | 2264-3049 |
| CORREO ELECTRÓNICO | francisco@intertours.com.sv info@intertours.com.sv |
| PAGINA WEB | http://www.viajero.com.sv |
| DIRECCIÓN | Condominio Balam Quitze Local 1-A, Paseo General y 89 Ave. Sur, San Salvador. |

Tabla 66 - Tour Operador INTER TOURS (2 de 2)

| | |
|---|---|
|  | INTER TOURS |
| Servicios que ofrecen | <ul style="list-style-type: none"> • Tours de medio día: City Tour, City Tour Tradicional, Palacio Nacional y Museo de Antropología, Tour Suchitoto y Lago Suchitlán, Tour Cultura Maya, Tour del Parque Nacional El Boquerón, Tour Suchitoto y Museo, Sitios Mayas y Complejo de Volcanes. • Ecoaventuras: Surf, Escalada al volcán de Izalco, Rafting en Metapán, Aventura Boggie en Apaneca, Canopy; Zoológico(FURESA), Snorkeling y exploración en lancha de fauna marina. / Los Cóbanos. <p>Todos los tours incluyen: Transporte en unidad de turismo, equipo, guías, traslados en lancha.</p> |

Tabla 67 - Tour Operador MAYA ESCAPES


| | |
|--|--|
|  | ESCAPES - INCOMING TOUR OPERATOR |
| CONTACTO | Guillermo Barrientos H. |
| TELÉFONO | 503) 2525-6456 |
| FAX: | (503) 2525-6455 |
| CORREO ELECTRÓNICO | gbarrientos@mayanescapes.com |
| PAGINA WEB | http://www.mayanescapes.com |
| DIRECCIÓN | 17 ave. Norte 3. A un costado de Plaza Merliot. Ciudad Merliot La Libertad. El Salvador, Centro América. |
| Tours y paquetes que ofrecen | Caminata Parque Nacional El Imposible; Joya de Cerén; Cerro verde y volcán de Izalco; Ruta arqueológica y ciudad de Santa Ana; Ruta artesanal y colonial: Ilobasco y Suchitoto; San salvador city tour |
| Alojamiento que ofrece | Courtyard by Marriott San Salvador; Hilton Princess San Salvador; Holiday Inn San Salvador; Los Almendros de San Lorenzo - Boutique Hotel; Plaza Hotel & Suites; Quality Hotel Real Aeropuerto |

Tabla 68 - Tour Operador NETWORK TRAVEL


| | | | |
|---|---|--|--|
|  | | NETWORK TRAVEL S. A DE C. V. (NETWORK | |
| CONTACTO | Álvaro Edgardo Cuellar | | |
| TELÉFONO | 2229-7322 / 2517-4478 | | |
| FAX | 2288-9549, 7885-6175 | | |
| CORREO ELECTRÓNICO | info@network-tours.com director@networktours.com | | |
| PAGINA WEB | www.network-tours.com www.elsalvadordiscover.com | | |
| DIRECCIÓN | Calle Chiltiupan, Campo Verde Polig. L-1 #39, frente a Plaza Merliot, Santa Tecla | | |
| Paquetes turísticos | El Salvador 3 días/2 noches: Tesoros Mayas y Coloniales, El Salvador 4 días/3 noches: Minicircuito turísticos, volcanes y naturaleza, El Salvador 5 días/4 noches: Tour Maya colonial | | |

Tabla 69 - Tour Operador TIKUTOS TOURS

| | | | |
|---|--|----------------------|--|
|  | | TIKUTOS TOURS | |
| CONTACTO | Milton Chávez | | |
| TELÉFONO | 7478-9853, 23529580 | | |
| DIRECCIÓN | Boulevard El Centro, una cuadra abajo de la parada de bus de la ruta 509 que conduce hacia Las Pilas, San Ignacio, Chalatenango. | | |
| Servicios que ofrece | Tikucos Tours, ofrece servicios de transporte, alojamiento, restaurante, guías, tours y deportes extremos. Crean el paquete como el turista lo desee y a donde lo desee. | | |

Tabla 70 - Tour operador NAHUAT TOURS

|  | <p style="text-align: center;">NAHUAT TOURS</p> |
|---|--|
| CONTACTO | Lic. Mario Domínguez |
| TELÉFONO | 2257-4895 y 2533-8952 |
| CORREO ELECTRÓNICO | info@nahuatours.com |
| PAGINA WEB | http://www.nahuatours.com |
| Tours que ofrece: | <p>Tours de ciudad: Tour de ciudad; Tour panorámico de ciudad; Volcán y tour de ciudad, Canopy: Canopy La Libertad, Canopy volcán, Canopy Apaneca.</p> <p>Expediciones arqueológicas: Ruta maya (Joya de Cerén, San Andrés, Vista Lago de Coatepeque), Ruta maya y Tazumal, Ruta maya completa; Ruta maya sabor café; Cihuatan- Suchitoto.</p> <p>Tours panorámicos: Ruta las flores, Cerro Verde, Cerro Verde y lago de Coatepeque, Suchitoto Colonial, Chalatenango</p> <p>Tours de playa: Tour Costa del Sol, Sol y playa Costa del Sol, Tour La Libertad</p> <p>Tours ecológicos: Volcán de Santa Ana (Ilamatepec) / Volcán de Izalco, Laguna de Alegría (el cráter de la esmeralda), Parque Nacional Monte cristo, Chaguantique “El último refugio del mono araña”-Volcán Tecapa (cráter de esmeralda).</p> |
| Transporte | Se ofrece servicios de transporte y motorista bilingüe para un mínimo de 2 horas de servicio prestados dentro de san salvador y fuera de san salvador. También traslados hacia el aeropuerto. |
| Alojamiento | Villa Esperanza, Concepción de Ataco |

Tabla 71 - Tour Operador SALVADOREAN TOURS S.A. de C.V.


| | |
|---|--|
|  | SALVADOREAN TOURS S. A. de C.V. |
| CONTACTO | Lic. Rodrigo Moreno Gerente de Mercadeo y Lic. Cecilia de Moreno - Gerente General |
| TELÉFONO | 2243-6113 / 2243-6074 |
| FAX | 2243-6159 |
| CORREO ELECTRÓNICO | salvadoreantours@gmail.com |
| PAGINA WEB | http://www.salvadoreantours.com |
| DIRECCIÓN | Centro Comercial Feria Rosa 1ra. Planta Local 118-B Carretera a Santa Tecla |
| Servicios que ofrece | <p>Tours de aventura: Tour de cascada a la golondrinera, Tour Canopy (Zipline) Apaneca, Tour Buggies Apaneca, Tour Caminata Volcán de Santa Ana (Ilamatepec), Tour Caminata Volcán de Izalco, Los Cóbanos Snorkeling en Corales Duros, Quadritours – Opción Tour Laguna Verde.</p> <p>Tours ecoturísticos: Agrotur del añil, Tour Parque Nacional El Imposible, Tour de liberación de tortugas marinas, Tour avistamiento de Ballenas y Delfines en El Salvador, Tour Parque Nacional Complejo de los Volcanes, Tour Boquerón Arqueológico, Laguna de Alegría El Salvador, Bahía de Jiquilisco.</p> <p>Tours de arqueología: Tour Arqueológico Ruta Maya día completo, Tour Arqueológico Ruta Maya Medio Día.</p> <p>Tours panorámicos: Tour Suchitoto, Tour ruta de las flores, Tour vive la aventura FURESA, El Día de los Farolitos de Ahuachapán, Tour Negro Cementerio Los Ilustres San Salvador.</p> |
| Hoteles que ofrece | <p>Hoteles de playa: hotel Puerto Barillas, hotel Tekuani Kal El Sunzal, hotel Tortuga Village Costa del Sol, hotel Pacific Paradise Costa del Sol</p> <p>Hoteles de ciudad: Novo Apart Hotel San Salvador, hostel Lonigo San Salvador, hotel Villa Florencia Centro, junto a la estación de buses de puerto bus</p> <p>Hoteles de pueblos coloniales: Hotel Las Puertas, Suchitoto, hotel Alicante Apaneca Ruta de las Flores, hotel y Café Cultural La Casa de Mamapán</p> |

Tabla 72 - Tour Operador MAGIC DREAMS TOURS

| | |
|---|--|
|  MAGIC DREAMS TOURS | |
| TELÉFONO | 2566-1323 |
| CORREO ELECTRÓNICO | magicdreamstours@gmail.com |
| PAGINA WEB | http://www.magicdreamstours.com/home.html |
| DIRECCIÓN | Residencial Santa Teresa, Polígono A-4 No. 15, Santa Tecla, El Salvador. C.A. |
| Servicios que ofrece | <p>Magic Dreams Tours posee tours nacionales, Playas, Volcanes, Montañas, Rutas turísticas, Paquetes turísticos, Deportes extremos, y pueblos vivos.</p> <p>Entre los Tours que ofertan están: Suchitoto Colonial, Tour Arqueológico, Ruta de Las Flores</p> |

Tabla 73 - Tour Operador EL SALVADOR XPEDITION

| | |
|--|--|
|  EL SALVADOR XPEDITION | |
| CONTACTO | Lisette Alfaro / Riky Lemus |
| TELÉFONO | (503) 2526-9248 / 7850 8855 |
| CORREO ELECTRÓNICO | info@elsalvadorxpedition.com.sv |
| PAGINA WEB | http://www.elsalvadorxpedition.com.sv/ |
| DIRECCIÓN | Avenida Amapola y calle los Abetos No. 23, Colonia San Francisco, San Salvador, El Salvador, Centroamérica. |
| Servicios que ofrece | Tour con un servicio especializado y altamente interactivo con destinos en contacto con la naturaleza, rutas de pueblos vivos, historia y playas para surfear. |

Tabla 74 - Tour Operador EPIC TOURS EL SALVADOR

|  EPIC TOURS EL SALVADOR | |
|---|---|
| CONTACTO | Esther van Dort |
| TELÉFONO | (503) 2252-7822 y 7890-4751 |
| FAX | (503) 22527822 |
| CORREO ELECTRÓNICO | info@epictourselsalvador.com/ |
| PAGINA WEB | http://www.epictourselsalvador.com/ |
| DIRECCIÓN | Res Palo Alto, Calle el Alcazar #A1, Zaragoza, La Libertad |
| Servicios que ofrece | Turismo de aventura, viajes a la medida, adaptados al gusto e interés del cliente hacia todos los destinos de interés turístico en El Salvador y sus alrededores en C.A., incluye transporte, guía bilingüe, excursiones, entradas y alojamiento. Posee una división en la compañía enfocado en turismo de surf, Epic Surfing Adventures. |

Tabla 75 - Tour Operador GREEN BLUE RED (1 de 2)

|  GREEN BLUE RED | |
|---|--|
| CONTACTO | CARLOS VELASCO / ADA LAZO |
| TELÉFONO : | (503) 2252-7660 |
| CORREO ELECTRÓNICO | cvelasco@greenbluered.com y alazo@greenbluered.com |
| PAGINA WEB | http://www.greenbluered.com |
| DIRECCIÓN | Avenida Los Bambúes, Calle Ámsterdam, Reparto Miralvalle #497, San Salvador. |

Tabla 75 - Tour Operador GREEN BLUE RED (2 de 2)


| | |
|---|--|
|  | GREEN BLUE RED |
| <p>Servicios que ofrece</p> | <p>Su énfasis principal es proporcionar experiencias auténticas de viajes y al mismo tiempo apoyar el desarrollo de comunidades locales a través del turismo.</p> <p>Además, cuentan con dos marcas adicionales las cuales son: learnandtravel.com: es un programa de turismo educativo enfocado a jóvenes estudiantes, universidades y colegios que viajan con sus maestros para experimentar conocimientos que están aprendiendo en el salón de clases; los programas ofrecidos giran alrededor de las carreras que los estudiantes universitarios están llevando a cabo.</p> <p>shareandtravel.org: programa de Voluntariado siendo el mercado meta jóvenes, estudiantes, profesores, etc. con deseos de llevar a cabo proyectos de beneficio a comunidades en Centroamérica</p> |

Tabla 76 - Tour Operador SOL & TOURS EL SALVADOR

| | |
|--|--|
|  | SOL & TOURS EL SALVADOR |
| <p>TELÉFONO</p> | <p>2225-8093</p> |
| <p>CORREO ELECTRÓNICO</p> | <p>contactenos@solytours.com</p> |
| <p>PAGINA WEB</p> | <p>www.solytours.com</p> |
| <p>Servicios que ofrece</p> | <p>Tour arqueológico combinado con tour panorámico: Joya de Cerén y San Andrés, Parque Nacional Cerro Verde, Lago de Coatepeque</p> <p>Tour de ciudad diurno: Paseo General Escalón, Plaza Las Américas, Centro Histórico, Catedral Metropolitana de San Salvador, Teatro Nacional y Palacio Nacional, Monumento de los Desaparecidos en la Guerra y Planes de Renderos.</p> <p>Tour de montaña el pital: Cerro El Pital, La Palma y plantaciones de hortalizas y frutas.</p> <p>Tour puerto de la libertad: Puerto de La Libertad, Este tour incluye cocktail de bienvenida, almuerzo y uso de instalaciones en uno de sus principales hoteles de playa</p> |

Tabla 77 - Tour Operador PAPAGAYO ADVENTURES EL SALVADOR


|  PAPAGAYO ADVENTURES EL SALVADOR | |
|--|--|
| Contacto | Erick Gálvez , Gerente general y Evaristo Amaya Gerente de Operaciones |
| Teléfonos: | 7874-5113, 7929-6166, 2566-2882 |
| Correos | papagayo.booking@yahoo.com |
| Pág. Web | www.papagayoadventures.com |
| Dirección | Calle Francisco Menéndez, #1106, Col. Santa Cristina, San Salvador. |
| Opciones de tours: | <ul style="list-style-type: none"> • City Tour San Salvador y Volcán El Boquerón. • Volcán El Boquerón, Joya de Cerén y Vista al Lago de Coatepeque. • Arqueología Joya de Cerén, Tazumal y Vista al lago de Coatepeque. • Ruta de Las Flores. • Caminata al volcán de Santa Ana. • Cerro Verde. • Tours de Aventura: Canopy, Buggies, Clases de Surf, Sport Fishing y Buceo. • Tour Playa La Libertad. • Tour Costa del Sol (opción tour en lancha). • Suchitoto Colonial. • Todos los servicios cuentan con guías profesionales, vehículos recientes con a/c. |

Tabla 78 - Entrevista con Gerente de Parques Recreativos del ISTU

RESULTADOS DE ENTREVISTA

Convenio con tours operadores

En la entrevista no estructurada al Gerente de Parques Recreativos, Lic. Antonio Macal, se establece que actualmente el Parque Natural Cerro Verde no posee convenios con tours operadores; ya que en años anteriores se realizó una reunión con tours operadores para hacer convenios e incluir los parques recreativos dentro de sus rutas, pero la respuesta no fue satisfactoria debido a que consideran que los parques recreativos no cumplen con las expectativas para brindar a los turistas a quienes les ofrecen el servicio. A pesar de tal situación, incluyen entre sus rutas el Parque Natural Cerro Verde, Parque Walter T. Deininger y el Parque Acuático Los Chorros.

Entre otras situaciones que se menciona es el valor de la entrada a estos parques recreativos, ya que es mínima con respecto a los precios de los paquetes que los Tours operadores ofrecen, por lo que el margen de ganancia no se ve afectado en gran manera.

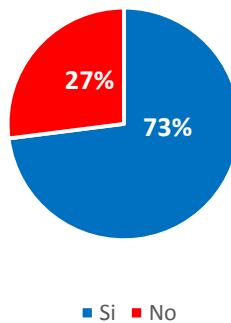
Además, otro de los puntos por las que no se llevó a cabo el convenio fue debido al fin que persigue cada Institución; el ISTU persigue un fin social y los Tours Operadores buscan un fin económico concluye el Gerente de Parques.

3.9 ANALISIS DE INFORMACION RECOLECTADA

3.9.1 Resultado de la investigación (encuesta)

1. ¿Ha visitado alguna vez el Parque Natural Cerro Verde?

Gráfica 15 - Porcentaje de personas que han visitado el cerro verde

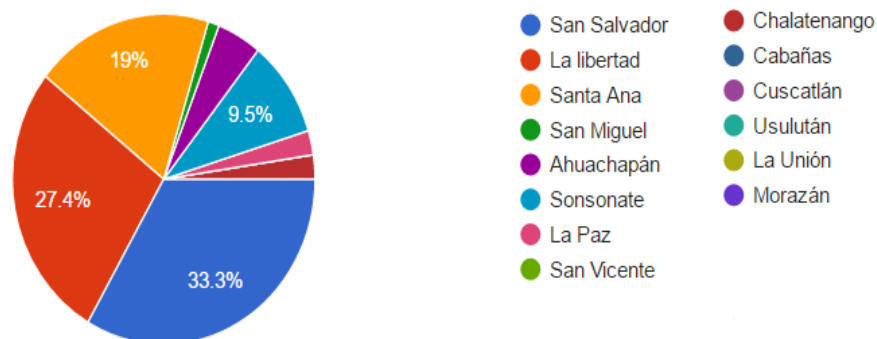


Análisis:

En esta pregunta es necesario hacer la salvedad que se pasaron 60 encuestas durante la semana santa en el parque natural cerro verde, el resto para completar la muestra se pasaron vía electrónica a diferentes personas que cumplían con el perfil determinado previamente. A esta pregunta el 73% respondieron que si han ido al parque natural cerro verde y solo un 27% no ha ido al parque, posteriormente se analizará las respuestas brindadas por este 27%.

2. Lugar de procedencia

Gráfica 16 - Lugares de procedencia de los visitantes al PNCV

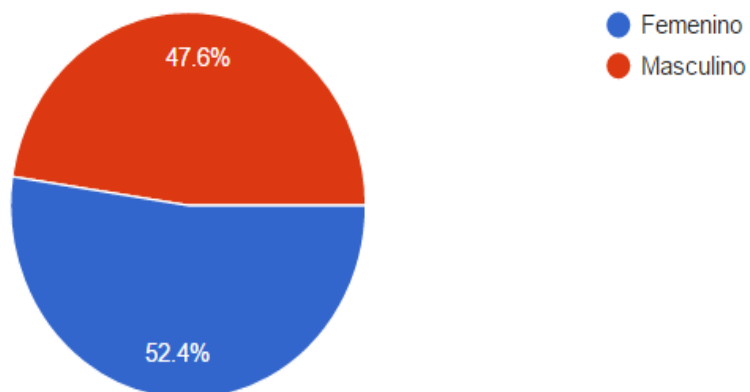


Análisis:

Como es posible observar el 60.7% de las personas que han dicho que si han visitado el cerro verde proviene de área metropolitana del gran San Salvador, mientras que un 28.5% proviene de las zonas cercanas al parque como Santa Ana, Chalchuapa, Sonsonate y armenia; es decir de zonas metropolitanas aledañas al PNCV.

3. Género

Gráfica 17 - Género de los encuestados

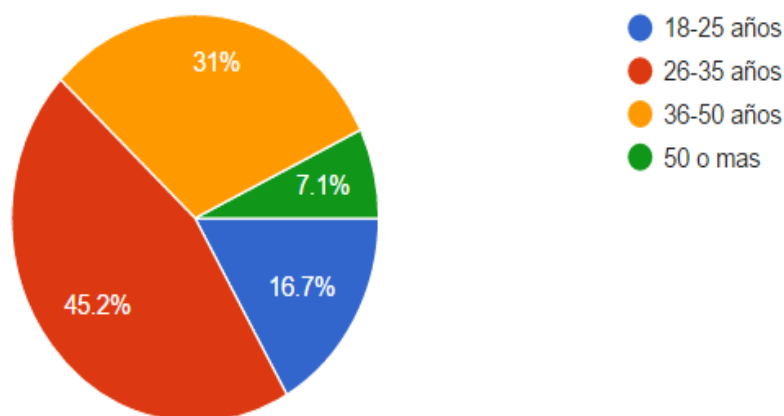


Análisis:

De las personas que aseguraron haber ido al PNCV, el 52.46% fueron mujeres, que contrasta con el 47.6% de hombres que aseguran haber ido al menos una vez al PNCV.

4. Edad

Gráfica 18 - Edad de los visitantes al PNCV

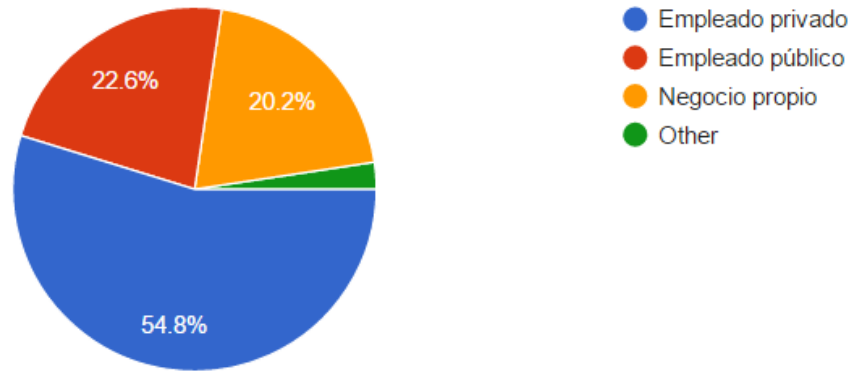


Análisis:

En cuanto a la edad de los visitantes que aseguraron conocer el PNCV, la gran mayoría oscila entre los 26 a los 50 años, representando el 76.2% de los encuestados, lo que representa un alto número de jóvenes que acuden al clima y ambiente de montaña que ofrece el parque, pero también representa un porcentaje importante de adultos jóvenes que buscan diversión y recreación familiar en un ambiente de montaña, por lo general se hacen acompañar de personas adultas de más de 50 años que son alrededor del 7.1% de los visitantes.

5. Profesión u oficio

Gráfica 19 - Profesión u oficio de los visitantes del PNCV

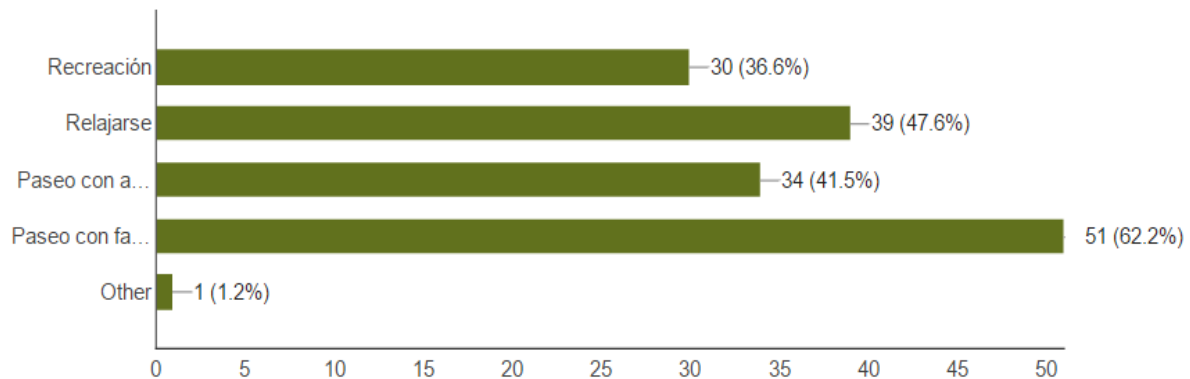


Análisis:

La mayoría de las personas que aseguran conocer el PNCV, son empleados del sector privado, representando el 54.8% de las personas consultadas, mientras que el porcentaje de empleados públicos es muy similar al de los emprendedores, que son el 22.6% y el 20.2% respectivamente.

6. ¿Cuál es el motivo por el que usted visita el Parque?

Gráfica 20 - Motivo de visita al PNCV

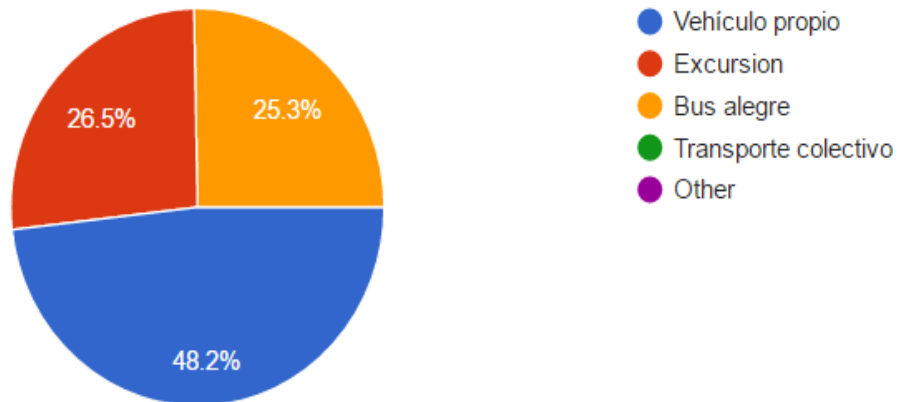


Análisis:

Debido a que esta es una pregunta en donde los encuestados podían seleccionar más de una respuesta, los valores de las marcas superan la cantidad de encuestas hechas, por lo que del total de personas que dijeron haber visitado alguna vez el cerro verde, el 62% manifestó que el paseo familiar es el principal por el que visitan el PNCV, mientras que también se eligió el motivo de relajación como uno de los motivos más populares a la hora de decidir visitar el PNCV.

7. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza para llegar al parque?

Gráfica 21 - Medio de transporte para llegar al PNCV

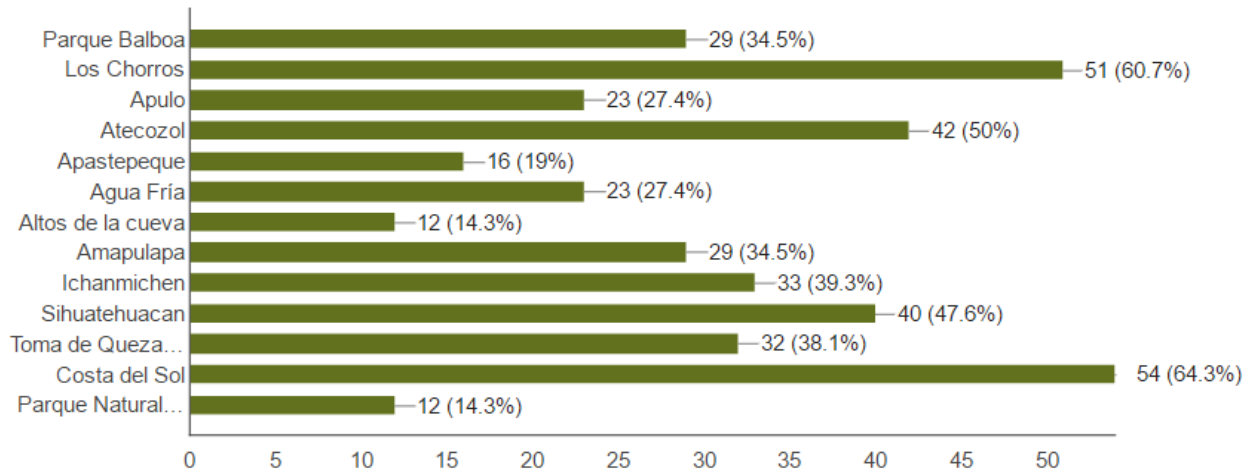


Análisis:

Para poder llegar al PNCV existen muchas maneras de lograrlo, pero el 48.2% de los encuestados manifestaron haber llegado en vehículo propio, a manera de inferencia estadística las personas que aseveraron lo anterior son personas con ingresos superiores a los \$550 y en su gran mayoría empleados del sector privado, mientras que un 26.5% dijo que iba únicamente en excursión, además el 25.3% hace uso del programa de buses alegres del ISTU.

8. ¿Cuáles de los siguientes parques acuáticos y naturales del ISTU ha visitado?

Gráfica 22 - Parques recreativos del ISTU más visitados

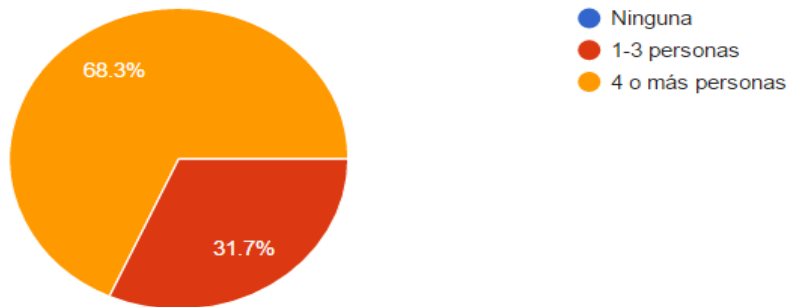


Análisis:

Al verificar los resultados de esta pregunta es de hacer notar el hecho que los parques que reciben mayor número de visitas, son los parques acuáticos especialmente los de destino sol y playa, mientras que los naturales como el Deininger y el Balboa representan el 34.5% de visitas hechas por los encuestados.

9. ¿Cuántas personas le acompañan normalmente en los viajes turísticos?

Gráfica 23 - Número promedio de acompañantes en viajes turísticos

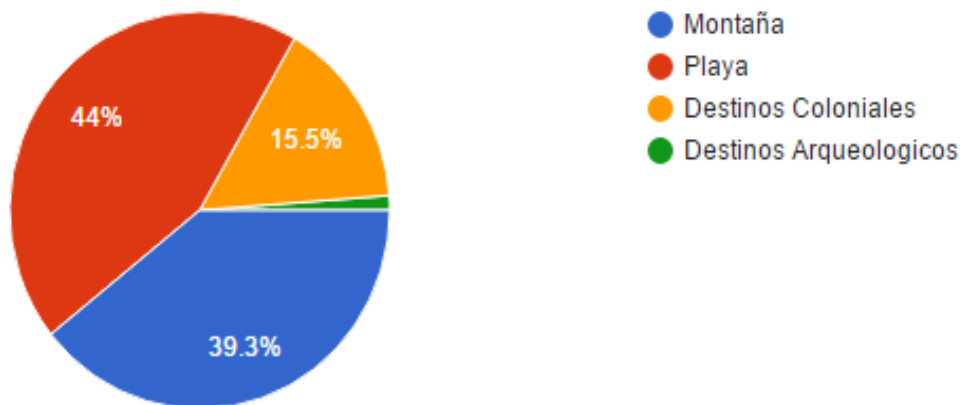


Análisis

En promedio el número de acompañantes de las personas que manifestaron haber visitado el PNCV, es de 4 o más personas, siendo el 68.3% mientras que el 31.7% se representa por visitantes y turistas que se hacen acompañar de entre 1 a 3 personas, lo que hace pensar que este tipo de paseos son de tipo familiar y con amigos, lo que sustenta la pregunta N°6 y valida las respuestas recibidas.

10. De los siguientes destinos turísticos en El Salvador ¿Cual prefiere para visitar y alojarse?

Gráfica 24 - Destinos preferidos para visitar

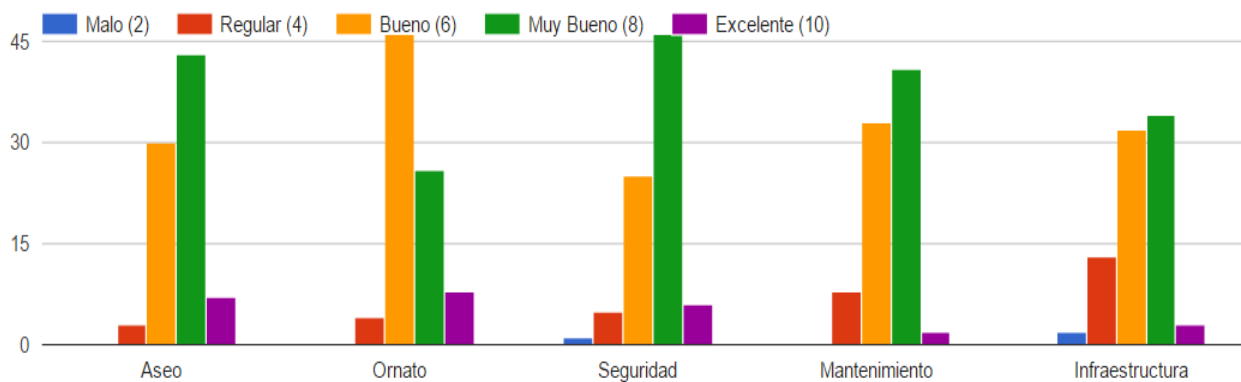


Análisis:

Al revisar la gráfica anterior, es posible observar que a pesar de que el 50% de las encuestas fue hecha in situ en el PNCV, el 44% de todos los encuestados manifiesta que prefiere los destinos de sol y playa, pero un nada despreciable 39.3% refleja gustar más de los destinos de clima templado y de montaña y solo un 16.7% gusta de los destinos arqueológicos y coloniales, esto amalgama de forma idónea con la edad de los encuestados que en su mayoría ronda de los 26 a 35 años, por lo que los destinos en donde exista aventura y adrenalina, son los más solicitados por este grupo poblacional.

11. ¿Cómo Califica los siguientes aspectos del Parque Natural Cerro Verde?

Gráfica 25 - Calificación de los aspectos claves del PNCV

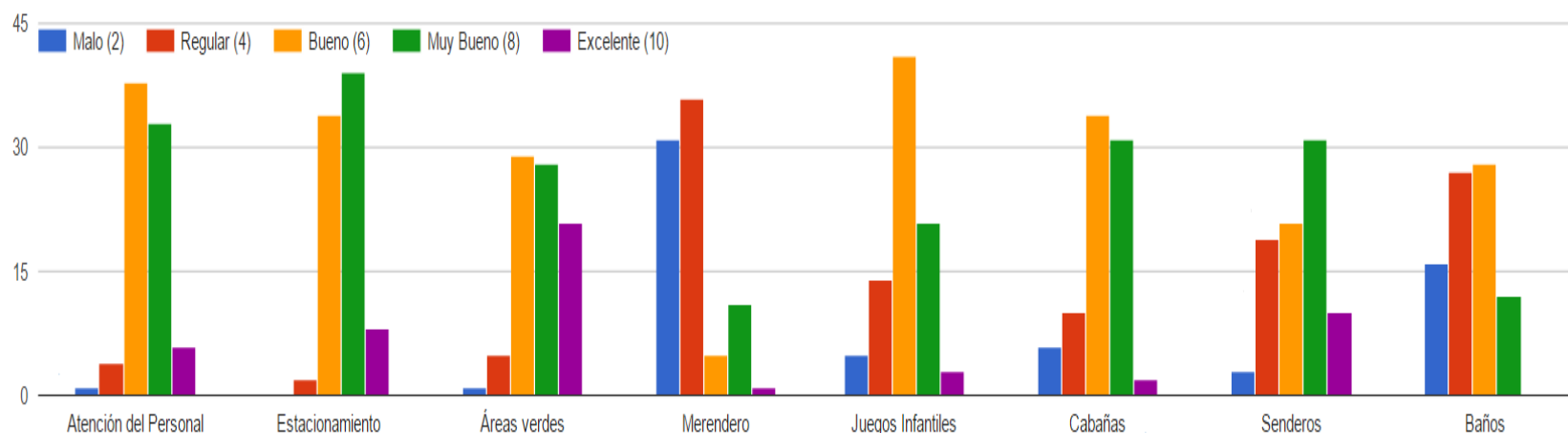


Análisis:

En líneas generales los aspectos más representativos del parque aparecen bien evaluados por la mayoría de los visitantes que manifiestan haber asistido a visitar el PNCV, pero se destacan el área de mejora respecto a la infraestructura del parque, por lo que en este punto es necesario buscar acciones que favorezcan la percepción de la población visitante.

12. ¿Cómo califica los siguientes servicios que se prestan en el parque?

Gráfica 26 - Calificación de los servicios del PNCV

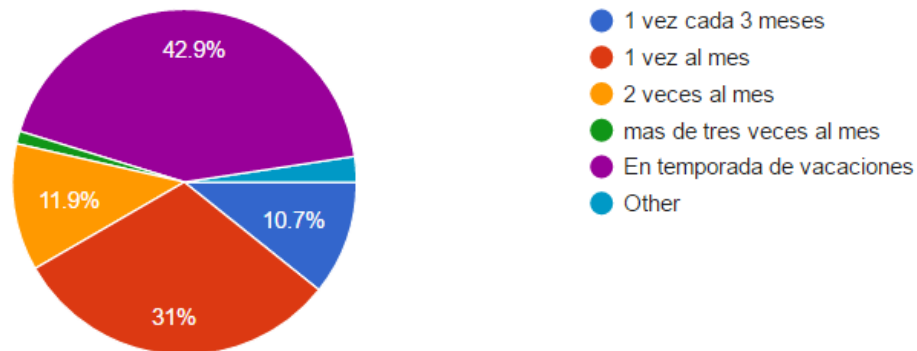


Análisis:

Los servicios tales como el estacionamiento, la atención del personal, el mantenimiento de áreas verdes y cabañas, oscilan en una nota promedio de 7, brindado por los encuestados, mientras que el merendero y senderos están muy por debajo del promedio anterior, estando en una nota de 2 y 4 como máximo, además la batería sanitaria también está bastante mal ponderada, por lo que los puntos anteriores son prioritarios para mejorar la percepción de los turistas y visitantes.

13. ¿Con que frecuencia realiza turismo en El Salvador?

Gráfica 27 - Frecuencia con que se realiza turismo nacional

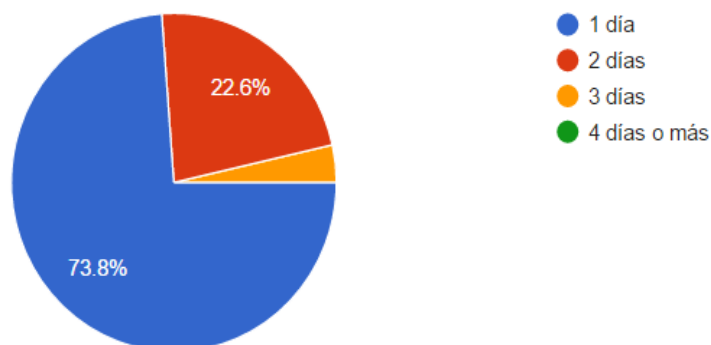


Análisis:

El 42.9% de los encuestados dice que realiza turismo únicamente en temporada de vacaciones, es decir semana santa, vacaciones agostinas y de fin de año, mientras que en contraposición está un 31% que afirma realizar turismo al menos una vez al mes, por lo general estos encuestados manifestaron que hacen uso de excursiones y buses alegres para desplazarse a los diferentes destinos turísticos ofrecidos en el país, mientras que las personas que poseen negocios propios y mayor rango de ingresos dijeron que realizan turismo 2 veces al mes, por lo que representan el 11.9% de los encuestados.

14. ¿Cuánto tiempo le dedica usted a las actividades turísticas?

Gráfica 28 - Tiempo dedicado a las actividades turísticas



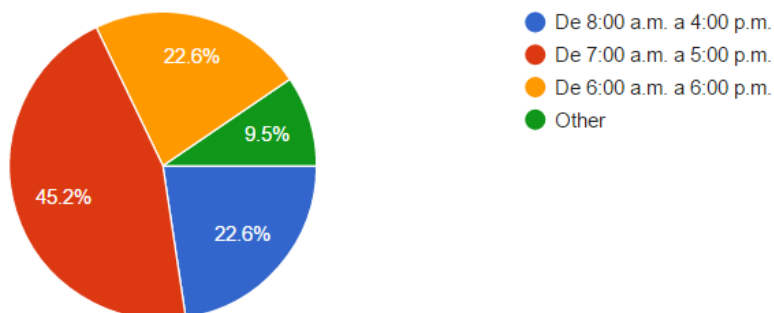
Análisis:

El 73.8% de los encuestados manifiesta realizar las actividades turísticas en un solo día (viaje del día) debido a los gastos o que se transporta en excursión o buses alegres, mientras que los encuestados con vehículo propio realizan las actividades en al menos dos días siendo el 22.6% de las respuestas recibidas y solo el 3.6% lo hace en 3 días como mínimo.

15. ¿Qué horario sugiere para el parque?

Gráfica 29 - Horario sugerido para la actividad del PNCV

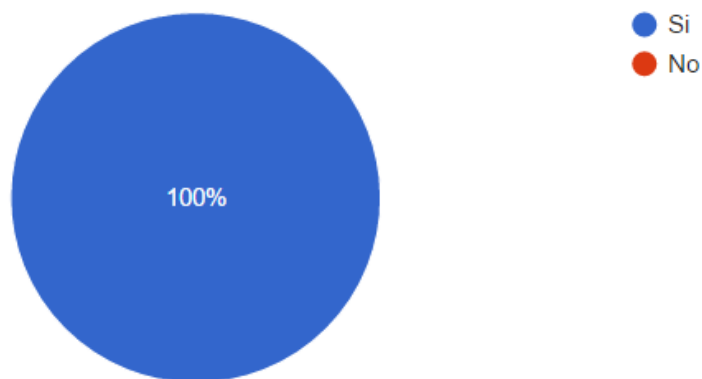
Análisis:



El 45.2% de las personas decía que creían buena opción ampliar los horarios del parque desde las 7 am hasta las 5 pm, con el propósito de disfrutar la puesta del sol y comer un postre o café en las horas más frescas del día, además un 22.6% decía que era conveniente mantener el parque abierto de 6 am a 6 pm para disfrutar aún más la naturaleza, claro está con la salvedad de que se ampliará la oferta turística del PNCV.

16. En las visitas que ha realizado al parque, ¿ha cumplido con sus expectativas?

Gráfica 30 - Cumplimiento de las expectativas de los visitantes

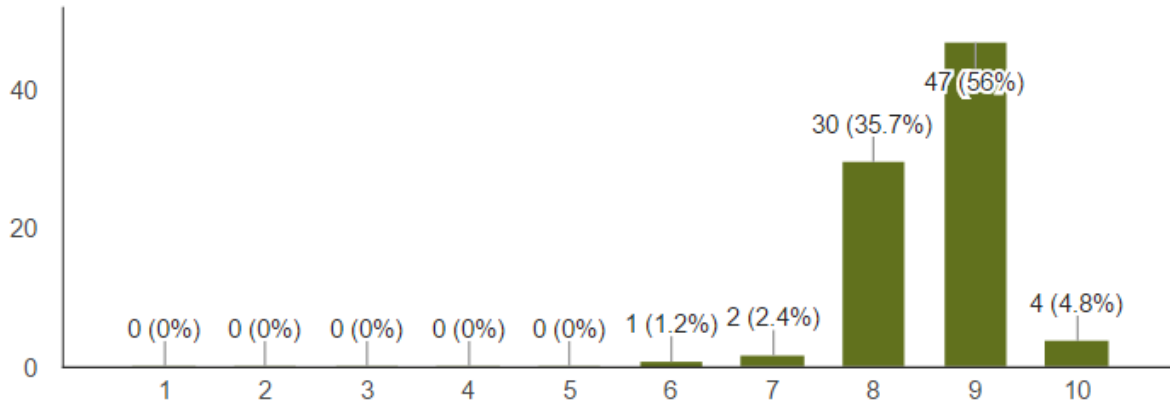


Análisis:

Este es un resultado excelente para el ISTU, ya que de todos los encuestados que dijeron haber ido al PNCV, el 100% estaba contento con la experiencia recibida y cumplía sus expectativas, a pesar que algunas veces se otorgaba una calificación baja a algunos de los servicios prestados por el parque, tal parece que la experiencia compensaba lo sucedido y brindada entera satisfacción a visitantes y turistas.

17. En la escala del 1 al 10, siendo el 10 de mayor escala ¿Qué puntuación le daría a los servicios que presta el parque?

Gráfica 31 - Calificación global del parque

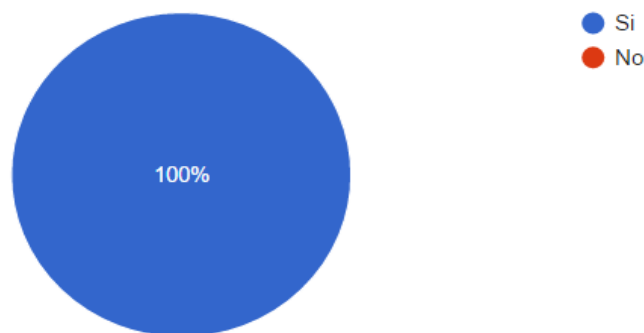


Análisis:

De forma general el parque está evaluado según la percepción de los encuestados en una nota global de 8.8, lo que lo sitúa en una posición privilegiada ya que las personas a pesar de que en preguntas anteriores califican de deficientes los servicios del parque, la experiencia vivida en él, hace mejorar la percepción global de los servicios brindados en el parque.

18. ¿Visitaría nuevamente el parque?

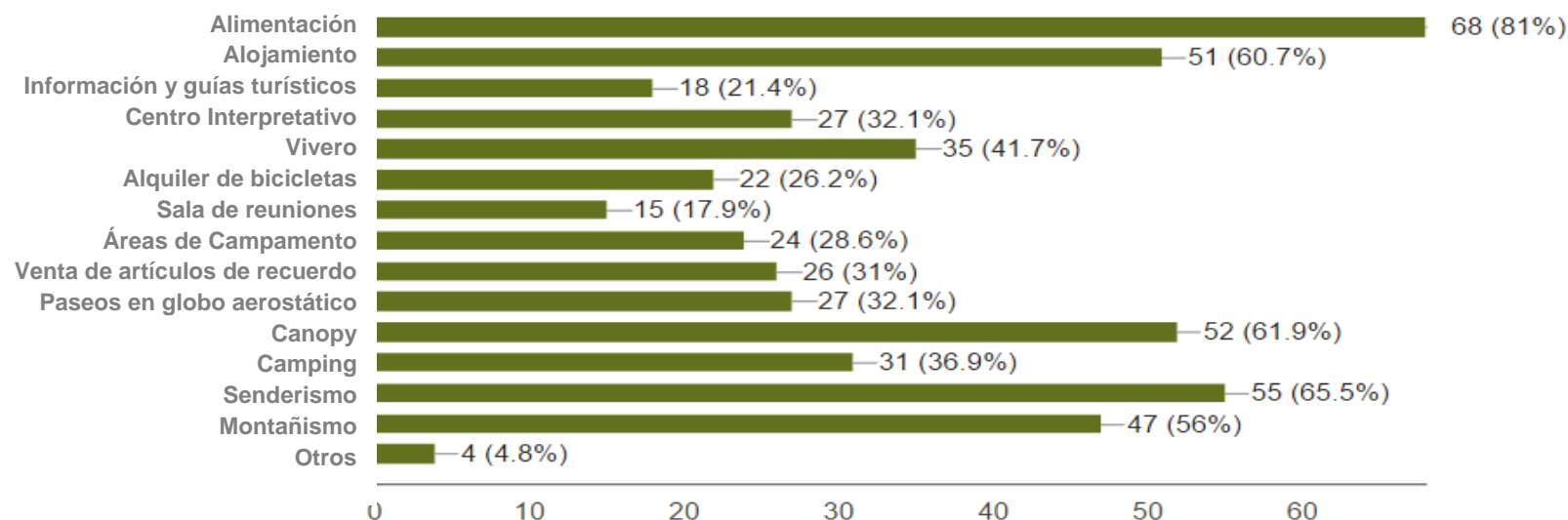
Gráfica 32 - Intención de visitar nuevamente el PNCV



Análisis:

El 100% de los encuestados tanto en las instalaciones del PNCV y los que manifestaron vía web que habían visitado el parque, manifestaron tener la intención de regresar y revivir la experiencia eco-turística ofrecida por el parque a través del ISTU.

19. ¿Qué servicios esperaría usted encontrar al visitar un parque eco-turístico de montaña? Seleccione al menos 5
Gráfica 33 - Servicios que se esperarían tener en el PNCV

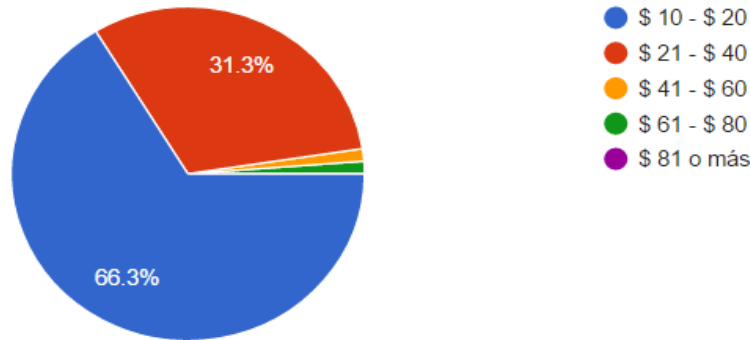


Análisis:

Las respuestas a este cuestionamiento son de suma importancia para el desarrollo del modelo de gestión para el PNCV, por lo que la gestión de los productos turísticos debe realizarse en miras de satisfacer las necesidades de los potenciales consumidores, claramente se puede observar que de las personas encuestadas, al menos en el 68 ocasiones se dice que se espera un lugar donde poder encontrar alimentación, algo diferente al actual merendero, también se resalta que en más de 50 oportunidades lo que representa arriba del 60% de las veces los consumidores han marcado las actividades eco-turísticas de montaña como lo son el canopy, el senderismo, el camping y el montañismo, también es posible que muchos de los encuestados hayan coincidido en la necesidad de un centro interpretativo, en el que se muestre la historia del parque y la fauna y flora que se presenta en la zona, también en el 60.7% de las ocasiones las personas marcaron el alojamiento como una opción que desearían encontrar en el PNCV, por mencionar los más populares, pero también podemos encontrar que al menos un 26% de las personas quisieran un área para reuniones y como dato extra una de las novedades en materia eco-turística son los paseos en globo aerostático que también figura entre las preferencias de la población consultada.

20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en total por un paquete de atractivos turísticos?

Gráfica 34 - Monto promedio a cancelar por paquetes en el PNCV

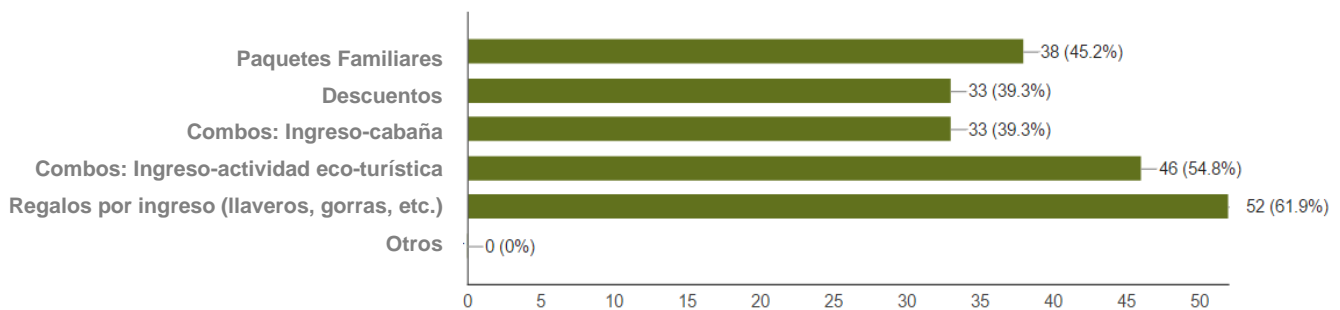


Análisis:

Una amplia mayoría de las personas respondió acorde a su nivel de ingresos y la frecuencia con la que realiza turismo en el país, alrededor de un 66.3% respondió que pagaría por un paquete familiar o individual entre \$10 y \$20, mientras que prácticamente la mitad de ellos, un 31.3% dijo que podría pagar entre \$21 y \$40 por un paquete familiar, lo que nos dice entre líneas que las personas efectivamente están dispuestas a gastar en las instalaciones del PNCV.

21. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que el ISTU ofreciera en el Parque Natural Cerro Verde

Gráfica 35 - Promociones deseadas por visitantes

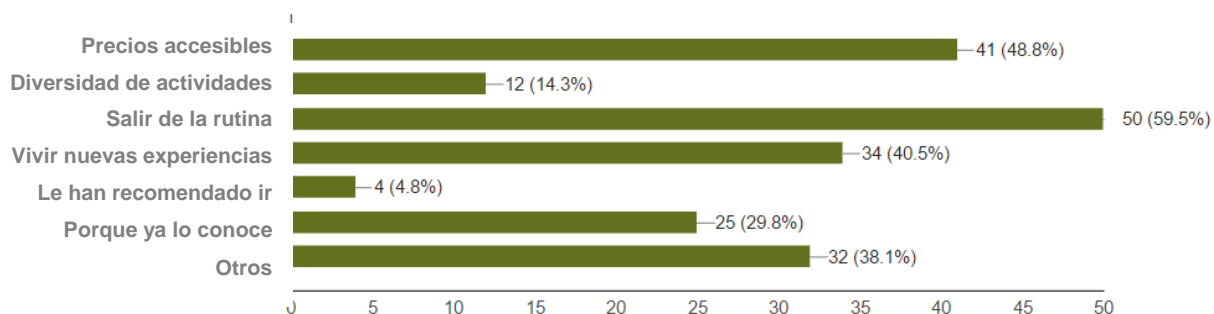


Análisis:

Las personas encuestadas gustarían que se le ofrecieran paquetes, ya sea individuales o familiares en donde se compre la entrada y se tenga derecho al uso de las cabañas o se le ofrezca alguna actividad eco-turística de montaña que los haga salir de la rutina y vivir nuevas experiencias en el PNCV.

22. ¿Por qué razones usted ha visitado el Parque Natural Cerro Verde?

Gráfica 36 - Razones de la visita al PNCV

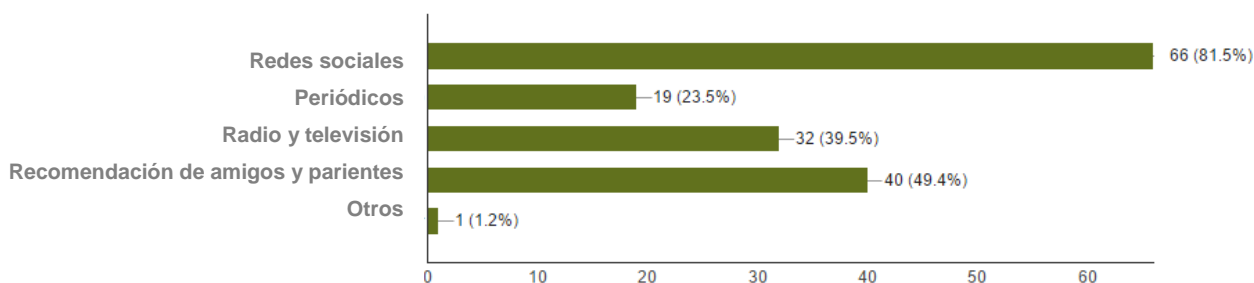


Análisis:

La principal razón por la que los encuestados visitan o han visitado el parque es debido a salir de la rutina con 50 votos que representan el 59.5% de los encuestados, mientras que la finalidad social del ISTU se refleja en que las personas mencionan que debido a los precios accesibles es otro motivo fuerte de su visita, alrededor de 48.8% de las personas han dicho que esta razón es muy importante en su visita, entre las personas cuyo rango de edad oscila de los 18 a 25 años mencionan que vivir nuevas experiencias es importante, es decir un 40.5%.

23. ¿Cómo se entera de las ofertas y promociones de los lugares turísticos?

Gráfica 37 - Forma de enterarse de las promociones turísticas

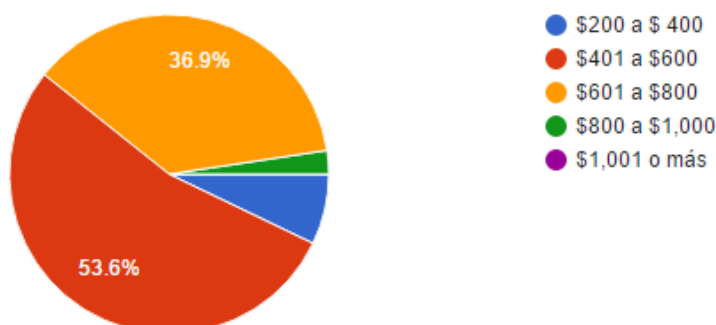


Análisis:

La mayoría de la gente es decir un 81.5% se entera de los festivales, promociones y demás actividades del parque a través de las redes sociales que favorecen el mercadeo del PNCV, pero también es de hacer notar el hecho que mucha gente al menos un 49.4% se entera por medio de otras personas que comentan sobre el parque; radio y televisión representan 39.5% de las opciones marcadas por los encuestados.

24. ¿Cuál es el rango de los ingresos familiares?

Gráfica 38 - Rango de ingresos familiares



Análisis:

Como se ha hecho mención en análisis anteriores esta pregunta es relevante para la diversificación de los servicios turísticos del PNCV, es posible observar que el 53.6% de las personas que han dicho que han visitado el parque poseen ingresos entre los \$401 y \$600, pero también un 36.9% está en un rango de ingresos de \$601 y \$800 lo que posiciona al parque en que el rango de ingresos de su afluencia promedio es muy superior al promedio al resto de parques administrados por el ISTU.

25. Según sus preferencias ¿Que le gustaría encontrar en el Parque Natural Cerro Verde?

Entre las opiniones vertidas por los turistas se encuentran las siguientes

| Respuesta | Porcentaje |
|--|------------|
| Restaurante y festival gastronómico | 25 |
| Mayor número de áreas de descanso y relajación | 17.85 |
| Zona de camping, mejores cabañas | 7.14 |
| Museo natural y mejores miradores | 7.14 |
| Circuitos para ciclistas | 3.57 |
| Otros atractivos naturales, que no riñan con la naturaleza | 3.57 |
| Mejores y más variadas ventas de recuerdos | 3.57 |
| senderos con flores y señalizados | 25 |
| Actividades extremas | 3.57 |
| paseos guiados | 3.57 |

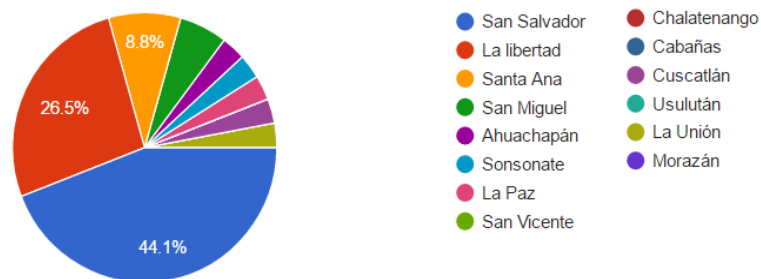
3.9.2 Resultados de la investigación (Sondeo)

La segunda parte de la encuesta, esta basada en un sondeo de opinion de las personas que nunca han visitado el Parque Natural Cerro Verde (PNCV), de la muestra de 120 encuestas necesarias y representativas, el 29% manifestó nunca haber visitado el parque, por lo que a fines investigativos es necesario conocer si estarían dispuestos a visitar el parque, y las razones para hacerlo o no.

Primera parte: Personas que nunca han ido al parque natural cerro verde.

26. Lugar de procedencia

Gráfica 39 - Lugar de procedencia (Visitante que no ha ido al PNCV)

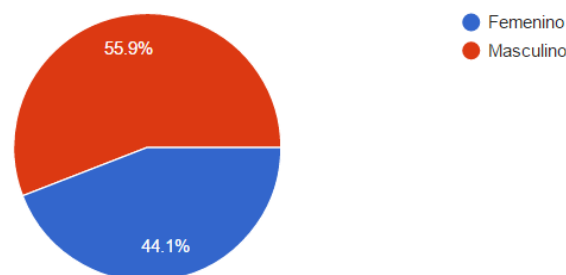


Análisis:

El 44.1% de las personas que manifestaron no haber ido nunca al PNCV, provienen del departamento de San Salvador, mientras que el 26.5% proviene de La libertad, lo que junto significa que el 70.6% de las personas provenientes del AMSS, el resto pertenece a zonas aledañas, es decir el 14.9 %.

27. Genero

Gráfica 40 - Género (Visitante que no ha ido al PNCV)

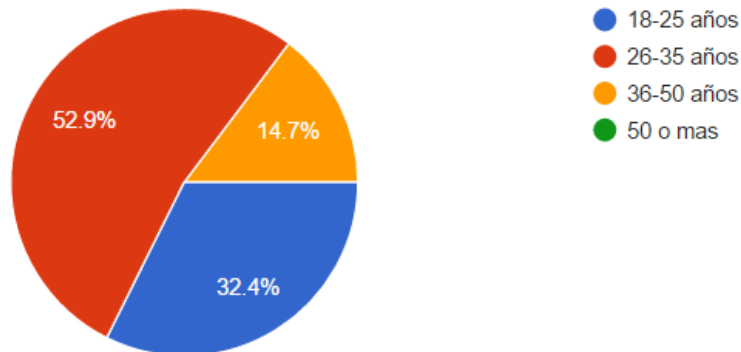


Análisis:

El 55.9% de las personas encuestadas son hombres, lo que contrasta con las personas que efectivamente han ido, mientras que 44.1% son mujeres y no han ido al PNCV.

28. Edad

Gráfica 41 - Edad (Visitante que no ha ido al PNCV)

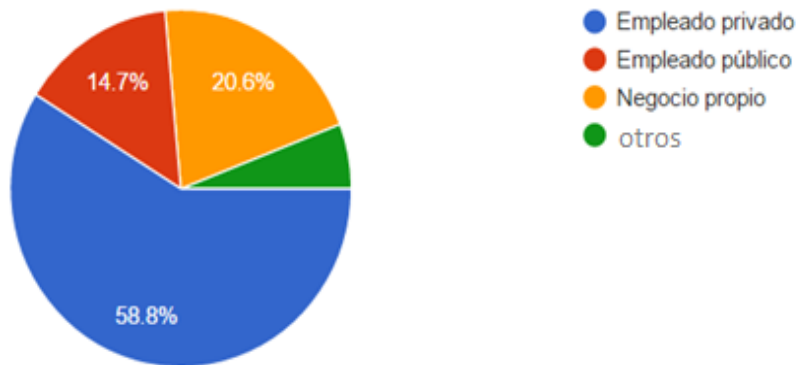


Análisis:

Aproximadamente el 53% de las personas que no han ido al parque ronda de los 26 a 35 años y de los 18 a 25 años esta el 32.4%, por lo que el mercado potencial delimitado en el perfil preliminar se mantiene.

29. Profesión u Oficio

Gráfica 42 - Profesión u oficio (Visitante que no ha ido al PNCV)

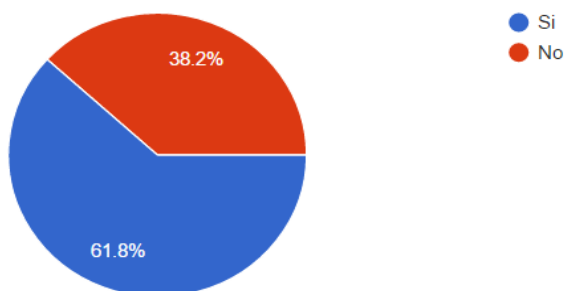


Análisis:

el 58.8 % de los encuestados que no han visitado al PNCV, son empleados privados que poseen ingresos muy similares a los registrados por los encuestados que efectivamente han asistido al PNCV.

30. ¿Estaría dispuesto/a a visitar el Parque Cerro Verde?

Gráfica 43 - Disposición a visitar por primera vez el PNCV



Análisis:

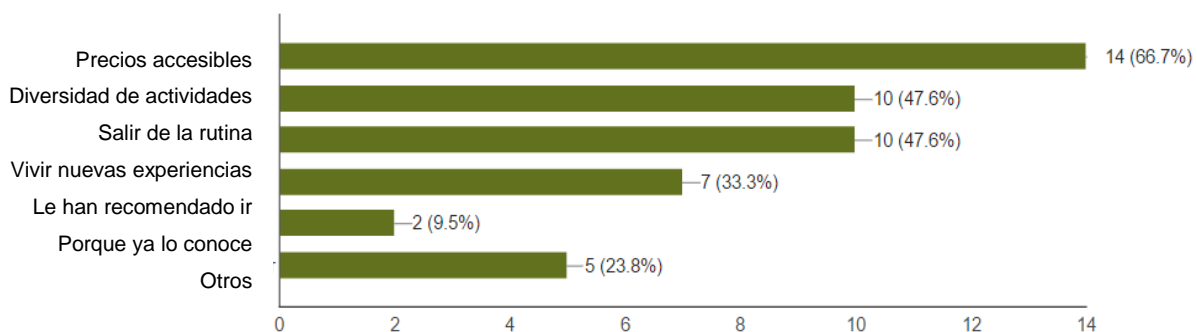
Esta pregunta refleja el buen posicionamiento del parque, ya que aunque los encuestados no conocen el PNCV estarían dispuestos a visitarlo y conocer sus atractivos, representan el 61.8%, mientras que el 38.2% no le interesa conocer el parque, por lo que posteriormente se sondea porque no desean visitar el PNCV.

Segunda parte: Personas que nunca han ido al Parque Natural Cerro Verde y están dispuestas a visitarlo.

Para poner en contexto, en esta parte se obtiene las respuestas de 21 personas que no conocen el PNCV y si están dispuestos a visitarlo, como lo afirma la pregunta N° 30.

31. ¿Por qué razones usted visitaría el Parque Natural Cerro Verde?

Gráfica 44 - Razones por la visitaría el PNCV

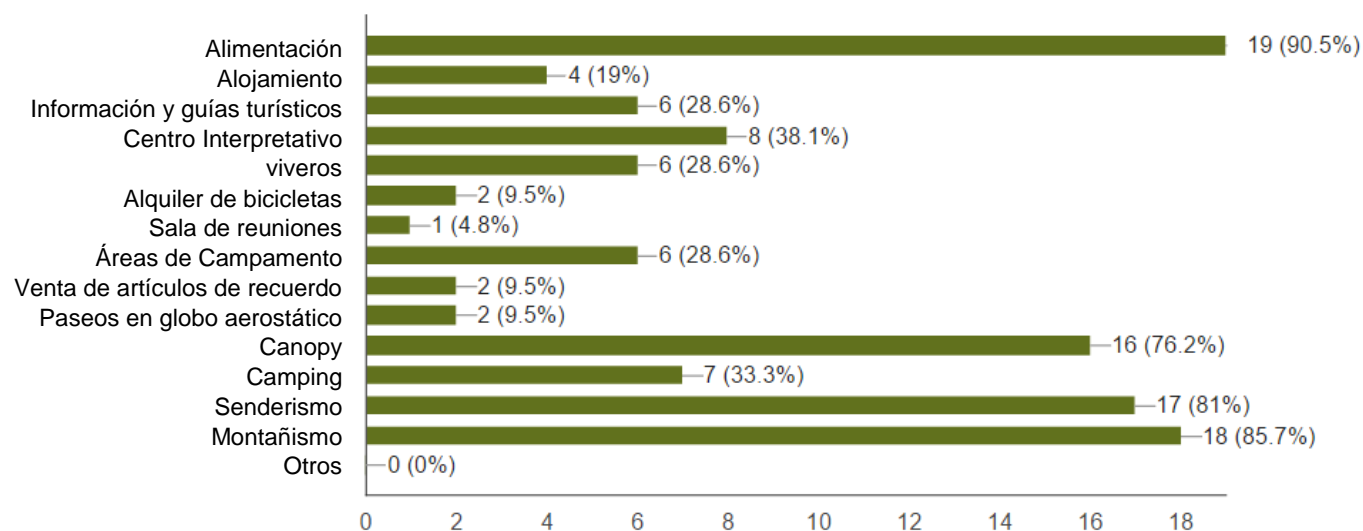


Análisis:

Entre las principales razones por las que las personas que no conocen el PNCV y que estarían dispuestos a visitarlo, están los precios accesibles con el 66.7%; salir de la rutina y las diversas actividades poseen 10 marcas cada una, lo que representa el 47.6% de los encuestados, claro está las nuevas experiencias también son un atrayente fundamental del PNCV.

32. ¿Qué servicios esperaba usted encontrar al visitar un parque eco-turístico de montaña? Seleccione al menos 5

Gráfica 45 - Servicios que se esperarían encontrar en el PNCV



Análisis:

Evidentemente las personas esperarían encontrar las típicas actividades eco-turísticas de montañismo, senderismo y canopy los cuales están arriba del 75% de las marcas de los encuestados, lo que refleja la necesidad de las personas que desean encontrar esa diversidad de actividades, también la alimentación es un rubro que los encuestados esperarían encontrar en el PNCV.

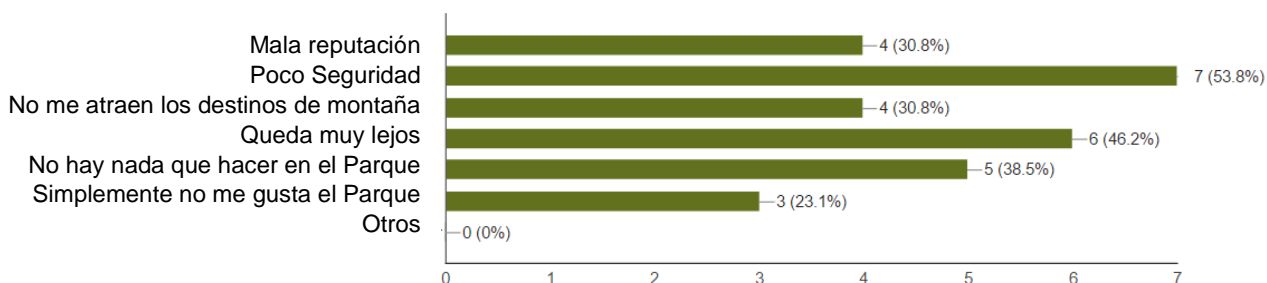
También es importante observar que la presencia de guías turísticos y un centro interpretativo, son elementos que deberían, según los encuestados existir en un parque como el del Cerro Verde.

Tercera parte: Personas que no ha visitado el PNCV y que no están dispuestos a visitarlo.

En esta parte de la encuesta, se realiza un sondeo en donde se indaga, el porque alguien que manifiesta nunca haber ido al PNCV, no desearía visitarlo y las razones que implusa tal decision.

33. ¿Por qué No visitaría el Parque Natural Cerro Verde?

Gráfica 46 - Razones por las que no visitaría el PNCV



Análisis:

Las variadas razones por las cuales las personas no visitarían el PNCV, van desde la poca seguridad que a percepción de los encuestados existe en el parque, con un 53.8% de las marcas recibidas, tambien está la lejanía del parque de su lugar de residencia, ya que recordando la pregunta N° 26 la mayoría vive en el AMSS, otro factor que se observa en los resultados de la encuesta, es que no hay nada que hacer en el PNCV con el 38.5% de las marcas hechas por los encuestados.

3.9.3 Análisis de entrevista a Gerente de Parques Recreativos

Sección I: Generalidades de la Gerencia

La Gerencia de Parques Recreativos posee una serie de funciones establecidas para el desarrollo de actividades las cuales se detallan a continuación:

- Elaborar y consolidar el plan anual operativo y el presupuesto de la Unidad;
- Intervenir en la solución de problemas laborales de cada centro recreativo, e informar a la Dirección Gerencia y a la Unidad de Recursos Humanos;
- Elaborar y consolidar por cada parque recreativo, el listado de materiales e insumos necesarios para el mantenimiento preventivo y/o correctivo;
- Participar en los procesos de licitación correspondientes a la Unidad de Parques Recreativos;
- Detectar necesidades de capacitación para el personal de centros recreativos e informar a Dirección Gerencia y a la Unidad de Recursos Humanos;
- Coordinar una adecuada supervisión de campo para lograr un mejor mantenimiento de las instalaciones en los centros recreativos, en lo referente a obras físicas, electricidad, fontanería, carpintería, mecánica de banco y jardinería;
- Coordinar la ejecución de proyectos de educación y saneamiento ambiental en los centros recreativos;
- Colaborar con la Unidad de Mercadeo en la coordinación de eventos recreativos y culturales de los turicentros y parques.
- Coordinar el diseño, ejecución y mantenimiento de jardines, así como el diseño ambiental, producción permanente de viveros, conservación de suelos, manejo de basura, control de contaminación y reforestación en los centros de recreación,
- Reportar avances periódicos de obras de mantenimiento en cada uno de los centros recreativos a la Dirección Gerencia;
- Planificar, coordinar y autorizar la programación de misiones oficiales, así como viáticos y horas extras del personal a su cargo;
- Velar que el funcionamiento de los merenderos y restaurantes esté acorde al reglamento para arrendamiento de locales;

- Integrar al Comité de Adjudicación de locales para arrendamiento;
- Informar mensualmente sobre el pago de arrendamiento de merenderos y restaurantes, e ingreso en concepto de pago de Vendedoras ambulantes;
- Analizar y autorizar solicitudes de ingreso a los diferentes centros recreativos de acuerdo a normativa vigente;
- Coordinar con la Gerencia de Proyectos a efecto que está elabore, diseñe y presupueste obras civiles en cada parque recreativo de acuerdo a necesidades detectadas.

Todas las funciones y actividades que se realizan en la Gerencia de Parques Recreativos contribuyen en el manejo del PNCV por medio de recomendaciones de mejora y administración del mismo, así como apoyo en las políticas y normativas que se deben cumplir dentro de las instalaciones del PNCV; además gestiona los proyectos tanto de infraestructura como administrativo, dichos proyectos se avalan a través de la Dirección ejecutiva, Presidencia, unidad de Proyectos y la Unidad de Parques Recreativos.

La Gerencia de Parques Recreativos se relaciona con otras gerencias del ISTU para coordinar el trabajo y evaluar las necesidades a ejecutar, estas gerencias son las siguientes: Gerencia Financiera, Gerencia de recursos humanos, Gerencia de proyectos, Gerencia administrativa, Gerencia de mercadeo. Además, mantiene relaciones con instituciones externas tales como MAG, MARN, CORSATUR, MITUR, ANDA y Fuerza Armada.

Uno de los puntos que pone énfasis el Lic. Macal (Gerente de Parques Recreativos), es el no poseer los recursos suficientes para desarrollar la adecuada gestión turística del PNCV, ya que no poseen un presupuesto adecuado a las necesidades que surgen.

Además, se considera que en el PNCV no se logra realizar todas las actividades que se requieren desarrollar y esto es debido a que no se cuenta con la cantidad adecuada de personal, lo que imposibilita por momentos el servicio turístico que la población demanda.

Sección II: Planeación

- La Gerencia de Parques Recreativos elabora planes específicos de las actividades a realizar a través del Plan Anual Operativo.
- La planeación por objetivos y la planeación por contingencias son los tipos de planeación que utiliza la Gerencia de Parques Recreativos y algunos aspectos que le sirven de base para realizar esta planeación son los siguientes:
 - Objetivos y metas de la Institución
 - Resultados anteriores
 - Variables externas tales como Medio ambiente, entorno económico, político y social.

- Políticas Gubernamentales
- Planes y programas gubernamentales.
- La gerencia cuenta con metas, políticas y objetivos bien definidos establecidos para el periodo de 1 año y estos se encuentran descritos en el plan anual, Plan de trabajo y el plan estratégico; todo colaborador que se desempeña en esta unidad tiene conocimiento de estos y a la vez un 5% de colaboradores participa en la elaboración por medio de aportes de ideas o elaborando planes específicos de cada unidad o sección; pero también al momento de establecer metas no se destinan los recursos necesarios para su cumplimiento y algunas técnicas que utilizan como controles dentro de la planeación es el presupuesto y los programas de actividades.
- La planeación del PNCV es realizada por el Sr Francisco Rosa Jaco (Administrador), quien se encarga además de elaborar el presupuesto con la ayuda de un supervisor, para luego ser evaluado por el Gerente de Parque Recreativos.
- El área de mercadeo se encarga de realizar las actividades de los buses alegres que trasladan a los turistas y visitantes a los distintos parques, entre ellos el Cerro Verde, las caminatas a los senderos y al volcán, son los guías turísticos quienes se organizan con el apoyo de POLITUR.

Sección III: Organización

- La misión y la visión de la Unidad de Parques Recreativos y del ISTU son conocidas por todo el personal que labora para esta institución; a la vez se cuenta con Manual de Organización, Manual de Procedimientos y Manual de Descripción de Puestos, según el Lic. Macal cada trabajo que se desarrolla se cumple según lo establecido en los manuales.
- Los medios de comunicación que se utilizan en el ISTU para mantener informado al personal son las reuniones periódicas y las notas escritas donde incluyen los memorándums, circulares o avisos; dicha comunicación se considera buena y la forma de dar las ordenes es verbal y escrita, a pesar de lo anterior se califica regular el grado de responsabilidad del personal bajo el cargo de la gerencia.
- En el caso de tener personal nuevo en el parque se le orienta por medio del manual de bienvenida, una explicación verbal de las actividades a realizar y además de un proceso de inducción.
- El manejo de la información dentro de la institución se realiza por medio de manuales, red computarizada y computadora personal, pero la gerencia de Parques Recreativos considera que se necesitan más recursos para el manejo de la información, ya que este proceso es demasiado lento.

Sección IV: control

- Por medio de las hojas de evaluación se realiza el proceso de control de las actividades y el rendimiento de estas.
- Las actividades la Unidad de Parques recreativos están siendo evaluadas dos veces durante el año.
- En el caso de detectar un problema dentro de la Unidad de Parques Recreativos, está en toda facultad de resolverlo el jefe inmediato.
- Las acciones que se toman en situaciones donde se detectan errores o desviaciones del desarrollo de las actividades son:
 - Redefinición de metas.
 - Modificación de los planes
 - Rotación o cambio de personal
- Según el Lic. Antonio Macal en el momento de comparar los resultados obtenidos con respecto a lo planeado, el grado de cumplimiento es parcial y es considerado en un 80% del total; en tales situaciones se encargan de revisar los resultados obtenidos y a la vez analizar y buscar las causas de los resultados que se obtienen.
- El factor que más influye a la hora de evaluar el cumplimiento de los planes es la falta de recursos, por lo que la gerencia y los parques están obligados a priorizar la solución de los problemas y solventar total o parcialmente los más inmediatos.
- Al momento de cuestionar la actitud frente al ofrecimiento de un modelo de gestión turístico que ayude al Parque Natural Cerro verde a mejorar su funcionamiento, la respuesta fue positiva y se considera que sería excelente poseer un modelo de gestión turístico, ya que mejoraría la administración del parque.

3.9.4 Análisis de encuesta de Administrador del Parque Natural Cerro Verde

La entrevista realizada al Sr Francisco Rosa Jaco, quien funge actualmente como Administrador del Parque Natural Cerro Verde, se ha desarrollado en 4 secciones, en las cuales se conoce el funcionamiento de la actual administración del parque.

Sección I: Generalidades de la administración

El Administrador del Parque Natural Cerro Verde es el encargado de organizar, coordinar, dirigir y supervisar las actividades a desarrollar en el centro de recreación, por el personal bajo su responsabilidad, cumpliendo con las metas y objetivos institucionales, y a la vez brindando adecuada atención a los visitantes.

Las funciones del administrador del parque son las siguientes:

- Elaborar Plan Anual Operativo con su respectivo presupuesto y presentarlo a la Unidad de Turicentros y Parques.
- Coordinar con el Caporal y Jefe Guardaparques, las actividades a realizar semanalmente de acuerdo al PAO.
- Dirigir reuniones con el personal sobre manejo de los servicios.
- Supervisar labores de mantenimiento y vigilancia.
- Realizar supervisiones periódicas a Bodega.
- Coordinar el trabajo con la Unidad de Parques Recreativos.
- Controlar asistencia del personal y reportar mensualmente al Supervisor.
- Coordinar campañas de higiene, limpieza y ornato en el parque.
- Inspeccionar funcionamiento de merenderos, restaurantes y ventas varias en relación a reglamento e informar al Jefe de Parques Recreativos su incumplimiento.
- Custodiar y entregar fondos percibidos en los parques a empresas de seguridad.
- Velar por la protección y conservación de bienes existentes en Centro Recreativo.
- Corregir disciplinariamente al personal bajo su responsabilidad y reportar anomalías de acuerdo a normas establecidas.

- Coordinar con el Sistema Básico de Salud Integral (SIBASI) regionales, charlas de Manipulación de Alimentos, Exámenes de Laboratorio, Fumigaciones e informar de los resultados a la Gerencia de Parques.

Algunas de las actividades que se realizan con mayor frecuencia según el Sr Francisco Rosa Jaco son las siguientes:

- Llevar control de ingreso, tickets vendidos, saldos al final del día (Arqueos de Caseta).
- Manejo de la entrega y salida de especies Fiscales.
- Programación de actividades semanales.
- Elaboración de informes semanales.
- Elaboración de plan de Trabajo Anual, desglosado en planes mensuales.
- Control de personal por medio de observación directa e informes en libros donde se detalla la asistencia, permisos, incapacidades, amonestaciones, cumplimiento de actividades asignadas, etc.
- Coordinar y dirigir actividades, por medio de asignación de personal.
- Supervisión de ejecución de actividades por medio de recorridos alrededor del Parque.
- Supervisión de: Equipos de trabajo, limpieza en las diferentes áreas del Parque Recreativo (Sanitarios, cabañas, glorietas, senderos, estacionamiento), Registro y Control tanto Vehicular como peatonal.
- Mantener comunicación constante con los agentes de la PNC.

Ahora bien, según el administrador se pueden identificar amenazas y oportunidades para el PNCV, tales como las siguientes:

Amenazas:

- La falta de agua en el parque ya que limita ciertas actividades operativas, tales como el riego de áreas verdes en época de verano y la limpieza de sanitarios en situaciones de mayor afluencia de turistas.
- La calle de acceso al parque está en malas condiciones
- Recursos Humanos y Equipo de trabajo limitado.
- Nivel de Cultura de los visitantes.

Oportunidades

- La diversidad de recursos con que cuenta el parque.
- Las tarifas de ingreso
- El personal posee la experiencia suficiente en el manejo de los parques

Sección II: Administrativa

En el PNCV se planifican todas las actividades rutinarias, entre las que se encuentran:

- Limpieza General.
- Labores de Jardinería, tanto de poda, siembra, riego, abono, etc.
- Vigilancia de áreas de descanso, senderos, caseta, entradas y salidas
- Mantenimiento de senderos, instalaciones, áreas de descanso, sanitarios y demás áreas en general.
- Verificación de limpieza e Higiene en merendero.
- Labores de Pinta de Infraestructura en general (mesas, asientos, cabañas, glorietas, juegos mecánicos, áreas de descanso, etc.).
- Reparación y cambio de basureros, mesas, e infraestructura en general.
- Reporte de los ingresos y egresos monetarios.

Los involucrados en la elaboración de la planificación son el Administrador, Jefe Guardaparques y Caporal, dicha planificación debe ser aprobada por el Gerente de Parques Recreativos, quien funge como jefe inmediato del administrador.

El PNCV posee su propia estructura organizativa tal como se muestra a continuación:

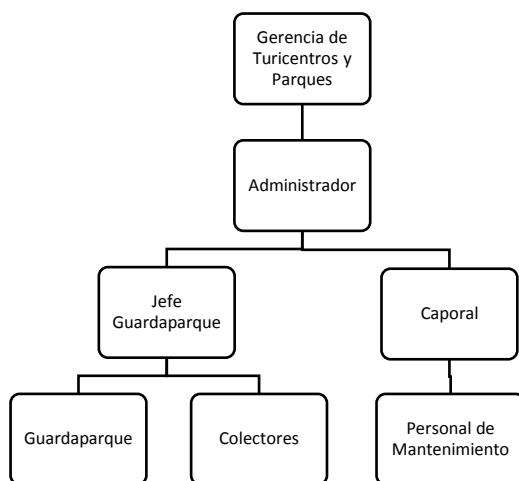


Figura 41 - Estructura Organizativa PNCV

El total de personas que laboran en el PNCV son 14 de las cuales 6 están en el área administrativa y 8 en operaciones, la mayoría del personal habita en zonas cercanas al parque, pero un número pequeño viaja desde el AMSS. El Sr Rosa Jaco considera que la estructura organizativa es adecuada y facilita el flujo de información tanto escrito como verbal, a la vez considera que el equipo de trabajo se encuentra capacitado para la tomar acciones correctivas ante cualquier situación que surja.

El ambiente laboral, según el administrador es de armonía entre el personal y esta favorecido por el entorno de tranquilidad que existe en el parque.

Los medios o incentivos que existen en el parque, son reconocimientos personales o colectivos por el buen desarrollo del trabajo, debido a que no cuentan con los recursos necesarios para motivar al personal de forma diferente; a pesar de tal situación se brindan horas extras y tiempos compensatorios, lo cual motiva en cierta manera a mejorar el desempeño.

En el caso de las capacitaciones, existen a nivel institucional y se enfocan en temas relacionados a la atención al cliente y a la mejora continua.

Al consultar sobre los manuales administrativos utilizados, el Sr Rosa Jaco indica utilizar el manual de funciones y a la vez basarse en los reglamentos de la institución, en el cumplimiento de sus labores. Además, los controles que se llevan en el desarrollo de actividades que se ejecutan en el PNCV se encuentran los siguientes:

- Observación directa, por medio de recorridos periódicos.
- Cada empleado tiene un archivo personal donde se especifica, ausencias, incapacidad, amonestaciones, etc.

- El Jefe de Guarda Parques y el Caporal, hacen un informe semanal acerca de las actividades realizadas que están establecidas en el Plan de Trabajo.
- Estadísticas que muestran el avance en el desarrollo de las actividades programadas.
- Bitácora donde se hacen reportes semanales. Mensuales y anuales; de modo de comparar al final de cada periodo lo ejecutado versus lo planeado.
- Libros de control de especies fiscales, entrega de dinero, buzón, inventarios, etc.

Sección III: Gestión de los servicios del Parque Natural Cerro Verde

Una de las formas de medir la satisfacción de los consumidores acerca del servicio ofrecido en el PNCV es por medio del buzón de sugerencias, donde se les da la oportunidad de brindar la opinión acerca de la experiencia vivida en el parque y que esto a su vez sirve para mejorar el servicio que se da.

El mantenimiento que se da a las instalaciones del PNCV es de índole preventivo y correctivo, pero en su mayoría por los pocos recursos destinados al parque, se realiza el mantenimiento correctivo; en las situaciones de dar mantenimiento preventivo se realiza a las siguientes infraestructuras:

- Juegos de niños, cabañas, servicios sanitarios y tanques plásticos (tres veces al año)
- Limpieza en áreas generales (servicios sanitarios, pasillos, estacionamiento, cabañas, áreas de descanso, jardines, juegos para niños, etc.) todos los días.
- Poda de jardines, maleza, etc.; se lleva a cabo periódicamente.
- Cambio de basureros, una vez al año.
- Senderos de los Parques Naturales, tres veces al año.

El equipo de operación y mantenimiento con el que cuenta el PNCV es el siguiente:

- Motoguadañas.
- podadoras
- Bombas Achicadoras.
- Motobombas.
- Motosierras.
- Bombas fumigadoras.
- Radios de comunicación.
- Palas metálicas, escobas metálicas, cumas, azadones, piochas, carretillas, cepillos, tijeras de podar

A todo el personal que labora en el parque se le brinda el equipo de trabajo necesario para desempeñar sus labores, entre estos se encuentran: botas plásticas, guantes plásticos, uniformes y calzado.

A pesar de contar con el equipo de operación y mantenimiento el Sr Rosa Jaco menciona que no es apropiado para brindar un servicio eficiente y que habría que mejorarlo, pero a pesar de tal situación actualmente logra cumplir su objetivo.

Actualmente se considera que los servicios brindados pueden mejorarse y así dar una mejor atención al visitante, para tal situación se podría hacer algunos cambios tales como los que se mencionan a continuación:

- Programar con mayor frecuencia capacitaciones para el personal.
- Contratar más personal.
- Proveer de mejores y modernos equipos y mobiliario.
- Se invirtiera en la remodelación de las instalaciones del parque.
- Disminuir la burocracia cuando se solicita la reparación o compra de equipo.
- Mejorar los incentivos a los empleados.
- Existencia de herramientas de manera constante.

El manejo de los desechos sólidos del parque se realiza de la siguiente manera:

- El personal se encarga de trasladar la basura al acopio.
- Se le pagan \$200 a camión para el retiro de la basura de las instalaciones del parque, esto se realiza de 2 a 3 veces al año.

En ciertas ocasiones se ha organizado un equipo de análisis para el mejoramiento de los servicios del parque, y su resultado se ha convertido en un incremento de visitantes y turistas, lo que conlleva al incremento de los ingresos y la existencia de eventos desarrollados más seguidos.

El personal del PNCV es estimulado para adoptar ideas tendientes al mejoramiento de los servicios turísticos y es tomada en cuenta toda idea que surja.

En ciertas ocasiones los visitantes han sugerido la implantación de nuevos servicios, tales como canopy, mejora de los juegos de niños e incremento en el número de mesas, por lo que se considera viable la introducción de nuevos servicios en el parque todo y cuando esté en equilibrio con el medio ambiente, tal es el caso según consideración de la administración la implantación de canopy y mejoras en los senderos.

Sección IV: Gestión de la comercialización

Uno de los factores considerados por el Sr Rosa Jaco es la violencia a nivel nacional por la que cruza el país, a pesar de eso hace énfasis que en la carretera que conduce al parque no se ve afectada por la misma; pero POLITUR se mantiene al tanto de cualquier situación que

pudiese suceder y en las caminatas a los senderos, los guías se hacen acompañar de dos policías de los 24 existentes en la zona.

Los planes de comercialización que busquen abrir nuevos mercados, se encarga específicamente el área de mercadeo, creando estrategias de mercado para incrementar la afluencia de turistas y visitantes al PNCV.

Algunos de los medios utilizados para comercializar los servicios del parque son:

- Entrevistas televisivas
- Participación en la radio
- Calendarios
- Brochures, entre otros

3.9.5 Resultados de las entrevistas con la competencia

De las entrevistas realizadas a los administradores de la competencia directa, ha sido posible recavar importante y valiosa información para conocer las forma en que la competencia logra gestionar los servicios que brinda, y que de manera directa influye en la llegada de turistas al PNCV.

Las entrevistas fueron realizadas a los administradores de Cabañas Campo Bello, Don Manuel Jimenez, y del Paso del Alaska Resort, René Girón, la entrevista realizada al administrador de Campo Bello, se realizo in situ y fue del tipo no estructurada; en la entrevista fue posible conocer los pormenores de la gestión administrativa interna, los precios de los servicios y productos ofrecidos en el lugar, el sistema de alimentación, entre otros, que se detallaran más adelante; es de resaltar el hecho que la entrevista realizada al Sr. Girón, administrador del Paso del Alaska Resort, fue hecha vía electrónica, valiéndose de los medios tecnológicos actuales, para poder indagar en la información necesaria.

A continuación se presenta el análisis de los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a la competencia directa del parque, en ellos se plasma la importancia de conocer adecuadamente las ventajas competitivas que presentan los competidores, con el firme propósito de crear estrategias de valor que aumenten el flujo turístico del parque.

CABAÑAS CAMPO BELLO

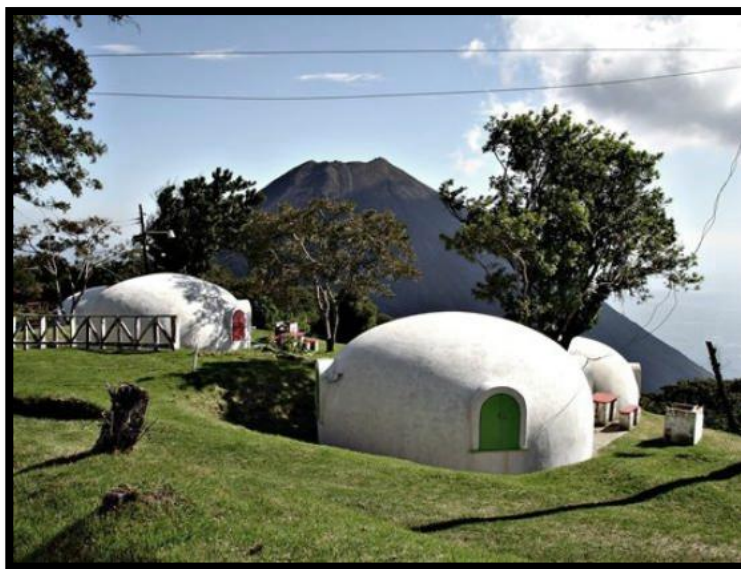


Imagen 64 - Cabañas Tipo Iglú, Campo Bello

La entrevista realizada al administrador de Cabañas Campo Bello, Sr. Manuel Jiménez, fue realizada de forma no estructurada, por lo que los resultados que se obtienen de dicha entrevista, se presentan de resumida, dando paso a definir adecuadamente las deducciones que de ella se obtienen.

Servicios turísticos.

Los servicios turísticos brindados por Cabañas Campo Bello son los siguientes:

a) Alojamiento

Actualmente se cuentan 8 cabañas tipo iglú, 4 cabañas tradicionales, una casa menor y una casa mayor, con lo que se brinda un servicio aproximado a 50 personas cómodamente establecidas.

b) Área de camping

El espacio destinado para esta actividad, es de 1 Mz, en él se pueden albergar alrededor de 25 tiendas de acampar con más o menos 3 personas por tienda, las tiendas no se alquilan en el lugar, por lo que los implementos deben ser llevados por los turistas.

c) Alimentación

El servicio de cafetería está disponible 24/7, ya que los colaboradores en esta área son los mismos colonos de la finca, y su vida diaria se desenvuelve en la zona, por lo que la disponibilidad del servicio es permanente.

d) Cabalgatas guiadas

Los turistas y visitantes de Campo Bello, tienen la posibilidad de contratar tours guiados a caballo, que son brindados por lugareños, quienes, a precios módicos, brindan un tour guiado de excelentes características.

e) Ventas de recuerdos y suvenires

Existe una especie de mini bach, dentro de las oficinas administrativas donde los turistas y visitantes pueden adquirir recuerdos de la visita, tales como café de la finca campo bello, miel y otros artículos que hagan recordar la experiencia vivida en campo bello.

f) Sala de reuniones

Es posible alquilar una sala de reuniones, con capacidad hasta 50 personas, también según el paquete contratado, Campo Bello puede brindar el servicio de alimentación para las personas asistentes a la sala de reuniones.

Gestión Turística.

En este campo específico, la gestión es supervisada por la empresa madre de la finca, la cual es RICIER S.A. de C.V., esta empresa emana los lineamientos que el administrador y su equipo operativo deben seguir para llevar a buen término los objetivos trazados por la alta gerencia.

Políticas de alojamiento.

- Los huéspedes deben hacer el chequeo de entrada a las 5:00 pm y deben desalojar la habitación a las 4:00 pm.
- Solo se permite un máximo de 2 personas extras por habitación, según el número de huéspedes que se asigna por cabaña

Operación de los servicios

- Existe un encargado de área, para cada servicio prestado por Campo Bello, quien es responsable de brindar el mejor servicio posible a los turistas y visitantes.
- Las cabañas se asean en 45 min, por lo que debe quedar un margen de 15 min para inspeccionar el estado físico y funcionamiento de todas las facilidades en las habitaciones.
- El tiempo mínimo de espera para la alimentación solicitada por el cliente, es de 15 min y varía dependiendo del platillo solicitado.
- Las capacitaciones al personal no están contenidas en la gestión de los servicios.

Vale la pena mencionar que, la administración dicha como tal, no involucra los términos básicos de la gestión turística, aunque presenta ciertos esbozos de la misma, pero la gestión a niveles específicos de turismo, se realiza de forma casi empírica.

PASO DEL ALASKA RESORT



Imagen 65 - Entrada al Paso del Alaska Resort

La entrevista a este competidor fue realizada vía web con el Ing. René Girón, quien es el gerente general del Paso del Alaska Resort, la entrevista fue realizada de forma no estructurada, pero los resultados y los hechos que se pudieron indagar durante la entrevista son plasmados a continuación.

Servicios turísticos

En este sentido el Paso del Alaska Resort, verdaderamente es un competidor completo, ya que la oferta turística es variada y los servicios prestados son muy diversificados de forma concéntrica.

a) Alojamiento

El alojamiento se hace en cabañas tradicionales de madera, que varía en capacidad de acomodación de entre 4 hasta 8 personas, las cabañas están equipadas con todas las facilidades necesarias para la estancia de visitantes y turistas.

b) Actividades eco-turísticas de montaña.

— Arborismo

En esta rama del eco-turismo, paso del Alaska resort, ofrece muchas opciones relacionadas a la aventura y el contacto con la naturaleza, entre estas opciones podemos destacar: el péndulo, muro de escalada vertical, cuerdas altas (cuenta con 3 circuitos que varían la intensidad) canopy y senderismo.

— Paseos en Cuadrimoto

Estos paseos están destinados a recorrer las instalaciones del establecimiento, varían en intensidad y duración, dependiendo de las habilidades del turista.

— Cabalgatas

Se hacen según recorridos previamente establecidos, su duración varía dependiendo de la ruta a tomar y las condiciones del terreno.

c) Restaurante

Según el gerente general, este punto es una de las mayores ventajas competitivas que posee el establecimiento, debido a que son reconocidos por tener una de las cocinas más variadas y exquisitas de la zona, son pioneros en innovar platillos internacionales con ingredientes locales, con lo que crean una fusión especial, según el menú presentado por el Ing. Girón, las especialidades son las carnes y el café cosechado en la misma zona.

Gestión turística

En este sentido, según el entrevistado poseen una buena gestión que radica en la excelencia del servicio prestado.

Políticas de los servicios turísticos.

- Las reservaciones deben hacer con 72 horas de anticipación
- Las actividades turísticas son programadas, según demanda y solo pueden ser vendidos en paquetes previamente establecidos.
- La seguridad en los atractivos turísticos es estricta y cumple los requisitos de seguridad exigidos por el mismo cliente.
- Los operadores de los servicios turísticos son capacitados en áreas como primeros auxilios y manejo de grupos de personas, antes de entrar en contacto con los clientes.

Operación de los servicios

- Los servicios turísticos son brindados por expertos en el área, lo realizan personas que están entrenadas en las actividades a realizar.
- Existe un coordinador de servicios que se encarga del normal funcionamiento de todos los servicios brindados.
- Se hace una inspección visual del estado físico de los turistas y visitantes antes de permitir el uso de las actividades que involucren algún grado de destreza física.

Debido al grado de formalización que posee este establecimiento turístico, es notorio la instalación de las premisas de un modelo de gestión turístico, que intenta tocar todas las áreas funcionales de la empresa.

Observacion Casa de Cristal

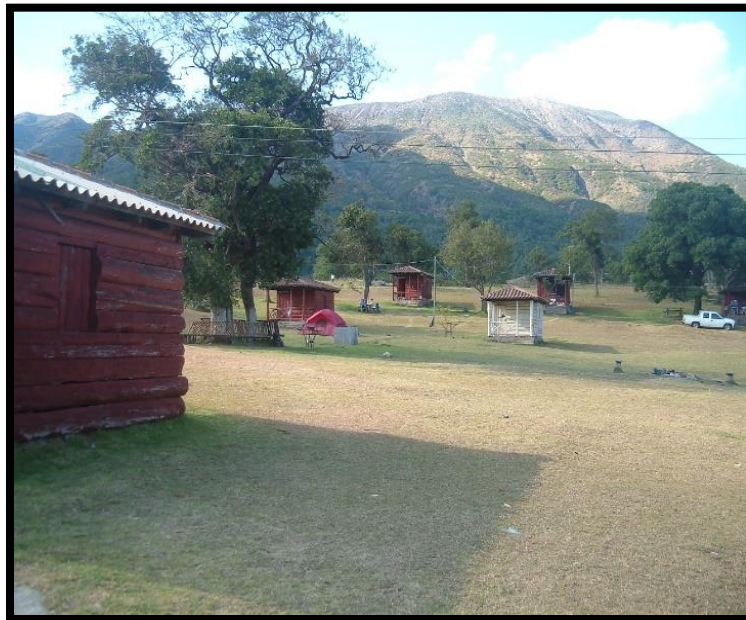


Imagen 66 - Complejo de cabañas Casa de Cristal

Para recabar la información necesaria sobre este competidor en particular, se hizo necesario la utilización de la herramienta de la observación (Ver anexo E), con lo que se pretende encontrar la mayor cantidad de información relevante, que abone al proceso de conocer a la competencia, sus estrategias y forma de gestión; además de identificar las ventajas competitivas que posee, sobre el PNCV, si las hubiere.

A continuación se presenta un breve análisis de los hechos relevantes ocurridos durante la observación realizada.

Hechos relevantes

- a)** Posee un amplio y acogedor salón, conocido como “la casa de cristal” con capacidad de albergar a mas de 50 personas, el precio varía según temporada.
- b)** Existen 12 cabañas individuales, en donde pueden alojarse hasta 4 personas.
- c)** El area destinada para camping, es sumamente grande y se permite la entrada de vehiculos a esta zona del parque.
- d)** Si se solicita, el parque puede proveer la alimentacion necesaria para las personas que lo visitan.
- e)** Amplias instalaciones y zonas verdes.
- f)** Amplio parqueo para vehículos particulares y autobuses.
- g)** Excelente vista y un mirador con buena capacidad para sostener unas 20 personas.
- h)** Posibilidad de contratar a guias locales que lleven una caminata hacia el volcán.
- i)** Vistosos jardines que facilitan la compenetracion con la naturaleza.
- j)** Disponibilidad de agua para realizar labores basicas de limpieza.

3.10 INDICADORES DE LA GESTIÓN DEL PNCV.

En el caso de hablar de un indicador es referirse a un dato o un conjunto de datos que ayudan a medir objetivamente la situación actual del PNCV y también la evolución del modelo de gestión turístico que se desarrolla para el mismo.

Los indicadores nos proveen información adecuada y fiable de las condiciones medioambientales, económicas y sociales del turismo.

Los indicadores son signos de:

- situaciones o problemas que emergen
- problemas actuales
- necesidad de realizar una acción
- los impactos de las acciones

En el contexto, un indicador puede ser de proceso o de resultados. En el primer caso, se pretende medir que está sucediendo con las actividades, y en el segundo se quiere medir las salidas del proceso.

Los Indicadores deben ser sencillos, objetivos y de fácil manejo. Se deben adecuar a las necesidades de la organización y deben estar ligados a la evaluación sistemática de resultados. Los indicadores establecidos de la situación actual del Parque Natural Cerro Verde se muestran a continuación:

3.10.1 INDICADORES DE LA GESTIÓN TURÍSTICA

Indicador 1: Porcentaje anual de visitantes en el PNCV respecto a los demás parque del ISTU

Datos requeridos

1. Visitantes de todos los Parques Recreativos
2. Visitantes del PNCV

$$\% \text{ de participación} = \frac{\text{visitantes del PNCV}}{\text{Total de visitantes de PR}} * 100$$

$$\% \text{ de participación} = \frac{211820}{4498752} * 100 = 4.71\%$$

Indicador 2: Crecimiento Turístico

Datos requeridos

1. Total de turistas y visitantes del periodo “n”
2. Total de turistas y visitantes del periodo base

$$\% \text{ crecimiento} = \frac{(\text{Periodo } n) - (\text{Periodo base})}{\text{Periodo base}} * 100$$

$$\% \text{ de crecimiento} = \frac{211820 - 186,268}{186,268} * 100 = 13.71\%$$

Indicador 3: Nivel de ocupación anual de las cabañas

Datos requeridos

1. Días al año en que las cabañas se mantienen ocupadas por los visitantes
2. Días al año en que se presta servicio de alojamiento en el PNCV

$$\text{Nivel de ocupación} = \frac{\text{Días ocupados al año}}{\text{Días en que se presta servicio al año}} * 100$$

$$\text{Nivel de ocupación} = \frac{110 \text{ días/año}}{365 \text{ días/año}} * 100 = 30.14\%$$

Indicador 4: Satisfacción del cliente

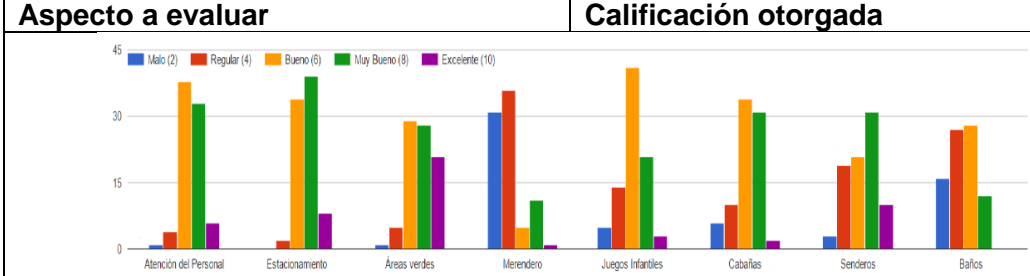
| Aspecto a evaluar | Calificación otorgada |
|--|-----------------------|
|  | |
| Atención del personal | 6 (bueno) |
| Estacionamiento | 8 (muy bueno) |
| Áreas verdes | 6 (bueno) |
| Merendero | 4 (regular) |
| Juegos infantiles | 6 (bueno) |
| Cabañas | 6 (bueno) |
| Senderos | 8 (muy bueno) |
| Baños | 6 (bueno) |

Imagen 67 - Satisfacción del Cliente

Datos requeridos

1. Sumatoria de las calificaciones otorgadas a cada uno de los aspectos que definen la satisfacción del cliente
2. Número total de aspectos a evaluar.

$$\text{Satisfacción del cliente} = \frac{\Sigma \text{ de calificaciones de los aspectos}}{\text{Número total de aspectos evaluados}}$$

$$\text{Satisfacción del cliente} = \frac{49}{8} = 6.1$$

Indicador 5: Intensidad de uso

Datos requeridos

1. Total de visitantes en temporada alta (picos de afluencia) al año
2. Total de área del PNCV (en metros cuadrados)

$$\text{Intensidad de uso} = \frac{\text{Total de visitantes en temporada alta}}{\text{Área total del PNCV}}$$

$$\text{Intensidad de uso} = \frac{134715 \text{ personas}}{258,810 \text{ m}^2} = 0.52 \text{ personas/m}^2$$

Indicador 6: Porcentaje de empleados que reciben capacitaciones

Datos requeridos

1. Número de colaboradores que asisten o reciben capacitaciones
2. Total de colaboradores del PNCV

$$\% \text{ de capacitaciones recibidas} = \frac{\text{Colaboradores en capacitación}}{\text{Total de colaboradores del PNCV}} * 100$$

$$\% \text{ de capacitaciones recibidas} = \frac{8}{14} * 100 = 57.14\%$$

3.10.2 INDICADORES DE PLANIFICACIÓN

Indicador 7: Cumplimiento de la planificación de actividades

Datos requeridos

1. Total de actividades planificadas al año
2. Total de actividades desarrolladas en el año

$$\% \text{ de cumplimiento: } \frac{\text{Act. desarrolladas}}{\text{Act. planificadas}} * 100 = 75\%$$

Indicador 8: Servicios turísticos mejorados o diversificados al año

Datos requeridos

1. Número de servicios turísticos mejorados o diversificados en el PNCV
2. Período de análisis de la información (un año operativo)

$$\text{Servicios mejorados/diversif} = \frac{\# \text{ de servicios mejorado/diversif.}}{\text{año operativo}}$$

$$\text{Servicios mejorados/diversif} = \frac{1 \text{ servicio}}{1 \text{ año}} = \mathbf{1 \text{ serv/año}}$$

3.10.3 INDICADORES DE LA GESTIÓN ECONÓMICA

Indicador 9: Beneficio económico.

Datos requeridos

1. Total de egresos del PNCV año “n”
2. Total de ingresos del PNCV año “n”

$$\text{Ganancia anual} = \text{Total de ingresos} - \text{Total de egresos} * 100$$

$$\text{Ganancia Anual} = \$166,928.03 - \$112,128.94 = \$ 54,799.09$$

Indicador 10: Costo promedio de atención al turista

Datos requeridos

1. Costos operativos anuales del PNCV
2. Cantidad de turistas que ingresan y hacen usos de las instalaciones del PNCV

$$\text{Costo promedio anual} = \frac{\text{Costos Operativos anuales del PNCV}}{\text{Visitantes anuales del PNCV}}$$

$$\text{Costo promedio anual} = \frac{\$ 112,128.94}{211,820 \text{ personas}} = \mathbf{\$ 0.53 \text{ ctvs/persona}}$$

Indicador 11: Porcentaje de personas subsidiadas en el PNCV

Datos requeridos

1. Número de personas que reciben subsidio de entrada el PNCV
2. Total de personas que ingresan a PNCV

$$\% \text{ de personas subsidiadas} = \frac{\text{Personas que reciben subsidio en el PNCV}}{\text{Total de personas que entran al PNCV}} * 100$$

$$\% \text{ de personas subsidiadas} = \frac{123,633 \text{ personas}}{223,485 \text{ personas}} * 100 = 55.32\%$$

Indicador 12: Porcentaje del presupuesto asignado al PNCV

Datos requeridos

3. Presupuesto asignado al PNCV
4. Monto total de presupuesto asignado a la unidad de parques recreativos

$$\% \text{ del presupuesto asignado} = \frac{\text{Presupuesto asignado al PNCV}}{\text{Monto total del presupuesto asignado a la unidad}} * 100$$

$$\% \text{ del presupuesto asignado} = \frac{\$ 132,477.94}{\$ 3,798,185} * 100 = 3.49\%$$

3.10.4 INDICADORES AMBIENTALES

Indicador 13: Porcentaje de evacuación anual de desechos sólidos

Datos requeridos

1. Número de veces que se desalojan los desechos sólidos del PNCV
2. Meses operativos al año.

$$\% \text{ de evacuación anual} = \frac{\text{Número desalojos de desechos solidos}}{\text{Meses operativos al año}} * 100$$

$$\% \text{ de evacuación anual} = \frac{3}{12} * 100 = 25\%$$

Indicador 14: Generación de desechos sólidos por persona

Datos requeridos

1. Peso de desechos sólidos anuales
2. Total de personas visitantes anuales

$$\text{Generacion de desechos solidos/persona} = \frac{\text{Total de desechos solidos}}{\text{Numero de visitantes}}$$

$$\text{Generacion de desechos} \frac{\text{solidos}}{\text{persona}} = \frac{36 \text{ toneladas} * 2204.59 \text{ lb}}{223,485 \text{ personas}}$$

$$\text{Generacion de desechos} \frac{\text{solidos}}{\text{persona}} = 0.35 \frac{\text{lb}}{\text{persona}}$$



CAPÍTULO IV: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y GESTIÓN DEL PNCV



4.1 HALLAZGOS DEL ESTUDIO DE DIAGNÓSTICO

En este apartado se detalla de manera puntualizada los aspectos más relevantes y los diferentes resultados obtenidos, producto del análisis realizado a las áreas claves del PNCV; se presentan los hallazgos de forma sistematizada y conforme a las áreas medulares de un modelo de gestión turística, a pesar que existen muchas más áreas que conforman el desarrollo, administración y operación del PNCV, únicamente se enfatizan aquellas que por su importancia general deben mantener estrecha relación con los resultados obtenidos en el diagnóstico del presente estudio.

Los hallazgos que se presentan son tanto positivos como negativos, por lo que reflejan ser un insumo para etapas posteriores, es decir serán los hallazgos presentados, la base del análisis FODA, por lo que la importancia de estos hallazgos, se verá aún más reflejada en las etapas subsiguientes, que definirán a cabalidad el resultado del diagnóstico, y reflejaran una instantánea del PNCV; de ese modo se brinda un panorama específico de las actividades y de aquellos puntos clave que determinan la actual labor del parque.

a) Infraestructura general y de servicios.

La infraestructura representa uno de los puntos clave de cualquier producto turístico, propiamente dicho, por lo que presentar los hallazgos encontrados, en el análisis de la situación actual del parque, se vuelve clave para determinar el estado de la misma; a la vez que se muestra las condiciones actuales de la infraestructura de servicios y amenidades para los turistas y visitantes.

- La infraestructura del alojamiento (cabañas), se encuentra en condiciones muy pobres de mantenimiento, es posible observar piezas faltantes en los muebles y equipos de la cabaña, desde la ducha eléctrica, hasta tapas de tanque de servicio sanitario.
- El parque cuenta con 9 zonas de descanso que poseen bancas y mesas de concreto, y de madera también, el 50% del mobiliario se encuentra deteriorado y en desuso, ninguna de las zonas de descanso descritas en la situación actual del parque, cuenta con el mobiliario adecuado para goce de los turistas y visitantes.
- El parque en su totalidad cuenta con 32 basureros, de ellos solo 22, se encuentran en condiciones adecuadas para poder captar los desechos vertidos por la población visitante.
- De las 7 barbacoas disponibles para utilización de los turistas y visitantes, tan solo 2 son utilizables, el resto ha dado su tiempo y vida útil, y ya no es posible hacer un uso conveniente de ellas.
- La batería sanitaria consta de tres instalaciones para uso de turistas y visitantes, pero debido a la escasez de agua y a la sobreutilización de las fosas sépticas, en temporada alta, se vuelve un serio problema de índole ambiental.

- La carencia de un plan de mantenimiento hidrosanitario para el parque, convierte a las 3 fosas sépticas, en un atentado para la salud de los turistas y visitantes, debido a que la limpieza de ellas, se hace de forma arbitraria.
- El merendero de PNCV, posee un área de mesas de apenas 8.26 m², por lo que la capacidad para albergar personas en su interior se vuelve insuficiente, lo que provoca que muchos de los turistas y visitantes, opten por ingerir los alimentos en cualquier zona del parque, lo que provoca promontorios de basura y contaminación del ambiente.
- La caseta de información actualmente es inoperable, su uso actual es para bodega de menesteres del PNCV, situación por la cual los guías no pueden acceder de manera cómoda a su interior, y no es utilizada para el fin con el cual se construyó.
- La señalización de senderos y ubicaciones del parque, es prácticamente obsoleta, de los tres senderos que posee el parque, el 100% no cuenta con la señalética adecuada, que facilite su ubicación y favorezca los recorridos auto-guiados.
- Se cuenta únicamente con 4 cisternas con capacidad para 30 m³ de almacenaje, es decir el parque posee 120 m³ para lograr cubrir la demanda de agua de todo el parque, por lo que se hace insuficiente y se genera muchos problemas, especialmente de índole sanitaria.
- Las dos áreas de juegos para niños, se encuentran en franco deterioro, los juegos a pesar de aun ser útiles, están a punto de ser obsoletos, únicamente se ha renovado la zona infantil contiguo a la batería de baños frente al mirador del volcán de Izalco.
- Todos los senderos y caminos que posee el parque, no son adecuados para la circulación de personas con movilidad reducida, debido a las características propias del terreno, que posee al menos pendientes de 30° de inclinación con tierra y piedras sueltas.
- Las áreas verdes, a pesar de ser parte de la infraestructura funcional del parque, representan un atractivo visual para turistas y visitantes; pero su mantenimiento y limpieza en las zonas de descanso internas del parque esta descuidado y a pesar de la variedad de plantas que es posible encontrar en el parque, no se utilizan para replantar zonas que han sido melladas por el tránsito de personas.
- Los miradores que posee el PNCV, están ubicados de forma estratégica, para poder visualizar todos los atractivos naturales que se pueden ver desde el parque, el volcán de Izalco, el volcán Ilamatepec, el lago de Coatepeque y la sierra de Apaneca.
- La zona administrativa del parque y su mobiliario, están prácticamente obsoletas, las sillas y escritorios de las oficinas, no son útiles y representan un verdadero peligro para quienes las utilizan; la infraestructura presenta serios daños debido a lo antiguo de su construcción y al deterioro sucedido por el mismo clima de montaña.
- El portón de acceso al parque está recién construido y fue hecho con materiales de la zona, especialmente madera, con el propósito de no reñir con el atractivo eco-turístico del parque.

- El orquidiario permanece cerrado al público visitante, debido al deterioro de su recorrido y a la falta de mantenimiento y cuidado tanto de los visitantes como del personal a cargo del mantenimiento de áreas verdes.

b) Desarrollo de personal y gestión de colaboradores

La gestión del talento humano y el desarrollo de las capacidades de los colaboradores que están en contacto directo con los turistas, es fundamental para garantizar el éxito de los productos turísticos; por lo que mantener un programa constante de capacitaciones y una adecuada gestión de los colaboradores es un pilar clave para el PNCV; a continuación, se detalla una serie de hallazgos suscitados durante el diagnóstico del PNCV.

- Las capacitaciones recibidas por el personal operativo y administrativo del parque, están enfocadas a tres temas principales, manejo de clientes conflictivos, atención al cliente y trabajo en equipo.
- En relación a los incentivos recibidos por el personal del PNCV, son reconocimientos personales o colectivos por el buen desarrollo del trabajo, debido a que no cuentan con los recursos necesarios para motivar al personal en forma monetaria.
- Los manuales de función a pesar de que existen y manifiesta la administración conocer de ellos, no siempre son puestos en práctica, por lo que generan confusión en algunos momentos del diario vivir operativo de parque.
- El personal de mantenimiento del parque no posee las herramientas adecuadas para desempeñar su trabajo, por lo que en muchas ocasiones no es posible cumplir con lo demandado por plan operativo anual, lo que dificulta el cumplimiento de los objetivos de la unidad.
- A los colaboradores del parque se les presenta año con año, las políticas, planes y objetivos que se pretenden desarrollar dentro del parque, para identificarlos con la labor que se realiza y fomentar el servicio que el ISTU presta.
- Tan solo un 5% de los colaboradores del área son involucrados en la generación de ideas para los planes y objetivos que guían la labor del parque.
- La planeación de actividades para los colaboradores del parque se realiza de forma teórica, ya que en la práctica se asignan según surjan las necesidades de trabajo en el PNCV.
- La cantidad de colaboradores que posee el parque es reducida, comparado al volumen de turistas que actualmente se maneja y a la extensión de terreno que debe dársele mantenimiento, ya que solo 14 personas fijas, de estas 6 son administrativas y 8 se desempeñan en labores operativas.

- El ambiente laboral, se desarrolla sin conflictos ni roces, por lo que es adecuado para desarrollar las actividades asignadas; existen multiplicidad de factores que benefician este hecho, que van desde el clima frío, el contacto con la naturaleza, por mencionar algunos.
- Todos los empleados del parque son dotados del equipo personal necesario para desarrollar sus labores; uniforme, botas plásticas, guantes, etc., son parte del equipo personal brindado a los colaboradores.
- Realización de convivencias sociales, entre el personal del parque y de las oficinas centrales, con el propósito de unir los lazos que hermanan a los trabajadores y fortalecer la mística de servicio y visión de futuro del turismo impulsado por el ISTU.

c) Posicionamiento y comercialización de servicios turísticos.

Una adecuada gestión de la comercialización de los destinos y atractivos turísticos es la clave para que tanto turistas y visitantes puedan conocer y motivarse a visitar los destinos turísticos, es por ello que el ISTU utiliza distintos mecanismos para trasladar a la población los servicios que el PNCV ofrece a sus visitantes; existen diversas situaciones que suceden en esta área tan vital de la gestión del parque, por lo que a continuación se presenta una serie de hechos acaecidos, resultados de la investigación y plasmados en el presente diagnóstico.

- El parque goza de excelente posicionamiento entre los turistas, el 73% de los encuestados durante el estudio de mercado, menciono conocer el parque, es decir 7 de cada 10 salvadoreños manifiesta conocer el parque, su atractivo natural y lo asocia directamente con el ISTU.
- Los buses alegres son parte fundamental de la comercialización y posicionamiento del parque ya que, por medio de este servicio brindado a la población, es posible acercar el parque a todas las personas.
- La larga trayectoria turística del parque, le permite mantenerse en el mercado y ser un competidor fuerte, frente al resto de organizaciones que ofrecen sus servicios al mismo segmento de mercado.
- La comercialización del PNCV, se realiza a través de redes sociales, radio y televisión nacional, el área encargada de la promoción es la unidad de mercadeo del ISTU.
- Los festivales del jocote de corona y del café, son el mejor escaparate del parque en donde se ofrece los atractivos turísticos del parque y se favorece el emprendedurismo local, beneficiando a más de 100 emprendedores de la zona y de departamentos aledaños.
- La participación en ferias de promoción al turismo y entrega de brochures, es otra forma de incidir en la comercialización del PNCV, por lo que la presencia del ISTU es básica en este tipo de eventos.

- A pesar del surgimiento de nuevos competidores en el segmento, el parque desde su reapertura en 2002, nunca ha presentado una disminución en sus visitantes, prueba de ello es que en el periodo mayo 2014 - junio 2015 se recibieron 186,268 visitantes y este año se esperan que 196,054 personas disfruten de los atractivos naturales del parque.
- Los festivales benefician tanto el flujo monetario del parque como de iniciativas locales, en conjunto ambos festivales generaron poco más de 100 empleos directos temporales, durante su celebración en el año 2015.
- El programa de guías turísticos en los buses alegres es una alianza estratégica entre el ISTU y el INFRAMEN, los guías hacen sus prácticas mientras informan a los turistas de los servicios que presta el ISTU en el parque, además son el canal de comunicación entre los turistas y los guías locales que realizan los treks al volcán de Izalco e Ilimatepec.

d) Operación y gestión de los servicios turísticos.

La operación de los servicios turísticos no es una, sino la más importante actividad generadora de valor en las prestaciones de dichos servicios, situación que hace enfocar buena parte del tiempo y recursos en mejorar este aspecto; la operación de los servicios prestados en el parque es fundamental para que sea uno de los motivos por los que los turistas y visitantes realicen el re-arribo al parque en ocasiones posteriores. En este apartado se puntualizan aquellos hallazgos que resultan trascendentales en la operación de los servicios actualmente ofrecidos.

- Actualmente se ofrecen tres tipos de servicios eco-turísticos, caminatas o treks guiados al volcán de Izalco y al volcán Ilimatepec, Senderos y Alojamiento en cabañas.
- Las caminatas guiadas solo están disponibles los fines de semana y depende su salida de la cantidad de personas que deseen acompañar el trayecto; además por seguridad no pueden salir después de las 11:00 am, debido al tiempo que toma ir y regresar a los volcanes.
- Existen tres senderos dentro de PNCV, “Una ventana a la naturaleza”, que actualmente es el más extenso de los tres, pero el camino que marca el sendero no está en condiciones adecuadas, además de no cumplir los requisitos mínimos que exige la norma sobre senderos interpretativos; el segundo sendero es “El rincón del bosque” el cual tiene un mirador hacia el lago de Coatepeque y un terreno más accidentado que el anterior sendero, por lo que realizar este trayecto no es para todo tipo de turistas; por último está el sendero del “Hotel de montaña” que lleva al mirador más conocido de todos, que da al volcán de Izalco, este sendero es particularmente arriesgado, debido que para acceder a él es necesario atravesar por el antiguo hotel de montaña, que actualmente posee una declaratoria de inhabilitación.
- Existen actualmente 6 cabañas disponibles para el alojamiento de visitantes, todas están disponibles y sus precios rondan entre los \$35.00 y \$55.00, por 24 horas de uso.

- Las caminatas hechas a los volcanes siempre van acompañadas por POLITUR y como parte del protocolo de seguridad de los usuarios, las caminatas no pueden salir de las instalaciones del parque sino se hacen acompañar de dos agentes de POLITUR.
- El servicio de alimentación es brindado por un tercero, al cual se le arrienda el local del merendero para que pueda brindar y ofrecer alimentos a buen precio dentro del parque, el local se le otorga bajo la figura de arriendo y se le brinda capacitaciones en manejo de alimentos por parte del MINSAL.
- El servicio de guías turísticos está a disposición de los visitantes y turistas, por lo general cobran \$1.00 por persona cuando se hacen treks a los volcanes y \$0.50 cuando se hacen tours guiados dentro del parque, los guías no son empleados directos del parque, pero están autorizados por el ISTU para prestar sus servicios.
- A pesar que los guías son expertos conocedores de la zona, ya que son lugareños, estos no cuentan con la capacitación adecuada para brindar sus servicios; en el país existen normas técnicas para el desempeño de los guías turísticos y los temas que deben dominar a la hora de desenvolverse con un grupo de turistas.
- El 73% de la población participante del estudio de mercado otorga una calificación en promedio de 7 a los servicios prestados y ofrecidos en el PNCV.
- El 45.2% de la población considera que ampliar los horarios de servicio del parque lograría mantener a las personas por más tiempo en el parque y con ello generar mayor ingreso al ISTU, ofreciendo una serie de servicios diversificados que sean pensados en base a las necesidades expuestas por la población.

e) Innovación, diseño y diversificación de servicios.

Crear, diversificar y modernizar los servicios prestados por el PNCV, es una labor constante que no debe desfallecer y mantener la calidad en los servicios prestados es primordial para la sobrevivencia del parque en un rubro en vías de desarrollo en el país como lo es el turismo, en donde todos los días aparecen competidores, con ideas novedosas y servicios de vanguardia que amenazan constantemente el flujo de turistas que llegan al PNCV. En vista de lo anterior se muestran una serie de situaciones encontradas en esta área de la gestión turística del parque.

- Los servicios turísticos no se han diversificado en más de 15 años, es decir desde que se instauraron luego de su re-apertura, ningún servicio ha recibido ninguna mejora sensible por parte de la población.
- Ninguno de los servicios que se prestan en el parque ha sido creados en base a una necesidad de la población visitante; en el estudio de mercado previamente realizado se encontró que el 80% de la población espera encontrar una serie de servicios que asocian al parque, los cuales actualmente no se han implementado, pero creo la base para desarrollarlos debido a la necesidad expresa de la población.

- Las personas a pesar de las muchas deficiencias encontradas en el PNCV, volverían a repetir la experiencia de regresar al parque, esperando encontrar atractivos turísticos nuevos y servicios que satisfagan sus necesidades de ocio y recreación en contacto con la naturaleza, en otras palabras, la necesidad de realizar eco-turismo.
- Los tres senderos con lo que cuenta el PNCV, no son adecuados en su diseño para permitir la circulación de cualquier turista o visitante, debido a lo deteriorado del camino, además de no cumplir con la norma técnica que especifica medidas y forma de los caminos.
- Alrededor del 66% de las personas, estarían dispuestas a pagar entre \$10.00 y \$20.00 por servicios turísticos innovadores y que fuesen prestados con excelente calidad.

f) Calidad turística

Ante la creciente oferta de servicios turísticos, el aseguramiento de la calidad permite crear un reconocimiento a los establecimientos que la poseen, en donde se denota un verdadero compromiso con el cliente, por lo que asegura el cumplimiento de requisitos mínimos de calidad en los servicios prestados, en vías de la premisa anterior el PNCV, debe gestionar adecuadamente este hecho y mantener una cultura de calidad en la prestación de los servicios que ofrece, es ese sentido también, se presenta una serie de hallazgos encontrados durante el diagnóstico de la gestión del parque.

- El servicio al cliente es prioridad para la administración estratégica y operativa del parque, aunque los recursos son limitados, pero es evidente que buscan satisfacer al turista y visitante de la mejor forma posible.
- La satisfacción del cliente es prioridad para la administración, pero no existe una forma definida de medirla, es decir no hay un parámetro que determine que se está dando un servicio conforme a las exigencias del cliente.
- Ninguno de los servicios prestados por el parque posee certificación de ninguna índole, desde los senderos hasta los guías turísticos, no hay forma de poder determinar la calidad en los servicios prestados.
- Durante los festivales del jocote de corona y del café, cuando la capacidad de carga es sobrepasada, el servicio del parque recibe críticas vía redes sociales, debido a que el acceso se vuelve severamente complicado.
- No existen manuales operativos que describan la forma en como deba prestarse el servicio por parte de los colaboradores, lo que crea confusión y molestia en muchas ocasiones para los turistas y para los colaboradores.
- La cantidad de colaboradores que posee el parque de forma fija es insuficiente, las 14 personas encargadas de las funciones vitales del parque, se ven sobrecargadas de trabajo en temporada de vacaciones.

g) Administración

La administración es la parte fundamental de la gestión de cualquier producto turístico, por lo que una buena administración garantiza unos resultados acordes a los objetivos trazados por la gerencia estratégica de la institución, en este caso particular por la dirección ejecutiva y la presidencia del instituto, la administración del parque recae sobre el gerente de parque recreativos y sobre el administrador de PNCV, en esta área en específico también ha sido posible encontrar una serie de situaciones que forma parte integral del diagnóstico.

- La planificación operativa del parque está a cargo de administrador del mismo, y debe ser aprobada y revisada por el gerente de parques recreativos.
- El accionar del parque y de las labores del mismo está regido por el PAO (plan anual operativo), que es el documento aprobado por la alta dirección para asegurar el cumplimiento de los objetivos de la institución.
- Los planes de mantenimiento del parque solo son de índole correctivo, ya que no se planifica el mantenimiento preventivo, que a la larga abarata costos y permite crear puntos de control para el equipo y herramientas.
- Las actividades se planifican semanalmente por parte del administrador, pero este plan tiende a cambiar súbitamente según surja la necesidad de mantenimiento o acciones inmediatas durante la operación del parque.
- El administrador del parque tiene dentro de sus principales funciones administrativas, el manejo del personal, la custodia de valores, el control de actividades diarias y el cumplimiento de objetivos de corto y mediano plazo.
- Las actividades rutinarias del parque son, limpieza general, labores de jardinería, vigilancia de áreas de descanso y senderos, mantenimiento de senderos, instalaciones, áreas de descanso y demás áreas en general.
- Los resultados obtenidos de los planes, solo se cumplen en un 75% del alcance presentado, debido a los inconvenientes presupuestarios y la falta de personal debidamente capacitado.
- La gestión de los desechos sólidos es preocupante, debido que se genera un foco de contaminación serio en la zona donde se almacenan, hasta que se contratan los servicios de un particular para prescindir de los desechos generados en el parque.

h) Área externa.

El ambiente en general que rodea la labor del parque, está íntimamente ligado al desarrollo, operación y gestión exitosa del parque, por lo que corroborar los hallazgos encontrados en el análisis respectivo, facilita sentar las bases para determinar a que debe enfrentarse el PNCV; razones por las cuales se presentan de forma puntual los hechos encontrados durante el análisis del área externa del parque.

- La carretera de acceso representa un problema serio para la afluencia de turistas y visitantes, debido a que las condiciones de la vía son precarias y se encuentran deterioradas en al menos 7 Km.
- Los competidores del parque surgen de forma acelerada, prestando servicios más diversificados y con estándares de calidad reconocidos.
- La delincuencia local, es un factor que detiene a muchos visitantes del parque, ya que se han suscitados casos en que los turistas han sido despojados de sus pertenencias en el trayecto al parque o incluso dentro de las instalaciones de mismo.
- El creciente auge del turismo en el país ha desencadenado que el flujo turístico aumente y el parque actualmente no está en condiciones de poder suplir la demanda proyectada.
- La cartera de promoción turística estatal, brinda un mayor auge al turismo de la zona costero-marina del país, lo que genera que el eco-turismo se vea posicionado en segundo lugar a nivel nacional.
- El turismo está actualmente en los planes estratégicos del gobierno central como una pujante fuerza motriz del desarrollo nacional.

4.2 ANÁLISIS FODA

4.2.1 Generalidades ⁶⁷

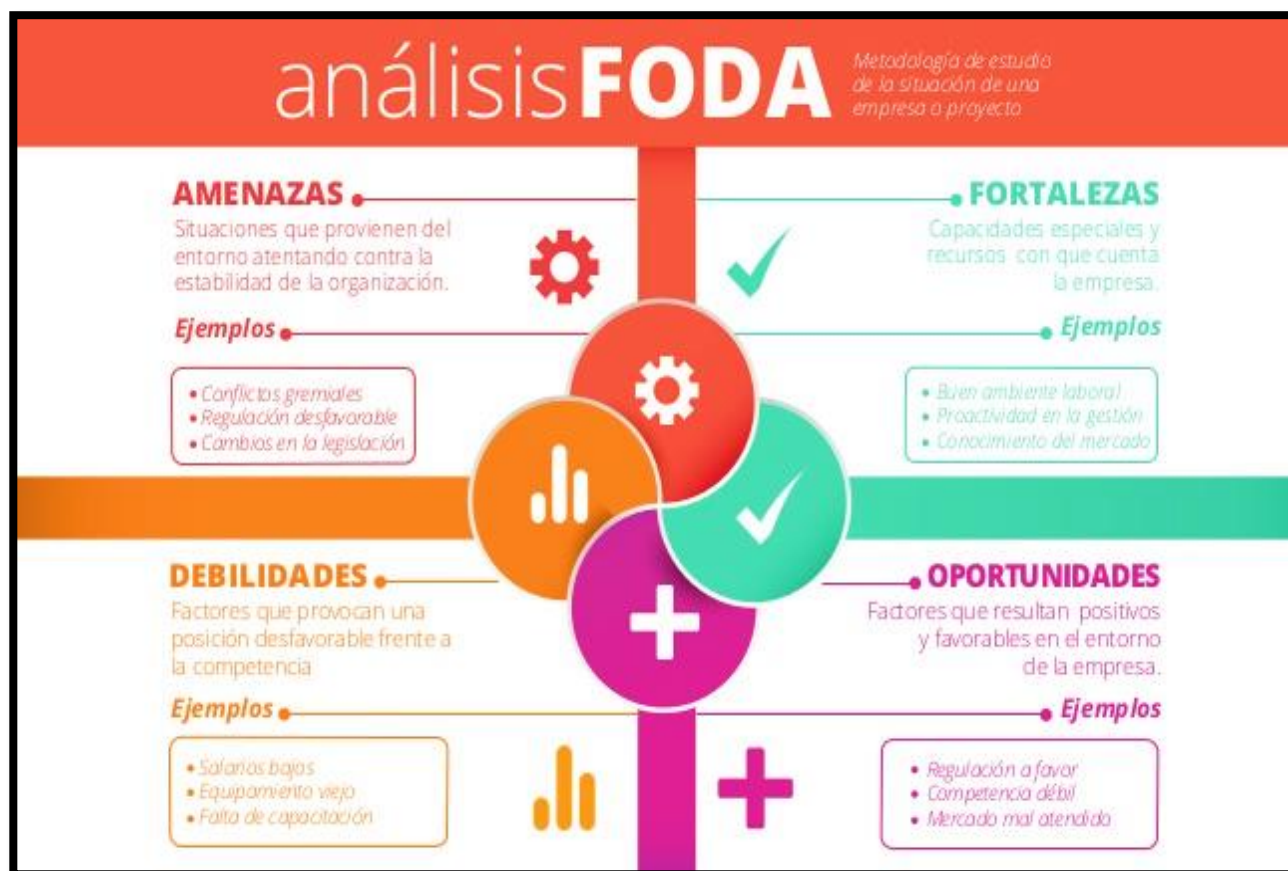


Imagen 68 - Análisis FODA

El análisis FODA representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares de los destinos turísticos y el entorno en el cual éste compete. El análisis FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la institución y en diferentes unidades de análisis tales como producto turístico, mercado objetivo, organización, estado, etc.

Muchas de las conclusiones obtenidas como resultado del análisis FODA, son de gran utilidad en el análisis del mercado y en las estrategias de mercadeo que diseñe y que califiquen para ser incorporadas en el modelo de gestión.

El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito del producto turístico. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

⁶⁷ (David, 2003)

Lo anterior significa que el análisis FODA consta de dos partes: una interna y otra externa. La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades del destino turístico, aspectos sobre los cuales se tiene algún grado de control.

La parte externa observa las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar el destino turístico en el mercado seleccionado.

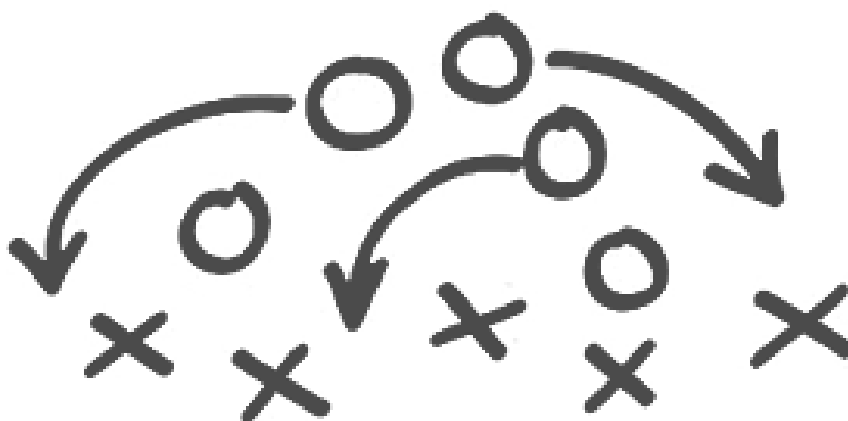
En este punto se tiene que desarrollar total capacidad y habilidad para aprovechar esas oportunidades y para minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales no es posible obtener poco o ningún control directo.

De manera general, habitualmente el análisis FODA en materia turística, se realiza en función de diversos ejes temáticos:

- a) Planificación y gestión turística
- b) Territorio y destino.
- c) Producto turístico.
- d) Promoción, comunicación y comercialización
- e) Autosostenibilidad.

Esta metodología permite ordenar todos los aspectos que caracterizan el turismo en función de las categorías seleccionadas. De este modo, queda sistematizada toda la información, facilitando el análisis del diagnóstico y la posterior definición del modelo estratégico y sus líneas de acción operativas.

4.2.2 Definición de la estrategia



El FODA permite plantear las acciones a llevar a cabo para aprovechar las oportunidades detectadas y eliminar o preparar el destino turístico contra las amenazas, tomando en cuenta las debilidades y fortalezas que presenta.

Con el objetivo, previamente determinado se hace indispensable la elección de la estrategia para llegar a él mediante acciones o estrategias bien determinadas; existen al menos cuatro tipos de estrategias “genéricas” que un destino turístico pudiera aplicar, estas son:

Estrategia Defensiva: El destino está preparado para enfrentarse a las amenazas. Si el producto ya no se considera líder, resalta lo que lo diferencia de la competencia. Cuando baje la cuota de mercado, debe buscarse y protegerse a los turistas que representan mayor rentabilidad.

Estrategia Ofensiva: El destino debe adoptar estrategias de crecimiento. Cuando sus fortalezas son reconocidas por los clientes, puede atacar a la competencia para hacer valer sus ventajas. Cuando el mercado está maduro, puede intentar robar clientes lanzando servicios y atractivos diversificados.

Estrategia de Supervivencia: El destino se enfrenta a amenazas externas sin las fuerzas internas necesarias para luchar contra la competencia. Es necesario recular y dejar la situación tal cual está que se asienten los cambios que se producen en el mercado.

Estrategia de Reorientación: Al destino se le abren oportunidades que puede aprovechar, pero carece de la preparación adecuada. Cambiar de política o diversificar el producto turístico porque el actual no está dando los resultados planeados.

4.2.3 Matriz FODA

MATRIZ FODA.

| | | ORIGEN INTERNO, POSITIVO PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS DEL PNCV | ORIGEN INTERNO, NEGATIVO PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS DEL PNCV |
|--|--|---|---|
| | | FORTALEZAS F1. Posicionamiento en el mercado eco-turístico de montaña. F2. Precios accesibles a la población en general. F3. Amplia extensión de terreno. F4. Reconocida trayectoria turística en el mercado nacional. F5. Disponibilidad de recursos naturales, belleza panorámica, biodiversidad florística y faunística. F.6 Ubicación geográfica acorde con el desarrollo del sector eco-turístico. F.7 Mano de obra disponible y cercana a las instalaciones. F.8 Fuerte relación gubernamental desde la cartera de desarrollo turístico. F.9 Facilidad de arribos de turistas nacionales, debido al servicio de buses alegres del ISTU. F.10 Administración comprometida y visionaria con motivación para afrontar los cambios. F.11 Realización de festivales nacionales como el del jocote de corona y del café | DEBILIDADES D1. Deficiente promoción de los atractivos turísticos D2. Desarrollo de infraestructura complicado, debido al carácter de área natural protegida. D3. Administración burocrática y engorrosa. D4. Carencia de recurso humano calificado para apoyar la gestión del parque D5. Insuficiencia de agua tanto potable como para uso sanitario y de riego. D.6 Nula diversificación del producto turístico. D.7 Deficiente infraestructura y servicio para la satisfacción de las necesidades de los turistas. D.8 Inexistente gestión del producto y de los servicios turísticos. D.9 Manejo inadecuado de los desechos sólidos. D.10 Bajo presupuesto operativo y administrativo. D.11 Ausencia de planes de mantenimiento para las instalaciones. |
| ORIGEN EXTERNO, POSITIVO PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS DEL PNCV | OPORTUNIDADES O1. Creciente desarrollo del turismo a nivel nacional. O2. Apoyo de parte del MITUR para el avance del eco-turismo. O3. Prioridad otorgada a la actividad turística en los planes de desarrollo estratégico del país. O4. Nuevas tendencias de productos y servicios en el rubro eco-turístico. O5. Apoyo foráneo para el avance sostenible del turismo. O.6 Mercado objetivo en busca de nuevos servicios y opciones para vacacionar. O.7 Tendencia a la sensibilización del cuidado de la flora y fauna nacional. | F-O 1. Diversificar los servicios eco-turísticos, aprovechando el actual crecimiento de la demanda y las nuevas tendencias en el rubro. (F1-O1-O3-F4-O6-04) 2. Posicionar al PNCV como destino obligado en las rutas y circuitos turísticos impulsados por la cartera estatal de promoción al turismo. (F5-O3-O2) 3. Implementar planes de desarrollo que garanticen la gestión económica y ambiental de forma sostenible. (F10-O7) 4. Buscar alianzas nacionales e internacionales que favorezcan la especialización del personal operativo y gerencial. (F11-O6) 5. Planear eventos que atraigan turistas y visitantes en temporada baja, manteniendo la autosostenibilidad del parque todo el año. (F11-O6) | D-O 1. Implementar una fuerte campaña de mercadeo que favorezca la promoción de los atractivos eco-turísticos del PNCV desde un enfoque ecológico (O1-D1-O2-O7) 2. Innovar los servicios turísticos mediante la utilización de biomateriales de construcción en la infraestructura funcional del PNCV (O4- D2-O3-D7) 3. Aprovechar la cooperación internacional para que califique e instruya al personal en la gestión sostenible del PNCV (O5-D7- D9) 4. Evaluar las necesidades del mercado objetivo, para brindar servicios acordes a las necesidades de los turistas y visitantes.(O4, O6, D6) |
| ORIGEN EXTERNO, NEGATIVO PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS DEL PNCV | AMENAZAS A1. Aumento sostenido de competidores que se dirigen al mismo mercado objetivo. A2. Competidores con mejores prácticas en materia de gestión turística. A3. Amplia diversificación de los servicios por parte de la competencia. A4. Cercanía al volcán activo más grande del país. A.5 Existencia de una cárcava profunda en la carretera de acceso al parque. A.6 Vías de acceso al parque en franco deterioro. A.7 Mayor impulso turístico al área costero-marina y al turismo de sol y playa. A.8 Especies faunísticas potencialmente peligrosas para los visitantes y turistas. A.9 Prejuicio de la población referente a la administración pública. | F-A 1. Mejorar la gestión del mercadeo del parque y mantener la posición privilegiada en el mercado, previendo la entrada de más y mejor competidores (A1-A2-F1-2) 2. Elaboración de un plan contingencial ante desastres naturales, además de medidas preventivas sobre los elementos de vulnerabilidad ambiental. (F5-A5-A8) 3. Creación de una propuesta de valor en los servicios turísticos del PNCV a través de una óptima gestión para dar el salto de calidad como institución gubernamental. (A9-F10) 4. Manejo adecuado del área superficial del terreno, para ubicar el mayor número de atractivos turísticos diversificados. (F3-A3) 5. Búsqueda de alianzas interinstitucionales que faciliten la mejora de acceso al parque y servicios al turista. (A6-F6) | D-A 1. Incrementar la oferta turística y profesionalizar el servicio del personal operativo del PNCV. (A1, A2, A3, D1, D6) 2. Tercerizar el servicio de mantenimiento de las instalaciones y asegurar la protección de los turistas y visitantes ante amenazas y riesgos naturales (A4, A5, A6, D11) 3. Elaborar un plan de implementación de señales que orienten los recorridos auto guiados y limiten el acceso a las áreas restringidas. (A2, A8,O7) 4. Implementación de una estructura hidráulica suficiente y adecuada que se acople a las necesidades del parque (A2, D5) 5. Creación de un plan de saneamiento y manejo de desechos sólidos que optimice los recursos del PNCV (A2, D5, D11) 6. Creación de un sistema turístico capaz de enfrentar a la competencia y garantizar la sostenibilidad del parque (A1, A2, D8) |

4.2.4 Estrategias del FODA.⁶⁸



Imagen 69 - Estrategias FODA

Las estrategias FO utilizan las fortalezas internas de una empresa para aprovechar las oportunidades externas. Todos los gerentes quisieran que sus organizaciones estuvieran en una posición en la cual las fortalezas internas se pudieran utilizar para aprovechar al máximo las tendencias y los acontecimientos externos.

Generalmente se buscarán estrategias DO, FA o DA para obtener una situación en la cual puedan aplicar las estrategias FO. Cuando una empresa tiene debilidades importantes, se esforzará por superarlas y convertirlas en fortalezas. Cuando una organización hace frente a amenazas importantes, intentará evitarlas para concentrarse en las oportunidades. Las estrategias DO tienen como objetivo superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas. A veces ocurre que existen oportunidades externas clave, pero la empresa tiene debilidades internas que le impiden explotar tales oportunidades.

Las estrategias FA utilizan las fortalezas de una empresa para evitar o reducir el efecto de las amenazas externas. Esto no significa que una organización fuerte deba encarar siempre de frente las amenazas en el ambiente externo.

Las estrategias DA son tácticas defensivas dirigidas a la reducción de las debilidades internas y a evitar las amenazas externas. Una organización que se enfrenta a numerosas amenazas externas y debilidades internas se encontrará con certeza en una posición precaria. De hecho, tal organización podría tener que luchar por su supervivencia y quizá tenga que optar por las fusiones, reducciones, declaraciones de quiebra o la liquidación.

Las estrategias obtenidas a través del FODA cruzado, permiten leer un panorama general tanto de la situación interna del parque como de la externa, por ello representa una herramienta excepcional a la hora de diagnosticar la situación actual que vive el parque, especialmente enfocado a todos aquellos aspectos que de alguna u otra manera, inciden en la gestión del parque; en ese sentido establecer estrategias integrales que aborden todas las áreas de interés de este estudio, facilita el establecimiento de las bases para los planes que debe contener un óptimo plan de gestión; a continuación se presentan todas y cada una de las estrategias elaboradas a través del análisis del FODA.

⁶⁸ (David, 2003)

F-O

1. Diversificar los servicios eco-turísticos, aprovechando el actual crecimiento de la demanda y las nuevas tendencias en el rubro. (F1-O1-O3-F4-O6-04)
2. Posicionar al PNCV como destino obligado en las rutas y circuitos turísticos impulsados por la cartera estatal de promoción al turismo. (F5-O3-O2)
3. Implementar planes de desarrollo que garanticen la gestión económica y ambiental de forma sostenible. (F10-O7)
4. Buscar alianzas nacionales e internacionales que favorezcan la especialización del personal operativo y gerencial. (F11-O6)
5. Planear eventos que atraigan turistas y visitantes en temporada baja, manteniendo la autosostenibilidad del parque todo el año. (F11-O6)

D-O

1. Implementar una fuerte campaña de mercadeo que favorezca la promoción de los atractivos eco-turísticos del PNCV desde un enfoque ecológico (O1-D1-O2-O7)
2. Innovar los servicios turísticos mediante la utilización de biomateriales de construcción en la infraestructura funcional del PNCV (O4- D2-O3-D7)
3. Aprovechar la cooperación internacional para que califique e instruya al personal en la gestión sostenible del PNCV (O5-D7- D9)
4. Evaluar las necesidades del mercado consumidor, para brindar servicios acordes a las necesidades de los turistas y visitantes. (O4, O6, D6)

F-A

1. Mejorar la gestión del mercadeo del parque y mantener la posición privilegiada en el mercado, previendo la entrada de más y mejor competidores (A1-A2-F1-2)
2. Elaboración de un plan confidencial ante desastres naturales, además de medidas preventivas sobre los elementos de vulnerabilidad ambiental. (F5-A5-A8)
3. Creación de una propuesta de valor en los servicios turísticos del PNCV a través de una óptima gestión para dar el salto de calidad como institución gubernamental. (A9-F10)
4. Manejo adecuado del área superficial del terreno, para ubicar el mayor número de atractivos turísticos diversificados. (F3-A3)
5. Búsqueda de alianzas interinstitucionales que faciliten la mejora de acceso al parque y servicios al turista. (A6-F6)

D-A

1. Incrementar la oferta turística y profesionalizar el servicio del personal operativo del PNCV. (A1, A2, A3, D1, D6)

2. Tercerizar el servicio de mantenimiento de las instalaciones y asegurar la protección de los turistas y visitantes ante amenazas y riesgos naturales (A4, A5, A6, D11)
3. Elaborar un plan de implementación de señales que orienten los recorridos auto guiados y limiten el acceso a las áreas restringidas. (A2, A8, O7)
4. Implementación de una estructura hidráulica suficiente y adecuada que se acople a las necesidades del parque (A2, D5)
5. Creación de un plan de saneamiento y manejo de desechos sólidos que optimice los recursos del PNCV (A2, D5, D11)
6. Creación de un sistema turístico capaz de enfrentar a la competencia y garantizar la sostenibilidad del parque (A1, A2, D8)

4.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

4.3.1 Descripción de la problemática

El turismo representa hoy en día para El Salvador, una creciente fuente de desarrollo económico y social, brindando oportunidades de explotar los productos turísticos con que cuenta el país y fomentar de manera acelerada el desarrollo de nuevos proyectos que giren entorno al mismo eje; todo lo anterior sustentado en las cifras presentadas en el informe estadístico de la unidad de inteligencia de mercado de la corporación salvadoreña de turismo (CORSATUR) en el periodo de enero-junio de 2015, en el informe de labores del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) en el período mayo 2014-junio 2015 y en el análisis de la situación actual tanto interna como externa del parque, realizado en la presente investigación.

Es por todo lo anterior que el Instituto Salvadoreño de Turismo se ve en la necesidad de evaluar su desempeño actual y ofrecer tanto a los turistas y visitantes nacionales nuevas alternativas que sean el camino adecuado para aprovechar el empuje que genera la industria turística; a pesar de que el fin último del ISTU es la recreación sana y familiar de los sectores con menor poder adquisitivo de la población, existen ciertos parques en la oferta del ISTU que atraen a personas con mayor capacidad económica y a visitantes y turistas extranjeros, tal es el caso del Parque Natural Cerro Verde que debido a su atractivo natural y a la belleza de su paisaje es un punto estratégico para el desarrollo del eco-turismo de montaña.

El ISTU a través de la Gerencia de Parques Recreativos, la opinión de los visitantes y turistas del Parque Natural Cerro Verde y los hallazgos encontrados en esta investigación ha determinado la necesidad de diversificar las actividades eco-turísticas de montaña y crear la mejor forma de gestionar las operaciones del parque y de sus atracciones, teniendo en cuenta claro está, la sostenibilidad ambiental y económica del parque y con ello disminuir el impacto ambiental y evitar que el parque sea una carga financiera para el ISTU.

Luego de haber realizado un diagnóstico general de la situación actual del parque en todas las áreas claves y vitales que involucran la administración eficiente del mismo, es necesario plantear los problemas y situaciones problemáticas que impiden el normal desarrollo de las operaciones del parque, además de conocer las estrategias que deben guiar al parque hacia la resolución de las mismas.

Por todo lo anterior se presentan en el inventario de problemas únicamente aquellos que verdaderamente podrían interferir o lo están haciendo en la actual forma de gestionar el Parque Natural Cerro Verde, tanto en los actuales servicios como en la operación de los mismos, en la siguiente lista se muestran los problemas percibidos por el equipo de trabajo y los que se han sido identificados en las entrevistas sostenidas con la contraparte.

Tabla 79 - Inventario de problemas y situaciones problemáticas (1 de 3)

| Inventario de problemas y situaciones problemáticas | |
|--|---|
| 1. | Zona del parque con alta susceptibilidad a movimientos de tierra y ladera. |
| 2. | Ausencia de obras de mitigación de riesgos. |
| 3. | Sederos inadecuados para turistas y visitantes con capacidad y/o movilidad reducida. |
| 4. | Acumulación de desechos sólidos sin tratamiento adecuado. |
| 5. | Infraestructura inadecuada para el almacenaje de los desechos producidos por el parque |
| 6. | Deterioro de la infraestructura de servicios para los turistas. |
| 7. | Nulo acceso al servicio de agua para consumo, riego y sanitización del parque. |
| 8. | Vías de acceso al parque en condiciones inadecuadas para el desarrollo del turismo. |
| 9. | Cárcava ubicada a 1 Km de longitud, ubicada sobre la calle de acceso al parque. |
| 10. | Saturación de la fosa séptica que afecta el sistema hidrosanitario del parque. |
| 11. | Condiciones de higiene y salubridad escasas en las instalaciones del merendero. |
| 12. | Capacidad limitada de atención en el merendero para turistas y visitantes. |
| 13. | Batería sanitaria en condiciones inadecuadas para la atención de los turistas y visitantes. |
| 14. | Mantenimiento inadecuado al equipo e infraestructura de las cabañas. |
| 15. | Subutilización de la caseta de guías turísticos e información. |
| 16. | Ornato y limpieza de áreas verdes con falta de mantenimiento inadecuado. |
| 17. | Señalización de senderos e información deteriorada. |
| 18. | Competidores fuertes en innovación y gestión de destinos turísticos. |
| 19. | Amplia gama de ofertas turísticas para el mismo mercado objetivo. |

Tabla 79 - Inventario de problemas y situaciones problemáticas (2 de 3)

| Inventario de problemas y situaciones problemáticas |
|--|
| 20. Competencia diversifica constantemente sus servicios. |
| 21. Baja capacidad de respuesta a las amenazas del entorno comercial. |
| 22. El consumidor promedio busca las nuevas tendencias en materia de eco-turismo. |
| 23. El visitante promedio presupuesta para todo el grupo familiar en base a paquetes turísticos. |
| 24. El acceso al parque es complicado y la mayoría de visitantes y turistas llegan al parque en vehículo propio. |
| 25. El mercado objetivo también es atraído por los competidores sustitutos del parque. |
| 26. El alojamiento del parque no es atractivo para el turista y visitante promedio. |
| 27. El cliente promedio del parque busca atractivos turísticos diversificados. |
| 28. Los recursos financieros son escasos y difíciles de gestionar. |
| 29. El parque representa una carga económica para el ISTU. |
| 30. Los festivales (del jocote y del café) sobrepasan la capacidad de carga del parque. |
| 31. Poca variedad de actividades dentro de las instalaciones del parque. |
| 32. Nulos controles de calidad para medir la satisfacción del turista y visitante. |
| 33. Desaprovechamiento del potencial eco-turístico del parque. |
| 34. Compra de insumos y consumibles a demanda. |
| 35. Inadecuado abastecimiento de productos esenciales en las cabañas para los turistas. |
| 36. Capacitaciones esporádicas y con temas irrelevantes para la operación del parque. |
| 37. Proyectos publicitarios para el parque, de muy bajo alcance. |
| 38. Frecuencia reducida de buses alegres que arriben a las instalaciones del parque. |
| 39. Bajo flujo de visitantes que se apersonan al parque a través de tour operadores. |
| 40. Tour operadores no incluyen como destino de alojamiento al PNCV. |
| 41. Inadecuada gestión turística del parque. |
| 42. Personal operativo y administrativo insuficiente para el desarrollo de las actividades. |
| 43. Ausencia de plan de mantenimiento general en el parque. |

Tabla 79 - Inventario de problemas y situaciones problemáticas (3 de 3)

| Inventario de problemas y situaciones problemáticas |
|---|
| 44. Necesidad de establecer planes estratégicos que ayuden al desarrollo del parque. |
| 45. Administración de crisis en las labores cotidianas del parque. |
| 46. Bajo concientización del cuidado del medio ambiente por parte de turistas y visitantes. |
| 47. Desaprovechamiento de los recursos y atractivos del parque. |
| 48. Prima la importancia del mantenimiento correctivo sobre el preventivo. |
| 49. Reducida afluencia de turistas en temporada baja. |
| 50. Altos niveles de pobreza y desempleo en la zona. |

Tabla 80 - Cuadro de Afinidad (1 de 3)

| Área general | Problemas identificados |
|--|--|
| <p>1. Satisfacción Necesidades y Expectativas de Turistas y Visitantes.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Sederos inadecuados para turistas y visitantes con capacidad y/o movilidad reducida. • Deterioro de la infraestructura de servicios para los turistas • Saturación de la fosa séptica que afecta el sistema hidrosanitario del parque. • Condiciones de higiene y salubridad nulas en las instalaciones del merendero. • Capacidad limitada de atención en el merendero para turistas y visitantes. • Batería sanitaria en condiciones inadecuadas para la atención de los turistas y visitantes. • El visitante promedio presupuesta para todo el grupo familiar en base a paquetes turísticos. • El alojamiento del parque no es atractivo para el turista y visitante promedio. • Inadecuado abastecimiento de productos esenciales en las cabañas para los turistas. |

Tabla 80 - Cuadro de Afinidad (2 de 3)

| Área general | Problemas identificados |
|---|--|
| <p>2. Deficientes servicios turísticos prestados a Turistas y Visitantes</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Nulo acceso al servicio de agua para consumo, riego y sanitización del parque. • Mantenimiento inadecuado al equipo e infraestructura de las cabañas. • Ornato y limpieza de áreas verdes con falta de mantenimiento inadecuado. • Señalización de senderos e información deteriorada. • El consumidor promedio busca las nuevas tendencias en materia de eco-turismo. • Compra de insumos y consumibles a demanda. • Capacitaciones esporádicas y con temas irrelevantes para la operación del parque. • Desaprovechamiento de los recursos y atractivos del parque. |
| <p>3. Promoción, Publicidad y Comercialización Limitada en los Servicios del Parque</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Amplia gama de ofertas turísticas para el mismo mercado objetivo. • Baja capacidad de respuesta a las amenazas del entorno comercial. • Proyectos publicitarios para el parque, de muy ajo alcance. • Frecuencia reducida de buses alegres que arriben a las instalaciones del parque. • Bajo flujo de visitantes que se apersonan al parque a través de tour operadores. • Tour operadores no incluyen como destino de alojamiento al PNCV. • Reducida afluencia de turistas en temporada baja. |
| <p>4. Dificultad de acceso a las instalaciones del Parque y Vulnerabilidad Ambiental</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Zona del parque con alta susceptibilidad a movimientos de tierra y ladera. • Ausencia de obras de mitigación de riesgos. • Acumulación de desechos sólidos sin tratamiento adecuado. • Vías de acceso al parque en condiciones inadecuadas para el desarrollo del turismo. • Cárcava ubicada a 1 Km de longitud, ubicada sobre la calle de acceso al parque. • El acceso al parque es complicado y la mayoría de visitantes y turistas llegan al parque en vehículo propio. • Los festivales (del jocote y del café) sobrepasan la capacidad de carga del parque. • Bajo concientización del cuidado del medio ambiente por parte de turistas y visitantes. |

Tabla 80 - Cuadro de Afinidad (3 de 3)

| Área general | Problemas identificados |
|--|--|
| <p>5. Gestión inadecuada de los recursos y potencial del parque</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura inadecuada para el almacenaje de los desechos producidos por el parque. • Subutilización de la caseta de guías turísticos e información. • Competidores fuertes en innovación y gestión de destinos turísticos. • El mercado objetivo también es atraído por los competidores sustitutos del parque. • Competencia diversifica constantemente sus servicios. • El cliente promedio del parque busca atractivos turísticos diversificados. • Los recursos financieros son escasos y difíciles de gestionar. • El parque representa una carga económica para el ISTU. • Poca variedad de actividades dentro de las instalaciones del parque. • Nulos controles de calidad para medir la satisfacción del turista y visitante. • Desaprovechamiento del potencial eco-turístico del parque. • Inadecuada gestión turística del parque. • Personal operativo y administrativo insuficiente para el desarrollo de las actividades. • Ausencia de plan de mantenimiento general en el parque. • Necesidad de establecer planes estratégicos que ayuden al desarrollo del parque. • Administración de crisis en las labores cotidianas del parque. • Prima la importancia del mantenimiento correctivo sobre el preventivo. • Altos niveles de pobreza y desempleo en la zona. |

Del cuadro anterior es posible visualizar que muchos de los problemas que se han identificado, poseen una raíz común, por lo que de forma general se dividen en cinco grandes áreas; también de esta división es fácilmente identificable el área general en donde radican el mayor número de situaciones problemáticas que afectan el desarrollo del parque.

Utilizando el planteamiento anterior como insumo, se aplicará la metodología de Krick para formular el problema, definir los criterios de solución y las restricciones que se presentan para su solución, con el objeto de plantear el problema central de la investigación y que defina de forma óptima la problemática suscitada en el Parque Natural Cerro Verde.

4.3.2 Formulación del problema

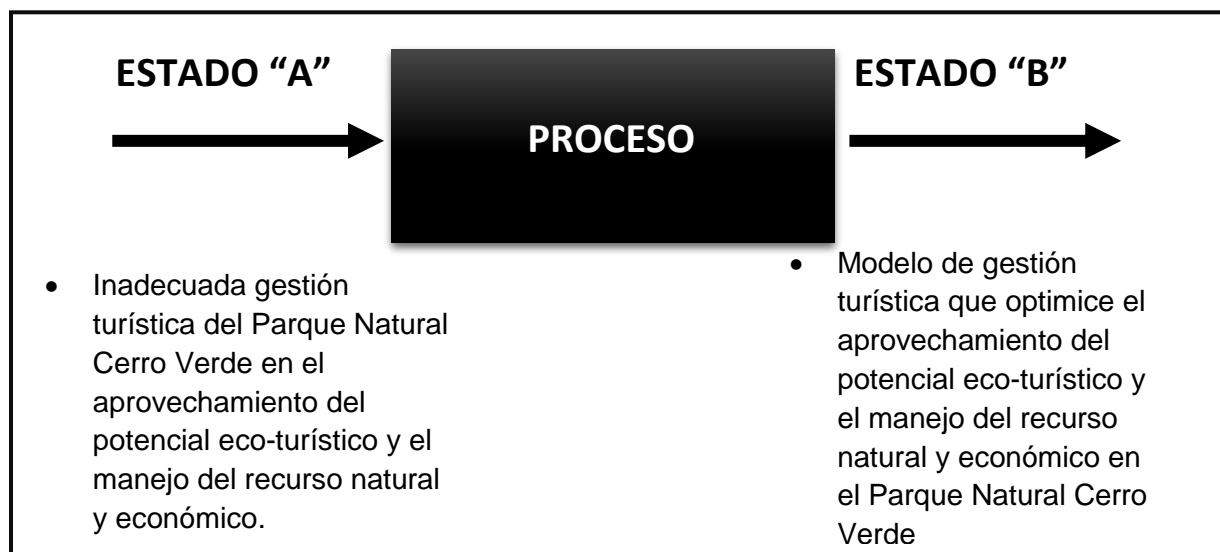


Imagen 70 - Diagrama de Krick

4.3.3 Definición del problema

A través del presente estudio de diagnóstico, ha sido posible detectar la necesidad de desarrollar el potencial eco-turístico del Parque Natural Cerro Verde y con ello aumentar la llegada de turistas y visitantes tanto locales como extranjeros, haciendo más atractivas las actividades turísticas de montaña en el parque, además de garantizar la sostenibilidad ambiental y económica del parque.

La situación anterior solo es posible al superar las dificultades con las que actualmente cuenta la gestión del parque, por lo que lograr los objetivos planteados en la investigación, requiere definir correctamente el problema a abordar y brindar soluciones eficientes, eficaces y efectivas desde una perspectiva integral.

Conociendo oportunamente los estados "A" y "B" de la formulación del problema y teniendo en cuenta las diferentes situaciones problemáticas surgidas a través del cuadro de afinidad, resulta posible poder definir el problema con certeza, al resumirlo en la siguiente interrogante:

¿Cómo mejorar la gestión turística para la diversificación y operación de los productos turísticos del Parque Natural Cerro Verde, aprovechando su potencial eco-turístico y basándose en los principios de sostenibilidad ambiental y económica?

4.3.4 Análisis del problema

Tabla 81 - Criterios de solución del problema

| CRITERIOS |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Bajo costo. • Sostenibilidad ambiental y económica. • Eficiencia en las operaciones del parque. • Capacitaciones del recurso humano acorde a normas técnicas. • Mayor número de atractivos turísticos diversificados. |

Tabla 82 - Variables de entrada y salida del problema

| VARIABLES DE ENTRADA | VARIABLES DE SALIDA |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Inadecuada Gestión turística del Parque. • Número de Guías no capacitados. • Cantidad de atractivos turísticos. • Potencial eco-turístico no aprovechado. • Volumen de desechos sólidos que permanecen en el parque. • Monto económico que las operaciones del parque representan para el ISTU. | <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de gestión turística del Parque Natural Cerro Verde. • Número de Guías turísticos, guías locales y guías especializados, capacitados bajo norma técnica. • Cantidad de atractivos turísticos diversificados en el parque. • Aprovechamiento del potencial turístico. • Volumen de los desechos sólidos acumulados en del parque. • Sostenibilidad ambiental y económica del parque. |

Tabla 83 - Restricciones de la solución

| Restricciones |
|---|
| Las propuestas deben de ser del más bajo costo posible |
| Las propuestas deben asegurar la sostenibilidad ambiental y económica del parque. |
| La temática de capacitación del recurso humano debe estar bajo Norma Técnica Salvadoreña. |
| Los atractivos diversificados no deben reñir con el medio ambiente |

4.4 CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO

El modelo de gestión turística abarca una serie de elementos claves que garantizan de forma adecuada el logro de los objetivos planteados, por lo que presentar la conceptualización del diseño se vuelve imprescindible para formar un panorama general y preliminar del contenido del diseño de la solución, que dará respuesta al problema planteado en el apartado anterior.

Para el caso del modelo que se propone para el PNCV, se presentan los componentes básicos de un modelo de gestión turística, los cuales se interrelacionan entre sí, estos componentes están guiados por un componente o norte estratégico, del que dependen todos los elementos presentados, por tal motivo se muestran dentro del esquema de la conceptualización la forma en que se comunican y se mezclan con el ambiente externo, el cual en cierta medida es determinante para la adecuada consecución del modelo; además se evidencia que el modelo se sienta en las bases de las buenas prácticas de turismo y se muestra el ciclo de calidad y mejora continua a través del componente de evaluación y control.

A continuación se presenta el esquema de la conceptualización del diseño de la solución propuesto:

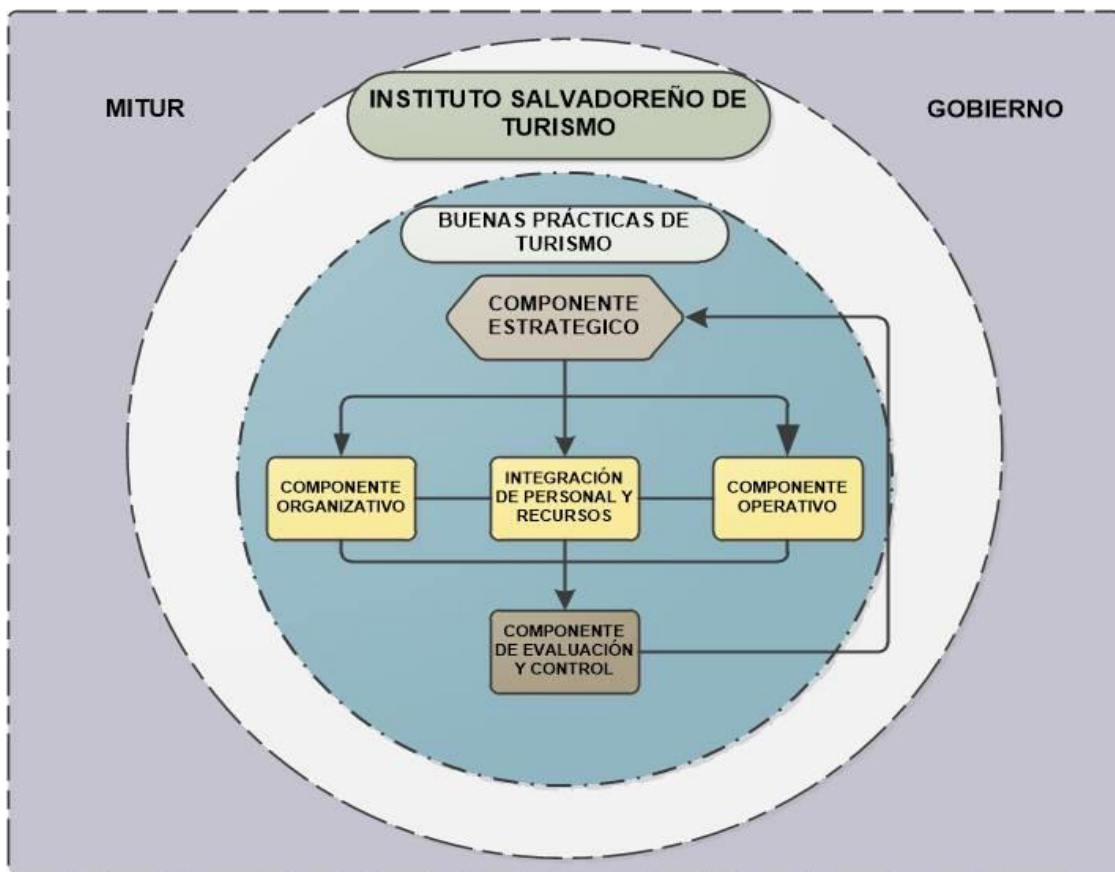


Figura 42 - Esquema del Modelo de Gestión Turística

Componentes del modelo de gestión.



Ambiente externo

El ambiente externo del modelo de gestión lo componen el Gobierno y el MITUR (Ministerio de Turismo), estos entes inciden directamente en el desarrollo del modelo, debido a que cada uno con sus particularidades crea situaciones en las que el modelo establece las estrategias y políticas para enfrentarlas o aprovecharlas, según sea el caso. Por ello es indispensable conocer la manera en que el modelo se debe relacionar con su ambiente externo y la forma óptima de hacer es conociendo a cada agente de ambiente.

GOBIERNO: Es la autoridad que dirige, controla y administra las instituciones del Estado, y políticas públicas. El gobierno se encarga de dictar leyes y decretos que inciden directamente en el desarrollo del turismo a nivel nacional, por lo que la inclusión en los planes del estado, sobre el crecimiento del turismo se vuelve vital para la gestión del parque.

El gobierno a través del MITUR y CORSATUR se encarga de la promoción del turismo, con programas de desarrollo y promoción del turismo.

MITUR: Este ente estatal es el encargado de ejecutar las políticas públicas en materia de turismo, los planes de desarrollo y la gestión de la promoción de los destinos turísticos a nivel nacional, en este sentido es necesario la creación de estrategias, por parte del modelo, que aprovechen las plataformas que el ministerio posee para potenciar el desarrollo de los destinos y el manejo adecuado de los diferentes productos turísticos.



Componente Estratégico.

En este componente se propone la planeación del modelo como base para desarrollar las estrategias que aseguran el cumplimiento de los objetivos previamente trazados del PNCV, este componente pertenece a la fase mecánica del ciclo administrativo, en ella se pretende establecer las directrices y estrategias que guían el rumbo y el actuar del modelo que es el encargado de la operación del parque, en líneas generales se propone que dentro del modelo de gestión este componente se encargue, de al menos:

- El establecimiento de objetivos estratégicos del PNCV
- La declaración de Misión, visión, valores y pilares de cultura del parque.
- Establecer los servicios eco-turísticos que se deben diversificar, en base a los resultados del estudio de mercado.
- Definir los indicadores de desempeño de los servicios que se proponen para el parque
- Definir las estrategias de relación con los proveedores de servicios del parque.
- Proyectar la demanda de los servicios propuestos y la forma de afrontarla con la mejor propuesta de valor para los turistas.
- Crear políticas adecuadas y basadas en las BPT para garantizar la sostenibilidad del PNCV.



Componente Organizativo.

El componente organizativo, se vuelve esencial para lograr los objetivos del parque, ya que crea la estructura organizativa que hace más fácil la labor de los colaboradores, basándose en los principios de división del trabajo, jerarquización y la departamentalización, todo esto enfocado a los servicios innovadores que el modelo propone para la óptima operación del parque, que se base en la sostenibilidad ambiental y económica.

El componente organizativo que se propone para el modelo de gestión, crea los puestos de trabajo adecuado para las necesidades del modelo, por lo que crear una estructura organizativa fuerte y funcional es el pilar fundamental del componente; en el componente organizativo, también se propone crear el manual de funciones del parque, en el cual se describa de forma sistemática la labor de los colaboradores.

En síntesis, la propuesta para el componente organizativo se basa en las siguientes propuestas:

- Creación de una estructura organizativa acorde a los objetivos planteados y las estrategias de la planificación.
- Proponer el número adecuado de personal necesario en el parque, para dirigir los esfuerzos en el logro de los objetivos.
- Diseño del manual de funciones del PNCV, en el que se describan las particularidades de la labor dentro de la estructura organizativa propuesta del PNCV.
- Establecer el vínculo entre la estructura organizativa del parque y el medio ambiente.



Integración de Personal y Recursos.

Este componente, se propone que sea el nexo entre la fase mecánica y dinámica del ciclo administrativo y por ende del modelo, por lo que lograr a través de las estrategias correctas la integración de recursos y personas de forma fluida, será la propuesta que genere este componente.

Crear los programas de desarrollo y capacitación para los colaboradores y los prestadores de servicios del parque, así como asegurar los elementos necesarios para que la gestión se lleve con fluidez y logre los objetivos planteados, será determinante para este componente.

En este componente se propone por tanto, que gire en torno a lo siguiente:

- Crear los programas de desarrollo y capacitación de colaboradores.
- Definir las capacitaciones que deben recibir los prestadores de servicios del PNCV.
- Administrar el reclutamiento, selección y entrenamiento de los nuevos y antiguos colaboradores que llegan a formar parte de la nueva estructura organizativa.
- Asegurar al componente operativo los recursos tanto materiales como humanos para lograr la exitosa gestión.



Componente Operativo

Este es sin duda el componente clave dentro del modelo de gestión, sobre este componente el PNCV basará la operación de los servicios eco-turísticos diversificados y los actuales; de este modo, en este componente se realiza la dirección de la gestión del parque.

El componente operativo o de dirección posee de forma general el gran compromiso de “Asegurar que los objetivos sean cumplidos”, en otras palabras, gestionar las acciones, recursos e información en pos de lograr lo que la planificación ha establecido, con la estructura que la organización ha designado y con los recursos que la integración proporcione.

Los aspectos más relevantes con los que cuenta este componente son los siguientes:

- Manuales de operación de los servicios eco-turísticos diversificados.
- Mantenimiento general del parque.
- Manejo adecuado de los desechos y aguas residuales del parque.
- Garantizar el abastecimiento de agua para el PNCV.
- Implantar las BPT y normas técnicas de calidad en todos los ámbitos operativos del parque.



Componente de evaluación y control

La evaluación y control es la parte crítica del modelo de gestión, por lo que medir y establecer los estándares de control para los indicadores de desempeño, será la labor más importante de este componente, evidentemente al medir los resultados que presenta el modelo de gestión es posible corregir los errores presentados y retroalimentar al componente estratégico para poder corregir los errores desde su concepción y asegurar la adecuada gestión del parque.

Los lineamientos mínimos que el componente de evaluación y control, debe contener para desarrollar el modelo son los siguientes:

- Establecimiento de estándares para la medición de los resultados.
- Medición de los resultados entregados por el modelo.
- Corrección oportuna de las deficiencias o puntos de mejora.
- Retroalimentación al componente estratégico del modelo para solventar las situaciones fuera de control del modelo.
- Control sobre la prestación de los servicios que presta el parque y los que son entregados por privados o terceros.



CAPÍTULO V: DISEÑO DE LA SOLUCIÓN



5.1 MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE

5.1.1 Generalidades

El Modelo de Gestión Turística que se presenta a continuación, está formado por cinco grandes componentes claves, que trabajando juntos e interrelacionados entre sí, garantizan el logro de los dos grandes objetivos planteados inicialmente para el modelo; sostenibilidad ambiental y económica.

La etapa del diseño de la solución comprende el desarrollo de cada uno de los componentes del modelo, y la forma en cómo contribuyen como sistema a la consecución de los objetivos, planteados dentro del componente que se encarga de la estrategia y planificación del modelo.

Según la teoría de Sistemas, se establece que en un “Sistema es inherente la relación existente entre los subsistemas que lo conforman, por lo tanto el diseño de estos tienen relación entre sí”⁶⁹, con ello se pretende una solución integral a las deficiencias de la actual gestión turística del PNCV, de manera que los esfuerzos no se enfoquen en aspectos aislados, sino que estos se complementen entre sí.

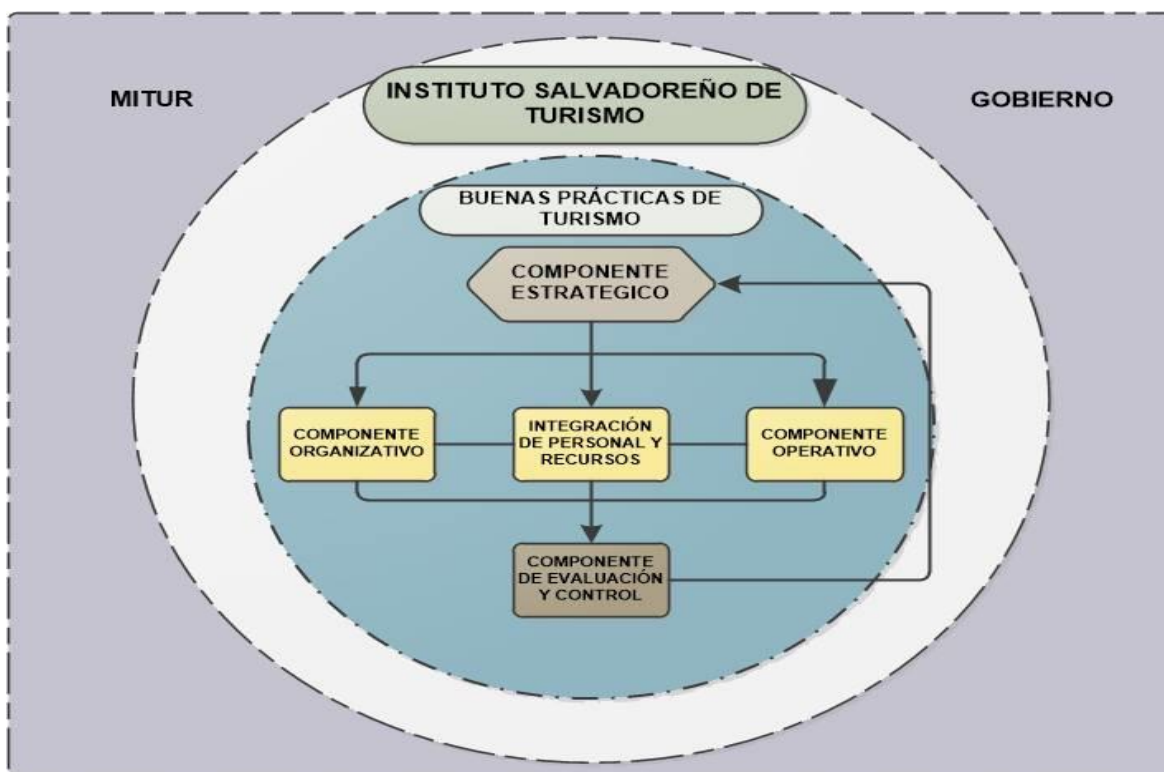


Figura 43 - Modelo de Gestión Turística para el PNCV

⁶⁹ (Bigné et al., 2000, p. 13)

5.1.2 Componentes del modelo de gestión

Como ha sido mencionado con anterioridad y se demuestra en la figura 1, el modelo de gestión turística plasmado está conformado por cinco grandes componentes, que es su totalidad, responden la pregunta dictada en el planteamiento del problema de la etapa anterior, ¿Cómo mejorar la gestión turística para la diversificación y operación de los productos turísticos del Parque Natural Cerro Verde, aprovechando su potencial eco-turístico y basándose en los principios de sostenibilidad ambiental y económica?.

Con la pregunta anterior, cabe destacar que el modelo gira en torno a dos ejes que aseguran tanto la sostenibilidad ambiental como económica, dichos ejes son las buenas prácticas de turismo y las normas técnicas en materia de calidad turística.

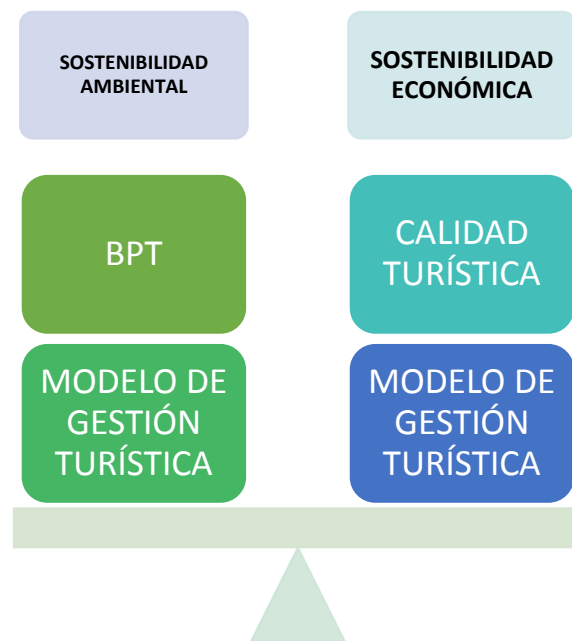


Figura 44 - Pilares del modelo de gestión turística

Para poder vislumbrar más claramente el contenido y el propósito del modelo, es necesario conocer de forma general el contenido que se debe desarrollar en cada uno de los componentes que forman parte de la solución presentada, a la actual gestión realizada en el PNCV, por lo que el presente modelo se vuelve un mapa de acción para lograr y garantizar los objetivos previamente planteados, por lo que al desarrollar los componentes del modelo, se establecen las bases donde descansa la sostenibilidad ambiental y económica del parque.

5.1.2.1 Componente estratégico

Este componente es la parte vital del desarrollo del modelo, ya que es en esta parte del modelo de gestión turística en donde se dictan los objetivos estratégicos y las líneas de acción en donde debe guiarse el actuar del modelo y de los responsables de su ejecución.

Básicamente el componente está formado de cuatro directrices o líneas guías que definen el contenido de este, por lo que conocerlas favorece la comprensión del rumbo que define el modelo en su conjunto; a continuación, se presenta un esquema general del contenido del componente:

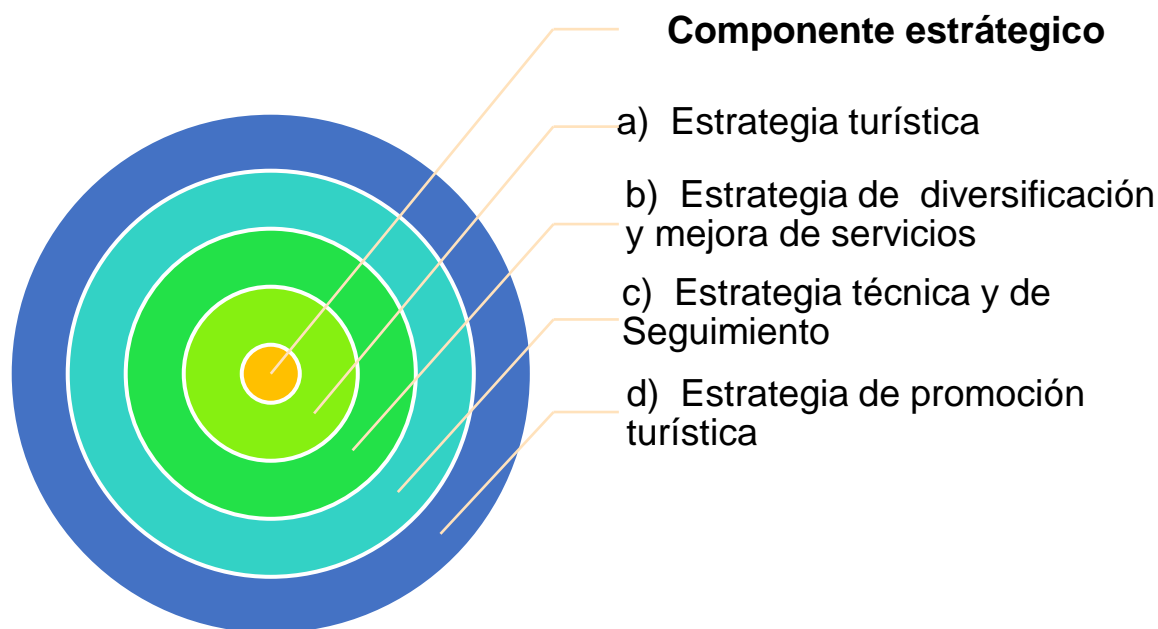


Figura 45 - Componente estratégico del modelo

Conociendo los elementos que conforman el componente, se hace indispensable definir el contenido de cada una de las directrices planteadas en la figura 3, ya que la adecuada definición del contenido, favorece y contribuye al desarrollo y aplicación del modelo de gestión turística.

a) **Estrategia Turística**

Esta área del componente es el alma del modelo de gestión, en él se plantea todo el concepto del modelo y el rumbo que debe tomar para cumplir con los objetivos estratégicos que se desglosan en el apartado, la estrategia turística se divide en dos elementos, que son los siguientes:

- **Declaración de Misión, visión, valores, políticas y pilares de cultura del PNCV:** se hace indispensable realizar la declaración del negocio; con ello es posible definir el rumbo fijo de todas las acciones que conlleva la realización del modelo.

Declarar la misión, asegura al modelo de gestión definir el punto de partida de la prestación de servicios que contempla el modelo; la visión encamina el futuro del modelo aplicado al parque y el escenario que se pretende conseguir a través de llevar a cabo las acciones estratégicas.

Los valores institucionales del parque, son las directrices que encaminan la prestación de los servicios y el desarrollo constante del producto turístico, mientras que las políticas delimitan el actuar y el comportamiento del modelo a la hora de realizar la prestación de los servicios y al hablar de pilares de cultura, se refiere al ADN del parque, a aquellas premisas fundamentales que definen al PNCV en su conjunto.

- **Establecimiento y diseño de estrategias:** Este apartado, define en base al análisis FODA, las estrategias claves en las cuales se debe sustentar el modelo, es decir realiza la planificación de todas aquellas acciones estratégicas que estén encaminadas en lograr los objetivos planteados.

Esta etapa contempla la implementación de una matriz que correlacione las estrategias planteadas y las acciones que se deben tomar para llevar a cabo dichas estrategias; las cuales están basadas en la sostenibilidad ambiental y económica del parque.

b) Estrategia de diversificación y mejora de servicios.

El punto medular del modelo radica en la diversificación y mejora de servicios, ya que, a través de ellos, el producto turístico del PNCV podrá ser desarrollado y explotado de forma sostenible, de tal modo que los nuevos servicios ofrecidos; y los mejorados también, sean capaces de atraer a más turistas y visitantes, que busquen ponerse en contacto con la naturaleza y la belleza paisajística del PNCV.

En este apartado, se presenta de forma explícita la propuesta estratégica de diversificación de servicios turísticos que el modelo pretende diversificar y mejorar, con el firme propósito de que las operaciones que estos servicios generen, sean encaminadas en las buenas prácticas de turismo y así lograr la explotación en el tiempo del atractivo turístico del PNCV.

Los servicios que se presentan como parte de la estrategia de mejora y diversificación son:



Figura 46 - Servicios mejorados y diversificados

Los servicios que se mencionan anteriormente son parte íntegra del modelo de gestión turística, y reflejan las opiniones vertidas por potenciales visitantes y turistas durante la etapa de diagnóstico del modelo, por lo que el diseño de la diversificación y mejora está sustentado en la opinión de los visitantes y reflejan, estos servicios, el porcentaje más alto de opiniones favorables, a la hora de encontrar nuevos y mejorados servicios dentro de las instalaciones del PNCV.

Los servicios que son parte de la propuesta estratégica, están basados en los siguientes principios que sustentan el actuar y el desarrollo del modelo.

- Sostenibilidad Ambiental
- Sostenibilidad económica
- Buenas prácticas de turismo
- Calidad turística (Normas técnicas)

Por lo cual, la diversificación y mejora de los servicios, también garantiza que los objetivos planteados previamente sean alcanzados con éxito y con ello mejorar la gestión turística realizada en el PNCV.

c) Estrategia Técnica y de seguimiento.

La estrategia técnica y de seguimiento presenta dos aspectos sumamente relevantes para tomar en cuenta a la hora de implantar y desarrollar el modelo de gestión.

El primero de ellos es la determinación de la capacidad de carga del PNCV, que como es posible observar en la etapa anterior se define como: “la máxima población que puede soportar indefinidamente un determinado hábitat sin dañar de forma permanente la productividad del ecosistema del que depende esa población”⁷⁰; es decir la capacidad de carga representa para el PNCV el número máximo de personas que pueden recibirse en un determinado periodo, sin comprometer el recurso natural. Otra forma de facilitar la comprensión del término recae en la siguiente figura.

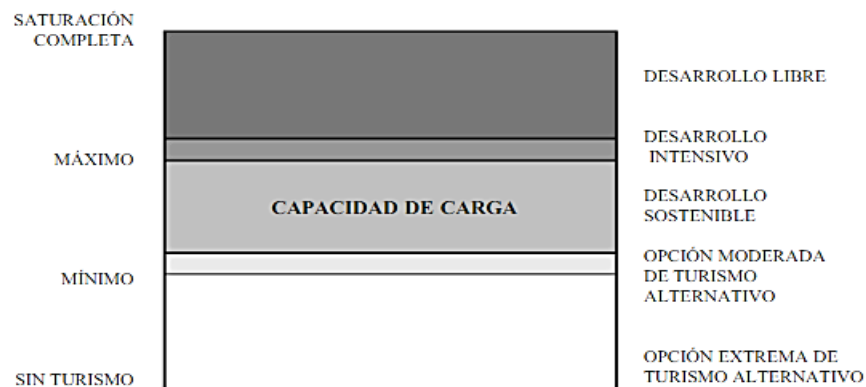


Figura 47 - Esquema de la capacidad de carga

Posteriormente, la estrategia desglosa el diseño de los indicadores de gestión que determinarán el grado de avance e impacto generado por la adopción y puesta en marcha del modelo, estos indicadores valorarán las acciones estratégicas tomadas en cuenta para garantizar los objetivos del modelo, además los indicadores, medirán áreas claves como:

- Finanzas y economía
- Gestión turística
- Medio ambiente
- Manejo integral de desechos, etc.

d) Estrategia de promoción turística

El componente de marketing en un modelo de gestión turística, posee la categoría de indispensable, ya que la adecuada generación de estrategias en materia turística, crean la promoción necesaria, para que los potenciales visitantes del PNCV puedan acceder a los nuevos y mejorados servicios que el modelo de gestión ofrece.

⁷⁰ (Cifuentes Miguel, 1992, p. 19)

Es imprescindible que el potencial mercado consumidor este sabedor de los nuevos servicios ofrecido a través del modelo de gestión, ya que de nada serviría que se creasen las condiciones adecuadas para el desarrollo sostenible del producto turístico del PNCV, sino se explotase concienzudamente las oportunidades de desarrollo que estos servicios brindarían.

La promoción turística por su importancia relevante para el éxito del modelo debe estar bien cimentada, para efectos prácticos del modelo, las estrategias que se generen de este componente, estarán basadas en las 4p's del mercadeo de productos turísticos, y tienen como guías de acción las siguientes condiciones:

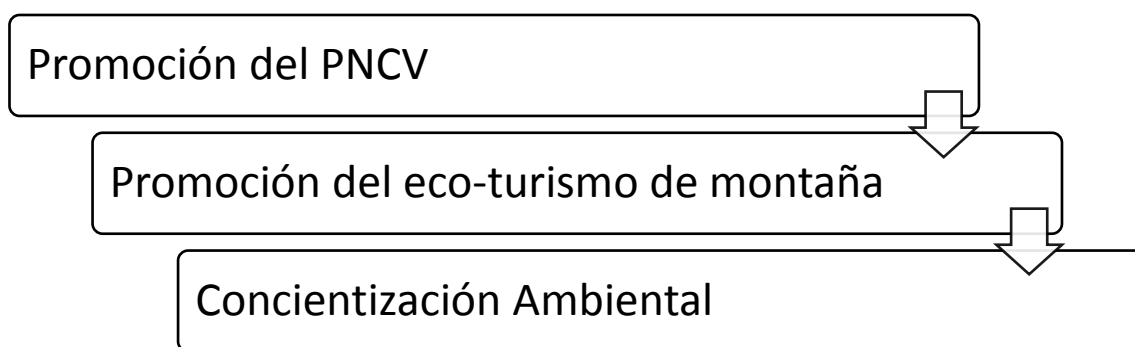


Figura 48 - Eje del plan de mercadeo

5.1.2.2 Componente organizativo

La forma de organización que propone el modelo de gestión, está basada en generar la mayor eficiencia posible de los puestos de trabajo y la fluidez de la información para tomar las mejores decisiones por parte de aquellos colaboradores que son los encargados de dirigir localmente la gestión del PNCV.

El modelo organizativo que plantea la gestión turística está sustentando en los siguientes principios de ingeniería:

- División del trabajo
- Unidad de mando
- Tramos de control eficaces
- Enfoque de sistemas organizacional

Con estos principios básicos que rigen el componente organizativo del modelo, es necesario definir el contenido que abarcará el componente en su totalidad, las áreas que se desarrollarán serán las siguientes:

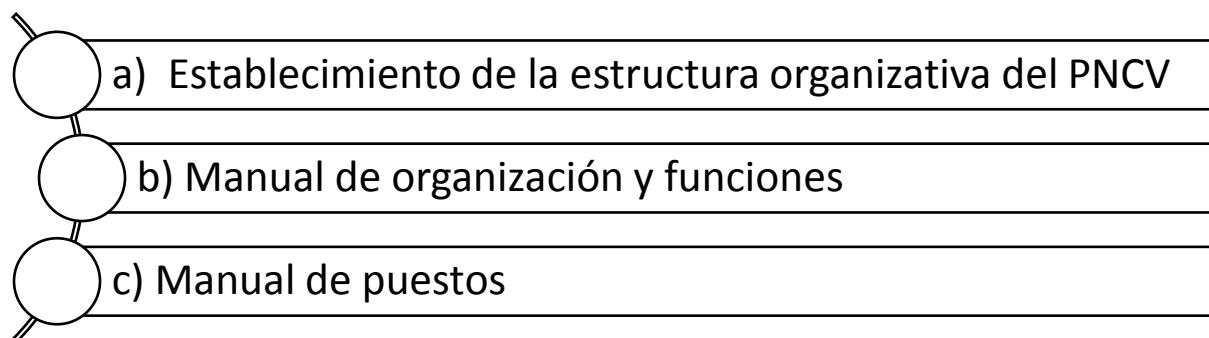


Figura 49 - Áreas del componente organizativo

Estas tres directrices claves ayudan y soportan la labor del modelo de gestión turística, son necesarias para establecer de forma correcta los puestos de trabajo y la relación que debe existir entre la información que fluye en todas las direcciones de la estructura organizativa.

a) Establecimiento de la estructura organizativa del PNCV.

El organigrama del modelo de gestión, será desglosado y explicado en ésta etapa del diseño de la solución, es decir, será este apartado el encargado del diseño de los puestos de trabajo y de las funciones que cada colaborador deberá desempeñar para garantizar que todo lo que el componente anterior ha planteado, sea llevado a buen término y de forma eficiente, siempre teniendo como pilares fundamentales la sostenibilidad ambiental y económica.

b) Manual de organización y funciones

Este es un elemento primordial que facilitara la obtención de los resultados por parte de los colaboradores, clarificando los objetivos y alcances del puesto de trabajo desempeñado, el manual de organización y funciones se define como: “un cuerpo sistemático que contiene la descripción de las actividades que deben ser desarrolladas por los miembros de una organización y los procedimientos a través de los cuales esas actividades son cumplidas”⁷¹

El manual de funciones que desarrolla el modelo de gestión está basado en 6 principios organizacionales que le dan sustentabilidad a su función dentro del modelo:

- Toda posición de supervisión debe tener asignadas funciones y responsabilidades concretas;
- Toda asignación de responsabilidades debe ir acompañada de la correspondiente autoridad para ejercerla;
- No debe quedar incertidumbre respecto a la definición de autoridad y responsabilidad con relación a todas y cada una de las posiciones de la organización;

⁷¹ (Torres, 1996, p. 25)

- Cada persona que ocupa un puesto en la organización debe recibir órdenes de una única fuente;
- Toda decisión que se adopte respecto a un integrante de la organización debe ser efectuada con conocimiento y consentimiento del supervisor inmediato del afectado por la decisión;
- Debe existir y aplicarse un mecanismo que permita controlar y evaluar el cumplimiento de las responsabilidades asignadas a los niveles jerárquicos.

Además, dentro de este manual se incluyen las políticas organizativas que dictaran el actuar de la administración frente a las posibles situaciones que atañen al modelo, dictará la forma de responder ante las diversas situaciones ocurridas a nivel organizativo y velarán por el cumplimiento del manual de organización y funciones del PNCV.

El diseño de estas políticas está basado en los valores institucionales presentados por el modelo de gestión turística, estos valores abarcan todas las áreas de gestión del parque, por lo que las políticas también se ven influenciadas por ellos a nivel organizativo, velando por las oportunas acciones, teniendo como norte el cumplimiento de los objetivos y la garantía de sus resultados.

c) **Manual de puestos**

El manual de puestos es un elemento importante donde se verá reflejado los conocimientos y estudios necesarios para cada puesto de trabajo de la estructura organizativa del PNCV, además este describe el puesto en sí y las características y aptitudes de cada colaborador.

5.1.2.3 Componente de integración de personal.

Este componente asegura al modelo de gestión la temática de capacitación constante que deben recibir los colaboradores de PNCV, el componente al igual se encarga de definir los tópicos para inducción de los colaboradores.

Como se mencionó anteriormente el componente consta de dos elementos que dan forma al desarrollo del mismo, estos elementos son:

a) **Diagnóstico de necesidades de capacitación (DNC).**

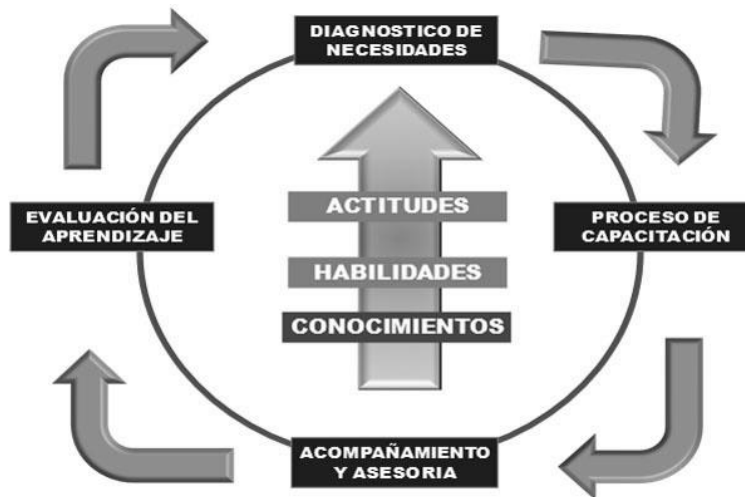


Figura 50 - Plan de DNC

5.1.2.4 Componente Operativo.

Este componente es el encargado de mostrar la forma en que deben operarse cada uno de los servicios que el modelo pretende mejorar y diversificar, los elementos que lo componen están basados en las BPT y las Normas técnicas en materia turística.

Por lo que el resultado de sostenibilidad ambiental y económica está garantizado al aplicar el diseño como se plantea en el modelo, es necesario considerar que el diseño de los servicios diversificados deber responder a tres áreas claves para asegurar que sean operados de forma óptima. Las tres áreas que del diseño de servicios son las siguientes:

- a) Distribución física de los servicios
- b) Señalización Turística
- c) Requerimientos y especificaciones de los servicios

En cuanto a la distribución física de los servicios, es imprescindible utilizar las técnicas de distribución en planta para lograr hacer uso óptimo del espacio y de los recursos con lo que se cuenta, tomando en cuenta primordialmente las recomendaciones provenientes del diagrama de mutter.

Para a la señalización turística se hará uso de las normas internacionales y nacionales que rigen el tamaño forma y color de aquellas señales interpretativas que sirvan a los visitantes para conocer y autoguiarse dentro de las instalaciones del PNCV. Las ubicaciones de las señales también deben responder a las necesidades individuales de cada área dentro del PNCV, con el fin de que todos aquellos visitantes puedan aprovechar su estancia dentro del parque.

En lo referente a los requerimientos y especificaciones de los servicios, se desglosará por cada servicio las necesidades técnicas requerida para prestar con calidad y con el mayor grado de satisfacción del cliente, los servicios eco-turísticos de montaña que el modelo plantea mejorar y diversificar.



Figura 51 - Señales de turísticas

Siempre dentro del componente operativo la creación de manuales que faciliten la operación de los servicios, se hace indispensables, por lo que el modelo plantea un manual operativo para cada uno de los servicios mejorados y diversificados, con ello asegurar que los procesos y procedimientos que conlleva la prestación de servicios eco-turísticos sean realizados con calidad y de forma correcta, para lograr llevar a consecución los objetivos y acciones estratégicas designados en el componente estratégico del modelo.

El componente operativo, también contempla el saneamiento del parque como eje fundamental de la sostenibilidad ambiental y como parte integra de las BPT, en este sentido el modelo engloba dos grandes aspectos de saneamiento del PNCV, el primero es relacionado al manejo de los desechos sólidos del parque, por lo que se contempla un plan de evacuación y control de desechos, así como el manejo integral de los mismos. Es de hacer notar también que el manejo de aguas residuales es un elemento que contempla el modelo, por lo que, en el componente operativo, se realiza una propuesta de manejo de aguas residuales y las implicaciones ambientales favorables que esto proporciona al PNCV, además de mejorar la imagen eco-turística del parque y aumentar el índice de satisfacción del turista.

5.1.2.5 Componente de Evaluación y Control.

Finalmente, dentro del modelo de gestión el último componente que se presenta es el de evaluación y control, cuyo propósito es medir el desempeño del modelo y propiciar las acciones correctivas y de retroalimentación al componente estratégico para definir las mejoras que el mismo modelo retoma de la operación, gestión y administración de los servicios mejorados y diversificados.

El componente como tal refleja ser sumamente útil para los propósitos de sostenibilidad ambiental y económica, ya que proporciona las bases para las mejoras contantes y las oportunidades para crear nuevos atractivos turísticos o mejorar los propuestos por el modelo.

Básicamente son tres los ejes en los que el componente actúa:

a) Control y medición de indicadores

En este apartado se establece los procedimientos para la medición de los indicadores que han sido diseñados en el componente estratégico, es decir se presenta de forma breve y concisa el método que se utiliza en el modelo para verificar el desempeño de la gestión turística en las áreas que los indicadores actúan.

b) Propuesta de control sobre servicios tercerizados

Este eje de acción del componente pretende en su contexto, presentar una propuesta de control y de capacitaciones de los servicios tercerizados en el parque, claro está, que el modelo haya avalado previamente en el componente estratégico y operativo; un claro ejemplo del control que se debe ejercer sobre los servicios tercerizados será a los emprendedores durante los festivales frutales y épocas de mayor afluencia turística.

c) Retroalimentación y acciones correctivas.

Presenta este elemento la forma en que las acciones correctivas deben fluir dentro del flujo e información del modelo, llevando los puntos de mejora a donde sean de mayor utilidad y beneficio para el PNCV, este eje de acción del componente dará retroalimentación oportuna al componente estratégico para que desde la dirección del modelo puedan realizarse los cambios que darán paso a la mejora continua del modelo, en donde se pone de manifiesto el carácter sistémico y dinámico del parque.

5.2 CALIDAD TURÍSTICA Y BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO

La calidad es enmarcada como la diferencia entre los servicios esperados por el cliente antes de su prestación y los que realmente percibe haber obtenido. Se puede agregar que es el nivel de excelencia que se ha establecido con la intención de satisfacer las expectativas de los clientes.

La calidad y la excelencia en la atención y el servicio al cliente no solo se alcanzan logrando sus expectativas, sino también con el esfuerzo continuo de realizar bien el trabajo.

Actualmente los turistas nacionales muestran algunas características que llevan al PNCV a adoptar y mejorar sistemas de gestión y de calidad en los servicios que ofrece. Algunas de esas características son:

- a)** Poseen un mayor nivel de vida;
- b)** Son menos fieles;
- c)** Se muestran más preocupados por la calidad;
- d)** Son cada vez más selectivos, exigentes y poseen mayores aspiraciones que las de las generaciones anteriores.

A partir de esas características se puede formar un perfil de los turistas y visitantes de la siguiente manera:

- a) Los turistas además de obtener un buen servicio y precios adecuados, exigen que el dinero que va a invertir en la compra sea producto de una cuota de placer determinada por los sentidos.
- b) No se conforma solamente con hacer una buena compra, sino que demanda del producto o servicio una serie de características determinadas que tengan que ver con su satisfacción por la adquisición.
- c) El consumidor moderno es un cliente con más alternativas para escoger entre un mercado de apertura que lo hace más exigente, tanto en el servicio como en la calidad del producto.
- d) Espera que se le muestre lo importante que es como consumidor de los servicios. Los primeros 30 segundos son básicos para causar una buena impresión y eso significa mirarlo a la cara, saludarlo amablemente, sonreírle y demostrarle que él es importante y que va a ser atendido de la mejor forma posible.
- e) Le gusta que lo atiendan bien. Para esto es necesario que los colaboradores estén bien informados de los servicios turísticos que se ofrecen, que tengan información a la mano y que se interesen por resolver una dificultad o dar una respuesta con entusiasmo.
- f) Buscan a una persona dispuesta a escucharlo y a proponerle otras alternativas, a pesar que no se le brinde exactamente lo que quiere.
- g) Espera que lo atiendan como si fuera el único cliente del día. Si las personas se propusieran atender a cada cliente como si fuera el único, comenzarían a encontrar gran satisfacción en su trabajo y por supuesto, asegurarían en un alto porcentaje el éxito de la empresa a la que pertenecen.

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 y está enfocado a satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes.

La calidad se cataloga como “eso que todo mundo entiende, aunque nadie sabe definirlo”; para las empresas consiste en una herramienta de trabajo que garantiza la satisfacción del cliente al menor coste posible. Los componentes que se incluyen dentro de la calidad turística y Buenas Prácticas de Turismo se muestran a continuación:



Figura 52 - Calidad en los servicios turísticos

Si bien la calidad del servicio puede ser medida, el servicio en sí tiene la particularidad de ser intangible; y es el cliente el único que establece la medida de la satisfacción y el nivel de excelencia en los servicios ofrecidos

5.2.1 Importancia de la calidad en los servicios turísticos

Es necesario conocer la importancia que posee la calidad en los servicios turísticos brindados, por lo cual se muestran un listado de factores positivos resultantes de la misma.

- a) Genera servicios mejorados.
- b) Disminuyen los costes.
- c) Aumenta la rentabilidad del establecimiento.
- d) Motiva e integra a los colaboradores.
- e) Mejora la imagen de los servicios prestados.
- f) Aumenta la satisfacción de los turistas y visitantes y su fidelidad.
- g) Mejora del servicio y de la competitividad.
- h) Herramienta infalible de mercadeo.
- i) Marca un valor añadido frente a la competencia.
- j) Mayor conocimiento de las expectativas de los turistas y tendencias del mercado.

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”.

5.2.2 Normas técnicas Salvadoreñas para servicios turísticos

En seguimiento a la visión de apuestas frontales para elevar la competitividad del turismo salvadoreño y con miras a la colocación de la región centroamericana como un polo de atracción turística; la Dirección de Innovación y Calidad del Ministerio de Economía, busca impulsar proyectos en coordinación y alianza con el sector privado, para la adopción de iniciativas de innovación y calidad que favorezcan la competitividad del sector turismo.

En ese sentido, se habla de algunas normas de calidad aplicables, partiendo del hecho de que la calidad es uno de los puntales de la competitividad. En sí, las Normas tratan de responder a intereses colectivos y comunes del sector con total orientación al mercado. Las normas tendrán progreso si se logra mantener interés de la institución en incorporar dichos consensos a sus procesos. La aplicación de éstas, debería poder mejorar la definición de la identidad empresarial, alcanzar la innovación al buscar la mejora continua y la certificación.

A continuación, se describen algunas Normas enfocadas para el área del turismo y que a la vez son de suma importancia en las actividades turísticas que se realizan en el Parque Natural Cerro Verde, hay que mencionar que las Normas Técnicas Salvadoreñas no son de carácter obligatorio, pero muestran los requisitos mínimos que debe cumplir una empresa o institución que se dedica a la rama de turismo, para lograr brindar un servicio basado en la calidad turística.

Tabla 84 - Normas Técnicas Salvadoreñas (1 de 2)

| | |
|---|--|
| NTS 03.58.01:08 | TURISMO DE AVENTURA. CANOPY, TIROLESA Y ARBORISMO. REQUISITOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. |
| <p>Conocer e implementar esta norma es muy importante ya que establece los requisitos mínimos generales, de gestión, calidad y competencias en el turismo de aventura específicamente canopy, tirolesa y Arborismo.</p> <p>Esta norma está compuesta por lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Términos y condiciones específicamente al turismo de aventura • Requisitos para el desarrollo de la actividad: <ul style="list-style-type: none"> ○ Requisitos del guía ○ Criterios y competencias para la empresa | |
| NTS 03.44.01:12 | NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA DE SERVICIOS E INSTALACIONES PARA PEQUEÑOS Y MEDIANOS HOTELES, HOSTALES Y APARTAHOTELES. |
| <p>Esta norma acompañada con la NTS 03.44.02:12 Terminología de los establecimientos de alojamiento turístico, sirven como base para el servicio de alojamiento en el PNCV. El contenido muestra lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definiciones relacionadas a los establecimientos hoteleros • Requisitos para la prestación del servicio • Instalaciones y equipo • Limpieza • Mantenimiento de instalaciones | |

Tabla 84 – Normas Técnicas Salvadoreñas (2 de 2)

| | |
|---|---|
| NTS 03.44.02:12 | TERMINOLOGÍA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO. |
| <p>Esta norma se aplica a los establecimientos de alojamiento turísticos entre ellos las cabañas y recintos de campamento o camping.</p> <p>Su contenido se desarrolla de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Términos generales • Términos de clasificación por tipo de alojamiento • Términos relativos a la organización • Términos relativos al tipo de tarifa • Términos relativos a los tipos de habitaciones • Términos relativos a instalaciones y áreas • Términos relativos al equipamiento, mobiliario y suministros • Términos relativos a los servicios • Términos relativos al personal de servicio • Equivalencia de terminología inglés, francés, alemán, español. | |
| NTS 03.55.01:08 | GUÍAS DE TURISMO. ESPECIFICACIONES PARA EL DESEMPEÑO |
| <p>En las actividades de senderismo y montañismo en el parque, es indispensable hacerse acompañar de un guía turístico, por lo que esta norma tiene por objeto especificar los requisitos generales, de gestión, de calidad y competencias de cada uno de los guías turísticos que se encuentran en las instalaciones del PNCV.</p> <p>Se compone por lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Términos y definiciones de la actividad que desarrolla. • Requisitos básicos de postulación para Guías de Turismo Independientemente de la especialidad. • Conocimientos básicos en turismo, primeros auxilios, conocimientos específicos de los guías. • Competencias generales de los Guías Turísticos. • Requisitos en su desempeño como Guía de Turismo, entre otros factores importantes para brindar un servicio con calidad. | |

5.2.3 Buenas Prácticas de Turismo

Las Buenas Prácticas de Turismo son aquellas acciones de prevención, corrección o mejoramiento que se pueden implementar en todas las áreas de servicio y operación del Parque Natural Cerro Verde. Estas medidas deben ser tan efectivas que el parque debe verse beneficiado ambiental, sociocultural y económicamente.

Las Buenas Prácticas de Turismo deben garantizar que se está produciendo el menor impacto posible, que se mejora la calidad del producto turístico, así como su imagen frente al turista o visitante y que se hace más eficiente el desarrollo empresarial y, por ende, su desempeño socioeconómico.

Por lo tanto, las Buenas Prácticas de Turismo pueden contribuir al PNCV a:

- a) Proteger y mejorar el ambiente;
- b) Ahorrar en el consumo de recursos e insumos;
- c) Establecer unas buenas relaciones sociales, ambientales y empresariales dentro de las instalaciones y entorno;
- d) Lograr que el PNCV sea más competitivo debido a su calidad de servicio y responsabilidad;
- e) Mejorar la imagen del ISTU y obtener reconocimiento público en el mercado nacional e internacional;
- f) Captar un mercado turístico de calidad, con la misma visión de sostenibilidad de la operación turística;
- g) Mejorar la calidad de vida del personal del parque y de las comunidades aledañas;
- h) Mejorar la administración del PNCV y sus procesos de operación;
- i) Concienciar a turistas, colaboradores y proveedores acerca la importancia de tener una visión de sostenibilidad;
- j) Vivir y trabajar en un ambiente más sano y placentero para todos.

5.2.3.1 Buenas prácticas para el Turismo sostenible

La Buenas Prácticas para turismo sostenible es una herramienta que permite adoptar prácticas de gestión sostenibles, de una manera sencilla y efectiva y está organizada alrededor de la gestión empresarial, presentando recomendaciones y acciones prácticas para los tres ejes de la sostenibilidad, los cuales son: Económico, Sociocultural y Ambiental. La guía de Buenas Prácticas en Turismo Sostenible brinda una motivación para actuar y proporciona recomendaciones concretas para implementar las buenas prácticas, además destaca los beneficios que se obtienen con la implementación.

El desarrollo sostenible o dicho de otra manera la sostenibilidad se alcanza cuando se atiende en forma balanceada los tres principios o componentes básicos: Ámbito empresarial, Ámbito Socio-Cultural, Ámbito Ambiental.

a) Ámbito empresarial

Según RAINFOREST ALLIANCE, el Ámbito Empresarial es de gran importancia para la sostenibilidad de un sitio turístico como lo es el PNCV, puesto que no basta con tener los recursos, sino es indispensable desarrollar esquemas de gestión que permitan alcanzar los

objetivos de sostenibilidad que se definan, ya que únicamente las organizaciones que implementan prácticas adecuadas de administración, aseguran el éxito de sus objetivos.

Tabla 85 - Ámbito empresarial (BPT) (1 de 2)

| ÁMBITO EMPRESARIAL | |
|----------------------------------|--|
| Gestión de sostenibilidad | Cuenta el PNCV con una política de sostenibilidad que resuma el compromiso con respecto al ambiente y a la sociedad. |
| | Implementa la política de sostenibilidad en acciones concretas dirigidas a lograr el cumplimiento y su posterior divulgación. |
| | Se establece el compromiso del PNCV en satisfacer las necesidades, requerimientos y deseos de los turistas y visitantes. |
| | Determina las acciones, comportamientos y compromiso del PNCV y los colaboradores por medio de la protección del medio ambiente. |
| | Propone acciones concretas de seguridad y salubridad, cuidando de los colaboradores, equipo, herramientas, recursos, seguridad en la gestión de servicios, entre otros. |
| | Organiza al personal y el plan de acción siguiendo la política de sostenibilidad. |
| | Realiza sesiones de planificación estratégica para definir claramente la visión y misión del parque y cómo alcanzarla. |
| | Diseña planes de acción concretos que le permitan trabajar en todas las áreas del PNCV. |
| Gestión de calidad | Se fijan objetivos de calidad y sostenibilidad y se orienta al personal del PNCV a conseguirlos mediante la cooperación entre áreas de trabajo y la participación y compromiso de cada uno de ellos. |
| | Se implementan sistemas de auto-evaluación para determinar las áreas que se necesitan mejorar. |
| | Utiliza métodos de evaluación para identificar el grado de satisfacción de los turistas y visitantes. |
| | Establece procedimientos adecuados para que los servicios turísticos alcancen la calidad deseada. |
| | Realiza monitoreo, toma acciones correctivas y planifica la mejora continua de la gestión del PNCV. |
| | Desarrolla programas de trabajo que se traduzca en un Manual de Procesos y Procedimientos. |
| | Coordina sistemáticamente los recursos del parque, mediante la planificación, definición de objetivos y metas, y gestiona en función de la calidad y de la sostenibilidad. |
| | Organiza y gestiona los recursos, procesos y resultados de las actividades que se llevan a cabo en el parque. |
| | Establece criterios para la selección de los proveedores de insumos, que contemplen los principios de sostenibilidad. |

Tabla 85 - Ámbito empresarial (BPT) (2 de 2)

| ÁMBITO EMPRESARIAL | |
|---|--|
| Gestión de recursos humanos | Diseña e implementa las acciones necesarias para asegurar la eficiente participación de los colaboradores en los procesos y procedimientos del PNCV. |
| | Evalúa el desempeño de los colaboradores. |
| | Cuenta con un programa de capacitación del personal que contemple competencias técnicas, operativas y basadas en sostenibilidad. |
| Gestión de seguridad | Posee los equipos, insumos, dispositivos y respaldos legales necesarios para la atención de emergencias y/o sus consecuencias. |
| | Se implementan las medidas más adecuadas para divulgar entre turistas y visitantes, colaboradores y terceros los planes de atención y reacción ante riesgos y emergencias. |
| Gestión de comunicación y mercadeo | Se diseña y utiliza mecanismos de comunicación/publicidad necesarios para divulgar características y beneficios de los servicios que se brindan en el PNCV. |
| | Se proporciona información clave a los turistas nacionales para influir en la decisión de compra. |
| | Se incorpora el tema de la sostenibilidad y las acciones para alcanzarla, como una forma de llegar a los turistas responsables que compran este tipo de servicios. |
| Gestión del servicio alimentario | Se implementa acciones concretas para el manejo seguro e higiénico de alimentos. |
| | Se asegura que el personal a cargo de la manipulación y preparación de alimentos ha sido instruido en cuanto a las formas higiénicas y salubres para realizar sus labores. |

b) Ámbito Socio-Cultural

En el Ámbito Socio-Cultural se involucra tanto las comunidades aledañas como el PNCV en sí, estos desarrollan lazos que deben encaminarse al desarrollo común. Ambos están en la obligación de rescatar y preservar la historia, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, las tradiciones y las creencias, ya que son aspectos que crearán un valor agregado a la oferta turística.

Tabla 86 - Ámbito Socio-Cultural

| Ámbito Socio-Cultural | |
|--|---|
| Contribución al desarrollo local. | Ofrece facilidades a emprendedores de localidades aledañas para que desarrollen y vendan sus productos. |
| | Realiza contratación de personas de la localidad. |
| Respeto a las culturas y poblaciones locales | Se toman medidas concretas para asegurar el respeto de las costumbres, manifestaciones culturales, sociales y económicas de las comunidades que rodean al PNCV. |
| Rescate y la protección del patrimonio histórico-cultural | Se pone a disposición de los turistas y visitantes, información sobre hechos culturales que se han obtenido de la zona. |

c) Ámbito Ambiental

La finalidad del Ámbito Ambiental es el de promover una relación sostenible entre los recursos naturales, ambiente y el turismo.

Tabla 87 - Ámbito ambiental (BPT) (1 de 3)

| Ámbito ambiental | |
|-------------------------|--|
| Recurso agua | Se analiza la frecuencia en que ocurren incidentes de escasez de agua. |
| | Se planifica y toma acciones concretas para hacer uso sostenible del agua. |
| | Se da a conocer a los turistas nacionales y demás interesados, las políticas y planes para el uso sostenible del agua. |
| Recurso Energía | Se planifica y toma acciones concretas para el uso sostenible de la energía. |
| | Utiliza las fuerzas naturales y fuentes alternativas para la generación de energía. |

Tabla 87 – Ámbito ambiental (BPT) (2 de 3)

| Ámbito ambiental | |
|---|--|
| Biodiversidad | Analiza si las actividades del PNCV producen algún impacto negativo en las formas locales de vida. |
| | Adopta medidas para que el ruido generado por las operaciones en el PNCV no afecte la vida silvestre. |
| | Toma medidas para evitar que las construcciones impacten negativamente el entorno del parque. |
| | Se informa acerca de leyendas, historia natural y otros datos interesantes sobre los organismos silvestres de la zona. |
| | Elabora inventarios de plantas y animales de la zona. |
| | Se orienta a los turistas en cuanto a la forma adecuada de comportarse en las instalaciones del parque donde se observen organismos silvestres. |
| | Se identifica las principales especies de plantas propias de la zona donde se ubica el PNCV. |
| Áreas naturales protegidas y de conservación | Se utilizan herramientas de trabajo adecuadas para darle mantenimiento a las áreas verdes, reduciendo la utilización de herramientas accionadas por combustible. |
| | Se apoya mediante acciones concretas la conservación, administración y/o mantenimiento del área natural protegida. |
| Contaminación | Motiva a los miembros del personal a trabajar como voluntarios en los alrededores del parque, en actividades de beneficio al área natural protegida |
| | Se ha instalado algún mecanismo para el tratamiento y reutilización de aguas residuales o servidas del parque. |
| | Se adoptan medidas para minimizar las emisiones de gases, aerosoles contaminantes y olores fuertes en las instalaciones del parque |
| Desechos sólidos | Hace respetar las disposiciones de NO FUMAR dentro de las instalaciones del parque |
| | Se ha documentado el plan para el manejo sostenible de los desechos sólidos |
| | Se planifica y se toman acciones concretas para reducir la cantidad de desechos sólidos generados por las operaciones del parque. |
| | Se separan los desechos sólidos para su posterior reutilización, reciclaje o disposición final adecuada. |
| | Se promueve el reciclado y reutilización de los desechos sólidos. |
| | Se implementan acciones que ayuden a reducir el problema de los residuos sólidos. |

Tabla 87 – Ámbito ambiental (BPT) (3 de 3)

| Ámbito ambiental | |
|----------------------------|---|
| Educación ambiental | Se realizan acciones concretas para fomentar la educación ambiental entre las comunidades aledañas, turistas, colaboradores y demás interesados. |
| | Se procura que el personal tenga conocimientos sobre las amenazas ambientales de la zona y de las buenas prácticas que se deben implementar. |
| | Se apoyan programas de educación ambiental existentes en la zona y se motiva a los visitantes a contribuir con los esfuerzos de conservación y uso racional de los recursos naturales. |
| | Se utiliza material gráfico u otro medio de difusión en las instalaciones del parque, que contenga medidas de concientización ambiental, que haga de los turistas, viajeros más responsables con el medio ambiente. |
| | Se organizan campañas ambientales periódicamente en las zonas aledañas e interior del parque, que involucre siembra de árboles, recolección de desechos y mantenimiento de señalización en senderos. |
| | Se cuenta con señalización adecuada que oriente y eduque, tanto a turistas como al personal que labora en el parque. |

5.3 DESARROLLO DEL MODELO DE GESTIÓN

5.3.1 COMPONENTE ESTRATÉGICO

5.3.1.1 Declaración de la misión, visión, políticas, valores y pilares de cultura

La declaración del negocio o de la labor del PNCV, recae en cinco aspectos claves del desarrollo del modelo de gestión, que se verán desglosados uno por uno, con el fin de crear el más amplio espectro de acción del parque y marcar la ruta estratégica del modelo de gestión.

a) Declaración de la misión.

“La misión de una empresa es lo que se pretende lograr con los principios establecidos que emanen de la filosofía institucional (entendiendo por esta de manera generalizada el crecimiento sostenido, solidez financiera, enraizamiento social, edificios en propiedad, política de personal, que busca que el empleado sienta la empresa como propia y todo ello con la clara orientación de dar el mejor servicio a los clientes) que se plasma en un enunciado que recoge

la declaración duradera del propósito de la actividad institucional.”⁷² La declaración de la misión es la bandera bajo la cual deberá operar el parque. Sirve para recordar a todos los colaboradores el propósito o misión del modelo de gestión y del parque a largo plazo. Declara también la perspectiva del componente estratégico del modelo con relación al negocio en que considera esta o debería estar durante los próximos años. Poseer la misión no solo es un refinamiento administrativo, sino que proporciona la brújula o carta de navegación que ayuda a que el personal del parque conduzca su ruta hacia el logro de los objetivos del mismo.

— Aspectos claves que debe contener una declaración de misión⁷³

La función o contribución que la misión proporciona es la búsqueda constante de sostenibilidad y mejora en la prestación de servicios, la misión también es buscadora de oportunidades, es innovadora y operadora al más bajo costo, algunas de las características que toda buena misión debe poseer son las siguientes:

1) Definición.

La misión debe de formularse en términos de beneficios proporcionados a los clientes o de las necesidades satisfechas, debe de presentarse en términos de lo que la empresa hace, la percepción de la misión debe estar con relación íntima con el negocio en que se encuentra, debe considerarse y analizarse con un conocimiento pleno de las amenazas y las oportunidades que afectan el futuro

La declaración de la misión deberá contener metas específicas con relación al crecimiento que consiste en garantizar el desarrollo a largo plazo junto al aumento de la participación en el mercado.

2) La calidad en toda su dimensión

Esta debe de garantizar la satisfacción al cliente mediante el mejoramiento continuo, la misión debe llevar la calidad implícita en cada una de sus partes expresadas es decir debe de garantizar el incremento de la productividad con calidad a través de la mejor capacitación y motivación de los colaboradores quienes llevan a cabo la misión.

3) La innovación como mecanismo de proyección

Los cambios son impulsos que promueven un mejor desarrollo del negocio, ya que proyectan una fuente inagotable de formas de atraer clientes en el mercado para los servicios que se prestan, la innovación es producto de la creatividad del ser humano y en la empresa permite generar mecanismos que sean atractivos en el mercado ya sea en cambio de gustos, formas de prestar los servicios y costos.

⁷² (I. de V. Pardo, 2005, p. 21)

⁷³ (I. de V. Pardo, 2005)

4) La productividad

Mediante programas de formación y capacitación del personal se lograría el cumplimiento de la misión por cuanto la productividad en todo sentido será mayor, por lo tanto, se cumpliría con nuestras metas que nos hemos trazado en cada una de las áreas funcionales de la empresa.

— La importancia de la misión

Es esencial que la misión del parque se plantee adecuadamente porque permite:

- 1) Definir una identidad clara y determinada, que ayuda a establecer la personalidad y el carácter del modelo de gestión, de tal manera que todos los miembros del parque la identifiquen y respeten en cada una de sus acciones.
- 2) Da la oportunidad de que el parque conozca cuáles son sus clientes potenciales, ya que una vez que se ha establecido la identidad, los recursos y capacidades, así como otros factores; es mucho más fácil acercarse a aquellos clientes que fueron omitidos en la formulación de la estrategia.
- 3) Aporta estabilidad y coherencia en la operaciones realizadas, el llevar una misma línea de actuación provocará credibilidad y fidelidad de los clientes hacia el parque; logrando un relación estable y duradera entre las dos partes.
- 4) La misión también indica el ámbito en el que el parque desarrolla su actuación, permitiendo tanto a clientes como a proveedores así como a agentes externos y a la población conocer el área que abarca el PNCV.
- 5) Define las oportunidades que se presentan ante una posible diversificación de la empresa.

Conociendo las premisas anteriores y fijando el objetivo en el desarrollo sostenible del parque, se hace indispensable centrar las estrategias futuras, entorno a un enunciado de misión que prevalezca en el tiempo, pero que tenga la capacidad de adecuarse a los cambios venideros del mercado turístico nacional.

Por todo lo anterior, se presenta la misión y su respectivo análisis, para el modelo de gestión y para el PNCV:

Misión

Brindar a turistas y visitantes, la mejor experiencia eco-turística de montaña en El Salvador, estando en contacto directo con la naturaleza en instalaciones amigables con el medio ambiente a través de nuestra familia de colaboradores altamente capacitados y apasionados por el servicio al turista

Figura 53 - Declaración de la misión

— **Análisis de los componentes de la misión.**

Para identificar apropiadamente los componentes claves de la misión, se hace necesario realizar un análisis de aquellos elementos que debe contener la misión y que se hacen imprescindibles a la hora de declarar el enunciado; dado lo anterior para garantizar que el modelo de gestión posee la mejor misión posible para el parque, se analiza cada componente que define a una exitosa misión. Esto con el fin de que todos los electos sean debidamente plasmados en el enunciado de misión, ya que todas las acciones estratégicas del parque deberán tener como uno de sus pilares fundamentales, la misión, es por ello que cada componente deberá ser retomado convenientemente en el enunciado antes descrito, ya que debe poseerlo de forma tácita, para garantizar una misión provechosa, capaz de adaptarse a los cambios del entorno. A continuación, se presenta una matriz en donde se desglosa a detalle los elementos que debe contener el enunciado de misión, determinando en ella la descripción y la forma en que aparece, implícita o explícitamente en la declaración de la misión de parque y del modelo de gestión.

Tabla 88 - Análisis de la misión

| Componentes | Descripción |
|--|--|
| Clientes | Todos aquellos turistas y visitantes que deseen vivir una experiencia única en contacto con la naturaleza, además de sensibilizarse con el entorno y la protección al medio ambiente. |
| Servicios | Actividades eco-turísticas de montaña, tales como Canopy, camping, senderismo, treks de montaña, centro interpretativo, entre algunos otros. |
| Mercados | El emergente mercado turístico nacional y el turismo social, como primera zona de penetración y posicionamiento. |
| Tecnología | Los servicios eco-turísticos, no riñen con la tecnología, pero debido al carácter ecológico de los mismos, el nivel tecnológico utilizado se limita al uso de computadoras, registradoras y teléfono celulares |
| Interés por la supervivencia, rendimiento y rentabilidad. | Al definir el enunciado, el hecho de brindar el mejor servicio eco-turístico, posee la premisa de fortalecer la posición en el mercado, para poder ser sostenibles en el tiempo |
| Filosofía | Crear la mejor experiencia eco-turística, rodeado de un ambiente agradable y en contacto directo con la naturaleza. |
| Concepto propio | Parque natural accesible a toda la población salvadoreña, poniendo a disposición servicios turísticos de calidad |
| Preocupación por su imagen pública | Se presenta al parque como una gran familia de colaboradores, quienes tienen como vocación el servicio y la atención al turista. |
| Interés por los empleados | Los colaboradores son los motores del modelo y del parque, por lo que se les capacita constantemente para brindar el mejor servicio. |

Como ha sido posible observar, el enunciado de misión propuesto expresa de forma consistente los elementos que componen a una declaración de misión exitosa, además deja la puerta abierta a los cambios y mantiene su perdurabilidad en el tiempo y en el mercado.

b) Declaración de visión

Se refiere a lo que el modelo quiere crear, la imagen futura del parque; La visión es creada por el componente estratégico, encargado de dirigir el modelo, y el cual tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las aspiraciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos. La visión se realiza formulando una imagen ideal del modelo y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño (compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa) de lo que debe ser en el futuro del parque.

Una vez que se tiene definida la visión de la empresa, todas las acciones se fijan en este punto y las decisiones y dudas se aclaran con mayor facilidad. Todo colaborador que conozca bien la visión de la empresa, puede tomar decisiones acordes con ésta.

— Importancia de la visión⁷⁴

La importancia de la visión radica en que es una fuente de inspiración para el modelo o negocio, representa la esencia que guía la iniciativa, de él se extraen fuerzas en los momentos difíciles y ayuda a trabajar por un motivo y en la misma dirección a todos los que se comprometen en el negocio. En sectores maduros, la importancia de la visión es relativa, no tiene mucha trascendencia, pero en sectores nuevos, el correcto planteamiento de la visión es esencial para conseguir lo que la institución quiere.

— Ventajas que tiene el establecer la visión⁷⁵

- 1)** Fomenta el entusiasmo y el compromiso de todas las partes que integran la organización.
- 2)** Incentiva a que desde el componente estratégico hasta los colaboradores que se ha incorporado, realicen acciones conforme a lo que indica la visión. Recordando que los mandos superiores tienen que predicar con el ejemplo.
- 3)** Una adecuada visión, evita que se le hagan modificaciones, de lo contrario cualquier cambio esencial dejaría a los componentes del modelo sin una guía fiable, fomentando la inseguridad general.

Por todo lo anterior, se presenta la visión y su respectivo análisis, para el modelo de gestión y para el PNCV:

⁷⁴ (I. de V. Pardo, 2005)

⁷⁵ (Fuentes, 2012)

Visión

Consolidar el liderazgo nacional, como destino eco-turístico de montaña, diversificando, mejorando e innovando con calidad en armonía con el medio ambiente, enfocados en la sostenibilidad y las BPT, para asegurarnos ser el mejor parque recreativo administrado por el ISTU.

Figura 54 - Declaración de la visión

— Análisis de los componentes de la visión.

Para determinar correctamente que la visión cumple con los requisitos para poder llevar a cabo su objetivo, primordial que es el de identificar la labor del parque de forma futura; se hace absolutamente necesario analizar los componentes claves de la declaración de la visión.

En relación a lo anterior, se desarrolla la siguiente tabla en la cual se analiza cada componente que debe contener una buena declaración de visión.

Tabla 89 - Análisis de la visión

| Componentes | Descripción |
|--|--|
| ¿Qué queremos? | Consolidar el liderato como referente de turismo ecológico en el salvador, a través del desarrollo sostenible del parque, sentado sobre las bases de innovación y calidad. |
| ¿En dónde nos vemos en el futuro? | Como un parque eco-turístico de montaña, con servicios diversificados e innovadores, los cuales operen bajo el esquema de BPT y respeto al entorno. |
| Lugar del mercado | Principalmente el turismo nacional, pero con miras a desarrollar un atractivo de nivel internacional para atraer la mayor cantidad de visitantes posibles y aumentar los ingresos del parque |
| Sueño de la organización | Ser el mejor centro recreativo administrado por el ISTU, poniendo en alto el turismo social y ecológico en El Salvador, siendo un referente y destino obligado de eco-turismo en el país. |

Así con lo anterior es posible determinar que la declaración de visión cumple con los componentes necesarios para abarcar el horizonte futuro del parque, y de esa manera asegurar que los esfuerzos que se realizan hoy, sean las bases para la creación de destino innovador y diversificado.

c) **Valores**⁷⁶

Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social. Los valores de la institución son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes. Los gestores deben desarrollar virtudes como la templanza, la prudencia, la justicia y la fortaleza para ser transmisores de un verdadero liderazgo.

— **Características de los valores**

- 1) Se desarrollan en condiciones muy complejas;
- 2) Son necesarios para producir cambios a favor del progreso;
- 3) Son posibles porque muchos seguimos creyendo en ellos;
- 4) No son ni pueden ser un simple enunciado.

— **Importancia de los valores en el PNCV**

Los valores son muy importantes para el parque porque:

- 1) Son grandes fuerzas impulsoras del cómo hacemos nuestro trabajo;
- 2) Permiten posicionar una cultura empresarial;
- 3) Marcan patrones para la toma de decisiones;
- 4) Sugieren toques máximos de cumplimiento en las metas establecidas;
- 5) Promueven un cambio de pensamiento;
- 6) Evitan los fracasos en la implantación de estrategias dentro de la empresa;
- 7) Se logra una baja rotación de empleados;
- 8) Se evitan conflictos entre el personal;
- 9) Con ellos los integrantes de la empresa se adaptan más fácilmente;
- 10) Se logra el éxito en los procesos de mejora continua.

— **La identidad como parte de los valores**

Los valores deben estar relacionados con la identidad de la organización. La identidad es un documento que recoge las variables principales de comportamiento de una organización, así como acontecimientos relevantes de la historia y la trayectoria de ésta.

Conociendo ahora que son y la importancia que representan los valores dentro de una organización, los valores que el modelo de gestión considera esenciales para el PNCV son los siguientes:

⁷⁶ (González & Lobo, 2005, p. 66)

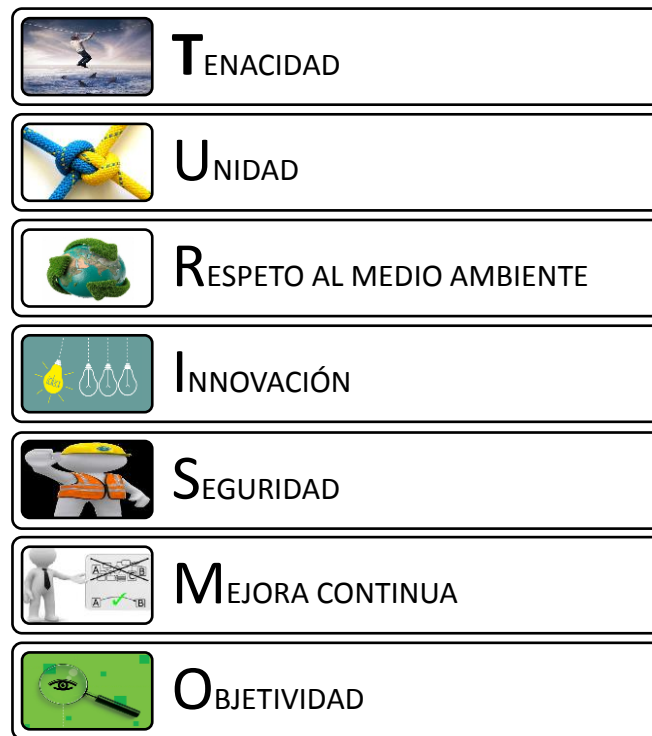


Figura 55 - Valores del PNCV

Conociendo los valores del PNCV, ahora se necesita saber cómo el modelo los entiende y como los pone en práctica, con ello, se clarifica de mejor manera la forma en que el modelo de gestión pretende que estos valores formen parte de la cultura organizacional del parque y que sirvan también como pilares de la identidad del parque y consecuentemente del ISTU.

Los valores de TURISMO se definen a continuación:

- **Tenacidad:** Es la constancia y entereza que nos caracteriza de permanecer firme ante las situaciones que se presenten, siempre teniendo como fin último, el cumplimiento de los objetivos del PNCV.
- **Unidad:** Es el sentido de armonía y pertenencia, que dirige las relaciones de todos los miembros del parque, representando la contribución única que cada uno puede hacer, al mantener la lealtad entre nosotros.
- **Respeto al medio ambiente:** Es la consideración apropiada del entorno, el uso adecuado de los recursos que gestionamos y administramos, es el eje central de nuestro actuar a la hora de promover el turismo social.
- **Innovación:** Es el motor de cambio que impulsa el desarrollo sostenible del parque, es la forma en cómo nos mantenemos firmes y exitosos ante los cambios en el sector.

- **Seguridad:** Es la adopción de medidas de protección ante diferentes riesgos que pudieran afectar al medio ambiente, al parque, a los visitantes y a los colaboradores.
- **Mejora Continua:** Es el sentido positivo de cambiar y mejorar constantemente nuestro entorno logrando encontrar nuevas formas de prestar un mejor servicio y nuevos hábitos que logren el crecimiento del parque y los colaboradores.
- **Objetividad:** Es la forma en que percibimos el entorno y a las personas, es la capacidad que poseemos de tomar las mejores decisiones para nuestros clientes y el parque.

d) **Políticas**

Las políticas son enunciados o interpretaciones generales que orientan el desarrollo del modelo de gestión y de los gestores o administradores consecuentemente, especialmente a la hora de la toma de decisiones. Su propósito principal es asegurar que las decisiones no rebasen los límites declarados por la misión, visión y los valores.

Una de las grandes características de las políticas, recae en su flexibilidad ya que pueden ser revisadas constantemente, con el fin de adecuarlas cuando así sea necesario, al entorno cambiante del parque, por lo que establecer políticas adecuadas, asegura que íntegramente se cumplan los objetivos del modelo.

Las políticas deben marcar en su enunciado, el compromiso con el PNCV y buscar de la mejor forma posible establecer ese vínculo clave entre el parque y sus visitantes.

Las políticas del modelo de gestión del PNCV son las siguientes:

- El parque promoverá una cultura de conservación y adecuado manejo de los recursos naturales
- La sostenibilidad ambiental y económica formará parte íntegra de todos los procesos en los que se vea involucrado el parque.
- Se mantendrá actualizado la aplicación de las buenas prácticas de turismo y las normas técnicas en materia turística para aumentar la satisfacción de cliente.
- La innovación y la mejora continua del producto turístico son las premisas claves en los que se sustenta la labor del PNCV.
- El fomento al emprendedurismo local a través de la realización de festivales frutales, deberá ser prioridad para la administración del parque.

- El reciclaje, manejo adecuado y disposición final de los desechos sólidos corresponderá a todos los colaboradores y visitantes del parque, además tendrá que reducirse la generación de desechos año con año.
- La capacitación constante y el desarrollo de los colaboradores será el eje central de la atención a los turistas y visitantes.
- El parque mejorará su posición en el mercado para asegurar su permanencia en el negocio a través del tiempo.
- Los indicadores de desempeño deberán revisarse cada 6 meses, y tendrá que retroalimentarse a la gerencia y responsables de la estrategia del parque.

e) **Pilares de cultura.**

Los pilares de cultura organizacional son parte especial del éxito del modelo de gestión por lo ponerlos en práctica durante todas las etapas del modelo, garantizan que la cultura que profesa el modelo desde la misión y la visión, se sostenga y de los frutos esperados desde la escena estratégica del modelo.

Los pilares de cultura se definen como: Las premisas fundamentales, en los que el actuar de las organizaciones e instituciones, reposan y mantienen el norte, con el firme propósito de mantener vigente, tanto la misión, visión y valores organizacionales⁷⁷

Con lo anterior, se hace necesario definir cada uno de los pilares de cultura que definen las acciones de PNCV:

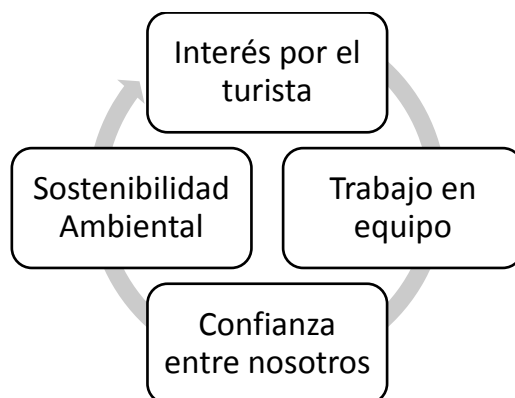


Figura 56 - Pilares de cultura del PNCV

Interés por el turista: Representa, que el foco de atención son los turistas y visitantes que llegan al parque, es decir que la satisfacción en la estancia y en el uso de los atractivos turísticos es sumamente importante para la gestión del parque.

Por lo que todas las mejoras y la innovación de los servicios, tienen como objeto que el turista y visitante pueda vivir una experiencia única en las instalaciones del parque, además de brindarle la mejor estancia posible.

⁷⁷ (Bañares, 1994)

Trabajo en equipo: Evidentemente el trabajo se aminora y es más fácil lograr los objetivos propuestos, cuando se realiza trabajo en equipos, ya que la cohesión y las múltiples ideas que todos los colaboradores pueden aportar para resolver los problemas, enriquecen la situación y es posible lograr sinergizar los esfuerzos.

El trabajo en equipo marca la pauta para que la labor general del parque pueda ser realizada de la mejor manera, logrando los mejores resultados en materia de sostenibilidad ambiental y calidad en el servicios turístico.

Confianza entre nosotros: La confianza entre los miembros del equipo de trabajo es esencial en el diario vivir del PNCV, por lo que lograr que la confianza sea parte de la cultura organizacional del parque, allana el camino para lograr los mejores resultados.

Trabajar en equipo necesita de confianza y compromiso entre los miembros, en este sentido confiar en que la labor encomendada a cada miembro del equipo de PNCV, sea realizada de mejor manera, se vuelve básico para que el trabajo se realice de forma óptima.

Sostenibilidad ambiental: Es un compromiso serio de la gestión y de todos los colaboradores, velar que el recurso natural que se administra, sea aprovechada al máximo, teniendo siempre como premisa fundamental los lineamientos de las buenas prácticas de turismo sostenible.

Garantizar y fomentar el desarrollo turístico sostenible, es parte de la misión y visión del parque, es por ello que todos los miembros del equipo de colaboradores se vuelven embajadores de la protección, cuidado y resguardo del medio ambiente.

5.3.1.2 Estrategia turística

La estrategia turística es fundamental, ya que crea la “carta de navegación” con la que el modelo debe contar para alcanzar sus objetivos y con ello, garantizar que se cumplan de forma óptima, teniendo en cuenta que cada objetivo que se establezcan en el siguiente apartado, estará basado en las buenas práctica de turismo por lo que se hace imprescindible declarar objetivos basados en cada uno de los ámbitos que mencionan las BPT.

Para poder definir las estrategias que formaran parte íntegra del presente componente es vital, declarar los objetivos estratégicos primeramente, ya que las estrategias deberán responder en relación a poder cumplir íntegramente cada uno de los objetivos estratégicos.

Dentro de la planificación estratégica del modelo, el proceso de fijación de objetivos cumple un papel crítico. En esta fase del componente es necesario determinar los objetivos de la organización para un período prolongado y acotado de tiempo.

Se denominan objetivos estratégicos a los resultados cuyo logro resulta imprescindible para convertir en realidad la misión de la organización.

El hecho de establecer objetivos comunes al parque tiende a facilitar y focalizar las energías de los colaboradores hacia metas comunes conocidas, compartidas y comprometidas. También comunica un marco de referencia colaborativo para todos los involucrados en el proceso de formulación y ejecución del modelo de gestión, de tal manera que cada una de las personas trabaja en la misma dirección que la organización en su conjunto.

Para que los objetivos del parque puedan ser considerados estratégicos, han de cumplir con una serie de requisitos. Son los más importantes:⁷⁸

- a) Ser coherentes y estar alineados con los valores, la misión y la visión de la organización.
- b) Hacer referencia al futuro a medio y largo plazo del parque.
- c) Guardar relación con aspectos, factores o variables fundamentales en términos de logros, beneficios, tendencias y resultados globales perdurables.
- d) Expresar con claridad qué es lo que la empresa ha decidido conseguir en el futuro, en lo relativo a actividad, diferenciación competitiva, modelo de negocio, perfil de clientes al que se dirige, mercados destinatarios, innovación, excelencia y responsabilidad social.
- e) Tener impacto potencial relevante para la supervivencia y para el crecimiento de la organización en el medio y en el largo plazo.
- f) Ser útiles como retroalimentación y referencia para evaluar si la organización está alcanzando sus metas, directamente relacionadas con la misión de la compañía.
- g) Ser realistas y alcanzables. No ser abstractos o ambiguos.
- h) Ser concretos, observables e incluir algún criterio válido y fiable para la medición o evaluación de su consecución.
- i) Que puedan ser comprendidos y transmitidos a todos los integrantes de la organización.
- j) Que puedan traducirse en secuencias concretas de planes de acción, orientados a alcanzar las metas estratégicas.

En definitiva, el enunciado de objetivos es una tarea clave dentro del componente estratégico y sirve como nexo de unión, herramienta puente y transición entre la misión, la visión, los valores y los pilares de cultura que una organización desarrolla en la práctica para satisfacer sus metas en el horizonte del medio y largo plazo.

⁷⁸ («10 criterios clave para formular objetivos estratégicos», 2014)

Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos que dirigen la labor del modelo de gestión son los siguientes:

Tabla 90 - Objetivos estratégicos

| | |
|------------|---|
| OE1 | Diversificar y mejorar los servicios eco-turísticos de montaña, atendiendo las necesidades y preferencias de los visitantes y turistas del PNCV, aprovechando el creciente auge del turismo nacional |
| OE2 | Impulsar acciones, métodos y procesos que garanticen la sostenibilidad económica y ambiental a través del tiempo, fomentando de manera permanente la concientización y el cuidado al medio ambiente. |
| OE3 | Implantar un esquema organizativo tal que responda a las necesidades y cambios constantes del mercado turístico nacional, basado en el desarrollo de colaboradores y aumento de la satisfacción de turista. |
| OE4 | Establecer un sistema de retroalimentación y de mejora continua, mediante la utilización de indicadores claves de desempeño, que responda al actuar de cada componente del modelo de gestión turística. |

Conociendo ya los objetivos estratégicos del modelo, es prudente definir las estrategias que aseguran que estos objetivos se realicen de forma correcta, además de que garanticen la adecuada realización de los resultados esperados. Las estrategias también deben estar encaminadas a cumplir las recomendaciones de las BPT, ya que estas son parte fundamental de la consecución del modelo de gestión turística.

Los objetivos estratégicos con los que cuenta el modelo de gestión están pensados para cubrir la mayor cantidad de áreas de acción posible, además que involucran todos los aspectos y componentes previamente señalados en el desarrollo del modelo, por lo que su importancia es relevante para que cada uno de los componentes posea la brújula que dirija las labores y los propios objetivos a través de un mapa señalado con los objetivos estratégicos y estrategias que demarcan la tuta de acción a tomar por parte de cada una de las áreas que componen el modelo.

A continuación se desglosaran apropiadamente cada objetivo con sus diferentes estrategias y el área de las BPT a la cual responde y da seguimiento en el plano del desarrollo del turismo sostenible.

Tabla 91 - Objetivo estratégico N°1

| OE1: Diversificar y mejorar los servicios eco-turísticos de montaña, atendiendo las necesidades y preferencias de los visitantes y turistas del PNCV, aprovechando el creciente auge del turismo nacional | | |
|--|---|-----------------|
| | ESTRATEGIAS | ÁREA BPT |
| E1 | Diversificar los servicios turísticos en base en el resultado de un estudio de mercado, que posea una muestra representativa de los visitantes y turistas del PNCV. | Empresarial |
| E2 | Posicionar al PNCV como destino obligado en las rutas y circuitos turísticos impulsados por la cartera estatal de promoción al turismo. | Socio-cultural |
| E3 | Implementar una fuerte campaña de mercadeo que favorezca la promoción de los atractivos eco-turísticos del PNCV desde un enfoque ecológico | Ambiental |
| E4 | Planear eventos que atraigan turistas y visitantes en temporada baja, manteniendo la sostenibilidad del parque todo el año. | Socio-cultural |
| E5 | Innovar los servicios turísticos mediante la utilización de biomateriales de construcción en la infraestructura funcional del PNCV. | Ambiental |
| E6 | Incrementar la oferta turística y profesionalizar el servicio del personal operativo del PNCV. | Empresarial |

Tabla 92 - Objetivo estratégico N°2

| OE2: Impulsas acciones, métodos y procesos que garanticen las sostenibilidad económica y ambiental a través del tiempo, fomentando de manera permanente la concientización y el cuidado al medio ambiente. | | |
|---|--|-----------------|
| | ESTRATEGIAS | ÁREA BPT |
| E1 | Implementar planes de desarrollo que garanticen la gestión económica y ambiental de forma sostenible. | Empresarial |
| E2 | Aprovechar la cooperación internacional para que califique e instruya al personal en la gestión sostenible del PNCV. | Empresarial |
| E3 | Creación de un plan de saneamiento y manejo de desechos sólidos que optimice los recursos del PNCV | Empresarial |
| E4 | Creación de un centro interpretativo que instruya a los visitantes sobre la historia del parque y el cuidado y mantenimiento de las áreas naturales protegidas | Ambiental |
| E5 | Elaborar un plan de implementación de señales que orienten los recorridos auto guiados y limiten el acceso a las áreas restringidas. | Ambiental |
| E6 | Elaboración de un plan contingencial ante desastres naturales, además de medidas preventivas sobres los elementos de vulnerabilidad ambiental. | Ambiental |

Tabla 93 - Objetivo estratégico N°3

OE3: Implantar un esquema organizativo tal que responda a las necesidades y cambios constantes del mercado turístico nacional, basado en el desarrollo de colaboradores y aumento de la satisfacción de turista.

| | ESTRATEGIAS | ÁREA BPT |
|-----------|---|-----------------|
| E1 | Buscar alianzas nacionales e internacionales que favorezcan la especialización del personal operativo y gerencial. | Empresarial |
| E2 | Creación de una propuesta de valor en los servicios turísticos del PNCV a través de una óptima gestión para dar el salto de calidad como institución gubernamental. | Empresarial |
| E3 | Diseño de un modelo organizacional que cumpla con los tramos de control adecuado y basado en los principios de especialización y división del trabajo. | Empresarial |
| E4 | Detectar las necesidades de capacitación en los colaboradores tomando en consideración lo dictado por las Normas Técnicas Salvadoreñas en el área turística. | Empresarial |

Tabla 94 - Objetivo estratégico N°4

OE4: Establecer un sistema de retroalimentación y de mejora continua, mediante la utilización de indicadores claves de desempeño, que responda al actuar de cada componente del modelo de gestión turística.

| | ESTRATEGIAS | ÁREA BPT |
|-----------|--|-----------------|
| E1 | Diseño de indicadores clave de desempeño para cada componente del modelo. | Empresarial |
| E2 | Implantar el ciclo P-H-V-A para crear las bases de la mejora continua en los componentes de modelo de gestión. | Empresarial |
| E3 | Crear las estrategias de control y retroalimentación de información al componente estratégico. | Empresarial |
| E4 | Diseño de un plan de control sobre la prestación de servicios tercerizados en el parque. | Socio-Cultural |

Acciones estratégicas

Evidentemente al crear las estrategias claves que aseguran que los objetivos estratégicos puedan llevarse a buen término, surge la interrogante y ¿Cómo se van a lograr realizar las estrategias? En ese punto es cuando surge la necesidad de declarar aquellas acciones o tareas claves que deben desarrollarse, implantarse y generarse para que el modelo de gestión cumpla con los cometidos que se ha propuesto desde el inicio.

Por esa razón a cada estrategia la acompaña una o varias acciones estratégicas que buscan llevar a cabo lo planteado por cada objetivo, por ello a continuación se presentan las acciones claves del desarrollo de las estrategias planteadas:

Tabla 95 - Acciones Estratégicas OE1 (1 de 3)

| OE1: Diversificar y mejorar los servicios eco-turísticos de montaña, atendiendo las necesidades y preferencias de los visitantes y turistas del PNCV, aprovechando el creciente auge del turismo nacional | |
|--|---|
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E1: Diversificar los servicios turísticos en base en el resultado de un estudio de mercado, que posea una muestra representativa de los visitantes y turistas del PNCV. | AE1: Mejorar la estructura física y de señalización interpretativa de los senderos actuales. |
| | AE2: Apoyar la mejora en la prestación del servicio de alojamiento. |
| | AE3: Rediseñar las rutas de Montañismo y darles las características de treks de montaña. |
| | AE4: Diversificar la mayor cantidad de servicios eco-turísticos demandados por la población a través del estudio de mercado más reciente. |
| | AE5: Elaborar un plan de mercadeo agresivo que muestre la innovación y mejora de servicios del PNCV |

Tabla 95 – Acciones Estratégicas OE1 (2 de 3)

| OE1: Diversificar y mejorar los servicios eco-turísticos de montaña, atendiendo las necesidades y preferencias de los visitantes y turistas del PNCV, aprovechando el creciente auge del turismo nacional | |
|--|--|
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E2: Posicionar al PNCV como destino obligado en las rutas y circuitos turísticos impulsados por la cartera estatal de promoción al turismo. | AE1: Crear alianzas con la mayor cantidad de operadores turísticos y estrechar una relación ganar-ganar. |
| | AE2: Desarrollar convenios de cooperación técnica para mejorar la prestación de servicios turísticos en el PNCV. |
| | AE3: A través de un programa de mercadeo, desarrollar un concepto turístico único para el PNCV. |
| | AE4: Planificar adecuadamente el desarrollo de los festivales (del Jocote y del café) para crear un lazo de fidelidad con los visitantes. |
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E3: Implementar una fuerte campaña de mercadeo que favorezca la promoción de los atractivos eco-turísticos del PNCV desde un enfoque ecológico | AE1: Elaborar una propuesta de marketing mix, para desarrollar el posicionamiento del parque. |
| | AE2: Diseñar un plan de mercadeo que tenga como prioridad la atracción del mercado objetivo del parque |
| | AE3: Crear Ofertas y paquetes turísticos que involucren el uso de los atractivos mejorados y diversificados. |
| | AE4: Realizar presentaciones a medios de comunicación de forma periódica sobre los avances en el desarrollo de la innovación de los servicios turísticos. |
| | AE5: Programar días dedicados al PNCV en la redes sociales del ISTU, en donde se interactúe y cree un lazo con los usuarios de medios digitales a través de campañas de expectación. |
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E4: Planear eventos que atraigan turistas y visitantes en temporada baja, manteniendo la sostenibilidad del parque todo el año. | AE1: Fomentar la programación de los domingos artísticos-culturales en las instalaciones del PNCV. |
| | AE2: Fomentar la creación de relaciones con clubes u organizaciones artísticas, para promover espacios de cultura y esparcimiento. |
| | AE3: Diversificar los festivales durante el año para evacuar la afluencia de los festivales frutales. |
| | AE4: Realizar eventos turísticos, que tengan apoyo de otras instituciones del estado. |

Tabla 95 – Acciones Estratégicas OE1 (3 de 3)

| OE1: Diversificar y mejorar los servicios eco-turísticos de montaña, atendiendo las necesidades y preferencias de los visitantes y turistas del PNCV, aprovechando el creciente auge del turismo nacional | |
|--|--|
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E5: Innovar los servicios turísticos mediante la utilización de biomateriales de construcción en la infraestructura funcional del PNCV. | AE1: Diseño de un centro interpretativo que utilice materiales que minimicen el impacto medio ambiental al parque. |
| | AE2: Desarrollar un tipo de alojamiento rustico de montaña que sea contribuido a base de madera. |
| | AE3: Uso e implementación de un área de juegos para los niños, en donde las atracciones sean de madera y otros materiales no contaminantes. |
| | AE4: Utilizar la menor cantidad de espacio en las construcciones, de manera de ser lo menos invasivo posible. |
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E6: Incrementar la oferta turística y profesionalizar el servicio del personal operativo del PNCV. | AE1: Implementar un plan de capacitaciones anual para todos los colaboradores del parque, tanto operativos como gerenciales. |
| | AE2: Realizar auditorías sobre la efectividad de las capacitaciones recibidas por parte de los miembros del PNCV |
| | AE3: Profesionalizar a los guías turísticos a través de las temáticas normalizadas y de las competencias básicas que deben poseer. |
| | AE4: Contar con un staff permanente de guías turísticos, guías locales y guías especializados, según dicta la norma técnica en los requisitos mínimos de desempeño de los guías. |
| | AE5: Búsqueda de oportunidades de formación internacional para todos los niveles de servicio dentro del parque. |

Tabla 96 - Acciones Estratégicas OE2 (1 de 3)

| OE2: Impulsar acciones, métodos y procesos que garanticen la sostenibilidad económica y ambiental a través del tiempo, fomentando de manera permanente la concientización y el cuidado al medio ambiente. | |
|--|--|
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E1: Implementar planes de desarrollo que garanticen la gestión económica y ambiental de forma sostenible. | AE1: Fomentar el involucramiento de las comunidades cercanas en ferias y eventos de emprendedurismo que creen el ambiente económico para el desarrollo de la zona. |
| | AE2: Implementar en todos los procesos del parque las BPT, que garantizan el adecuado uso del recurso ambiental. |
| | AE3: Retornar en forma de inversiones e infraestructura, parte de las ganancias generadas por la operación de los servicios dentro del parque. |
| | AE4: Sentar las bases para el diseño del plan de desarrollo turístico sostenible en parques naturales del ISTU. |

Tabla 96 - Acciones Estratégicas OE2 (2 de 3)

| OE2: Impulsas acciones, métodos y procesos que garanticen las sostenibilidad económica y ambiental a través del tiempo, fomentando de manera permanente la concientización y el cuidado al medio ambiente. | |
|---|---|
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E2: Aprovechar la cooperación internacional para que califique e instruya al personal en la gestión sostenible del PNCV. | AE1: Elaborar una propuesta de convenios internacionales para la obtención de ayuda económica y técnica, con el propósito de calificar adecuadamente al personal. |
| | AE2: Buscar apoyo en materia de capacitaciones y profesionalización de los colaboradores en temas como atención al turista y desarrollo sostenible de áreas naturales protegidas. |
| | AE3: Crear Ofertas y paquetes turísticos que involucren el uso de los atractivos mejorados y diversificados. |
| | AE4: Apoyar constantemente el desarrollo de capacidades y habilidades de los colaboradores el PNCV. |
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E3: Creación de un plan de saneamiento y manejo de desechos sólidos que optimice los recursos del PNCV. | AE1: Tercerizar los servicios de limpieza de fosas sépticas y mantenimiento de infraestructura. |
| | AE2: Diseño de un plan de recolección y clasificación de los desechos generados por los visitantes y turistas del parque. |
| | AE3: Creación de una propuesta de almacenaje, reciclaje y desalojo de desechos sólidos. |
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E4: Creación de un centro interpretativo que instruya a los visitantes sobre la historia del parque y el cuidado y mantenimiento de las áreas naturales protegidas | AE1: Propuesta de diseño del centro interpretativo y las funciones que realiza. |
| | AE2: Diseño y ejecución del centro interpretativo dentro de PNCV. |

Tabla 96 - Acciones Estratégicas OE2 (3 de 3)

| OE2: Impulsar acciones, métodos y procesos que garanticen la sostenibilidad económica y ambiental a través del tiempo, fomentando de manera permanente la concientización y el cuidado al medio ambiente. | |
|--|--|
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E5: Elaborar un plan de implementación de señales que orienten los recorridos auto guiados y limiten el acceso a las áreas restringidas. | AE1: Realizar un inventario de las actuales señales turísticas y de información. |
| | AE2: Elaboración de un mapa de ubicación de las señales turísticas y de información dentro del parque de acuerdo a las necesidades específicas de cada zona. |
| | AE3 Utilizar los lineamientos internacionales sobre uso y aplicación de la señalética turística: |
| | AE4: Utilizar biomateriales en la elaboración de las señales, para su posterior colocación estratégica. |
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E6: Elaboración de un plan contingencial ante desastres naturales, además de medidas preventivas sobre los elementos de vulnerabilidad ambiental. | AE1: Determinar las zonas más vulnerables dentro de parque y su uso por parte de colaboradores y turistas |
| | AE2: Realizar un análisis e identificación de riesgos en todas las zonas de uso del parque. |
| | AE3: Propuesta de diseño de un plan contingencial que minimice los riesgos a los cuales se exponen turistas y colaboradores. |

Tabla 97 - Acciones Estratégicas OE3 (1 de 2)

| OE3: Implantar un esquema organizativo tal que responda a las necesidades y cambios constantes del mercado turístico nacional, basado en el desarrollo de colaboradores y aumento de la satisfacción de turista. | |
|---|---|
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E1: Buscar alianzas nacionales e internacionales que favorezcan la especialización del personal operativo y gerencial | AE1: Elaborar una propuesta de convenios de cooperación con organismos nacionales e internacionales relacionados al fomento y desarrollo del turismo. |
| | AE2: Crear un programa de capacitaciones y especialización en todos los niveles de la organización del parque. |

Tabla 97 - Acciones estratégicas OE3 (2 de 2)

| OE3: Implantar un esquema organizativo tal que responda a las necesidades y cambios constantes del mercado turístico nacional, basado en el desarrollo de colaboradores y aumento de la satisfacción de turista. | |
|---|---|
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E2: Creación de una propuesta de valor en los servicios turísticos del PNCV a través de una óptima gestión para dar el salto de calidad como institución gubernamental | AE1: Imprimir manuales operativos para cada uno de los servicios en los cuales se incluya las BPT y las normas técnicas en materia turística. |
| | AE2: Buscar apoyo en materia de capacitaciones y profesionalización de los colaboradores en temas como atención al turista y desarrollo sostenible de áreas naturales protegidas. |
| | AE3: Definir óptimamente la configuración de la oferta de servicios turísticos prestados en el parque, a fin de transmitir a los turistas los beneficios obtenidos |
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E3: Diseño de un modelo organizacional que cumpla con los tramos de control adecuado y basado en los principios de especialización y división del trabajo. | AE1: Diseñar una estructura organizacional, funcional y con la cantidad adecuada de tramos de control según sea la necesidad del modelo. |
| | AE2: Crear un manual de funciones que especifique la labor de cada puesto dentro de la organización del parque. |
| | AE3: Dividir la estructura del parque optimizando los recursos y teniendo únicamente a la cantidad indispensable de colaboradores que operativicen el modelo. |
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E4: Detectar las necesidades de capacitación en los colaboradores tomando en consideración lo dictado por las normas técnicas salvadoreñas en el área turística. | AE1: Utilizar anualmente un diagnóstico de necesidades de capacitación y desarrollar estratégicamente los objetivos y temas a impartir. |
| | AE2: Mantener el registro de temáticas técnicas actualizado conforme a las nuevas ediciones de las normas técnicas salvadoreñas en el área de turismo. |

Tabla 98 - Acciones Estratégicas OE4

| OE4: Establecer un sistema de retroalimentación y de mejora continua, mediante la utilización de indicadores claves de desempeño, que responda al actuar de cada componente del modelo de gestión turística. | |
|---|--|
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E1: Diseño de indicadores clave de desempeño para cada componente del modelo. | AE1: Crear indicadores para cada una de las áreas que propone el modelo, que sean medibles, identificables y trazables en el tiempo. |
| | AE2: Medir periódicamente el resultado de los indicadores para formular e identificar oportunidades de mejora. |
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E2: Implantar el ciclo P-H-V-A para crear las bases de la mejora continua en los componentes de modelo de gestión. | AE1: Crear una cultura de mejora de procesos y procedimientos en la cual se vean involucrados todos los colaboradores del parque. |
| | AE2: Controlar todos los puntos críticos de los procesos de prestación de servicios para iniciar en el ciclo de mejora continua. |
| | AE3: Crear una propuesta de programa de calidad turística, el cual debe ser inherente a todos los componentes del modelo, el cual este basados en las directrices de las BPT. |
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E3: Crear las estrategias de control y retroalimentación de información al componente estratégico. | AE1: Diseñar un plan de retroalimentación y medición de indicadores, que puedan ser trasladados al componente estratégico. |
| | AE2: Crear un esquema de información para proporcionar desde los mandos medios del parque las acciones correctivas o preventivas ante la presentación de los indicadores de desempeño. |
| Estrategia | Acciones Estratégicas |
| E4: Diseño de un plan de control sobre la prestación de servicios tercerizados en el parque. | AE1: Propuesta de control sobre los proveedores de servicios internos dentro del parque. |
| | AE2: Plan de capacitaciones y manejo adecuado de alimentos a los proveedores de servicios de alimentación. |
| | AE3: Propuesta de diseño de un plan de almacenaje, reciclaje y evacuación de desechos del parque. |

5.3.1.3 Estrategia de diversificación y mejora de servicios

La diversificación y mejora de los servicios en un sitio turísticos es trascendental ya que los destinos turísticos o actividades turísticas tienen ciclos de vida, esto significa que pasan por una serie de procesos en los que la imagen y percepción de los turistas y visitantes, se ve afectada.

Se han identificado las siguientes fases para comprender los ciclos de vida de destinos turísticos y a la vez mediante el estudio de diagnóstico se evalúa que el PNCV se encuentra en una fase de estancamiento en donde se considera que el crecimiento es sostenido, pero no hay planificación y directrices que aseguren la sustentabilidad del parque, esto significa que el turismo se vuelve masivo, pero el nivel de satisfacción del turista y visitante baja.

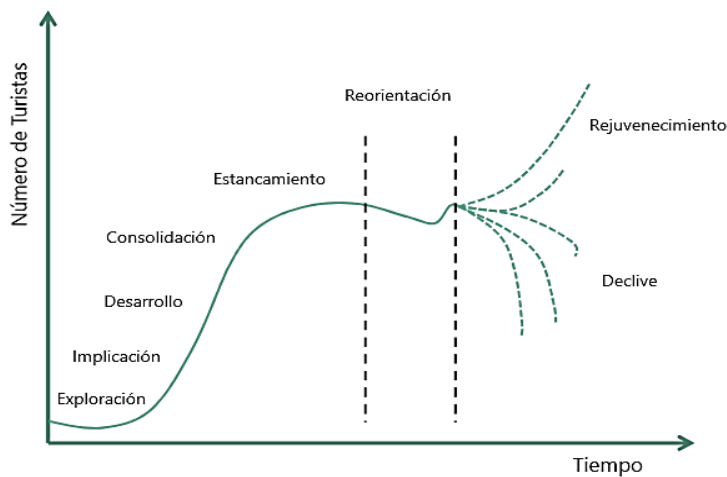


Figura 57 - Ciclo de vida de un destino turístico

En el caso de que no se tomen acciones, la situación para el turismo desarrollado en el parque se volverá insostenible y los atractivos que un día atrajeron al público, ya no serán suficientes para traer nuevos visitantes y otorgarles una experiencia satisfactoria. El declive será gradual, hasta que se llegue a un eminente periodo de crisis, es por lo tanto necesario que mediante el modelo de gestión turística se planteen estrategias que incluyan la diversificación y mejora del producto turístico y así crear del PNCV un lugar sostenible en el tiempo tomando en cuenta lo financiero y ambiental.

a) **Producto turístico**

Al hablar del producto turístico del PNCV, se hace mención al conjunto de factores tanto tangibles como intangibles que se encuentran articulados en una experiencia turística, que dispone de los recursos del parque para hacer vivir al turista y visitante uno o varios momentos significativos, de acuerdo con la percepción tanto individual como subjetiva.

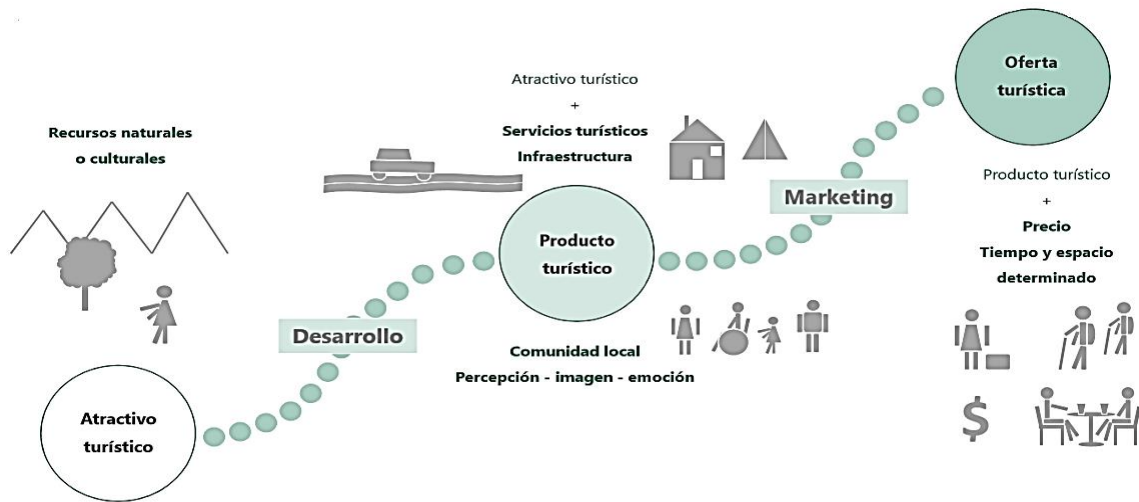


Figura 58 - El producto turístico

Por lo tanto el producto turístico es la combinación de los recursos y servicios del parque, preparados para satisfacer las necesidades de los turistas y visitantes, y este se desglosa de la siguiente forma:

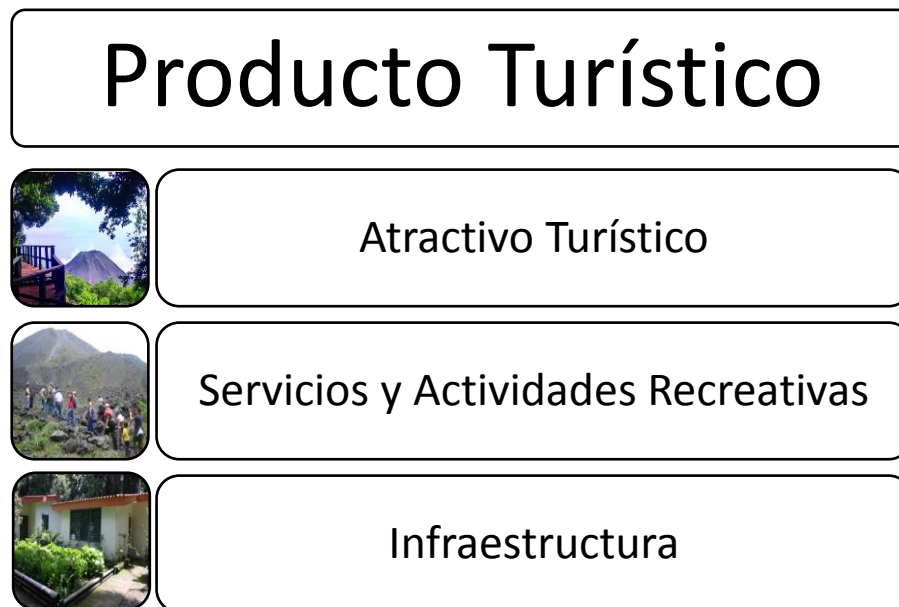


Figura 59 - Elementos del producto turístico.

b) Elementos del producto turístico

— Atractivo Turístico

El atractivo turístico es fundamental, ya que es la principal motivación del turista y visitante al momento de elegir un destino; el PNCV cuenta con características que favorecen el desarrollo del ecoturismo en las instalaciones del mismo, esto se debe a la abundante flora y fauna, acompañado de un clima templado de la zona.

El PNCV se considera una de las opciones a visitar por la población que optan por realizar actividades ecoturísticas en el país, que a la vez incluyen su núcleo familiar o de amistades; según los resultados obtenidos en el estudio de mercado el 68.3% menciona que se hace acompañar por 4 o más personas en cada viaje turístico que realiza.

— Servicios y actividades recreativas

Al momento de brindar los servicios, la calidad con que se ofertan es clave para lograr la permanencia de los turistas y que a la vez disfruten de todos esos atractivos con que cuenta el parque.

La determinación de los servicios turísticos propuestos y de mejora para ofertar en el parque, se obtiene mediante los resultados derivados del estudio de mercado consumidor, que se realizó en la etapa de diagnóstico. Dichos resultado orientan sobre los servicios que los turistas esperarían encontrar al visitar el parque como atractivo ecoturístico, hay que mencionar que los servicios considerados han sido en base al porcentaje de preferencia y se toman en cuenta los que están arriba del 32% y que a la vez puedan desarrollarse en un área natural protegida tal como lo es el PNCV.

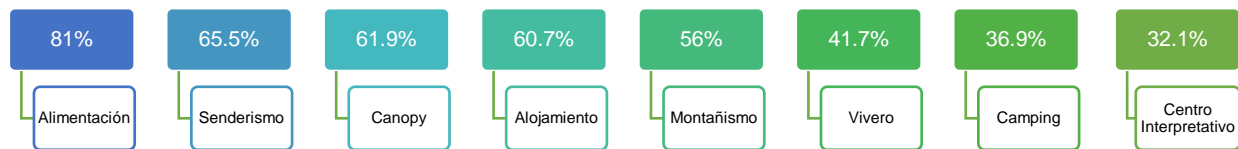


Figura 60 - Preferencias de los turistas

Los servicios están considerados en dos ramas: servicios diversificados y servicios mejorados, adicional a los servicios preferidos por los turistas y visitantes se proponen cuerdas altas, péndulo y un mirador panorámico como actividades ecoturísticas.

| SERVICIOS DIVERSIFICADOS | SERVICIOS MEJORADOS |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Vivero• Centro interpretativo• Canopy• Camping• Cuerdas altas• Péndulo• Mirador panorámico | <ul style="list-style-type: none">• Cabañas• Senderismo• Montañismo |

Figura 61 - Servicios diversificados y mejorados

A continuación se describen cada servicio turístico a ser mejorado o diversificado.

c) **Servicios diversificados y mejorados**

— **Vivero**

Al tener el ingreso de turistas o visitantes con una preferencia por el ecoturismo y la protección del medio ambiente, se observa que en las estadísticas un 41.7% menciona un vivero como parte de lo que le gustaría encontrar en el parque; por tal razón se propone la creación de un vivero, donde los turistas puedan adquirir plantas que sean originarias de la zona. Algunas plantas nativas del parque son las orquídeas y bromelias y esto se debe al clima que caracteriza al lugar. Por lo tanto este tipo de planta debe estar dentro de la variedad existente.

Ahora bien, es importante recordar la reforestación del parque y el mantenimiento de las áreas verde, por lo que se debe utilizar una sección especial de dicho vivero para fines propios y de esta manera mantener los jardines en óptimas condiciones.

Por lo tanto a continuación se muestra el mapa de proceso del vivero y como el modelo de gestión turística con sus diferentes componentes influye desde el momento en que un turista ingresa al vivero y como la misma persona se convierte en un turista satisfecho al pasar por todo un proceso.

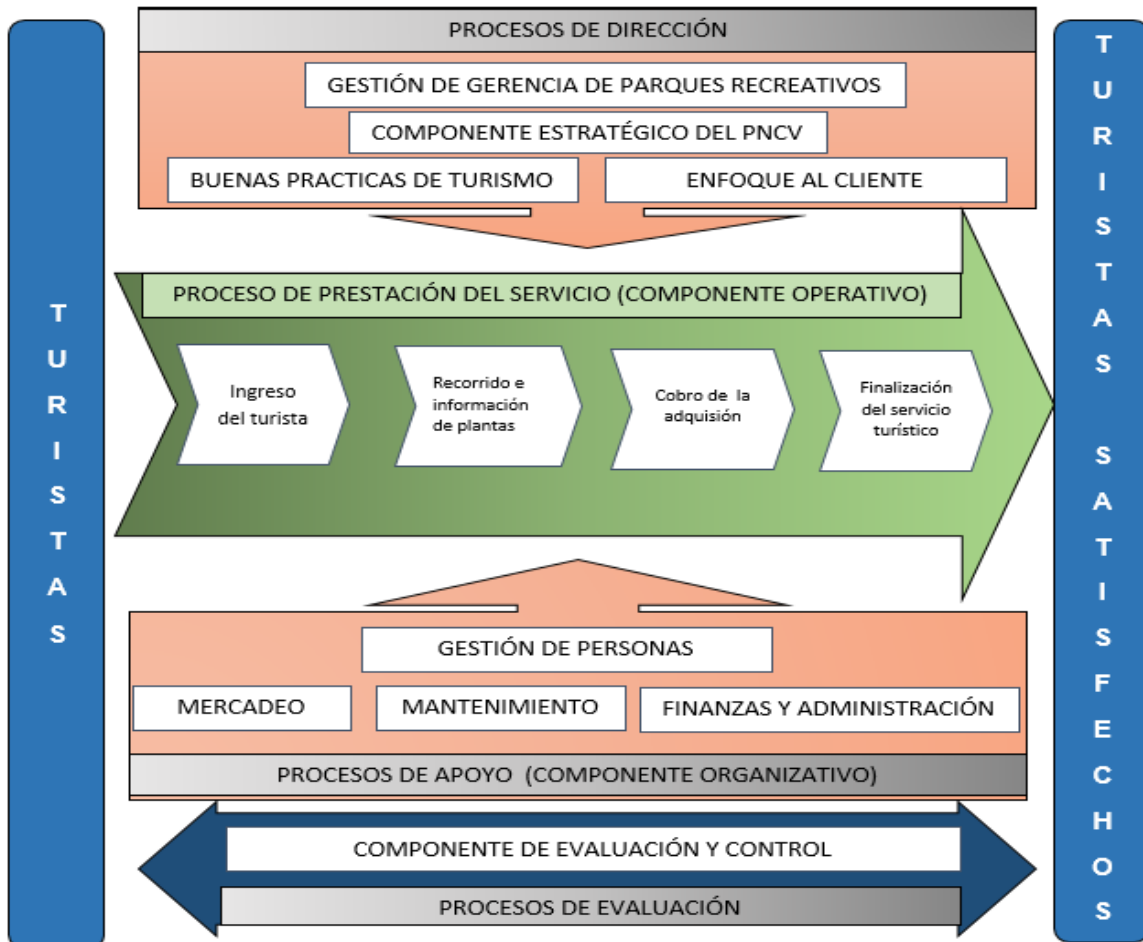


Figura 62 - Mapa de proceso para el vivero

— **Centro interpretativo**

El centro de interpretación es considerado el espacio que revela el significado y relación del entorno de un sitio turístico, y presenta unas síntesis de los bienes naturales que se conservan o presentan en el lugar; por tal razón y por las preferencias de turistas y visitantes, se propone el centro interpretativo que enriquezca el conocimiento de quienes lo visitan.

Se trata de generar experiencias directas del entorno, brindando información significativa sobre hechos importantes de la zona.

A continuación se muestra el mapa de procesos desarrollado las el servicio brindado en el centro interpretativo,

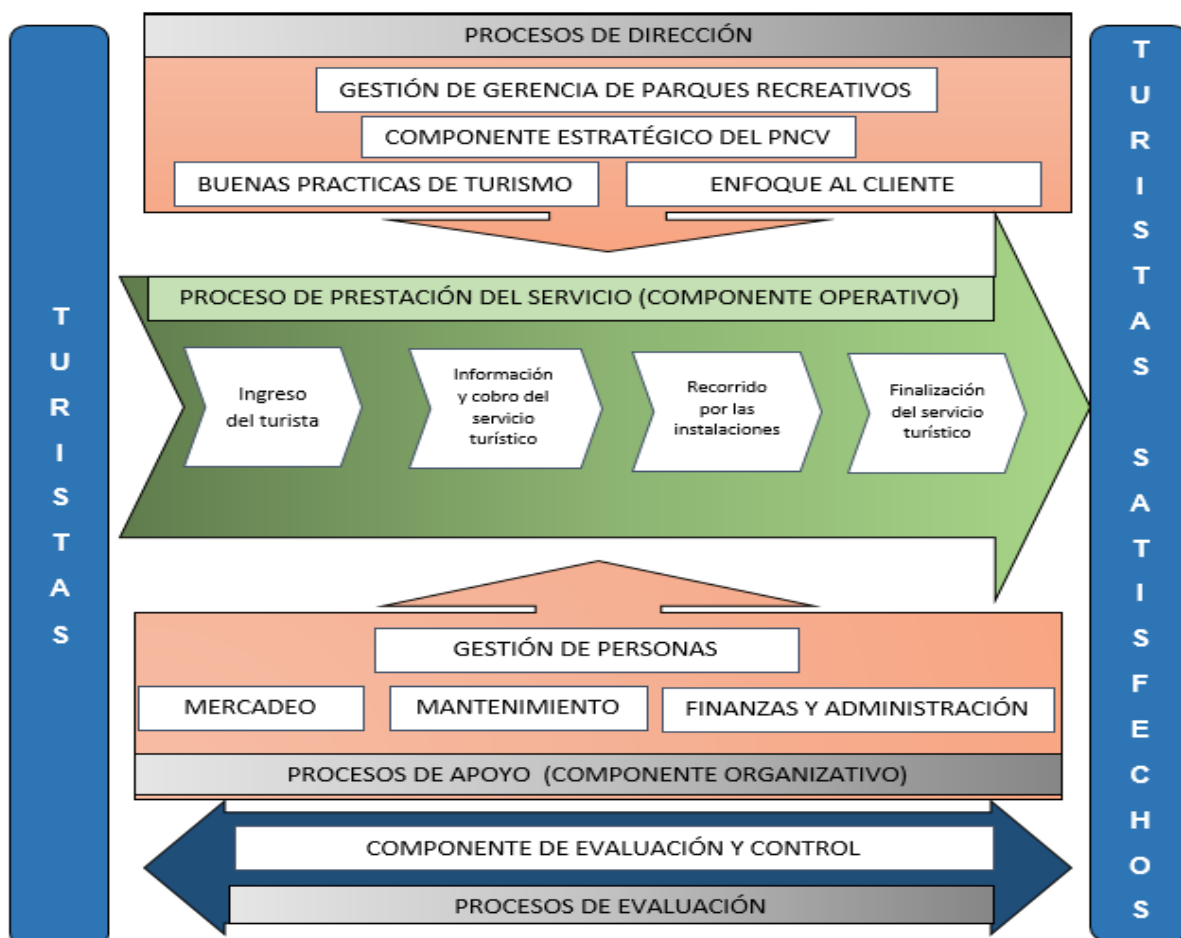


Figura 63 - Mapa de proceso para Centro Interpretativo

— **Servicios ecoturísticos**

Canopy

Al hablar del canopy se refiere a una de las actividades de aventura extrema, en el cual un turista o visitante podrá trasladarse entre dos bases o copas de árboles con la ayuda de un arnés, una polea y un cable de acero. Esta actividad genera una sensación similar a la de volar, motivo por el cual, es una de las actividades preferidas para las personas que prefieren vivir momentos de adrenalina.

Camping

El camping es una actividad recreativa que se está volviendo muy popular y consiste en pernoctar al aire libre, generalmente utilizando una tienda de campaña. El PNCV es un lugar idóneo donde se puede realizar esta actividad, ya que permite disfrutar directamente de las características únicas del entorno.

Cuerdas altas

El nombre de cuerdas altas se le da al sistema que es creado en la parte alta de los árboles para utilizarse de manera creativa, es considerado una de las actividades que estimula el reto personal y la intención de vencer ciertos miedos, por lo que también es considerado de aventura extrema.

Péndulo

Esta actividad de aventura extrema permite elevarse e impulsarse a varios metros sobre el nivel del suelo formando la trayectoria de un péndulo mediante un cable metálico, por lo que permitirá vivir experiencias únicas en cada turista y visitante que ingrese al parque.

Senderismo interpretativo

Este es uno de los servicios que existen en el parque, pero que se le deben realizar mejoras. El nivel de dificultad es mínimo y consiste en transitar por sendas o caminos con el objeto de observar la naturaleza; esta actividad es relativamente corta de duración, actualmente son 40 minutos aproximados.

Montañismo

El montañismo es el recorrido que se realiza con un nivel mayor de dificultad, las rutas son al volcán de Izalco y al volcán Iamatepec, esta actividad turística pertenece a la de aventuras extremas.

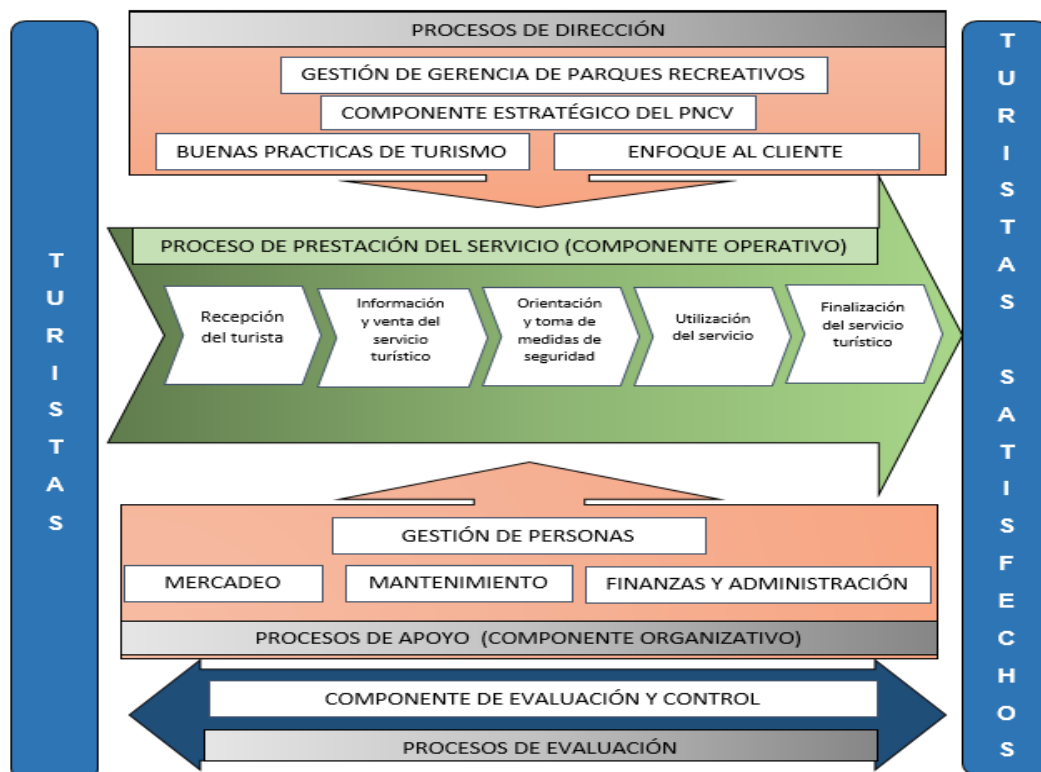


Figura 64 - Mapa de proceso para Servicios ecoturísticos.

— Alojamiento

Para los que desean pernoctar en las instalaciones del parque y vivir una experiencia única, se puede realizar mediante el alquiler de las cabañas. Según el diagnóstico realizado en la etapa anterior, se determinó que las cabañas poseen ciertas deficiencias en su mantenimiento, por lo que se incluye como una de las actividades a mejorar.

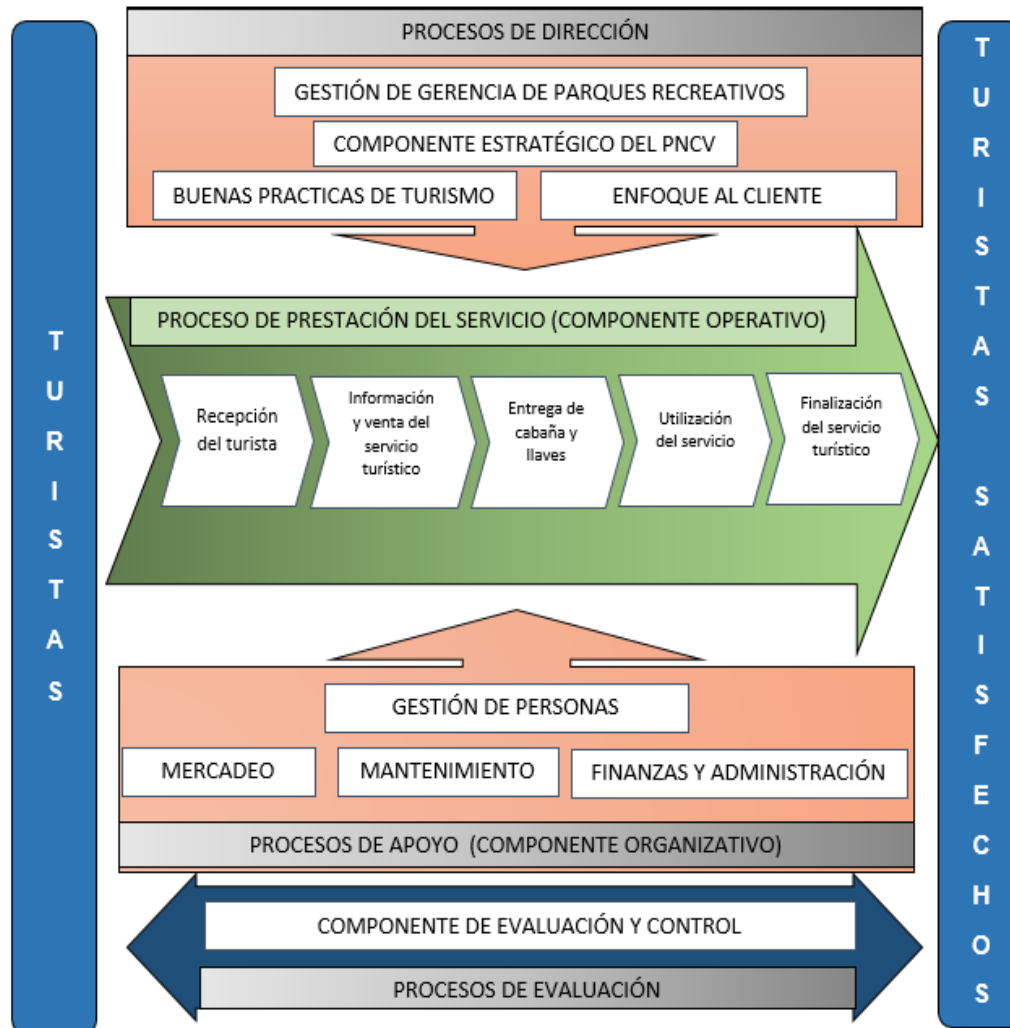


Figura 65 - Mapa de proceso para el servicio de alojamiento

— Infraestructura

La infraestructura adecuada utilizada para la prestación de los servicios es un elemento clave para lograr la permanencia y satisfacción del turista y visitante. En el estudio de diagnóstico se determinó la deficiencia que presenta la infraestructura del parque, motivo por el cual en el componente operativo se plantea los lineamientos para la mejora de los senderos, las cabañas y todos los servicios propuestos en la diversificación.

5.3.1.4 Estrategia técnica y de seguimiento

En este apartado se realiza el pronóstico de ingreso de personas a las instalaciones del PNCV, para tal situación se toma en cuenta la demanda turística actual, la cual fue identificada en la etapa de diagnóstico. Esta proyección representa la proporción de mercado que se espera que ingrese al parque en los años posteriores y es calculada mediante la técnica de series de tiempos utilizando las estadísticas de ingresos al parque que registra el ISTU. A continuación se presenta la proyección de afluencia al parque en los próximos 5 años de operación.

Tabla 99 - Proyección mensual de turistas y visitantes

| AÑO | MES | | | | | | | | | | | | Total |
|-----|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| 1 | 18514 | 8209 | 19892 | 29191 | 13225 | 12349 | 13973 | 24017 | 32540 | 21153 | 14901 | 22274 | 230239 |
| 2 | 20124 | 8922 | 21622 | 31730 | 14375 | 13423 | 15188 | 26106 | 35370 | 22993 | 16197 | 24211 | 250260 |
| 3 | 21874 | 9698 | 23502 | 34489 | 15625 | 14590 | 16509 | 28376 | 38445 | 24992 | 17605 | 26316 | 272022 |
| 4 | 23776 | 10542 | 25546 | 37488 | 16984 | 15859 | 17944 | 30843 | 41789 | 27165 | 19136 | 28604 | 295676 |
| 5 | 25844 | 11458 | 27767 | 40748 | 18461 | 17238 | 19504 | 33525 | 45422 | 29527 | 20800 | 31092 | 321387 |

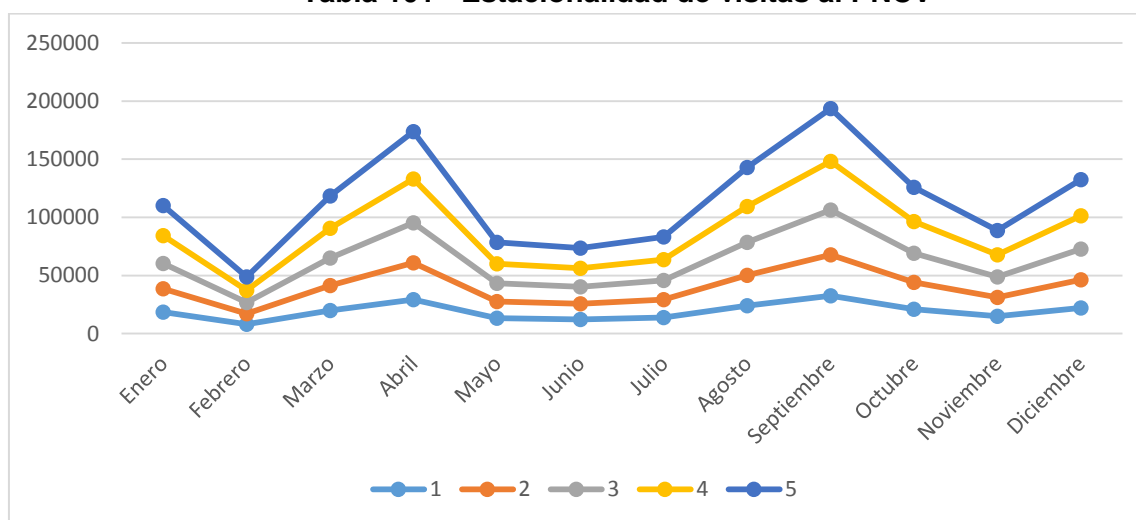
Para el año 2015 se registró un total de 211,820 personas que ingresaron al PNCV, para el mismo año el Ministerio de Turismo cuyo titular de la institución Lic. José Napoleón Duarte Duran, reportó que el turismo creció en un 8.6% a nivel nacional.

Tabla 100 - Proyección anual de turistas y visitantes

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Proyección Anual | 230239 | 250,260 | 272,022 | 295,676 | 321,387 |

La siguiente gráfica muestra la estacionalidad a la que se enfrenta el PNCV, y es evidente que los meses de febrero, mayo, junio, julio y noviembre son los meses en que se reflejan menores ingresos de turistas y visitantes a las instalaciones, los puntos altos están ubicados en periodos festivos tales como la semana santa, vacaciones de agosto y el festival del jocote.

Tabla 101 - Estacionalidad de visitas al PNCV



En la etapa de diagnóstico específicamente en el estudio del mercado consumidor se obtuvieron los resultados de las preferencias de los turistas y visitantes acerca de las actividades que les gusta desarrollar, o en todo caso las que esperan encontrar en un lugar ecoturístico como lo es el parque. El porcentaje de preferencia es utilizado para determinar las proyecciones mensuales y anuales por cada servicio diversificado y mejorado en el PNCV.

Tabla 102 - Porcentaje de preferencias

| Servicio | % de preferencia |
|---------------------------------------|-------------------------|
| Alimentación | 81 |
| Alojamiento | 60.7 |
| Vivero | 41.7 |
| Centro interpretativo | 32.1 |
| Canopy, Cuerdas altas, Péndulo | 61.9 |
| Camping | 36.9 |
| senderismo | 65.5 |
| Montañismo | 56 |

Tabla 103 - Proyecciones por servicio turístico

| ALIMENTACIÓN: 81 % | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
| 1 | 14996 | 6649 | 16113 | 23645 | 10712 | 10003 | 11318 | 19454 | 26357 | 17134 | 12070 | 18042 | 186493 |
| 2 | 16300 | 7227 | 17514 | 25701 | 11644 | 10873 | 12302 | 21146 | 28650 | 18624 | 13120 | 19611 | 202711 |
| 3 | 17718 | 7855 | 19037 | 27936 | 12656 | 11818 | 13372 | 22985 | 31140 | 20244 | 14260 | 21316 | 220337 |
| 4 | 19259 | 8539 | 20692 | 30365 | 13757 | 12846 | 14535 | 24983 | 33849 | 22004 | 15500 | 23169 | 239498 |
| 5 | 20934 | 9281 | 22491 | 33006 | 14953 | 13963 | 15798 | 27155 | 36792 | 23917 | 16848 | 25185 | 260323 |

| ALOJAMIENTO: 60.7 % | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
| 1 | 11238 | 4983 | 12074 | 17719 | 8028 | 7496 | 8482 | 14578 | 19752 | 12840 | 9045 | 13520 | 139754 |
| 2 | 12215 | 5416 | 13125 | 19260 | 8726 | 8148 | 9219 | 15846 | 21470 | 13957 | 9832 | 14696 | 151908 |
| 3 | 13278 | 5887 | 14266 | 20935 | 9484 | 8856 | 10021 | 17224 | 23336 | 15170 | 10686 | 15974 | 165117 |
| 4 | 14432 | 6399 | 15506 | 22755 | 10309 | 9626 | 10892 | 18722 | 25366 | 16489 | 11616 | 17363 | 179475 |
| 5 | 15687 | 6955 | 16855 | 24734 | 11206 | 10463 | 11839 | 20350 | 27571 | 17923 | 12626 | 18873 | 195081 |

| VIVERO: 41.7 % | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|-------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
| 1 | 7720 | 3423 | 8295 | 12173 | 5515 | 5150 | 5827 | 10015 | 13569 | 8821 | 6214 | 9288 | 96009 |
| 2 | 8392 | 3720 | 9016 | 13231 | 5994 | 5597 | 6333 | 10886 | 14749 | 9588 | 6754 | 10096 | 104359 |
| 3 | 9121 | 4044 | 9800 | 14382 | 6516 | 6084 | 6884 | 11833 | 16032 | 10422 | 7341 | 10974 | 113433 |
| 4 | 9915 | 4396 | 10653 | 15632 | 7082 | 6613 | 7483 | 12862 | 17426 | 11328 | 7980 | 11928 | 123297 |
| 5 | 10777 | 4778 | 11579 | 16992 | 7698 | 7188 | 8133 | 13980 | 18941 | 12313 | 8674 | 12965 | 134018 |

| CENTRO INTERPRETATIVO: 32.1 % | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
| 1 | 5943 | 2635 | 6385 | 9370 | 4245 | 3964 | 4485 | 7709 | 10445 | 6790 | 4783 | 7150 | 73906 |
| 2 | 6460 | 2864 | 6941 | 10185 | 4614 | 4309 | 4875 | 8380 | 11354 | 7381 | 5199 | 7772 | 80334 |
| 3 | 7022 | 3113 | 7544 | 11071 | 5016 | 4683 | 5299 | 9109 | 12341 | 8022 | 5651 | 8447 | 87319 |
| 4 | 7632 | 3384 | 8200 | 12034 | 5452 | 5091 | 5760 | 9901 | 13414 | 8720 | 6143 | 9182 | 94912 |
| 5 | 8296 | 3678 | 8913 | 13080 | 5926 | 5533 | 6261 | 10762 | 14580 | 9478 | 6677 | 9981 | 103165 |

CANOPY, CUERDAS ALTAS Y PÉNDULO: 61.9 %

| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
|----------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------------|
| 1 | 11460 | 5081 | 12313 | 18069 | 8186 | 7644 | 8649 | 14867 | 20142 | 13094 | 9224 | 13788 | 142517 |
| 2 | 12457 | 5523 | 13384 | 19641 | 8898 | 8309 | 9401 | 16160 | 21894 | 14233 | 10026 | 14987 | 154912 |
| 3 | 13540 | 6003 | 14548 | 21349 | 9672 | 9031 | 10219 | 17565 | 23797 | 15470 | 10897 | 16290 | 168381 |
| 4 | 14717 | 6525 | 15813 | 23205 | 10513 | 9817 | 11107 | 19092 | 25867 | 16815 | 11845 | 17706 | 183023 |
| 5 | 15997 | 7093 | 17188 | 25223 | 11427 | 10670 | 12073 | 20752 | 28116 | 18277 | 12875 | 19246 | 198938 |

CAMPING: 36.9 %

| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
|----------|-------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------------|
| 1 | 6832 | 3029 | 7340 | 10771 | 4880 | 4557 | 5156 | 8862 | 12007 | 7805 | 5498 | 8219 | 84958 |
| 2 | 7426 | 3292 | 7979 | 11708 | 5304 | 4953 | 5604 | 9633 | 13052 | 8484 | 5977 | 8934 | 92346 |
| 3 | 8072 | 3579 | 8672 | 12726 | 5766 | 5384 | 6092 | 10471 | 14186 | 9222 | 6496 | 9711 | 100376 |
| 4 | 8773 | 3890 | 9426 | 13833 | 6267 | 5852 | 6621 | 11381 | 15420 | 10024 | 7061 | 10555 | 109104 |
| 5 | 9536 | 4228 | 10246 | 15036 | 6812 | 6361 | 7197 | 12371 | 16761 | 10895 | 7675 | 11473 | 118591 |

SENDERISMO: 65.5 %

| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
|----------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------------|
| 1 | 12127 | 5377 | 13029 | 19120 | 8662 | 8089 | 9152 | 15731 | 21314 | 13855 | 9760 | 14589 | 150806 |
| 2 | 13181 | 5844 | 14162 | 20783 | 9416 | 8792 | 9948 | 17099 | 23167 | 15060 | 10609 | 15858 | 163921 |
| 3 | 14327 | 6352 | 15394 | 22590 | 10234 | 9556 | 10813 | 18586 | 25181 | 16370 | 11531 | 17237 | 178174 |
| 4 | 15573 | 6905 | 16733 | 24555 | 11125 | 10388 | 11753 | 20202 | 27372 | 17793 | 12534 | 18736 | 193668 |
| 5 | 16928 | 7505 | 18187 | 26690 | 12092 | 11291 | 12775 | 21959 | 29751 | 19340 | 13624 | 20365 | 210508 |

MONTAÑISMO: 56 %

| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
|----------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------------|
| 1 | 10368 | 4597 | 11140 | 16347 | 7406 | 6915 | 7825 | 13450 | 18222 | 11846 | 8345 | 12473 | 128933 |
| 2 | 11269 | 4996 | 12108 | 17769 | 8050 | 7517 | 8505 | 14619 | 19807 | 12876 | 9070 | 13558 | 140146 |
| 3 | 12249 | 5431 | 13161 | 19314 | 8750 | 8170 | 9245 | 15891 | 21529 | 13996 | 9859 | 14737 | 152332 |
| 4 | 13315 | 5904 | 14306 | 20993 | 9511 | 8881 | 10049 | 17272 | 23402 | 15212 | 10716 | 16018 | 165579 |
| 5 | 14473 | 6416 | 15550 | 22819 | 10338 | 9653 | 10922 | 18774 | 25436 | 16535 | 11648 | 17412 | 179976 |

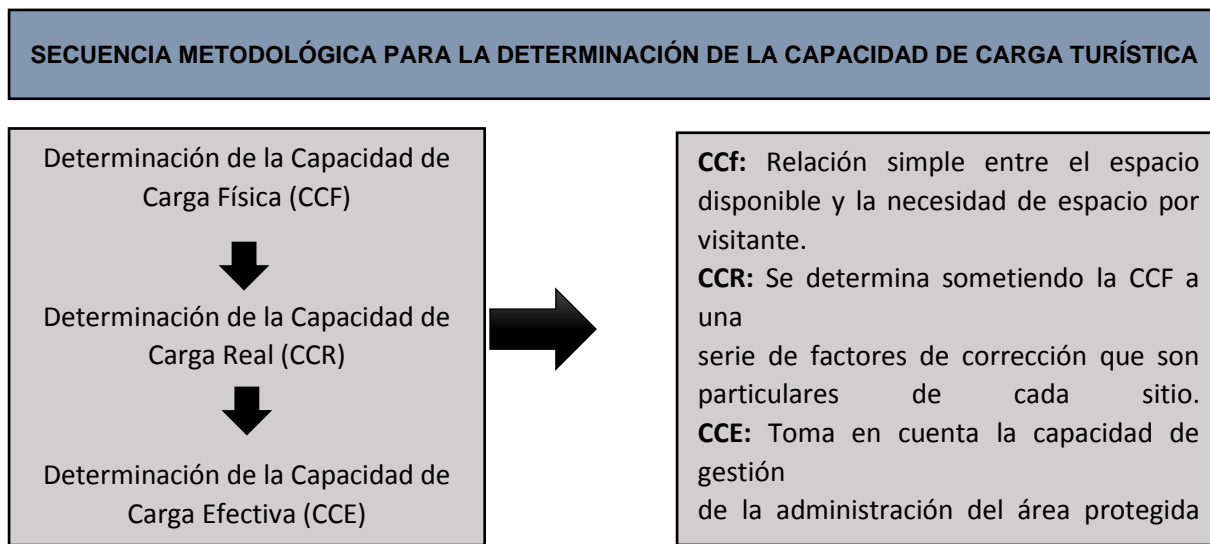
— CAPACIDAD DE CARGA DEL PNCV COMO ÁREA NATURAL PROTEGIDA.

Cuando se planifican las actividades para las áreas naturales protegidas de uso público frecuentadas por los turistas y visitantes en general, la determinación de la Capacidad de Carga Turística se convierte en una herramienta indispensable para su manejo sostenible.

La sostenibilidad ambiental es parte fundamental para el Modelo de Gestión Turística que se desarrolla para el PNCV, por lo tanto la capacidad de carga turística está enfocada a determinar el umbral de visitantes que el PNCV tolera sin deteriorarse, de tal manera mantener ese equilibrio que se genera a través de la relación armónica entre los turistas y la naturaleza.

La Capacidad de Carga⁷⁹ para áreas naturales protegidas se desarrolla considerando tres pasos:

- a) Capacidad de carga física CCF;
- b) Capacidad de carga real CCR; y
- c) Capacidad de carga efectiva o permisible CCE.



Mediante los cálculos respectivos desarrollados para la determinación de la capacidad de carga turística, se obtiene la siguiente tabla que refleja en cada actividad el número de visitas al día que se puede recibir sin dificultad.

⁷⁹ (Miguel Cifuentes, 1992)

Tabla 104 - Capacidad de Carga por servicio

| Descripción | CCF (visitas/día) | CCR (Visitas/día) | CCE (visitas/día) |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Senderos | 13572 | 914 | 640 |
| Centro Interpretativo | 1600 | 1486 | 1040 |
| Vivero | 1920 | 1664 | 1165 |
| Camping | 90 | 86 | 60 |
| Canopy | 4848 | 1322 | 926 |
| Cuerdas altas | 2080 | 1824 | 1277 |
| Péndulo | 800 | 544 | 381 |
| Restaurante | 947 | 915 | 640 |
| Cabañas | 87 | 86 | 60 |

5.3.1.5 Diseño y establecimiento de indicadores

Los indicadores son instrumentos prácticos que se utilizan para la planeación, implementación y monitoreo del desarrollo de las actividades turísticas en el PNCV, ya que proveen de información adecuada y fiable en diferentes condiciones tales como medioambientales, económicas y sociales.

Para diseñar y establecer los indicadores para el PNCV, es importante desarrollar un criterio para la selección de los mismos ya que deberán controlarse en forma continua. Para tal situación los indicadores deben cumplir con las siguientes características básicas:

- Fácil de medir;
- Medición rápida;
- Proporcionar información relevante;
- Graficarse fácilmente.

a) Beneficios de los indicadores

Algunos de los beneficios que conlleva el diseño de indicadores, son los siguientes:

- Apoya el proceso de planificación y de formulación de políticas de mediano y largo plazo;
- Posibilita la detección de procesos de la institución en la cual existen problemas de gestión tales como: uso ineficiente de los recursos, asignación del personal a las diferentes tareas, etc.
- Posibilita a partir del análisis de la información entre el desempeño efectuado y el programado, realizar ajustes en los procesos internos y readecuar cursos de acción eliminando inconsistencias entre el quehacer de la institución y sus objetivos prioritarios;

- Establece mayores niveles de transparencia respecto del uso de los recursos públicos y sienta las bases para un mayor compromiso con los resultados por parte de los directivos y los niveles medios de la dirección.

En el desarrollo de indicadores para el parque es necesario tomar en consideración ciertos criterios que se debe cumplir en cada uno de ellos, tales como los siguientes:

Tabla 105 - Criterios de indicadores

| Criterio | Descripción |
|---|--|
| Pertinencia | Debe referirse a los procesos y servicios esenciales que desarrolla el PNCV para reflejar el grado de cumplimiento de los objetivos estratégicos. |
| Relevancia | Asegurarse de que se está midiendo los objetivos vinculados a lo estratégico. |
| Homogeneidad | Implica preguntarse cuál es la unidad del producto turístico y, más importante, procurar que dichas unidades sea equivalente entre sí en términos de los recursos que consume. |
| Independencia | Los indicadores deben responder en lo fundamental a las acciones que desarrolla y controla el PNCV o a las variables del entorno que se vean afectadas directamente por esas acciones. |
| Costo | La obtención de la información para la elaboración del indicador debe ser a costos que tengan correlación con los recursos que se invierten en la actividad. |
| Confiabilidad | Digno de confianza, independiente de quien realice la medición. |
| Simplicidad y Comprensividad | Se deben cubrir los aspectos más significativos del desempeño, pero la cantidad de indicadores no puede exceder la capacidad de análisis de los usuarios, tanto internos como externos. Los indicadores deben ser de fácil comprensión, libre de complejidades |
| Oportunidad | Debe ser generado en el momento oportuno dependiendo del tipo de indicador y de la necesidad de su medición y difusión. |
| No redundancia | Debe ser único y no repetitivo. |
| Focalizado en áreas controlables | Focalizado en áreas susceptibles de corregir en el desempeño de PNCV, generando a la vez responsabilidades directas entre colaboradores. |
| Participación | Su elaboración debe involucrar en el proceso a todos los actores relevantes, con el fin de asegurar la legitimidad y reforzar el compromiso con los objetivos e indicadores resultantes. |

Es importante mencionar que los indicadores pueden ser utilizados para diferentes propósitos, dependiendo del objetivo de la evaluación, el ámbito en que se realiza y a quienes se dirige, razón por la cual se hace necesario trabajar baterías de indicadores, que permitan desde diferentes puntos de vista realizar el análisis de la situación y las medidas correctivas de ser necesario.

b) Diseño de indicadores

Tabla 106 - Indicadores OE1

| OE1: Diversificar y mejorar los servicios eco-turísticos de montaña, atendiendo las necesidades y preferencias de los visitantes y turistas del PNCV, aprovechando el creciente auge del turismo nacional. | |
|---|---|
| INDICADORES DE LA GESTIÓN TURÍSTICA | |
| Participación anual de visitantes en el PNCV | $\% \text{ de participación} = \frac{\text{visitantes del PNCV}}{\text{Total de visitantes de PR}} * 100$ |
| Crecimiento turístico | $\% \text{ de crecimiento} = \frac{(\text{Periodo n}) - (\text{Periodo base})}{\text{Periodo base}} * 100$ |
| Intensidad de uso | $\text{Intensidad de uso} = \frac{\text{Total de visitantes en temporada alta}}{\text{Área total del PNCV}}$ |
| Satisfacción del cliente | $\text{Satisfacción del cliente} = \frac{\sum \text{de calificaciones de los aspectos}}{\text{Número total de aspectos evaluados}}$ |
| Nivel de ocupación anual de las cabañas | $\text{Nivel de ocupación} = \frac{\text{Días ocupados al año}}{\text{Días en que se presta servicio al año}} * 100$ |
| INDICADORES DE PLANIFICACIÓN | |
| Cumplimiento de la planificación de actividades | $\% \text{ de cumplimiento: } \frac{\text{Act. desarrolladas}}{\text{Act. planificadas}} * 100$ |
| Servicios turísticos mejorados o diversificados al año | $\text{Servicios mejorados/diversif} = \frac{\# \text{ de servicios mejorado/diversif.}}{\text{año operativo}}$ |

Tabla 107 - Indicadores OE2

| OE2: Impulsar acciones, métodos y procesos que garanticen las sostenibilidad económica y ambiental a través del tiempo, fomentando de manera permanente la concientización y el cuidado al medio ambiente | |
|--|---|
| INDICADORES DE LA GESTIÓN ECONÓMICA | |
| Beneficio económico. | $\text{Ganancia anual} = \text{Total de ingresos} - \text{Total de egresos}$ |
| Porcentaje de inversión en activos fijos para el PNCV | $\% \text{ de inversión en AF} = \frac{\text{Monto de inversión en activos fijos para el PNCV}}{\text{Monto anual promedio de inversión en AF por parte del ISTU}} * 100$ |
| Costo promedio de atención al turista | $\text{Costo promedio anual} = \frac{\text{Costos Operativos anuales del PNCV}}{\text{Visitantes anuales del PNCV}}$ |
| Porcentaje de personas subsidiadas en el PNCV | $\% \text{ de personas subsidiadas} = \frac{\text{Personas que reciben subsidio en el PNCV}}{\text{Total de personas que entran al PNCV}} * 100$ |
| Porcentaje del presupuesto asignado al PNCV | $\% \text{ del presupuesto asignado} = \frac{\text{Presupuesto asignado al PNCV}}{\text{Monto total del presupuesto asignado a la unidad}} * 100$ |
| INDICADORES AMBIENTALES | |
| Porcentaje de evacuación anual de desechos sólidos | $\% \text{ de evacuación anual} = \frac{\text{Número desalojos de desechos sólidos}}{\text{Meses operativos al año}} * 100$ |
| Promedio de desechos sólidos por persona | $\text{Promedio de desechos sólidos/persona} = \frac{\text{Total de desechos sólidos}}{\text{Numero de visitantes}} * 100$ |

Tabla 108 - Indicadores OE3

| OE3: Implantar un esquema organizativo tal que responda a las necesidades y cambios constantes del mercado turístico nacional, basado en el desarrollo de colaboradores y aumento de la satisfacción de turista. | |
|--|--|
| INDICADORES DE GESTIÓN DEL TALENTO | |
| Porcentaje de colaboradores que reciben capacitaciones | $\% \text{ de capacitaciones recibidas} = \frac{\text{Colaboradores en capacitación}}{\text{Total de colaboradores del PNCV}} * 100$ |
| Capacitaciones anuales | $\text{Capacitaciones anuales} = \frac{\text{Total de capacitaciones}}{\text{año operativo}}$ |
| Costos de Capacitación por Colaborador. | $\text{costo de capacitación por colaborador} = \frac{\text{Costo Total de capacitación}}{\text{Numero de colaboradores capacitados}}$ |

5.3.1.6 Estrategia de promoción turística.

a) Análisis Situacional

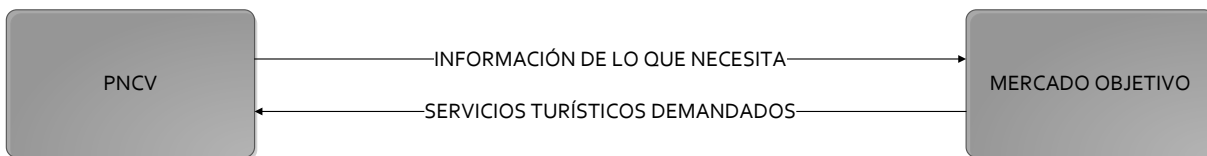


Figura 66 - Relación del PNCV a través del mercadeo de servicios turísticos

La estrategia de promoción turística es por ende, uno de los aspectos más relevantes que debe tener el modelo de gestión turística para el PNCV, debido a que estas estrategias son claves en el desarrollo de los servicios mejorados y diversificados, ya que su consecución asegura la llegada al PNCV de turistas y visitantes. Para poder determinar adecuadamente las estrategias que favorecen el desarrollo del modelo de gestión, es necesario realizar un análisis situacional tanto de manera externa como interna en el parque, el cual está apoyando por los resultados obtenidos en el diagnóstico del modelo, y que traen a colación todos aquellos aspectos claves que de una manera u otra inciden en el logro de los objetivos del modelo, por lo que se hace sumamente necesario crear un mapa que ayude a identificar las fortalezas competitivas que el PNCV presenta frente a la competencia. También este análisis pretende conocer cuáles son los principales obstáculos o debilidades en materia turística y de promociones que acarrea el parque, las cuales en etapas posteriores de este apartado, se darán solución a través de estrategias que sirvan de base a los gestores del modelo; con el firme propósito de lograr los objetivos estratégicos que el modelo encauza para, eventualmente, lograr un caso de éxito, la diversificación y mejora d servicios en el PNCV.

Todas las premisas anteriores están sustentadas de forma sistemática en la matriz FODA presentada en capítulos anteriores del modelo, las cuales se deben traer al presente para realizar oportunamente el análisis situacional que dará las bases para la generación de las estrategias turísticas que beneficien e impacten positivamente en el aumento del volumen de turistas y visitantes del parque, además de volverse sostenible tanto económica como ambientalmente, generando oportunidades y riqueza a la localidad a medida se desarrolla el modelo. Algunos hallazgos destacables en materia de gestión de la promoción y mercadeo de productos turísticos del parque son:

- El parque goza de actualmente de un buen posicionamiento entre los turistas, el 73% de los encuestados durante el estudio de mercado, menciono conocer el parque, es decir 7 de cada 10 salvadoreños manifiesta conocer el parque, su atractivo natural y lo asocia directamente con el ISTU.
- Los buses alegres son parte fundamental de la comercialización y posicionamiento del parque ya que por medio de este servicio brindado a la población, es posible acercar el parque a todas las personas
- Los festivales del jocote de corona y del café, son el mejor escaparate del parque en donde se ofrece los atractivos turísticos del parque y se favorece el emprendedurismo local, beneficiando a más de 100 emprendedores de la zona y de departamentos aledaños.
- El programa de guías turísticos en los buses alegres es una alianza estratégica entre el ISTU y el INFRAMEN, los guías hacen sus prácticas mientras informan a los turistas de los servicios que presta el ISTU en el parque, además son el canal de comunicación entre los turistas y los guías locales que realizan las caminatas al volcán de Izalco e Ilimatepec.
- La cartera de promoción turística estatal, brinda un mayor auge al turismo de la zona costero-marina del país, lo que genera que el eco-turismo se vea posicionado en segundo lugar a nivel nacional, por ende el parque se ve relegado desde esta perspectiva externa a la gestión actual.
- El turismo está actualmente en los planes estratégicos del gobierno central como una pujante fuerza motriz del desarrollo nacional.
- Los competidores del parque surgen de forma acelerada, prestando servicios más diversificados y con estándares de calidad reconocidos.

Todos estos hallazgos influyen de distintas maneras al desarrollo actual del PNCV, algunos de ellos de forma negativa, mientras que otros pueden ser motores de cambio para realzar el auge turístico de los destinos de montaña. Ya que en la actualidad, las tendencias turísticas posicionan al eco turismo como uno de los rubros de esta materia de más rápido crecimiento.

Por lo que apostar desde varias ópticas al desarrollo del PNCV, desde un modelo de gestión turística integral que englobe el desempeño económico del parque y la mejora en los servicios, así como también el cuidado y manejo de las variables ambientales, resulta positivo para crear las condiciones adecuadas en que deba crearse un entorno eco-turístico de montaña que desee posicionarse sólidamente en un mercado, por demás dinámico.

Para que la estrategia turística del PNCV, sea valedera en el tiempo, es necesario que los gestores del modelo, estén plenamente conscientes que el mercado, el entorno comercial y los consumidores, cambian constantemente y eso será premisa fundamental, para que el desarrollo de las estrategias de promoción turísticas se revisen año con año, o mientras sirvan los propósitos de los objetivos que plantea el modelo en el componente estratégico.

El carácter dinámico del modelo y del mercado al que se orienta, debe ser visualizado de forma constante por los gestores, ya que parte del éxito de modelo, se asegura al establecer a visión razonable del cambio constante de todas las variables directas e indirectas que inciden en el desarrollo y desempeño del modelo. Para que las estrategias de mercadeo y promoción estén acordes a los objetivos del modelo, es indispensable que el mismo componente de mercadeo cumpla con objetivos claros y definidos que deben declararse oportunamente. Por lo mismo, a continuación se desglosan los objetivos que definen el actuar del plan de mercadeo del modelo de gestión turística.

b) Establecimiento de objetivos de mercadeo del modelo.

Los objetivos para el mercadeo de los servicios eco-turísticos que pretende prestar el PNCV a través del modelo de gestión son fundamentales para que sirvan de guía en las estrategias que garanticen el adecuado camino del mercadeo del parque.

Los objetivos del plan de mercadeo del modelo deberán ser de dos tipos, tanto cuantitativos como cualitativos, siendo los primeros los más fáciles de definir, debido a su carácter medible y a la información histórica con la que cuenta el modelo, sobre cifras de crecimiento y proyección, mientras que los cualitativos presentan mayor dificultad a priori ya que no podrán ser fácilmente cuantificables. Los objetivos del mercadeo del PNCV son:

Cuantitativos:

- Aumentar el flujo de turistas y visitantes al implementar en un 5% para el primer año de gestión, luego un aumento sostenido del 3.5% anual a partir del segundo año.
- Aumentar 3% la rentabilidad de parque a partir del segundo año de gestión, con el propósito de reeditar la inversión generada para el modelo de gestión.
- Duplicar las ventas por servicios turísticos dentro del parque, para el primer año de gestión a través de los servicios eco-turísticos diversificados y mejorados.

Cualitativos:

- Diversificar el producto turístico, a través de servicios eco-turísticos novedosos y profesionalización de los colaboradores, aprovechando el crecimiento sostenido del mercado turísticos y potenciando los servicios que actualmente se ofrecen.
- Establecer positivamente la posición en el mercado del PNCV, colocándolo como referente en el área de servicios eco-turísticos y como modelo de gestión para los parques recreativos del ISTU.
- Diversificar sectorialmente la demanda del mercado aprovechando nuevas tendencias en los servicios turísticos y fidelizar a los actuales consumidores de los servicios del PNCV.

Habiendo conocido oportunamente los objetivos que pretenda la comercialización del producto turístico del PNCV, es necesario que se creen las estrategias claves que contribuirán a los gestores a materializar los objetivos planteados por el modelo de gestión y por supuesto a que la comercialización logre su papel determinate en el modelo.

c) Definición de Estrategias.

Como base comprobada, el modelo de gestión utilizará estrategias del tipo funcional para lograr los objetivos planteados en el apartado anterior, es decir, se propondrán una serie de estrategias basadas en las 8 p's del mercadeo de servicios turísticos actual, con lo que se pretende generar los insumos estratégicos necesarios que soporten la estructura de mercadeo propuesta por el modelo, que a su vez deberá apoyarse en áreas especializadas del ISTU, cuando así lo demande el proceso.

Para definir correctamente las estrategias, el modelo de gestión debe definir en qué negocio está y qué servicios presta, de esa forma se define lo siguiente:

¿En qué negocio está en PNCV?

En el negocio de hacer vivir a turistas y visitantes experiencias únicas en contacto directo con la naturaleza, en un ambiente de montaña sin igual en El Salvador.

Conociendo lo anterior, planteamos un escenario estratégico para la puesta en marcha de las estrategias.

Escenario estratégico: El auge del turismo “verde” ha provocado la demanda de servicios novedosos e innovadores en materia de eco-turismo de montaña, además el posicionamiento del PNCV como referente en esta área, crea las condiciones necesarias para diseñar un modelo de gestión que se adapte a las necesidades cambiante del mercado. Así, es necesario definir las estrategias que acompañaran el componente de mercadeo del modelo, basadas en las 7 p’s del mercadeo de servicios, las cuales son:



Figura 67 - 7 p’s del mercadeo de servicios

1. Promoción.

Tabla 109 - Estrategia de promoción

Estrategia: Posicionar la marca “Cerro Verde” como eje principal para aumentar el volumen de llegadas de turistas y visitantes.

Plan de Acción:

- Diseñar un logo atractivo, que identifique al PNCV como sitio emblemático del eco-turismo de montaña en El Salvador.
- Crear una campaña atractiva y agresiva que motive a los visitantes locales y extranjeros a llegar al PNCV y hacer uso de los servicios prestados.
- Utilización masiva de redes sociales y sitios web para lograr alcanzar el mayor número de personas, potencialmente interesadas el visitar el parque.
- Crear alianzas estratégicas con tour operadores a través del MITUR para centrar al parque como punto clave en el turismo nacional.
- Elaborar vallas publicitarias en puntos claves y en el camino al parque para identificar y lograr expectativa en los turistas y visitantes.

Como parte del modelo de gestión, se realiza una propuesta de logo para identificar al PNCV.

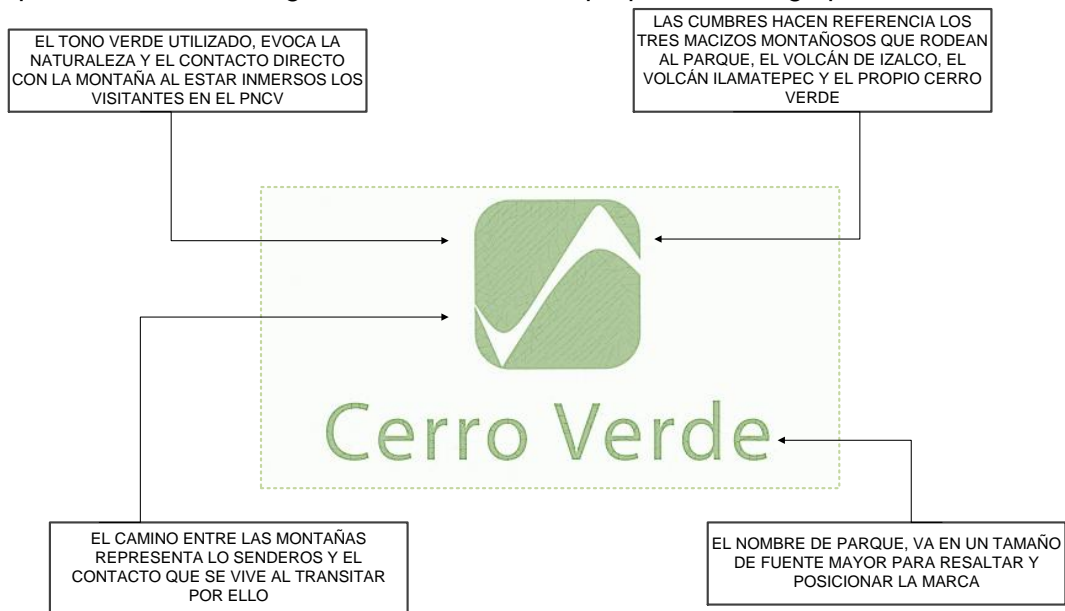


Figura 68 - Propuesta de logo para el PNCV

2. Plaza.

La plaza implica decisiones sobre donde y cuando debe entregarse y a través de que canales (físicos o digitales). Rapidez, comodidad y conveniencia son factores claves para la entrega eficaz de un servicio⁸⁰. En otras palabras, para el PNCV implica usar sus canales de comercialización tanto directos como indirectos, por lo que el modelo sugiere las siguientes estrategias:

Tabla 110 - Estrategia de Plaza (Canales de distribución directos)

| |
|--|
| <p>Estrategia: Desarrollar los canales de comercialización directos para el PNCV utilizando todas las herramientas comerciales disponibles y al alcance del parque y del área encargada del ISTU.</p> <p>Plan de Acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Utilizar plataformas digitales de comercialización para cautivar nuevos mercados e incidir en el perfil determinado durante la etapa de diagnóstico. — Realizar alianzas estratégicas con el MITUR para potenciar la ruta de los volcanes como destino eco-turístico punta de lanza en el país. — Establecer promociones especiales en temporada baja para no perder el flujo turístico. — Mejorar la interacción con el cliente que se comunica de forma digital para generar fidelización y atracción hacia el parque. |
|--|

⁸⁰ (Camino & Rúa, 2012, p. 125)

Tabla 111 - Estrategia de plaza (Canales de distribución indirectos)

Estrategia: Fomentar lazos y alianzas clave con tour operadores mayoristas y minoristas

Plan de Acción:

- Realizar encuentros con tour operadores interesados en visitar el PNCV para informarles de los nuevos atractivos y la diversificación del producto turístico.
- Invitar cada 6 meses a un recorrido de prensa a los medios de comunicación con el fin de mantener al tanto a la mayor cantidad de población posible de la mejora de los servicios.
- Establecer alianzas con los gobiernos locales haciendo notar el mutuo beneficio que puede obtenerse al trabajar en conjunto.

3. Producto (Servicio).

Debe ofrecer valor a los clientes y satisfacer “mejor” sus necesidades que otras propuestas de valor de la competencia.

Tabla 112 - Estrategia de producto

Estrategia: Crear valor agregado en los servicios eco-turísticos de montaña brindados en el parque, aumentando la satisfacción del turista y visitante.

Plan de Acción:

- Todos los guías que atiendan los servicios turísticos diversificados deberán poseer la categoría de guías especializados, con el fin de garantizar la adecuada atención a los turistas y visitantes.
- Los servicios de colecturía para las actividades turísticas deberá ser expeditos y no generar atraso en la prestación de los servicios.
- Se deberán ofrecer e informar la cartera de opciones que se presenta en el PNCV tanto a turistas como a visitantes.
- Las situaciones anómalas al proceso de prestación del servicio deberán solventarse por los supervisores de área.
- La atención oportuna al turista es primordial, la satisfacción es el objetivo último de la actividad turística del PNCV.

4. Precio

Para los clientes este elemento representa el costo que se ve afectado por el costo del tiempo y el esfuerzo. Por lo que para su fijación deben considerarse estos costos extras para el cliente poder obtener los beneficios deseados.

Tabla 113 - Estrategia de precios

Estrategia: Establecer una política de precios que facilite las transacciones realizadas en el PNCV.

Plan de Acción:

- Definir los precios de estadía y prestación de servicios en base a los días tanto para turistas nacionales y extranjeros.
- Estudiar el mercado competidor para unificar el precio óptimo con el cual debe iniciar el PNCV en sus nuevos servicios al mercado.
- Establecer en base a la temporada alta y baja, los precios que se estarán Manejando fijamente.

5. Procesos

Procesos eficaces son necesarios para garantizar la entrega de la promesa ofrecida y pueda considerarse que entrega valor real. Procesos mal diseñados producen entregas lentas, ineficientes, burocráticas, convirtiendo al proceso general en una experiencia decepcionante atentando también contra la moral de los empleados disminuyendo sus niveles de productividad⁸¹.

Tabla 114 - Estrategia de Procesos

Estrategia: Los procesos de prestación de servicios deberán obedecer los lineamientos de satisfacción del cliente, mejora continua y cuidado del medio ambiente.

Plan de Acción:

- Todos los procesos de prestación de servicios deberán seguir lineamientos básicos de normalización nacional o internacional, si no existiere temática de normalización relacionada en el país.
- Las BPT son la base en las que todas los procesos del PNCV se basan, ya que garantizan el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad, además que generan confianza entre los turistas que muestran una preocupación genuina por este tema en particular.
- El componente de control del modelo, garantiza la mejora continua, por lo que su aplicación sistemática atestigua la mejora continua del proceso.
- La aplicación misma del modelo de gestión turística, certifica que los procesos están acorde a las necesidades del sector y que conoce su carácter dinámico, con que le se adelanta en las tendencias y necesidades de turistas y visitantes.

6. Presencia o evidencia física

La decoración de las áreas donde se recibe u otorga la experiencia de servicio turística debe recibir un tratamiento bien analizado y procesado pues ejerce un fuerte impacto en la impresión de lo que será la experiencia de servicio, dada la ingente necesidad del cliente de elementos tangibles en todas las etapas de la experiencia de servicio.

⁸¹ (Camino & Rúa, 2012, p. 128)

Tabla 115 - Estrategia de presencia o evidencia física.

Estrategia: Los espacios en que los turistas y los colaboradores interactúan, así como también los lugares en que los turistas realizan las actividades ecoturísticas, deben contar con las condiciones adecuadas para lograr la satisfacción del turista en todo momento.

Plan de Acción:

- Todas las áreas en que se deban recibir turistas y visitantes deberán contar con las condiciones adecuadas para mantener una estadía agradable.
- El primer año de operación cuando los turistas hagan uso de los servicios del parque se deberá entregar un recuerdo alusivo a la actividad turística que realiza.
- Las cabañas deberán contar con todo el mobiliario adecuado para crear una atmósfera cálida y de buena atención.

7. Personas

Las personas reciben el servicio dada la interacción con otras personas prestadoras del servicio. Entrenamiento, capacitación y motivación se distinguen como elementos claves para garantizar la eficiente entrega del servicio, la satisfacción del cliente haciendo más intensa la experiencia⁸².

Tabla 116 - Estrategia de personas

Estrategia: Profesionalizar a los colaboradores en áreas claves, con el propósito de elevar la productividad en la prestación del servicio.

Plan de Acción:

- Realizar capacitaciones periódicas a todos los niveles de colaboradores del PNCV.
- Mantener un diagnóstico de necesidades de capacitación constante que garantice prestar el adiestramiento adecuado a los colaboradores.
- Crear un manual de organización y de funciones que garantice la información adecuada a los colaboradores del PNCV.

⁸² (Camino & Rúa, 2012)

5.3.2 COMPONENTE ORGANIZATIVO

5.3.2.1 Establecimiento de la estructura organizativa

Como parte del Modelo de Gestión Turística, se debe establecer una estructura organizativa que conlleve al alcance de los objetivos y metas propuestas. La organización implica una estructura de funciones o puestos, donde se divida y a la vez se relacione la labor que se desarrolla en el parque, por lo que es importante establecer la estructura organizacional, delinear las relaciones o líneas de enlace que faciliten la coordinación, crear las descripciones de cada puesto de trabajo, donde se indique atribuciones, relaciones, responsabilidades y autoridad, además fijar requerimientos o cualidades requeridas del personal para cada puesto.

La estructura organizativa se define como el conjunto de reglas que se establecen sobre la división de tareas, las responsabilidades y competencias dentro de la institución y la representación gráfica de esta estructura es mediante un organigrama, el cual permite visualizar la coordinación, la agrupación y la jerarquización entre las distintas personas que laboran en el parque.

El organigrama es la representación gráfica de la estructura formal de autoridad y de la división especializada del trabajo de una organización por niveles jerárquicos⁸³. Este permite obtener una idea uniforme acerca de la organización, además desempeña un papel informativo, permitiendo que los integrantes de la organización y las personas vinculadas a ella conozcan a nivel global, sus características generales. También ayuda fácilmente a comprender las distintas relaciones, dependencias y conexiones que pueden existir entre áreas.

Tal como se ha mencionado anteriormente la estructura organizativa lleva a establecer los cargos y responsabilidades que deben cumplir los miembros del parque para trabajar en equipo de forma óptima, y así poder alcanzar las metas y objetivos que se proponen.

Para que el proceso de organización tenga sentido se debe construirse en una base sólida, es decir, la definición de objetivos claros, alcanzables y bien ubicados con relación a las estrategias que se ha propuesto para el PNCV.

a) Importancia de establecer la estructura organizativa para el PNCV

El establecer una estructura organizativa para el parque conlleva a ciertos factores positivos tales como los siguientes:

- Se obtiene un medio a través del cual se establece la mejor manera de lograr los objetivos.
- Representa un instrumento idóneo para plasmar y transmitir en forma gráfica y objetiva como está compuesta la organización del parque.
- Proporciona una imagen formal de la organización del parque.
- Facilita el conocimiento de la organización, así como las relaciones de jerarquía y coordinación.
- Representa un elemento técnico valioso para el análisis organizacional, y

⁸³ (Análisis Administrativo. Técnicas Y Métodos, s. f.)

— Constituye una fuente autorizada de consulta.

Además es necesario tomar en consideración, la importancia que posee el actualizar el organigrama del parque, ya que la propuesta realizada está basada en los objetivos, metas y proyecciones actuales del mismo. Este factor último crece constantemente al transcurrir los años, por lo tanto será necesario incrementar los colaboradores para brindar un mejor servicio. Es aquí donde se debe evaluar la longitud del tramo de control que se quiere en la estructura organizativa.

Al mencionar la longitud del tramo de control se refiere al número de subordinados que dependen directamente del Jefe del parque; si se considera que el jefe del parque puede supervisar a muchos colaboradores, la estructura tiende a ser plana y se le conoce como tramo de control amplio; en caso contrario con un tramo de control corto, se visualiza que la estructura tiende a ser piramidal y se caracteriza por poseer jefes intermedios o supervisores.

A continuación se muestran algunas ventajas y desventajas que pueden presentarse al momento de decidir el tipo de longitud del tramo de control a utilizar en la estructura del parque.

b) **Tramos de control**

— **Tramos de control corto**

Si se elige por un tramo de control corto las ventajas y desventajas que se presentarían son las siguientes:

| Ventajas | Desventajas |
|---|---|
| La comunicación en el parque será más rápida. | Los niveles serán muchos, por lo que habrá más colaboradores. |
| Existirá estrecha supervisión | La estructura implicara más costos. |
| El control será estrecho | El jefe o los supervisores tenderán a involucrarse en exceso en el trabajo de los subordinados. |

— **Tramos de control amplio**

En caso contrario se encuentra el tramo de control amplio, que al igual que el tramo de control corto posee ventajas y desventajas de su utilización, tal como se presentan a continuación.

Tabla 117 - Ventajas y Desventajas del tramo de control amplio

| Ventajas | Desventajas |
|---|---|
| El jefe del parque se verá obligado a delegar | El jefe de parque tendría exceso de trabajo por lo tanto se perdería el control de los subordinados |
| Las políticas deberán ser claras | La información será propaga de forma lineal, y esto ocasiona una mayor distorsión en el mensaje. |
| Los subordinados serán cuidadosamente seleccionados | La burocracia será mayor |
| Las actividades tienden a ser más especializadas | El sobrecargo de trabajo puede convertirse en un cuellos de botella para la toma de decisiones |
| | No se podrá controlar directamente cada nivel |

Para seleccionar una estructura adecuada es necesario comprender que cada institución es diferente y que puede adoptar la estructura organizacional que más se acomode a las prioridades y necesidades que posee.

5.3.2.2 Proceso para la elaboración y actualización del organigrama

Para la elaboración o actualización del organigrama se deben seguir los pasos previos al diseño del mismo, ya que se busca que éste con los objetivos y metas propuestas por el parque.

Los pasos básicos que se deben seguir se muestran a continuación:

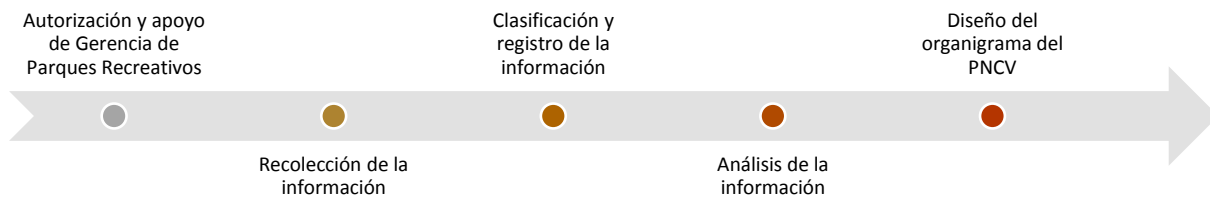


Figura 69 - Elaboración y actualización de organigrama

a) **Autorización y apoyo de Gerencia de Parques Recreativos:**

La autorización y apoyo de la Gerencia de Parques Recreativos es indispensable, ya que implica la existencia de colaboración desinteresada por parte de los colaboradores y a la vez se contara con los recursos necesarios para completar con éxito el proceso de diseño del organigrama.

b) Recolección de la información

Mediante entrevistas dirigidas con el personal administrativo y operativo, la evaluación de los procesos y procedimientos y el conocer la interrelación de los puestos de trabajo del parque, son algunas de las actividades de recolección de información que comprende este apartado.

Esta recopilación dará toda la información necesaria para estructurar correctamente el organigrama, el cual se acople a la situación real del PNCV. Dicha recopilación se realizara mediante un cuestionario (Ver anexo F), donde recurrir a la información normativa y administrativa, tanto a políticas y leyes que regulen las relaciones de coordinación interna, será de mucha importancia.

c) Clasificación y registro de la información

Este paso es de vital importancia ya que es la instancia en la que se organiza, clasifica y selecciona la información recopilada anteriormente, de forma tal que los pasos posteriores encuentren dicha observación de manera adecuada.

d) Análisis de la información

La información recopilada, clasificada y registrada, deberá someterse a un análisis para detectar, la existencia de posibles vacíos y contradicciones en la misma. Un eficiente registro y clasificación será quien facilite este punto.

Antes de dar una interpretación personal, se debe buscar la confirmación de los datos que así lo requieran. Se deberá agrupar los resultados de los cuestionarios, entrevistas y la observación de manera individual e introducir los resultados en una hoja de comparación, a fin de verificar los datos obtenidos (Ver anexo G)

Una vez que la información haya sido analizada, interpretada y confirmada se procederá al diseño del organigrama.

e) Diseño del organigrama

Contando con la información necesaria y fidedigna se procede a la elaboración del organigrama para el PNCV, además se deben tomar en consideración los elementos gráficos que se utilizan para representar a las unidades que componen la estructura organizativa, así como las relaciones existentes entre ellos.

Se debe tener en consideración que no existen normas rígidas para el diseño del organigrama puesto que el propósito, contenido y ámbito de cada representación gráfica, influyen de manera significativa en la misma.

5.3.2.3 Propuesta de organigrama para el Parque Natural Cerro Verde

El modelo de gestión turística desarrollado para el Parque Natural Cerro Verde involucra la diversificación y operación del producto turístico del mismo, por lo tanto el crear nuevos servicios turísticos y mejorar los actuales requiere del establecimiento de la estructura organizativa que conlleve al cumplimiento de objetivos y metas propuestas; por lo tanto se propone una estructura de manera vertical como el más adecuado, donde un subordinado será directamente dirigido únicamente de un superior, de esta manera se cumple el principio básico de este tipo de diseño organizacional, el cual es evitar conflictos entre cargos, malentendidos y mal uso de recursos.

Es necesario tomar en consideración que el organigrama está desarrollado para el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas actualmente, por lo que la actualización del mismo debe ser de forma periódica, basándose en las necesidades de enfrentarse a los desafíos de los años posteriores

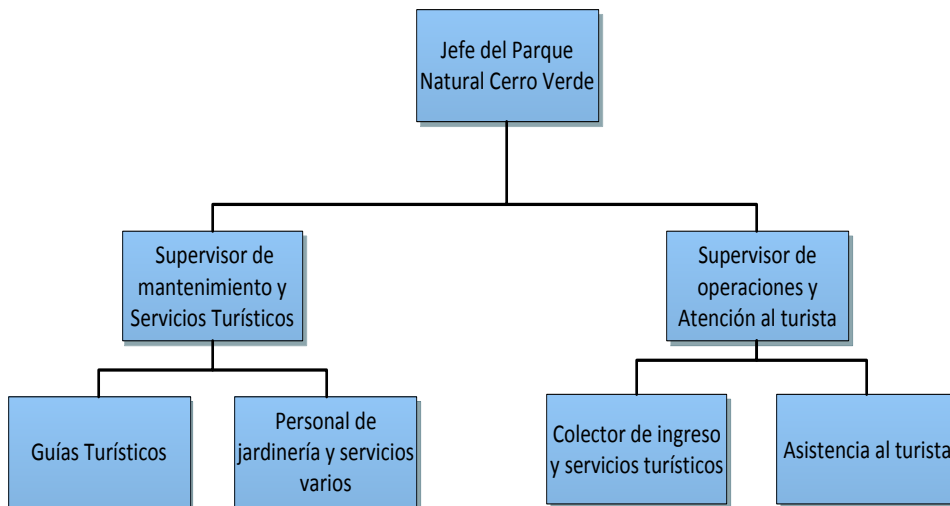


Figura 70 - Organigrama propuesto para el PNCV

La longitud del tramo de control bajo el cual se ha elaborado el organigrama del parque es de carácter corto y como se mencionaba anteriormente entre las ventajas esta la existencia de una comunicación más rápida y estrecha supervisión y control, a pesar de tal situación el costo de esta estructura tiende a incrementar, pero los valores son menores al hecho de la pérdida de control de los subordinados, razón por la cual se decide utilizar un tramo de control corto.

Propuesta de personal necesario

La propuesta de la cantidad necesaria de personal para la estructura organizativa que se plantea consiste en la contratación de personal fijo, personal temporal y en los periodos festivos, el apoyo del personal de oficina central.

La cantidad de personal fijo está considerado en condiciones normales de afluencia de turistas, esto indica, en periodos donde la capacidad de carga no es superada; en el caso de los puntos altos que muestran las estadísticas de turistas del PNCV, tal como vacaciones de semana santa, vacaciones agostinas, festival del jocote y fechas finales que incluye meses de octubre y diciembre, donde los climas tienen a bajar de temperatura y se convierte en atractivo el visitar lugares de mayor altura sobre el nivel del mar, para tales fechas se deberá contratar personal temporal y además solicitar el apoyo del personal de oficina central.

A continuación se muestra la cantidad de personal necesario por cargo, es necesario mencionar que la consideración de guías turísticos, está basada en requerimientos establecidos por las Normas Técnicas salvadoreñas.

Tabla 118 - Propuesta de Personal necesario

| Puesto | Número de empleados Fijos | Número de empleados temporales | Personal de apoyo oficina central |
|--|----------------------------------|---------------------------------------|--|
| Jefe de Parque | 1 | | |
| Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos | 1 | | |
| Supervisor de operaciones y atención al turista | 1 | | |
| Guías turísticos | | | |
| Guías de sitio | 3 | 4 | |
| Guías locales | 5 | 3 | |
| Guías especializados | 4 | 3 | |
| Colector de ingreso y servicios turísticos | 3 | | 5 |
| Asistencia al turista | 2 | 2 | 5 |
| Personal de jardinería y servicios varios | | | |
| Auxiliar de Jardinería | 3 | 3 | |
| Auxiliar de mantenimiento de infraestructura | 1 | 2 | |
| Auxiliar de limpieza | 2 | 5 | |
| Total de personal requerido | 26 | 22 | 10 |

Áreas de asignación del personal fijo

El personal establecido en la tabla anterior se considera además, en base a las áreas a cubrir tal como se muestra a continuación.

Tabla 119 - Asignación de colaboradores por área

| ÁREA | CANT | PUESTO |
|---|-----------|--|
| Administración | 1 | Jefe de parque |
| | 1 | Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos |
| | 1 | Supervisor de operaciones y atención al turista |
| Camping | 1 | Guía local |
| Canopy | 2 | Guías especializados |
| Senderismo | 2 | Guías locales |
| Montañismo | 3 | Guías de sitio |
| Centro Interpretativo | 1 | Guía local |
| Péndulo | 1 | Guía local |
| Cuerdas altas | 2 | Guías especializados |
| Vivero | 1 | Colector |
| | 1 | Auxiliar de jardinería |
| Áreas verdes | 2 | Auxiliar de jardinería |
| Mantenimiento de infraestructura | 1 | Auxiliar de mantenimiento de infraestructura |
| Limpieza de infraestructura | 2 | Auxiliares de limpieza |
| Caseta de información 1 | 1 | Asistente turístico |
| | 1 | Colector |
| Caseta de información 2 | 1 | Asistente turístico |
| Caseta de entrada | 1 | Colector |
| | 26 | |

5.3.2.4 Manual de organización y funciones

La elaboración del manual de organización y funciones responde a una urgente necesidad del PNCV, para organizar de manera eficaz los trabajos de cada uno de los puestos laborales. Por lo tanto es importante conocer con toda precisión las funciones que demanda el puesto de trabajo. Para que el PNCV tenga métodos reforzados para los propósitos que se hayan trazado. Es necesario que cuente con el apoyo de una guía formal, al cual hoy en día se le denomina manual de organización y funciones. El manual de organización y funciones representa a un documento muy bien redactado, planificado y analizado, sobre las necesidades, responsabilidades y estructuras que el parque presenta.

— Objetivos del manual

1. Presentar una visión de conjunto de la organización del PNCV.
2. Precisar las funciones asignadas a cada unidad, para definir responsabilidades y evitar duplicaciones y detectar omisiones.
3. Ayudar en la correcta realización de las labores encomendadas al personal y propiciar la uniformidad del trabajo.
4. Ahorrar tiempo y esfuerzo en la realización del trabajo, evitando la repetición de instrucciones y directrices.
5. Facilitar el reclutamiento, selección e interrelación del personal.
6. Determinar la responsabilidad de cada área del PNCV.
7. Establecer claramente el grado de autoridad y responsabilidad de los distintos niveles jerárquicos que lo componen.

Además el manual de organización y funciones desarrollado para el PNCV (Ver Apéndice 1), muestra el perfil que debe cumplir la persona que este desempeñando las actividades en dicho puesto de trabajo.

5.3.3 COMPONENTE DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL

5.3.3.1 Administración y Gestión del Talento

La gestión del talento en la prestación de servicios eco-turísticos y en específico en el PNCV debe perfilarse de forma gradual, como una de los principales componentes del modelo de gestión, debido a la incidencia que tiene sobre el recurso humano del parque, siendo este componente el encargado de activar, dinamizar y mejorar los demás recursos existentes. Para el adecuado desarrollo del modelo y del componente de integración de personal y recursos, se necesita poner en práctica instrumentos y/o técnicas que a través de su adecuada implementación permita obtener el mejor aprovechamiento del talento de los colaboradores; una de las principales es la capacitación, la cual posee enorme importancia para el avance de los colaboradores, pues por medio de su correcta aplicación, pueden superarse los niveles de eficiencia del personal y del parque de forma general

En el Componente de integración de personal se establecen los requerimientos para el desarrollo de las necesidades de capacitación y el procedimiento a seguir al desarrollar dicha actividad; con el fin de que el modelo establezca la formación del personal y reconocer que es una acción planificada, permanente y sistemática, que le ayuda al desarrollo integral de su personal, así como del parque.

5.3.3.2 Conceptos Básicos⁸⁴

Para que el plan de capacitación tenga completo éxito, es necesario que el modelo de gestión cree un banco de información para que los gestores conozcan y entrelacen adecuadamente los conceptos que dan vida a los procesos de integración de personal en el PNCV.

- a) **Capacitación:** Es el proceso o procedimiento sistematizado y planeado, basado en necesidades y objetivos organizacionales a corto plazo, que persigue dotar y desarrollar aptitudes y conocimientos técnicos, en determinada área de trabajo y en función del desarrollo integral del individuo.
- b) **Formación:** Son las actividades que proporcionan la capacidad práctica, saber y actitudes necesarias para el trabajo en una ocupación.
- c) **Adiestramiento:** Proceso de enseñanza-aprendizaje orientado a desarrollar las habilidades manuales o destrezas del trabajador, con el propósito de incrementar la eficiencia en su puesto de trabajo.
- d) **Actualización:** Se orienta a proporcionar conocimientos y experiencias derivados de recientes avances científico – tecnológicos en una determinada actividad.
- e) **Especialización:** Se orienta a proporcionar conocimientos y experiencias derivados de recientes avances científico – tecnológicos en una determinada actividad.
- f) **Perfeccionamiento:** Se propone completar, ampliar o desarrollar el nivel de conocimientos y experiencias, a fin de potenciar el desempeño de funciones técnicas, profesionales, directivas o de gestión.
- g) **Complementación:** Su propósito es reforzar la formación de un colaborador que maneja solo parte de los conocimientos o habilidades demandados por su puesto y requiere alcanzar el nivel que este exige
- h) **Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC):** es el proceso que orienta la estructuración y desarrollo de planes y programas para el establecimiento y fortalecimientos de conocimientos, habilidades o actitudes en los empleados de una organización, a fin de contribuir en el logro de los objetivos de la misma. Un reporte de DNC debe expresar en qué, a quién (es), cuánto y cuándo capacitar.

⁸⁴ (Siliceo, 2006, p. 64)

5.3.3.3 Plan de capacitación

El plan de capacitación que el modelo presenta está basado en dos ejes fundamentales, la planeación estratégica de la capacitación y la detección de las necesidades de capacitación de forma continua para todos los colaboradores del PNCV.

El plan contempla los siguientes elementos claves, que garantizan la adecuada aplicación del mismo, con el propósito de cubrir todas aquellas falencias a la hora de la prestación de los servicios eco-turísticos además de profesionalizar la labor de los miembros de la estructura organizativa propuesta.

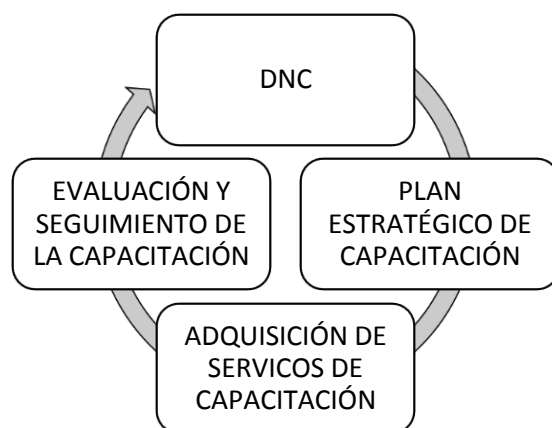


Figura 71 - Esquema del proceso de administración de la capacitación

A. Identificación y definición de las necesidades de capacitación.

La determinación de necesidades de capacitación es indispensable para el mejoramiento de la gestión del PNCV. Esto permitirá detectar las áreas de oportunidad y aprovecharlas, permitiendo que el factor de humano del parque se convierta en una ventaja competitiva. Se debe considerar que la capacitación del personal le permitirá a éste lograr sus objetivos individuales, si esos objetivos logran cumplirse se cumplirán los objetivos del PNCV.

Finalmente, la capacitación desde el punto de vista motivacional, debe otorgar a los colaboradores del parque las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su trabajo, el colaborador se encuentra más motivado, puesto que al contar con los conocimientos que necesita para trabajar, se puede percibir un compromiso de la gestión para con el trabajador.

a) ¿Cuándo realizar un DNC en el parque?

La atención hacia un DNC puede devenir de los siguientes factores:

- Problemas operativos dentro de la gestión del parque.
- Desviaciones negativas en el índice de atención al turista.
- Ingreso de nuevos colaboradores por expansión de operaciones.
- Cambios en Políticas, métodos o técnicas de trabajo.
- Situaciones o movimientos de los colaboradores.
- Cambios de función o de puesto.
- Solicitudes del personal.

A su vez, las circunstancias que imponen un DNC, pueden ser:

- **Pasadas.** Experiencias que han demostrado ser problemáticas y que hacen evidente el desarrollo del proceso de capacitación.
- **Presentes.** Las que se reflejan en el momento en que se efectúa el DNC.
- **Futuras.** Prevención que la organización identifica dentro de los procesos de transformación y que implica cambios a corto, mediano y largo plazo.

El DNC es un proceso continuo y fundamental que se orienta conforme a los siguientes objetivos:

- Identificar las principales tareas que realizan los colaboradores del PNCV, detectando las principales debilidades que impidan o afecten a la calidad de su cumplimiento.
- Involucrar a los mandos tácticos de la estructura organizativa del parque, para afinar la visión acerca de las brechas de competencias asociadas a los servicios prestados o a los resultados actuales de sus equipos de trabajo y, además, lograr una perspectiva de futuro respecto de las nuevas materias o métodos de trabajo que se precisarán en la respectiva unidad laboral.
- Unificar la gestión de la integración de personal, de manera que todos los colaboradores vean reflejada su participación en los análisis realizados. De esta forma, junto con mejorar su motivación por perfeccionar sus competencias laborales y compromiso con las metas del PNCV, asumirán con mayores elementos de juicio que las capacitaciones recibidas obedecen a criterios objetivos e iguales para todos los empleados de la Institución.
- Justificar las inversiones realizadas en capacitación, mediante la posibilidad de apreciar los impactos logrados con tales acciones, en la medida que las evaluaciones se realizan a partir de diagnósticos previos.

b) Fuentes de información para el DNC

Para que el DNC, posea información confiable y además sea debidamente sustentado para el parque, es necesario que las fuentes de donde provenga la información estén debidamente documentadas y planificadas para asegurar el éxito en el DNC.

En la gestión del PNCV, se determinarán seis fuentes principales de donde provendrán los datos para iniciar adecuadamente el DNC.

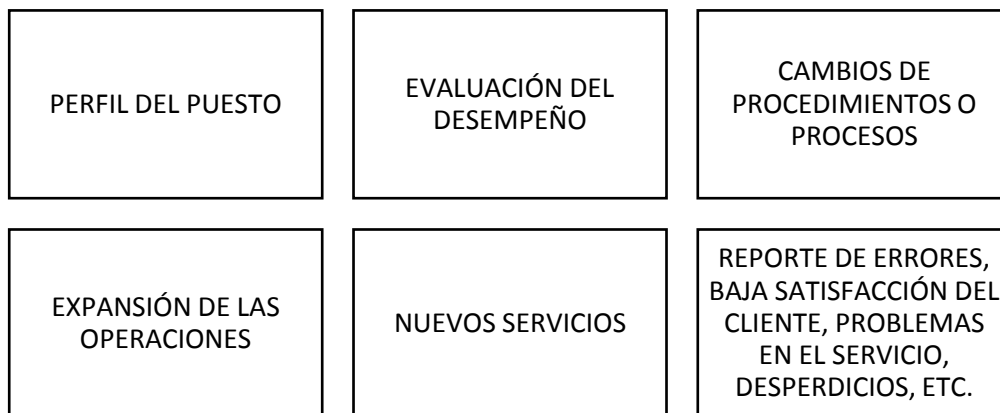


Figura 72 - Fuentes del DNC

c) Diseño del proceso de detección de necesidades de capacitación

Un aspecto importante antes de desarrollar el proceso de detección de necesidades de capacitación, es que se deben considerar los resultados obtenidos en el diagnóstico del modelo además de permanecer en sintonía con la propuesta de diseño organizacional presentada en el componente organizativo. También es necesario determinar si el personal con que se cuenta cumple con los requerimientos mínimos de cada Puesto de trabajo, los cuales se han presentado en la propuesta del manual de puestos del PNCV.

En la búsqueda de una forma de detectar las necesidades de capacitación, se ha realizado una investigación para obtener información que pueda ser aplicada al PNCV, debido a que en la actualidad no existe un plan definido para brindar capacitaciones y formación específica a los colaboradores y guías del parque, pero es conveniente mencionar que en la actualidad el ISTU basa las necesidades de capacitación en general en la evaluación del desempeño realizada cada año, o en la metodología proporcionada por el INSAFORP para la detección de necesidades de capacitación. El diseño se ha centrado en la determinación de un proceso genérico de identificación de necesidades de capacitación que posteriormente se traduce en una encuesta-entrevista a aplicar a los colaboradores y una herramienta de evaluación de las necesidades de capacitación, así como también el diseño de un procedimiento que permitirá determinar en qué orden deban trabajarse las necesidades de capacitación detectadas.

El Procedimiento de detección de necesidades de capacitación para la gestión del parque se encuentra dividido en las siguientes etapas⁸⁵:

1. Métodos e instrumentos de identificación de necesidades de capacitación.
2. Herramienta para la identificación de necesidades de capacitación.
3. Análisis de las necesidades de capacitación.
4. Elaboración del informe de Detección de Necesidades de Capacitación.

1. Métodos e instrumentos de identificación de necesidades de capacitación

Es importante precisar los métodos e instrumentos que deben utilizarse en este modelo de gestión para determinar adecuadamente solo aquellos, que sirvan y cumplan a los objetivos trazados previamente.

A continuación se enumeran las principales herramientas para la identificación de necesidades de capacitación:

- **Entrevistas:** Se entrevista a los colaboradores dentro del parque para identificar como se sienten y cuáles son los problemas que perciben en su área para posteriormente determinar si pueden ser solucionados a través de la capacitación.
- **Observación:** Este método consiste en la observación del personal mientras realiza sus labores para encontrar aquellos procedimientos o situaciones que reflejen una necesidad de educación.
- **Sesiones de grupo:** Las sesiones de grupo son normalmente conducidas para determinar mediante el consenso los estándares correctos o los objetivos que deben tener los procesos de capacitación.
- **Cuestionarios:** es una herramienta útil para refinar el conocimiento sobre necesidades que ya se encuentran identificadas.
- **Listas de verificación:** Básicamente el uso de las lista de verificación como herramienta para detectar las necesidades de capacitación va acompañado de la observación como proceso de apoyo, ya que las listas de verificación generalmente se basan en las competencias descritas en el manual de funciones y “verifican” que estas estén acorde a lo planteado en dicho manual, con el propósito de identificar falencias que puedan ser resultas con capacitación al personal.

⁸⁵(Siliceo, 2006, p. 106)

2. Diseño de herramienta de identificación de necesidades de capacitación

Para el componente de integración de personal, y en específico para el parque se ha determinado el método de la encuesta-entrevista para identificar necesidades de la capacitación. Se ha establecido el uso de este método, debido a los resultados obtenidos en el diagnóstico del modelo, tales como:

- Existe una fuerte restricción de tiempo, la cual resulta complejo aplicar otros métodos como lo son la observación o las sesiones de grupo.
- El método de encuesta-entrevista permite utilizar una herramienta estandarizada para todas las áreas y componentes de la gestión del parque, lo cual facilita el análisis de la información generada por el mismo.
- Este método permite capacitar al personal para que sean los gestores quienes apliquen la metodología de identificación y evaluación de necesidades de capacitación.

Herramienta de Identificación de Necesidades de Capacitación

A continuación se presenta una propuesta de instrumentos para identificar las principales brechas de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que existan dentro de la estructura organizativa del parque, a partir de las cuales, una vez evaluadas, priorizadas y conciliadas con las disponibilidades presupuestarias, se definirá el correspondiente plan de capacitación. El DNC debe tener un seguimiento periódico, ya que en la medida en que se acortan las brechas de las necesidades de competencias detectadas, se hace necesario, identificar las nuevas oportunidades de crecer y desarrollar al personal a través de las capacitaciones y por supuesto generar nuevamente una instancia tal que responda de forma oportuna a la detección de nuevas brechas y de readecuación de prioridades, conforme al dinamismo propio de la gestión del PNCV.

Metodología de aplicación:

- **Detección Individual de Requerimientos de Capacitación:** Para lograr efectivamente esta etapa de la metodología, se hará uso del formulario **Autoevaluación de necesidades de capacitación** (Ver anexo H). Ello implica la distribución de este formulario a todos los colaboradores permanente del PNCV en el menor plazo posible desde la entrada en vigor del modelo (6 meses como máximo), evitando así factores externos que pudieran influir en la realización de este formulario.

Esta encuesta no es anónima dado que las necesidades o brechas de competencias son propias de cada persona que integra la Institución y asociadas a un área específica. De ahí también la necesidad de que la aplicación de este formulario sea de forma general a todos los colaboradores permanentes de parque.

En el formulario se orienta de manera que el llenado se refiere a un número menor del total de las funciones que desempeña cada colaborador, así como también a un número limitado de debilidades que pueden resolverse mediante capacitación. Lo anterior, con la finalidad que, desde el inicio de este proceso, exista una preocupación consciente por priorizar y distinguir lo realmente importante de lo complementario. Para definir el nivel de profundidad que se requiere, respecto de cada brecha de competencia detectada, en el formulario se debe aplicar la siguiente escala:

Tabla 120 - Escala de medición para las brechas de competencia

| Nivel de profundidad | Características de la capacitación |
|-----------------------------|---|
| Avanzado | Se requieren conocimientos actualizados de alto nivel, con la finalidad de dominar plena e integralmente el tema. |
| Medio | Se requiere un dominio global de los principales contenidos del tema, sin llegar a profundizar al nivel “experto” |
| Básico | Se requiere conocer el tema en sus aspectos primarios, para entender de qué se trata y establecer requerimientos. |

El instrumento propuesto posee la característica de ser muy breve, ello con la finalidad de asegurar el mayor número de respuestas confiables, además de disminuir el tiempo de análisis y tomar en cuenta cada sugerencia expresada por el personal del PNCV.

- **Necesidades de Capacitación del Área:** Para esta estado de la metodología se utilizara el formulario denominado **Caracterización de necesidades de capacitación del área** (Ver anexo I) en este instrumento, se espera que los supervisores del parque emitan su opinión acerca de las brechas de competencias que aprecian dentro de su equipo, las cuales sean susceptibles de resolver mediante acciones de capacitación.

Este formulario debe permitir una orientación lo más general posible de las carencias o debilidades del área, proyectada hacia los temas de mayor importancia que demandarán competencias específicas en el futuro inmediato para la óptima prestación de los servicios turísticos. Por la misma razón, se incluye una consulta específica respecto de las tecnologías de la información de manera de dar cuenta de un componente clave en los conocimientos requeridos para una gestión eficiente del parque.

Al margen de las respuestas a este instrumento, la supervisión, en su rol de integrante de la gestión del parque debe también contestar la encuesta de forma individual, dando cuenta de su percepción respecto de las brechas de competencias que visualiza en su propio desempeño.

Ambas encuestas deben ser procesadas por el jefe del PNCV y trasladado sus análisis al área del ISTU correspondiente. El resultado de lo anterior, se debe registrar en el formulario denominado “Necesidades de Capacitación Generales del PNCV” (Ver Anexo J)

En el momento en que el Jefe del parque concluya el traspaso de los antecedentes a este tercer formato, se debe enviar el resultado consolidado al área de recursos humanos del ISTU para efecto de establecer las prioridades (importancias relativas) para las diferentes necesidades de capacitación detectadas. En ese momento, es factible que se agreguen nuevas necesidades que no se visualizaron en primera instancia y que estén alineadas con los objetivos estratégicos del modelo, con lo que se asegura una mayor validación de los resultados. Si efectivamente surgen agregados, estos también deben ser priorizados en cuanto a su importancia, En todos los casos, la tabla de puntajes a asignar es la siguiente:

Tabla 121 - Importancia relativa del DNC

| Importancia de la Necesidad | Puntuación |
|------------------------------------|-------------------|
| Prioridad Alta | 3 puntos |
| Prioridad Media | 2 puntos |
| Prioridad Baja | 1 punto |

Con el objeto de asegurar una mejor discriminación, evitando la tendencia a considerar de la misma alta importancia a todas las necesidades, se debe exigir que se clasifique como de importancia alta sólo hasta un tercio del total de las necesidades de capacitación del parque.

Teniendo identificadas las Necesidades de Capacitación y priorizadas en orden de importancia, es necesario, además evaluar cuales serán atendidas, ya que de esta jerarquización pueden ser detectadas una gran cantidad de necesidades, pero no todas pueden ser cubiertas debido al costo que ello implica.

3. Análisis de las necesidades de capacitación

Una vez que identificadas las necesidades de capacitación, es imprescindible realizar un análisis a detalle de las mismas, con el propósito de determinar sus características, identificar los problemas que les subyacen y determinar si es posible resolver el problema mediante la capacitación o cualquiera de sus formas y niveles.

Las interrogantes que van a servir a los gestores del modelo, para realizar el análisis de las necesidades de capacitación previamente identificadas, son las siguientes

¿Quiénes consideran que existe una necesidad?

Existen dos actores principales en la determinación de la existencia de las necesidades de capacitación: los supervisores operativos del parque y los colaboradores que desempeñan la labor. Es posible que cada uno vea la necesidad de capacitación de forma diferente, incluso que alguno de los dos considere que dicha necesidad no existe. Es importante que ambos actores estén de acuerdo en que la necesidad existe y que es importante para que la capacitación sea efectiva.

¿Se necesita realmente este curso?

Existen ocasiones en que el consenso de que existe una necesidad o de que dicha necesidad es importante es muy débil, esto puede traducirse en un curso que en realidad no sea del todo útil, o bien que las personas involucradas no se comprometan con el mismo. Existen otras ocasiones en que los conocimientos necesarios pueden adquirirse empíricamente a través del trabajo día a día. En estos casos, es posible que en realidad no sea necesario programar un curso, el resultado de esta interrogante dependerá del administrador del PNCV.

¿Cuáles son los beneficios que se podrían obtener?

El objetivo central de la capacitación es el que una persona que necesita realizar una tarea esté en condiciones de hacerla. Sin embargo, existen numerosos beneficios secundarios al otorgar una capacitación, por ejemplo la motivación proveniente al sentir un compromiso del parque para con el colaborador. Todas las actividades de capacitación tienen beneficios secundarios que deben tomarse en consideración, con el fin de proveer a los colaboradores la mejor formación posible para su desempeño.

¿Se van a utilizar los nuevos conocimientos?

Una de las cosas que más preocupan a la gestión del parque, es la “baja utilización que se hace de lo aprendido”. Al analizar las necesidades de capacitación se debe tomar en cuenta si existen condicionamientos externos que faciliten o impidan el traslado de los conocimientos adquiridos a la práctica. Por ejemplo: el personal al que se está capacitando para mejorar la atención al turista extranjero, ¿tiene o tendrá frecuente contacto con este segmento de mercado en específico?

Relación costo - beneficio.

La capacitación debe ser vista como una inversión para el parque y, si bien puede en algunas ocasiones resultar difícil calcular el retorno que se tendrá de dicha inversión, es claro que para tener un beneficio cuantificable el monto invertido debe ser menor que el retorno estimado. La inversión es un factor importante en la determinación de los medios que se utilizarán para dar la capacitación.

Plazos y oportunidades.

Al identificar una necesidad de capacitación se debe tomar en cuenta tres factores temporales:

- Analizar para cuándo debe estar capacitado el personal;
- Cuánto tiempo toma el llevar a cabo la capacitación y;
- Según el calendario de actividades del parque, cuándo puede llevarse a cabo la capacitación.

Distancia entre lo que se sabe y lo que se tiene que saber.

Este es un punto de análisis importante cuando ya se está diseñando el curso de capacitación pues tiene que ver con la "distancia" entre lo que se sabe y lo que se tiene que saber. Esto involucra, por supuesto, los diferentes niveles de conocimientos de las personas que tomarán el curso (pues diferentes personas pueden tener niveles de conocimientos sobre el tema en cuestión). También es importante determinar que el curso no inicie "adelante" del nivel de conocimientos del grupo.

Definir qué herramientas permiten identificar la efectividad de la capacitación.

En muchas ocasiones, es difícil medir la efectividad de la capacitación, por eso es importante definir parámetros que reflejen dicha efectividad de forma adecuada. Normalmente eso se logra al revisar los objetivos y los logros del personal que recibió la capacitación. También es posible diseñar instrumentos para aplicarlos inmediatamente después de la capacitación, esto con el objetivo de obtener retroalimentación que permita refinar los procesos de capacitación. A partir del Análisis de todas las Interrogantes anteriores con respecto a las Necesidades de Capacitación Identificadas y listadas, se procede a la evaluación de estas, para determinar cuáles serán cubiertas por medio de Capacitación, esto debido a los limitados recursos del PNCV y del ISTU como tal.

4. Elaboración del informe de detección de necesidades de capacitación.

El reporte detallado del diagnóstico de necesidades de capacitación para el Instituto Salvadoreño de Turismo debe contener los siguientes Elementos:

Formato de Informe de Detección de Necesidades de Capacitación.

- Título del estudio
- Fecha de elaboración
- Responsable principal y colaboradores en el estudio (con las firmas respectivas)
- Índice del documento, con la paginación respectiva.
- Introducción. Antecedentes que dio motivo al Diagnóstico de Necesidades de Capacitación.
- Justificación
- Método de trabajo.
- Características del personal del que se obtuvo información.
- Escenario(s) en los que se obtuvo la información
- Apoyos materiales. Formatos e instrumentos
- Procedimiento.
- Resultados.
- Prioridades de conocimientos, habilidades o actitudes a atender
- Un cuadro integrador de información que defina áreas, personas y necesidades de capacitación.
- Problemas identificados que no pueden atenderse por medio de la capacitación.
- Recomendaciones para próximos estudios
- Anexos de toda evidencia que permita el análisis del estudio.

B. Elaboración del plan general de capacitación

1. Generalidades del plan de capacitación

1.1 Definición de plan de capacitación.

Un Plan de capacitación se define como “la descripción detallada de un conjunto de actividades de aprendizaje, estructuradas de tal forma que conduzcan a alcanzar una serie de objetivos previamente determinados”⁸⁶.

Lo anterior puede explicarse de manera más sencilla, un plan de capacitación tiene como objeto organizar la forma en que se van atender las necesidades diagnosticadas: de qué, a quién, cuándo y cómo entrenar, con el fin de desarrollar adecuadamente las capacitaciones que se vayan a impartir.

1.2 Importancia de plan de capacitación.

Un Plan de Capacitación permite a los gestores del PNCV poder capacitar a los colaboradores para que se desarrollen eficazmente en sus labores y así puedan dar un mejor servicio al turista y visitante.

La programación de los temas a desarrollar, el contenido de los módulos, la descripción de cada uno de ellos; incluyendo aún el tiempo de duración de las actividades y los responsables, ayuda a que las capacitaciones se realicen eficientemente y que los resultados obtenidos sean los esperados.

1.3 Objetivos

Los objetivos que el plan de capacitaciones del PNCV, debe perseguir están basados en los resultados del DNC y del diagnóstico realizado en primera instancia para el modelo, pero es de remarcar el hecho que estos objetivos deben estar alineados con los objetivos estratégicos delimitados en el componente estratégico del modelo, por lo que para fines prácticos, se deben tomar como base los siguientes objetivos operacionales del plan de capacitaciones:

- a)** Orientar las actividades de capacitación al señalar los objetivos, actividades, técnicas y recursos que se aplicarán durante los procesos de prestación de servicios.
- b)** Seleccionar los contenidos al tener como parámetro el análisis el DNC.
- c)** Ofrecer al instructor la visión del conjunto del evento, permitiéndole conocer la estructura del mismo.
- d)** Brindar a los colaboradores la visión total respecto a cómo será el proceso de aprendizaje durante el período establecido.
- e)** Proporcionar las bases para efectuar la evaluación de la capacitación con base en resultados.

⁸⁶ (Siliceo, 2006, p. 178)

- f) Ayuda a los instructores a pensar y a imaginar el desarrollo de los eventos a medida que se estructuran.
- g) Permite prever las herramientas, materiales y medios auxiliares para realizar el evento, sesión, etc.
- h) Determina las diferentes etapas del evento de manera sistemática.
- i) Incorpora los contenidos necesarios para el desarrollo del evento sin saturarlo.
- j) En él se distribuye el tiempo dentro de un horario establecido.

2. Programas de capacitación⁸⁷.

Las herramientas básicas del plan de capacitación del PNCV son los programas didácticos. Estos son diseñados en base al Informe de Detección de Necesidades de Capacitación realizado previamente, a partir del cual se elaboran los programas del plan de capacitaciones del modelo de gestión para el PNCV.

Para llevar a cabo la capacitación se debe realizar una serie de actividades previas de mucha importancia a través de las cuales se establece un ordenamiento racional de los pasos a seguir, para que la actividad de capacitación alcance los objetivos.

La determinación de las necesidades de capacitación es un paso fundamental en todo proceso formativo, es el punto de partida del proceso de capacitación, en él se destacan las áreas que es necesario atender en materia de capacitación y permite contar con un diagnóstico que identifica claramente los problemas cuya solución más recomendable es la de preparar al personal.

Una vez proporcionada la información necesaria, se procede a elaborar o seleccionar los cursos contenidos en un programa.

El programa de capacitación puede estar diseñado para desarrollar a corto, mediano y largo plazo, según sea conveniente para el parque y haya sido determinado por los gestores del modelo, es fundamental tomar en cuenta los recursos financieros que pueda gestionar para satisfacer las necesidades de capacitación detectada.

El contenido básico que los programas de capacitación que el modelo determine deberán contener la siguiente estructura⁸⁸:

- a) Formulación de Objetivos;
- b) Estructuración de contenidos;
- c) Identificación de Estrategias de Capacitación;
- d) Descripción de Estrategias de Evaluación de Aprendizaje;
- e) Establecimiento de Metas;
- f) Diseño de actividades didácticas: técnicas de enseñanza aprendizaje;
- g) Determinación de los materiales de apoyo.

⁸⁷ (*Estrategia Para Un Programa de Capacitación en El Sector Agropecuario de El Salvador*, s. f., p. 35)

⁸⁸ (Siliceo, 2006, p. 86)

3. Identificación de contenidos y definición de la estructura del programa

a) Identificación de contenidos

Identificación de los contenidos significativos de la formación para cada uno de los objetivos específicos. Los contenidos o materias que serán tratadas se desprenden, en general, de los objetivos específicos formulados y, en particular, de los conocimientos, destrezas y actitudes identificados como necesarios para los elementos de competencia seleccionados en relación con cada objetivo específico.

b) Definición de la secuencia y distribución por materias del tiempo de formación⁸⁹

Con el fin de dar a los contenidos un ordenamiento secuencial adecuado, es necesario tener en cuenta los posibles condicionamientos que puedan existir entre los diferentes contenidos, en el sentido de que el aprendizaje de ciertos contenidos pueda depender del aprendizaje previo de otros. Por otra parte, cuando se realicen las capacitaciones se deberá, en la medida de lo posible, respetar, el ordenamiento de las materias, la relación que existe entre objetivos generales y específicos, evitando el tratamiento alternado de contenidos que hacen parte de objetivos generales diferentes.

c) Identificación de las estrategias de capacitación.

Se deberá indicar para cada tema a desarrollar en la capacitación:

- El tipo de razonamiento (deductivo, inductivo, etc.) que será utilizado para lograr el aprendizaje. La selección del tipo de razonamiento se hace teniendo en cuenta el nivel de los colaboradores y de la naturaleza de los contenidos a tratar.
- Los métodos didácticos que mejor se adaptan al tipo de razonamiento identificado.
- Los medios didácticos a emplear, que mejor se complementan con los métodos seleccionados, según los objetivos del PNCV.

El resultado de esta etapa del proceso aportará al responsable de la actividad de formación una visión clara sobre los métodos y medios alternativos que podrán ser utilizados en el tratamiento de cada capacitación a impartir. Con base en esta claridad, el responsable directo del parque, en este caso el administrador, podrá orientar a las empresas consultoras que brindan el Servicio de Capacitación con éstos los términos de referencia de sus intervenciones. En resumen, Teniendo identificados los objetivos, Estrategias y el Programa de los Cursos de Capacitación, se debe realizar la Gestión para identificar al proveedor de servicios que impartirá la capacitación, en el caso que no sea realizado por personal interno del ISTU, pero vale la pena decir, que la gestión de adquisición de los servicios de capacitación es relativa al área de recursos humanos del ISTU. Por lo que el modelo no condiciona al parque a ser el ente que se encargue de la búsqueda y selección del proveedor más adecuado.

⁸⁹ (Siliceo, 2006)

4. Promoción de los eventos de capacitación⁹⁰.

El término promoción utilizado se refiere a la acción mediante el cual un individuo, institución, transmite estímulos para modificar el comportamiento de otros individuos. Esta puede realizarse en forma oral, visual, escrita y sus combinaciones. Con la promoción se busca que el personal considere como propios el trabajo y acciones que realiza en la institución.

Es necesario antes de iniciar un programa de capacitación, que los colaboradores estén enterados de las actividades a realizar. Esto para conocer los días, sitios y horas en que serán ejecutadas las actividades. Con el objeto de programar que la capacitación para todos aquellos que sean beneficiarios de las mismas puedan asistir a las jornadas.

Para llevar a cabo una buena promoción el modelo debe tener en cuenta las siguientes estrategias:

a) **Selección de las personas a quien va dirigida la capacitación.**

Lo que se desea dar a conocer, no es sin duda de interés para todos, ya que se refiere a un tema específico que solo va dirigido a un determinado grupo de colaboradores, por tal motivo es necesario tener en cuenta a la hora de promocionar el plan de capacitaciones, a quienes va dirigida la información y así identificar los medios que se van a utilizar y los puntos de promoción.

b) **Hacer la selección idónea de los medios de comunicación para promocionar**

Cualquiera que sea el medio a utilizar, debe ser capaz de motivar a los colaboradores. La invitación debe ayudar a la concurrencia a orientarse en lo que sucederá en la capacitación o reunión, por lo que generalmente debe de indicarse el tema que se tratará, sus objetivos, hora, lugar, etc.

Los medios de comunicación a utilizar serán de dos formas:

- **Comunicación Informal:** esta puede realizarse a través de los Gerentes de cada Unidad en forma verbal, y así dar a conocer las actividades que pretenden realizarse.
- **Comunicación Formal:** es aquella que se planifica con anticipación y que puede hacerse a través de jornadas divulgativas, boletines, cartas, hojas volantes, memorandos, red computarizada y así dar a conocer las actividades, y lograr la participación del personal de la Institución.

⁹⁰ (Siliceo, 2006)

c) Despertar la curiosidad y el interés en el colaborador.

Esta estrategia se refiere a utilizar frases incompletas, capciosas o en pregunta para despertar el empleado la inquietud de buscar una respuesta y para ello atenderá la invitación realizada, esta se puede utilizar en cualquier medio.

5. Evaluación y seguimiento de la capacitación.

La última fase del proceso de capacitación es la evaluación, esta permite medir el grado de cumplimiento de los objetivos. Aunque se considera la etapa final del sistema de capacitación, se ha determinado que las bases para llevarla a cabo son parte integrante de la planeación.

Determinar la efectividad de un programa de capacitación no se puede considerar, si no se sabe que se espera lograr. En general la evaluación nos va a proporcionar información acerca de:

- a) El cumplimiento de expectativas de los participantes y su opinión acerca de los eventos.
- b) El grado de conocimientos adquiridos, el incremento en el nivel de habilidades y/o la generación de cambios de conducta y de actitudes.
- c) Los resultados tangibles del programa en cuanto a la relación costo/beneficio.

No obstante, poco se puede decir sobre las consecuencias de dicha capacitación: ¿Qué pasó después del curso?, ¿mejoró el desempeño del personal?, ¿el parque pudo lograr mejores resultados? Por lo general se pueden reportar: cuántas personas participaron en los cursos, de qué áreas, cuáles temáticas se trataron y cuál fue la intensidad horaria; pero las consecuencias de la capacitación sobre los aprendizajes o nuevos comportamientos en los puestos de trabajo difícilmente son identificados. Menos aún se analiza, si lo que se programó realmente obedece a un estudio de necesidades y si los objetivos planteados en el plan de capacitación y en los programas diseñados responden a dichas necesidades.

Esto hace necesario determinar si la capacitación impartida por el PNCV a través del ISTU se hace adecuadamente, así como determinar cuáles son sus resultados e impactos, más allá de la satisfacción inmediata de los participantes en los cursos, analizando las consecuencias sobre el desarrollo personal y el mejoramiento del funcionamiento de la Institución.

Por lo anterior, es preciso introducir procesos de evaluación a la gestión de la capacitación a fin de contar con información sistematizada que contribuya al mejoramiento de la capacitación y a su utilidad en la institución. Por lo tanto, la evaluación debe realizarse en distintos momentos, contemplando el diseño del plan de capacitación, su ejecución y resultados, y no solamente la evaluación de los cursos de capacitación que se realizan.

En síntesis con la evaluación del plan de capacitación se busca valorar y analizar:

- El grado de cumplimiento de los objetivos propuestos en el plan de capacitación y si dicho plan se ha administrado adecuadamente, es decir, el proceso de gestión del plan de capacitación, y
- Determinar el impacto de los eventos de capacitación en el desempeño de los colaboradores y del parque en general, esto refleja en gran medida los resultados de la capacitación en el desempeño tanto individual como del modelo de gestión.

C. Momentos de la evaluación del plan institucional de capacitación.

Son tres momentos de evaluación del plan de capacitaciones del modelo de gestión:

a) Evaluación del diseño del plan de capacitaciones del PNCV.

Con esta evaluación se revisa el diagnóstico en que está basado el plan de capacitaciones del PNCV y la forma como está conceptualizado y planificado; va dirigida principalmente a la fase previa de la ejecución y permite saber si lo que se propone en el plan realmente responde a una necesidad real, delimitada, analizada y comprendida; de igual forma permite revisar cómo son programadas las acciones y estrategias para la solución de las necesidades de capacitación o situación que se desea cambiar o solucionar. La evaluación del diagnóstico exige un análisis de necesidades permanente acerca de quién debe formarse, en qué, cuándo y dónde; así como de la calidad de la identificación de necesidades realizada. Esto debe ser evaluado por el el administrador del parque en coordinación con el gerente de parques recreativos.

b) Evaluación de la ejecución o puesta en marcha de programas y cursos de capacitación.⁹¹

En esta evaluación, las indagaciones se centran en el desarrollo del plan de capacitaciones, esto es en verificar la existencia de condiciones para que se realicen los cursos o programa de capacitación; los resultados de la capacitación; los capacitadores y el aprendizaje de los participantes.

De igual forma implica hacer seguimiento de la gestión y de la calidad de las actividades. Para evaluar los resultados de la capacitación, capacitadores y aprendizajes se consideran cuatro niveles de valoración, los cuales se presentan a continuación:

⁹¹ (Estrategia Para Un Programa de Capacitacion en El Sector Agropecuario de El Salvador, s. f.)

— Nivel 1: Reacción

Mide cómo reaccionan los colaboradores ante la acción formativa. Es una medida de satisfacción del colaborador con la acción formativa y con todos y cada uno de los aspectos más importantes (materiales, equipo, local, metodología pedagógica, organización, etc.). Una reacción positiva no asegura el aprendizaje, pero una reacción negativa lo impide casi con toda probabilidad.

— Nivel 2: Aprendizaje

Es el grado en que los colaboradores cambian actitudes, adquieren o amplían conocimientos y habilidades o destrezas como consecuencia de asistir a la acción formativa. El aprendizaje se produce cuando se da un cambio en alguno de los tres aspectos o en los tres, mencionados anteriormente. Para que haya un cambio de conducta tiene que producirse previamente un cambio en alguno de estos tres aspectos. Es, por tanto, el aprendizaje una condición necesaria pero no suficiente para el cambio de conducta.

— Nivel 3: Conducta o transferencia

Es el grado en el que se ha producido un cambio en la conducta del colaborador como consecuencia de su asistencia a una acción formativa y si el conocimiento adquirido se ha transferido al lugar de trabajo. No pueden obviarse los niveles 1 y 2 y pasar directamente al nivel 3 porque el cambio de conducta no depende sólo de los niveles 1 y 2, sino también de:

1. Si el participante quiere cambiar.
2. Si el participante sabe cómo y cuándo hacerlo.
3. Si el participante trabaja en un clima laboral adecuado.
4. Si el participante se ve recompensado por el cambio.

— Nivel 4: Resultados

Se trata de medir los resultados finales en el parque obtenidos como consecuencia de la asistencia de los participantes a un curso de formación. Pueden ser: incremento de la productividad, mejora de la calidad, mejora en la atención al turista, reducción de quejas, etc.

c) Evaluación de los resultados o la aplicación de aprendizajes en el lugar de trabajo y sus consecuencias para la institución, y de la eficiencia y eficacia de la gestión.

Esta evaluación se realiza después de concluido la ejecución del plan, permite revisar el grado de cumplimiento de lo previsto, establece los cambios en el desempeño de los participantes e indaga los cambios en el desempeño de la entidad atribuible a la capacitación.

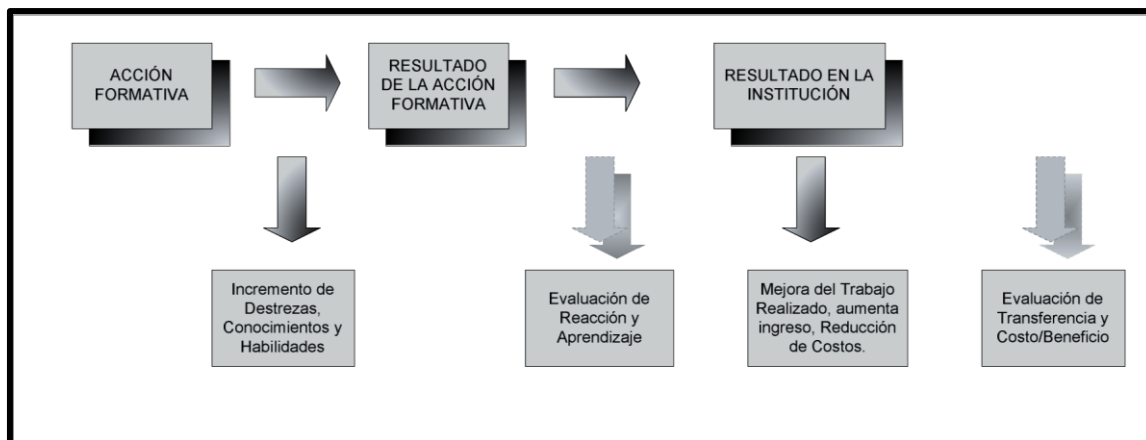


Figura 73 - Modelo causal de los efectos de las acciones formativas⁹²

La evaluación del proceso de gestión revisará la eficacia y la eficiencia del plan de capacitaciones, analizando la relación entre las metas alcanzadas y el tiempo previsto, las acciones adelantadas y el logro de los objetivos, los resultados alcanzados en relación con los costos y tiempos planificados, los resultados planeados y los alcanzados.

D. Instrumentos para evaluar los resultados o el impacto de la capacitación.

a) Nivel 1. Evaluación de la Reacción/satisfacción.

Este nivel se centra en la valoración por parte del colaborador asistente a la capacitación: evalúa, la organización, los materiales, los formadores, la pedagogía, ayudas audiovisuales, entre otros.

La información del nivel 1 va a permitir:

- Valorar la gestión y ejecución de las acciones formativas de modo que en el futuro puedan mejorarse (el instructor, materiales, organización, etc.).
- Valorar la pertinencia de dichas acciones y prever nuevas necesidades de formación.
- Prever la aplicación de lo aprendido como primer paso para realizar el nivel 3 de evaluación.

Para la evaluación de este nivel puede aplicarse un cuestionario de reacción/satisfacción, este puede aplicarse al finalizar el curso de capacitación.

⁹² (Moore, 1998)

A través de este instrumento, básicamente, se indaga sobre la percepción de los colaboradores acerca de aspectos tales como: el evento de capacitación en sí, el conferencista (metodología utilizada, dominio del tema, claridad al exponer, cumplimiento), su opinión acerca de la logística del evento (horario, material, salón). (Ver Anexo K).

b) Nivel 2: Evaluación del Aprendizaje.

La evaluación del aprendizaje, determina el grado en que los colaboradores del parque realmente asimilaron lo que se les impartió y la forma en que algunos factores pueden afectar el aprendizaje. Es por ello y en aras de facilitar la obtención de dicha información se establece un formato especial para esta evaluación (Ver Anexo L).

c) Nivel 3: Evaluación de la Transferencia.

La capacitación resultará de escaso valor cuando no mejore el desempeño general dentro del parque. Si la transferencia no se produce, las razones para ello deben buscarse en el entorno laboral; en muchas ocasiones cambios administrativos y dinámicas institucionales no permiten que lo aprendido se aplique en el puesto de trabajo.

En el nivel evaluativo se realiza el proceso de revisión de aspectos del entorno y del diseño de la capacitación, así como de los requisitos y selección de los capacitados.

La evaluación de la transferencia debe realizarse entre 3 y 6 meses después de realizada la capacitación, a fin de recoger información sobre la utilización de lo aprendido en el puesto de trabajo y el nivel de cumplimiento de los compromisos de aplicación formulados durante el plan de capacitación.

Es importante anotar que el modelo de gestión turística exige que el cuestionario que se utilice para medir el nivel de transferencia al puesto de trabajo, deberá hacerse entre el supervisor y el colaborador; es decir, un formato que logre dar cuenta de lo que realmente se ha aplicado de la capacitación recibida tanto por el jefe como el capacitado.

De igual modo, para poder realizar un mejor control sobre este punto de evaluación, deberá anotarse en los cuadros siguientes al formato, los documentos en los cuáles puede verificarse la transferencia; si la respuesta de transferencia es negativa, habría que explicar las causas de tales situaciones. (Ver Anexo M)

Nivel 4: Evaluación de los Resultados e Impacto de la capacitación en el PNCV.

El objetivo de evaluación de resultados e impacto es identificar el impacto directamente derivado de la capacitación sobre los resultados de la gestión del parque y del personal.

Es recomendable que la evaluación de impacto se realice entre seis meses y un año después de realizada la capacitación.

El impacto sobre la gestión del parque deberá evaluarse a través de estudios de:

- Clima laboral.
- Reducción en rotación de personal y costos operativos.
- Incremento en la calidad y cantidad de producción.
- Mejora en la eficiencia, el ahorro en tiempos e insumos.
- Reducción de ausentismo.

A través de la evaluación del impacto en la organización se trata de responder a la pregunta ¿la capacitación ha tenido efectos positivos sobre el problema origen a esta? Por su parte, el impacto sobre la población visitante al PNCV, puede medirse a través de identificación de la percepción del usuario sobre mejoras del servicio, antes y después de la capacitación, tal como se ha descrito en el componente estratégico.

Para la evaluación a este nivel de resultados e impacto, deberá ser el administrador del parque o los supervisores quienes den cuenta de lo que se ha logrado en la gestión del parque, ya sea en materia de clima laboral, productividad, incremento de calidad, mejora del servicio, etc. (Ver Anexo N).

E. Diseño del proceso de capacitación para el instituto salvadoreño de turismo.

El Manual de Capacitaciones constituye una herramienta importantísima para el modelo de gestión, y en específico para el componente de integración de personas, para llevar a cabo las actividades de capacitación en el parque; su utilización debe ser autorizada por el Gerente de Parque Recreativos y por la junta directiva del ISTU; en su contenido se detalla ordenada y explicativamente los pasos que deben seguirse, las obligaciones y responsabilidades de los involucrados (Ver apéndice). Debe tenerse presente que el desempeño de labores sin la capacitación adecuada repercute negativamente en las actividades que se llevan a cabo dentro del parque, sub utilizando o desperdiciando recursos, todo ello por la ausencia de una guía escrita para sistematizar la capacitación.

F. Propuesta técnica de programas de capacitación

El modelo de gestión turística, presenta una serie de particularidades que deben ser tomadas en cuenta, previo a su puesta en marcha, ya que el alcanzar los resultados esperados del modelo, depende en gran medida del “estado del arte” y de las capacidades y competencias que presenten los gestores del mismo, durante la etapa de inicio del modelo.

En otras palabras, es fundamental que todos los colaboradores que se integren al modelo de gestión turística, sean enfocados y alineados con los objetivos estratégicos y la visión y misión propuesta para el PNCV; por lo anterior se hace indispensable que los colaboradores que sea integrados al modelo, sean orientados y alineados a los objetivos estratégicos del modelo, así como también a la misión y visión del mismo.

Es importante recalcar que el modelo de gestión y su éxito dependen en gran medida de la aplicación de las propuestas presentadas en él, también basa su éxitos en las cualidades y competencias de los gestores y el grupo de colaboradores que respaldan las labores destinadas a la satisfacción del turista en un ambiente de armonía y sostenibilidad ambiental.

La propuesta de programas de capacitación inicialmente está orientada a aquellos temas que favorezcan la calidad en los servicios prestados dentro del parque y especialmente a los colaboradores que están en contacto directo con el cliente. La propuesta de programas de capacitación está basada técnicamente en la norma técnica salvadoreña **NTS 03.55.01:12 Guías de turismo. Especificaciones para el desempeño**. La cual establece aquellas competencias que deben poseer los colaboradores de primera línea, quienes deberán estar al frente del proceso de prestación de servicios turísticos.

La propuesta engloba los siguientes temas de capacitación:

Guías y colaboradores de primera línea (Nivel Operativo):

- a) Animación turística;
- b) Primeros auxilios;
- c) Conducción de grupos;
- d) Ética profesional;
- e) Imagen y etiqueta;
- f) Conocimientos a nivel nacional y local;
- g) Patrimonio cultural y natural;
- h) Educación ambiental;
- i) Gastronomía;
- j) Historia de El Salvador;
- k) Atractivos y recursos;
- l) Oferta turística;
- m) Legislación turística;
- n) Manejo de clientes Conflictivos.

Colaboradores administrativos (Nivel Táctico y estratégico)

- a) Resolución de Problemas;
- b) Desarrollo de colaboradores;
- c) Dirección de personas;
- d) Trabajo en grupo;
- e) Empoderamiento y Coaching;
- f) Manejo de clientes Conflictivos.

Con la implementación previa de estos temas de capacitación más el protocolo de servicios de guías turísticos, ya sea en forma inductiva o en competencias requeridas del puesto, se estará asegurando la operación exitosa del modelo de gestión.

5.3.4 COMPONENTE OPERATIVO

5.3.4.1 Diseño de prestación de servicios

A. CANOPY

El canopy es una actividad de aventura extrema que consiste en un paseo realizado por los árboles del bosque o también mediante bases e instalaciones que hacen de este paseo una forma divertida, emocionante y segura de vivir al máximo la naturaleza; esta actividad, hoy en día es de mucha preferencia por los turistas y visitantes que practican ecoturismo, según el resultado de los servicios que prefirieron los turistas y visitantes del PNCV, el canopy posee un 61.9% de preferencia del total de los encuestados.

a) Equipo técnico personal del canopy

Cada actividad turística posee elementos que son necesarios para brindar el servicio y hacer de éste una experiencia única, además estos equipos requieren ser utilizados de una manera adecuada para garantizar la integridad física de los turistas. Por lo tanto para la práctica de Canopy se debe tener en cuenta la utilización de algunos elementos de seguridad que a continuación se detallan:

Tabla 122 - Equipo técnico personal para canopy (1 de 3)







| EQUIPO | CARACTERÍSTICAS | CANT. |
|---|---|-------|
| ARNÉS ANTICAÍDAS | | |
|  | <p>El arnés es utilizado durante la actividad de canopy y su función es evitar las caídas desde la altura. La ubicación ideal del arnés es estar amarrado a las poleas y no debe permitir que las manos accedan a las mismas, evitando cualquier atrapamiento.</p> <p>El arnés debe ser fácil de utilizar y ajustar y a la vez debe poseer calidad certificada.</p> <p>Máxima carga de trabajo 140 kg</p> | 30 |
| CASCO DE PROTECCIÓN | | |
|  | <p>La función del casco es dar protección de la cabeza contra los golpes, objetos (ramas), cables, tensores entre otros elementos.</p> <p>Debe ser un casco discreto, de fácil regulación, cómodo y con ventilación, además poseer calidad certificada.</p> | 30 |

Tabla 122 - Equipo técnico personal para canopy (2 de 3)

| EQUIPO | CARACTERÍSTICAS | CANT. |
|---|--|-------|
| MOSQUETONES PARA ANCLAJE | | |
|  | <p>El mosquetón de acero permite el amarre constante al canopy, sogas de vida, puntos fijos, por lo que deben poseer un sistema de seguridad que impida la apertura involuntaria de los mismos.</p> <p>Por lo que el mosquetón debe un seguro, apertura grande para su uso en la polea, ser de acero o aleación ligera de aluminio y sin faltar con calidad certificada.</p> <p>La resistencia debe ser de 27 KN</p> | 30 |
| CINTAS PARA ANCLAJE | | |
|  | <p>La cinta de anclaje es un elemento que está diseñado para rodear una estructura y conseguir un punto de anclaje. Las cintas para anclaje deben poseer calidad certificada.</p> | 30 |
| LINEAS DE VIDA | | |
|  | <p>La línea de vida es un elemento muy importante dentro de la cadena de seguridad pues su función es unir el punto de conexión del arnés al sistema de polea. Para operar con seguridad el canopy se utiliza obligatoriamente dos líneas de vida, la una de tamaño fijo y la otra regulable para posicionar dependiendo el tamaño de la persona que va a deslizarse por el cable. Se une al punto de conexión del arnés por medio de un nudo de alondra y se lo retira únicamente para mantenimiento o verificación de la integridad de sus partes.</p> | 30 |

Tabla 122 - Equipo técnico personal para canopy (3 de 3)

| EQUIPO | CARACTERÍSTICAS | CANT |
|---|---|------------------|
| POLEAS | | |
|  <p>Utilizada en cable 1/2</p> | <p>Las poleas son aptas para las actividades de canopy y estas deben tener un resguardo para que sea imposible el ingreso de la mano de turista entre la polea y el cable.</p> <p>Las poleas deben ser aptas para cables de acero y poseer calidad certificada.</p> | 30 |
| GUANTES | | |
|  | <p>La función de los guantes es el de cuidar de abrasiones y cortes que pueda enfrentar el turista. Los guantes deben facilitar el agarre a elementos que se utilizan durante la operación.</p> | 30 |
| PULSERA DE RECUERDO | | |
|  | <p>Se entregara una pulsera como recuerdo a cada turista que adquiera el servicio de canopy y se le solicitara que la utilice durante todo el circuito.</p> | 12000 mensual |
| UNIFORME GUIAS | | |
|  | <p>Los guías especializados del servicio de canopy deberán portar un uniforme que lo distinga de guía local y de sitio.</p> | Anual |

Todo elemento del equipamiento utilizado en canopy tiene una carga máxima expresada en kilogramos o Kilonewtons (donde 1 KN = 102 Kg.) la cual nunca deberá ser superada, ya que se pone en riesgo la vida de quien lo utilice. Por lo que es recomendable llevar actualizado un control de la utilización de los distintos materiales y elementos para poder así saber cuándo se les debe realizar un mantenimiento o ser reemplazados por nuevos.

Hay que tener una especial atención a los defectos que pueden observarse como golpes, raspones, roturas de costuras, desgarros de cintas, etc. ya que indican un cambio a corto plazo del elemento o material involucrado. Todo material de seguridad como poleas, mosquetones, etc. deberá ser cambiado por uno nuevo cuando sufran caídas considerables (generalmente mayores a los 2 m sobre superficies duras) ya que pueden producirse fisuras microscópicas en el interior de material, reduciendo considerablemente la carga máxima indicada por el fabricante.

b) Infraestructura

Regularmente en un canopy el material de las líneas o tramos que sostienen a los elementos es un cable de acero para las instalaciones que son fijas y de cuerdas estáticas deportivas o de rescate alpino para las instalaciones temporales o semifijas. En el caso de las bases o tarimas del canopy se utiliza la madera y el metal, así como elementos de plástico para no dañar los árboles que sirven como base ni la integridad de los turistas que utilizan el servicio.

Es de tomar en consideración que todas las actividades recreativas de aventura extrema, deben tener como uno de los objetivos principales, el brindar seguridad a los turistas y visitantes. El diseño y la construcción de las instalaciones de Canopy, debe estar orientado y supervisado por personal idóneo y sometido a inspecciones diarias ya que, al estar expuestas al clima, pueden ser víctimas de desgaste, poniendo en peligro la integridad de los turistas y de los guías especializados.

Por lo tanto, las normas de turismo de aventura son la guía de actuación a seguir para el diseño e instalación de los tres elementos más importantes en el canopy: los anclajes, el cable y el material de sujeción.

Dicha normatividad establecida para instaladores profesionales permiten definir con claridad y precisión la ejecución de las tareas de instalación; al establecer reglas específicas, y asegurarse de la óptima capacidad de las operaciones e instalación más seguras.

A continuación se definen el material y equipo que se requiere para la instalación del canopy:

Anclajes.

Los anclajes juegan un papel fundamental en un diseño de canopy y están sujetas a normas internacionales muy estrictas. Existen cuatro tipos principales de anclajes: naturales, cimentadas, estructuras existentes, y en roca sólida.

El anclaje natural más común es el árbol y debe usarse solamente en instalaciones de poca tensión ya que no existen normas precisas acerca de su uso. Se debe asegurar que puede resistir las fuerzas que serán generadas y en caso de no ser suficiente o de tener una mínima duda, entonces se deberá considerar un diseño con anclajes cimentados.

Los anclajes cimentados son lo más seguros que se pueda usar en canopy, pero se debe de tener en cuenta el peso máximo que debe soportar o que deberán poseer para contrarrestar las fuerzas.



Imagen 71 - Anclaje del Canopy

Los anclajes se dividen en dos partes: el elemento de anclaje de acero y el concreto reforzado. Los elementos de anclaje certificados de acero están diseñados para lograr un factor de seguridad de 10, lo cual significa que resistirán un mínimo de diez veces más la fuerza de tensión de la instalación. Nunca se debe instalar una canopy con anclajes en roca sin el respaldo de un profesional con experiencia previa en este tipo de instalación.

Cable

El diámetro y construcción del cable del canopy se define en la etapa de ingeniería previo a realizar la instalación, pero se recomienda generalmente usar cable de 3/8 7x19 galvanizado en un circuito corto de menos de 200 m. Sin embargo, algunos circuitos cortos pueden generar más fuerzas que muchas otras de longitud mucho mayor, Así que no hay que confiarse y asumir que el 3/8" es suficiente para el canopy y es responsabilidad del profesional definir los parámetros para su elección.



Imagen 72 - Cable para canopy

Material de sujeción

Ninguna instalación puede ser segura sin una sujeción adecuada del cable, por lo que se debe buscar marcas que estén certificadas y muestren pruebas individuales de los productos.

Se recomienda que en el momento de buscar un instalador para el circuito de canopy, se debe evaluar la conciencia profesional, la integridad, honestidad y ética como valores y normas que no se encuentran escritas, pero que hacen la diferencia entre una buena instalación y una excelente instalación de canopy.



Imagen 73 - Sujeción de cable de canopy

c) Plataforma para canopy

Las plataformas son puntos estables para observar, escuchar presentaciones y para el despegue y aterrizaje de los turistas. Un tour de aventura extrema puede tener cualquier cantidad y configuración de plataformas en el suelo, montadas en los árboles o en torres, sujetadas a las paredes de roca o suspendidas entre estructuras.

Normalmente se construyen las plataformas de acero, poliuretano y fibra de vidrio estructural ligera. Pero se busca en esa situación entrar en armonía con el medio ambiente, por lo que se requiere que de las dos bases para el canopy, estas sean de madera tratada, para prolongar su vida útil y evitar así evitar el deterioro acelerado debido al ambiente húmedo. Las plataformas que están suspendidas en los árboles se hacen con un sistema de tensión ajustable el cual no requiere ninguna perforación de los troncos o las ramas.



Figura 74 - Plataforma de madera

d) **Longitud del canopy**

En el desarrollo de la actividad de canopy, son utilizados los espacios naturales y debido a la aglomeración física de los turistas puede causar alteración de la biodiversidad por lo que la capacidad de carga debe tomarse muy en cuenta ya que se busca una máxima satisfacción de los turistas y una mínima repercusión en los recursos. Sin embargo la gestión eficaz de la demanda turística evitara la degradación y contribuirá a la sustentabilidad del turismo en el parque.

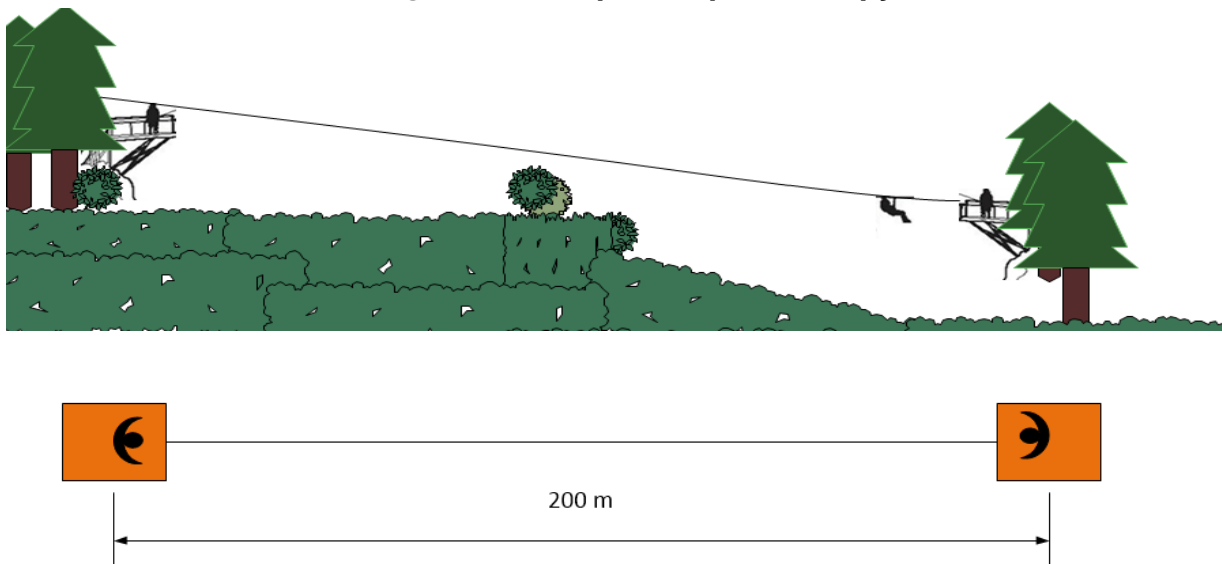
Tabla 123 - Circuito de canopy

| Descripción | |
|---------------------------|--|
| Circuito de canopy | La propuesta de canopy cuenta con un recorrido de 200 metros, utilizando un total de dos bases, siendo el canopy de un solo tramo. Brindar el servicio de canopy se estima en un tiempo aproximado de 20 minutos por persona en un horario de 8 horas diarias, el tiempo se establece desde el momento de que se le entrega el equipo de protección personal hasta su devolución. La ubicación será detallada mediante el análisis y diseño de la distribución física de los diferentes servicios. |

e) **Propuesta de diseño**

Tal como se establece anteriormente el canopy, estará comprendido por un tramos, donde es necesario que se encuentre un guía turístico por cada base, tal como se muestra a continuación.

Imagen 74 - Propuesta para canopy



B. CUERDAS ALTAS

Las Cuerdas Altas son un sistema creado en la parte alta de los árboles para utilizarse de manera recreativa. Esta actividad estimula dentro de los participantes el reto personal y la intención de vencer ciertos miedos que se adquieren con el crecimiento. Con este circuito los niños pueden, con todos los elementos de seguridad tales como cascos, arneses, guantes y especialmente con un personal altamente entrenado, enfrentarse a sus propios miedos y jugar con diversos elementos que les ponen a su disposición.

a) Equipo de protección individual de Cuerdas altas

El equipo de protección individual que se utiliza para los circuitos de cuerdas altas, es similar al utilizado en canopy, ya que se incluyen:



Figura 75 - Equipo de protección individual en cuerdas altas

La cantidad de equipo requerida para el servicio de cuerdas altas es el siguiente:

Tabla 124 - Total de equipo para cuerdas altas

| Equipo | Cantidad |
|-----------------------|-----------------|
| Arnés | 20 |
| Polea | 20 |
| Mosquetón | 20 |
| Líneas de vida | 20 |
| Casco | 20 |



b) Equipamiento e Infraestructura

Según la Norma Técnica Salvadoreña NTS 03.58.01:12 sobre turismo de aventura, establece e equipamiento mínimo que debe cumplir la estructura de cuerdas altas, por lo que se detalla a continuación

Puntos de anclaje

Para las cuerdas altas la infraestructura requerida incluye las bases del mismo y se pueden clasificar como bases naturales, artificiales o mixtas.

Tabla 125 - Bases para cuerdas altas

| Materiales | Descripción | |
|--|---|---|
| Bases naturales | | |
|  | En la utilización de bases naturales, se refiere específicamente a los árboles y rocas que funcionan como soporte de cada extremo de las cuerdas altas. | 3 |
| Bases Artificiales | | |
|  | Las bases artificiales son los elementos cuyo material puede ser madera o metal. | 3 |
| Bases Mixtas | En tal situación el circuito cuenta con una mezcla de bases, donde se utilizan árboles del entorno, rocas y bases elaboradas de madera o metal. | |

Cable

Además de las características que se muestran anteriormente en los cables para el canopy, se requiere que para las cuerdas altas sea un cable de acero con alma de acero o polipropileno de 3/8 de pulgada o 9.5 mm a mas, o en todo caso un material equivalente de calidad certificada.

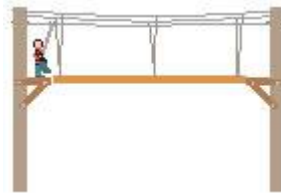


Abrazaderas

Las abrazaderas que se utilizaran deben ser acorde al diámetro del cable elegido y con la calidad certificada requerida.

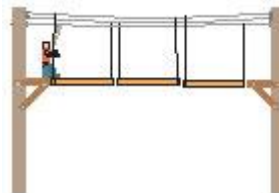
Estructuras colgantes

Existen diversas estructuras colgantes para las cuerdas altas, pero se mostraran como propuesta las siguientes que formaran partes de los 6 tramos de las cuerdas altas.



Tronco Suelto.

El participante debe cruzar sobre un tronco colgado por unos cables.



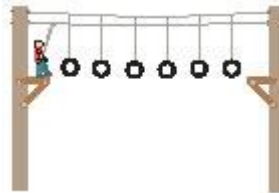
Travesía de Gato.

El participante debe cruzar pasando de tronco a tronco.



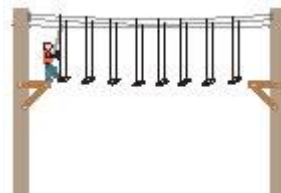
Red de Cuerda.

El participante debe cruzar agarrado a la red de cuerda.



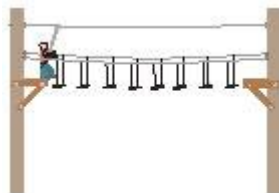
Las Llantas.

El participante debe cruzar como pueda de llanta en llanta.



Los Columpios.

El participante debe cruzar poniendo los pies en los columpios y agarrarse de los tirantes.



Caminata de Tablas.

El participante debe caminar sobre unas tablas colgadas de unos cables.

Figura 76 - Tipos de estructuras colgantes para cuerdas altas

Plataformas

Tal como se mencionaba en el apartado de plataformas del canopy, se debe buscar que estas estructuras sean en armonía con el medio ambiente, he ahí su importancia del material a utilizar. De tal manera que se propone madera con los tratamientos adecuados, para el diseño de las plataformas de las cuerdas altas y de esta manera se evita que su deterioro sea mínimo respecto al tiempo.

c) Longitud del circuito de cuerdas altas

Tabla 126 - Circuito de Cuerdas Altas

| Descripción | |
|----------------------------------|---|
| Circuito de cuerdas altas | <p>La propuesta de cuerdas altas cuenta con un recorrido de 42 metros en su totalidad, utilizando una infraestructura mixta. Para brindar el servicio de cuerdas altas se estima un tiempo aproximado de media hora por persona en el horario establecido del parque, siendo de 8 horas diarias de lunes a domingo.</p> <p>La ubicación del circuito de cuerdas altas será detallada mediante el análisis y diseño de la distribución física de los diferentes servicios.</p> |

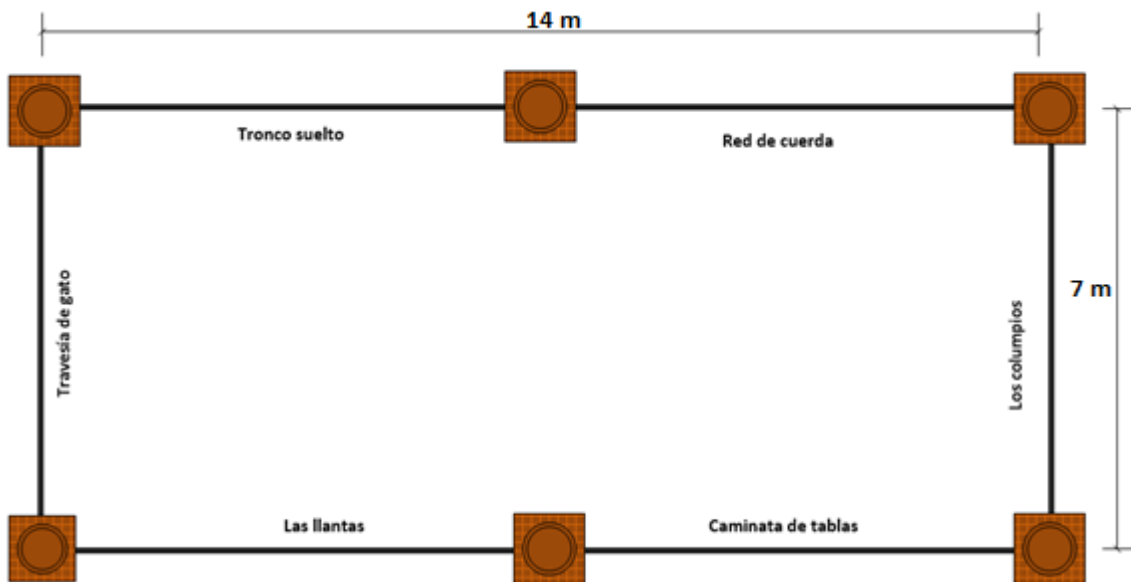


Figura 77 - Detalle de secuencia de cuerdas altas

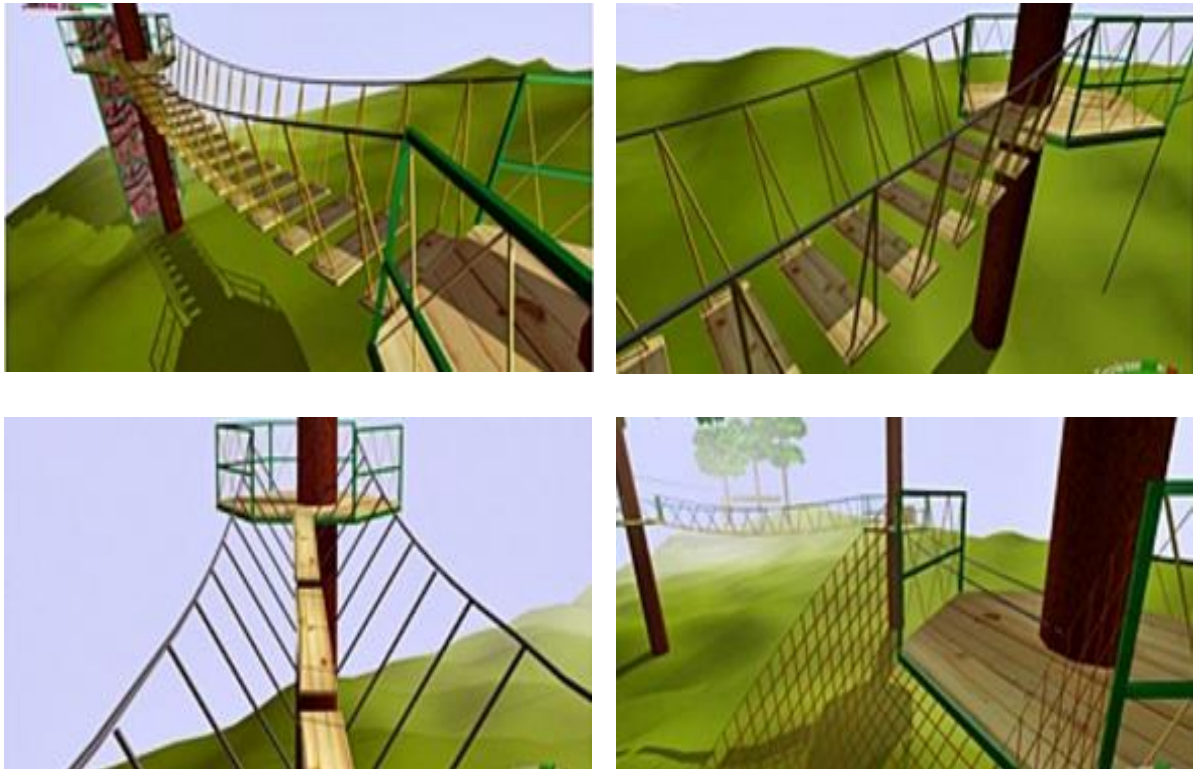
d) Equipo de apoyo del circuito de cuerdas altas

El equipo de apoyo utilizado para las cuerdas altas es:

- Camillas de primeros auxilios
- Botiquín de primeros auxilios
- Equipo de comunicación

Cada uno de los equipos de apoyo anteriores será especificado en el apartado de requerimientos y especificaciones de los servicios de apoyo.

Imagen 75 - Diseño para cuerdas altas.



C. PÉNDULO

El péndulo forma parte de las actividades extremas, tal como el canopy y cuerdas altas. El cual consiste en elevarse a una distancia aproximada de 10 metros sobre la superficie y formar la trayectoria de un péndulo sujetándose mediante dos cuerdas, lo que ocasiona alcanzar velocidades aproximadas a 35 km/h.

a) Equipo de protección

Para proteger al turista se debe contar con el equipo que cumpla los estándares de calidad y las condiciones requeridas en base a las normas de turismo de aventura.

Tabla 127 - Equipo para péndulo

| 2 Arnés | 2 Casco | 2 Mosquetones de acero |
|---|---|---|
|  |  |  |
| Maxima carga de trabajo: 140 kg | | Resistencia 27 KN |

b) Infraestructura del péndulo

Para el servicio del péndulo se debe contar con la infraestructura y el equipo necesario que cumpla con los estándares de calidad, y así brindar un excelente servicio al turista y visitante.

Dentro de los elementos que se necesitan para brindar el servicio del péndulo se encuentran los siguientes:

Tabla 128 - Requerimientos para el diseño del péndulo (1 de 2)






| | Descripción | Cant |
|---|--|------|
| Estructura de madera | | |
|  | Estas serán dos vigas de madera de altura de 10 m, las cuales estarán empotradas al suelo y reforzadas por otra viga al extremo contrario, una cuarta viga será utilizada para sostener la polea que eleva al turista. | 3 |
| Gancho | | |
|  | El gancho será utilizado para elevar al turista a su posición de inicio, este debe ser de acero. | 1 |

Tabla 128 - Requerimientos para el diseño del péndulo (2 de 2)

| | | |
|--|--|---|
| Polea | | |
|  | <p>La polea debe estar fija a una altura de 11.5 metros, este será el medio de traslado de la cuerda de acero conectada al cabrestante.</p> | 1 |
| Cable | | |
|  | <p>El cable debe ser de acero cuya alma de igual material o polipropileno de 3/8 de pulgada o 9.5 mm a más. El cable debe poseer calidad certificada.</p> | - |
| Cabrestante eléctrico | | |
|  | <p>El cabrestante será el encargado de elevar a su posición de origen a la persona que utilice el péndulo. El cabrestante debe ser de 110 v, cuya cuerda alcance los 15 m.</p> | 1 |

Equipo de apoyo

El equipo de apoyo ayuda al desarrollo adecuado de la actividad; para el péndulo es necesario contar con los siguientes:

Tabla 129 - Equipo de Apoyo para Péndulo



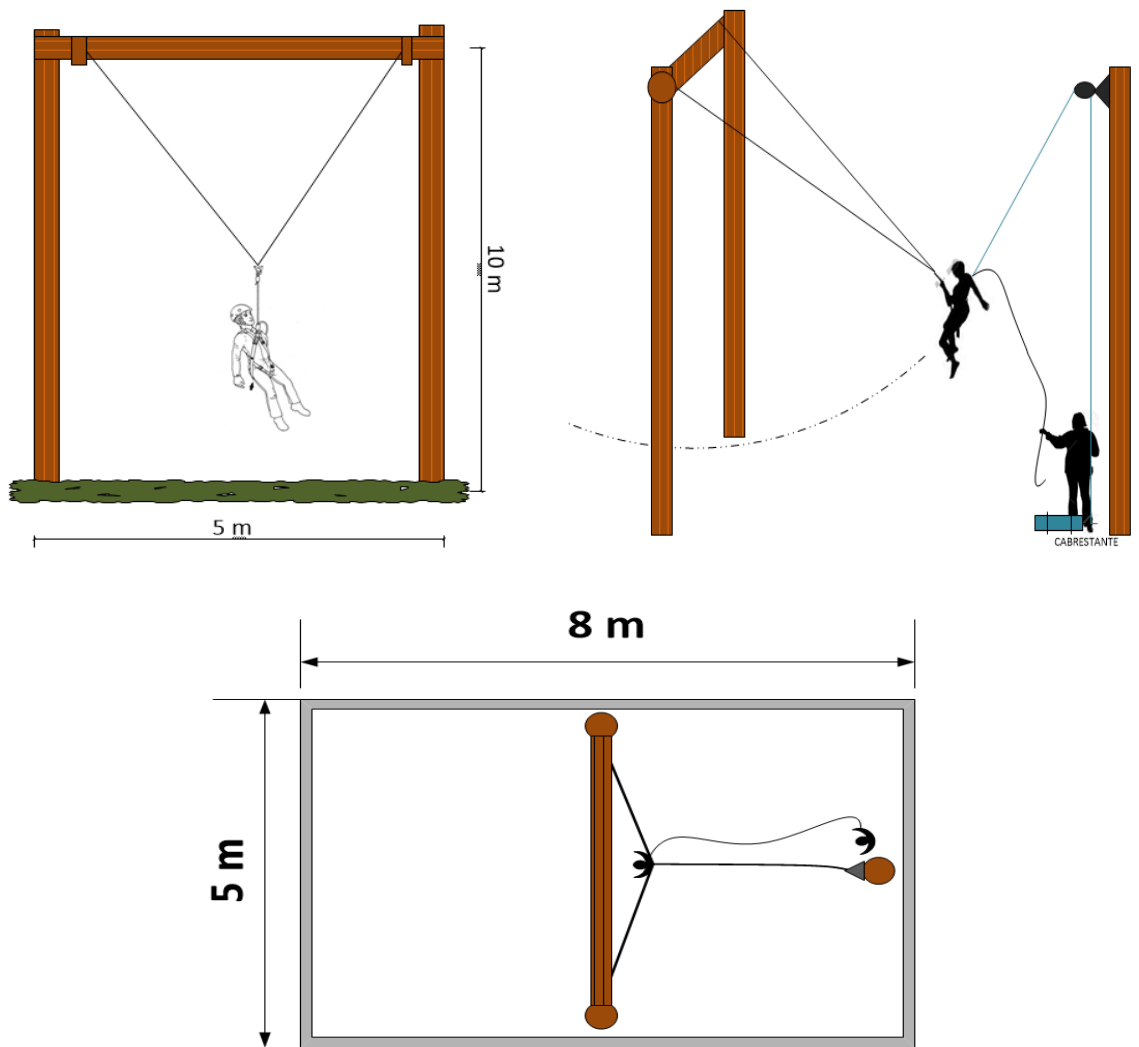
| Cuerda | | Cant |
|---|--|-------------|
|  | <p>La cuerda cumple la función de que el guía especializado desconecte el gancho del arnés del turista y así dar inicio a la experiencia única de utilizar el péndulo. Esta debe contar con 10 metros de longitud y puede estar elaborada de hilos o fibras torcidas o entrelazados.</p> | 1 |
| Escalera | | |
|  | <p>La escalera es utilizada para que el turista suba al nivel de la cuerda y así facilitar conectar el arnés y el gancho de la polea del turista. La escalera debe ser de 5 pulgadas, con lo cual se logra una altura de 1.52 m desde el nivel del suelo.</p> | 1 |

Figura 78 - Diseño de péndulo



D. MIRADOR PANORÁMICO

El PNCV se encuentra al centro de tres bellezas naturales: el volcán de Izalco, Volcán Ilimatepec y el lago de Coatepeque, por lo que los miradores se encuentran en puntos estratégicos, donde el turista o visitante puede observar el panorama que se encuentre frente a él.

Pero sería un atractivo mayor si uno de los miradores permitiera tener una vista de 360°, donde los arboles no puedan interrumpir la visibilidad en los alrededores del parque. Por tal razón se propone un mirador panorámico que pueda cumplir la función de una vista 360°.

a) Equipo para mirador panorámico

Debido a la vista que ofrecerá el mirador panorámico, contar con el atractivo de un visor panorámico fijo, cuyo funcionamiento sea por medio de monedas, generaría un valor adicional a la vista de 360°. Los visores que funcionan con monedas tienen una plataforma para permitir los visitantes obtener una vista más cercana del paisaje visitado.



El visor panorámico debe tener cubierta y base a prueba de agua, cuyo mantenimiento sea mínimo y a la vez fácil de ensamblar, ya que así cuando sea necesario se podrá desmontar.

El visor debe estar equipado con un tragamonedas con contador para registrar las monedas recibidas y con la opción de poder modificar la cantidad de monedas recibidas. El fabricante debe brindar mínimo tres años de garantía para el visor panorámico.

b) Infraestructura

El mirador panorámico requiere de una infraestructura firme con capacidad máxima de 15 personas; la altura debe ser de 4 metros desde la base del mismo. A continuación se muestra el diseño que se propone para el mirador panorámico.

Imagen 76 - Mirador Panorámico

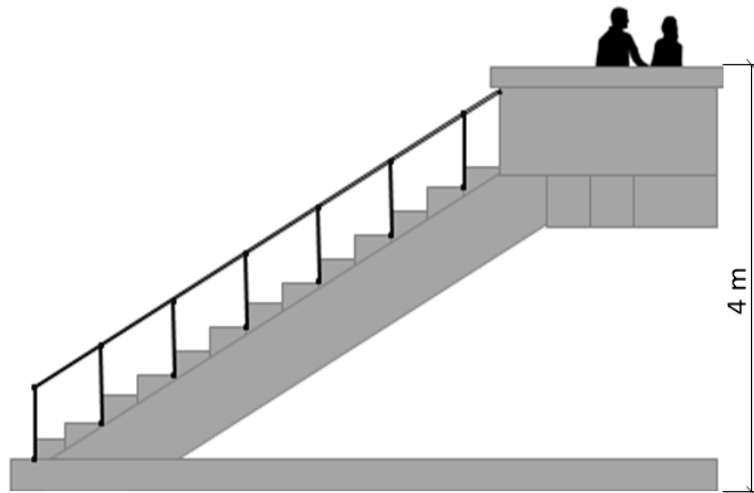


Imagen 77 - Mirador Panorámico vista superior

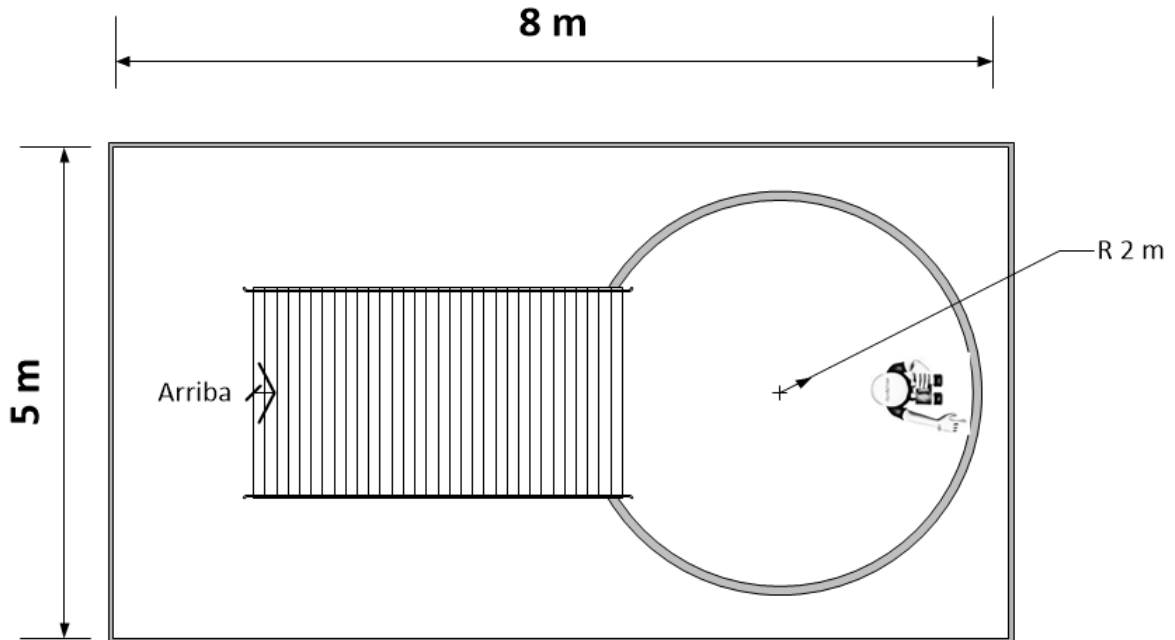


Imagen 78 - Mirador Panorámico tipo 360°



E. MONTAÑISMO (TREKKING)

El trekking consiste en caminar por senderos sobre escenarios naturales tal como bosques, montañas o volcanes. El Parque Natural Cerro Verde brinda la opción de realizar montañismo hacia el volcán de Izalco y el volcán Ilimatepec, el tiempo y la dificultad que presenta cada recorrido varían entre sí, tal como se describe anteriormente, la distancia desde el parque hasta el volcán de Izalco son 4100 metros aproximadamente, mientras que para el volcán Ilimatepec son 3000 metros aproximados de recorrido.

Es importante velar porque este servicio sea brindado con las medidas y el equipo necesario, por lo tanto a continuación se expresan los requerimientos.

a) **Equipo para montañismo (Trekking)**

Es necesario contar con las herramientas necesarias para brindar el servicio y con la ayuda de guías turísticos y POLITUR, para el desarrollo de dicha actividad.

Para esta actividad se requiere del siguiente equipo:

Tabla 130 - Equipo para Trekking para Guías Turísticos (1 de 2)

| | Descripción | Cantidad |
|--|---|--------------|
| <p>BOTAS DE MONTAÑA</p>  | <p>El calzado es una de las cosas que se deben cuidar para realizar el recorrido de forma cómoda. La suela debe ser flexible y poseer buen agarre, ya que el trayecto se caracteriza por piedras sueltas.</p> | <p>Anual</p> |
| <p>MOCHILA DE TAMAÑO MEDIO</p> | | |
|  | <p>Debe ser una mochila cómoda, resistente al desgaste y ligera, cuya capacidad sea aproximada entre 35 y 40 litros. Se utilizara para el traslado de los elementos básicos, tales como un botiquín y cantimplora con agua.</p> | <p>5</p> |
| <p>CANTIMPLORA</p> | | |
|  | <p>Es uno de los elementos de que no deben faltar para el desarrollo de la actividad de montañismo. Las más aconsejables son las de aluminio, de capacidad de 1 litro o más.</p> | <p>7</p> |

Tabla 130 - Equipo de Trekking para guías turísticos (2 de 2)




| | | |
|---|---|--------------|
| <p>BINOCULARES.</p> | | |
|  | <p>El guía turístico será el encargado del traslado de los binoculares y en puntos estratégicos y zonas de descanso ponerlo a disposición de los integrantes del grupo. Los binoculares debe ser estándar de 10X50mm ya que proporcionan un campo de visión de 83 metros a 915 metros de distancia.</p> | <p>7</p> |
| <p>UNIFORMES</p> | | |
|  | <p>Cada guía turístico será representado por un color en específico que lo distinguirá entre un guía de sitio, local y especializado. Además se incluye una gorra para protección durante el recorrido.</p> | <p>Anual</p> |

Tabla 131 - Equipo de trekking y consumibles del servicio (1 de 2)

| | | |
|---|--|----------------------|
| <p>BASTONES DE TREKKING</p> | | <p>CANT.</p> |
|  | <p>Los bastones de trekking pueden absorber grandes cargas de peso en la parte baja del cuerpo por hora de marcha especialmente en los descensos lo cual lleva a una considerable liberación de carga sobre articulaciones y columna vertebral. El material que normalmente se utiliza para los bastones de trekking es aluminio y fibra de carbono.</p> | <p>50</p> |
| <p>MAPA DEL RECORRIDO</p> | | |
|  | <p>El mapa de recorrido tiene como función plasmar el panorama general a cada uno de los turistas del recorrido a realizar y la ruta a tomar. Debe marcar la ruta hacia el volcán de Izalco e Iamatepec, señalizando los puntos importantes durante el recorrido.</p> | <p>12000 mensual</p> |

Tabla 131 - Equipo de trekking y consumibles del servicio (2 de 2)

| PULSERA DE RECUERDO | | |
|---|--|----------------------|
|  | <p>Se entregara una pulsera como recuerdo a cada turista que adquiriera el servicio de trekking y se le solicitara que la utilice durante todo el recorrido a realizar. Las pulseras serán de tela damasco, bordadas con mensajes positivos relacionadas al parque, tal como la concientización ambiental.</p> | <p>12000 mensual</p> |

b) Materiales para la Construcción

En busca de mantener la armonía con el medio ambiente y a la vez dar ese aspecto ecoturístico, se propone la utilización de madera para el diseño del kiosco para atención al turista. La madera debe recibir el tratamiento requerido para aumentar la resistencia y durabilidad de la construcción, debido a que la madera es un material susceptible de ser atacado por agentes biológicos tales como hongos o insectos. En cuanto al techo se propone la utilización de láminas de duralita color rojo teja, ya que estas ayudan a mantener una temperatura promedio dentro de las construcciones realizadas.

c) Longitud del recorrido de trekking

La distancia del trekking se establece sin cambio alguno, tal como se muestra a continuación:

Tabla 132 - Distancia de los recorridos de trekking

| Recorrido | Distancia (origen parqueo) |
|-------------------|----------------------------|
| Volcán de Izalco | 4100 metros |
| Volcán Ilamatepec | 3000 metros |

d) Equipo de apoyo para trekking

El equipo de apoyo para esta actividad incluye lo siguiente:

- Camilla de primeros auxilios
- Botiquín de primeros auxilios
- Equipo de comunicación

Cada uno de los equipos de apoyo anteriores será especificado en el apartado de requerimientos y especificaciones de los servicios de apoyo.

F. SENDERISMO INTERPRETATIVO

El senderismo es una actividad donde los turistas y visitantes transitan por uno de los caminos dentro del parque, en este caso son zonas protegidas donde no se permite entrar sin que un guía turístico acompañe al grupo.

Si hablamos de senderismo interpretativo se le agrega al concepto anterior el hecho de que dicho camino se encuentre equipado con cédulas de información, señalamientos y siempre siendo acompañado de un guía que se encargue de brindar información acerca del entorno o historia de la zona.

Los senderos interpretativos sirven como herramienta educativa y la finalidad que se busca es, el de comunicar sobre los valores de la conservación del patrimonio cultural y la biodiversidad de la zona donde se encuentra el parque.

a) Requerimientos y especificaciones del senderismo

Para brindar el servicio de senderismo, los guías deben contar con el equipo necesario y una buena presentación frente al grupo a cargo, por lo tanto a continuación se muestra el equipo que se requiere.

Tabla 133 - Equipo para guías de senderos interpretativos

| | | | |
|---|---|--|---|
|  |  |  |  |
| Uniforme | cantimplora | Binoculares | Mochila pequeña |
| Anual | 8 | 5 | 5 |

Tabla 134 - Consumibles del senderismo

| | |
|---|--|
|  |  |
| 12000 Folletos o tríptico | 12000 Pulseras de recuerdo |

Tabla 135 - Equipo de apoyo en senderismo

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| Botiquín de primeros auxilios | Camilla de primeros auxilios | Equipo de comunicación |

Cada uno de los equipos de apoyo anteriores será especificado en el apartado de requerimientos y especificaciones de los servicios de apoyo.

b) Infraestructura y mobiliario del sendero

Para hacer una estancia cómoda y segura para los visitantes y turistas, es necesario que los senderos con los que cuenta el parque se encuentren equipados tanto de mobiliario como cierta infraestructura, siempre buscando la sostenibilidad ambiental del entorno.

El sendero más importante que actualmente posee el parque es el denominado “una ventana a la naturaleza”, dicho sendero cuenta con un recorrido de 1300 m, además se agregan 260 m de recorrido que pertenecen al sendero “El rinconcito del bosque”. Ambos senderos suman 1560 m de recorrido en su totalidad.

Según la etapa de diagnóstico se determinó ciertas carencias en los senderos, por lo tanto la mejora de los senderos se vuelve vital para brindar un mejor servicio y experiencia a los turistas y visitantes.

A continuación se detallan las mejoras que se deben realizar en los senderos del parque.

Delimitación de sendero: Una ventana a la naturaleza

Para este sendero se propone una delimitación elaborada con cuerdas y postes de fibra de vidrio, definiendo ambos lados del camino que se recorre, de tal manera se evitara que los turistas y visitantes tomen rutas alternas al recorrido, ocasionando daños al espacio físico del sendero.

La delimitación tendrá la longitud de 1300 m en cada lado del sendero, por lo que en total se requiere 2600 m de pasamano. Cada poste será necesario ubicarlo cada 4 metros de distancia.

Tabla 136 - Requerimientos de material

| Material | | Cantidad requerida |
|---|--|----------------------------|
| Cuerda | | |
|  | 2*(1300 m longitud del sendero + 200m para nudos de apoyo) | 3000 m |
| Postes de fibra de vidrio | | |
|  | $(1300/4)*2$ | 650 postes de 1 m de largo |
| Bancas | | |
|  | Durante el recorrido del sendero hay una zona de descanso donde no hay mobiliario para sentarse, por lo tanto se hace necesario la ubicación de bancas de madera en esta zona. | 6 bancas |
| Mupi informativo | | |
|  | Al inicio del sendero se debe ubicar un mupi con la información correspondiente a lo que podría encontrarse durante el recorrido, además el diseño total del recorrido a realizar, entre otros aspectos de concientización ambiental. Las dimensiones serán determinadas en el apartado de señalización turística del modelo. | 4 mupi |

Tal como se menciona anteriormente el sendero estará delimitado en ambos extremos por cuerdas y bases de fibra de vidrio, de esta manera se estará extendiendo la vida útil del diseño y a la vez no se contamina el entorno del sendero.

Pasamano en Sendero: El rinconcito del bosque

Este sendero cuenta con 260 m de longitud y se caracteriza por la vista hacia el volcán de Izalco; este sendero no cuenta con delimitación por lo que se propone realizar mejoras; una de ellas es la construcción de pasamanos de madera. Por lo tanto se presenta a continuación los requerimientos de material para el diseño.

El diseño que se propone para el sendero: Una ventana a la naturaleza es el siguiente.

Imagen 79 - Propuesta de diseño de sendero: Una ventana a la naturaleza



Tabla 137 - Requerimientos de material


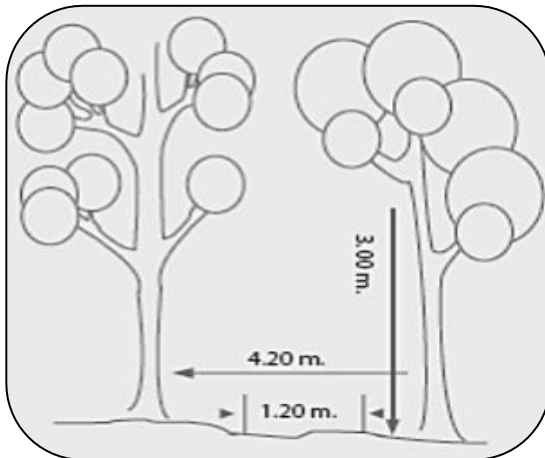
| Material | Cantidad Requerida | |
|---|----------------------|------------|
| Postes de madera Tamaño 1 m | | |
|  | $(260/4)*2$ | 130 postes |
| Postes de madera Tamaño 3 m | | |
|  | $(260/3)*4$ | 347 postes |
| Bancas | | |
|  | Elaboradas de madera | 13 bancas |

Imagen 80 - Propuesta de diseño sendero: El rinconcito del bosque



Estándares básicos para los senderos

El sendero deberá estar regulado por parámetros técnicos de diseño tal como se muestra a continuación:



| | |
|--|---------------|
| Ancho de huella | 1.20 a 1.80 m |
| Ancho de faja | 4.20 m |
| Clareo en altura | 3.00 m |
| Pendiente máxima | 10% |
| Control de erosión por agua con barreras (inclinación) | 45 – 60° |

Bancas para senderos

Para la elaboración de las bancas que serán ubicadas en los senderos se mencionan algunas recomendaciones técnicas:

- Es recomendable que la madera sea atornillada, ya que si se utilizan clavos durará poco.
- No se debe utilizar maderas como pino, robles, ciprés, por lo que se recomienda utilizar maderas duras como cedro o abeto.

Imagen 81 - Diseño propuesto para bancas de senderos

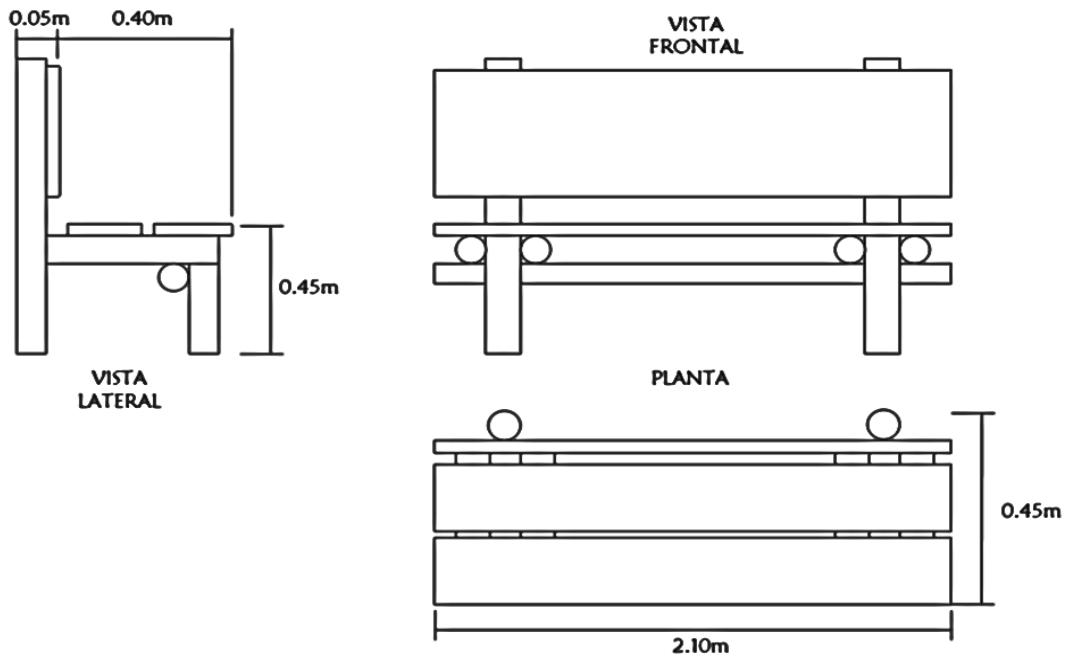
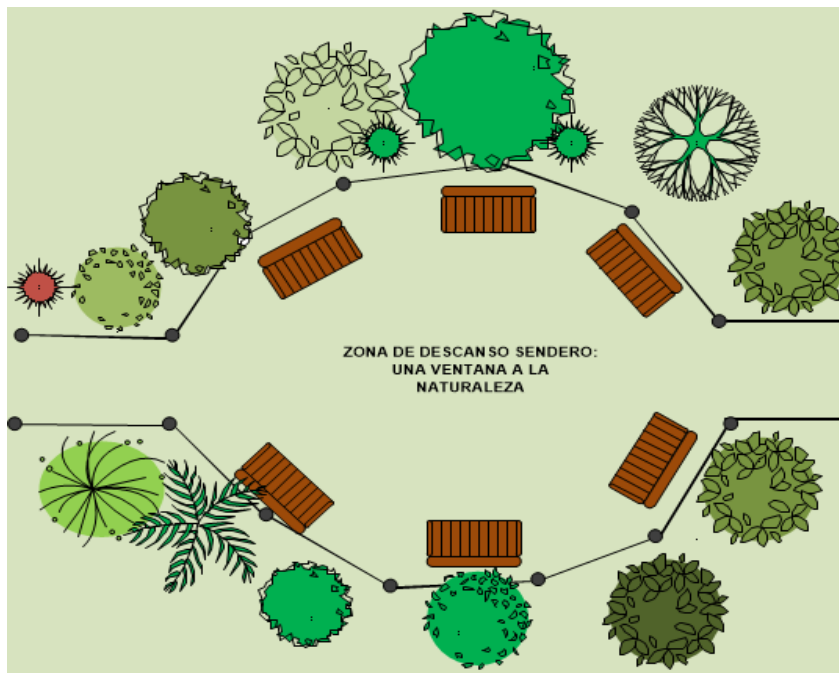


Imagen 82 - Propuesta de ubicación de bancas Sendero: Una ventana a la naturaleza



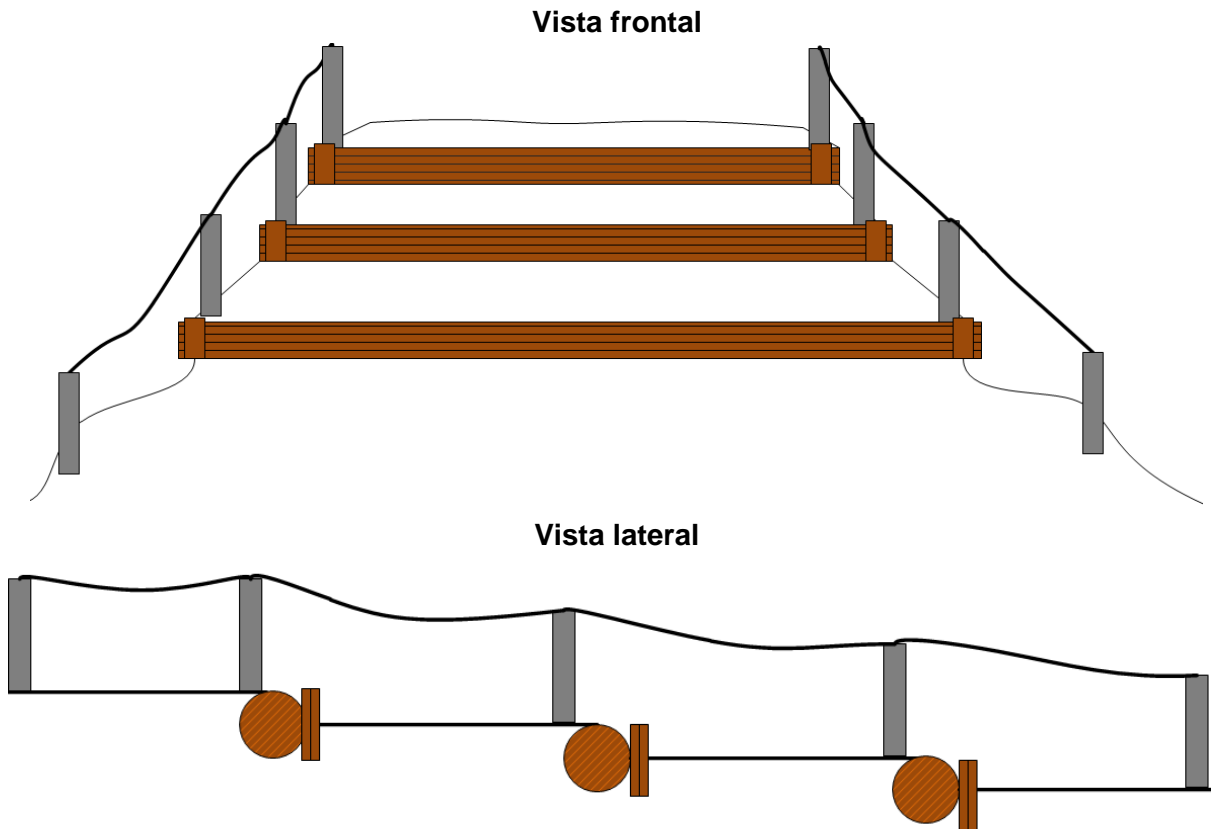
c) **Desniveles de los senderos**

Uno de los materiales que actualmente se utiliza para gradas en los senderos es la madera; son troncos o vigas ubicados en los desniveles, pero que no cumplen su función, ya que debido a la falta de mantenimiento estas han quedado al descubierto en su totalidad.

Los troncos deben tener 14 cm de diámetro aproximado y deben estar cubiertos de tierra en $\frac{3}{4}$ parte de su perímetro, de esta manera se evita que los turistas o visitantes puedan sufrir accidentes durante el recorrido.

La siguiente imagen muestra la manera en que debe ubicarse los troncos de madera en los senderos, estos deben quedar al mismo nivel de la tierra o grama.

Imagen 83 - Diseño de mejora en desnivel de senderos



Recomendaciones para disminuir y corregir los impactos ambientales en los senderos

Para operar en armonía con el medio ambiente se deben evitar realizar ciertas actividades tales como las siguientes:

- Evitar el paso o el uso de los senderos por vehículos motorizados, cabalgatas y la práctica de ciclismo de montaña.
- Establecer con precisión en la trayectoria del sendero, señalizaciones claras, convocando a los turistas y visitantes a mantenerse dentro del sendero sobre todo, evitando “cortar caminos”.
- En caso de senderos con propensión a lodazales, se debe recurrir a una pavimentación a base de grava, viruta o aserrín sobre un relleno de material excavado, con pendiente hacia los lados (siempre propiciando la permeabilidad).
- Se debe cerrar periódicamente (en forma rotativa), los senderos, a fin de evitar su maltrato excesivo y de esta manera permitir su recuperación.
- Minimizar movimientos de tierra y remoción de la cubierta vegetal, en la etapa de remodelación del sendero.
- Prohibir concentraciones excesivas de visitantes, a fin de evitar daños de consecuencias en los suelos.
- Prohibir terminantemente el tirado de basura en sitios no marcados para ello (inducir al visitante a no arrojar basura dentro del área protegida, sino que la lleve consigo al salir).

G. CENTRO INTERPRETATIVO

El centro interpretativo⁹³ busca crear un sitio de equipamiento cultural, cuya función principal es la de promover un ambiente para el aprendizaje de forma creativa, buscando revelar al público el significado del legado histórico y valioso de los recursos naturales del cerro verde. Está orientado a cubrir tres funciones básicas: conservación, divulgación y propuesta de valor del parque y sus riquezas naturales. Se interpreta para revelar significados. El objetivo es el de presentar al público un lugar con un conjunto de Imágenes y vídeos, para informarlo, entretenerlo y motivarlo al conocimiento. El fin de la interpretación es dejar en el turista y visitante un entendimiento de por qué y en qué sentido es importante el parque natural cerro verde, su historia y su biodiversidad.

⁹³ (Parque Nacional Volcan Poas Plan Para El Desarrollo Del Programa Interpretativo, s. f., p. 2)

a) Características de los insumos y consumibles

Los insumos que el centro interpretativo demandará para la prestación del servicio, poseen algunas características claves que los hacen de especial importancia para el análisis dentro del diseño de prestación de servicios, es evidente y vale la pena mencionar que ciertos insumos y consumibles no serán sujetos de análisis por características propias de la adquisición de los mismos, debido a que otros servicios dentro de la operación turística, harán uso de los mismos y por el porcentaje que demandan serán atribuidos a dichos servicios, por lo que solo aquellos consumibles e insumos claves para la prestación del servicio del centro interpretativo serán mencionados en el presente análisis.

Energía Eléctrica:

La energía eléctrica es fundamental para la adecuada prestación del servicio del centro interpretativo del PNCV, esencialmente la energía eléctrica se sitúa como un costo operativo, pero para el caso de los servicios turísticos este deviene como un insumo necesario, ya que el centro interpretativo contará con televisores y luces de ambientación que facilitarán el recorrido por el centro. La energía eléctrica en la zona es servida por CLESA, por lo que debe conocerse el pliego tarifario autorizado por SIGET para dicha distribuidora:

| a) Tarifa Residencial para consumos mensuales | | | |
|---|------------------|--|----------|
| Bloque 1: Primeros 99 kWh/mes | | | |
| | | | CLESA |
| Carga de Comercialización: | | | |
| Cargo Fijo | US\$/Usuario-mes | | 0.817828 |
| Carga de Energía: | | | |
| Cargo Variable | US\$/kWh | | 0.122392 |
| Carga de Distribución: | | | |
| Cargo Variable | US\$/kWh | | 0.061462 |
| Bloque 2: Consumos entre 100 kWh/mes | | | |
| | | | CLESA |
| Carga de Comercialización: | | | |
| Cargo Fijo | US\$/Usuario-mes | | 0.817828 |
| Carga de Energía: | | | |
| Cargo Variable | US\$/kWh | | 0.122267 |
| Carga de Distribución: | | | |
| Cargo Variable | US\$/kWh | | 0.027173 |
| Bloque 3: Consumos mayores o iguales | | | |
| | | | CLESA |
| Carga de Comercialización: | | | |
| Cargo Fijo | US\$/Usuario-mes | | 0.817828 |
| Carga de Energía: | | | |
| Cargo Variable | US\$/kWh | | 0.122263 |
| Carga de Distribución: | | | |
| Cargo Variable | US\$/kWh | | 0.077414 |

Figura 79 - Pliego tarifario vigente desde el 15 de octubre de 2016

Consumibles:

Para el centro interpretativo los consumibles representan todo lo relacionado a publicidad y mercadeo dentro del área designada para dichas actividades, es decir, involucra la distribución de afiches informativos y de publicidad que sirva para ofrecer los servicios que se brindan dentro del parque. Los consumibles del parque son los siguientes:

- **Volantes:** Estos indicaran los servicios prestados por el PNCV, además de contener imágenes alusivas a los servicios y el nuevo logo del parque. cumplirán la función de informar y de generar publicidad de primera mano.
- **Afiches informativos:** Crearán el panorama general de la ubicación de las estaciones y puntos de interés dentro del parque, así como los lugares donde acudir en caso de emergencia y los teléfonos de contacto.
- **Trípticos:** Generan información sobre el recorrido del centro interpretativo y las estancias que se podrán encontrar. Además una segunda categoría de estos trípticos brindará información sobre la tarifa para los servicios que se prestan.

b) Requerimientos y especificaciones del servicio

El centro interpretativo tiene como fin último la promoción de la cultura y el atractivo local, así como también la concientización ambiental para los turistas y visitantes, ya que dentro del servicio que se prestará en el centro, se podrán encontrar 4 estancias:

- Historia Natural del Cerro Verde y Mapa en relieve.
- Biodiversidad
- Sostenibilidad Ambiental y atractivo turístico
- Servicios que ofrece el parque.



Con estas cuatro estancias es necesario dotar al centro interpretativo de todos aquellos equipos que puedan desarrollar a plenitud la función principal de informar y divulgar la historia, atractivo natural y turístico de la zona, así como también desarrollar las recomendaciones necesarias para que los turistas y visitantes hagan buen uso de las instalaciones en general del PNCV.

Los equipos necesarios para ofrecer un servicio de calidad y de alta atención al turista, están los siguientes:

Tabla 138 - Equipo del centro interpretativo (1 de 2)

| Equipo | Descripción | Cantidad |
|---|---|----------|
|  | <p>Televisor, pantalla LED de 40 pulgadas, con conexión HDMI, USB y entrada y salida de video auxiliar.</p> | <p>5</p> |
|  | <p>Klip Xtreme 510 – Mueble rack articulado de grafito para televisores (hasta 50 pulgadas)</p> | <p>5</p> |
|  | <p>Material informativo para centro interpretativo: murales, vallas, rótulos en serigrafía, vinil, decoración con adhesivos, roll up, etc.</p> | <p>-</p> |
|  | <p>Reproductor de DVD capaz de sostener los formatos como: CD-R/RW, DVD+RW/+R/+R DL, DVD-RW/-R/-R DL (incluidos DVD de 8 cm), JPEG, mp3, MPEG-4, WMA, AAC y PCM lineal, que representan los formatos típicos en que se presentaran los vídeos del parque.</p> | <p>5</p> |

Tabla 138 – Equipo del centro interpretativo (2 de 2)

| Equipo | Descripción | Cantidad |
|---|--|----------|
|  | <p>Vitrina de 2x1.5x0.40 m donde se colocaran artículos históricos alusivos a los volcanes.</p> | <p>3</p> |
|  | <p>Altavoz portátil MA-202, con capacidad de amplificación de 75 W y para grupos desde 10 a 300 personas, hasta 200 m², el aparato se utilizará para cuando las conducciones por el centro interpretativo sean para grupos numerosos o desee abarcarse mayor cantidad de personas en un tiempo menor.</p> | <p>3</p> |

c) Área de prestación del servicio.

Para el área en donde se desarrollará el centro interpretativo se ha determinado que para su instalación debe ser de 150 m² para poder acoger al menos 1040 visitas/día con una duración promedio del recorrido de 30 minutos como máximo, dependiendo, claro está de la cantidad de visitantes que deseen hacer uso del servicio.

d) Propuesta de diseño.

El diseño propuesto para el centro interpretativo es funcional y práctico, ya que involucra materiales amigables con el medio ambiente y que no riñen con la sostenibilidad ambiental del parque, ya que la función principal de centro radica en profesar y enseñar sobre el cuidado a las zonas naturales del PNCV y además brindar un valor agregado al producto turístico que se propone.

Las dimensiones propuestas del parque serán de 15 m x 10 m, totalizando 150 m²

Criterios funcionales del centro interpretativo:

- Las salas de exposición deben estar accesibles desde cualquier punto destinado al público en general dentro del proyecto.
- La edificación se orientará de manera tal, que pueda garantizarse la protección del asoleamiento y a la vez aprovechamiento de los vientos dominantes.
- Uso de ejes compositivos para una mejor relación entre espacios.

— Se implementará para todo el proyecto la normativa de accesibilidad universal.

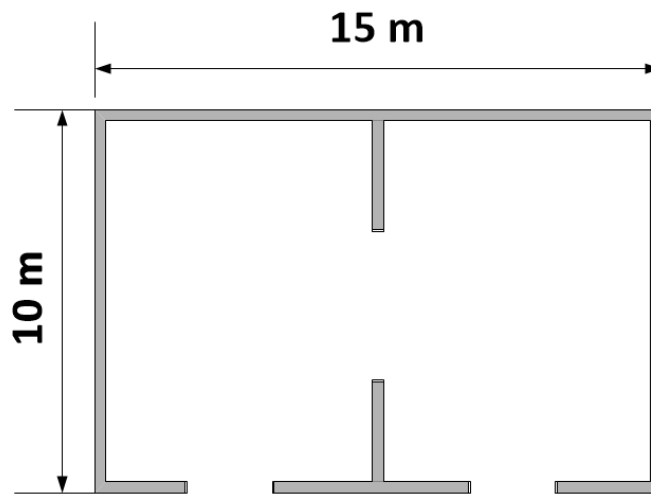


Imagen 84 - Centro Interpretativo

Criterios Constructivos.

- Utilizar materiales, colores, elementos arquitectónicos y texturas con el propósito de lograr armonía con el medio ambiente, madera curada de bosques renovables para el caso.
- Uso de la vegetación como barreras ante situaciones molestas de ruido, viento y vistas poco agradables.
- Las formas a utilizar deben estar diseñadas de manera que establezcan una escala con las personas.
- Uso de colores claros pisos y paredes interiores y exteriores por sus cualidades reflectantes.
- Utilización de señales turísticas estandarizadas dentro del centro interpretativo
- Utilizar la norma técnica salvadoreña NTS 11.69.01:14 Accesibilidad al medio físico. Urbanismo y Arquitectura. Requisitos., como base para asegurar la accesibilidad de aquellos turistas y visitantes que posean movilidad reducida.

Criterios técnicos⁹⁴

- La ubicación del sistema eléctrico estará de manera independiente al uso del público, especialmente los reguladores de voltaje de las pantallas y equipos electrónicos, asegurando de esta manera la reducción del riesgo eléctrico en el centro.
- El Centro contará con los equipos y dispositivos necesarios para la prevención de incendios, en caso que se presente un siniestro de esta naturaleza el centro interpretativo estará dotado con el equipo necesario para el combate de incendios.

H. VIVERO

El servicio de vivero como tal cumple doble función para la gestión del parque, debido a que en primera instancia su funcionamiento es eminentemente interno, ya que su primera función es mantener y cosechar especies endémicas del parque para preservarlas y poder reforestar las zonas que hayan sufrido algún tipo de desgaste por la misma operación del parque, con lo que se asegura la sostenibilidad de las zonas boscosas; además el vivero podrá realizar la oferta de plantas decorativas propias de los climas de montañas del país, por lo que logrará generar ingresos por ventas al parque favoreciendo el otro objetivo clave de la gestión turística, la sostenibilidad económica, ya que con la venta de plantas y flores podrá mantenerse su funcionamiento.

⁹⁴ (*Elementos Básicos Para Un Turismo Sostenible en Las Áreas Naturales*, s. f., p. 69)

a) **Características de los insumos y consumibles.**

Debido a las características propias de este servicio y a las mejoras que debe sufrir, los insumos que debe utilizar para generar la mejor experiencia posible al turista y visitante, son los siguientes:

- **Composta:** este abono de origen orgánico, deberá producirse en el parque, a través de la adecuada clasificación de los desechos emitidos por el parque y por la prestación de los servicios, es decir, todos los desechos orgánicos producidos en el parque deberán pasar por el proceso de compostaje, con la intención de minimizar el impacto ambiental y la reducción de desechos enviados a los rellenos sanitarios autorizados. La composta deberá realizarse bajo la asistencia técnica del MARN.
- **Abono:** Se utilizará abono, si y solo sí, la composta que el parque esté produciendo llegase a ser insuficiente debido a la demanda del vivero, se determinarán los abonos químicos que menos impacto generen a la salud del ecosistema del parque, por lo que serán seleccionados con apoyo del MAG y el MARN.
- **Bolsas para almacigo:** Las bolsas para almacigo, serán de distintas medidas, dependiendo del tipo de plata que se esté cultivando, están serán reutilizadas cuando sea posible y serán el empaque en donde se vendan los producto del vivero a los turistas y visitantes.
- **Agua:** El principal insumo que se debe para mantener adecuadamente el funcionamiento del vivero, será el agua lluvia recolectada en los tanques de almacenamiento del PNCV, este insumo deberá ser utilizado de forma racional, velando siempre por el cuidado del recurso.

b) **Consumibles**

Los consumibles que el vivero deberá utilizar para brindar el mejor servicio posible a los turistas y visitantes, serán:

- **Volantes:** Estos indicaran los servicios prestados por el PNCV, además de contener imágenes alusivas a los servicios y el nuevo logo del parque. cumplirán la función de informar y de generar publicidad de primera mano. Se utilizarán 1500 mensuales durante el primer año de operación. luego se determinará la cantidad optima
- **Afiches informativos:** Deberán presentar la lista de precios y tipos de plantas disponibles para la venta, además de contener una breve información sobre la flora local y los materiales e implementos utilizados en el cultivo de las plantas del PNCV. Se requieren de 1,200 mensuales.

- **Bolsas de papel biodegradable:** Llevarán impreso el logo del PNCV, serán en ellas que se entreguen las plantas y flores que adquieran los turistas y visitantes del parque, servirán como medio de publicidad y se envía un mensaje de concientización por el cuidado medio ambiental. Se utilizarán 1000 bolsas mensuales durante los primeros 6 meses de operación, luego se realizará el recalcado, dependiendo de la demanda surgida.

c) **Requerimientos y especificaciones del servicio.**

El servicio de vivero tendrá dos ejes principales:

- Venta de plantas, flores, macetas y composta.
- Cultivo de especies endémicas y no endémicas para reforestación del PNCV.

El primero de ellos, es el eje comercial del servicio, por lo que lograr que el turista y visitante tengan una grata experiencia comprando y evidenciando de cerca el cuidado al medio ambiente, es primordial como objetivo para este servicio en particular.

Las plantas que se comercializarán en el vivero contarán con un componente de empoderamiento de las comunidades aledañas, ya que las plantas y flores serán adquiridas a emprendedores locales alrededor del parque, quienes serán los principales proveedores de los productos a comercializar, por lo que la iniciativa del vivero será en pro de mejorar las condiciones económicas de las comunidades aledañas.







Las macetas, también serán adquiridas a pequeños productores de este rubro, con miras a capacitar a artesanos locales para que puedan emprender en este rubro de negocio, mientras que la composta será producida con los desechos orgánicos generados en las operaciones del parque.

Mientras que el segundo eje clave del proceso de prestación del servicio, será el cultivo de especies forestales endémicas y no endémicas del PNCV, con el objetivo de preservar a futuro la flora del parque y contribuir sustancialmente a la sostenibilidad ambiental del parque en el tiempo.

El servicios de vivero, como tal representa una oportunidad clave en el desarrollo del modelo y de los objetivos que persigue, tanto en la diversificación del producto turístico como asegurar la operación del modelo en forma económica y ambiental, ya que se espera generación de ingresos por ventas y el cuidado y protección de la flora local. El hecho de que los lugareños tengan acceso a vender sus productos para que el PNCV los pueda comercializar, crea un vínculo de generación de riqueza e inclusión a escala local.

Para lograr lo antes descrito, es necesario contar con el equipo adecuado para la prestación del servicio, por lo que se debe contar con lo siguiente:

Tabla 139 - Equipo para prestación del servicio de vivero

| Equipo | Descripción | Cantidad |
|---|---|----------|
|  | <p>Uniformes para los colaboradores del área, que dependerán directamente de la supervisión de servicios administrativos. Incluye botas, gorra y guantes.</p> | - |
|  | <p>Las herramientas básicas para dar mantenimiento y a los diferentes tipos de plantas que se comercializan en el vivero, 1 Pala, 5 Mangueras, 5 Tijeras, 1 Podadora, 10 Regaderas, 4 pares de Guantes, 6 Rastrillos, 3 carretillas y diferentes equipos de jardinería.</p> | - |
|  | <p>Caja registradora para el área de colecturía, encargada de controlar los ingresos por plantas y complementos de jardinería.</p> | 1 |
|  | <p>Escritorio para el área de colecturía.</p> | 1 |
|  | <p>Sillas: cuatro serán para el área de descanso ubicada al interior del vivero y una silla como complemento al área de colecturía</p> | 5 |
|  | <p>Estantes para colocar las plantas, macetas, abono, composta y tierra que serán comercializados dentro de las instalaciones del vivero.</p> | 6 |

d) **Propuesta de diseño.**

El vivero debe ser una construcción simple y armónica con el medio ambiente, casi como si perteneciera a él, el vivero debe ser de 120 m² de área, para que contenga los espacios mínimos requeridos para la planeación del servicio propuesto. Debe contener 6 estantes para presentar los productos a comercializar y dos más que serán para el uso exclusivo del área de cultivo de reforestación la cual también los turistas y visitantes podrán apreciar, pero no podrán comprar.

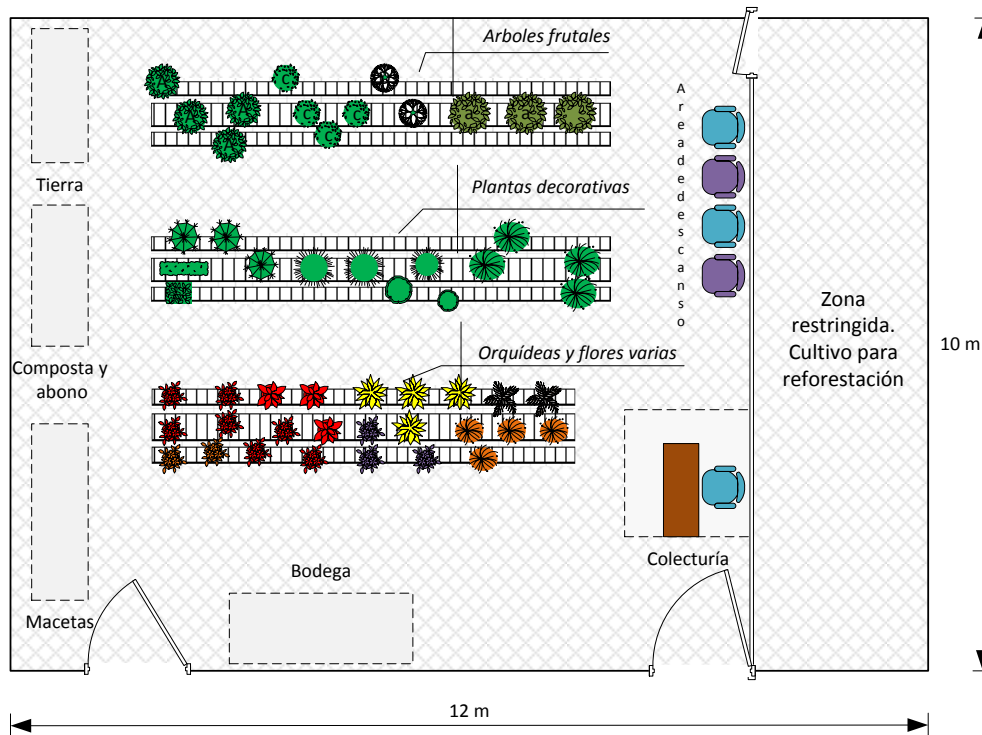
e) **Criterios Funcionales**

- El espacio de construcción debe ser accesible para todo tipo de público visitante.
- Se debe aprovechar el mayor espacio de exhibición posible.

f) **Criterios Constructivos.**

- Las paredes del vivero serán de malla de acero, recubiertas de tela tipo invernadero
- Utilización de señales turísticas estandarizadas dentro del vivero y sus alrededores.

Imagen 85 - Vista de planta propuesta vivero



g) **Criterios Constructivos.**

- Las paredes del vivero serán de malla de acero, recubiertas de tela tipo invernadero
- Utilización de señales turísticas estandarizadas dentro del vivero y sus alrededores.

I. CAMPING

El camping es una de la apuestas realizadas por el modelo de gestión para la diversificación del producto turístico, esto a raíz del estudio de mercado realizado en la etapa de diagnóstico del modelo, con el cual se determinó para el mercado objetivos, que una de las atracciones turísticas que los consumidores deseaban poder utilizar en el PNCV, era precisamente una zona de acampar, que contará con los requisitos establecidos y que además se pudiera alquilar aquellos elementos como bolsas de dormir, tiendas de campaña, lámparas solares, que serán parte integral de la experiencia en la zona de camping del PNCV.

a) **Requerimientos y especificaciones del servicio**

El servicio de camping es una de las apuestas claves que desarrollo el modelo de gestión, debido a su carácter innovador, ya que nunca se ha tenido dentro de la evolución del producto turístico del parque zonas de acampar; por lo que determinar de forma óptima los equipos e insumos de la operación de este servicio se vuelve indispensable, para crear las mejores experiencias eco-turísticas para visitantes y turistas. Como máximo una tienda de campaña con espacio para 5 personas dentro del PNCV constará de 2.5 m X 2.3 m, equivalente a 5.75 m², que según la normativa internacional dictada por la OMT es el mínimo requerido para poseer la óptima acomodación y flexibilidad de espacio. Además el área de camping posee una zona de uso común la cual podrá ser utilizada por los campistas para la realización de diferentes actividades. Dentro de los elementos claves que debe poseer el servicio eco-turístico de camping, están los elementos siguientes, los cuales propone el modelo de gestión en el diseño del servicio.

Tiendas de campaña.

Las tiendas de campaña que se tendrán a disposición y alquiler dentro del PNCV serán de dos tipos:

Tienda de campaña tipo canadiense⁹⁵.

Dentro de las características destacables de este tipo de tienda, se encuentran:

⁹⁵ (Hernández et al., 2011, p. 95)

Época del año: Para todo año.

Medidas: 240 x 190 + 80 x 170 cm. de altura.

Personas: Hasta 5 personas caben en la tienda.

Techo: Doble techo de nylon 190 T.

Tejido de la habitación: es un nylon transpirable que ayuda a evitar la condensación.

Puerta: De nylon con mosquitero.

Suelo: Tienda de campaña con suelo de Nylon Oxford 210 dnrs.

Varillas: Estructura de acero, 2 mástiles (el delantero en forma de V invertida, que va colocado por fuera de la habitación) y 1 cumbra en diámetro de 18 mm.

Usos: Grupos, camping, etc.

Medidas para almacenar: 18 x 18 x 66 cm

Cantidad: 16 tiendas



Figura 80 - Tienda de campaña tipo canadiense

Tienda de campaña tipo iglú⁹⁶.

Época del año: Para todo el año.

Medidas: 180 x 210 + 80 x 120 cm. de altura.

Personas: Hasta 5 personas.

Techo: Doble techo de poliéster con las costuras termoselladas y una buena impermeabilidad gracias a la columna de agua de 3.000 mm.

Tejido de la habitación: es un nylon transpirable que ayuda a evitar la condensación.

Puerta: De nylon con mosquitera.

Suelo: Tienda de campaña con suelo de rafia plastificada.

Varillas: Estructura de 3 varillas de fibra de vidrio de 7.9 mm.

Usos: Zona de camping .Poco peso y volumen.

Cantidad: 16 tiendas

⁹⁶ (Hernández et al., 2011, p. 96)



Figura 81 - Tienda de campaña tipo iglú

Actualmente en la industria eco-turística es la tienda más liviana y habitable; conjuga la facilidad de montaje, un mayor aprovechamiento del espacio interior y, a su vez, es autosustentable. Posee la característica de no ofrecer resistencia al viento, sino de acompañarlo y absorberlo. De este modo, al dejar de soplar el viento, la tienda recuperará por sí sola la vertical. La tienda iglú puede tener diversas formas como, por ejemplo, medio tubo o semiesfera. Esta última es más resistente y tiene más amplitud en su interior.

Características estructurales de las tiendas de campaña.

Mástiles: Son rígidos y generalmente usados para tiendas del tipo canadiense y para avances de algunas del tipo iglú.

Varillas: Son flexibles y se usan en las tiendas de tipo iglú. Las podemos encontrar en fibra de vidrio, en polietileno y en aluminio, siendo este último el material más resistente y ligero. Cuanto mayor sea el diámetro de la varilla, más resistente será, pero al mismo tiempo más pesada se tornará.



Figura 82 - Varillas para tienda de campaña.

Sujeción de las lonas: La fijación de las lonas de la tienda a las varillas o mástiles se puede hacer mediante los siguientes mecanismos. *Por clips:* Las lonas traerán unos clips de plástico que abrazarán en ciertos puntos a las varillas tensando la lona. Son fáciles de enganchar, mejoran la ventilación, y reducen el peso; pero crean puntos de tensión en la lona. *Por fundas:* Las lonas poseen unas fundas cosidas en el exterior por el que pasar de punta a punta la varilla. Necesitan más trabajo para pasar la varilla, impiden una mejor ventilación al no dejar pasar el aire, pero no crean puntos de tensión al repartirla por toda la tienda.



**Figura 83 - Elementos de sujeción de tiendas de campaña
ANCLAJE.**

La base del suelo y el doble techo de la tienda de campaña se aseguran al terreno clavando piquetas o estacas. Es posible encontrar diferentes tipos de anclaje que ayuden a ahorrar peso o que sean más resistentes. Existen dos variedades, piquetas de tierra, que son más estrechas (o simplemente varillas de acero) para conseguir que sea más fácil introducirlas en el duro suelo, y piquetas de nieve, las cuales no son relevantes para el modelo de gestión del PNCV.



Figura 84 - Anclajes para tiendas de campaña

Bolsas para dormir

Elemento indispensable para realizar convenientemente un campamento que sin duda generará una experiencia única en su tipo dentro del circuito turístico nacional.

Las bolsas de dormir estarán disponibles para todos aquellos turistas y visitantes que deseen alquilarlas para hacer más cómoda su estancia y crear una nueva forma de prestación de servicios turísticos con equipos de calidad. Para lo anterior se tendrán a disposición de todos los turistas y visitantes bolsas de dormir con características como las siguientes:

Tabla 140 - Bolsas para dormir. Servicio Camping

| Figura | Especificaciones |
|---|--|
|  | <p>Bolsas para dormir individuales.</p> <p>Temperatura mínima 4°C</p> <p>Medidas : 2.15 m x 0.80 m x 0.45 m</p> <p>Relleno: Hollo Tec I 300 gm/m²</p> <p>Tela Ext.: Polyester Taffeta 170T W/P.</p> <p>Tela Int.: Tricot 150 gm/m².</p> <p>Peso: 2.100 Kg.</p> <p>Cantidad: 25 bolsas de dormir</p> |
|  | <p>Bolsas para dormir familiares</p> <p>Tamaño 94" x 62"</p> <p>Tamaño empacado : 28" x 15.75" x 15.75"</p> <p>Peso : 16.5 lbs</p> <p>Temperatura mínima: 0°C</p> <p>Tela exterior: Taffeta</p> <p>Tela interior: 100% poliéster cepillado</p> <p>Tres Cierres laterales para mayor comodidad</p> <p>Cantidad: 15 bolsas de dormir</p> |

Lámparas Solares.

Es indispensable mantener una ambiente de armonía con la naturaleza durante la prestación de los servicios que propone el modelo de gestión; es por ello que para poder lograr niveles de iluminación adecuados durante la noche se contará con lámparas solares, tanto portátiles como de tipo torre dentro de la zona de camping determinada en etapas posteriores.

Las características básicas que debe poseer este tipo de lámparas solares son las siguientes:

Tabla 141 - Iluminación ecológica. Servicio Camping

| Figura | Especificaciones |
|---|---|
|  | <p>Panel Solar 70W 18V Lumen 4800 Batería LifePO4 Litio 24Ah 12.8V Tiempo de Operación 8-10 Hrs LED 40W Epistar Temp° Operación -20°C - 60°C Temp° Color 6000°K (Pure White) Certificaciones CE, ROHS,IP65 Dimensiones 114 x 32 x 14 cm Altura Recomendada 7-8 m Ángulo de Iluminación 120° Distancia Postes 18-22 m Peso 17.0 kg Vida Útil 50,000 hrs Extras: Se carga por el día, mientras en horas nocturnas mantiene una luminancia del 50% de su capacidad, hasta que su sistema infrarrojo detecta movimiento y opera al 100% de su capacidad. Cantidad solicitada: 6 lámparas.</p> |
|  | <p>Presenta de puerto de salida USB para cargar su teléfono móvil Carcasa de plástico, tapa de cristal y acero inoxidable, a prueba de golpes. Al colocar la lámpara bajo el sol, podrá obtener hasta 5 horas de autonomía, puede ser cargada a través del cable de CA. También puede ser alimentado por 3 pilas AA; 6 LED, bajo consumo de energía, la vida de operación hasta 100,000 horas. Ahorro de energía, portátil, alto brillo. Mejores Usos: Senderismo, y Camping Cantidad solicitada: 40 lámparas portátiles.</p> |

Es de aclarar que tanto la luminaria como la lámpara de mano, son completamente recargables a través del CA, previendo temporadas en que el sol por momentos no pueda cargar por completo las baterías de las lámparas disponibles para los campistas del PNCV.

Kit de primeros auxilios

La seguridad e integridad tanto de las pertenencias como física del turista y visitante, son de las premisas fundamentales en las que se basan las BPT, y por ende el modelo de gestión presentado. Es por ello que es necesario asegurar y velar oportunamente por que el turista esté a salvo durante la estancia dentro del PNCV, brindado el resguardo físico y capacitando al personal para atender cualquier emergencia oportunamente. Mantener un kit básico de primeros auxilios dentro del área de camping, tener acceso a una camilla de primeros auxilios y equipo de comunicación interna adecuado, es indispensable para ser la primera línea de ayuda directa ante una situación de emergencia. Por lo que cada uno de los equipos de apoyo anteriores será especificado en el apartado de requerimientos y especificaciones de los servicios de apoyo

También es necesario hacer uso de algunos consumibles varios, para lograr el impacto planeado desde el plan de mercadeo del modelo, brochures y recuerdos son parte esencial:

Tabla 142 - Consumibles servicio de camping

| PULSERA DE RECUERDO | INFORMACIÓN |
|--|--|
| <p>Pulseras promocionales, 10000 unid.</p>  | <p>Se entregara una pulsera como recuerdo a cada turista que adquiera el servicio de camping y se le solicitara que la utilice durante su uso del servicio. Las pulseras serán de tela damasco, bordadas con mensajes positivos relacionadas al parque, tal como la concientización ambiental.</p> |
| <p>Brochures o tripticos, 10000 unid.</p>  | <p>El brochure contendrá toda la información relacionada con el servicio de camping y las medidas de seguridad dentro de la zona de acampar, también informará sobre el costo del servicio y las facilidades que se brindad para comodidad de los turistas y visitantes.</p> |

b) Propuesta de diseño

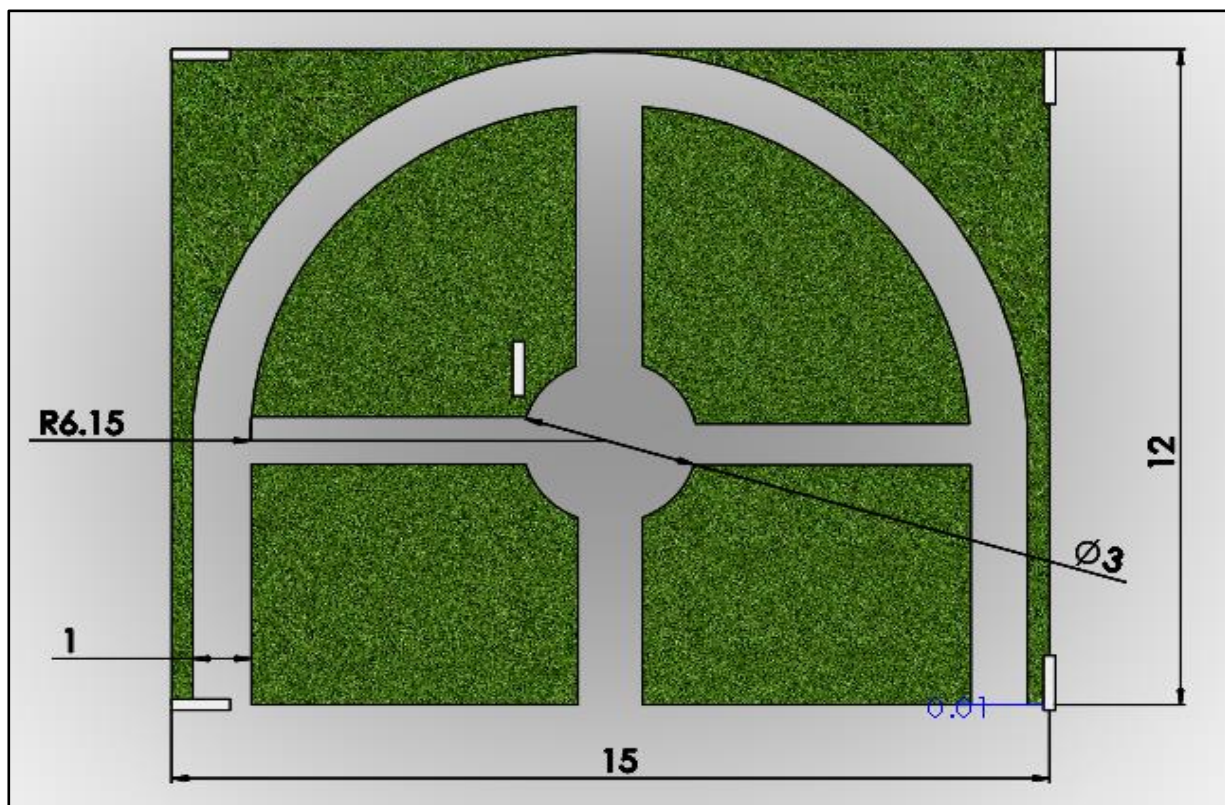
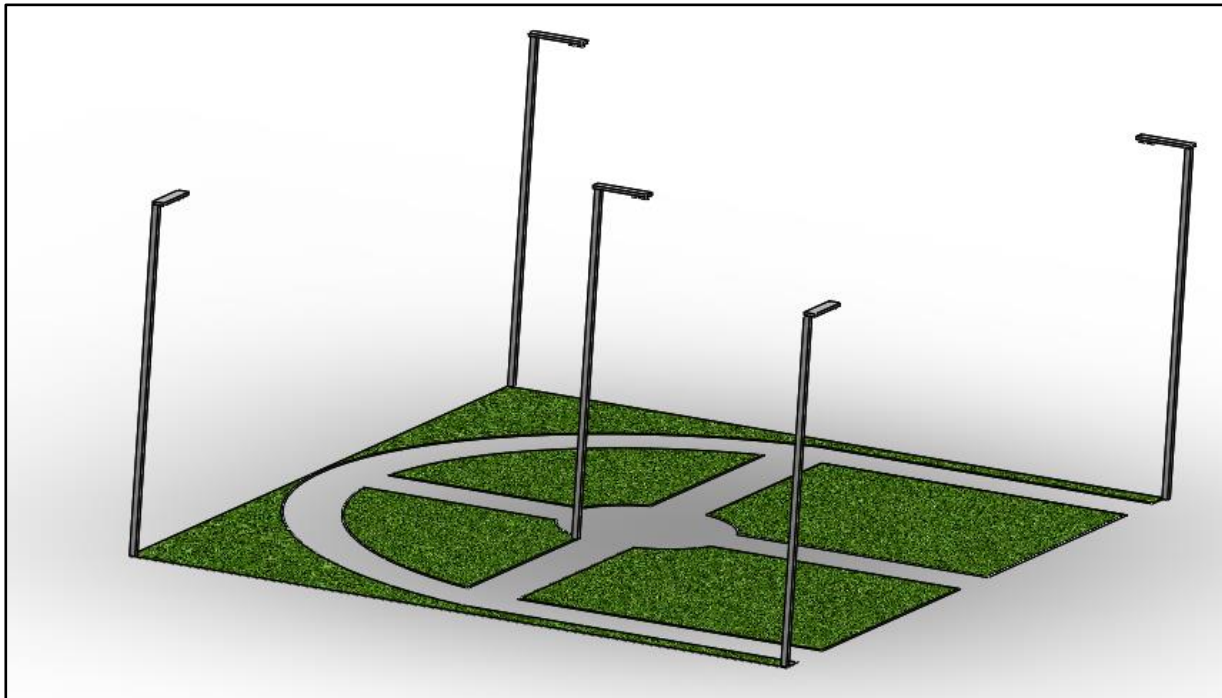


Imagen 86 - Propuesta de diseño de camping

J. ALOJAMIENTO

El servicio de alojamiento, actualmente se presta dentro de las instalaciones del PNCV, pero no es uno de los que no está generando ingresos notables, según el diagnóstico del modelo; por lo que su reactivación y mejora también ha sido contemplada en el modelo de gestión; ampliando la capacidad de alojamientos hasta 15 cabañas incluyendo las 6 actuales, evidentemente mejorado el diseño y la prestación del servicio, ya que según la encuesta de opinión realizada en la etapa de diagnóstico el alojamiento es una de los principales servicios que los turistas y visitantes esperan encontrar en el PNCV, en concordancia con lo anterior es imprescindible suplir las necesidades de ocio y esparcimiento que los potenciales consumidores manifiestan tener y desear encontrar en las instalaciones del PNCV.

a) Características de equipos e insumos.

Los insumos necesarios para la óptima prestación del servicio de alojamiento, serán bienes de tipo intermedio para el servicio, los cuales sirven exclusivamente para prestar correctamente el servicio al llevar al turista y visitante a la cabaña, para que haga uso de los elementos que se ofrecen con el servicio, es necesario determinar las características y cualidades que deben poseer estos elementos que configuran de forma alterna la prestación adecuada del servicio de alojamiento, con el propósito de lograr la mejor experiencia posible para los turistas que llegan al PNCV. Los insumos necesarios para la prestación del servicio son los siguientes:

Tabla 143 - Equipo e insumos para el Alojamiento (1 de 3)


| Equipo | Descripción | Cantidad |
|---|---|----------|
| DUCHA ELÉCTRICA  | <p>Características técnicas</p> <p>Presión de función; 10 a 400 kpa</p> <p>Grado de protección; ip 24</p> <p>Sistema de puesta a tierra; sí</p> <p>Resistencia blindada; sí</p> <p>Tela filtro-retenedora; sí</p> <p>Puede ser cargada mediante CA y utilizando baterías de celdas solares, trabajando a 115 v – 120 v</p> <p>Entre las características destacables de estos aparatos es posible mencionar su bajo consumo energético y la facilidad de reparación debido al tiempo antes de fallo establecido en 65000 horas de uso.</p> | 15 |

Tabla 143 – Equipos e Insumos para el alojamiento (2 de 3).

| Equipo | Descripción | Cantidad |
|--|---|-----------|
| <p>Mesas rústicas de madera</p>  | <p>Mesas rústicas de madera, son la combinación ideal para crear un ambiente más cercano y en contacto con la naturaleza, de forma tal que la cabaña se vuelva acogedora y llena de elementos que evoquen el contacto con la naturaleza.</p> | <p>15</p> |
| <p>Sillas de madera.</p>  | <p>Las sillas de madera que armonicen con la cabaña de tipo rústico son esenciales para crear una atmosfera más acorde al tema eco-turístico que el parque desea mantener a través del modelo de gestión, además la comodidad del turista siempre es relevante, pero sobre todo la experiencia que ha de vivir.</p> | <p>45</p> |
| <p>Mesas de noche de tipo rústico</p>  | <p>Un juego de dos mesas de noche de tipo rústico para cada habitación habilitada, que sirvan como complemento al ambiente de montaña que envuelve el servicio de alojamiento del PNCV, estas mesas son de tamaño estándar comercial, con el propósito de facilitar el proceso de gestión de compra de las mismas, con la salvedad que deben ser de pino.</p> | <p>30</p> |

Tabla 143 – Equipos e Insumos para el alojamiento (3 de 3).

| Equipo | Descripción | Cantidad |
|--|--|-----------|
| <p>Set de ropa de cama, baño y alfombras.</p>  | <p>Set completos de almohadas, toallas, alfombras y ropa de cama en general, se debe tener un 50% extra de sets cabaña con el propósito de mantener siempre disponibilidad de cambio cuando el cliente lo requiera. Los juegos constara por cabaña: 4 almohadas, 1 alfombra, 2 toallas, dos juegos de ropa de cama completos (sábana, sobre funda, y cubre cama). Claro está, acorde a las temperaturas promedio del PNCV.</p> | <p>22</p> |
| <p>Camas dúplex de madera rustica.</p>  | <p>Camas de madera rústica para cada habitación, siendo versátiles ya que cuentan con una cama extra tipo gabinete que hará más agradable la estancia de los huéspedes dentro del parque.</p> | <p>18</p> |

En cuanto a los consumibles necesarios para la prestación del servicio, se encuentran, muchos de los ya mencionados en otros servicios del modelo, por lo que sus características con similares para ellos. Entre los consumibles que el modelo exige para el servicio de alojamiento están:

- Consumibles e insumos de limpieza e higiene, mencionados en el apartado del mismo nombre del centro interpretativo.
- Recuerdos por la visita, en este caso se utilizará las pulseras alusivas al PNCV, mencionadas en la tabla 43 de la etapa, con una cantidad de 1200 unidades para el servicio de alojamiento.

b) Propuesta de diseño

Debido a las particularidades del terreno y al componente ecológico que profesa el modelo de gestión, el alojamiento propuesto debe ir acorde a los estándares eco-turísticos expuestos en el modelo y además de ellos, estar alineados a los objetivos estratégicos que rigen el actuar de las decisiones de los gestores del PNCV.

Es por ello, que el diseño propuesto involucra materiales eco-amigables, desde la construcción macro de 9 cabañas individuales, adicionales a las 6 ya existentes, y el equipamiento también, muy estrechamente relacionado a la conservación del medio ambiente y evitando la contaminación a límites soportables para el PNCV.

Los equipos con los que se adecuan las cabañas, han sido pensados para que armonicen con el sentido de protección y cuidado ambiental, respetando los estándares delimitados internacionalmente para los destinos eco-turísticos de montaña, pero incorporando oportunamente las premisas fundamentales de las BPT que buscan en todo momento brindar la mejor atención posible a turistas y visitantes, además de cuidar el entorno natural, que hace posible la mejora del producto turístico del parque. Para el diseño estructural de las cabañas se propone, el uso de madera de pino de bosques renovables, para los muebles de igual forma deben ser de madera tipo rústica, para que amalgame de forma íntegra con el ambiente ecológico del parque, mientras que para los techos se propone sean construidos con un sistema de recolección de aguas lluvias, el cual se mostrará en el apartado a continuación.

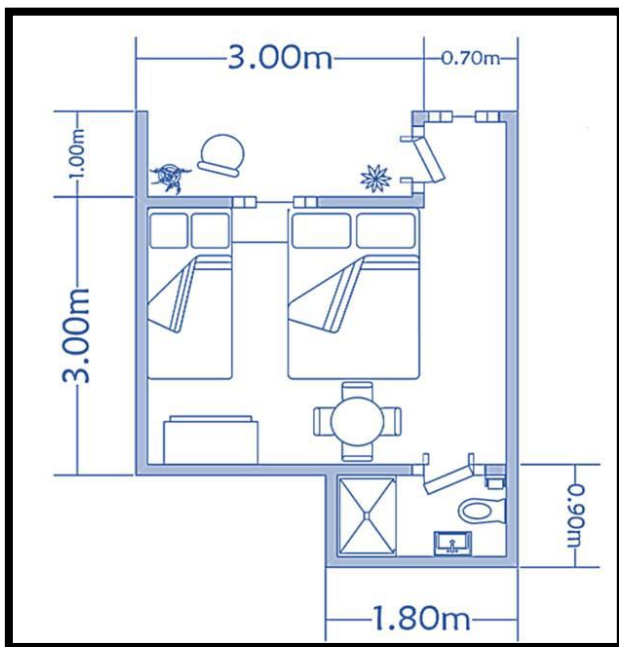


Figura 85 - Diseño propuesto para cabañas de alojamiento⁹⁷.

⁹⁷ (100 hojas de arquitectura, 1982, p. 6)

c) **Diseño propuesto para un sistema de recolección de agua lluvia.**

Es necesario aprovechar todas las fuentes de recurso hídrico, especialmente cuando dentro del modelo se contempla y analiza la escasez de este invaluable recurso dentro del PNCV, como respuesta a esa necesidad presentada durante el desarrollo del diagnóstico del modelo, es indispensable crear a manera de propuesta, una solución que vincule apropiadamente la recolección de agua lluvia para usos generales dentro del parque.

Para poder brindar un buen servicio turístico se requiere contar con una fuente de agua potable, para esto es necesario conocer el consumo promedio de agua por ser humano, según la Organización Mundial de la Salud (OMS) este asciende a 50 litros por día, en condiciones normales, pero al descontar el agua para beber de 2 a 3 litros por día, para el caso del parque por cuestiones de bajas temperaturas este número tiende a ser menor en un 30%. Así se debe diseñar un tanque o cisterna con capacidad para dar suministro de agua a 16,200 personas por mes en promedio, para 20 litros por persona, por un periodo de 6 meses, se requerirá una capacidad de captación de 1,944,000 litros es decir de 1944 m³ que servirá para el uso de los turistas. Para esto se plantea la propuesta de la captación y recolección del agua lluvia a un tanque para realizar su distribución después. Por lo que se propone el uso de un SCAPT, Sistema de Captación de Aguas Pluviales en Techos

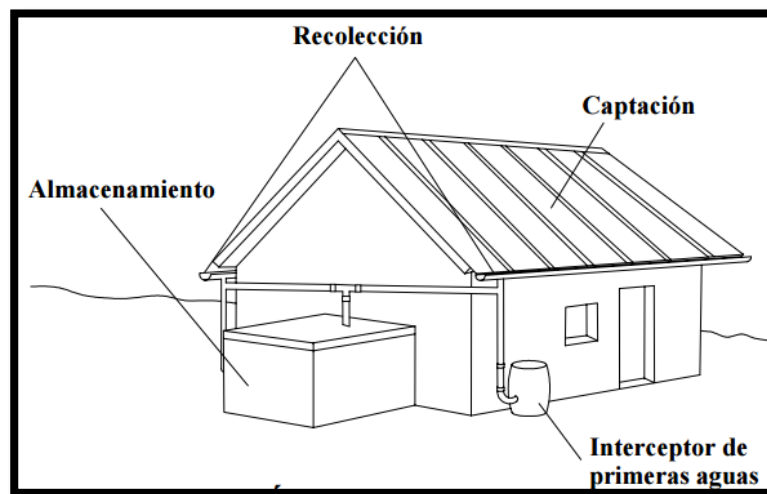


Figura 86 - SCAPT, Sistema de Captación de Aguas Pluviales en Techos

Tabla 144 - Consideraciones generales de la SCAPT

| Para recolectar agua de lluvia a través de un SCAPT el sistema incluye: | Para almacenar agua de lluvia también se necesitan conocer algunos datos como: |
|---|---|
| 1. Un área de captación que en este caso serán los techos | Valores anuales de precipitaciones y su distribución mensual. |
| 2. Un sistema de filtro y pre-filtro | La superficie del área de captación disponible: se refiere a las medidas del techo donde caerá el agua a recolectar |
| 3. Un sistema de conducción de agua mediante canaletas y caños PVC | Si los techos no presentan buenas condiciones para recibir la lluvia, se deben reacondicionar para lograr la captura apropiada. |
| 4. El área de almacenamiento que será la cisterna | El consumo de agua promedio y los usos esperados. |
| 5. Un sistema de extracción | La capacidad de la cisterna es decir la cantidad de agua que podrá almacenar, en este caso se requiere que sea de 30m ³ por cabaña |

El agua recolectada, solo podrá ser utilizada para fines de uso general, como riego de áreas verdes, uso en inodoros y otros usos que no demanden agua potable dentro del PNCV.

A continuación se presenta un esquema de diseño de la cisterna y la ubicación del sistema de extracción (bomba), que servirá para distribuir el agua a un solo tanque de capacitación y luego distribuirla al sistema de tuberías por gravedad, ahorrando energía y dinero para el PNCV.

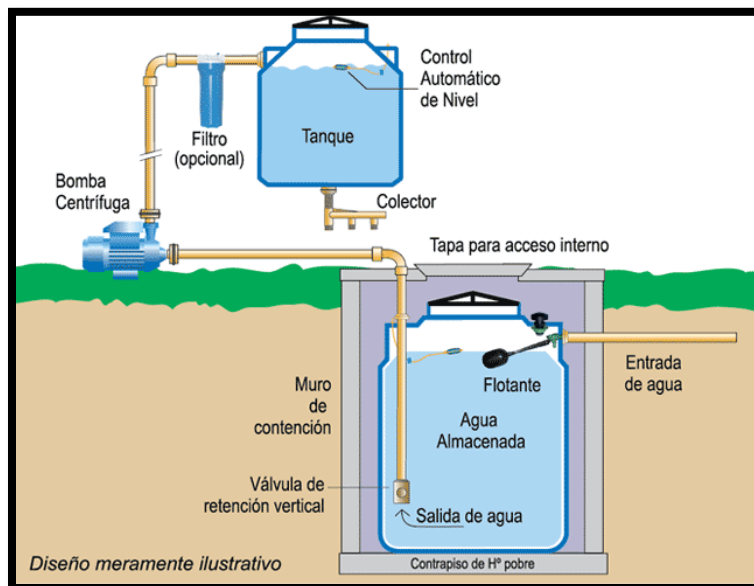


Figura 87 - Tanque de captación y distribución de agua

Como se ha mencionado con anterioridad, el agua recolectada en el tanque será enviada a un sistema único de captación para ser distribuida a demanda por todo el PNCV.

Los tamaños y capacidades de cisterna varían desde 1200 lts, 2800 lts, 5000 lts y 10000 lts, según se muestra en la imagen siguiente:

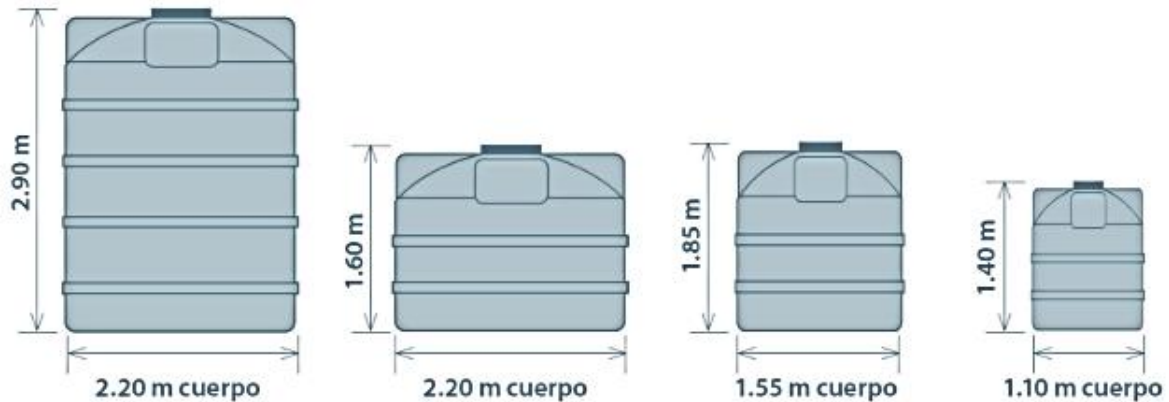


Imagen 87 - Dimensiones de cisternas

Necesitando 1944 m³ de agua lluvia para un periodo de 6 meses y tomando en consideración las dos estaciones climáticas que posee El Salvador se propone una cisterna subterránea con capacidad de 10000 litros, de la cual se estará abasteciendo los tanques mediante bombeo y así distribuirla por gravedad a las actividades donde se necesita este líquido.

Tabla 145 - Características de Cisterna

| Cisterna Rotoplast de 10000 litros | Características |
|------------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Garantía de por vida. • Tecnología Expel que ayuda a inhibir la reproducción de bacterias. • Filtro Hydronet retiene sedimentos y tierra evitando que la tubería se tape. • Fabricada especialmente para ser enterrada. • La instalación es fácil y práctica. |

K. SERVICIOS DE APOYO A LA OPERACIÓN TURÍSTICA.

Existen una serie de servicios que brinda soporte a los servicios turísticos de primera línea, es decir aquellos por los cuales turistas y visitantes acuden a las instalaciones del PNCV, los servicios de soporte son parte fundamental del producto turístico del parque, dado que son los responsables de que los servicios primarios, estén disponibles y en funcionamiento cuando los turistas y visitantes así lo requieran; también son estos servicios de apoyo los encargados de prestar el óptimo mantenimiento a las atracciones y equipos del parque. Los servicios de apoyo en los cuales se sustentan el resto de servicios turísticos del parque, también poseen elementos claves que favorecen el desempeño general, por lo que poseer las herramientas y procesos adecuados garantiza que cada uno de los servicios diseñados en el apartado anterior se brinden con la mejor calidad posible, ofreciéndolo de forma tal que el turista y visitante satisfaga sus expectativas de ocio y recreación en el mejor ambiente de montaña del El Salvador. Entre los servicios de apoyo que soportan el funcionamiento turístico del PNCV están:

a) Colecturía, información al turista y reservaciones.

El servicio de colecturía es vital para emplazar el desarrollo y sostenibilidad del parque, todos los servicios propuestos, requieren de un cobro para poder hacer uso de ellos, por lo que la colecturía es el primer paso del eslabón en la prestación de servicios turísticos, y su funcionamiento adecuado depende en gran medida de los insumo necesarios para desarrollar la labor de forma correcta. Por lo que en este apartado se pormenorizan los equipos que los servicios de apoyo deben utilizar para que los servicios de primera línea cumplan con su fin encomendado. Parte vital de la actuación de los kioscos informativos será la atención oportuna a los turistas y visitantes, al despejar las dudas de los servicios ofrecidos; también los colaboradores a cargo de estos procesos, son los encargados de realizar y verificar la información necesaria, respecto a las reservaciones de las cabañas y las áreas de camping, los elementos necesarios para la prestación de los servicios de apoyo, son los siguientes:

- 2 Kioscos
- 4 Sillas
- 4 Escritorios
- 2 caja registradora
- 2 Archiveros
- Tickets y facturas
- Sellos oficiales
- Consumibles de oficina.

Para brindar la atención al turista sobre las actividades turísticas se requiere de un punto específico, por lo que la creación de dos kioscos donde se pueda orientar de manera personal y solventar las interrogantes presentadas por los interesados en adquirir el servicio turístico, se hace indispensable y será en este lugar donde a la vez se podrá hacer la compra de los servicios turísticos.

Tabla 146 - Mobiliario e infraestructura de kiosco (1 de 3)

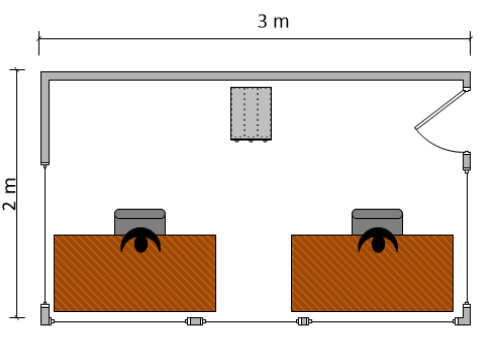



| COLECTURIA Y CENTRO DE INFORMACION AL TURISTA | | Cantidad |
|---|--|----------|
|  |  | 2 |
| ESCRITORIOS | Características | Cantidad |
|  | <ul style="list-style-type: none"> a) Melamina termofusionada de 19 mm de espesor. b) Cantos protegidos con chapacinta de pvc de 1mm de espesor. c) Pintura epóxica texturizada. d) Lamina calibre 22/ tubular de 2 x 1 calibre 20. e) Tapones planos de plástico f) Tapón tipo garra de plástico de polipropileno. g) Tubo de 1/2 / varilla de 3/8. h) Correderas de 30 cm embalinadas. | 2 |
| Sillas de Oficina | Carácterísticas | Cantidad |
|  | <ul style="list-style-type: none"> a) Asiento con ajuste de altura Toplift b) Soporte lumbar flexible y acolchado c) Mecanismo de inclinación basculante d) Respaldo ergonómico en malla transpirable e) Apoyabrazos acolchados ajustables f) Reposacabezas regulable en altura g) Base y estructura en metal cromado h) Resistencia: hasta 150kg | 2 |

Tabla 146 - Mobiliario e infraestructura del kiosko (2 de 3)

| Archivero | Características | Cantidad |
|---|---|-----------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> a) Estructura metálica de acero calibre 22 (0.70mm) b) Medidas: Altura. 1.32; Ancho 0.46; Fondo 0.62 mts. c) Rieles telescópicos de acero en cada gaveta d) Gavetas cerradas hasta la parte superior, para colgar carpetas e) Cada gaveta con capacidad de carga de hasta 130 lb. f) Haladeras decorativas de poliuretano g) Acabados con Pintura Electroestática en polvo. | <p>2</p> |
| Caja Registradora | Características | Cantidad |
|  | <ul style="list-style-type: none"> a) Caja Registradora Térmica. b) Teclado Teclas (ER-280M) o c) Papel 57 mm. d) Impresión de Logotipo Gráfico. e) Visor Alfanumérico de 2 líneas. f) Lector de Tarjetas SD. g) 6 Empleados. h) 3000 Líneas de Cinta Electrónica. i) 1 Puerto RS-232. j) Cajón Grande 8M/4B. k) 430 x 450 x 242 mm. | |
| Equipo de comunicación | Características | Cantidad |
|  | <ul style="list-style-type: none"> a) 16 : canales b) 4 :Watts de potencia de radio c) Encricpion de Voz d) Señalización : Fleet Sync e) Scan: Rastreo de canales f) Password de acceso g) Multimodo : que opere en banda angosta y ancha para programación h) Frecuencia : 450 a 490 Mhz i) Manejo: Bajo Lluvia Torrencial e inclemencias del tiempo. j) Programable y Ajustable por PC con Software Amigable Bajo Ambiente Windows. k) Manejo de Encodificación alfanumérica Pttid , numérica Dtmf l) Chasis de poli carbonato. | <p>2 pares</p> |

Tabla 146 - Mobiliario e infraestructura del kiosko (3 de 3)

| Botiquín de primeros auxilios | Características | Cantidad |
|--|--|----------|
|  | Especificadas en el apartado de equipo de apoyo para primeros auxilios. | 2 |
| Camilla de primeros auxilios | Características | Cantidad |
|  | Especificadas en el apartado de equipo de apoyo para primeros auxilios. | 2 |
| Teléfono celular | Características | Cantidad |
|  | Características Pantalla 4.3", 480 x 800 pixels Procesador Spreadtrum dual-core 1.2 GHz, 512MB RAM 4GB, microSD Cámara 5 MP Batería 1850 mAh Android 4.4 Perfil: 8.9 mm, 122 g. Utilizado para el servicio de reservas. | 2 |

m) Mantenimiento y limpieza

El aseo general y mantenimiento del PNCV es fundamental para lograr la mejor experiencia al turista y visitante, por lo que mantener la limpieza de las instalaciones necesitará de poseer los insumos adecuados para preservar por el mayor tiempo posible y en las mejores condiciones el parque. Dentro de los insumos necesarios para la limpieza, mantenimiento e higiene del PNCV, es posible mencionar:

Tabla 147 - Insumos para limpieza y mantenimiento (1 de 2)










| Limpieza General del PNCV | | |
|---|--|-----------------|
| INSUMOS | | Cantidad |
| <p>Desinfectante orgánico para pisos: se usa tanto para la desinfección como para aromatizar el centro interpretativo, se utilizara para pisos en general.</p> |  | 5 galones/mes |
| <p>Limpia vidrios: se utilizara para la limpieza de cristales y espejos en las diferentes áreas del centro que así lo necesiten.</p> |  | 5 galones/mes |
| <p>Limpia Pantallas: Su uso será exclusivo para la limpieza de las pantallas que funcionen dentro del centro como ayuda visual.</p> |  | 2 litros/mes |
| <p>Aceite para pulir madera: se utilizara en todo tipo de muebles de madera y ventanas para eliminar suciedad y dar brillo para el mantenimiento de los mismos, especialmente porque la estructura general del centro debe ser realizada con materiales amigables con el medio ambiente, para el caso, se propone madera local como material de construcción</p> |  | 3 galones/mes |
| <p>Trapeadores y mopas: estarán destinados a usarse en pisos con la consideración de destinar específicamente la cantidad necesaria para este espacio.</p> |  | 3 unidades/mes |
| <p>Franelas y sacudidores: las primeras serán destinadas a la limpieza de maderas y cristales, mientras los segundos, serán para la eliminación de polvo de las superficies y absorción de líquidos.</p> |  | 10 unidades/mes |

Tabla 147 - Insumos para limpieza y mantenimiento (2 de 2)

| Limpieza General del PNCV | | |
|--|--|--|
| <p>Escobetas para techo: se utilizaran para remover polvo y suciedad de los techos y demás áreas de acceso a niveles elevados.</p> |  | <p>3 unidades/mes</p> |
| <p>Rastrillos: Serán utilizados para la limpieza y ornato de las áreas verdes comunes en todo el parque, los desechos de origen orgánico serán utilizados en la planta de compostaje.</p> |  | <p>5 unidades/mes</p> |
| <p>Basureros para reciclaje: Serán dispersos por todo el parque en puntos estratégicos, con el fin de disminuir el impacto al ambiente ocasionado por los desechos generados por el parque. El color azul es para papel y cartón El amarillo es para plásticos El verde para latas El gris para desecho orgánicos</p> |  | <p>15 basureros de cada color determinado.</p> |
| <p>Las herramientas básicas para dar mantenimiento y a los diferentes tipos de plantas que se comercializan en el vivero, 1 Pala, 3 Mangueras, 4 Tijera, 1 Podadora, 6 Regaderas, 5 pares de guantes, 3 Rastrillos, 1 carretilla y diferentes equipos varios de jardinería, solicitados a demanda. Todo lo anterior representa un kit de jardinería para el modelo de gestión.</p> |  | <p>1 kit/año.</p> |
| <p>Herramientas Varias: La herramientas y equipos necesarios para reparaciones eléctricas, de albañilería, de fontanería y de carpintería; estas son necesarias para poder atender todo tipo de necesidades de mantenimiento del parque. El kit básico contemplado por el modelo, será el listado a continuación de esta tabla.</p> |  | <p>1 kit/año</p> |

Dentro de la lista de elementos básicos con lo que debe dotarse servicio de mantenimiento del PNCV, se encuentran las siguientes herramientas:

- | | | |
|-------------------------------|----------------------|--------------------------------|
| a) Almágana y martillo | i) Cuerda | r) Sierras |
| b) Machete | j) Cincel | s) Esmeril Angular |
| c) Pala | k) Estaca | t) Limas |
| d) Pico | l) Escuadra metálica | u) Taladro |
| e) Macana | m) Alicates: | v) Tornillería varia y clavos. |
| f) Carretilla | n) Desatornilladores | |
| g) Manguera | o) Plomada | |
| h) Cuchara de albañil y llana | p) Cinta métrica | |
| | q) Nivel | |

f) **Equipo de apoyo para primeros auxilios.**

Camilla de primero auxilios

Las camillas sirven como equipo de apoyo en situaciones de accidentes, están diseñadas para el transporte y la inmovilización de la persona que haya sufrido una situación no esperada. Las camillas deben ser fabricadas bajo estrictas normas de calidad, garantizando una correcta inmovilización y transporte del paciente incluso con posibles lesiones vertebrales.

Especificaciones:

- Camilla flotante en polietileno de alta densidad.
- 100% reciclable y amiga con el Medio Ambiente.
- Asas ergonómicas para facilitar la labor del rescatista.
- Bordes cuyo ángulo permite que entren rodando.
- Fácil y cómoda limpieza.
- Arnés reflectivo de sujeción en cinco (5) puntos.
- Soporte para colgar y Señal Preventiva.
- Resistentes a los rayos UV.
- Soporte de hasta 142 Kg de peso.
- Resistentes a fuertes impactos.
- Medidas 183 x 46 x 4 cm.

Botiquín de primero auxilios

El botiquín de primeros auxilios debe estar accesible para utilizarlo rápidamente en caso de accidente. Es necesario tener un botiquín completo en los lugares accesibles, tal como la caseta de guías turísticos y otro con los elementos básicos para una atención primaria y de emergencia ubicado en alguna de las plataformas del recorrido del canopy. También, para una mayor rapidez, el guía especializado de canopy puede llevar dicho botiquín (con los elementos básicos) en una mochila.

Para armar el botiquín y completarlo con la cantidad de equipo adecuado, se debe tener en cuenta el número de turistas del grupo, la zona a recorrer y los recursos disponibles. También tener en cuenta los problemas médicos que los usuarios pueden tener, tal como diabetes, alergia, asma, entre otros. El botiquín debe ser un recipiente de material durable, no corrosivo, resistente al agua, que se pueda cerrar herméticamente tras haber sido utilizado y estar compuesto como mínimo por los siguientes elementos:

- a) Guantes descartables
- b) Bolsas para descartar material contaminado
- c) Gasas y vendajes
 - Vendas
 - Gasas estériles
 - Gasas comunes
 - Tela adhesiva tipo alergénica
 - Bandas autoadhesivas
- d) Desinfectantes
 - Jabón
 - Solución de yodo
 - Solución fisiológica
- e) Jeringas sin aguja para lavar heridas
- f) Tijeras de acero inoxidable
- g) Pinzas de depilar
- h) Azúcar y sales de rehidratación
- i) Crema para quemaduras
- j) Tabletas de analgésicos
- k) Linterna con batería de repuesto

Cuerda estática de al menos 60 m de longitud y 9 mm de diámetro

Las cuerdas estáticas sirven para asegurar al turista y a los guías en el desarrollo de la actividad de canopy, son fabricadas con poliamidas poco elásticas, cuyas fibras se disponen paralelamente evitando así el efecto de elongación.

Características de las cuerdas, respecto a la carga máxima que soporta y el alargamiento de esta según su diámetro:

Tabla 148 - Características de cuerda de canopy

| Diámetro milímetros | Carga máxima Rotura (kg) | Alargamiento % |
|--------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| 9 | 2.400 | 8.8-9 |
| 11 | 3.200 | 5.8 |

I) Servicio de seguridad.

Los servicios de seguridad del parque también representan un pilar fundamental en la calidad del producto turístico ofrecido por ISTU a través de PNCV. Ya que garantizan la integridad de física y de las pertenencias de turistas y visitantes. La seguridad es coordinada con POLITUR y es brindada conjuntamente con la FAES, es por ello que la labor de los elementos de seguridad del parque es únicamente de vigilancia y monitoreo de todas las áreas del parque; por ello la comunicación constante es vital para mantener un adecuado nivel de seguridad en todo el perímetro del parque y en todas las áreas en donde se desarrollan las actividades turísticas. También los miembros del equipo de seguridad del parque son los encargados de primera línea en brindar los primeros auxilios cuando la situación lo requiera. El equipo básico con que este servicio debe contar es el siguiente:

Tabla 149 - Equipos e Insumos servicio de seguridad

| Servicio de seguridad y primeros auxilios | | |
|---|---|----------------|
| Equipo e insumos | | Cantidad |
|  | <p>El kit debe contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> Guantes descartables Bolsas para descartar material contaminado Gasas y vendajes Desinfectantes Jeringas sin aguja para lavar heridas Tijeras de acero inoxidable Pinzas de depilar Azúcar y sales de rehidratación Crema para quemaduras | 2 |
|  | <p>Todos los miembros del equipo de seguridad deberán portar un equipo de comunicación, tanto entre ellos como con las casetas de información. Los equipos deben tener un alcance de 8 Km para monitorear todas las áreas del PNCV.</p> | 3 pares |
|  | <p>Uniformes para los colaboradores del área, que dependerán directamente de la supervisión de servicios administrativos. Incluye botas, gorra y guantes.</p> | 6 semestral |
|  | <p>Bastón retráctil, para someter en caso se usar la fuerza, a alguna persona que no pueda ser controlada por medio de la anulación verbal y llamados fuertes de atención.</p> | 3 unidades |

m) Servicios Administrativos

Buena parte del modelo de gestión se basa en los servicios administrativos y la forma en que se gestionan; por lo que como servicio de apoyo es fundamental que deba tener ampliamente relacionado todas las áreas componentes del modelo de gestión ya que a través de este servicio del parque, el resto del producto turístico obtiene las características clave que da el modelo de gestión al operar y diversificar los servicios turísticos prestados en el PNCV. Al igual que el resto de servicios de apoyo, los servicios administrativos y de gestión necesitan equipo e insumos para operar eficientemente el modelo de gestión, por lo que podemos definir los siguientes:

- 1 Oficina administrativa. (Se utilizará la actual)
- 5 sillas ergonómicas

Características técnicas requeridas:

1. Asiento con ajuste de altura Toplift
2. Soporte lumbar flexible y acolchado
3. Mecanismo de inclinación basculante
4. Respaldo ergonómico en malla transpirable
5. Apoyabrazos acolchados ajustables
6. Reposacabezas regulable en altura
7. Base y estructura en metal cromado
8. Resistencia: hasta 150kg

- 5 Escritorios

Características técnicas requeridas:

1. Melamina termofusionada de 19 mm de espesor.
2. Cantos protegidos con chapacinta de pvc de 1mm de espesor.
3. Pintura epóxica texturizada.
4. Lamina calibre 22/ tubular de 2 x 1 calibre 20.
5. Regatón tipo llanta chica de plástico de polipropileno.
6. Tapones planos de plástico
7. Tapón tipo garra de plástico de polipropileno.
8. Tubo de 1/2 / varilla de 3/8.
9. Correderas de 30 cm embalinadas.

- 5 Computadoras de escritorio

Características

1. Microprocesador base
2. AMD Athlon™ X2 DualCore 5400+ cache L1 128kb y L2 1mb 2800mhz.
3. Intel® Core I5® 1MB 2400mhz
4. Memoria DDR 667 1024 MB mínimo

5. Disco rígido 160 GB interfaz SATA
6. Unidades Ópticas
7. Lectgrabadora de DVD 16x mínimo, interfaz EIDE/SATA
8. Teclado español tipo QWERTY expandido de 101 teclas incluyendo 12 teclas de función, teclado numérico separado y juego de 4 teclas para desplazamiento del cursor independientes dispuestos en forma de "T" invertida, indicadores luminosos de actividad de mayúsculas, teclado numérico, scroll lock y teclas de Windows, controles multimediales opcionales.
9. Mouse con sensor de movimiento totalmente óptico, con al menos 2 botones, rueda de scroll y su correspondiente software.
10. Gabinete con fuente de poder: 400w ATX de alta eficiencia.
11. Monitor CRT Color de 17" FLAT.
12. Resolución mínima 1024x768 píxeles.
13. Conectores DSub. u Opcional Monitor LCD 17"

- 6 Archiveros metálicos de cuatro gabinetes
- 3 impresoras multifuncionales
- 1 teléfonos celulares básico.

Características básicas

1. Pantalla 4.3", 480 x 800 pixels
2. Procesador Spreadtrum dual-core 1.2 GHz, 512MB RAM
3. 4GB, microSD
4. Cámara 5 MP
5. Batería 1850 mAh
6. Android 4.4
7. Perfil: 8.9 mm, 122 g

- Sellos oficiales
- Consumibles de oficina.

Tabla 150 - Equipo para servicios administrativos (1 de 2)

| Servicios Administrativos | |
|----------------------------------|--|
| OFICINA ADMINISTRATIVA | |
| |  |

Tabla 150 – Equipos para servicios administrativos (2 de 2)

| | |
|---|--|
| <p>5 ESCRITORIOS</p>  | <p>5 SILLAS</p>  |
| <p>6 ARCHIVEROS</p>  | <p>5 COMPUTADORAS</p>  |
| <p>2 Radios de comunicación</p>  | <p>1 Botiquín de primeros auxilios</p>  |
| <p>Artículos de oficina</p>  | <p>Sellos oficiales</p>  |
| <p>1 Teléfonos celular</p>  | <p>3 Impresores Multifunción</p>  |

5.3.4.2 Distribución en planta de los servicios turísticos

Para el adecuado funcionamiento de las actividades del parque, se debe considerar la disposición de las áreas físicas con que se cuenta, involucrando todas aquellas áreas que son indispensables para su funcionamiento y poder así ofrecer un mejor ambiente y atención adecuada a los turistas y visitantes.

Las áreas físicas de importancia, son las siguientes:

- | | |
|---|---|
| 1. Administración | 2. Caseta de guías turísticos |
| 3. Caseta de entrada | 4. Colecturía y Centro de información 1 |
| 5. Colecturía y Centro de información 2 | 6. Cabañas |
| 7. Vivero | 8. Centro interpretativo |
| 9. Camping | 10. Péndulo |
| 11. Cuerdas altas | 12. Canopy |
| 13. Mirador panorámico | 14. Mirador rinconcito del bosque |
| 15. Bodega | 16. Tanque de captación de agua |
| 17. Restaurante | 18. Baños públicos |
| 19. Parqueo | 20. Juegos de niños |
| 21. Centro de acopio | |

a) Descripción de las áreas

Administración

Esta área es utilizada por el jefe del parque y supervisores para la planeación y desarrollo de las actividades administrativas que conlleven al funcionamiento adecuado del parque.

Posee un área de 228 m².

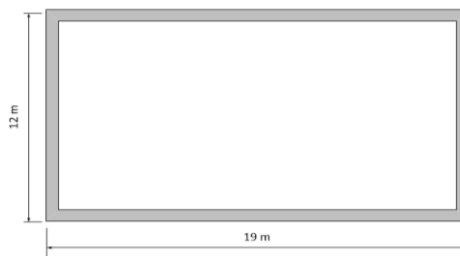


Figura 88 - Área de oficinas de administración

Caseta de guías turísticos

Esta caseta alberga a los guías turísticos, donde planifican las actividades turísticas y así mantenerse a disposición de los turistas y visitantes que requieren de sus servicios.

La ubicación es a la entrada del parqueo y cuenta con 12 m² de área.

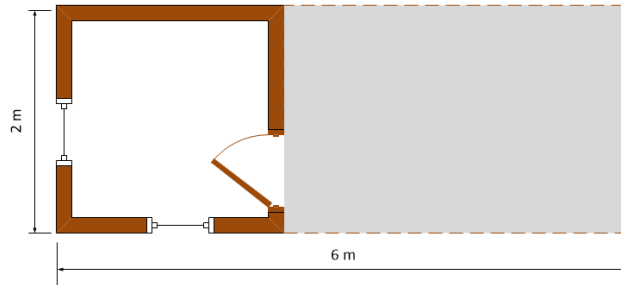


Figura 89 - Área de caseta de guías turísticos

Caseta de entrada

Esta caseta está ubicada a la entrada del parque y tiene como propósito realizar el cobro respectivo por el ingreso a las instalaciones del parque. Cuenta de 12 m².

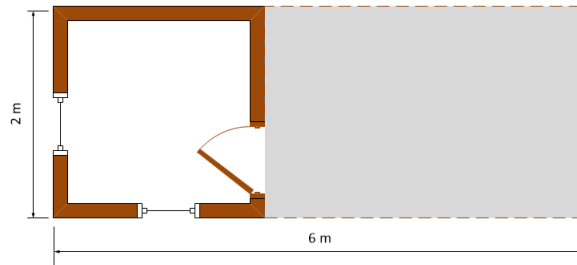


Figura 90 - Área de caseta de entrada

Kiosco de colecturía y centro de información al turista 1 y 2

Estas áreas son las encargadas de brindar información acerca de los servicios turísticos del parque o cualquier inquietud que posean los turistas, además se podrá hacer el pago de los servicios que se adquieran.

Son dos kioscos con un área total por cada uno de 6 m², que deben estar equipados con dos escritorios, dos sillas, un archivero y un contómetro.

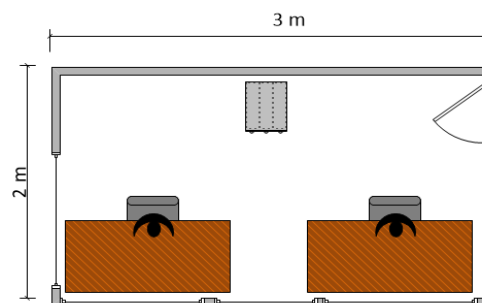


Figura 91 - Área de Colecturía y Centro de Información

Cabañas

Actualmente se poseen dos cabañas dúplex y dos cabañas individuales y la propuesta contempla 9 cabañas individuales.

A continuación se detallan las áreas correspondientes a las cabañas.

Cabañas dúplex

Las cabañas dúplex poseen un área total de 58.7 m²

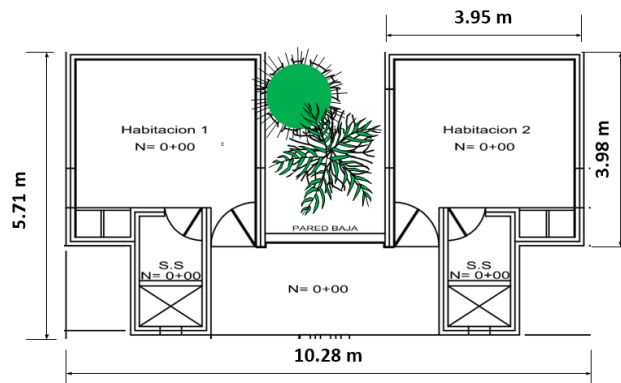


Figura 92 - Área de cabañas dúplex

Cabañas individuales

El área total de las cabañas individuales es de 48.25 m².

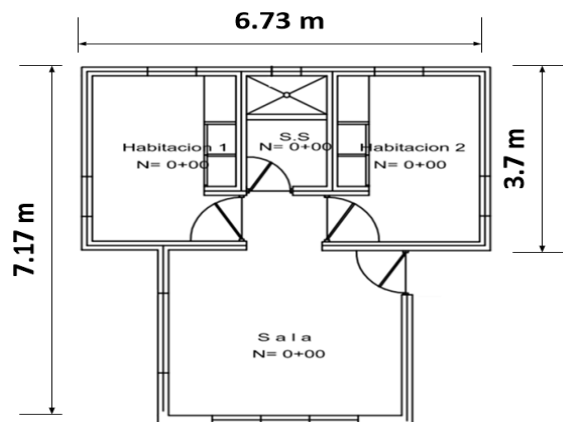


Figura 93 - Área de cabañas individuales

Cabañas propuestas

La propuesta contempla 9 cabañas individuales adicionales a las existentes con un área total de 16.40 m² por cada cabaña, cuenta con un corredor de 3 m² para la colocación de una silla y hamacas. Las habitaciones tienen un área de 11.10 m². El baño 1.62 m², equipado con inodoro, lavabo y ducha.

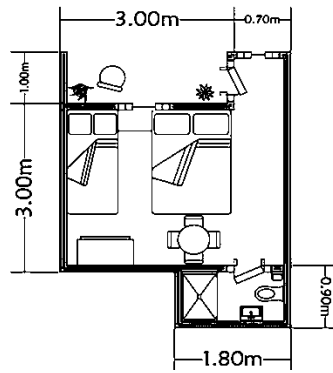


Figura 94 - Área de Cabañas propuesta

Vivero

El vivero cuenta con área total de 120 m², donde los turistas y visitantes podrán adquirir plantas, masetas, tierra, compostas y abono. Colecturía estará al interior del vivero y también incluye un área especial para plantas que se utilizarán para reforestación.

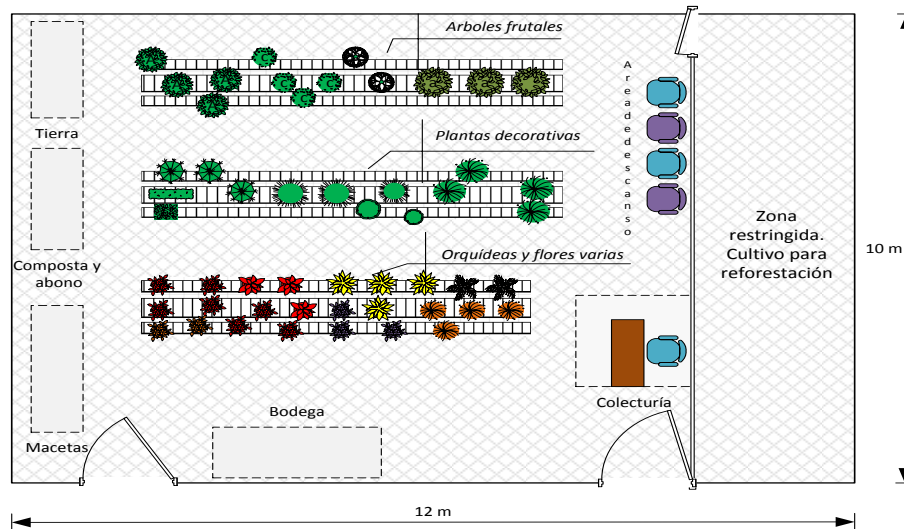


Figura 95 - Área de Vivero

Centro interpretativo

Será un área de 150 m² que representara el centro interpretativo; lugar donde los turistas y visitantes podrán conocer y aprender sobre el entorno donde se encuentran.

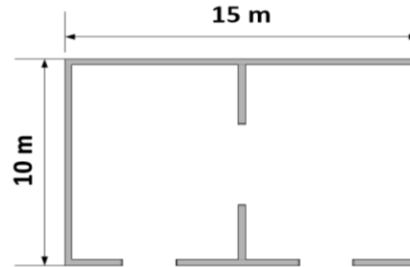


Figura 96 - Área de Centro Interpretativo

Camping

El área del camping será de un total de 180 m², con capacidad de 64 tiendas de campaña, donde cada una podrá alojar hasta un máximo de 5 turistas.

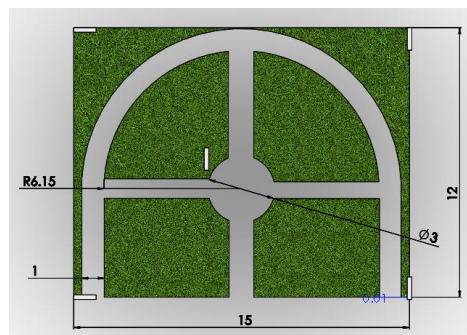


Figura 97 - Área de Camping

Péndulo

El péndulo debe contar con un área de 40 m² y debe estar libre de obstáculos, ya que el desplazamiento que realizara el turista lo requiere. El péndulo estará ubicado al centro de dicha área, tal como se muestra en la figura.

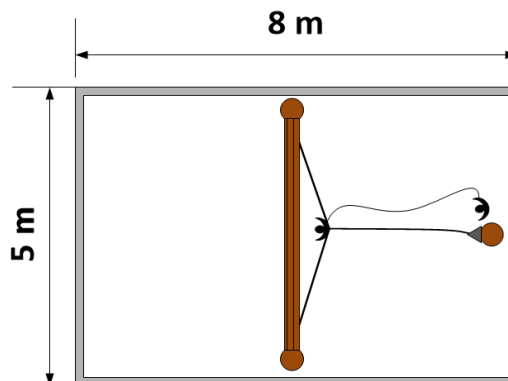


Figura 98 - Área de péndulo

Zona de cuerdas altas

Las cuerdas altas representan una longitud total de 130 m. y está compuesto por 6 juegos diferentes en todo el circuito.

El circuito de cuerdas altas será cerrado tal como se muestra en la figura siguiente:

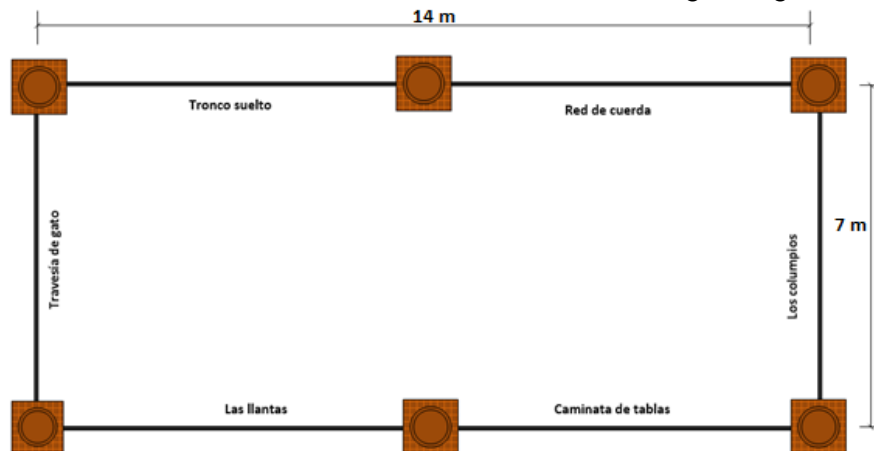


Figura 99 - Circuito de cuerdas altas

Zona de canopy

El canopy equivale a 200 m de longitud y estará constituido por tres bases, los trayectos deben estar libres de obstáculos para evitar alguna lesión en el turista.



Figura 100 - Línea de canopy

Mirador panorámico

El mirador panorámico tiene como base un área de 40 m², dicha ubicación dependerá del panorama que se desea abarcar y de un lugar accesible para todos los turistas y visitantes, por lo tanto se propone sustituir o complementar al mirador del volcán de Izalco, ubicado a la entrada del parque.

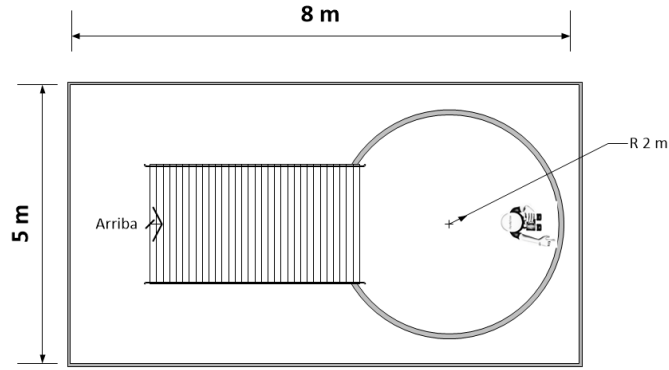


Figura 101 - Área de mirador panorámico.

Bodega

Actualmente la bodega es un área de 8.15 m² ubicada al interior de la infraestructura que se utiliza como sala de reuniones, en total el área utilizada es de 44 94 m².

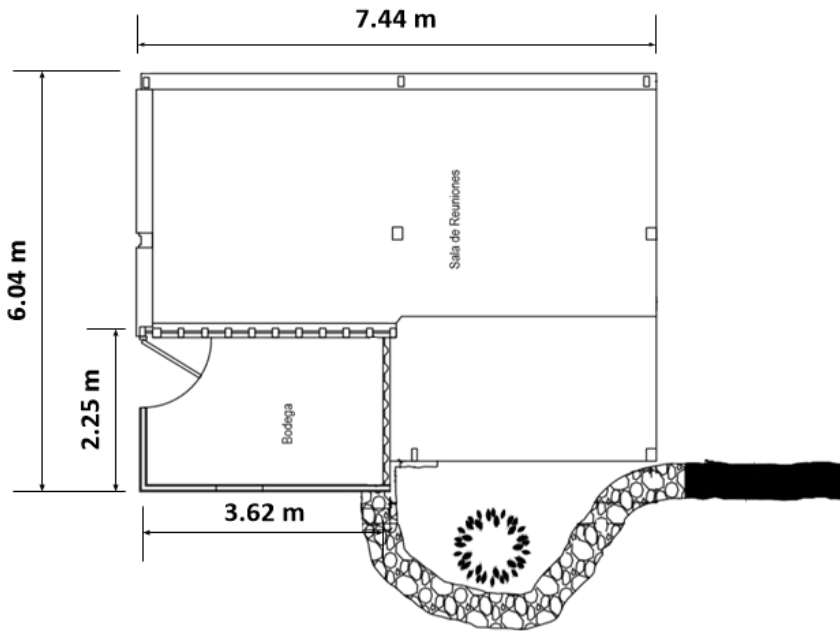


Figura 102 - Bodega y sala de reuniones

Tanque de captación de agua

La cisterna deberá estar bajo tierra y se le debe incorporar una bomba centrífuga y un tanque, por lo que el área que se debe considerar corresponden a 12 m².

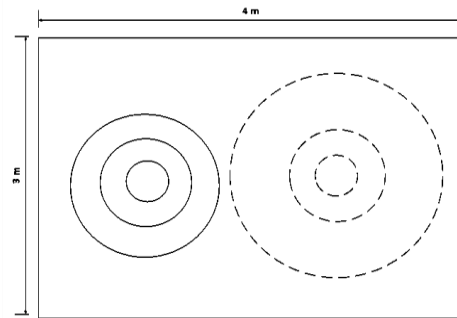


Figura 103 - Área de cisterna y tanque de agua

Centro de acopio

El centro de acopio es el área destinada para la acumulación de los desechos sólidos para su posterior evacuación del parque. El área destinada para esta actividad es de 7.5 m².

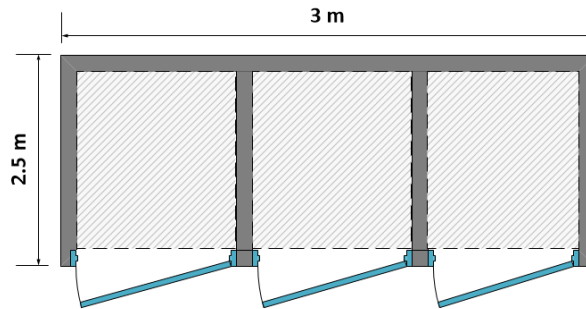


Figura 104 - Centro de acopio

b) Análisis y diseño de la distribución física

Carta de actividades relacionadas

Una vez que se ha identificado las áreas y trayectos de importancia para los servicios propuestos en el parque, se procede a determinar la relación que existe entre cada uno de ellos. Para el análisis, se hace uso de la carta de actividades relacionadas que es un cuadro organizado en diagonal en el que aparecen las relaciones entre cada área y todas las demás y así evaluar la importancia de la proximidad entre ellas, este análisis está constituido por los siguientes elementos:

Cuadro de proximidad

Muestra el significado de la codificación utilizada para determinar la proximidad entre áreas.

Tabla 151 - Cuadro de proximidad

| VALOR | PROXIMIDAD | COLOR |
|-------|--------------------------|----------|
| A | Absolutamente importante | Red |
| E | Especialmente importante | Amarillo |
| I | Importante | Verde |
| O | Ordinario o normal | Azul |
| U | Sin importancia | Blanco |
| X | No recomendable | Marrón |

Cuadro de motivos

Representa el código a utilizar en base al motivo considerado para la proximidad entre actividades.

Tabla 152 - Cuadro de motivos

| CÓDIGO | MOTIVO |
|--------|--------------------------------|
| 1 | Utilización del mismo personal |
| 2 | Relación de servicio |
| 3 | Por conveniencia |
| 4 | Es complemento una de la otra |
| 5 | Mantienen comunicación |
| 6 | Supervisión del servicio |
| 7 | Malos olores |

Carta de actividades relacionadas

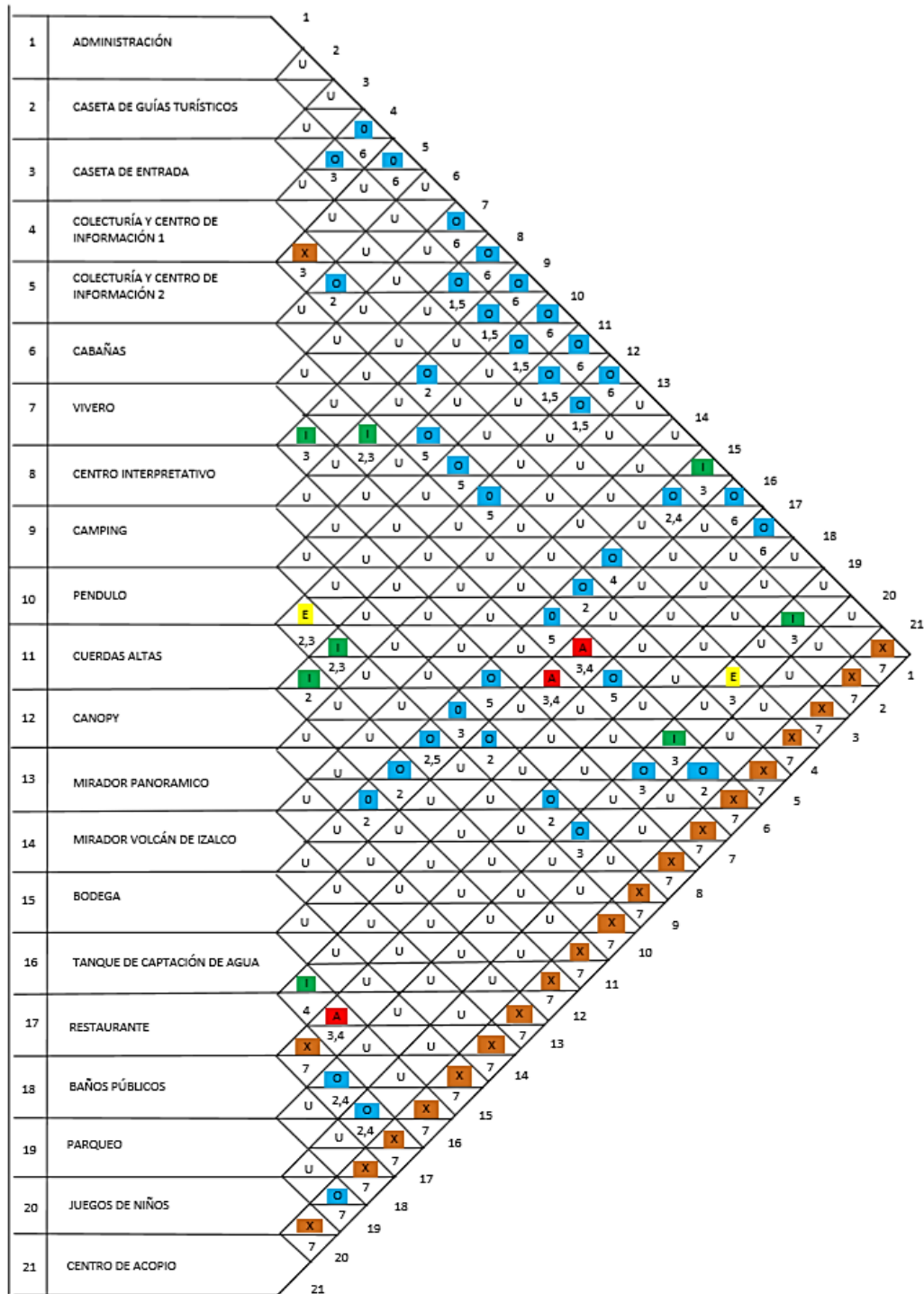


Diagrama de actividades relacionadas

Se basa en la carta de actividades relacionadas, es la primera prueba que se hace para representar las actividades por espacios, a través de un solo plano con bloques adimensionales.

Representa un resumen esquemático de la relación de cada actividad con todas las demás.

Tabla 153 - Hoja de análisis de actividades relacionadas (1 de 2)

| HOJA DE ANÁLISIS DE ACTIVIDADES RELACIONADAS | | | | | | | |
|--|--------------------------------------|--------------------|----|------|--------------------------|--|------|
| N° | Actividad | Grados de Relación | | | | | |
| | | A | E | I | O | U | X |
| 1 | Administración | | | 15 | 4,5,7,8,9,10,11,12,16,17 | 2,3,6,13,14,18,19,20 | 21 |
| 2 | Caseta de guías turísticos | | | 19 | 4,8,9,10,11,12,15. | 1,3,5,6,7,13,14,16,17,18,20 | 21 |
| 3 | Caseta de entrada | | | | 1,2 | 4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20 | 21 |
| 4 | Colecturía y Centro de información 1 | | 19 | | 1,2,6,9,15 | 3,7,8,10,11,12,13,14,16,17,18,20 | 3,21 |
| 5 | Colecturía y Centro de información 2 | | | | 1,6,9,15 | 2,3,7,8,10,11,12,13,14,16,17,18,20,19 | 4,21 |
| 6 | Cabañas | 16 | | 9,19 | 4,15,17,20 | 1,2,3,5,7,8,10,11,12,13,14,18 | 21 |
| 7 | Vivero | 16 | | 8 | 1,19 | 2,3,4,5,6,9,10,11,12,13,14,15,17,18,20 | 21 |
| 8 | Centro interpretativo | | | 7 | 1,2,15 | 3,4,5,6,9,10,11,12,13,14,16,17,18,19,20 | 21 |
| 9 | Camping | | | 6 | 1,2,4,15,16,18,19 | 3,5,7,8,10,11,12,13,14,17,20 | 21 |
| 10 | Péndulo | | 11 | 12 | 1,2,5,15 | 3,4,6,7,8,9,13,14,16,17,18,19,20 | 21 |

Tabla 153 - Hoja de análisis de actividades relacionadas (2 de 2)

| HOJA DE ANÁLISIS DE ACTIVIDADES RELACIONADAS | | | | | | | |
|--|------------------------------|--------------------|----|-------|----------------------|---------------------------------------|----------|
| N° | Actividad | Grados de Relación | | | | | |
| | | A | E | I | O | U | X |
| 11 | Cuerdas altas | | 10 | 12 | 1,2,5,15 | 3,4,6,7,8,9,13, 14,16,17,18,19,20 | 21 |
| 12 | Canopy | | | 10,11 | 1,2,5,15 | 3,4,6,7,8,9,13, 14,16,17,18,19,20 | 21 |
| 13 | Mirador panorámico | | | | | 1-12; 14-20 | 21 |
| 14 | Mirador volcán de Izalco | | | | | 1-13; 15-20 | 21 |
| 15 | Bodega | | | 1 | 2,4,5,6,8,9,10,11,12 | 3,7,13,14,16,17, 18,19,20 | 21 |
| 16 | Tanques de captación de agua | 6,7,18 | | 17 | 1,9 | 2,3,4,5,8,10,11,12, 13,14,15,19,20 | 21 |
| 17 | Restaurante | | | 16 | 1,6,19,20 | 2,3,4,5,7,8,9,10, 11,12,13,14,15 | 7,21 |
| 18 | Baños públicos | 16 | | | | 1-15; 19,20 | 21 |
| 19 | Parqueo | | | 2,4,6 | 7,9,17,21 | 1,3,5,8,10,11,12, 13,14,15,18,20 | |
| 20 | Juegos de niños | | | | 17 | 1-16; 18,19,20 | 21 |
| 21 | Centro de acopio | | | | 19 | | 1-18; 20 |

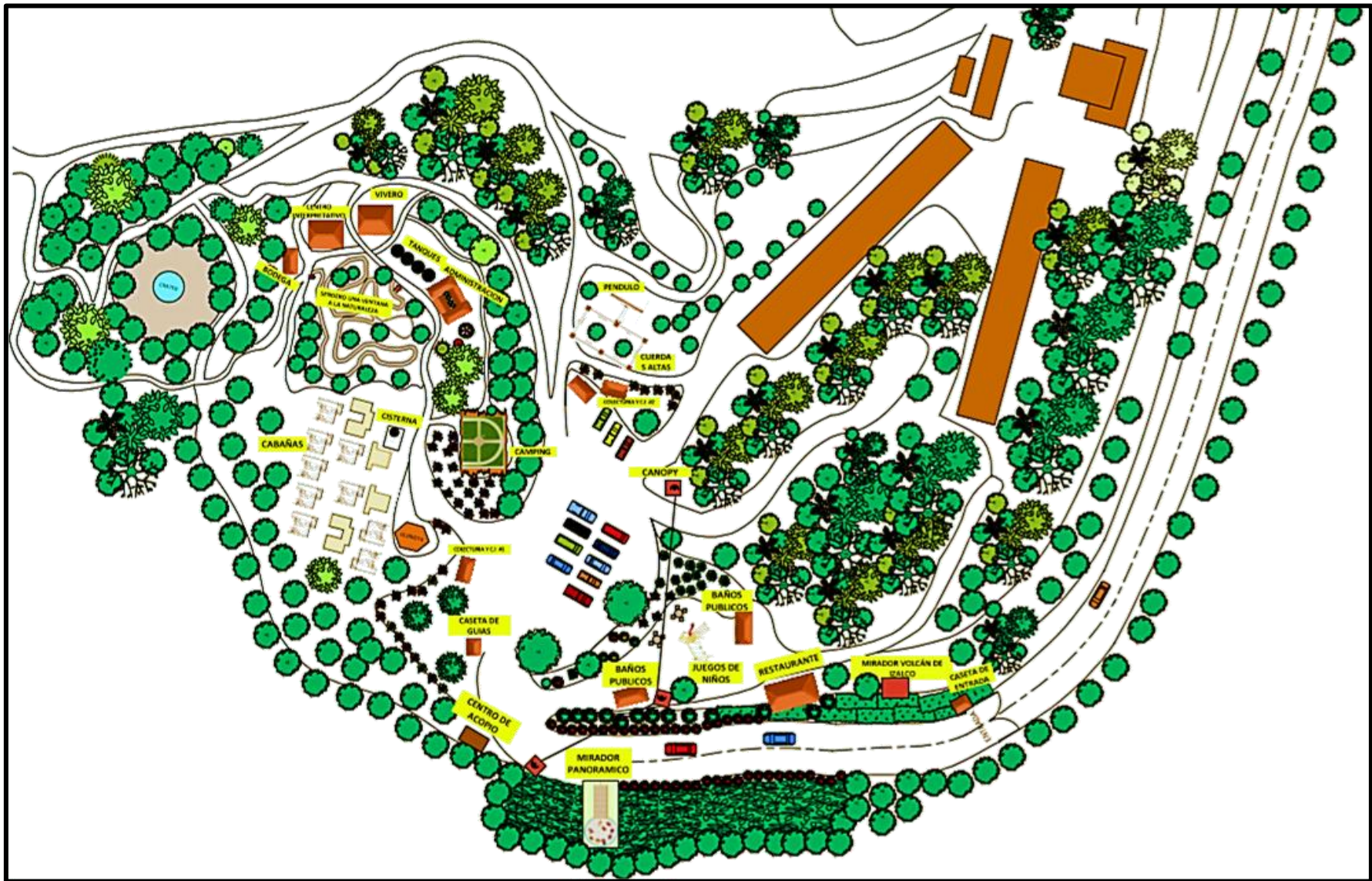


Figura 105 - Layout final del Parque natural Cerro Verde

5.3.4.3 Señalización turística.

Durante las últimas décadas, la actividad turística nacional ha demostrado ser capaz de generar empleo y riqueza, ofreciendo bienestar y prosperidad, a los habitantes alrededor de todo el país; a pesar de lo cual, muchos lugares producen poca riqueza, con escasa prosperidad y un elevado costo social y ambiental en este proceso.

Esto debido a la carencia de un sistema de gestión turística y ambiental que garantice la sostenibilidad del entorno. Para que un destino logre un desarrollo turístico sostenible, debe orientarse a cuidar al medio ambiente, preservar la riqueza histórico-cultural y proteger las comunidades. El PNCV posee un enorme potencial de desarrollo eco-turístico único en el país, por lo que garantizar el cuidado y la gestión sostenible del producto turístico, debe ser concebida desde la perspectiva de lograr por medios óptimos el desarrollo sostenible en el tiempo, paralelamente unificar esfuerzos en crear la concientización medioambiental en todos los entes involucrados en la gestión turística del parque.

Por todo lo anterior y a manera de coadyuvante, la señalización turística en todas sus variantes aplicables al PNCV, a través del manual de diseño del sistema de señalización turística regional, es un elemento indispensable en la gestión apropiada del PNCV, para garantizar la mejor experiencia posible a turistas y visitantes, creando un ambiente más confortable y práctico para los turistas, ayudando a través de la señalización a ubicar de forma universal a cualquier turista dentro de las instalaciones del parque. El objetivo primordial de este apartado es dotar de un sistema de señalización turística, coherente y uniforme para todo el modelo de gestión del PNCV, acorde con la nueva imagen propuesta para el mismo, con el fin de potenciar la competitividad turística del parque y lograr el mejoramiento del nivel y de la calidad de prestación de los servicios turísticos, además preservar su entorno y colaborar con la sostenibilidad económica del parque.

A. Conceptos básicos⁹⁸

Con el firme propósito de presentar una propuesta integral para la señalización turística de parque, el modelo de gestión plantea los siguientes conceptos generales que sirven de guía para definir oportunamente los elementos que se describen en este apartado de forma posterior.

- a) **Señalización:** 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 modo de relación entre los individuos y su entorno. Tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio; al mismo tiempo es la técnica que regula y organiza esas relaciones.

⁹⁸ (Cerón, 2004, p. 14)

b) **Señalética:** Es una actividad perteneciente al diseño gráfico que estudia y desarrolla un sistema de comunicación visual sintetizado en un conjunto de señales o símbolos que cumplen la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas en aquellos puntos del espacio que planteen dilemas de comportamiento. tiene por objeto identificar y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado (interior y exterior).

B. Tipos de señalización turística para el PNCV.

El modelo de gestión turística contempla dos tipos de señales que se utilizaran en el parque, esta clasificación está basada en el uso interpretativo que se debe brindar a las señales y en aspectos técnicos relevantes, que generan confort a los turistas y visitantes. La clasificación es la siguiente:

Señalización Dinámica: o señalización para turistas en vehículo, esta principalmente se ubicará de forma externa al PNCV, en las principales vías de acceso al parque y durante el recorrido de vía que lleva a las instalaciones del mismo.



Figura 106 - Señal Dinámica Desvío al PNCV

Señalización estática: o señalización para peatones, La señalización para peatones, se divide en tres grandes grupos, que son: la señalización informativa, la señalización direccional y la señalización interpretativa. Esta se encontrara principalmente dentro de las instalaciones del parque y en los puntos estratégicos de información para el turista y visitantes, además claro está, dentro de los senderos interpretativos.



Figura 107 - Señal Estática para indicar caminatas guiadas

C. Diseño técnico para las señales del PNCV

Para el modelo de gestión deberán tomarse en cuenta las siguientes propuestas de diseño para los diferentes tipos de señales que se utilizaran tanto exteriormente como internamente a la hora de la prestación de servicios turísticos, los diseños ha sido elaborados de forma tal que se acoplen a los lineamientos de señalización y señalética nacional e internacional avaladas por la OIT.

Lo anterior garantiza que las medidas y materiales que se necesitan para crear las señales optimas que avalen los flujos de personas dentro del parque y favorezcan la creación de recorridos auto-guiados, para mejorar los procesos de servicios turísticos prestados en el parque, por lo que la propuesta de recorridos auto-guiados está encaminada para las temporadas de mayor afluencia turística en donde la capacidad operativa de los guías de sitio sea superada.

D. Diseño de Señalización Estática.

Carretera. Descripción técnica

a) Diseño y dimensiones

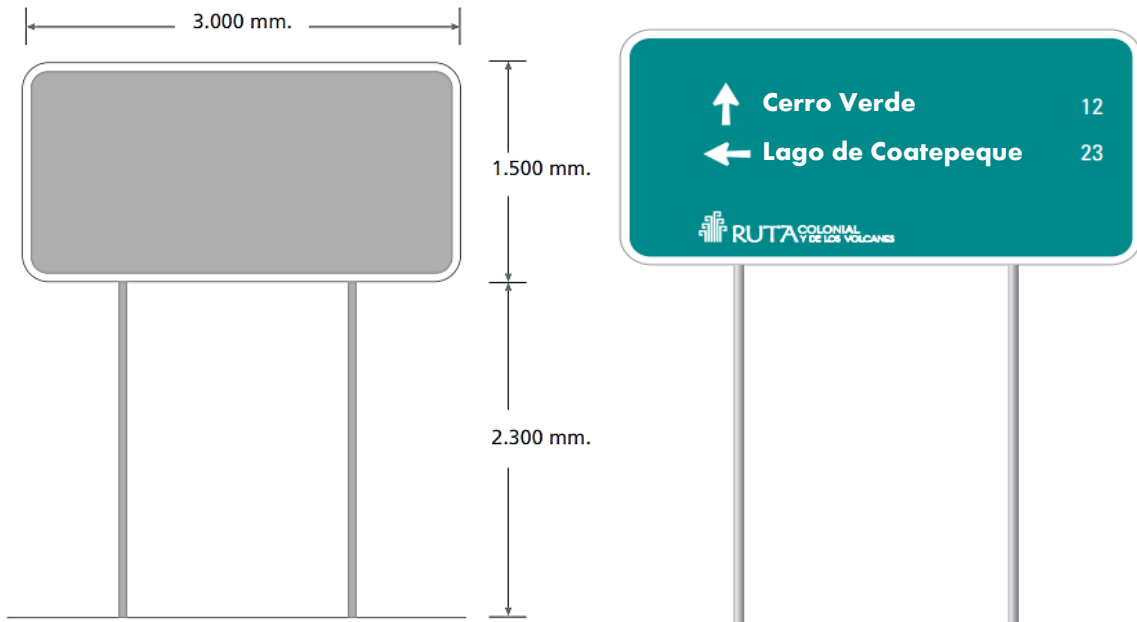


Figura 108 - Señales para Carretera.

b) Tablero:

Rectangular sin soldaduras de esquinas redondeadas con radio interior de curvatura del margen perimetral de 20 mm fabricación en lámina de acero de calibre 16 con acabado galvanizado por inmersión electrolítica. Fondo con material adhesivo reflectivo grado ingeniería en color verde. La calidad del material adhesivo deberá ser 3M o su equivalente. La parte frontal de la señal no debe presentar ningún tipo de tornillos, remaches o unión que pudiera afectar a la adherencia del material reflectante así como la legibilidad de la misma. Además, deberá ser estructurada por la parte posterior con elementos y tornillería especial fijados en frío, de tal manera que no existan ondulaciones ni deformaciones en la parte frontal de la señal.

c) Medidas:

3.000 x 1.500 mm no obstante, las medidas no serán fijas, sino que estarán condicionadas por el texto o mensaje que se quiera transmitir, conforme a las especificaciones técnicas normadas en el apartado 2.1.13 "Dimensiones" del Capítulo 2 "Señales Verticales" del Manual Centroamericano de Dispositivos Uniformes para el control del Tránsito. Cuando se alargue el tamaño de las señales, las dimensiones de la altura de los tableros deberán aumentarse en incrementos de 15 centímetros.

d) Líneas, dibujos y símbolos:

Material adhesivo reflectivo. La calidad del material adhesivo deberá ser 3M o su equivalente.

e) Postes:

Perfil tubular de acero galvanizado de 50 mm de diámetro en calibre 14. Longitud adecuada para la altura reglamentaria de instalación. Tapón en PVC color gris para remate superior.

f) Tornillos:

Acero galvanizado con sistema antirrobo.

g) Anclajes:

Postes ahogados en concreto hidráulico $f_c = 150 \text{ kg/cm}^2$ en dimensiones mínimas de 30x30x50 cm.

E. Diseño de Señales Dinámicas.

Señalización Informativa. Descripción Técnica.

a) Diseño y dimensiones

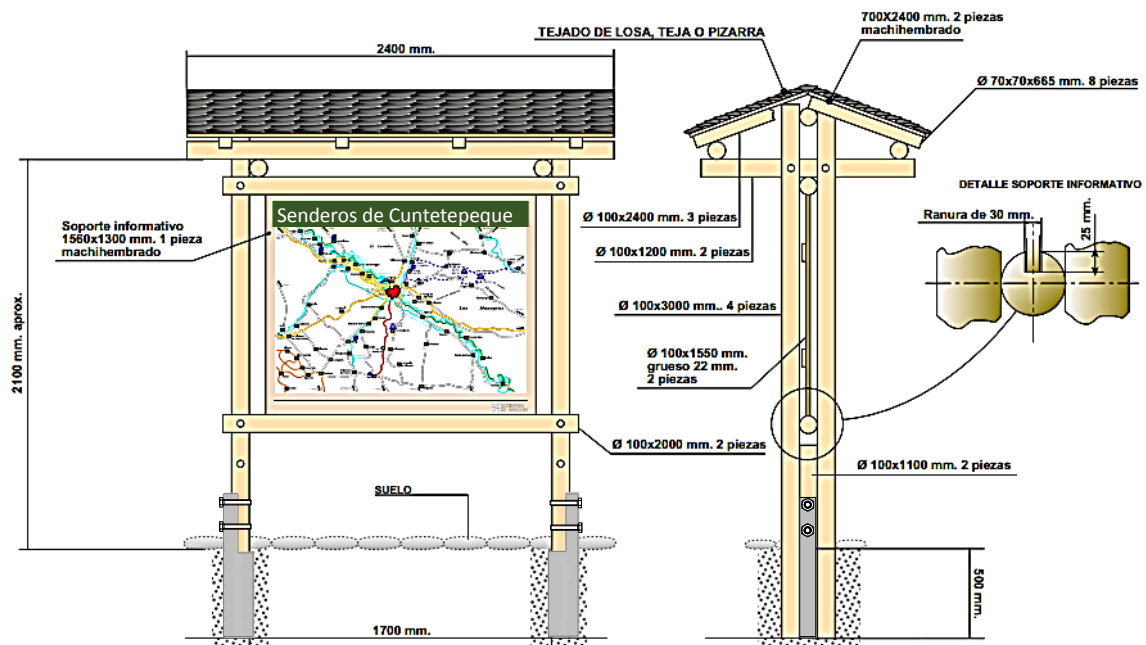


Figura 109 - Señal Informativa de entrada al PNCV

b) Cubierta:

Podrá ser de teja, losa, pizarra o similar. La elección vendrá determinada por el entorno (en una zona en la que las construcciones tienen la cubierta de teja árabe, no se debería colocar pizarra, por ejemplo).

c) Estructura:

Totalmente de madera tratada con sales, por su resistencia a las inclemencias meteorológica.

d) Superficie Informativa:

Puede ser de policarbonato o de hierro, si se pinta al horno, pero en ambos casos su parte trasera deberá ser de madera, como el resto de la estructura. Las dimensiones de la superficie: 1560 mm x 1300 mm máximo, y 900 mm x 750 mm mínimo.

Señales Interpretativas – Mesa interpretativa. Descripción Técnica.

a) Diseño y dimensiones

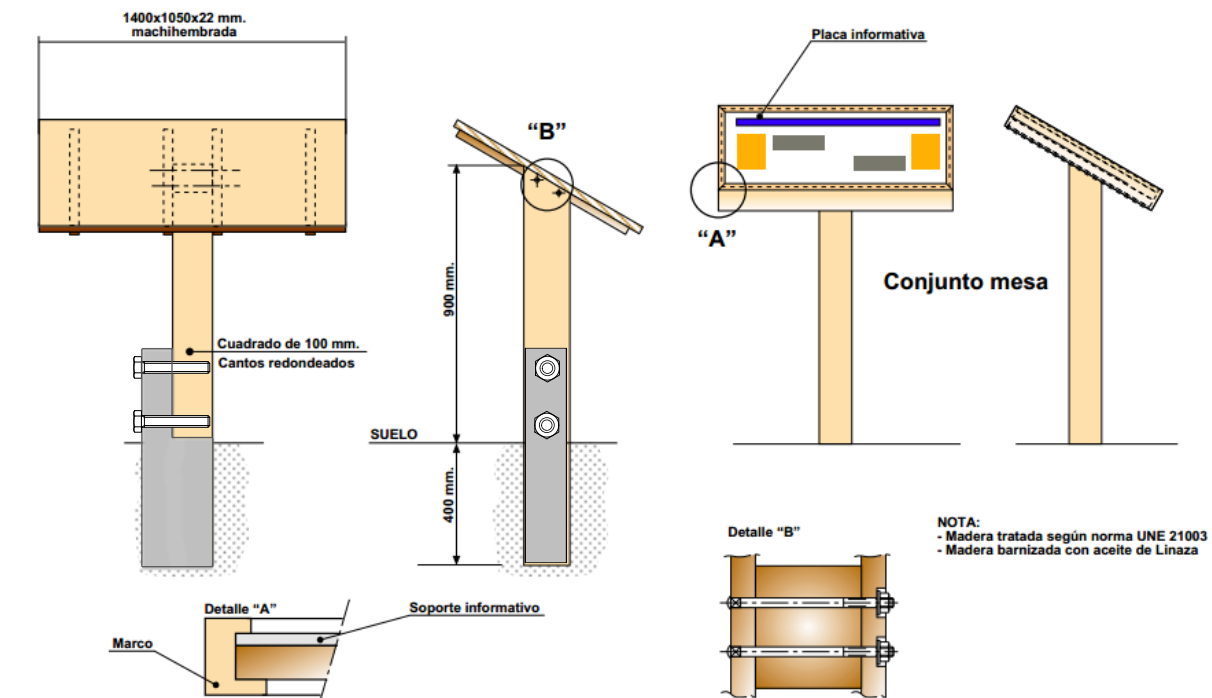


Figura 110 - Mesa Interpretativa

b) Estructura:

Totalmente de madera tratada con sales, para su resistencia a las inclemencias meteorológicas.

c) Superficie Informativa:

Puede ser en policarbonato o de hierro, si se pinta al horno, pero en ambos casos su parte trasera deberá ser de madera, como el resto de la estructura. Las dimensiones de la superficie: 1400 mm x 1050 mm máximo y 675 mm x 500 mm mínimo. La superficie informativa deberá embutirse en la madera, quedando alrededor un cerco de soporte de entre 30 mm y 50 mm de espesor.

Señales Interpretativas – Mesa Panorámica. Descripción Técnica.

a) Diseño y dimensiones

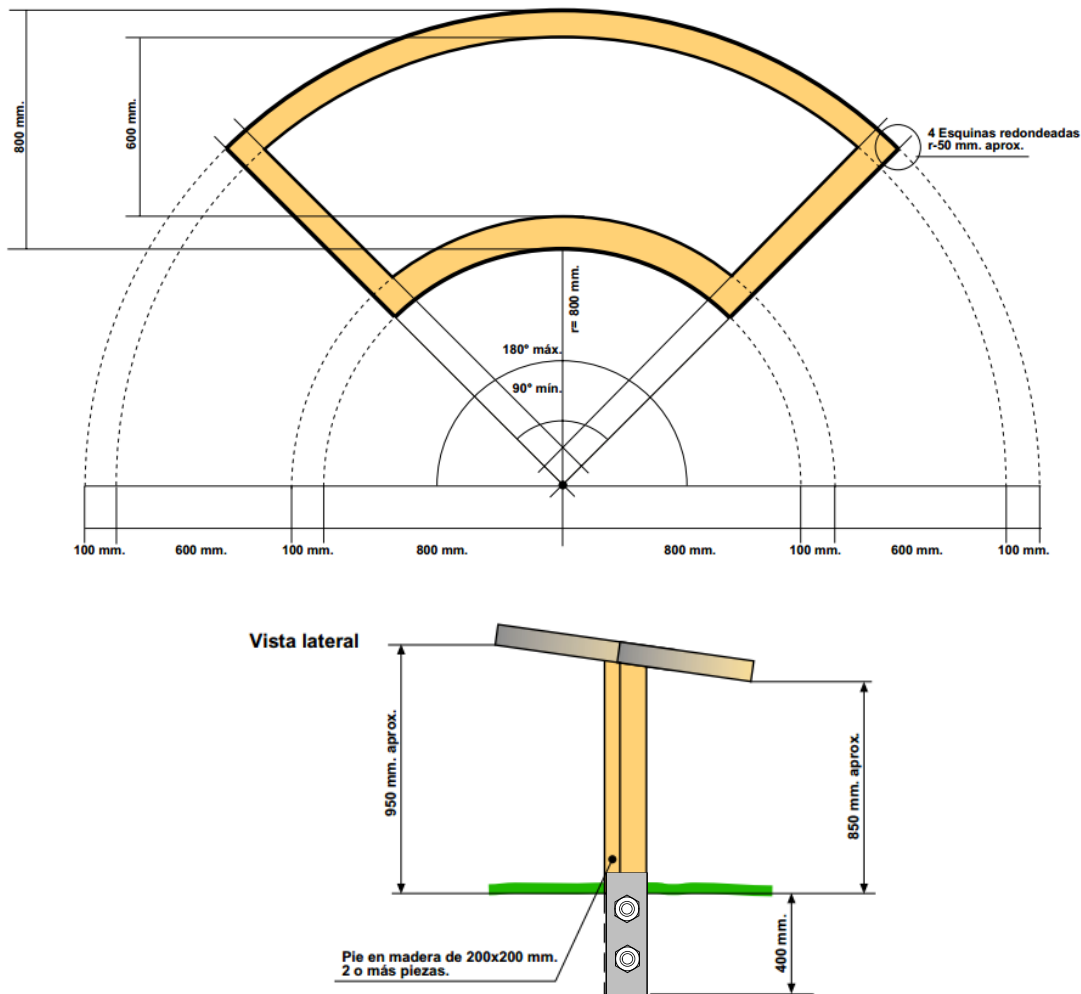


Figura 111 - Mesa Panorámica

b) Estructura:

Totalmente de madera tratada con sales, para su resistencia a las inclemencias meteorológicas. Se colocará en miradores y su estructura será semicircular de 90° mín. y 180° máx.

c) Superficie Informativa:

Puede ser en policarbonato o de hierro, si se pinta al horno, pero en ambos casos su parte trasera deberá de ser de madera, como el resto de la estructura. La superficie informativa será más pequeña para que pueda ser embutida en la madera, quedando así un cerco de madera de soporte alrededor. En ella se reproducirá el paisaje añadiendo los nombres de montañas, poblaciones, etc.

Señales Interpretativas – Pie Interpretativo. Descripción Técnica.

a) Diseño y dimensiones

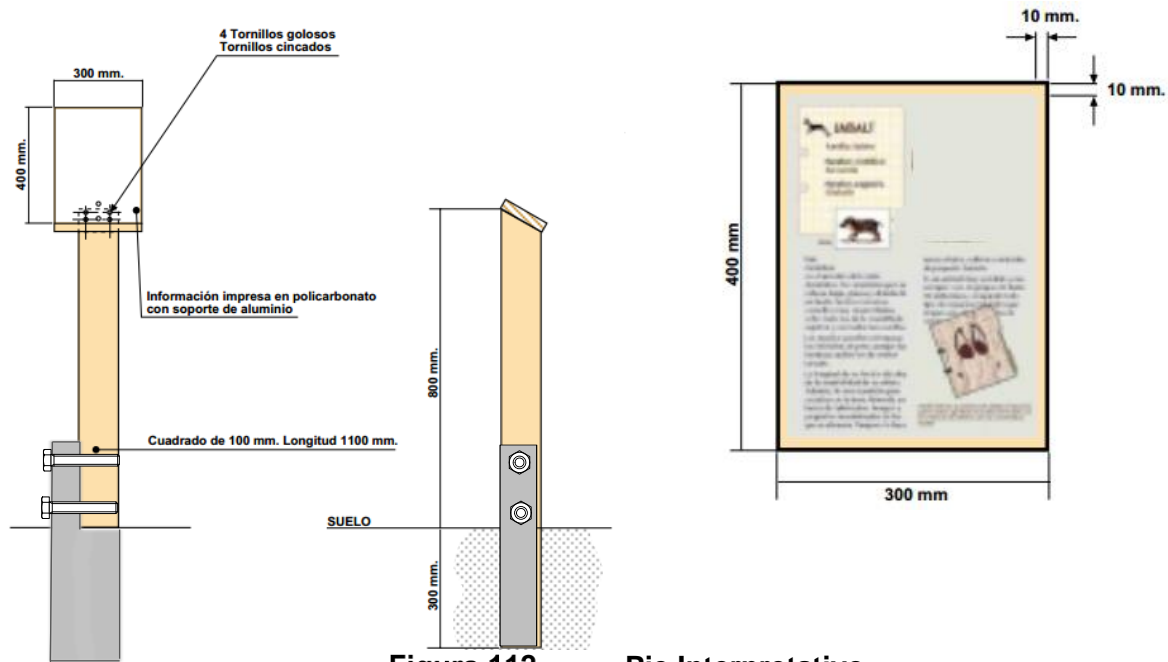


Figura 112 - Pie Interpretativo.

b) Estructura:

Totalmente de madera tratada con sales, para su resistencia a las inclemencias meteorológicas.

c) Superficie Informativa:

Puede ser en policarbonato o de hierro si se pinta al horno, pero en ambos casos su parte trasera deberá de ser de madera, como el resto de la estructura. Las dimensiones de la superficie serán de 400 mm x 300 mm máximo y 320 mm x 240 mm mínimo. La superficie informativa deberá embutirse en la madera, quedando un cerco de soporte alrededor de entre 10 mm y 20 mm de espesor. Se utilizará para comentar especies de flora (se coloca junto a un ejemplar) y fauna (se colocara mirando el hábitat del animal). En este tipo de señal se describirán la naturaleza y costumbres de la especie destacada.

Símbolos y Pictogramas.

Los símbolos y pictogramas son representaciones gráficas, generalmente estandarizadas que regulan las actividades humanas y ayudan a la identificación de lugares o servicios turísticos, facilitando la interpretación de la información. Han de ser lo más sintéticos y expresivos posible con el fin de ser comprendidos por públicos de diferentes culturas e idiomas.

El diseño gráfico de los símbolos es el definido en el Anexo C del Manual Centroamericano de Dispositivos Uniformes para el Control del Tránsito completado con la simbología recogida en el catálogo "Tourism signs & Symbols" de la Organización Mundial del Turismo.

Pictogramas de atractivos naturales

Representan la riqueza y biodiversidad del parque. Se reconoce como atractivo natural los tipos de montañas, planicies, ambientes lacustres, ríos, bosques, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos, sistemas de áreas protegidas, entre otros. En este atractivo no se evidencia una intervención humana o si la hay no es predominante.

Tabla 154 - Pictogramas Atractivos Naturales

| | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|
|  |  |  |  |  |  |
| Área Natural Protegida | Observación de aves | Observación de flora | Vivero | Sendero | Vista Panorámica |
|  |  |  |  |  |  |
| Estudio Ambiental | Centro Interpretativo | Mirador | Bosque | Guías | Juegos Infantiles |
|  |  |  |  | | |
| Mirador Panorámico | Zona de Trek | Área de Camping | Fogatas y asadores | | |

Pictogramas de actividades turísticas.

Representan las actividades turísticas que se producen por la relación oferta/d manda de bienes y servicios implantados por personas naturales o jurídicas que se dediquen de modo profesional a la prestación de servicios turísticos con fines a satisfacer necesidades del turista y visitante.

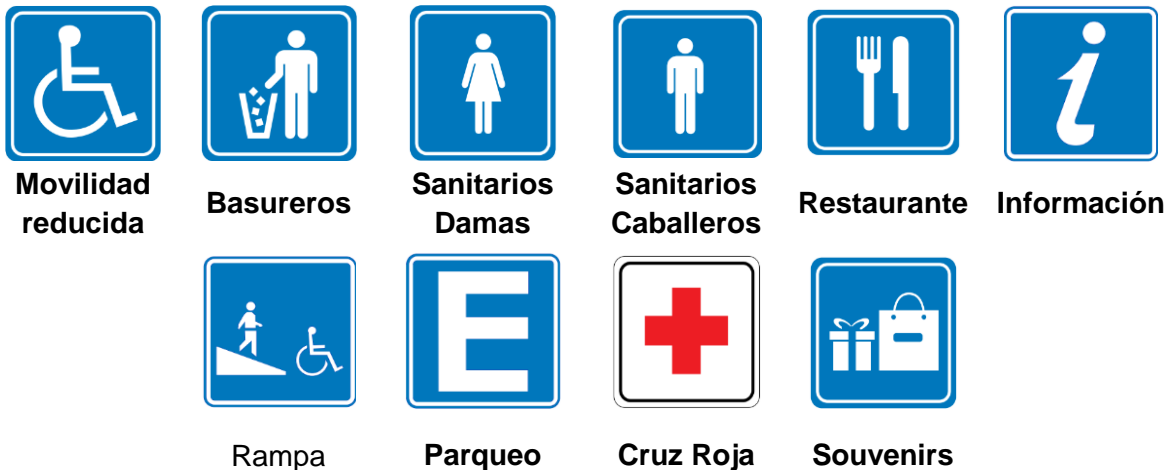
Tabla 155 - Pictogramas de actividades turísticas



Pictogramas de Servicios de Apoyo.

Son aquellas que indican a los visitantes y turistas la ubicación de servicios de apoyo, tales como información turística, servicios sanitarios, restaurantes y primeros auxilios entre otros. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm.

Tabla 156 - Pictogramas de servicios de apoyo



Pictogramas de Restricción.

Representan la prohibición de realizar determinada actividad de manera temporal o definitiva de acuerdo a la necesidad o circunstancia. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm

Tabla 157 - Pictogramas de restricción.



Propuesta de Señalización turística.

A continuación se presenta una propuesta de señalización turística, basada en las premisas técnicas y en los pictogramas normalizados descritos en el apartado anterior, por lo que su validez representa un criterio técnico unificado por la OMS y por la secretaría de integración turística del SICA, el cual ha sido aplicado para el diseño de de la normalización turística propuesta para el modelo de gestión. Como se ha mencionado con anterioridad, la señalización turística representa un paso fundamental en la mejora de los servicios turísticos, ya que su adecuada y optima utilización garantiza un adecuado flujo de turistas y visitantes, facilitando el movimiento interno de personas en el PNCV y con ello, generando una mejor experiencia, con el propósito de validar la misión del modelo, creando la mejor experiencia posible en todos los aspectos a los turistas y visitantes del parque.

Como tal el diseño propuesto, responde a las necesidades determinadas durante la etapa de diseño de la solución del mismo, por lo que las mejoras o cambios posteriores, siempre que se apeguen a lo descrito para el modelo, tendrán validez y formarán parte integra del mismo, ya que por cuestiones técnicas o de espacio la señalética propuesta puede ser determinada en diferentes sectores, a excepción de los materiales propuestos, ya que estos están determinados bajo norma y responden al tipo de clima y suelo existente el PNCV.

Se presentan tres esquemas propuestos diferentes para la señalización de atractivos y actividades turísticas, como de los letreros informativos, descritos a detalle en el apartado de las señales dinámicas propuestas para el modelo.

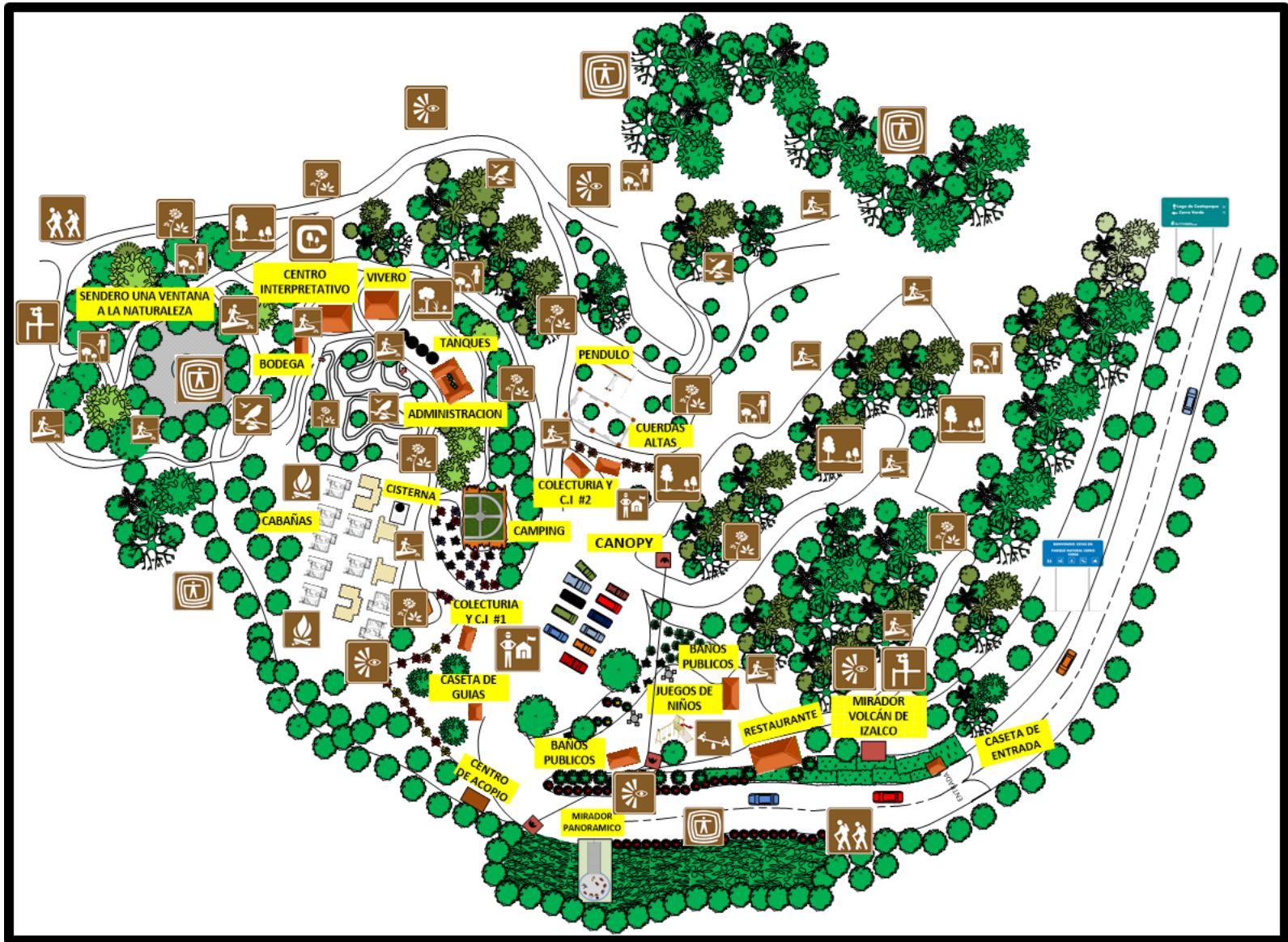


Figura 113 - Propuesta de señalización para atractivos turísticos

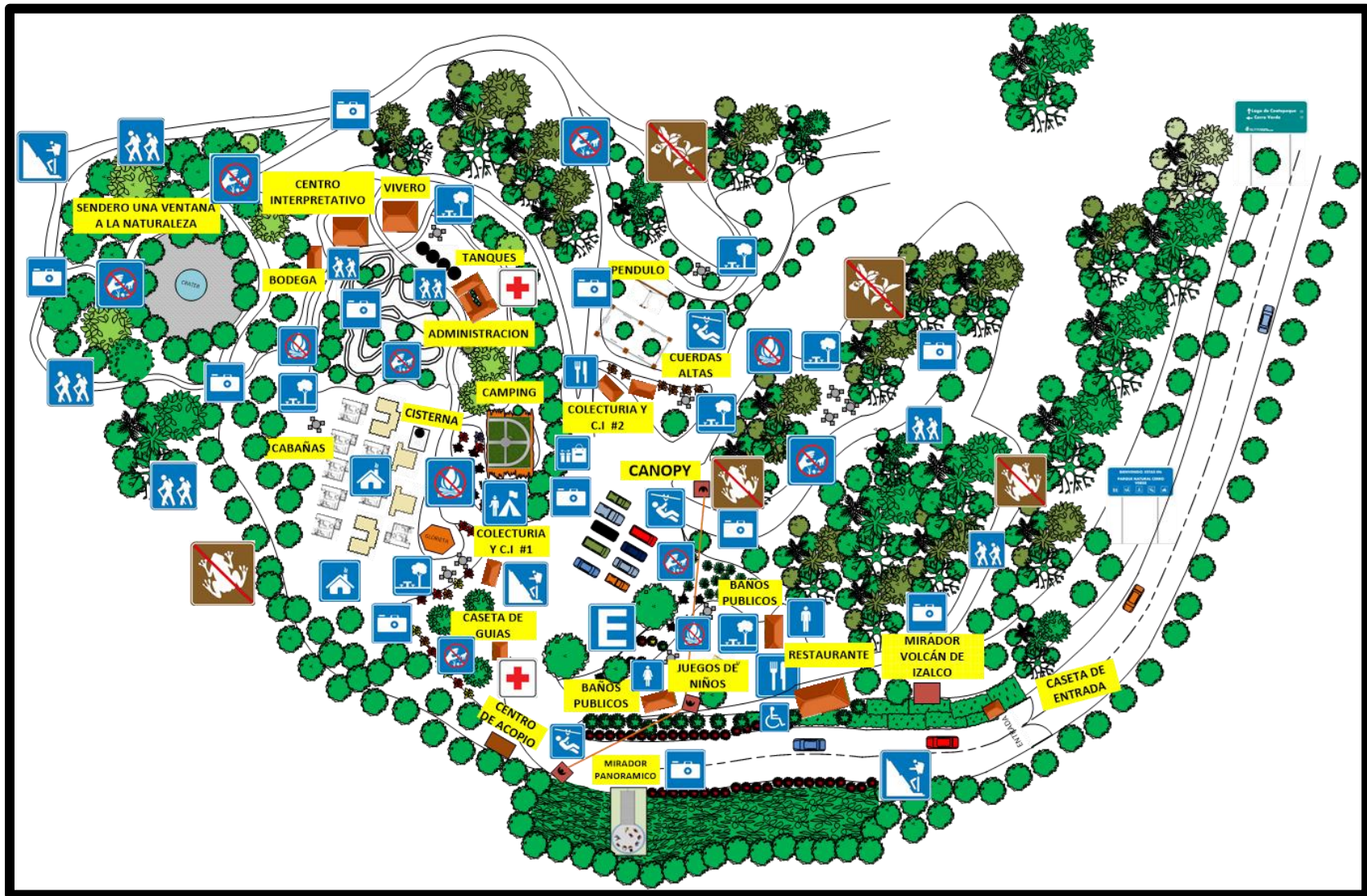


Figura 114 - Propuesta de señalización para Actividades turísticas

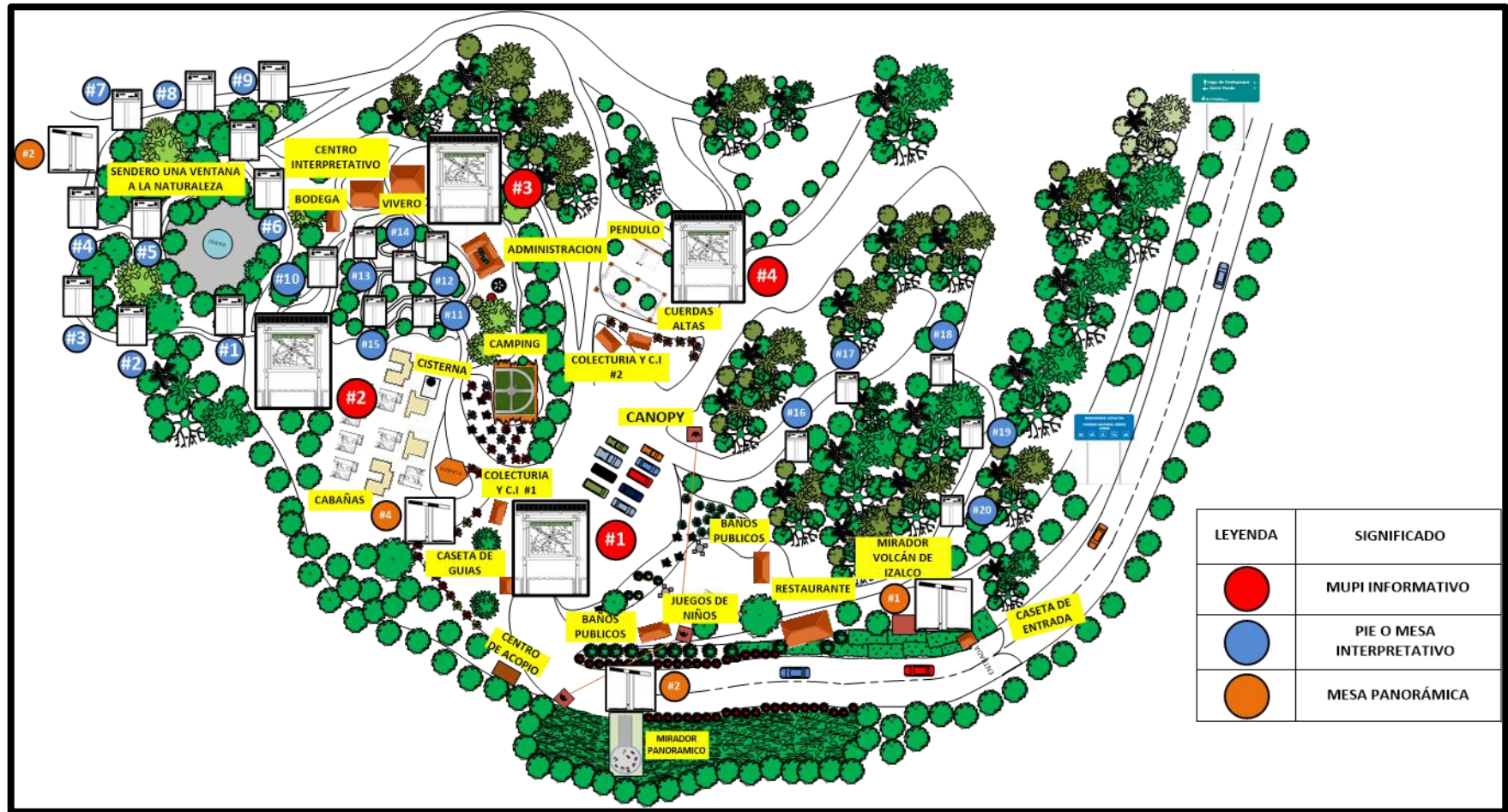


Figura 115 - Propuesta de señalización para señales informativas.

5.3.4.4 Saneamiento.

El saneamiento ambiental, el manejo de desechos sólidos y aguas residuales para el PNCV resulta trascendental para dar vida a los objetivos estratégicos del modelo de gestión, en el cual se basa la sostenibilidad ambiental que garantice la operación del parque a través del tiempo; cuidando y protegiendo los recursos naturales con los que actualmente cuenta, sobre todo, previendo un alza en las visitas y en el uso de los servicios eco-turísticos mejorados y diversificados.

La preservación de los recursos ambientales con los que cuenta el parque es fundamental y a la vez compleja, complejidad que radica en las múltiples dimensiones que están involucradas y que comprenden desde aspectos institucionales, económicos, tecnológicos, ambientales, territoriales, sociales, políticos y culturales. Ya que la implantación de un plan básico de saneamiento, involucra múltiples ejes de trabajo que establezcan la continuidad operativa del servicio turístico, alineándose a las nuevas tendencias del ecoturismo. Teniendo en cuenta las premisas anteriores, el modelo de gestión propone el contenido básico de un plan básico de saneamiento ambiental y gestión de desechos sólidos el cual pretende ser la base en que los gestores del modelo fundamenten su experiencia y el estado del arte con el firme propósito de crear los lineamientos básicos en donde se establezca la sostenibilidad ambiental del PNCV y se avale la consecución de los objetivos estratégicos del modelo.

Un manejo y gestión eficiente y eficaz de residuos debe considerarse como primer propósito evitar la generación de los mismos, en caso de no ser posible, procurar la minimización en su producción, es decir, reducir su cantidad, promover su reutilización y reciclar. Si la minimización de residuos no funciona de manera apropiada, entonces se debe intervenir mediante el tratamiento de los mismos y cuando el tratamiento ya no sea la solución, se debe proceder a pensar en la disposición final que esos residuos requieren.

Las condiciones peculiares del PNCV obligan a que constantemente se mejoren los procesos de gestión ambiental que se llevan a cabo, por ser este uno de los principales Parques Naturales del, gracias a la gran diversidad ecológica que alberga.

Los residuos sólidos repercuten en el deterioro de la calidad ambiental del entorno en el que se desarrollan sus actividades de manejo expresado en la contaminación ambiental, intoxicación de la vida silvestre, contaminación de los suelos, propagación de vectores y condiciones de insalubridad para los visitantes, personal operativo; además de deterioro del paisaje y la contaminación visual; del mismo modo, que la pérdida del potencial de aprovechamiento de materiales reutilizables y/o reciclables.

Habiendo conocido las proposiciones iniciales básicas el modelo propone el siguiente esquema de plan básico de saneamiento ambiental, el cual debe ser creado por los gestores del modelo.

5.3.4.5 Plan de saneamiento ambiental básico⁹⁹

El plan de saneamiento propuesto, será el esquema en donde debiera desarrollarse los programas que garanticen la debida aplicación de todos los ejes de trabajo del programa.

Contenido estratégico.

- a)** Introducción al plan de saneamiento ambiental básico
- b)** Objetivos
- c)** Alcance
- d)** Programas de saneamiento
 - Limpieza y Desinfección
 - Control del Plagas y Vectores
 - Prácticas de Higiene
 - Manejo Integral de Residuos Sólidos
 - Lavado y desinfección de tanques

Objetivos del plan de saneamiento

General:

Formular los Programas de Saneamiento y Manejo Integral de Residuos Sólidos en el Parque Natural Cerro verde para mejorar la situación actual de los mismos.

Específicos:

- a)** Seleccionar alternativas de manejo de los residuos sólidos generados.
- b)** Involucrar las variables económicas, legales, técnicas y socioculturales en el desarrollo de las alternativas propuestas para el manejo integral de los residuos sólidos.

Alcance del plan de saneamiento básico

Se debe definir un alcance que establezca los siguientes aspectos:

- a)** Aplicable en todas las áreas y ambientes del PNCV.
- b)** Que incluya a las personas, insumos, y todas las áreas de la empresa.
- c)** Que responda a las características locativas y estructurales específicas del parque
- d)** Que esté actualizado y divulgado entre los empleados. Elaborar cronograma de actividades.
- e)** Disponible para las autoridades del MINSAL y MARN en todo momento.

⁹⁹ (Moraes, 1996, p. 50)

Inventario de instalaciones hidrosanitarias y tanques de almacenamiento de agua – plan de saneamiento básico

Descripción que incluya, tipo de tanque, ubicación, formas de acceso, material en el que está construido y capacidad (m³ o Lt). En todos los casos se debe especificar si se cuenta o no con servicio de acueducto y alcantarillado, si existen o no pozos de agua potable o pozos sépticos.

Programas: plan de saneamiento básico

- a) Limpieza y Desinfección del plan de saneamiento ambiental
- b) Control de Plagas y Vectores
- c) Prácticas de Higiene
- d) Manejo Integral de Residuos Sólidos

Lavado y desinfección de tanques

Se debe incluir en el Plan de saneamiento básico:

- a) Responsable de la actividad,
- b) personal capacitado y avalado por las autoridades sanitarias.
- c) Cronograma anual de programación de lavado y desinfección.

Limpieza y desinfección baños, oficinas, planta y áreas comunes

- a) Instalaciones incluidas (paredes, pisos, baterías sanitarias, oficinas, áreas comunes, escaleras, tanques, jardines, entre otras).
- b) Frecuencia diaria, semanal o mensual, semestral o anual.
- c) Descripción del sitio de almacenamiento básico de insumos de aseo y rotulado de las sustancias químicas empleadas.
- d) Descripción de los procedimientos de limpieza y desinfección que desarrolla la persona encargada que incluya:
 - Indumentaria utilizada para realizar la actividad.
 - Insumos empleados especificando dosis y naturaleza química del producto.
 - Desinfectantes, Aromatizantes, Desengrasantes, Jabones o Detergentes
 - Escobas, traperos, trapos, esponjas, estropajos, baldes.

Procedimientos de limpieza:

Es la remoción de todos los materiales extraños que se adhieren a los diferentes objetos. Algunas actividades son:

- a) Lavado
- b) Trapeado
- c) Sacudido

Programa de control de plagas

OBJETIVO: Plan de saneamiento básico ambiental. Prevenir de forma periódica y eficaz la aparición y proliferación de roedores y vectores (ratas, ratones, moscas, mosquitos, cucarachas, etc.). Eliminar fuentes contaminantes que ofrezcan perjuicios para la salud de tipo alimentario, entérico, parasitosis, intoxicaciones e infecciones de los usuarios de las instalaciones del parque.

Debe incluir:

- a)** Cronograma de programación de fumigación, desinfección, desratización, desinsectación.
- b)** Certificado de control de plagas de una empresa certificada.

Prácticas de higiene y medidas de protección personal en el plan de saneamiento básico

El personal que labora en el PNCV y que tenga a su cargo cafeterías y servicios generales

Debe cumplir los siguientes requisitos:

- a)** Realizar y tener vigente curso de manipulación de alimentos (cafetería).
- b)** Tener certificado médico vigente.
- c)** Higiene de manos por lo menos cada 30 minutos o cada vez que se cambie de actividad, maneje basuras y utilice el baño.
- d)** Baño diario mínimo una vez al día y cada vez que el trabajo lo exija.
- e)** Uso de la dotación de trabajo completa. (delantal color claro, tapabocas y guantes)
- f)** Mantener el cabello recogido y completamente cubierto por una malla o cofia
- g)** Mantener la uñas cortas, limpias y sin de esmalte.
- h)** No utilizar joyas, pulseras en el momento de manipular los alimentos.
- i)** No se permite fumar, comer, o masticar chicles en el momento de la manipulación de los alimentos.
- j)** Los trabajadores no deben hablar, toser o respirar sobre los alimentos o utensilios.
- k)** Optimo estado locativo de enchapes, ventilación, iluminación, superficies, muebles, equipos, dotación, almacenamiento de alimentos e insumos y utensilios.

El MINSAL vigilará el cumplimiento de todos estos aspectos en cualquier momento.

Programa de manejo de residuos sólidos

Objetivo: Adecuar e implementar prácticas higiénicas de almacenamiento temporal, recolección, almacenamiento, y disposición final de los desechos que se generan al interior de la empresa.

El programa de residuos del plan de saneamiento básico de sólidos debe incluir:

- a) **Inventario de depósitos para basura** existentes en baterías sanitarias, senderos, oficinas y áreas comunes y de descanso.
- b) **Descripción del tipo de residuos** que se generan al interior del parque indicando sus características: orgánicos, inorgánicos, reciclables, de riesgos biológicos y/o peligrosos. Indicar en que sitios se generan cada tipo de residuos según corresponda y el manejo interno en cuanto a recolección. Indicar la empresa o persona natural encargada del retiro de los desechos sólidos, determinar días y horarios de recolección.
- c) **Todos los depósitos para basura del establecimiento deben tener bolsa y tapa.** En los casos de residuos de riesgo biológico, peligroso o de otro tipo diferente a los residuos convencionales, deben ajustarse al código de colores exigidos por la ley y desarrollar un programa de manejo especial.

En el plan de saneamiento del área de compostaje que cuente con condiciones de ventilación, iluminación, facilidades para su aseo y mantenimiento y de fácil acceso. Indicar la ubicación y personal responsable de este espacio al interior del establecimiento.

los anteriores apartados dan una panorama general el contenido de plan de manejo de residuos del parque, cabe mencionar que actualmente el PNCV produce al menos 36 toneladas métricas de basura al año, la cual se evacua 6 veces en el año, justo después de las temporadas turísticas más significativas, pero actualmente o se hace ninguna separación de desechos, los cuales pueden ser de utilidad económica, tales como el aluminio, papel y otros reciclables, mientras que los desechos biodegradables, deberán utilizarse para la realización de compostaje que será útil en el vivero como abono de tipo orgánico, con ello se aprovecha los residuos y se ayuda a disminuir el impacto ambiental provocado por los desechos recolectados en la normal operación del parque.

Líneas Estratégica del Plan.

a) Minimización y aprovechamiento de residuos sólidos

Proyecto: "Aprovechamiento de los residuos no biodegradables"

Objetivo: aprovechar los residuos sólidos comunes (no biodegradables) generados en el Parque siempre que sea práctico.

Actividades:

1. Adecuar el sitio para el almacenamiento selectivo de los residuos aprovechables.

El sitio de almacenamiento temporal de los residuos sólidos no biodegradables (aprovechables) debe estar techado de tal forma que no se mojen los residuos, tener divisiones para depositar los residuos separadamente, contar con un sistema de ventilación adecuado, contar con sistema de prevención y control de incendios, debe estar cubierto totalmente.

2. Limpiar y prevenir la proliferación de vectores en la zona de almacenamiento intermedio.

La zona de almacenamiento intermedio deberá ser aseada permanentemente. Para impedir la propagación de vectores no se deben depositar residuos por fuera de la bodega, esta debe estar siempre con la puerta cerrada.

3. Solicitar la evacuación de los residuos sólidos aprovechables cuando se alcance la capacidad máxima de almacenamiento.

Cuando el sitio de almacenamiento intermedio de residuos no biodegradables alcance su capacidad máxima, se debe solicitar la evacuación de estos residuos a la gerencia de parques recreativos; también, es importante garantizar que los residuos evacuados se aprovechen, para ello es necesario que los desechos y residuos sean comercializados a través del ISTU con plantas recicladoras locales.

4. Implementar prácticas que permitan disminuir la generación de residuos en el Parque.

Se deben revisar las actividades que ordinariamente son realizadas para propender por la disminución de los residuos generados. De esta forma se deben implementar prácticas como la utilización del papel por ambos lados en los servicios administrativos, restringir el ingreso masivo de botellas plásticas (también reutilizarlas), latas y otros por parte de los trabajadores, reemplazar productos desechables por otros más duraderos, entre otros.

b) Manejo integral de residuos sólidos

Objetivo: Realizar un manejo integral de los residuos sólidos generados en el PNCV.

1. Adquirir los recipientes adecuados para el almacenamiento primario de los residuos.

Los recipientes para el almacenamiento primario deben cumplir con las siguientes especificaciones: plásticos (liviano, resistente, de fácil limpieza y cargue), deben tener tapa, codificación de colores, rotulado que indique el tipo de residuo a almacenar y deben estar distribuidos uniformemente en todo el parque.

Tabla 158 - Código de colores para depósitos de recolección de residuos

| TIPO DE RESIDUO | COLOR DE IDENTIFICACIÓN |
|-------------------|-------------------------|
| PAPEL | AMARILLO |
| PLÁSTICOS | AZUL |
| METAL | GRIS |
| ORGÁNICOS | VERDE |
| VIDRIO | BLANCO |
| PELIGROSOS | ROJO |
| DISPOSICIÓN FINAL | NEGRO |

El restaurante por ser la única fuente generadores de residuos biodegradables se dotará de cinco depósitos para basura más para manejar estos residuos, y las habitaciones de visitantes se dotaran de una bolsa hecha de material biodegradable, para que los turistas y visitantes puedan llevarse consigo los residuos no biodegradables generados en el parque. Los residuos de los senderos serán recogidos mediante jornadas de recolección utilizando costales o bolsas plásticas.



Figura 116 - Modelo de bolsa biodegradable para el PNCV

Capacidad de los depósitos.

Para los residuos no biodegradables se utilizaran depósitos de 10 litros.

Para los residuos biodegradables se utilizaran depósitos de 50 litros.

Para los residuos biosanitarios se utilizaran depósitos de de 5 litros.

2. Dotar y capacitar a los operarios encargados de la limpieza de cada una de las zonas de generación con los materiales e insumos adecuados para el desarrollo eficiente y seguro de esta labor.

Al momento de recoger y almacenar los residuos, cada operario usará: uniforme u overol que lo identifique como empleado del parque, botas plásticas, tapabocas y guantes. Además debe emplear las herramientas adecuadas (escobas, rastrillos, y recogedores).

3. Señalizar y sensibilizar a funcionarios y visitantes para la adecuada separación de los residuos sólidos.

Esta labor está directamente asociada con la adecuada señalización del PNCV y con los programas de sensibilización que diseñen los gestores en el centro interpretativo, por lo que su eficiencia depende de gran manera en el alcance que dichos programas tengan.

4. Establecer las frecuencias y horarios de recolección y transporte interno de los residuos sólidos.

La recolección de los residuos no biodegradables se realizará dos veces por semana: martes y viernes. El colaborador debe pasar por todas las dependencias recogiendo estos residuos, y una vez recogidos deben ser llevados al centro de acopio. Los residuos biodegradables se recogerán diariamente en horas de la mañana y deben ser llevados al área de compostaje. El único sitio de donde se recogerán estos residuos es el restaurante. Los residuos de los senderos serán recolectados dos veces al mes mediante brigadas colectivas por parte del personal que trabaja en el parque, los días de menos afluencia turística; para esta recolección se utilizarán bolsas o costales.

5. Evacuación de residuos

Los residuos del parque deben ser evacuados de manera bimensual, plazo que está abierto a cambios a medida la generación de desechos aumente en el parque. Se estima un aumento del 25% en la generación de residuos, para los primeros 5 años de operación de parque, según registros históricos del administrador de mantenimiento de parques recreativos del ISTU.

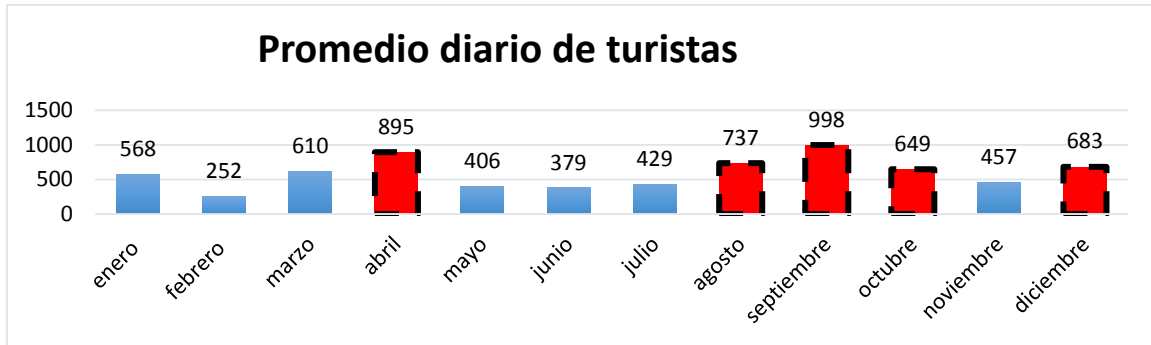
Los desechos se mantendrán en resguardo en el centro de acopio, sin que sufra modificaciones físicas, solamente optimizando el espacio de almacenaje del mismo, el cual será compartido con la zona de compostaje aerobio.

Para el inicio de puesta en marcha del modelo, se seguirán utilizando los actuales servicios de evacuación de desechos, pero con la salvedad de que todos aquellos desechos que pudieran tener valor comercial, deberán ser reportados y vendidos para recuperar costos de operación de PNCV.

5.3.4.6 Plan de seguridad y contingencia para temporada alta

La afluencia de las personas en sitios turísticos se conoce por ser de carácter estacionario y se puede observar en las estadísticas mensuales de turistas y visitantes que registra el PNCV; los periodos donde se observa mayor afluencia de turistas es en vacaciones de semana santa, vacaciones de agosto, festival del jocote corona, y en los meses de octubre y diciembre, cuyos promedios diarios superan las 640 personas (capacidad de carga calculada para senderos), debido a tal situación se debe crear acciones estratégicas para minimizar el impacto que genera la saturación turística.

Gráfica 47 - Promedio diario de Turistas



El plan debe tener como propósito brindar un mejor servicio al turista y a la vez disminuir el impacto negativo sobre el medio ambiente. Algunos de los puntos que se deben tratar son los siguientes:

| | |
|------------------------|----------------------|
| Seguridad | Ingreso al parque |
| Parqueo | Servicios sanitarios |
| Elementos de Cruz Roja | Personal de apoyo |
| Seguridad alimentaria | |

Seguridad

Actualmente se cuenta con un puesto de POLITUR en las instalaciones del parque, pero debido a la cantidad de personas es necesario realizar las siguientes actividades.

- Gestionar apoyo a Fuerza Armada y PNC para brindar mayor seguridad al turista y visitante durante el desarrollo de la actividad.
- Solicitar patrullajes preventivos de forma constantes en carretera hacia el parque.
- Solicitar incrementar el apoyo de POLITUR en el desarrollo de la actividad de montañismo, debido a que dicha actividad requiere por normas establecidas, el acompañamiento de un miembro de seguridad por cada grupo turístico.

Elementos de Cruz Roja

Es necesario contar con el apoyo de la Cruz Roja ante cualquier situación inesperada, por lo tanto se deberá:

- Gestionar el apoyo de elementos de Cruz Roja durante periodos de mayor afluencia de turistas y visitantes.
- Destinar lugar estratégico del equipo de Cruz Roja para facilitar la atención ante cualquier emergencia.
- Solicitar ambulancia con el equipo necesario para auxiliar al turista o visitante.

Seguridad alimentaria

- Coordinar con el Ministerio de Salud Pública, la evaluación de los alimentos que se brindan en el parque, mediante la realización de exámenes de laboratorio.
- Solicitar al Ministerio de Salud Pública que se impartan charlas de manipulación de alimentos a los arrendatarios de los locales de comida.

Parqueo

El parqueo dentro de las instalaciones del parque se vuelve complicado, debido al poco espacio disponible, ya que una parte del mismo es utilizado para la ubicación de venta de comida o levantamiento de escenario para el desarrollo de actividades de recreación, por lo que se deben crear acciones que encaminen al ordenamiento de los vehículos.

- Crear arrendamiento temporal de terrenos con facilidad de ingreso de vehículos, de tal manera crear parqueos para los turistas y visitantes.
- Formar alianza con personas que manejan mototaxis, para trasladar a los turistas hasta las instalaciones del parque.
- Solicitar apoyo de vehículos del ISTU para el traslado de los turistas hasta instalaciones del parque.
- Iniciar recorridos de vehículos del ISTU y mototaxis de apoyo desde 6:30 am, debido a que a partir de esa hora los turistas inician su recorrido hacia el parque.
- Evitar el parqueo de vehículos y ventas en la entrada del parque y establecerla como área de retorno de los vehículos, de tal manera reducir la cantidad de personas caminando largas distancias.

Servicios sanitarios

Debido al incremento de turistas y visitantes, el ingreso a los servicios sanitarios se vuelve un problema que se percibe a simple vista, por lo tanto se deberá:

- Gestionar la renta de servicios portátiles en los días de mayor afluencia según registros.
- Preparar la cantidad suficiente de agua para mantener la limpieza de los inodoros.
- Abastecer constantemente de agua los servicios sanitarios, de esta forma evitar el cierre de ciertos inodoros por falta de limpieza.
- Ubicar gel antibacterial para minimizar el gasto de agua.

Personal de apoyo

- Se deberá gestionar con la oficina central, el apoyo del personal de las diferentes unidades para ser asignados en el desarrollo de las actividades del parque.
- Ubicar en la entrada suficientes colaboradores que permitan agilizar el cobro y el ingreso de los visitantes.
- Solicitar la presencia de la PNC o elementos de la Fuerza Armada en las áreas de ingreso al parque.
- Preparar suficiente cambio en cajas registradoras de la caseta de ingreso, para evitar atrasos.
- Se deberá recortar los tickets de ingreso al parque, evitando ser utilizados nuevamente.
- Los arrendatarios y su personal deberán portar su carnet respectivo; cada arrendatario deberá tener limitado el número de personal a su cargo.
- El jefe de parque deberá solicitar mediante la intervención de la Unidad de Parques el personal adicional de carácter eventual, con la finalidad de cubrir las necesidades adicionales que se generan por el incremento de los turistas y visitantes.
- Se deberá crear alianzas con las instituciones que forman jóvenes en la carrera de turismo, para apoyar en las actividades del parque y en la atención al turista.
- El personal eventual contratado para la temporada festiva deberá mantener el aseo del parque, recogiendo la basura de los contenedores y trasladándola al centro de acopio. Se recomienda contratar temporalmente personas que habiten en las zonas aledañas al parque.

5.3.5 COMPONENTE DE EVALUACIÓN Y CONTROL.

El componente de control del modelo de gestión es la última fase en la que se ve relacionada, la labor de los gestores, esta fase es de suma importancia debido a que es en este último momento de la gestión en el que se analiza, verifica y corrige las desviaciones que el cumplimiento de objetivos y metas haya sufrido.

La etapa de control del modelo de gestión brinda los parámetros clave sobre verificar el avance en la consecución de los objetivos, para los cuales han sido necesarias todos los componentes anteriores y en los cuales se basa el éxito del modelo. Como tal el control consiste en medir, en primer lugar, el desempeño de las labores de los gestores del modelo y en segundo lugar, corregir el desempeño para alcanzar los objetivos propuesto a través del modelo.

El componente de control para el modelo de gestión posee dos variantes claves para su desempeño, las cuales son¹⁰⁰:

- a) **Función restrictiva y coercitiva:** se utiliza evitar los desvíos indeseables o comportamientos no aceptados. Se usa para delimitar las funciones y medir el desempeño.
- b) **Sistema de regulación:** cuando se detecta que las actividades o funciones de los colaboradores se han desviado o presentan irregularidades, esta regulación hará volver a los colaboradores a las actividades ya planeadas, también funciona de la misma manera para las actividades del modelo en general.

Como parte integra del modelo, el control y evaluación también está basado en un proceso establecido, el cual debe mantenerse vigente hasta la mejora significativa del modelo, dicho proceso abarca las áreas críticas de la medición y regulación de las actividades. Además al ser el último de los componentes del modelo de gestión posee la finalidad de brindar retroalimentación de las desviaciones significativas durante el desarrollo del modelo.

El control sirve como la función del modelo que permite la supervisión y comparación de los resultados obtenidos contra los resultados esperados originalmente, asegurando además que la acción dirigida se esté llevando a cabo de acuerdo con los planes estratégicos y dentro de los límites de la estructura del parque, siendo control uno de los pasos más importantes para que el modelo pueda seguir operando de manera correcta y eficiente.

Como ya se ha mencionado anteriormente, el proceso de control debe realizarse en todas las etapas del modelo y servir de brújula para la toma de decisiones claves que validaran y afirmarán el modelo de gestión en el tiempo. El proceso de control para el modelo de gestión será:

¹⁰⁰ (UNID & Ricalde, 2016)

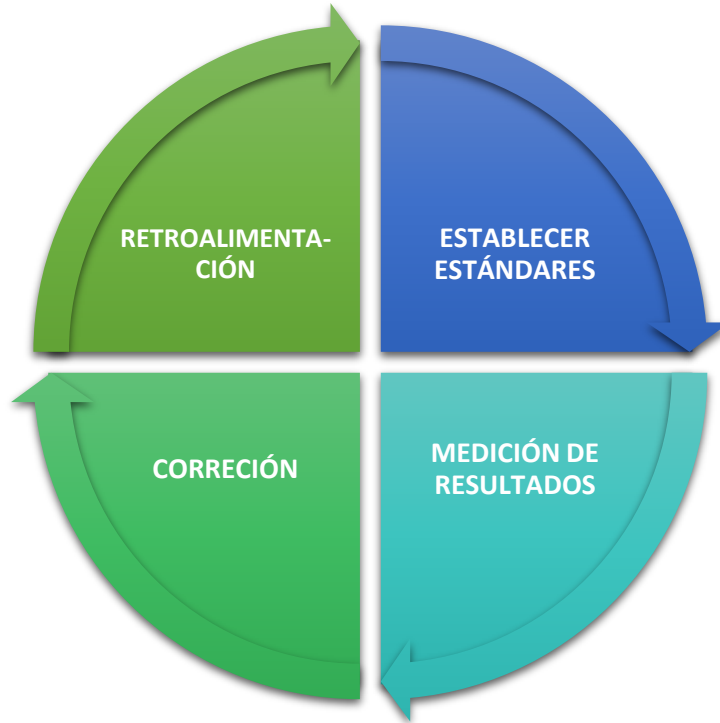


Figura 117 - Proceso de Control del Modelo de Gestión

Como todo proceso bien establecido, posee características claves que dirigen sus acciones y pormenorizan el desarrollo del mismo proceso, entre ellas podemos destacar¹⁰¹:

- a) Captar resultados;
- b) Comparar con lo planeado;
- c) Detectar y analizar desviaciones;
- d) Informar;
- e) Se mide y evalúa el cumplimiento de objetivos y la consecución de las metas;
- f) Se analizan las consecuencias de las acciones y de los hechos del contexto para detectar las causas de las desviaciones;
- g) Establecer estándares y métodos para medir el rendimiento;
- h) Medir el rendimiento;
- i) Determinar si el rendimiento se corresponde con los estándares trazados y en caso necesario;
- j) Tomar medidas correctivas.

¹⁰¹ (Molina, 2015)

5.3.5.1 Control y medición de indicadores.

Como se ha mencionado con anterioridad, la medición del desempeño de las distintas áreas que componen al modelo de gestión es clave para definir apropiadamente como el modelo está desarrollando los objetivos y las acciones encaminadas a mejorar la prestación de servicios eco-turísticos que el PNCV provee. Por lo que definir los indicadores que se deben medir, la forma y período de tiempo en que debe hacer es imprescindible para evaluar adecuadamente la gestión realizada y las acciones que deban tomarse para mejorar o mantener el desempeño esperado.

A continuación se detallan los indicadores propuestos para el modelo de gestión, se pormenoriza el propósito de cada uno, la regla de cálculo y la fuente de extracción de los datos necesarios para obtener la información necesaria para establecer los parámetros de desempeño del modelo.

Indicadores

| Participación anual de visitantes en el PNCV | | | |
|---|---|--|--|
| Propósito: Determinar la posición en la que se encuentra el PNCV respecto a los demás parques naturales y acuáticos del ISTU | | | |
| Fuentes de Datos: | Visitantes del PNCV en el periodo de evaluación | | |
| | Total de visitantes de los parques recreativos del ISTU | | |
| $\% P = \frac{VPNCV}{TVPR} * 100$ | %P | Porcentaje de participación | |
| | VPNCV | Visitantes del PNCV | |
| | TVPR | Total de Visitantes de Parques Recreativos | |
| Resultados de la Medición: Porcentaje de visitantes respecto del total de los parques del ISTU | | | |
| Unidad de medida: | Porcentaje | | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal <input type="checkbox"/> | Mensual <input type="checkbox"/> | Semestral <input type="checkbox"/> | |
| Quincenal <input type="checkbox"/> | Trimestral <input type="checkbox"/> | Anual <input checked="" type="checkbox"/> | |

| Crecimiento turístico | | | | | |
|--|---|-----------------------------------|--------------------------|-----------|-------------------------------------|
| Propósito: conocer el porcentaje de crecimiento en turistas y visitantes que posee el parque. | | | | | |
| Fuentes de Datos: | Visitantes del PNCV en el periodo de evaluación | | | | |
| | Total de visitantes de los parques recreativos del ISTU | | | | |
| $\% C = \frac{Pe(n) - Pe(base)}{Pe(base)} * 100$ | %C | Porcentaje de Crecimiento | | | |
| | Pe(n) | Visitantes Periodo del año ultimo | | | |
| | Pe(base) | Visitantes Periodo base | | | |
| Resultados de la Medición: Porcentaje de crecimiento respecto a los periodos en comparación | | | | | |
| Unidad de medida: | | Porcentaje | | | |
| Frecuencia de Medición | | | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Intensidad de uso | | | | | |
|---|---|---------------------------------------|--------------------------|-----------|-------------------------------------|
| Propósito: Determinar las personas por metro cuadrado en periodos de temporada alta. | | | | | |
| Fuentes de Datos: | Total de visitantes en temporada alta (picos de afluencia) al año | | | | |
| | Total de área del PNCV (m ²) | | | | |
| $IU = \frac{TVTA}{AT}$ | IU | Intensidad de Uso | | | |
| | TVTA | Total de Visitantes en Temporada Alta | | | |
| | AT | Área Total | | | |
| Resultados de la Medición: Personas por metro cuadrado en los meses pico del PNCV | | | | | |
| Unidad de medida: | | Persona/m ² | | | |
| Frecuencia de Medición | | | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Satisfacción del cliente | | | | | |
|---|---|-----------------------------------|--------------------------|------------------|-------------------------------------|
| Propósito: Conocer el nivel de satisfacción que obtienen los turistas y visitantes del PNCV, sobre diferentes aspectos de los servicios e instalaciones del parque | | | | | |
| Fuentes de Datos: | Sumatoria de las calificaciones otorgadas a cada uno de los aspectos que definen la satisfacción del cliente. | | | | |
| | Número total de aspectos a evaluar. | | | | |
| $SC = \frac{\sum CA}{TAE}$ | SC | Satisfacción del Cliente | | | |
| | CA | Calificación de Aspectos del PNCV | | | |
| | TAE | Total de Aspectos Evaluados | | | |
| Resultados de la Medición: Personas por metro cuadrado en los meses pico del PNCV | | | | | |
| Unidad de medida: | | Persona/m ² | | | |
| Frecuencia de Medición | | | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Nivel de ocupación anual de las cabañas | | | | | |
|--|---|-----------------------|--------------------------|------------------|-------------------------------------|
| Propósito: Determinar el nivel de la demanda de alojamiento por parte de los turistas | | | | | |
| Fuentes de Datos: | Total de días que han sido utilizadas las cabañas por parte de los turistas | | | | |
| | Días de servicio de alojamiento | | | | |
| $NO = \frac{DOA}{DS} * 100$ | NO | Nivel de Ocupación | | | |
| | DOA | Días Ocupados Anuales | | | |
| | DS | Días de Servicio | | | |
| Resultados de la Medición: Porcentaje anual de utilización de las cabañas por parte de los turistas. | | | | | |
| Unidad de medida: | | Porcentaje | | | |
| Frecuencia de Medición | | | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Cumplimiento de la planificación de actividades | | | |
|---|------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|
| Propósito: Evaluar el nivel en que se cumplen las actividades que han sido planificadas en un período determinado. | | | |
| Fuentes de Datos: | Total de actividades desarrolladas | | |
| | Total de actividades planificadas | | |
| $CP: \frac{AD}{AP} * 100$ | CP | Cumplimiento de la Planificación | |
| | AD | Actividades Desarrolladas | |
| | AP | Actividades Planificadas | |
| Resultados de la Medición: Porcentaje de cumplimiento de las actividades en un periodo determinado | | | |
| Unidad de medida: | | Porcentaje | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input type="checkbox"/> |

| Servicios turísticos mejorados o diversificados al año | | | |
|---|---|--|-------------------------------------|
| Propósito: Determinar los servicios anuales que se mejoran o se implementan en el PNCV. | | | |
| Fuentes de Datos: | Numero de servicios mejorados/ Diversificados | | |
| | Año Operativo | | |
| $SM/D = \frac{\# SM/D}{AO}$ | SM/D | Servicios Mejorados/ Diversificados | |
| | #SM/D | Numero de Servicios Mejorados/Diversificados | |
| | AO | Año Operativo | |
| Resultados de la Medición: Total de servicios mejorados o diversificados en un periodo establecido. | | | |
| Unidad de medida: | | Servicios/año | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Beneficio económico | | | |
|--|------------------------------------|------------------------|-------------------------------------|
| Propósito: Analizar el Beneficio Económico del PNCV | | | |
| Fuentes de Datos: | Total de egresos del PNCV año "n" | | |
| | Total de ingresos del PNCV año "n" | | |
| $\%G = \frac{TI - TE}{TI} \times 100$ | %G | Porcentaje de Ganancia | |
| | TI | Total de Ingresos | |
| | TE | Total de Egresos | |
| Resultados de la Medición: Porcentaje de Ganancia del PNCV | | | |
| Unidad de medida: | | Monto | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| | | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Inversión en activos fijos para el PNCV | | | |
|--|---|---|-------------------------------------|
| Propósito: Analizar la inversión en activos fijos en el PNCV | | | |
| Fuentes de Datos: | Monto de inversión en activos fijos para el PNCV. | | |
| | Monto anual promedio de inversión en activos fijos por parte del ISTU | | |
| $IAF = \frac{MIAF}{MAPI} * 100$ | IAF | Inversión en Activos Fijos | |
| | MIAF | Monto de Inversión en Activo Fijo | |
| | MAPI | Monto Anual Promedio de Inversión por el ISTU | |
| Resultados de la Medición: Porcentaje de inversión en Activo Fijo en el PNCV respecto al monto promedio de inversión por parte del ISTU. | | | |
| Unidad de medida: | | Porcentaje | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| | | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Costo promedio de atención al turista | | | |
|---|--|--------------------------|-------------------------------------|
| Propósito: Conocer el costo en promedio que implica brindar atención al turista y visitante | | | |
| Fuentes de Datos: | Costos operativos anuales del PNCV | | |
| | Cantidad de turistas que ingresan y hacen usos de las instalaciones del PNCV | | |
| $CPA = \frac{COA}{VA}$ | CPA | Costo Promedio Anual | |
| | COA | Costo Operativo Anual | |
| | VA | Visitante Anual del PNCV | |
| Resultados de la Medición: Costo (dólares/persona) que implica brindar el servicio en el PNCV | | | |
| Unidad de medida: | | Dólares/persona | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Porcentaje de personas subsidiadas en el PNCV | | | |
|--|--|------------------------------------|-------------------------------------|
| Propósito: Determinar la proporción de personas a quienes se les omite el pago de ingresar a las instalaciones del PNCV | | | |
| Fuentes de Datos: | Número de personas que reciben subsidio de entrada el PNCV | | |
| | Total de personas que ingresan a PNCV | | |
| $\% PS = \frac{PS}{TV} * 100$ | %PS | Porcentaje de Personas Subsidiadas | |
| | PS | Personas Subsidiadas | |
| | TV | Total de Visitantes en el PNCV | |
| Resultados de la Medición: Proporción de personas subsidiadas respecto al total de visitantes | | | |
| Unidad de medida: | | Porcentaje | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Porcentaje del presupuesto asignado al PNCV | | | |
|--|--|--|-------------------------------------|
| Propósito: Evaluar el porcentaje del presupuesto de parques recreativos que se destina al PNCV. | | | |
| Fuentes de Datos: | Presupuesto asignado al PNCV | | |
| | Monto total de presupuesto asignado a la unidad de parques recreativos | | |
| $\%PA = \frac{PA}{MTPA} * 100$ | %PA | Porcentaje de Presupuesto Asignado | |
| | PA | Presupuesto Asignado al PNCV | |
| | MTPA | Monto Total de Presupuesto Asignado al área de parques recreativos | |
| Resultados de la Medición: Proporción del presupuesto que se destina al PNCV | | | |
| Unidad de medida: | | Porcentaje | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| | | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Porcentaje de evacuación anual de desechos sólidos | | | |
|---|---|---|-------------------------------------|
| Propósito: Evaluar el | | | |
| Fuentes de Datos: | Número de veces que se desalojan los desechos sólidos del PNCV. | | |
| | Meses operativos al año. | | |
| $\%EA = \frac{NDDS}{MOA} * 100$ | %EA | Porcentaje de Evacuación Anual | |
| | NDDS | Número de Desalojos de Desechos Sólidos | |
| | MOA | Meses Operativos Anuales | |
| Resultados de la Medición: Porcentaje de evacuación anual de los desechos sólidos que se generan en las instalaciones del PNCV. | | | |
| Unidad de medida: | | Porcentaje | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| | | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Promedio de desechos sólidos por persona | | | |
|--|--|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Propósito: | | | |
| Fuentes de Datos: | Peso en toneladas de desechos sólidos anuales. | | |
| | Total de personas que ingresan al PNCV anualmente. | | |
| $DSP = \frac{TDS}{NV} * 100$ | DSP | Desechos Sólidos por Persona | |
| | TDS | Total de Desechos Sólidos en el PNCV | |
| | NV | Número de Visitantes | |
| Resultados de la Medición: | | | |
| Cantidad de basura en promedio que genera una persona en las instalaciones del PNCV. | | | |
| Unidad de medida: | | Toneladas/Persona | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Porcentaje de colaboradores que reciben capacitaciones | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Propósito: Determinar la proporción del personal que se está capacitando en el PNCV | | | |
| Fuentes de Datos: | Numero de colaboradores capacitados | | |
| | Total de colaboradores del PNCV | | |
| $\% CR = \frac{CC}{TC} * 100$ | %CR | Porcentaje de Capacitación Recibida | |
| | CC | Colaboradores en capacitación | |
| | TC | Total de Colaboradores | |
| Resultados de la Medición: | | | |
| Porcentaje de colaboradores que reciben capacitación en el PNCV | | | |
| Unidad de medida: | | Porcentaje | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Capacitaciones anuales | | | |
|--|------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| Propósito: Conocer el total de capacitaciones impartidas anualmente. | | | |
| Fuentes de Datos: | Total de capacitaciones impartidas | | |
| | Año operativo | | |
| $CA = \frac{TCA}{AO}$ | CA | Capacitaciones Anuales | |
| | TCA | Total de Capacitaciones Anuales | |
| | AO | Año Operativo | |
| Resultados de la Medición: Capacitaciones que se imparten a los colaboradores del PNCV | | | |
| Unidad de medida: | | Capacitación/año | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| | | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

| Costos de Capacitación por Colaborador. | | | |
|---|-------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Propósito: Analizar el costo por colaborador al momento de realizar la capacitación | | | |
| Fuentes de Datos: | Costo de la capacitación impartida | | |
| | Total de colaboradores capacitados. | | |
| $CCC = \frac{CTC}{TCC}$ | CCC | Costo de Capacitación por Colaborador | |
| | CTC | Costo Total de la Capacitación | |
| | TCC | Total de Colaboradores Capacitados | |
| Resultados de la Medición: Costo de capacitación por cada colaborador a quien se le imparte | | | |
| Unidad de medida: | | Dólares/persona | |
| Frecuencia de Medición | | | |
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| | | Semestral | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| | | Anual | <input checked="" type="checkbox"/> |

5.3.5.2 Propuesta de control sobre servicios tercerizados

El PNCV a través del modelo de gestión turística, busca crear la mejor experiencia para los turistas y visitantes que se apersonen a conocer y disfrutar los servicios eco-turísticos mejorados y diversificados, por lo que parte crucial de crear esa experiencia es que todas las personas que hagan uso de las instalaciones del parque, perciba la misma atmosfera de servicio y calidez por parte de los colaboradores y de las facilidades que se presten dentro del parque.

El modelo ha identificado a través de la etapa de diagnóstico, tres servicios que el PNCV debe tercerizar y mejorar los procesos de control sobre los servicios solicitados, además de brindar seguimiento adecuado para evitar quejas y reclamos de los turistas y visitantes. Los servicios identificados son:

- a) Saneamiento de fosas sépticas
- b) Disposición de desechos sólidos
- c) Servicios de cafetería y alimentación.

La propuesta de control radica en tres ejes básicos¹⁰² para los servicios tercerizados, que generan el triángulo del éxito en la gestión y control de los servicios proveídos por terceros.



¹⁰² (Revista IDEA, 1999)

A. Procesos de gestión del proveedor:

Estos procesos están directamente relacionados con el desempeño del proveedor de servicio y toma para consideración del modelo lo siguiente:

- a) Debida diligencia del proceso de servicios y del proveedor
- b) Reporte periódico y registro del servicio
- c) Informe a la jefatura del parque y a la gerencia de parques recreativos.

B. Administración de acuerdos y niveles de servicio.

Íntimamente relacionados con el tipo de operaciones desempeñadas por los proveedores y por el nivel de servicio prestado, además del impacto que tenga sobre las propias operaciones de parque y el desempeño del mismo modelo. Este eje toma a consideración lo siguiente:

- a) Indicadores de desempeño del proveedor
- b) Elementos de costo del servicio
- c) Niveles de servicio
- d) Niveles de operación.

C. Capacitaciones y satisfacción de servicio.

Depende este eje, exclusivamente de las capacitaciones brindadas a los colaboradores que presta el servicio en el PNCV, con el fin de asegurar que los niveles y la calidad de servicio que el modelo pretende lograr, no se vea mermada en ningún momento por persona externo a PNCV y al ISTU. La temática de control que este eje maneja es la siguiente:

- a) Capacitaciones y certificaciones del personal
- b) Índice de satisfacción de servicio
- c) Percepción del turista y visitante sobre los servicios tercerizados.

Como se ha mencionado en párrafos anteriores os servicios determinados por el modelo de gestión que deben tercerizarse deben cumplir requisitos individuales para permanecer y ser tomados en cuenta como proveedores regulares por parte de los gestores de modelo.

De forma individual cada servicio debe ser evaluado de acuerdo a KPI'S previamente negociados con el proveedor y a niveles de servicios explícito en los ejes básicos de control, previamente mencionados. De forma general el modelo de gestión propone que cada proveedor de servicio debe contar con un contrato que obligue a mantener un nivel de servicio adecuado, basados en los principios SLA¹⁰³ y OLA¹⁰⁴ que dictamina de forma específica tanto el nivel de servicio contratado para el parque, como el nivel de operación que se debe mantener para lograr los indicadores de desempeño contratados.

¹⁰³ SLA (Service Level Agreement) = Acuerdo de Nivel de Servicio

¹⁰⁴ OLA (Operating Level Agreement) = Acuerdo de Nivel de Operación

Por lo tanto, los servicios de saneamiento de las fosas sépticas de parque, la disposición de desechos sólidos y los servicios de alimentación, deben cumplir con los siguientes principios para determinar la medición objetiva tanto del nivel de servicio como del nivel operativo:

- a) Los indicadores deben propiciar el comportamiento deseado
- b) Los indicadores deben reflejar factores controlables por el proveedor.
- c) Seleccionar indicadores que se puedan medir
- d) Número razonable de indicadores
- e) Definir una línea base de prestación de servicios.

D. Propuesta individual de control de Servicios tercerizados.

Saneamiento de Fosas Sépticas

Para brindar un buen servicio a los turistas y visitantes es necesario que los niveles de saneamiento se mantengan conforme al plan de saneamiento del parque, y uno de los principales rubros que merece la atención del modelo radica en el mantenimiento y vaciado de las fosas sépticas del parque. Ya que históricamente han recibido muy poca atención y mantenimiento por parte de las administración de mantenimiento del ISTU. Por lo que el modelo propone la contratación de una empresa especializada en el rubro que drene oportunamente los residuos que se albergan en estos contenedores y puedan recibir el tratamiento final adecuado para minimizar el impacto generado por la descarga de dichos desechos.

Las directrices de control de este servicio en particular son:

1. Tiempo del servicio de evacuación de las fosas sépticas
2. Nivel operativo de servicio
3. Número de Viajes realizados para completar la descarga
4. Cantidad de personal enviado al retiro de los desechos del parque
5. Tipo de equipos (Camiones, bombas, EPP, etc.) utilizados para la evacuación de los desechos
6. Tipos de químicos utilizados en la limpieza de las fosas y manejo medioambiental de los mismos
7. Horario de servicio
8. Disponibilidad para emergencias
9. Disposición final y tratamiento de los desechos evacuados del parque
10. Flexibilidad de programación de visitas acorde al PAO del PNCV.

Disposición de los desechos sólidos del parque.

Este es una de los ejes estratégicos del modelo, al describir dentro de sus objetivos la sostenibilidad ambiental necesaria para poder preservar en el tiempo las operaciones turísticas del parque. El manejo de los desechos sólidos y la minimización de los mismos son temas prioritarios del modelo, por lo que la evacuación de aquellos desechos que no puedan ser utilizados según el plan propuesto de saneamiento, deben ser evacuados del parque y dispuestos de la mejor forma posible.

Las directrices de control de este servicio tercerizado son:

1. Numero de evacuaciones al año
2. Costo del servicio
3. Lugar de disposición final de desechos
4. Limpieza en la evacuación de desechos
5. Horarios de servicio
6. Cantidad de personal enviado.
7. Tipo de transporte con el que se evacuan los desechos
8. Cantidad de viajes realizados para evacuar todo el centro de acopio
9. Flexibilidad de programación de visitas acorde al PAO del PNCV

Servicios de cafetería y alimentación

Este es un servicio que la muestra poblacional encuestada, mencionaba constantemente, como servicio que esperaba encontrar en las instalaciones del PNCV, dado ello, el ISTU toma nota de lo expresado por la población, incluso en estudios propios de la institución e inicia el proceso de construcción de un restaurante y cafetería gourmet, que debe ser gestionada de forma integral a través del modelo, por lo que los controles y auditorías que debe realizarse a este servicio, por parte del área staff propuesta en el modelo, son vitales para garantizar la mejor experiencia posible a los turistas y visitantes.

Los ejes de control propuestos son:

1. Número de empleados con certificados del MINSAL para manipulación de alimentos
2. Establecimientos con el permiso sanitario vigente
3. Capacitaciones sobre buenas prácticas en el manejo de alimentos preparados
4. Nivel de servicio de las cafeterías
5. Cantidad de desechos generados
6. Cumplimiento del reglamento sanitario del MINSAL
7. Horarios de servicio de los proveedores
8. Limpieza general y de áreas cocina
9. Cantidad de personal por establecimiento
10. Uso de agua en los procesos de las cafeterías

E. Realimentación de modelo

La retroalimentación es vital para que se logren concretar las acciones correctivas del modelo, por lo que los instrumentos y herramientas utilizadas para que se logren llevar a cabo estas acciones son de suma importancia para el componente estratégico del modelo y por ende para el desempeño de la gestión como tal.

Ya que a través de los indicadores claves de desempeño diseñados en este componente y los criterios de control de los servicios tercerizados, es posible generar un panorama general de la salud y el desarrollo del modelo, aplicando acciones correctivas y coercitivas para lograr que los objetivos estratégicos del modelo puedan ser logrados en tiempo.

Es en esta fase final de componente de control, que se evidencia el carácter sistémico del modelo, en donde a través de los indicadores, es posible conocer la evolución del modelo y crear los criterios de evaluación para crear acciones y políticas de parque que mejoren la experiencia de los turistas. Es la retroalimentación la clave de la mejora continua y de la permanencia del PNCV en el mercado eco-turístico nacional, por medio de acciones que faciliten conocer el carácter dinámico del mercado de servicios turísticos, y agilizar los análisis propios de la estrategia de del modelo, con los cuales es posible influir en las directrices claves del modelo para mejorar los servicios que se prestarán a través de la gestión turística propuesta. Los canales por donde la retroalimentación fluirá serán través de los supervisores y los miembros de área staff del parque, que se encargan de hacer cumplir los procesos estipulados en los manuales de operación y de realizar las auditorías e inspecciones a los servicios, a través de los reportes operativos de cada área. Los cuáles serán la pieza clave para definir las oportunidades de mejora en la gestión del PNCV.

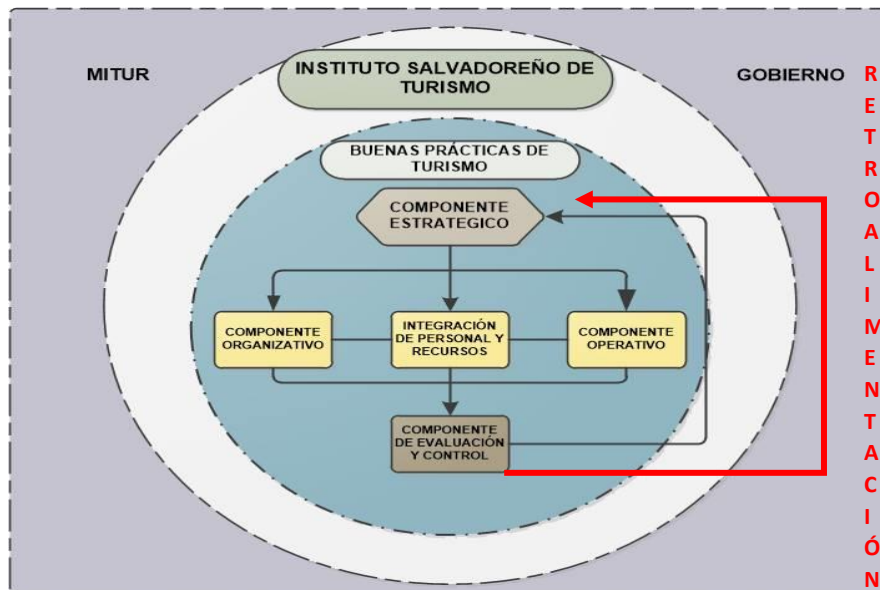


Figura 118 - Componente de Control



CAPÍTULO VI: EVALUACIONES DEL PROYECTO



6.1 INVERSIÓN PREVIAS A LA PUESTA EN MARCHA

La información proveniente tanto de la etapa de diagnóstico y de la de diseño, debe sistematizarse ya que ambas son primordiales para definir y cuantificar las inversiones necesarias del modelo y por ende involucrar esta información para ser proyectada en el flujo de efectivo.

La inversión inicial está constituida por el conjunto de erogaciones que se tendrán que hacer para adquirir todos los bienes y servicios necesarios para la implementación del proyecto, o sea para dotarlo de su capacidad operativa¹⁰⁵.

Las inversiones previas a la puesta en marcha del modelo son de dos tipos:

- a) Inversiones fijas;
 - Tangibles; e
 - Intangibles
- b) Inversiones de capital (capital de trabajo).

6.1.1 Inversiones fijas¹⁰⁶

Esta inversión se refiere a todos los recursos que son necesarios en la fase inicial del modelo y que comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y los intangibles necesarios para iniciar las operaciones del modelo. Se les denomina comúnmente como el conjunto de bienes del proyecto que no son motivo de transacción corriente y se adquieren de una vez durante la etapa de implementación del proyecto, siendo utilizadas la mayoría de veces a lo largo de su vida útil. Las inversiones fijas son aquellos desembolsos de dinero que se efectúa para la adquisición de determinados activos, que van a servir para el normal funcionamiento del modelo.

Las inversiones fijas están divididas para el modelo en inversiones fijas tangibles e intangibles, las inversiones fijas tangibles; se refieren a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades, mientras que las inversiones fijas intangibles al igual que las anteriores cumplen la función de proveer al modelo las condiciones necesarias para iniciar operaciones, con la salvedad que estas últimas, no son sujetas a transacciones comunes y por ende no son parte de los activos tangibles de la empresa, pero no podría, el modelo, ponerse en marcha sin estos desembolsos de capital.

¹⁰⁵ (Anzil, Federico, 2017)

¹⁰⁶ (Chain, 2007, p. 145)

6.1.1.1 Inversiones Fijas Tangibles.

Dentro de las inversiones fijas tangibles que el modelo comprende, destacan todos aquellos bienes que son motivo de transacción corriente y que además en la fase operativa del modelo se incorporan como costos operativos bajo el concepto de depreciación. Claro está a excepción del terreno, el cual se avalúa pero no se incluye en las inversiones del proyecto, debido a que si costo comercial o transaccional difiere enormemente del costo real de un terreno denominado como área natural protegida. Pero en base a aproximaciones comerciales será posible deducir el costo del mismo. La inversión del terreno según estimaciones del Arq. Mauricio García, Gerente de Proyectos del ISTU, el valor de la manzana de tierra en la zona donde se ubica el PNCV, ronda los \$11,000.00 como precio medio, y dado que el modelo propone la utilización de 5 manzanas inicialmente, el costo del terreno sería de \$55,000.00 en promedio. Para el resto de las inversiones, el modelo las divide en inversiones de carácter operativo, por cada servicio mejorado o innovado y en inversiones de carácter general, que involucra todas aquellas erogaciones que no están directamente relacionadas con las actividades eco-turísticas, pero soportan la operatividad del modelo. Las inversiones se desglosan a continuación.

A. Inversiones Operativas

Tabla 159 - Inversiones operativas (1 de 4)

| SERVICIO | NOMBRE | COSTO UNITARIO | CANTIDAD | COSTO TOTAL |
|----------|--|----------------|----------|-------------|
| CANOPY | Bases de protección de plataformas | \$85.00 | 6 | \$510.00 |
| | Mosquetones para anclaje. | \$25.00 | 30 | \$750.00 |
| | Estribos para las bases | \$89.00 | 30 | \$2,670.00 |
| | Cinta para anclaje | \$45.00 | 20 | \$900.00 |
| | Casco de protección para actividades a intemperie | \$45.00 | 30 | \$1,350.00 |
| | Polea para el cable del circuito, de calidad certificada | \$45.00 | 30 | \$1,350.00 |
| | Arnés anticaídas de calidad certificada | \$100.00 | 30 | \$3,000.00 |
| | Cinta de anclaje a la polea, de calidad certificada | \$175.00 | 4 | \$700.00 |
| | Ascendedores y descendedores, de calidad certificada. | \$225.00 | 4 | \$900.00 |
| | Guantes certificados para la actividad. | \$20.00 | 30 | \$600.00 |
| | Líneas de vida regulables | \$18.00 | 30 | \$540.00 |
| | Líneas de vida fijas | \$15.00 | 30 | \$450.00 |
| | Diseño y construcción | \$3,500.00 | 1 | \$3,500.00 |

Tabla 159 - Inversiones operativas (2 de 4)

| SERVICIO | NOMBRE | COSTO UNITARIO | CANTIDAD | COSTO TOTAL |
|----------------------------------|---|----------------|----------|-------------|
| CAMPING | Tiendas de campaña tipo iglú | \$70.00 | 16 | \$1,120.00 |
| | Tiendas de campaña tipo canadiense | \$75.00 | 16 | \$1,200.00 |
| | Bolsas para dormir individuales | \$40.00 | 25 | \$1,000.00 |
| | Bolsas para dormir familiares | \$80.00 | 15 | \$1,200.00 |
| | Paneles solares | \$900.00 | 6 | \$5,400.00 |
| | Instalación y postes para paneles solares | \$85.00 | 6 | \$510.00 |
| | Lámparas solares para camping | \$30.00 | 40 | \$1,200.00 |
| | Adecuación del terreno. | \$4,000.00 | 1 | \$4,000.00 |
| SENDERISMO | Equipo de comunicación | \$175.00 | 1 | \$175.00 |
| | Cuerda para delimitar senderos | \$0.50 | 3000 | \$1,500.00 |
| | Postes de fibra de vidrio | \$7.50 | 650 | \$4,875.00 |
| | Postes de madera de 1m | \$6.00 | 130 | \$780.00 |
| | Postes de madera de 3m | \$8.25 | 347 | \$2,862.75 |
| | Terracería y adecuación | \$3,150.00 | 1 | \$3,150.00 |
| | Bancas zona de descanso | \$90.00 | 19 | \$1,710.00 |
| TREKKING | Equipo de comunicación (par) | \$175.00 | 4 | \$700.00 |
| | Binoculares | \$80.00 | 7 | \$560.00 |
| | Bastones de trekking | \$50.00 | 50 | \$2,500.00 |
| ALOJAMIENTO | Infraestructura y diseño de cabañas. | \$5,500.00 | 9 | \$49,500.00 |
| | Duchas eléctricas | \$40.00 | 15 | \$600.00 |
| | Mesa rústica de madera | \$30.00 | 15 | \$450.00 |
| | Juego de sillas de madera (3 Sillas) | \$35.00 | 15 | \$525.00 |
| | Juego de mesa de noche rústicas (2) | \$30.00 | 15 | \$450.00 |
| | Juego de ropa de cama, baño y alfombras | \$30.00 | 22 | \$660.00 |
| | Camas dúplex de madera | \$250.00 | 18 | \$4,500.00 |
| | Sistema de recolección de aguas lluvias | \$650.00 | 15 | \$9,750.00 |
| CENTRO INTERPRETATIVO | Diseño y construcción del centro interpretativo | \$10,350.00 | 1 | \$10,350.00 |
| | Televisor LED 40" | \$350.00 | 5 | \$1,750.00 |
| | Racks para TV | \$125.00 | 5 | \$625.00 |
| | Reproductor de DVD | \$40.00 | 5 | \$200.00 |
| | Vitrina | \$100.00 | 3 | \$300.00 |
| | Altavoz Portátil | \$425.00 | 1 | \$425.00 |
| Material Informativo para el C.I | \$550.00 | 1 | \$550.00 | |

Tabla 159 - Inversiones operativas (3 de 4)

| SERVICIO | NOMBRE | COSTO UNITARIO | CANTIDAD | COSTO TOTAL |
|------------------------------------|---|----------------|----------|-------------|
| VIVERO | Infraestructura y diseño del vivero. | \$6,800.00 | 1 | \$6,800.00 |
| | Fertilizantes para plantas | \$12.00 | 50 | \$600.00 |
| | Bolsas para almácigo (1000 unidades) | \$18.00 | 2 | \$36.00 |
| | Bolsas de papel biodegradable (100 unidades) | \$18.00 | 10 | \$180.00 |
| | Plantas ornamentales | \$1.00 | 50 | \$50.00 |
| | Plantas Frutales | \$1.00 | 50 | \$50.00 |
| | Flores | \$1.00 | 50 | \$50.00 |
| | Macetas 4" | \$1.25 | 50 | \$62.50 |
| | Macetas 6" | \$2.00 | 50 | \$100.00 |
| | Macetas 8" | \$3.15 | 50 | \$157.50 |
| | Macetas 12" | \$4.00 | 50 | \$200.00 |
| | Manguera 30" | \$15.00 | 5 | \$75.00 |
| | Palas | \$20.00 | 2 | \$40.00 |
| | Tijeras para podar | \$7.00 | 5 | \$35.00 |
| | Podadora eléctrica | \$175.00 | 3 | \$525.00 |
| | Regadera manual | \$4.00 | 10 | \$40.00 |
| | Guantes de jardinería (par) | \$5.00 | 4 | \$20.00 |
| | Rastrillo | \$6.25 | 6 | \$37.50 |
| | Carretilla | \$60.00 | 3 | \$180.00 |
| | Sillas para área de espera | \$45.00 | 4 | \$180.00 |
| Estantes metálicos para exhibición | \$145.00 | 6 | \$870.00 | |
| MIRADOR PANORÁMICO | Diseño y construcción del mirador | \$7,500.00 | 1 | \$7,500.00 |
| | Visor panorámico tragamonedas | \$4,000.00 | 1 | \$4,000.00 |
| PÉNDULO | Construcción e instalación del péndulo | \$4,000.00 | 1 | \$4,000.00 |
| | Arnés de protección | \$100.00 | 15 | \$1,500.00 |
| | Casco de protección para actividades a intemperie | \$30.00 | 15 | \$450.00 |
| | Mosquetones para anclaje. | \$25.00 | 15 | \$375.00 |
| | Escalera de aluminio de 1.5 m | \$60.00 | 1 | \$60.00 |

Tabla 159 - Inversiones operativas (4 de 4)

| SERVICIO | NOMBRE | COSTO UNITARIO | CANTIDAD | COSTO TOTAL |
|----------------------|---|----------------|--------------|---------------------|
| CUERDAS ALTAS | Infraestructura y diseño de cuerdas altas | \$4,580.00 | 1 | \$4,580.00 |
| | Arnés anticaídas de calidad certificada | \$100.00 | 20 | \$2,000.00 |
| | Polea para el cable de circuito - calidad certificada | \$45.00 | 20 | \$900.00 |
| | Mosquetones para anclaje. | \$25.00 | 20 | \$500.00 |
| | Líneas de vida regulables | \$18.00 | 20 | \$360.00 |
| | Líneas de vida fijas | \$15.00 | 20 | \$300.00 |
| | Casco de protección para actividades a intemperie | \$45.00 | 20 | \$900.00 |
| | | | TOTAL | \$170,011.25 |

B. Inversiones Generales

Las inversiones generales contemplan todas aquellas erogaciones iniciales para poner en marcha el funcionamiento del modelo, estas inversiones tienen que ver en específico, con todos aquellos rubros en los que no incidan directamente en la fase operativa del modelo, es decir, todas aquellas erogaciones iniciales que den soporte y apoyo a la labor del modelo, todos aquellos activos que puede ser utilizables en distintas áreas y fases del modelo. Los activos considerados como inversiones generales son:

Tabla 160 - Inversiones generales (1 de 3)

| | NOMBRE | COSTO UNITARIO | CANTIDAD | COSTO TOTAL |
|------------------------------|---|----------------|----------|-------------|
| INVERSIONES GENERALES | Pulseras de tela alusivas a los servicios eco-turísticos | \$0.25 | 6000 | \$1,500.00 |
| | Uniformes para el personal de parque (Únicamente camisas) distintivas al área a la que pertenecen | \$9.50 | 75 | \$712.50 |
| | Botas de montaña (Personal de trekking) | \$45.00 | 5 | \$225.00 |
| | Mochilas tipo "camel" | \$30.00 | 5 | \$150.00 |
| | Cantimplora | \$12.00 | 20 | \$240.00 |
| | Mapas para trekking | \$0.06 | 7500 | \$450.00 |
| | Trípticos alusivos a cada actividad | \$0.25 | 5000 | \$1,250.00 |
| | Brochures alusivos a cada actividad | \$0.18 | 3500 | \$630.00 |
| | Flyers alusivos a cada actividad | \$0.15 | 1500 | \$225.00 |
| | Botiquín de primeros auxilios | \$27.00 | 5 | \$135.00 |

Tabla 160 - Inversiones generales (2 de 3)

| | NOMBRE | COSTO | CANTIDAD | COSTO |
|----------------------------------|---|------------|----------|------------|
| | | UNITARIO | | TOTAL |
| INVERSIONES GENERALES | Camilla para primero auxilios | \$125.00 | 3 | \$375.00 |
| | Mochila pequeña para senderismo | \$15.00 | 5 | \$75.00 |
| | Binoculares | \$60.00 | 5 | \$300.00 |
| | Caja registradora | \$350.00 | 4 | \$1,400.00 |
| | Escritorios | \$125.00 | 8 | \$1,000.00 |
| | Diseño y construcción de kioscos de colecturía | \$3,100.00 | 2 | \$6,200.00 |
| | Sillas ergonómicas | \$95.00 | 8 | \$760.00 |
| | Archivero metálico | \$65.00 | 9 | \$585.00 |
| | Equipo de radio comunicación | \$175.00 | 4 | \$700.00 |
| | Teléfono celular | \$120.00 | 3 | \$360.00 |
| | Desinfectantes (1 galón) | \$2.00 | 30 | \$60.00 |
| | Limpia vidrios (1/2 galón) | \$1.85 | 30 | \$55.50 |
| | Limpia pantallas (120 ml) | \$2.15 | 12 | \$25.80 |
| | Aceite para pulir madera (1 galón) | \$6.25 | 35 | \$218.75 |
| | Trapeadores | \$2.00 | 5 | \$10.00 |
| | Mopas | \$5.50 | 50 | \$275.00 |
| | Escobas | \$1.90 | 10 | \$19.00 |
| | Sacudidores | \$0.35 | 50 | \$17.50 |
| | Escobetas para techo | \$3.75 | 5 | \$18.75 |
| | Manguera 30" | \$15.00 | 5 | \$75.00 |
| | Palas | \$20.00 | 2 | \$40.00 |
| | Tijeras para podar | \$7.00 | 5 | \$35.00 |
| | Podadora eléctrica | \$175.00 | 3 | \$525.00 |
| | Regadera manual | \$4.00 | 10 | \$40.00 |
| | Guantes de jardinería (par) | \$5.00 | 4 | \$20.00 |
| | Rastrillo | \$6.25 | 6 | \$37.50 |
| | Carretilla | \$60.00 | 3 | \$180.00 |
| | Basureros para reciclaje | \$15.00 | 100 | \$1,500.00 |

Tabla 160 - Inversiones generales (3 de 3)

| | NOMBRE | COSTO UNITARIO | CANTIDAD | COSTO TOTAL |
|------------------------------|---|----------------|--------------|--------------------|
| | | | | |
| INVERSIONES GENERALES | Martillo | \$6.00 | 2 | \$12.00 |
| | Machete | \$8.00 | 2 | \$16.00 |
| | Pala | \$15.00 | 2 | \$30.00 |
| | Pico | \$15.00 | 1 | \$15.00 |
| | Carretilla | \$60.00 | 3 | \$180.00 |
| | Cuchara de albañil | \$4.00 | 2 | \$8.00 |
| | Llana | \$4.00 | 2 | \$8.00 |
| | Escuadra Metálica | \$3.78 | 2 | \$7.56 |
| | Alicates | \$5.50 | 4 | \$22.00 |
| | Kit de destornilladores | \$10.50 | 2 | \$21.00 |
| | Cuerda Nylon | \$3.75 | 2 | \$7.50 |
| | Cinzel | \$5.00 | 2 | \$10.00 |
| | Plomada | \$3.75 | 3 | \$11.25 |
| | Cinta métrica | \$4.50 | 2 | \$9.00 |
| | Nivel | \$13.25 | 2 | \$26.50 |
| | Sierra | \$4.00 | 2 | \$8.00 |
| | Esmeril Angular 14" | \$35.00 | 2 | \$70.00 |
| | Taladro | \$45.00 | 2 | \$90.00 |
| | Limas | \$10.00 | 2 | \$20.00 |
| | Tornillería varia y clavos | \$30.00 | 2 | \$60.00 |
| | Cuerda para rescate | \$21.00 | 3 | \$63.00 |
| | Computadoras | \$300.00 | 5 | \$1,500.00 |
| | Insumos de oficina | \$300.00 | 1 | \$300.00 |
| | Señales dinámicas | \$230.00 | 2 | \$460.00 |
| | Señales estáticas | \$55.00 | 60 | \$3,300.00 |
| | Señales informativas (mupis) | \$175.00 | 3 | \$525.00 |
| | Mesa panorámica | \$45.00 | 6 | \$270.00 |
| | Pie interpretativo | \$45.00 | 20 | \$900.00 |
| | Gastos Diferidos | \$15,000.00 | 1 | \$15,000.00 |
| | Remodelación centro de acopio | \$1,200.00 | 1 | \$1,200.00 |
| | Bolsas de papel reciclado para la entrada al parque | \$0.12 | 14000 | \$1,680.00 |
| | Publicidad periódico | \$1,200.00 | 7 | \$8,400.00 |
| Publicidad en TV | \$1,200.00 | 7 | \$8,400.00 | |
| | | | Total | \$48,055.11 |

6.1.1.2 Inversiones Fijas Intangibles.

En la inversión fija intangible se toman en cuenta todos aquellos rubros no materiales en la fase pre operativa del proyecto y que no están sujetos a amortización. Los rubros analizados se mencionan a continuación:

Investigación y Estudios Previos

Incluyen los costos de realizar el anteproyecto, estudio de diagnóstico, etapa de diseño y el estudio económico necesarios para llevar a cabo el “Modelo de Gestión Turística en el Parque Natural Cerro Verde”. El Modelo de Gestión Turística se establece para un periodo de 8 meses según el cronograma y el detalle de los costos se muestra a continuación.

Tabla 161 - Cronograma de investigación y estudios previos

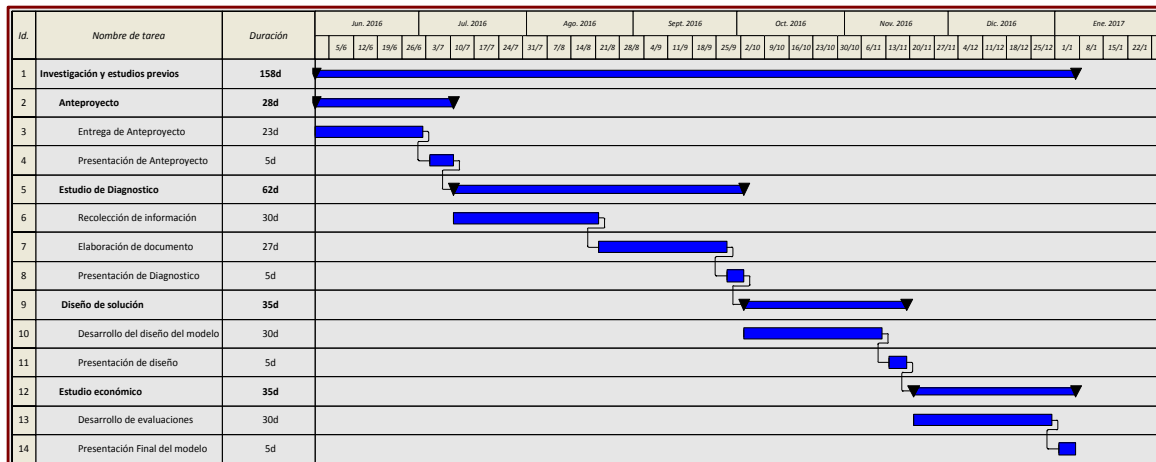


Tabla 162 - Investigación y estudios previos

| ELEMENTO | CANTIDAD | COSTOS UNITARIO | COSTO TOTAL |
|--|------------|-----------------|--------------|
| Pago por honorario 8 meses (\$400 mensual) | 2 | 3200 | 6400 |
| Viáticos | 2 Personas | 30 | 60 |
| Útiles de oficina | | | 15 |
| Impresiones | | | 60 |
| Papelería | 5 Resmas | 4 | 20 |
| Empastados | 4 | 2.5 | 10 |
| Fotocopias | | | 20 |
| Internet | 8 meses | 25 | 200 |
| otros (agua, energía eléctrica, teléfono) | 8 meses | 16 | 192 |
| Estudio de impacto ambiental | 1 | 8500 | 8500 |
| TOTAL | | | 15413 |

Documentación del modelo

En la implementación del proyecto se deberá hacer réplicas de los manuales que han sido desarrollados en la etapa de diseño y a la vez ser distribuidos en las diferentes áreas, de tal manera que los colaboradores tengan acceso directo a estos documentos; a continuación se muestran los costos respectivos:

Tabla 163 - Documentación del modelo

| TIPO DE DOCUMENTO | # PAG | # COPIAS | TOTAL PAG | C.U | COSTO ANILLADO | TOTAL |
|--|-------|----------|-----------|------|----------------|--------------|
| Manual de Organización y Funciones | 22 | 8 | 176 | 0.03 | \$8 | 13.28 |
| Manual de Puestos | 13 | 8 | 104 | 0.03 | \$8 | 11.12 |
| Determinación de necesidades de capacitación | 4 | 4 | 16 | 0.03 | \$8 | 17.92 |
| Elaboración del Plan de Capacitación | 4 | 4 | 16 | | | |
| Evaluación de Capacitación | 4 | 4 | 16 | | | |
| Seguimiento de la capacitación | 4 | 4 | 16 | | | |
| Manual de Actividades Ecoturísticas | 51 | 13 | 663 | 0.03 | 8 | 32.89 |
| | | | | | TOTAL | 75.21 |

Capacitaciones

Capacitaciones iniciales del modelo de gestión turística

Las capacitaciones iniciales del modelo se impartirán al Jefe de parque y supervisores, las cuales no se incurrirá en costo del recurso humano debido al apoyo existente de la Secretaria de estado y profesionales capacitados pertenecientes a instituciones públicas.

La solicitud se deberá realizar mediante la Unidad de Recursos Humanos del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), para que gestione con las unidades o personas pertinentes. El tiempo promedio estimado para la realización de la solicitud de capacitación y la respuesta a esta, es de 5 semanas.

El tiempo de las capacitaciones tomando en consideración la solicitud y respuesta a dicha petición, se estima en 6 semanas, realizándose en una reunión semanal; se deberá dar almuerzo y refrigerio a los participantes y al encargado del desarrollo de la capacitación, programándose los refrigerios en horas intermedias de la mañana y de la tarde.

Tabla 164 - Alimentación en capacitaciones inicial del modelo

| Actividad | # de personas | Días de capacitación | Precio Unitario | Costo Total |
|------------|---------------|----------------------|-----------------|-------------|
| Refrigerio | 4 | 6 | \$3 | \$72 |
| Almuerzo | 4 | 6 | \$5 | \$120 |
| | | | TOTAL | 192 |

Capacitaciones para colaboradores

Las capacitaciones para los colaboradores se deben realizar para explicarles el modelo de gestión turística a implementar en el parque y hacer notar la importancia de cada uno de ellos como parte de este. Los encargados del desarrollo de estas capacitaciones serán el jefe del parque y supervisores, quienes deberán dividir en dos grupos al personal, esto será en la jornada completa durante 6 semanas, los días lunes para el grupo A y martes para el grupo B, ya que en estos días la cantidad de visitantes y turistas es menor. Se debe proporcionar refrigerio a los colaboradores en el transcurso de la mañana y tarde.

Tabla 165 - Alimentación en capacitación para colaboradores

| Actividad | # de personas | Días de capacitación | Precio Unitario | Costo Total |
|--------------|---------------|----------------------|-----------------|-------------|
| Refrigerio | 26 | 6 | \$3 | \$468 |
| TOTAL | | | | 468 |

Administración del Proyecto

En la administración del proyecto se requiere personal que se encargue de controlar e inspeccionar que se cumplan todos los requerimientos y parámetros establecidos en el diseño del modelo de gestión turística. Este rubro incluye el salario del personal que se encargara de llevar a cabo la ejecución del modelo, siendo una duración total de 11 meses 16 días

Tabla 166 - Administración del proyecto

| ELEMENTO | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|----------------------|----------|----------------|-----------------|
| Gerente del proyecto | 1 | \$750 | \$8,752 |
| Jefe de operaciones | 1 | \$650 | \$7,585 |
| Jefe administrativo | 1 | \$650 | \$7,585 |
| Personal operativo | 11 | \$320 | \$41,078 |
| TOTAL | | | \$65,000 |

Total de inversión fija intangible

Tabla 167 - Total de inversión fija intangible

| TOTAL DE INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE | MONTO |
|--|--------------------|
| Investigación y servicios previos | \$15,413.00 |
| Documentación del modelo | \$75.21 |
| Administración del proyecto | \$65,000 |
| Capacitación inicial del modelo de gestión turística | \$192 |
| Capacitación para colaboradores | \$468 |
| TOTAL | \$81,148.21 |

6.1.2 Capital de trabajo¹⁰⁷

Se entiende como capital de trabajo, todos aquellos recursos económicos que se deben poseer desde el inicio del modelo para garantizar el óptimo funcionamiento de las fases componentes del modelo en el inicio de sus operaciones o hasta que el mismo modelo sea capaz de solventar los costos y gastos, con los ingresos percibidos por la prestación de los servicios turísticos, es decir que el capital de trabajo está representado por la inversión capital adicional que debe tener disponible el modelo para el inicio de operaciones, permitiéndose así financiar las primeras actividades turísticas antes de recibir los ingresos suficientes para sufragar los costos devenidos de la puesta en marcha del mismo. En otras palabras, el capital de trabajo es aquel monto destinado para adquirir la materia prima y los materiales involucrados en la prestación de los servicios, además de asegurar el salario de los colaboradores por un tiempo establecido, se posee caja y efectivo para realizar las transacciones corrientes y por los imprevistos que puedan darse ya que se requerirá de recursos económicos para poder atender las actividades de prestación de los servicios turísticos y administrativos. Se establece un tiempo de 3 meses donde se espera que el proyecto empiece a recibir ingresos o utilidades suficientes provenientes de la implantación del modelo, para operar de manera autónoma. Para calcular el monto al cual asciende el capital de trabajo, se considera que para el presente modelo, en el cual los costos están compuestos principalmente por costos fijos; los cuales deben honrarse de forma periódica, es necesario tener la capacidad económica para cubrir los costos fijos los cuales incluyen los costos administrativos, operativos y de comercialización. El capital de trabajo con que se estima el modelo debe empezar a operar, cumplirá el cubrimiento total de tres meses de costos del modelo, estimándose en \$29,210.04 por lo que el capital de trabajo deberá ser de \$90,000.00 para el inicio de las operaciones del modelo. Evidentemente previendo caídas de los ingresos superiores al 42% y planteando el más complejos de los escenarios, el capital de trabajo cubrirá los costos operativos, administrativos y de comercialización sí el modelo por sí mismo no pudiese cubrir los costos.

6.1.3 Monto total de la inversión

El monto total de la inversión para la realización y puesta en marcha del proyecto, está compuesto de las inversiones operativas, generales, en activos intangibles y del capital de trabajo, la cual se desglosa como sigue:

Tabla 168 - Monto total de la inversión

| DETALLE DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO | | |
|---|------------------------|---------------------|
| Inversión Fija Tangible | Inversiones Generales | \$48,055.11 |
| | Inversiones Operativas | \$170,011.25 |
| Inversión Fija Intangible | | \$ 81,148.21 |
| Capital de trabajo | | \$ 90,000.00 |
| Total de Inversión | | \$389,214.57 |

¹⁰⁷ (Análisis del capital de trabajo en los proyectos de inversión, 1980, p. 195)

6.2 COSTOS DEL MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA

El objetivo de este apartado es conocer el valor de la prestación de los servicios que se brindan en el PNCV y a partir de tal situación fijar el precio de venta.

Para establecer el cálculo de los costos es necesario asignar los precios del conjunto de recursos requeridos para la prestación del servicio, estos se encuentran físicamente cuantificados en la Etapa de Diseño. Por tanto es necesario mantener un control de los costos incurridos en el modelo, dicho control registrará la información de forma ordenada y clasificada de manera que se permita tener acceso a todos sus componentes y calcular los montos totales. Se entiende por estructura de costos al conjunto de procedimientos, registros y cuentas especialmente diseñadas con el objeto de determinar el costo unitario del servicio, el control de las operaciones que se realizan para llevar a cabo dicha función en el parque y proporcionar a la dirección de la misma los elementos para ejercer una adecuada toma de decisiones.

El sistema de costos puede ser de dos tipos:

Directos: Aquel que requiere la separación plenamente definida de los costos variable y de los costos fijos. En este sistema de costos, solo los costos indirectos de fabricación que varían con el volumen, se cargan a los productos, es decir únicamente los costos de los materiales directos, la mano de obra directa, y los costos indirectos de fabricación variables, se incluyen en el inventario.

Absorbentes: Se incluyen los mismos elementos de los directos más los costos indirectos de fabricación fijos. Este tipo de costeo carga todos los costos a la producción excepto aquellos aplicables a los gastos de venta, generales de administración. Por tanto el costo de los artículos manufacturados incluye costos de depreciación de la fábrica, arriendo, seguros, impuestos a la propiedad, y los demás costos indirectos de fabricación fijos, además de los materiales directos, la mano de obra directa (M.O.D) y los costos indirectos de fabricación variables.

Justificación del método de costeo

El sistema de costos que se elige se debe determinar de acuerdo a los elementos o rubros que se incluyen en la estructuras de costos. Al ser un proyecto turístico, es caracterizado por la complejidad y cantidad de procesos que se realizan para prestar los diferentes servicios que se ofrecen en el parque tales como: alojamiento, parqueo, servicios ecoturísticos, entre otros.

Para determinar los costos del modelo de gestión turística se utilizará el costeo DIRECTO, ya que permitirá identificar aquellos costos a los cuales se tendrá que someter el PNCV al llevar a cabo el modelo. Aunado a esto, este costeo ayudará a identificar de una forma más clara los costos fijos y variables que se encuentren en el proyecto. El costeo directo es un método de la contabilidad de costos que se basa en el análisis del comportamiento de los costos de producción y operación. En este caso los servicios que se brindan podrán clasificarse en costos fijos y en costos variables, con el objeto de proporcionar suficiente información relevante a la organización del parque para su proceso de planeación estratégica. Esta es una de las características principales de dicho costeo.

Para llevar a cabo la identificación de los costos se hará uso de este método clasificándolos en Fijos y Variables como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 169 - Costeo Directo

| COSTEO DIRECTO | |
|----------------------------|-----------------------------------|
| COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES |
| Costos de operación | Costos de prestación del servicio |
| Costos de administración | |
| Costos de Comercialización | |
| Costos Financieros | |

6.2.1 Costos fijos

Los costos fijos se encuentran constituidos por todos aquellos desembolsos de dinero en los que se incurre para la prestación del servicio y cuyo monto no se modifica durante todo el periodo en el que se brindará el servicio.

- **Costos de operación:** Son los costos fijos incurridos al prestar cada uno de los servicios ecoturísticos.
- **Costos de Administración:** Son los costos incurridos al realizar la función de administración del parque. Se incluye: Personal de áreas administrativas, consumo de agua y energía eléctrica, depreciación de obra civil, equipo y mobiliario, mantenimiento de activos fijos, papelería y útiles de oficina, etc.
- **Costos de Comercialización:** Se consideran los costos relacionados con las actividades de mercadeo. Estos incluyen: Salarios del personal de comercialización, estudios de mercadeo, pagos de publicidad, etc.
- **Costos Financieros:** Se refiere a los costos que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos (intereses y no la parte de abono a capital). Por la naturaleza de la contraparte (ISTU), que es gubernamental no se consideran "Costos de Financiamiento" ya que el que financia cualquier proyecto de esta naturaleza es el gobierno a través del presupuesto general de la nación que se aprueba año con año. Los desembolsos que hace el gobierno por medio del ministerio de Hacienda llegan a las arcas del ISTU y es éste el encargado de desarrollar los proyectos planeados y administrar dicho desembolso, además no existe ningún tipo de pago de deuda al Estado.

6.2.1.1 Costos de operación.

Para la prestación de cada uno de los servicios ecoturísticos, tanto propuestos como mejorados, se debe contemplar todos los costos en que se incurre para brindar el servicio a los turistas.

A. Costos de canopy, cuerdas altas y péndulo

— Costos Fijos

Recurso humano

Las actividades ecoturísticas involucran recurso humano, por lo tanto las cuerdas altas y el canopy requieren de guías especializados y el péndulo de un guía local. A continuación se muestra el costo total de recurso humano

Tabla 170 - Costo fijo canopy, cuerdas altas y péndulo: Recurso humano

| cargo | Nº de empleados | salario mensual | salario anual | ISSS anual | AFP anual | vacaciones | TOTAL UNITARIO | TOTAL |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|---------------|------------|-----------|--------------|----------------|-----------|
| GUÍAS ESPECIALIZADOS (CANOPY) | 2 | 400 | 5400 | 405 | 364.5 | 292.5 | 5744 | 11488 |
| GUÍAS ESPECIALIZADOS (CUERDAS ALTAS) | 2 | 400 | 5400 | 405 | 364.5 | 292.5 | 5744 | 11488 |
| GUÍA LOCAL (PÉNDULO) | 1 | 375 | 5100 | 382.5 | 344.25 | 276.25 | 5385 | 5385 |
| | | | | | | TOTAL | | \$ 28,361 |

Depreciación

Para el cálculo de la depreciación, se utilizará el método de la línea recta, ya que en la Ley del Impuesto sobre la Renta en el Art. 30 numeral 3 específica que la deducción de la depreciación será en un porcentaje fijo y constante sobre el valor sujeto a depreciación y se calculará sin un valor de recuperación.

Se deprecia para 5 años.

$$Depreciación = \frac{P - L}{N}$$

P= Monto expresado en dólares

L= Valor de recuperación

N= Número de años

Tabla 171 - Costo fijo canopy, cuerdas altas y péndulo: Depreciación

| ACTIVIDAD | RUBRO | MONTO | DEPRECIACIÓN | TOTAL |
|---------------|----------------------|--------------|--------------|-------------|
| CANOPY | INFRAESTRUCTURA | \$2,600.00 | \$520 | \$3,144 |
| | EQUIPO DE PROTECCIÓN | \$13,120.00 | \$2,624 | |
| CUERDAS ALTAS | INFRAESTRUCTURA | \$4,580.00 | \$916 | \$1,828 |
| | EQUIPO DE PROTECCIÓN | \$4,560.00 | \$912 | |
| PÉNDULO | INFRAESTRUCTURA | \$4,000.00 | \$800 | \$1,262 |
| | EQUIPO DE PROTECCIÓN | \$2,310.00 | \$462 | |
| | | TOTAL | | \$ 6,234.00 |

Costos variables

Mantenimiento de infraestructura

La infraestructura de las actividades extremas se deberá dar mantenimiento preventivo completo cada dos meses, adicional a dicho mantenimiento preventivo, los guías turísticos especializados deberán realizar evaluaciones simples y periódicas, esto consiste en mantener aceitado el cable y los baleros de las poleas en el caso del canopy, revisiones de anclajes, tornillos, arneses, cintas y mosquetones; el mantenimiento preventivo lo brinda la empresa responsable de la instalación, cuyo costo son los viáticos del personal, sin embargo en el caso de requerir material para el mantenimiento, el costo se eleva, por lo tanto se convierte en un costo variable.

Tabla 172 - Costo variable: mantenimiento de infraestructura

| Actividad | Cantidad al año | Total anual |
|---|-----------------|----------------|
| Mantenimiento preventivo de canopy | 6 | \$1500 |
| Mantenimiento preventivo de cuerdas altas | 6 | \$1500 |
| Mantenimiento preventivo de péndulo | 6 | \$1500 |
| TOTAL | | \$4,500 |

Mantenimiento de equipo de protección

Tabla 173 - Costo variable: Mantenimiento de equipo de protección

| ACTIVIDAD | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | P.U. | TOTAL |
|---|------------------------------|----------|-------|----------------|
| Mantenimiento y limpieza de equipo de canopy | Antibacterial en spray | 100 | \$7.5 | \$750 |
| | Equipo para limpieza | 30 | \$10 | \$300 |
| | Lubricantes para rodamientos | 5 | \$12 | \$60 |
| TOTAL | | | | \$1,110 |
| Mantenimiento y limpieza de equipo de cuerdas altas | Antibacterial en spray | 70 | \$7.5 | \$525 |
| | Equipo para limpieza | 25 | \$10 | \$250 |
| | Lubricantes para rodamientos | 3 | \$12 | \$36 |
| TOTAL | | | | \$811 |
| Mantenimiento y limpieza de equipo de péndulo | Antibacterial en spray | 50 | \$7.5 | \$375 |
| | Equipo para limpieza | 20 | \$10 | \$200 |
| | Lubricantes para rodamientos | 2 | \$12 | \$24 |
| TOTAL | | | | \$599 |

Consumo eléctrico de péndulo

Tabla 174 - Costo variable péndulo: consumo eléctrico

| Horas | Equipo | Hrs/mes | potencia (KW) | consumo mensual (Kw/hora) |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------------------|
| 8 | 1 | 240 | 0.35 | 84 |
| Consumo mensual | Consumo anual | Precio del KW | costo anual | |
| 84 | 1008 | \$0.136635 | \$138 | |

B. Costo de mirador panorámico

— Costos fijos

Mantenimiento de infraestructura

Tabla 175 - Costo fijo mirador panorámico: Mantenimiento de infraestructura

| ACTIVIDAD | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | No DE VECES AL AÑO | P.U. | TOTAL |
|-----------------------------------|-------------------------------|----------|--------------------|-------|----------------|
| Mantenimiento de Infraestructura | Pintura (Cubeta) | 4 | 2 | \$130 | \$1,040 |
| | Pintura anticorrosiva (galón) | 2 | 2 | \$26 | \$104 |
| Mantenimiento de visor panorámico | Pintura anticorrosiva (galón) | 2 | 2 | \$26 | \$104 |
| TOTAL | | | | | \$1,248 |

Depreciación

Tabla 176 - Costo fijo mirador panorámico: Depreciación

| RUBRO | MONTO | DEPRECIACIÓN |
|-----------------------------------|------------|---------------|
| Diseño y construcción del mirador | \$6,500.00 | \$1,300 |
| Visor panorámico tragamonedas | \$4,000.00 | \$800 |
| TOTAL | | \$2100 |

C. Costos de montañismo y senderismo interpretativo

— Costos fijos

Recurso humano

Tabla 177 - Costo fijo montañismo y senderismo: Recurso Humano

| Cargo | Nº de empleados | salario mensual | salario anual | ISSS anual | AFP anual | vacaciones | TOTAL |
|----------------------------|-----------------|-----------------|---------------|------------|-----------|--------------|------------------|
| GUÍA DE SITIO (Montañismo) | 3 | \$350 | \$4200 | \$315 | \$283.5 | \$227.5 | \$15078 |
| GUÍA LOCAL (Senderismo) | 2 | \$375 | \$4500 | \$337.5 | \$303.75 | \$243.75 | \$10770 |
| | | | | | | TOTAL | \$ 25,848 |

Depreciación

Tabla 178 - Costo fijo montañismo y senderismo: Depreciación

| RUBRO | MONTO | DEPRECIACIÓN |
|-----------------------------|--------------|----------------|
| Equipo de Trekking | \$1,920.00 | \$384 |
| infraestructura de senderos | \$7,363 | \$1,473 |
| Equipo de Senderismo | \$1,672 | \$334 |
| | TOTAL | \$2,191 |

— Costos variables

Mantenimiento de senderos y equipo

Tabla 179 - Costo variable: Mantenimiento de senderos y equipo

| Actividad | Cantidad de veces al año | Total anual |
|---|--------------------------|-------------------|
| Mantenimiento de senderos (montañismo) | 24 | \$148.72 |
| Limpieza de equipo de trekking | 365 | \$154.8 |
| Limpieza de señalización | 12 | \$154.8 |
| TOTAL MANTENIMIENTO MONTAÑISMO | | \$458 |
| Mantenimiento de senderos (Senderismo) | 24 | \$214.5 |
| mantenimiento de infraestructura y mobiliario | 12 | \$753.8 |
| limpieza de señalización | 12 | \$154.8 |
| TOTAL MANTENIMIENTO SENDERISMO | | \$1,123.05 |

D. Costos de centro interpretativo

— Costos fijos

Recurso humano

Tabla 180 - Costo fijo Centro interpretativo: Recurso Humano

| Cargo | Nº de empleados | salario mensual | salario anual | ISSS anual | AFP anual | vacaciones | TOTAL |
|------------|-----------------|-----------------|---------------|------------|-----------|--------------|----------------|
| GUÍA LOCAL | 1 | \$ 375 | \$ 4500 | \$ 337.5 | \$ 303.75 | \$ 243.75 | \$ 5385 |
| | | | | | | Total | \$ 5385 |

Depreciación

Tabla 181 - Costo fijo Centro interpretativo: Depreciación

| RUBRO | MONTO | DEPRECIACIÓN |
|---------------------|--------------|--------------|
| Mobiliario y equipo | \$13,225.00 | \$2645 |
| | TOTAL | 2645 |

— Costos variables

Mantenimiento y limpieza

Tabla 182 - Costo variable Centro interpretativo: Mantenimiento y limpieza

| Actividad | Descripción | PU | cantidad | Total anual |
|--------------------------|-------------------------------|----------|----------|---------------|
| Mantenimiento y limpieza | Productos para mto y limpieza | \$ 12.25 | 24 | \$ 294 |
| | TOTAL | | | \$ 294 |

Consumo de energía eléctrica

Tabla 183 - Costo variable Centro Interpretativo: Energía eléctrica

| Descripción de Equipo | cantidad de equipo | horas | Hrs/mes | potencia (KW) | consumo mensual (Kw/hora) |
|------------------------|----------------------|-------|----------------------|--------------------|---------------------------|
| Televisores LED | 5 | 8 | 240 | 0.36 | 432 |
| Reproductor DVD | 5 | 8 | 240 | 0.1 | 120 |
| luminarias | 3 | 8 | 240 | 0.01 | 7.2 |
| | | | | Total | 559.2 |
| Consumo mensual | Consumo anual | | Precio del KW | costo anual | |
| 559.2 | 6710.4 | | \$0.136635 | \$917 | |

E. Costo de vivero

— Costos fijos Recurso Humano

Tabla 184 - Costo fijo vivero: Recurso Humano

| cargo | Nº de empleados | salario mensual | salario anual | ISSS anual | AFP anual | vacaciones | TOTAL |
|------------------------|-----------------|-----------------|---------------|--------------|-----------|------------|-----------------|
| Colector de ingreso | 1 | \$375 | \$4500 | \$337.5 | \$303.75 | \$243.75 | \$5,385 |
| Auxiliar de jardinería | 1 | \$375 | \$4500 | \$337.5 | \$303.75 | \$243.75 | \$5,385 |
| | | | | TOTAL | | | \$10,770 |

Depreciación

Tabla 185 - Costo fijo vivero: Depreciación

| RUBRO | MONTO | DEPRECIACIÓN |
|------------------------------|--------------|------------------|
| infraestructura y mobiliario | \$8,802.50 | \$1,760.5 |
| | TOTAL | \$1,760.5 |

— Costos variables

Mantenimiento de vivero

Tabla 186 - Costo variable vivero: Mantenimiento

| Actividad | P.U | Cantidad de veces al año | Total anual |
|--------------------------|--------|--------------------------|--------------|
| Mantenimiento de plantas | \$10 | 2400 | \$180 |
| Bolsas almacigo | \$0.05 | 2400 | \$120 |
| Bolsas Biodegradables | \$0.05 | 2400 | \$120 |
| | | TOTAL | \$420 |

Consumo de energía eléctrica

Tabla 187 - Costo variable vivero: Energía eléctrica

| Descripción de Equipo | cantidad de equipo | horas | Hrs/mes | potencia (KW) | consumo mensual (Kw/hora) |
|------------------------|--------------------|----------------------|---------|----------------------|---------------------------|
| contómetro | 1 | 8 | 240 | 0.36 | 86.4 |
| luminarias | 1 | 8 | 240 | 0.04 | 9.6 |
| | | | Total | | 96 |
| Consumo mensual | | Consumo anual | | Precio del KW | costo anual |
| 96 | | 1152 | | \$0.136635 | \$157 |

F. Costo de camping
— Costos Fijos

Recurso humano

Tabla 188 - Costo fijo camping: Recurso Humano

| cargo | Nº de empleados | salario mensual | salario anual | ISSS anual | AFP anual | vacaciones | TOTAL |
|---------------|-----------------|-----------------|---------------|------------|-----------|------------|--------|
| GUÍAS LOCALES | 1 | \$375 | \$4500 | \$337.5 | \$303.75 | \$243.75 | \$5385 |

Depreciación

Tabla 189 - Costo fijo camping: Depreciación

| RUBRO | MONTO | DEPRECIACIÓN |
|-------------------------------|---------|--------------|
| TIENDAS DE CAMPAÑA | \$2,160 | \$432 |
| BOLSAS DE DORMIR | \$975 | \$195 |
| PANELES SOLARES | \$3900 | \$780 |
| LÁMPARAS SOLARES PARA CAMPING | \$1000 | \$200 |
| POSTES PANELES SOLARES | \$240 | \$48 |
| TOTAL | | 1655 |

— Costos variables

Mantenimiento de camping

El mantenimiento que se le dará a la zona de camping estará a cargo del personal auxiliar de jardinería y los costos en que se incurren son los siguientes:

Tabla 190 - Costo variable camping: Mantenimiento

| Actividad | Descripción | PU | cantidad | Cantidad de veces al año | Total anual |
|---|---------------------|-----------|-----------------|--------------------------|------------------|
| Mantenimiento de zona de camping | Galones de gasolina | \$2.86 | 48 | 24 | \$137.28 |
| Limpieza de tiendas de campaña | Gal. lysol liquido | \$12 | 30 | 52 | \$360 |
| Lavado de equipo | Detergente | \$6.5 | 8 | 12 | \$52 |
| Limpieza de bolsas de dormir | Spray lysol | \$7.5 | 200 | 365 | \$1500 |
| | | PU | cantidad | TOTAL | \$2049.28 |

G. Costos de alojamiento

— Costos fijos

Depreciación

Tabla 191 - Costo fijo alojamiento: Depreciación

| RUBRO | MONTO | DEPRECIACIÓN |
|------------------------------|--------------|-----------------|
| infraestructura y mobiliario | \$66,435.00 | \$13,287 |
| | TOTAL | \$13,287 |

— Costos variables

Mantenimiento y limpieza

Tabla 192 - Costo variable alojamiento: Mantenimiento y limpieza

| Actividad | Descripción | PU | cantidad | Cantidad de veces al año | Total anual |
|--------------------------|-------------------------|--------|----------|--------------------------|------------------|
| limpieza de mobiliario | Productos de limpieza | \$23.6 | 24 | 365 | \$566.4 |
| limpieza de set de cama | lavandería (25 kg) | \$5 | 7 | 91 | \$3185 |
| Mantenimiento de cabañas | Pintura | \$24 | 130 | 2 | \$5136 |
| | Revestimiento de madera | \$72 | 28 | | |
| | TOTAL | | | | \$8,887.4 |

Energía eléctrica

Tabla 193 - Costo variable alojamiento: Energía eléctrica

| Descripción de Equipo | cantidad de equipo | horas | Hrs/mes | potencia (KW) | consumo mensual (Kw/hora) |
|-----------------------|--------------------|-------|--------------|---------------|---------------------------|
| Ducha eléctrica | 15 | 1 | 30 | 0.01 | 4.5 |
| luminarias | 30 | 5 | 150 | 0.04 | 180 |
| Bomba | 15 | 0.5 | 15 | 0.04 | 9 |
| | | | Total | | 193.50 |

| Consumo mensual | Consumo anual | Precio del KW | Costo anual por cabaña | Costo anual de alojamiento |
|-----------------|---------------|-------------------|------------------------|----------------------------|
| 193.5 | 2322 | \$0.136635 | \$317 | \$4,759 |

Total de costos operativos

Al obtener los costos fijos y variables por cada uno de los servicios ecoturísticos propuestos y mejorados, se procede a totalizar dichos costos con la finalidad de obtener el valor correspondiente a costos operativos, tal como se muestra a continuación.

Tabla 194 - Total de costos operativos

| Actividad | costos fijo | costos variables | Total |
|-----------------------|--------------|--------------------------|----------------------|
| canopy | \$14,632.00 | \$2,610.00 | \$17,242.00 |
| cuerdas altas | \$13,316.00 | \$2,311.00 | \$15,627.00 |
| péndulo | \$6,647.00 | \$2,236.73 | \$8,883.73 |
| camping | \$7,040.00 | \$2,049.28 | \$9,089.28 |
| mirador panorámico | \$2,100.00 | \$1,248.00 | \$3,348.00 |
| montañismo | \$15,462.00 | \$458.32 | \$15,920.32 |
| senderismo | \$12,242.60 | \$1,123.05 | \$13,365.65 |
| Centro interpretativo | \$8,030.00 | \$1,210.88 | \$9,240.88 |
| Vivero | \$12,530.50 | \$577.40 | \$13,107.90 |
| Alojamiento | \$13,287.00 | \$13,646.40 | \$26,933.40 |
| | \$105,287.10 | \$27,456.05 | |
| | | costos operativos | \$ 132,743.15 |

6.2.1.2 Costos administrativos

Los costos administrativos incurridos al realizar la función de administración o gestión del parque son los siguientes:

— Costos fijos

Recurso humano

Tabla 195 - Costo fijo administrativos: Recurso Humano

| cargo | Nº de empleados | salario mensual | salario anual | ISSS anual | AFP anual | vacaciones | TOTAL |
|--|-----------------|-----------------|---------------|------------|-----------|------------|------------------|
| Jefe de Parque | 1 | \$700 | \$8400 | \$630 | \$567 | \$455 | \$10052 |
| supervisor de Mantenimiento y servicios turísticos | 1 | \$550 | \$6600 | \$495 | \$445.5 | \$357.5 | \$7898 |
| supervisor de operaciones y atención al turista | 1 | \$550 | \$6600 | \$495 | \$445.5 | \$357.5 | \$7898 |
| colector de ingresos | 3 | \$375 | \$4500 | \$337.5 | \$303.75 | \$243.75 | \$16155 |
| asistencia al turista | 2 | \$375 | \$4500 | \$337.5 | \$303.75 | \$243.75 | \$10770 |
| auxiliar de jardinería | 3 | \$325 | \$3900 | \$292.5 | \$263.25 | \$211.25 | \$14001 |
| Auxiliar de mantenimiento de infraestructura | 1 | \$325 | \$3900 | \$292.5 | \$263.25 | \$211.25 | \$4667 |
| auxiliar de limpieza | 2 | \$325 | \$3900 | \$292.5 | \$263.25 | \$211.25 | \$9334 |
| | 14 | | | | | | \$ 80,775 |

Depreciación

Tabla 196 - Costo fijo administrativo: Depreciación

| RUBRO | MONTO(\$) | DEPRECIACIÓN(\$) |
|------------------------------|-------------|------------------|
| infraestructura y mobiliario | \$16,255.00 | \$3,251 |
| Herramientas varias | \$1,987.56 | \$398 |
| Señalización | \$5,455 | \$1,091 |
| TOTAL | | \$4,740 |

Amortización

Tabla 197 - Costo fijo administrativo: Amortización

| Descripción | Costo(\$) | Amortización(\$) |
|--|--------------|------------------|
| Investigación y servicios previos | 15413 | 3082.6 |
| Documentación del modelo | 75.21 | 15.042 |
| Administración del proyecto | 65,000 | 13000 |
| Capacitación inicial del modelo de gestión turística | 192.00 | 38.4 |
| Capacitación para colaboradores | 468 | 93.6 |
| | 81107 | 16229.64 |

Otros costos fijos

Tabla 198 - Costos Fijo administrativo: Otros

| Otros costos fijos | Costo | TOTAL |
|----------------------|---------|---------|
| Alimentación de FAES | \$5,904 | \$9,570 |
| Retiro de valores | \$3,666 | |

— Costos variables

Consumo de agua potable

Tabla 199 - Costo variable administrativo: Agua potable

| litros /día | Días /año | Litros /año | 1 garrafa /18.9 litros | garrafas /año | Dólares /garrafa | costo anual |
|-------------|-----------|-------------|------------------------|---------------|------------------|-------------|
| 52 | 313 | 16276 | 861 | 861 | \$ 2 | \$1,722 |

Consumo de energía eléctrica

Tabla 200 - Costo variable administrativo: Energía eléctrica

| Descripción de Equipo | cantidad de equipo | horas | Hrs/mes | potencia (KW) | consumo mensual (Kw/hora) |
|-----------------------|--------------------|-------|----------|---------------|---------------------------|
| Computadoras | 5 | 8 | 240 | 0.2 | \$240 |
| luminarias | 5 | 8 | 240 | 0.04 | \$96 |
| contómetro | 3 | 8 | 240 | 0.36 | \$259.2 |
| | | | Total Kw | | \$595.2 |

Tabla 201 - Consumo anual de energía eléctrica

| Consumo mensual | Consumo anual | Precio del KW | costo anual |
|-----------------|---------------|---------------|-------------|
| 595.2 | 7142.4 | 0.136635 | \$976 |

Viáticos

46% de incremento de personal

| | |
|----------------------------------|------|
| Desayuno | \$2 |
| almuerzo | \$4 |
| cena | \$3 |
| transporte (según ruta de viaje) | \$5 |
| Total | \$14 |

Tabla 202 - Costo variable administrativo: Viáticos

| promedio Salidas | incremento de personal | promedio salidas anual | costo de viáticos anual |
|------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| 45 | 0.46 | 65.7 | \$919.8 |

Papelería y útiles de oficina

Tabla 203 - Costo variable administrativo: Papelería y útiles de oficina

| Descripción | cantidad anual | precio unitario | total |
|---------------------------------|----------------|-----------------|------------------|
| Resmas de papel bond | 180 | \$4 | \$720 |
| Folder (100 unidades) | 50 | \$3.5 | \$175 |
| Caja de lapiceros (12 unidades) | 50 | \$1.5 | \$75 |
| Caja de lápices(24 unidades) | 30 | \$1.1 | \$33 |
| Caja de clic | 30 | \$0.9 | \$27 |
| Engrapadoras | 6 | \$5.4 | \$32.4 |
| Caja de grapas (5000) | 50 | \$1.35 | \$67.5 |
| libretas para toma de datos | 240 | \$1.75 | \$420 |
| TOTAL | | | \$1,549.9 |

Botiquín para primeros auxilios

Tabla 204 - Costo variable administrativo: Botiquín primeros auxilios

| Descripción | PU | cantidad anual | costo anual |
|-------------------------------|------|----------------|-------------|
| Botiquín de primeros auxilios | \$27 | 24 | \$648 |

Mantenimiento de señalización

Tabla 205 - Costo variable administrativo: Mantenimiento de señalización

| Actividad | Descripción | PU | cantidad | Cantidad de veces al año | Total anual |
|-------------------------------|--------------------------|-------|----------|--------------------------|----------------|
| mantenimiento de señalización | pintura | \$130 | 9 | 3 | \$1,474 |
| | utensilios de pintura | \$23 | 2 | | |
| | herramientas | \$30 | 3 | | |
| | recubrimientos de madera | \$28 | 6 | | |
| | | PU | | TOTAL | \$1,474 |

Manejo integral de residuos sólidos y limpieza de fosa séptica

Tabla 206 - Costo variable: Manejo de residuos sólidos y limpieza de fosa séptica

| actividad | veces al año | costo unitario | total |
|------------------------------|--------------|----------------|----------|
| Recolección de basura | 24 | \$200 | \$4,800 |
| limpieza de 2 fosas sépticas | 2 | \$2,500 | \$10,000 |
| | | Total | \$14,800 |

Recurso humano temporal

Tabla 207 - Costo variable administrativo: Recuso humano temporal

| colaboradores temporales | cantidad de personal | días laborados anuales | sueldo diario | costo total |
|--|----------------------|------------------------|---------------|-----------------|
| Guías de sitio | 4 | 156 | \$11.7 | \$7,276 |
| Guías locales | 3 | 156 | \$12.5 | \$5,850 |
| Guías especializados | 3 | 156 | \$13.3 | \$6,238 |
| Asistencia al turista | 2 | 20 | \$12.5 | \$500 |
| Auxiliar de Jardinería | 3 | 208 | \$10.8 | \$6,758 |
| Auxiliar de mantenimiento de infraestructura | 2 | 20 | \$10.8 | \$433 |
| Auxiliar de limpieza | 5 | 20 | \$10.8 | \$1,083 |
| | | total | | \$28,138 |

Total de costos administrativos

El total de costos administrativos fijos y variables se muestra en la siguiente tabla

Tabla 208 - Total de costos administrativos

| Costos fijo | Costos variables | Total |
|--------------|------------------|-------------|
| \$112,994.88 | \$52,460 | \$165453.88 |

6.2.1.3 Costos de comercialización

Material publicitario

Tabla 209 - Costo de comercialización: Material publicitario

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD ANUAL | PRECIO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|---------------------------------------|----------------|-----------------|------------------|
| PULSERA DE RECUERDO | 70000 | \$0.25 | \$17,500.00 |
| MAPA DE RECORRIDO | 12000 | \$0.06 | \$720.00 |
| FOLLETOS | | | |
| • Trípticos alusivos a cada actividad | 10000 | \$0.25 | \$2,500.00 |
| • Brochures alusivos a cada actividad | 7000 | \$0.18 | \$1,260.00 |
| • Flyers alusivos a cada actividad | 3000 | \$0.15 | \$450.00 |
| | | TOTAL | 145312.84 |

Publicidad

Tabla 210 - Costo de comercialización: Publicidad

| TELEVISIÓN | NUMERO DE SPOT | SEGUNDOS | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---------------------------------------|----------------|----------|-----------------|----------------|
| TCS (CANAL 4) (18:00-21:00 HORAS L-V) | 10 | 30 | \$545 | \$5,450 |
| TCS (CANAL 6) (12:30-13:30 HORAS L-V) | 10 | 30 | \$220 | \$2,200 |
| | | | TOTAL | \$7,650 |

| PERIÓDICO | PU | CANTIDAD | COSTO TOTAL |
|-------------------------|--------|----------|-------------|
| EL DIARIO DE HOY | \$27.2 | 10 | \$272 |

| Descripción | costo anual | cantidad | costo total |
|-----------------------------|-------------|--------------|--------------------|
| Publicidad periódico | \$3,264.00 | 1 | \$3,264.00 |
| Publicidad en TV | \$45,900.00 | 1 | \$45,900.00 |
| | | Total | \$49,164.00 |

Costos totales de comercialización

En total los costos de comercialización correspondientes a publicidad y a material publicitario son los siguientes:

Tabla 211 - Costos totales de comercialización

| Costos fijos | Costos variables | Total |
|--------------|------------------|----------|
| \$49,164 | \$22,430 | \$71,594 |

6.2.2 Costos totales (fijos y variables)

Como resultado del desglose de los costos operativos, administrativos y de comercialización, se obtienen el total correspondiente tanto fijo como variable, tal como se muestra a continuación.

Tabla 212 - Total de costos fijos y variables del modelo

| DESCRIPCIÓN | COSTOS (\$) | | |
|----------------------------|--------------|------------|---------------------|
| | FIJOS | VARIABLES | TOTAL |
| Costos administrativos | 112994.88 | \$52460 | \$165,453.88 |
| Costos de comercialización | \$49164 | \$22430 | \$71,594.00 |
| Costos operativos | \$105287.1 | \$27456.05 | \$132,743.15 |
| | TOTAL | | \$369,791.04 |

6.2.1.4 Costos anuales proyectados

Tabla 213 - Costos anuales proyectados

| COSTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Costos operativos | \$132,743.15 | \$134,867.04 | \$135,530.76 | \$136,194.48 | \$136,725.45 |
| Costos administrativos | \$165,453.88 | \$168,101.14 | \$168,928.41 | \$169,755.68 | \$170,417.50 |
| Costos de comercialización | \$71,594.00 | \$72,739.50 | \$73,097.47 | \$73,455.44 | \$73,741.82 |
| COSTOS ANUALES | \$369,791.04 | \$375,707.69 | \$377,556.65 | \$379,405.60 | \$380,884.77 |

6.2.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.

El financiamiento es el aporte de recursos monetarios financieros que son necesarios para llevar a cabo el modelo de gestión, dada las particulares características que definen el proyecto y debido a que el PNCV perteneciente al Instituto Salvadoreño de Turismo, su financiamiento es por parte del Gobierno de El Salvador (GOES), todo proyecto que se pretende realizar por parte del mismo debe de entrar a un proceso de financiamiento en el Ministerio de Hacienda, quienes son los encargados de hacerlo vía presupuesto destinado para el ISTU.

El proyecto debe estar contemplado en el plan quinquenal del Instituto Salvadoreño de Turismo y deber ser revisado por la Junta Directiva del mismo, así el financiamiento del modelo depende de la decisión brindado por la Junta Directiva, posteriormente se envía a la Unidad Financiera ya sea para correcciones o como proyecto aprobado para ser enviado a la Dirección General de Presupuesto del Ministerio de Hacienda, en donde por procesos internos se da la respuesta de aprobado u observado con modificaciones.

Esta forma de financiamiento también se le denomina subvenciones y a su vez son una fuente de financiamiento libre de deuda ofrecidas por organizaciones y entidades del gobierno. Las subvenciones del gobierno funcionan de la misma manera que las ofrecidas por fuentes privadas, por lo que los costos financieros para el ISTU son nulos, debido al carácter estatal de los fondos y el prerrogativa de que los proyectos realizados por las instituciones del estado son de bien público. Este tipo de financiamiento posee algunas ventajas y desventajas que se enumeran a continuación.

Ventajas:

- a) Financiamiento gubernamental libre de deuda
- b) Beneficios a la sociedad

Desventajas:

- a) Restricciones de vigilancia
- b) Proceso burocrático

A continuación se muestra el proceso que el Instituto Salvadoreño de Turismo sigue para poder obtener financiamiento para el PNCV y por ende para llevar a poner en marcha el modelo de gestión turística.

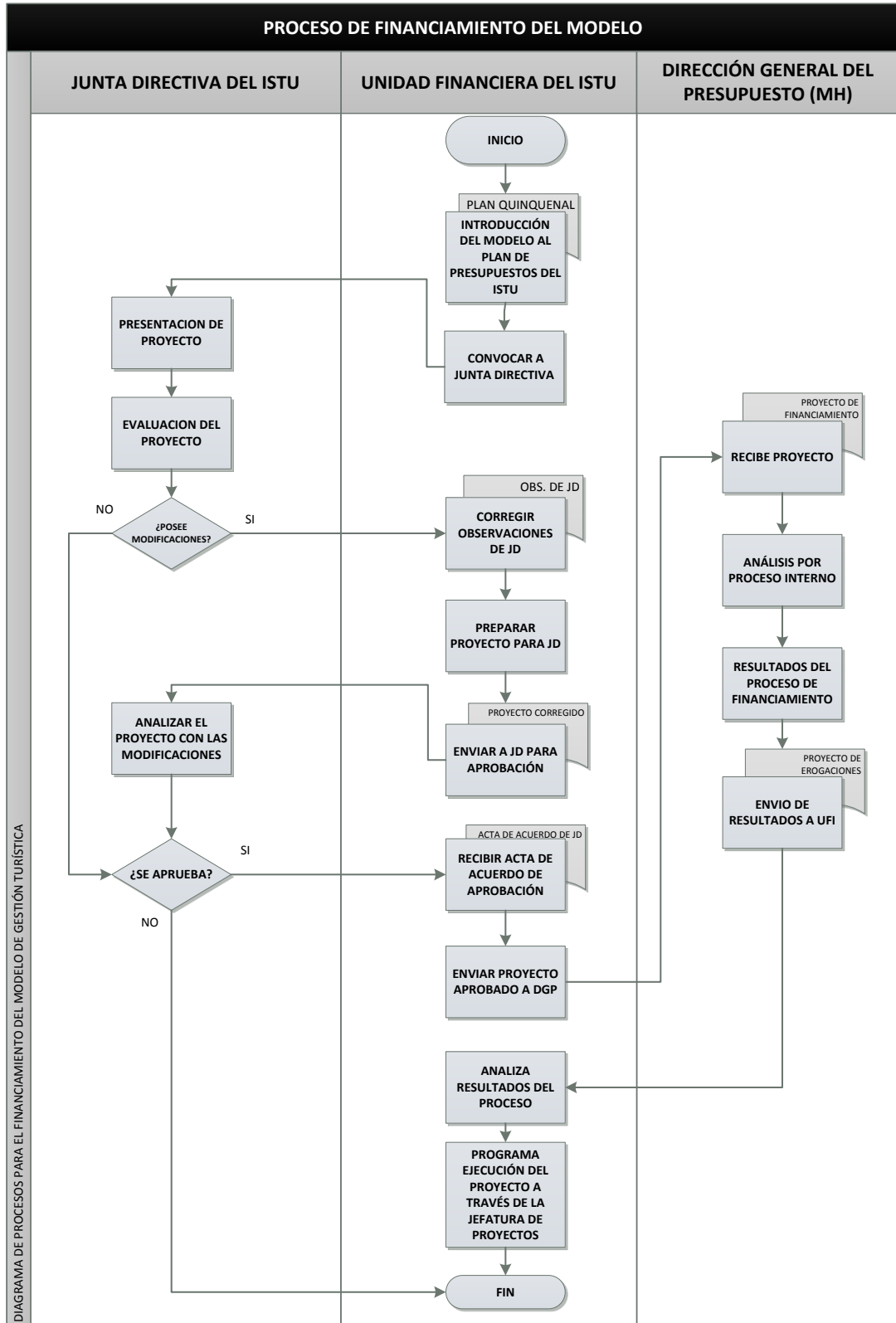


Figura 119 - Proceso de financiamiento del modelo

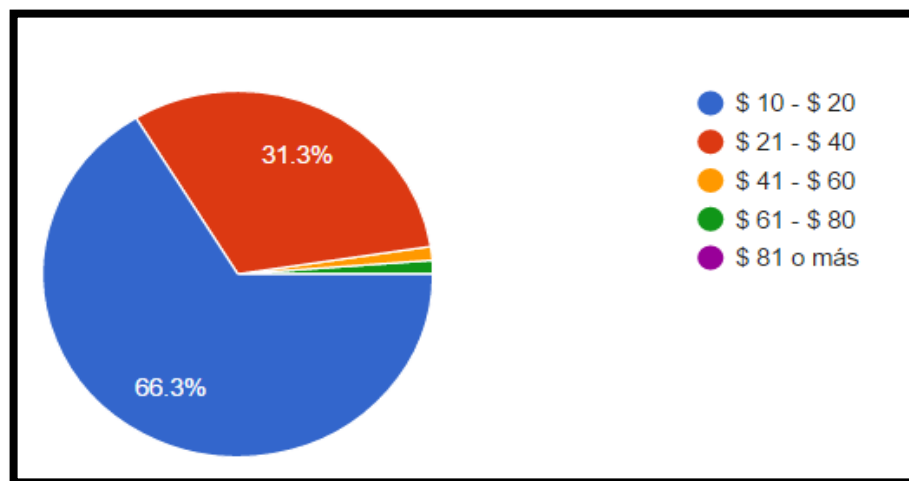
6.3 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.

Dado que el precio es la única variable de marketing que reporta ingresos, es sumamente importante definir un precio acorde a todos los elementos que intervienen en la operación turística del modelo; es decir, el determinar adecuadamente el precio de venta de los servicios turísticos propuestos en el modelo para el PNCV, estos deben ser competitivos, diferentes y atractivos al mercado objetivo como el resto de la población que hará uso de las instalaciones del PNCV. Para los fines del análisis de la determinación del precio de venta es vital tomar en cuenta la opinión de los clientes recolectada en la etapa de mercado, donde se consideran aspectos tales como el gasto turístico que el mercado consumidor indica tener y lo que este está dispuesto a pagar por la prestación de los servicios eco-turísticos propuestos para el modelo. Además de considerar muy de cerca el nivel de precios de la competencia y por supuesto los costos en que se incurre para la prestación de los servicios turísticos, los cuales han sido determinados en apartados anteriores, pero que cobran mucha relevancia en los apartados subsiguientes.

6.3.1 Análisis del mercado consumidor

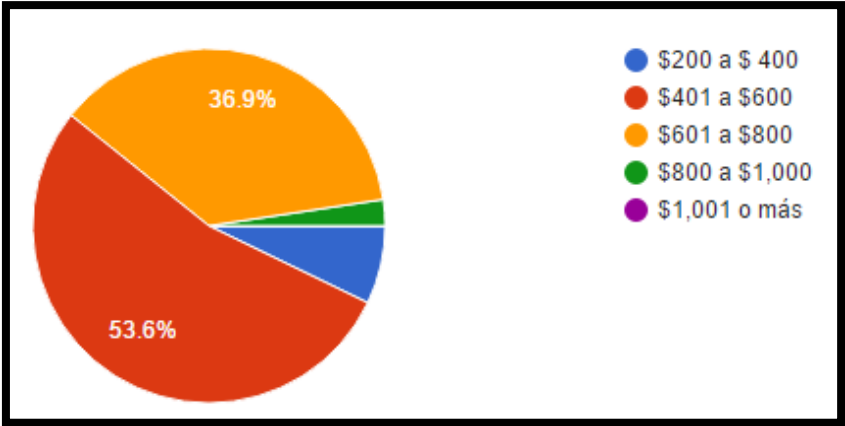
El mercado consumidor, plantea dos líneas de análisis fundamentales, que sirven de directrices para determinar oportunamente el precio de venta que el modelo propone para los servicios eco-turísticos. La primera línea de análisis tiene que ver con el gasto turístico promedio que los encuestados en el estudio de mercado del modelo, manifestó estar dispuesto a pagar por vivir una experiencia como la ofrecida por el modelo de gestión; mientras que la segunda línea de análisis radica, evidentemente, en el estudio de mercado en el cual los encuestados manifestaban el rango de ingresos familiares y su disposición de gastar para conocer y disfrutar de los atractivos presentados por el modelo.

Gráfica 48 - Gasto promedio



Una amplia mayoría de los encuestados respondieron acorde a su nivel de ingresos y la frecuencia con la que realiza turismo en el país, que alrededor de un 66.3% respondió que pagaría por un paquete familiar o individual entre \$10 y \$20, mientras que prácticamente la mitad de ellos, un 31.3% dijo que podría pagar entre \$21 y \$40 por un paquete familiar, lo que nos dice entre líneas que las personas efectivamente está dispuestas a gastar en las instalaciones del PNCV, al recibir algunos de los servicios eco-turísticos que el modelo plantea.

Gráfica 49 - Rango de ingresos familiares



El resultado de esta pregunta es relevante para la diversificación de los servicios turísticos del PNCV, es posible observa que el 53.6% de las personas que han dicho que han visitado el parque poseen ingresos entre los \$401 y \$600, pero también un 36.9% está en un rango de ingresos de \$601 y \$800 lo que posiciona al parque en que el rango de ingresos de su afluencia promedio es muy superior al promedio al resto de parques administrados por el ISTU, pero sobre todo al inferir junto con el resultado de la gráfica anterior, las personas además de estar dispuestas a adquirir un servicio eco-turístico en el PNCV, también están en la posición económica de poder hacerlo, lo que sustenta con mayor seguridad el establecimiento de precios en base a los resultados e inferencias anteriores.

6.3.2 Análisis del mercado competidor

Para el análisis de este apartado es necesario conocer los precios que posee la competencia, específicamente los precios de la competencia directa, la cual fue determinada en la etapa de diagnóstico del modelo, al conocer los servicios que cada uno presta y el rango de precios en los cuales el modelo debe competir, de forma tal que el modelo establezca para el PNCV y para los servicios diversificados y mejorados, precios competitivos y realistas que puedan entrar de forma correcta en el mercado turísticos nacional, los precios y servicios de la competencia se presentan a continuación la siguiente tabla:

Tabla 214 - Servicios turísticos de la competencia

| SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA COMPETENCIA | COMPETENCIA DIRECTA | | | | | |
|--|------------------------|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| | | PASO DEL ALASKA | CASA DE CRISTAL | CAMPO BELLO | VILLA LIMÓN | ECO-PARQUE CONCHAGUA |
| | CANOPY | \$ 6 P/P | \$ 5 P/P | N/A | \$ 6 P/P | N/A |
| | CAMPING | \$ 6 P/P | \$ 5 P/P | \$ 5 P/P | | \$ 4 P/P |
| | | ALQUILER TIENDA DE CAMPAÑA: \$ 5 | ALQUILER TIENDA DE CAMPAÑA: \$ 5 | ALQUILER TIENDA DE CAMPAÑA: N/A | ALQUILER TIENDA DE CAMPAÑA: N/A | ALQUILER TIENDA DE CAMPAÑA: \$ 6 |
| | | ALQUILER SLEEPING BAG: \$ 4 | ALQUILER SLEEPING BAG: \$ 3.5 | ALQUILER SLEEPING BAG: N/A | ALQUILER SLEEPING BAG: N/A | ALQUILER SLEEPING BAG: \$ 4 |
| | SENDERISMO | N/A | CORTO: \$ 5 | N/A | \$ 5 P/P | \$ 3.5 P/P |
| | | | LARGO: \$ 8 | | | |
| | MONTAÑISMO | N/A | FÁCIL: \$ 5 | N/A | CORTO: \$ 7 HACIA CASCADAS \$ 10 | TREK \$ 7 |
| | | | INTER. \$8.5 | | | |
| DIFÍCIL: \$ 10 | | | | | | |
| ALOJAMIENTO | \$ 60 P/P | \$ 50 P/P | DESDE \$ 34 P/2P HASTA \$ 72 P/10P | DESDE \$ 50 HASTA \$ 75 | N/A | |
| | \$ 72.50 TODO INCLUIDO | | | | | |
| CENTRO INTERPRETATIVO | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | |
| VIVERO | N/A | N/A | ORNAME.\$2 FRUTAL \$3 | N/A | N/A | |
| CUERDAS ALTAS | CIRCUITO \$ 7 | N/A | N/A | N/A | N/A | |
| PÉNDULO | \$ 4.50 | N/A | N/A | N/A | N/A | |
| PANORÁMICO | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | |

6.3.3 Precios de venta para el Parque Natural Cerro Verde

Conociendo los factores que más influyen para la determinación de precios de los servicios turísticos propuestos, además también siguiendo los lineamientos sugeridos por la contraparte, se presenta a manera de resumen los precios propuestos para los servicios ofertados por el modelo, siempre siguiendo la premisa de que el ISTU debe mantener tasas accesibles y competitivas para toda la población:

Tabla 215 - Precio de venta de servicios turísticos para el PNCV

| SERVICIOS TURÍSTICOS “PARQUE NATURAL CERRO VERDE” | SERVICIO ECO-TURÍSTICO | PARQUE NATURAL CERRO VERDE |
|---|------------------------|---|
| | | CANOPY |
| | CAMPING | \$ 3 P/P LA ZONA DE ACAMPAR |
| | | ALQUILER TIENDA DE CAMPAÑA: \$ 4 |
| | | ALQUILER SLEEPING BAG: \$ 3.50 |
| | SENDERISMO | \$1 P/P CUALQUIERA DE LOS DOS SENDEROS INTERPRETATIVOS |
| | MONTAÑISMO | TREK VOLCÁN DE IZALCO: \$ 4 TREK VOLCÁN ILAMATEPEC \$ 4 |
| | ALOJAMIENTO | CABAÑA SENCILLA \$ 40; DE 2 HASTA 4 PERSONAS, 2 PERSONAS EXTRAS \$ 5 C/U |
| | | CABAÑA DÚPLEX \$55; DE 5 HASTA 8 PERSONAS, 2 PERSONAS EXTRAS \$ 5 C/U |
| | VIVERO | PLANTAS ORNAMENTALES \$ 2.00 |
| | | ARBOLES FRUTALES \$ 2.50 |
| | | ABONO \$ 1, MACETAS \$3, \$5 Y \$7 |
| | CUERDAS ALTAS | CIRCUITO \$ 4 |
| | PÉNDULO | LANZAMIENTO \$ 3.50 |
| | MIRADOR PANORÁMICO | \$ 0.50 CTVS, 5 MINUTOS DE USO DEL VISOR PANORÁMICO, USO DEL MIRADOR GRATUITO |

6.4 INGRESOS DEL MODELO

La cantidad de ingresos monetarios que el PNCV perciba a través del modelo de gestión turística, determinará en gran medida la sostenibilidad económica del parque y el tiempo de retorno de la inversión realizada. El modelo establece las entradas de dinero por los servicios que propone el modelo y además particulariza otros ingresos actuales y futuros del parque que se verán reflejados en los estados financieros del modelo. Para determinar la cantidad de personas que harán uso de las instalaciones del PNCV y de los servicios eco-turísticos, se hará uso de las proyecciones estimadas previamente en la etapa de diseño de la solución y se mantendrá las proyecciones entregadas por el ISTU relacionadas con el porcentaje de población subsidiada en los parques recreativos en promedio.

Tabla 216 - Población subsidiada

| POBLACIÓN SUBSIDIADA EN EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | |
|--|---|
| POBLACIÓN QUE PAGA ENTRADA AL PNCV | POBLACIÓN QUE ES SUBSIDIADA POR PARTE DEL ISTU |
| 37% | 63% |

Para facilitar la comprensión del presupuesto de ingresos del modelo y las proyecciones que hace para el horizonte de acción del proyecto, se definen dos etapas claves, la primera hace referencia a los ingresos proyectados para el año 1 de operación del proyecto, mientras que la segunda consolida las proyecciones económicas para el horizonte prospectivo del modelo.

6.4.1 Ingresos proyectados para el modelo de gestión.

Parte esencial para asegurar la sostenibilidad económica del modelo y de las operaciones que el conlleve, es conocer de primera mano los ingresos que se percibirán en concepto de prestación de servicios eco-turísticos, con el propósito de identificar el rango de acción económica en que el parque deberá gestionar los recursos con los que cuente. Los ingresos que se presentan a continuación representan el extracto del análisis individual de los ingresos que cada servicio que el modelo contempla genera durante la operación (ver anexo O).

Los ingresos reportados, provienen de las proyecciones generadas en etapas anteriores y de un minucioso análisis de la capacidad de carga de los servicios individuales, con ello se asegura que las premisas de sostenibilidad ambiental se mantienen como eje principal de la gestión del modelo. Los ingresos que se estiman en las tablas siguientes abarcan el primer año de operaciones de forma mensual y posteriormente el consolidado para el horizonte en el que se ha realizado la prospección (cinco años), en las tablas se destaca el ingreso individual por servicio turístico y el monto proyectado, sobre la base del cual se generan los análisis económicos-financieros posteriores.

Tabla 217 - Proyección mensual de ingresos Año 1

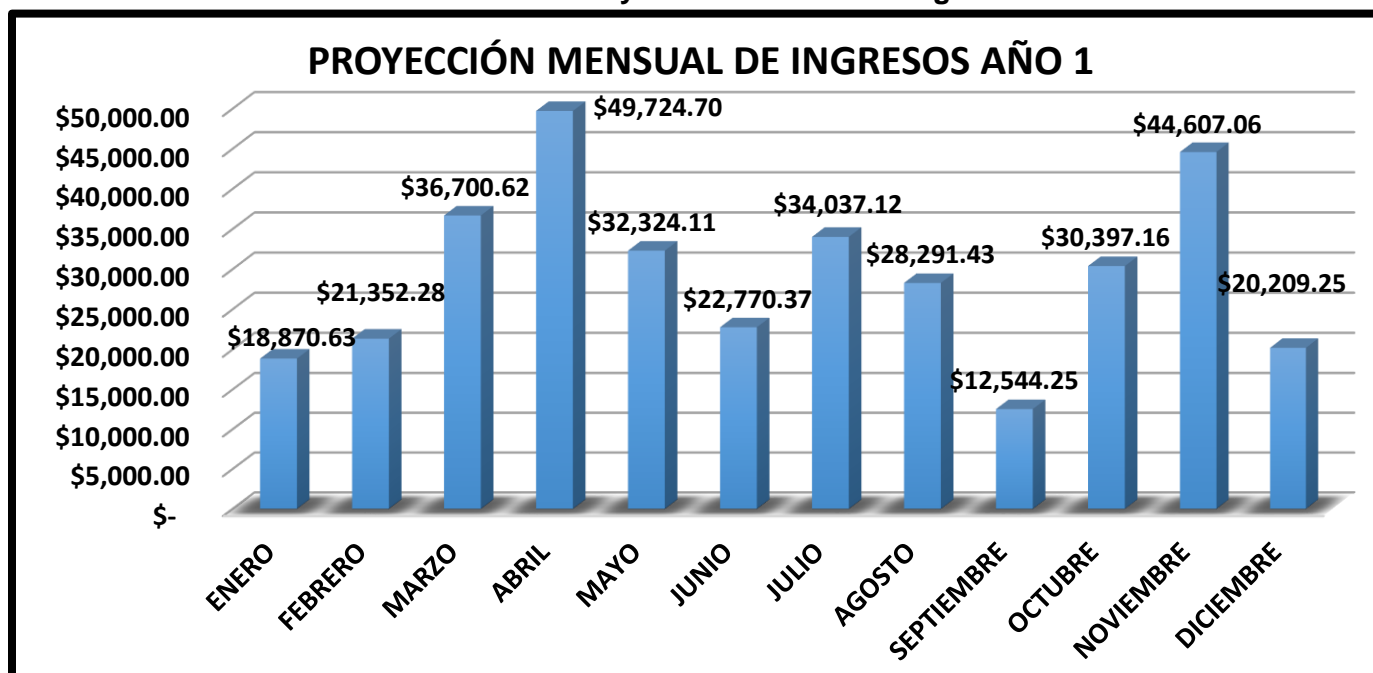
| PROYECCIÓN MENSUAL DE INGRESOS AÑO 1 PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|--------------------|--------------------|----------------------------|---------------------|
| | ENTRADAS AL PARQUE | PARQUEO | CANOPY | SENDERISMO | MONTAÑISMO | CAMPING | ALOJAMIENTO | CUERDAS ALTAS | PÉNDULO | VIVERO | VISORES PANORÁMICOS | TOTAL |
| ENERO | \$6,853.70 | \$2,202.32 | \$1,979.80 | \$1,047.47 | \$1,535.23 | \$845.11 | \$1,047.42 | \$1,131.32 | \$989.90 | \$871.69 | \$366.67 | \$18,870.63 |
| FEBRERO | \$7,755.02 | \$2,491.94 | \$2,240.17 | \$1,185.22 | \$1,737.12 | \$956.25 | \$1,185.16 | \$1,280.09 | \$1,120.08 | \$986.32 | \$414.89 | \$21,352.28 |
| MARZO | \$13,329.44 | \$4,283.19 | \$3,850.43 | \$2,037.18 | \$2,985.79 | \$1,643.62 | \$2,037.08 | \$2,200.25 | \$1,925.21 | \$1,695.30 | \$713.12 | \$36,700.62 |
| ABRIL | \$18,059.70 | \$5,803.18 | \$5,216.85 | \$2,760.12 | \$4,045.37 | \$2,226.90 | \$2,759.98 | \$2,981.05 | \$2,608.42 | \$2,296.92 | \$966.19 | \$49,724.70 |
| MAYO | \$11,739.92 | \$3,772.43 | \$3,391.27 | \$1,794.25 | \$2,629.74 | \$1,447.62 | \$1,794.16 | \$1,937.87 | \$1,695.64 | \$1,493.14 | \$628.09 | \$32,324.11 |
| JUNIO | \$8,270.06 | \$2,657.44 | \$2,388.94 | \$1,263.94 | \$1,852.49 | \$1,019.76 | \$1,263.88 | \$1,365.11 | \$1,194.47 | \$1,051.83 | \$442.45 | \$22,770.37 |
| JULIO | \$12,362.07 | \$3,972.35 | \$3,570.99 | \$1,889.34 | \$2,769.10 | \$1,524.34 | \$1,889.24 | \$2,040.57 | \$1,785.49 | \$1,572.27 | \$661.37 | \$34,037.12 |
| AGOSTO | \$10,275.27 | \$3,301.79 | \$2,968.18 | \$1,570.40 | \$2,301.66 | \$1,267.02 | \$1,570.32 | \$1,696.10 | \$1,484.09 | \$1,306.86 | \$549.73 | \$28,291.43 |
| SEPTIEMBRE | \$4,556.00 | \$1,463.99 | \$1,316.08 | \$696.31 | \$1,020.54 | \$561.79 | \$696.27 | \$752.04 | \$658.04 | \$579.45 | \$243.75 | \$12,544.25 |
| OCTUBRE | \$11,040.06 | \$3,547.54 | \$3,189.11 | \$1,687.29 | \$2,472.97 | \$1,361.32 | \$1,687.20 | \$1,822.35 | \$1,594.55 | \$1,404.13 | \$590.64 | \$30,397.16 |
| NOVIEMBRE | \$16,201.01 | \$5,205.92 | \$4,679.93 | \$2,476.05 | \$3,629.03 | \$1,997.71 | \$2,475.93 | \$2,674.25 | \$2,339.97 | \$2,060.52 | \$866.75 | \$44,607.06 |
| DICIEMBRE | \$7,339.88 | \$2,358.55 | \$2,120.25 | \$1,121.78 | \$1,644.13 | \$905.06 | \$1,121.72 | \$1,211.57 | \$1,060.12 | \$933.52 | \$392.68 | \$20,209.25 |
| TOTAL | \$127,782.09 | \$41,060.64 | \$36,911.99 | \$19,529.36 | \$28,623.19 | \$15,756.49 | \$19,528.36 | \$21,092.56 | \$18,455.99 | \$16,251.97 | \$6,836.34 | \$351,828.98 |

Tabla 218 - Proyección anual de ingresos del parque

| PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------|----------------------|---------------------|--------------------|----------------------------|----------------------|
| | ENTRADAS AL PARQUE | PARQUEO | CANOPY | SENDERISMO | MONTAÑISMO | CAMPING | ALOJAMIENTO | CUERDAS ALTAS | PÉNDULO | VIVERO | VISORES PANORÁMICOS | TOTAL |
| AÑO 1 | \$127,782.09 | \$41,060.64 | \$36,911.99 | \$19,529.36 | \$28,623.19 | \$15,756.49 | \$19,528.36 | \$21,092.56 | \$18,455.99 | \$16,251.97 | \$6,836.34 | \$351,828.98 |
| AÑO 2 | \$138,894.30 | \$44,631.37 | \$40,121.93 | \$21,227.68 | \$31,112.32 | \$17,126.71 | \$21,226.59 | \$22,926.82 | \$20,060.97 | \$17,665.27 | \$7,430.85 | \$382,424.80 |
| AÑO 3 | \$150,972.21 | \$48,512.40 | \$43,610.84 | \$23,073.59 | \$33,817.78 | \$18,616.01 | \$23,072.40 | \$24,920.48 | \$21,805.42 | \$19,201.40 | \$8,077.01 | \$415,679.53 |
| AÑO 4 | \$164,100.18 | \$52,730.86 | \$47,403.07 | \$25,079.98 | \$36,758.44 | \$20,234.78 | \$25,078.69 | \$27,087.47 | \$23,701.54 | \$20,871.08 | \$8,779.36 | \$451,825.44 |
| AÑO 5 | \$178,369.79 | \$57,316.16 | \$51,525.09 | \$27,260.85 | \$39,954.83 | \$21,994.33 | \$27,259.45 | \$29,442.91 | \$25,762.54 | \$22,685.96 | \$9,542.78 | \$491,114.68 |
| TOTAL | \$760,118.57 | \$244,251.43 | \$219,572.92 | \$116,171.45 | \$170,266.56 | \$93,728.32 | \$116,165.47 | \$125,470.24 | \$109,786.46 | \$96,675.68 | \$40,666.34 | \$2092,873.44 |

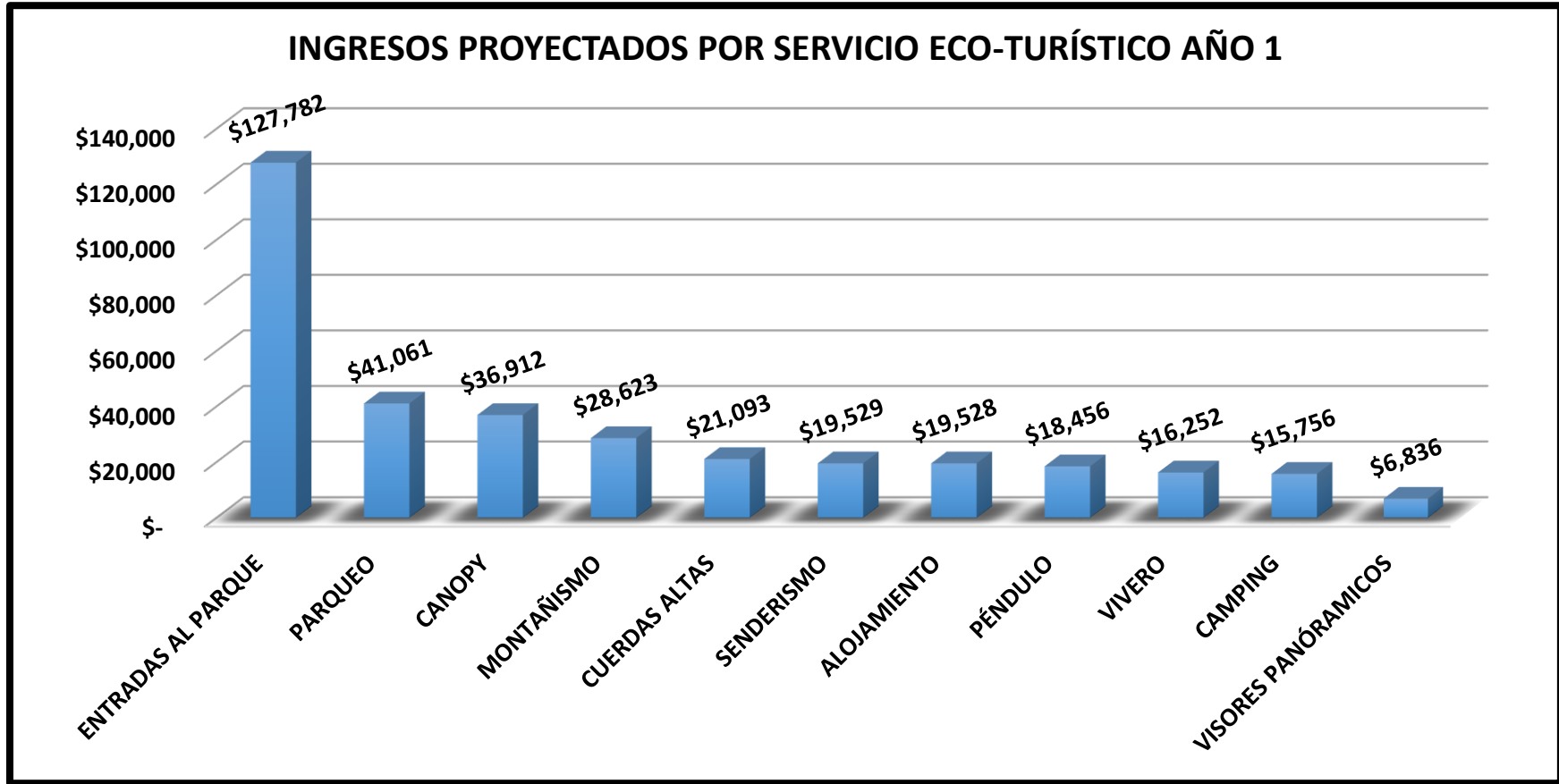
La primera tabla destaca el ingreso mensual esperado para el año 1 de operación, también es posible visualizar la estacionalidad del mercado turístico en El Salvador; se espera un ingreso por el orden de los \$351,828.98 para el primer año de operación del modelo y posteriormente se prevé un aumento de los ingresos en base a las proyecciones y datos analizados acerca del incremento en el rubro turístico nacional, los cuales reflejan un aumento sostenido, en concordancia con las proyecciones de la cartera de estado que gestiona el que hacer turístico nacional.

Gráfica 50 - Proyección mensual de ingresos año 1



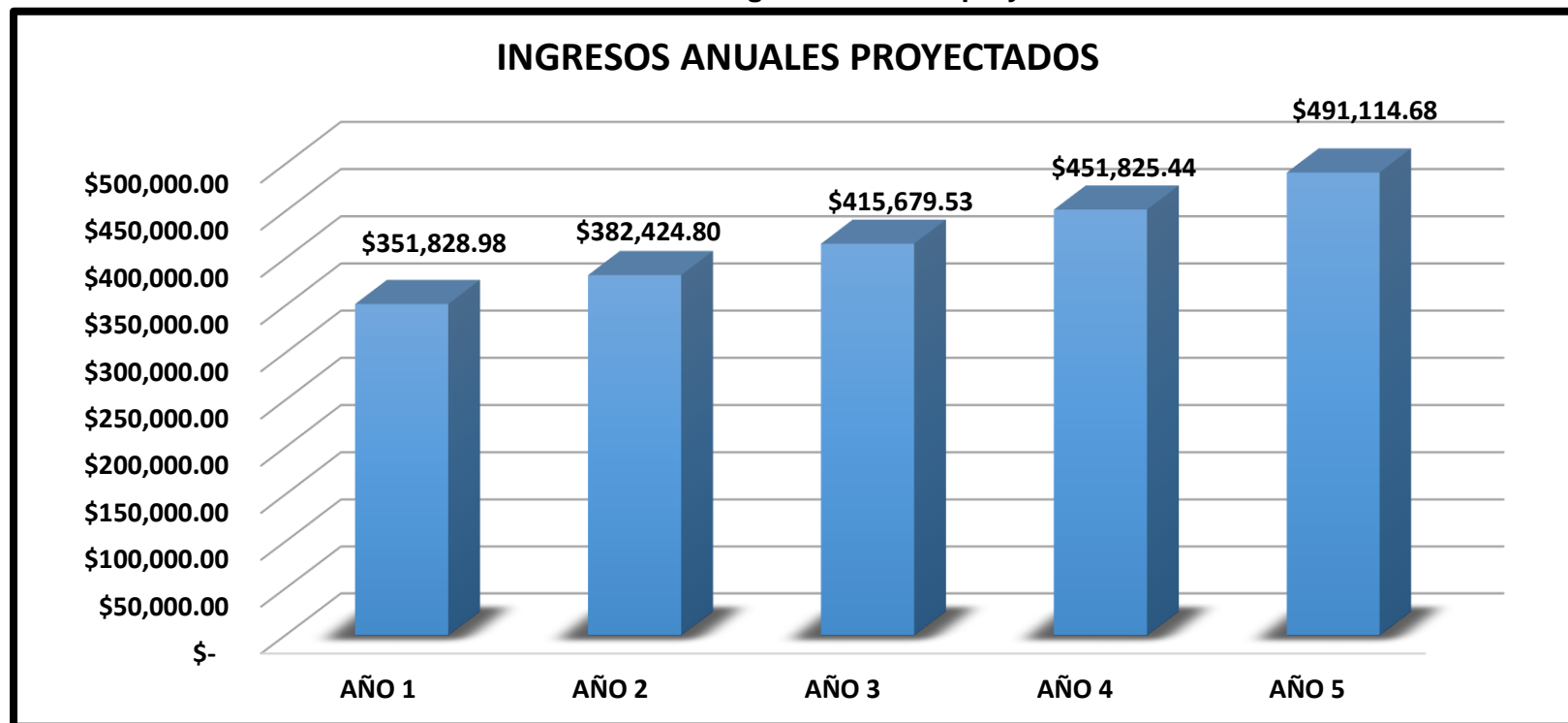
A través de la gráfica anterior es notoria la curva estacional que el parque presenta, es decir en los meses de marzo, abril, julio, agosto y épocas de fin de año, se presenta un aumento en el ingreso esperado del PNCV, por ende este dato brinda la pauta para aprovechar el carácter dinámico del modelo y realizar la toma de decisiones oportunas por parte de los gestores, en cuanto a cantidad y tipo de recursos a utilizar para solventar oportunamente la demanda que se proyecta atender para el primer año de operaciones del modelo.

Gráfica 51 - Ingresos proyectados por servicio - Año 1



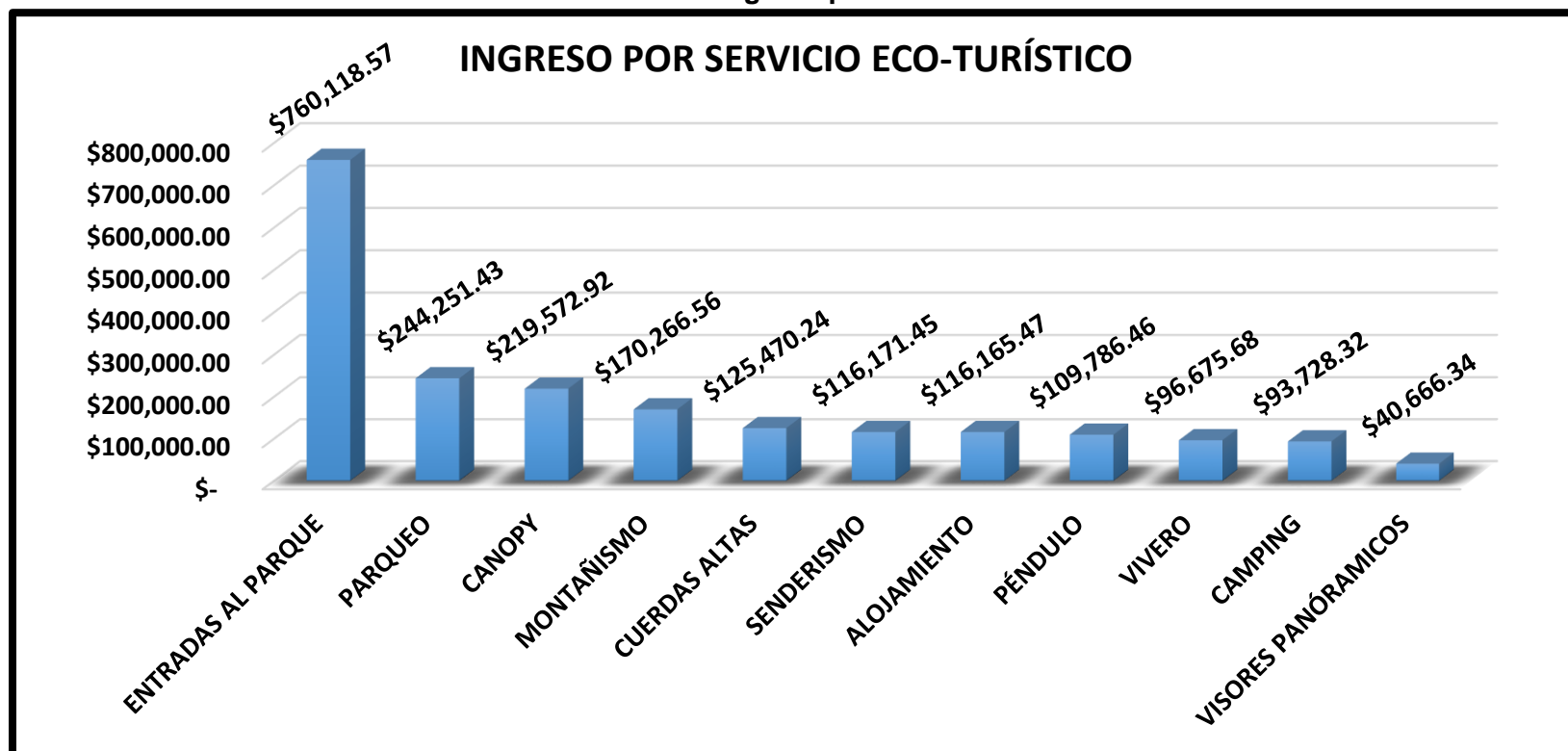
Al observar los datos reflejados en la gráfica anterior, es evidente que los ingresos percibidos por las entradas del parque representan en gran medida para el año 1, el cual es el rubro en que se reporta la mayor cantidad de ingresos, cuyo monto asciende a \$127,782.00, lo que significa el 36% de los ingresos totales esperados para la proyección de año 1. Los datos permiten observar de forma esquemática parte de la estructura económica que el parque perfila durante el modelo de gestión.

Gráfica 52 - Ingresos anuales proyectados



La gráfica presenta el ingreso proyectado para el horizonte del proyecto, es decir para los 5 años en que el modelo de gestión ha realizado la prospección y análisis estratégico; esto representa en gran medida el comportamiento esperado de mercado turístico nacional y refleja el ingreso que se espera percibir a lo largo de las operaciones turísticas del proyecto. Las proyecciones realizadas están basadas en el estudio de mercado previamente realizado y en los valores de la capacidad de carga de los servicios individuales, procurando no superar los límites establecidos en el componente técnico del modelo. Los montos esperados muestran el aumento en los ingresos debido a los resultados del modelo y del crecimiento esperado en el sector.

Gráfica 53 - Ingreso por servicio eco-turístico



A lo largo de las operaciones del proyecto, la propuesta de los diferentes servicios eco-turísticos generarán ingresos por la prestación de los servicios, por lo que conocer cuáles de estos servicios son los que mayores ingresos ofrecen, crean la certidumbre de donde y en qué servicios los gestores deberán hacer mayores esfuerzos para mantener y aumentar los ingresos que el modelo proyecta, de tal forma que se puedan dirigir los esfuerzos y los ingresos a mejorar los servicios que mayor demanda generan. Las entradas al parque son sin duda alguna un componente básico de la sostenibilidad económica del PNCV, por lo que disminuir la brecha de la población subsidiada y aumentar el ingreso por este rubro, crearía condiciones favorables para realizar inversiones y mejoras en áreas claves que el modelo contempla en el componente estratégico.

6.5 EGRESOS DEL MODELO

Los egresos del modelo, están calculados en base a los costos previamente establecidos en apartados anteriores y a forma de síntesis se presentan como parte esencial del presupuesto proyectado de egresos para el PNCV.

6.5.1 Egresos del año 1

Los costos que el modelo presenta son únicamente en tres vías, debido al sistema de costeo adoptado, como tales derivan en costos administrativos, de comercialización y de operación; estos costos son calculados de forma mensual haciendo uso del prorrateo para definir un estimado mensual en el cual el modelo de gestión deberá incurrir para operar con normalidad el PNCV.

Tabla 219 - Costos del modelo – Año 1

| COSTOS DEL MODELO PARA EL AÑO 1 | | | |
|--|--------------|------------------|--------------------|
| COSTO | FIJOS | VARIABLES | TOTAL ANUAL |
| COSTOS OPERATIVOS | \$105,272 | \$27,471 | \$132,743 |
| COSTOS ADMINISTRATIVOS | \$114,674 | \$50,780 | \$165,454 |
| COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN | \$49,164 | \$22,430 | \$71,594 |
| TOTAL | \$269,110 | \$100,681 | \$369,791 |

6.5.2 Egresos del Horizonte del Proyecto.

Para la determinación de los costos anuales proyectados para todo el horizonte del proyecto, se utilizará como base los costos del año 1, los cuales se verán afectados por la inflación, por tal motivo se utilizan los índices de inflación para los próximos 5 años a partir de 2017, publicados por la CEPAL. Los costos proyectados se presentan a continuación con la respectiva corrección de la inflación anual proyectada para cada año, que para el 2017 se presenta del orden del 1.1% y se prevé un aumento sostenido de 0.5% para cada año venidero, hasta estabilizarse en 3.0% para el año 2020.

Tabla 220 - Costos anuales proyectados

| COSTOS ANUALES PROYECTADOS | | | | | |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| INFLACIÓN | 1.10% | 1.60% | 2.10% | 2.60% | 3.00% |
| COSTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| COSTOS OPERATIVOS | \$132,743.15 | \$134,867.04 | \$135,530.76 | \$136,194.48 | \$136,725.45 |
| COSTOS ADMINISTRATIVOS | \$165,453.88 | \$168,101.14 | \$168,928.41 | \$169,755.68 | \$170,417.50 |
| COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN | \$71,594.00 | \$72,739.50 | \$73,097.47 | \$73,455.44 | \$73,741.82 |
| COSTOS ANUALES | \$369,791.04 | \$375,707.69 | \$377,556.65 | \$379,405.60 | \$380,884.77 |

6.6 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO¹⁰⁸.

El análisis del nivel mínimo de ventas o punto de equilibrio, es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios del PNCV. El Punto de Equilibrio de un servicio eco-turístico, está dado por el volumen de ventas para el cual, los ingresos totales se hacen iguales a los costos totales. Es decir, el nivel de actividad para el cual no hay pérdidas ni ganancias, de tal forma que éste viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento en los volúmenes de venta generará pérdidas.

Para la determinación del Punto de Equilibrio se deben conocer los costos Fijos y Costos Variables del modelo; entendiendo por Costos Variables aquellos que están directamente relacionados con la prestación del servicio turístico y que varían con la cantidad de servicios prestados, y por Costos Fijos son los que no están directamente relacionados con la prestación del servicio turístico y que permanecen constantes para un rango relevante de actividad turística. El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en dólares y en unidades. Puede calcularse de varias formas.

La más comúnmente utilizada, se presenta en la siguiente ecuación que facilita el cálculo del Punto de Equilibrio y deja menos margen al error de utilización de la fórmula.

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio de venta}}} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Coeficiente del Margen de Contribución}}$$

El coeficiente del margen de contribución se refiere a la utilidad que se obtiene por cada dólar de venta obtenido, considerando únicamente los costos variables.

Se le llama *Margen de Contribución* porque muestra como contribuyen los precios de los servicios ofertados, a cubrir los costos fijos y a generar utilidad para el proyecto

Para determinar adecuadamente los costos variables unitarios, que servirán de insumo para la conocer el Punto de Equilibrio (P.E) de los servicios turísticos propuestos; se debe realizar el análisis de forma individual, de manera que se genere el P.E en forma de cantidad de servicios que se deban prestar y en unidades monetarias necesarias para determinar el nivel de equilibrio. A continuación se presenta la tabla resumen del P.E y las gráficas que muestran la tendencia y el número de servicio que deben prestarse para mantener el equilibrio del modelo.

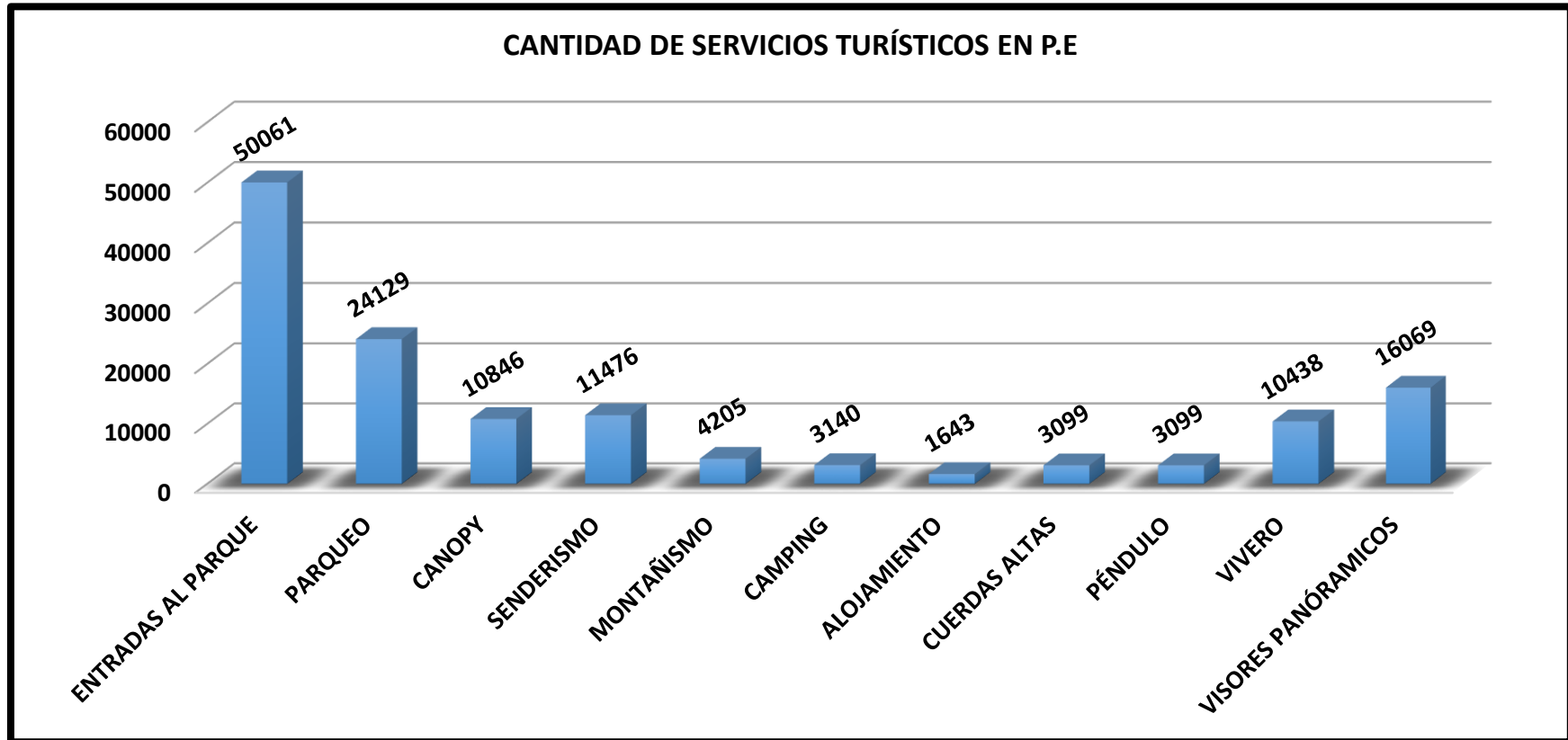
¹⁰⁸ (El punto de equilibrio en la interpretación de los resultados, 1963, p. 36)

Tabla 221 - Punto de equilibrio por servicio

| | ENTRADAS AL PARQUE | PARQUEO | CANOPY | SENDERISMO | MONTAÑISMO | CAMPING | ALOJAMIENTO | CUERDAS ALTAS | PÉNDULO | VIVERO | VISORES PANORÁMICOS | TOTAL |
|--|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|---------------------|--------------|
| SERVICIOS A PRESTAR | 85188 | 41061 | 18456 | 19529 | 7156 | 5344 | 2795 | 5273 | 5273 | 17762 | 27345 | 235183 |
| FRACCIÓN DE LOS SERVICIOS TOTALES | 36% | 17% | 8% | 8% | 3% | 2% | 1% | 2% | 2% | 8% | 12% | 100% |
| FRACCIÓN DE LOS C.V | 0.13 | 0.10 | 0.10 | 0.10 | 0.09 | 0.05 | 0.23 | 0.07 | 0.07 | 0.05 | 0.01 | 1.00 |
| C.V IMPUTABLES | \$13,088.53 | \$10,068.10 | \$10,068.10 | \$10,068.10 | \$9,061.29 | \$5,034.05 | \$23,156.63 | \$7,047.67 | \$7,047.67 | \$5,034.05 | \$1,006.81 | \$100,681.00 |
| C.V.U | 0.15 | 0.25 | 0.55 | 0.52 | 1.27 | 0.94 | 8.28 | 1.34 | 1.34 | 0.28 | 0.04 | 14.95 |
| PRECIO DE VENTA | \$1.50 | \$1.00 | \$2.00 | \$1.00 | \$4.00 | \$5.00 | \$55.00 | \$4.00 | \$3.50 | \$4.00 | \$0.50 | \$81.50 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | 1.35 | 0.75 | 1.45 | 0.48 | 2.73 | 4.06 | 46.72 | 2.66 | 2.16 | 3.72 | 0.46 | 66.55 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO | \$0.49 | \$0.13 | \$0.11 | \$0.04 | \$0.08 | \$0.09 | \$0.56 | \$0.06 | \$0.05 | \$0.28 | \$0.05 | \$1.95 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD DE SERVICIOS A PRESTAR | 50061 | 24129 | 10846 | 11476 | 4205 | 3140 | 1643 | 3099 | 3099 | 10438 | 16069 | 138205 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS | \$75,090.95 | \$24,129.43 | \$21,691.27 | \$11,476.40 | \$16,820.37 | \$15,701.52 | \$90,339.15 | \$12,395.01 | \$10,845.64 | \$41,750.57 | \$8,034.73 | \$328,275.03 |

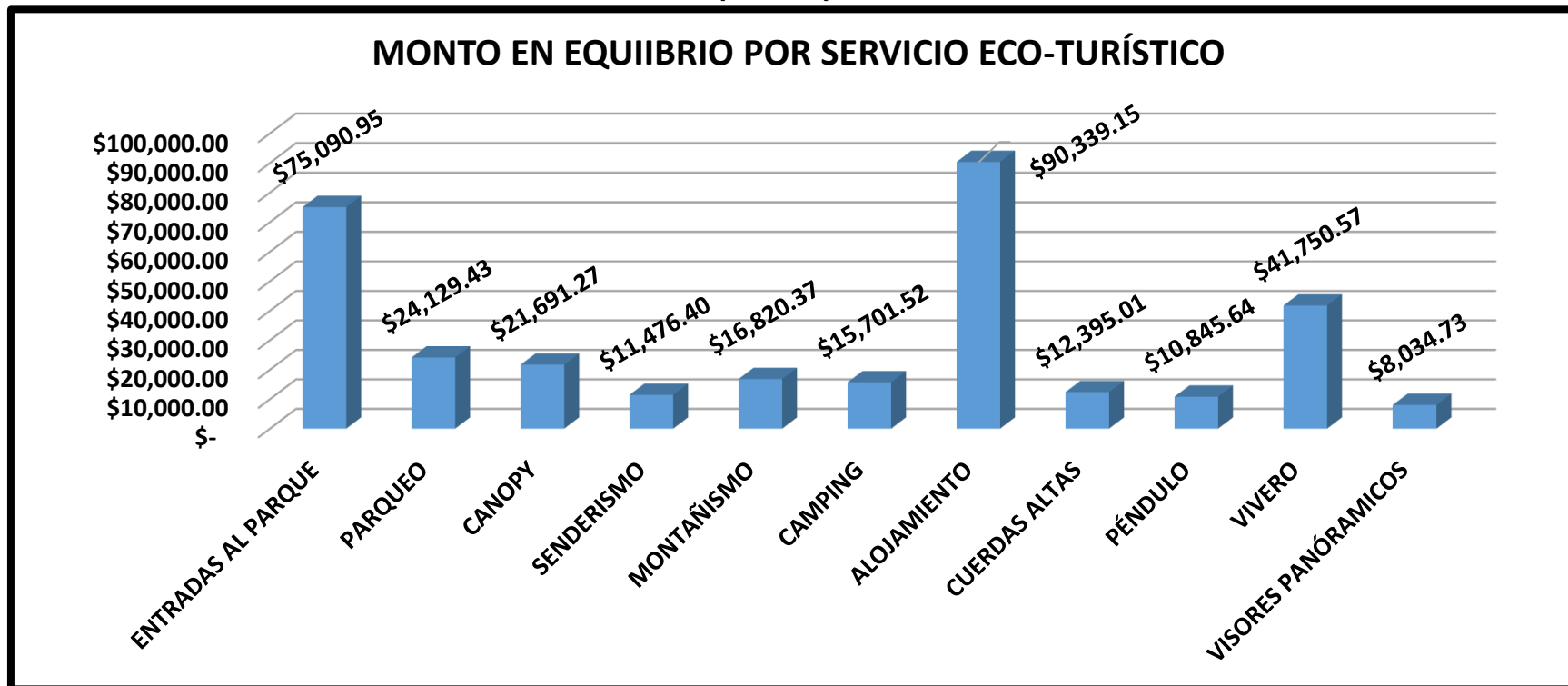
La tabla anterior muestra de forma pormenorizada el P.E para cada uno de los servicios eco-turísticos que el modelo propone, define cual es la cantidad de servicios a prestar y el monto en unidades financieras que es necesario vender para lograr cubrir los costos del modelo sin sacrificar financieramente los resultados esperados. Este P.E es la base para medir los resultados de los ingresos del modelo y que los gestores pongan los esfuerzos necesarios para alcanzar al menos este margen de maniobrabilidad y mantener la premisa fundamental de la sostenibilidad económica del modelo.

Tabla 222 - servicios turísticos en Punto de equilibrio



La Gráfica muestra el número de servicios que el modelo debe prestar para alcanzar el nivel de ventas, tal que logre cubrir los costos fijos y los costos variables en que se incurra en la prestación de los servicios eco turísticos; es evidente que las entradas el parque son parte vital para el sostenimiento del modelo, por lo que disminuir el porcentaje de la población que se subsidia debe ser un punto estratégico en la mercadeo del PNCV, a fin de que el mercado objetivo que el modelo planteo en el componente de comercialización sea aumentado e impactado de forma en que sus llegadas al PNCV aumenten significativamente.

Tabla 223 - Monto en equilibrio por servicio eco- turístico



Como es posible identificar en la tabla y gráficas anteriores, es necesario que se brinden por lo menos 138,205 servicios para que el modelo pueda cubrir los costos variables y fijos que presenta la estructura de gastos del modelo; el P.E muestra que para que el modelo se coloque en el nivel mínimo de ventas debe reportar ingresos anuales por el orden de los \$328,275.03 que a partir de allí, las ventas y servicios empiezan a aportar para las utilidades del modelo, en pro del margen de contribución individual que se plantea en la obtención del P.E; ya que cada servicio ofrece una contribución marginal individual, a medida estos servicios son demandados van otorgado al modelo utilidades claves para el sostenimiento de la estructura de costos y que garanticen la sostenibilidad del modelo, contribuyendo favorablemente a los objetivos planteados en el componente estratégico de la gestión del PNCV.

6.6.1 DETERMINACIÓN DEL MARGEN DE SEGURIDAD

| | ENTRADAS AL PARQUE | PARQUEO | CANOPY | SENDERISMO | MONTAÑISMO | CAMPING | ALOJAMIENTO | CUERDAS ALTAS | PÉNDULO | VIVERO | VISORES PANORÁMICOS | TOTAL |
|---|--------------------|---------|--------|------------|------------|---------|-------------|---------------|---------|--------|---------------------|--------|
| PROYECCIÓN DE VENTAS (UNIDADES) | 85188 | 41061 | 18456 | 19529 | 7156 | 5344 | 2795 | 5273 | 5273 | 17762 | 27345 | 235183 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD DE SERVICIOS A PRESTAR (UNIDADES) | 50061 | 24129 | 10846 | 11476 | 4205 | 3140 | 1643 | 3099 | 3099 | 10438 | 16069 | 138205 |
| MARGEN DE SEGURIDAD | 41% | 41% | 41% | 41% | 41% | 41% | 41% | 41% | 41% | 41% | 41% | 41% |

El margen de seguridad, hace referencia al porcentaje en que las ventas pueden caer para el modelo de gestión, sin que esto comprometa de alguna manera entrar en la zona de pérdidas, la cual se ubica para el modelo, por debajo del P.E en servicios a prestar y en unidades monetarias, el margen de seguridad calculado para el modelo es aproximadamente del 41%, en donde los servicios y las ventas pudiesen disminuir, sin que esto comprometa el horizonte de operación del modelo. Este dato, en apariencia pequeño, es básico para los gestores del modelo, ya que a través de él existe la facilidad de la comprensión del riesgo en que pueda llegar a caer el modelo al no aplicar de forma eficiente las directrices que el modelo detalla.

El margen de seguridad brinda al componente estratégico la cualidad dinámica en la planeación comercial del modelo, ya que al conocer hasta qué punto el modelo puede disminuir sus ingresos y aun así generar utilidad, los gestores puede tomar las acciones de maniobra que consideren pertinentes según el estado del arte para enrumbar adecuadamente los objetivos y alcances del modelo.

6.7 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA¹⁰⁹

Los estados financieros pro forma son las proyecciones financieras del proyecto de inversión que se elaboran para la vida útil estimada del modelo. Dichos estados financieros revelan el comportamiento que tendrá el modelo de gestión en el futuro en cuanto a las necesidades de fondos, los efectos del comportamiento de costos, gastos e ingresos, el impacto del costo financiero, los resultados en términos de utilidades, la generación de efectivo y la obtención de dividendos. Es importante señalar que los estados financieros pro forma sirven de base para los indicadores financieros que se elaboran al realizar la evaluación financiera del proyecto. Los estados financieros pro forma fundamentales son: el estado de resultados, el flujo de efectivo y el balance general (o estado de situación financiera). Los estados financieros proforma permiten pronosticar o conocer de manera aproximada los valores que se pueden obtener con la puesta en marcha del proyecto, estos resultados pueden arrojar cifras favorables o desfavorables, esto dependiendo de las proyecciones realizadas de la demanda y de los costos de prestación del servicio que se obtengan en un periodo dado, lógicamente con la implementación de un proyecto se pretenden obtener resultados favorables, los cuales se pueden conocer de manera aproximada mediante las proyecciones realizadas en los estados financieros proforma, para el modelo se realizan los siguientes:

- a) Estado de Resultados
- b) Flujo de Efectivo
- c) Balance General

Se presentarán para su análisis los estados financieros mencionados anteriormente, se presentaran pormenorizados para el primer año de gestión, haciendo notar la estacionalidad de la demanda de los servicios turísticos en El Salvador, pero también se presentarán para conocer los primeros cinco años de operación del modelo, proyectando los ingresos y variables financieras que intervengan en el desarrollo del modelo.

¹⁰⁹ (Fridson, 1997)

Tabla 224 - Estado de resultados Año 1 de Operación

| DETALLE | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE |
|-----------------------------------|-----------|-----------|----------|----------|----------|-----------|----------|----------|------------|----------|-----------|-----------|
| VENTAS | \$18,871 | \$21,352 | \$36,701 | \$49,725 | \$32,324 | \$22,770 | \$34,037 | \$28,291 | \$12,544 | \$30,397 | \$44,607 | \$20,209 |
| (+) OTROS INGRESOS | \$2,292 | \$2,292 | \$2,292 | \$2,292 | \$2,292 | \$2,292 | \$2,292 | \$2,292 | \$2,292 | \$2,292 | \$2,292 | \$2,292 |
| (-) COSTO DE OPERACIÓN | \$11,062 | \$11,062 | \$11,062 | \$11,062 | \$11,062 | \$11,062 | \$11,062 | \$11,062 | \$11,062 | \$11,062 | \$11,062 | \$11,062 |
| (=) UTILIDAD BRUTA | \$10,100 | \$12,582 | \$27,930 | \$40,954 | \$23,554 | \$14,000 | \$25,267 | \$19,521 | \$3,774 | \$21,627 | \$35,837 | \$11,439 |
| (-) COSTO DE ADMINISTRACIÓN | \$13,788 | \$13,788 | \$13,788 | \$13,788 | \$13,788 | \$13,788 | \$13,788 | \$13,788 | \$13,788 | \$13,788 | \$13,788 | \$13,788 |
| (-) COSTO DE COMERCIALIZACIÓN | \$5,966 | \$5,966 | \$5,966 | \$5,966 | \$5,966 | \$5,966 | \$5,966 | \$5,966 | \$5,966 | \$5,966 | \$5,966 | \$5,966 |
| (=) UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS | \$(9,654) | \$(7,172) | \$8,176 | \$21,200 | \$3,800 | \$(5,754) | \$5,513 | \$(233) | \$(15,980) | \$1,873 | \$16,083 | \$(8,315) |
| (-) IMPUESTOS (ISR) | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| (=)UTILIDAD NETA | \$(9,654) | \$(7,172) | \$8,176 | \$21,200 | \$3,800 | \$(5,754) | \$5,513 | \$(233) | \$(15,980) | \$1,873 | \$16,083 | \$(8,315) |

El estado de resultados muestra en resumen la utilidad neta que el modelo reporta período a período, demostrando para el primer año la estacionalidad que se espera cumpla la afluencia de turistas y visitantes; es posible observar que no en todos los meses de operación para el primer año el modelo reporta ganancias, incluso es posible observar saldos negativos que impactan directamente las finanzas del modelo, pero que con una sólida estructura financiera es posible enfrentarse a las dificultades propias de los destinos turísticos, por lo que aprovechar el dinamismo de modelo y de las tomas de decisiones serán claves para asegurar la estabilidad económica del modelo. El estado de resultados muestra una panorámica de lo que el modelo deberá enfrentar, por lo que su análisis tanto horizontal como vertical por los gestores, debe ser aprovechado para dirigir correctamente las acciones, especialmente las estratégicas.

Tabla 225 - Estado de resultados Horizonte del Modelo

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| VENTAS | \$ 351,828.98 | \$ 382,424.80 | \$ 415,679.53 | \$ 451,825.44 | \$ 491,114.68 |
| (+) OTROS INGRESOS | \$ 27,500 | \$ 27,500 | \$ 27,500 | \$ 27,500 | \$ 27,500 |
| (-) COSTO DE OPERACIÓN | \$ 132,743.15 | \$ 134,867.04 | \$ 135,530.76 | \$ 136,194.48 | \$ 136,725.45 |
| (=) UTILIDAD BRUTA | \$ 246,585.83 | \$ 275,057.76 | \$ 307,648.77 | \$ 343,130.97 | \$ 381,889.23 |
| (-) COSTO DE ADMINISTRACIÓN | \$ 165,453.88 | \$ 168,101.14 | \$ 168,928.41 | \$ 169,755.68 | \$ 170,417.50 |
| (-) COSTO DE COMERCIALIZACIÓN | \$ 71,594.00 | \$ 72,739.50 | \$ 73,097.47 | \$ 73,455.44 | \$ 73,741.82 |
| (=) UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS | \$ 9,537.95 | \$ 34,217.11 | \$ 65,622.88 | \$ 99,919.84 | \$ 137,729.91 |
| (-) IMPUESTOS (ISR) | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (=)UTILIDAD NETA | \$ 9,537.95 | \$ 34,217.11 | \$ 65,622.88 | \$ 99,919.84 | \$ 137,729.91 |

Conocer año tras año la evolución en las ventas y la utilidad reportada en el estado de resultados, es fundamental para asegurar que la toma de decisiones que se realice sea hecha en base a los resultados arrojados por los estados financieros, y decidir sobre las generación de las utilidades esperadas es parte de la información que el estado de resultados aporta al modelo.

Al visualizar la proyección del horizonte del proyecto, es posible notar que en ningún año el modelo reporta pérdidas, por el contrario la sólida estructura financiera con la que el modelo cuenta es capaz de resistir las dificultades propias del desarrollo de la industria turística nacional, en el primer año de operación se reportan utilidades por el orden de \$9.537.95. Al cabo de cinco años en que se crean las condiciones favorables para aumentar el flujo turístico y mantener las proyecciones lo más cercanas a la realidad posible, es que el modelo reporta utilidades superiores a los \$137,000.00 lo cual solo demuestra que las proyecciones realizadas para el modelo apuntan a la sostenibilidad económica del PNCV, lo que evitaría que el mantenimiento y la operación del parque fuese una carga económica para el ISTU, sino que con las políticas de crecimiento y reinversión adecuadas, el PNCV podría, despuntar en el rubro turístico nacional como destino obligado en materia de eco-turismo.

Tabla 226 - Flujo de Efectivo Año 1 de Operación

| DETALLE | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE |
|--------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| SALDO INICIAL | \$90,000.00 | \$85,083.29 | \$82,648.23 | \$95,561.51 | \$121,498.8 | \$130,035.63 | \$129,018.6 | \$139,268.44 | \$143,772.53 | \$132,529.44 | \$139,139.26 | \$159,958.98 |
| INGRESOS POR VENTAS | \$18,870.63 | \$21,352.28 | \$36,700.62 | \$49,724.70 | \$32,324.11 | \$22,770.37 | \$34,037.12 | \$28,291.43 | \$12,544.25 | \$30,397.16 | \$44,607.06 | \$20,209.25 |
| (+) OTROS INGRESOS | \$2,291.67 | \$2,291.67 | \$2,291.67 | \$2,291.67 | \$2,291.67 | \$2,291.67 | \$2,291.67 | \$2,291.67 | \$2,291.67 | \$2,291.67 | \$2,291.67 | \$2,291.67 |
| (=) TOTAL DE INGRESOS | \$21,162.30 | \$23,643.95 | \$38,992.28 | \$52,016.37 | \$34,615.78 | \$25,062.03 | \$36,328.79 | \$30,583.09 | \$14,835.92 | \$32,688.83 | \$46,898.72 | \$22,500.92 |
| (+) COSTOS OPERATIVOS | \$11,061.92 | \$11,061.92 | \$11,061.92 | \$11,061.92 | \$11,061.92 | \$11,061.92 | \$11,061.92 | \$11,061.92 | \$11,061.92 | \$11,061.92 | \$11,061.92 | \$11,061.92 |
| (+) COSTOS ADMINISTRATIVOS | \$13,787.83 | \$13,787.83 | \$13,787.83 | \$13,787.83 | \$13,787.83 | \$13,787.83 | \$13,787.83 | \$13,787.83 | \$13,787.83 | \$13,787.83 | \$13,787.83 | \$13,787.83 |
| (+) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN | \$5,966.17 | \$5,966.17 | \$5,966.17 | \$5,966.17 | \$5,966.17 | \$5,966.17 | \$5,966.17 | \$5,966.17 | \$5,966.17 | \$5,966.17 | \$5,966.17 | \$5,966.17 |
| (=) TOTAL DE EGRESOS | \$30,815.92 | \$30,815.92 | \$30,815.92 | \$30,815.92 | \$30,815.92 | \$30,815.92 | \$30,815.92 | \$30,815.92 | \$30,815.92 | \$30,815.92 | \$30,815.92 | \$30,815.92 |
| INGRESOS - EGRESOS | \$(9,653.62) | \$(7,171.97) | \$8,176.37 | \$21,200.45 | \$3,799.86 | \$(5,753.88) | \$5,512.87 | \$(232.82) | \$(15,980.00) | \$1,872.91 | \$16,082.81 | \$(8,315.00) |
| (+) DEPRECIACIONES | \$3,344.44 | \$3,344.44 | \$3,344.44 | \$3,344.44 | \$3,344.44 | \$3,344.44 | \$3,344.44 | \$3,344.44 | \$3,344.44 | \$3,344.44 | \$3,344.44 | \$3,344.44 |
| (+) AMORTIZACIÓN | \$1,392.47 | \$1,392.47 | \$1,392.47 | \$1,392.47 | \$1,392.47 | \$1,392.47 | \$1,392.47 | \$1,392.47 | \$1,392.47 | \$1,392.47 | \$1,392.47 | \$1,392.47 |
| (=) TOTAL DE CAPITAL | \$4,736.91 | \$4,736.91 | \$4,736.91 | \$4,736.91 | \$4,736.91 | \$4,736.91 | \$4,736.91 | \$4,736.91 | \$4,736.91 | \$4,736.91 | \$4,736.91 | \$4,736.91 |
| SALDO NETO | \$(4,916.71) | \$(2,435.06) | \$12,913.28 | \$25,937.36 | \$8,536.77 | \$(1,016.97) | \$10,249.78 | \$4,504.09 | \$(11,243.09) | \$6,609.82 | \$20,819.72 | \$(3,578.09) |
| SALDO ACUMULADO | \$(4,916.71) | \$(7,351.77) | \$5,561.51 | \$31,498.86 | \$40,035.63 | \$39,018.66 | \$49,268.44 | \$53,772.53 | \$42,529.44 | \$49,139.26 | \$69,958.98 | \$66,380.89 |
| SALDO FINAL | \$85,083.29 | \$82,648.23 | \$95,561.51 | \$121,498.8 | \$130,035.6 | \$129,018.66 | \$139,268.4 | \$143,772.53 | \$132,529.44 | \$139,139.26 | \$159,958.98 | \$156,380.89 |

Esta tabla representa la variación de a entrada y salida de efectivo para el primer año de operación del modelo, en donde incluso podemos ver saldos negativos en las utilidades reportadas, pero al contar con un capital de trabajo que absorba esas variaciones el modelo se respalda y asegura que a pesar de los cambios esperados, el PNCV podrá seguir operando el modelo, incluyendo utilidades para la sostenibilidad del mismo. El flujo de efectivo para el parque, ayuda a los gestores a definir la capacidad del modelo de convertir las operaciones turísticas en activos líquidos de fácil realización, lo que genera certidumbre para la administración del ISTU y genera el ambiente financiero para la toma oportuna de decisiones, incluso de reinversión de los activos.

Tabla 227 - Flujo de Efectivo Horizonte del Modelo.

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| SALDO INICIAL | \$90,000.00 | \$156,380.89 | \$247,440.91 | \$369,906.70 | \$526,669.45 |
| INGRESOS POR VENTAS | \$351,828.98 | \$382,424.80 | \$415,679.53 | \$451,825.44 | \$491,114.68 |
| (+) OTROS INGRESOS | \$27,500.00 | \$27,500.00 | \$27,500.00 | \$27,500.00 | \$27,500.00 |
| (=) TOTAL DE INGRESOS | \$379,328.98 | \$409,924.80 | \$443,179.53 | \$479,325.44 | \$518,614.68 |
| (+) COSTOS OPERATIVOS | \$132,743.00 | \$134,867.04 | \$135,530.76 | \$136,194.48 | \$136,725.45 |
| (+) COSTOS ADMINISTRATIVOS | \$165,454.00 | \$168,101.14 | \$168,928.41 | \$169,755.68 | \$170,417.50 |
| (+) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN | \$71,594.00 | \$72,739.50 | \$73,097.47 | \$73,455.44 | \$73,741.82 |
| (=) TOTAL DE EGRESOS | \$369,791.00 | \$375,707.69 | \$377,556.65 | \$379,405.60 | \$380,884.77 |
| INGRESOS - EGRESOS | \$9,537.98 | \$34,217.11 | \$65,622.88 | \$99,919.84 | \$137,729.91 |
| (+) DEPRECIACIONES | \$40,133.27 | \$40,133.27 | \$40,133.27 | \$40,133.27 | \$40,133.27 |
| (+) AMORTIZACIÓN | \$16,709.64 | \$16,709.64 | \$16,709.64 | \$16,709.64 | \$16,709.64 |
| (=) TOTAL DE CAPITAL | \$56,842.91 | \$56,842.91 | \$56,842.91 | \$56,842.91 | \$56,842.91 |
| SALDO NETO | \$66,380.89 | \$91,060.02 | \$122,465.79 | \$156,762.75 | \$194,572.82 |
| SALDO ACUMULADO | \$66,380.89 | \$157,440.91 | \$279,906.70 | \$436,669.45 | \$631,242.28 |
| SALDO FINAL | \$156,380.89 | \$247,440.91 | \$369,906.70 | \$526,669.45 | \$721,242.28 |

El flujo de efectivo que el modelo reporta para los cinco años de análisis proyectados representa un escenario clave para el identificar de la situación de liquidez del modelo, a parte que se conocen los gastos en que se incurren y los rubros en que se está movilizand más el efectivo que genera el modelo. Es fundamental conocer la posición en que el modelo se encontrará a futuro para crear los planes de gasto y reinversión que aseguren la permeancia de las operaciones del PNCV en el tiempo y por ende identificar concienzudamente y realizar las previsiones adecuadas para las proyecciones del modelo, lo que hace fundamental conocer a profundidad la rapidez con que se puede contar con efectivo para cubrir estas previsiones o incluso para afrontar situaciones fuera de los planes que exijan acciones inmediatas y liquidez operacional, por lo que el PNCV cuenta con un aceptable margen de efectivo que haga frente a los cambios; al cabo de cinco años operativos el modelo contará de forma proyectada con \$721,242.28 como activos líquidos disponibles.

Tabla 228 - Balance Inicial y Balance general año 1

| BALANCE INICIAL | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 105,000.00 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 90,000.00 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 284,214.57 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ - | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ - | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 389,214.57 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 389,214.57 |
| CAPITAL | \$ 389,214.57 | |
| UTILIDADES | \$ - | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 389,214.57 |

| BALANCE AÑO 1 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 171,380.89 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 156,380.89 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 227,371.63 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 40,133.30 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 16,709.64 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 398,752.52 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 398,752.52 |
| CAPITAL | \$ 389,214.57 | |
| UTILIDADES | \$ 9,537.95 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 398,752.52 |

Tabla 229 - Balances generales año 2 y 3

| BALANCE AÑO 2 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 262,440.91 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 247,440.91 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 170,528.72 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 80,266.57 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 33,419.28 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 432,969.63 |
| | | |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| | | |
| PATRIMONIO | | \$ 432,969.63 |
| CAPITAL | \$ 398,752.52 | |
| UTILIDADES | \$ 34,217.11 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 432,969.63 |

| BALANCE AÑO 3 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 384,906.70 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 369,906.70 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 113,685.80 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 120,399.84 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 50,128.93 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 498,592.51 |
| | | |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| | | |
| PATRIMONIO | | \$ 498,592.51 |
| CAPITAL | \$ 432,969.63 | |
| UTILIDADES | \$ 65,622.88 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 498,592.51 |

Tabla 230 - Balances generales año 4 y 5

| BALANCE AÑO 4 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 541,669.45 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 526,669.45 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 56,842.89 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 160,533.11 | \$ 160,533.20 |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 66,838.57 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 598,512.35 |
| | | |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| | | |
| PATRIMONIO | | \$ 598,512.35 |
| CAPITAL | \$ 498,592.51 | |
| UTILIDADES | \$ 99,919.84 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 598,512.35 |

| BALANCE AÑO 5 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 736,242.28 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 721,242.28 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 0.00 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 200,666.38 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 83,548.21 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 736,242.26 |
| | | |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| | | |
| PATRIMONIO | | \$ 736,242.26 |
| CAPITAL | \$ 598,512.35 | |
| UTILIDADES | \$ 137,729.91 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 736,242.26 |

6.8 EVALUACIONES DEL MODELO

En este apartado se realizan las evaluaciones requeridas por el modelo, dentro de las cuales se encuentran las siguientes:



6.8.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA

La evaluación económica tiene por objetivo analizar el rendimiento y la Rentabilidad de toda la Inversión independientemente de la fuente de Financiamiento. Entre los aspectos a evaluar se encuentra: La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR), el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Tiempo de Recuperación de la Inversión y la Relación Beneficio-Costo.

La evaluación económica es un método de análisis útil para adoptar decisiones racionales ante diferentes alternativas y tener un panorama claro del comportamiento de los costos a largo plazo con respecto a las utilidades.

Es frecuente confundir evaluación económica con el análisis o evaluación financiera. En este segundo caso se considera únicamente la vertiente monetaria de un proyecto con el objetivo de considerar su rentabilidad en términos de flujos de dinero, se analiza las fuentes de financiamiento.

Mientras que la evaluación económica integra en su análisis tanto los costes monetarios como los beneficios expresados en otras unidades relacionadas con las mejoras en las condiciones de vida de un grupo.

6.8.1.1 Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

La tasa TMAR es el rendimiento que como mínimo están dispuestos a aceptar los inversionistas para decidir invertir o no en el proyecto. Esta tasa será utilizada para descontar los flujos anuales y así obtener el Valor Actual Neto (VAN). Para poder invertir en la adopción del proyecto que se propone, se hace necesario establecer parámetros de aceptación ante las posibilidades de éxito o fracaso de invertir en el proyecto, lo cual se plasma a través de la aplicación de la Tasa Mínima Aceptable del proyecto (TMAR), que representa el costo de oportunidad que tiene el Capital a invertir en esta iniciativa. Por lo tanto la evaluación sirve de comparación para atraer a inversionistas, pero debido a las condiciones de la estructura organizativa del ISTU y del parque, todos los fondos que se destinen para inversión pasan por el Ministerio de Hacienda, esta institución es la encargada de realizar las gestiones para la asignación del presupuesto general de la nación y su posterior distribución.

Los proyectos gubernamentales poseen un fin social, pero a la vez deben ser auto sostenible y considerar un riesgo para el momento de realizar los desembolsos y en el gobierno el riesgo usado es una TMAR ponderada, es decir que la TMAR del GOES establecida por el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) es 4.45%.

La TMAR se calcula de la siguiente forma:

TMAR = Inflación + premio al riesgo

$$\text{TMAR} = i + R + (i \cdot R)$$

Inflación = 1.02

Premio al riesgo = 4.45

$$\text{TMAR} = 1.02\% + 4.45\% + (1.02 \cdot 4.45)$$

TMAR = 10 %

La tasa mínima aceptable de rendimiento es 10%, y se tomará de referencia para efectos de comparación de la conveniencia o no del proyecto económicamente hablando, con esta tasa se espera cubrir o ganar un rendimiento por lo menos igual al índice inflacionario, sin embargo como inversionistas no solo se espera mantener el poder adquisitivo de la inversión (al cubrir la inflación) sino que se espera tener un rendimiento que haga crecer el monto invertido además de haber compensado la inflación.

6.8.1.2 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto se define como la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo. Es decir, que comparan en el tiempo cero del proyecto las ganancias esperadas contra los desembolsos necesarios para producirlas. La tasa que se utiliza para descontar los flujos de fondos, es la rentabilidad mínima aceptable.

El análisis del Valor Actual Neto o Valor Presente, da como criterio de decisión una comparación entre los ingresos y gastos que se han tenido a través del período de análisis, los traslada hacia el año de inicio del proyecto, siendo el criterio de decisión el siguiente:

Tabla 231 - Cuadro de interpretación de la VAN

| 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 producirá ganancias por debajo de la rentabilidad exigida. | El proyecto puede rechazarse. |
| VAN = 0 | La inversión no producirá ganancias ni pérdidas | Dado que el proyecto no agregara 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. |

Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se utilizara la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=0}^n \frac{F_i}{(1+t)^i}$$

Donde:

I₀ = Inversión inicial.

F_i = Flujo neto de efectivo.

t = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR), o tasa de descuento o actualización.

n = años en el análisis del proyecto.

Para el caso del cálculo de la VAN se tendrá:

| Inversión inicial | F _{n1} | F _{n2} | F _{n3} | F _{n4} | F _{n5} |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| \$389,214.57 | \$65,900.89 | \$90,580.02 | \$121,985.79 | \$156,282.75 | \$194,092.82 |

Sustituyendo los datos en la formula se obtiene lo siguiente:

$$VAN = -389,214.57 + \frac{65900.89}{(1+0.1)^1} + \frac{90580.02}{(1+0.1)^2} + \frac{121985.79}{(1+0.1)^3} + \frac{156282.75}{(1+0.1)^4} + \frac{194092.82}{(1+0.1)^5} :$$

$$VAN = \$ 64,505.18$$

La VAN del modelo es \$ 64,505.18 lo que significa que el proyecto puede aceptarse ya que de acuerdo al cuadro anterior la VAN es mayor que cero, esto significa que la inversión que se realice producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida.

6.8.1.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es un instrumento de evaluación del rendimiento de una inversión, basándose en sus flujos netos de efectivo. Es la tasa de descuento que hace al VAN igual a cero, igualando a la suma de sus flujos descontados a la inversión inicial, es decir que las entradas de fondos actuales sean iguales al valor de las salidas. 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 ≥ TMAR, entonces el proyecto se acepta

TIR < TMAR, entonces el proyecto se rechaza

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=0}^n \frac{F_i}{(1+t)^i} = 0$$

Donde:

I₀ = Inversión inicial.

F_i = Flujo neto de efectivo.

t = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR).

n = años en el análisis del proyecto.

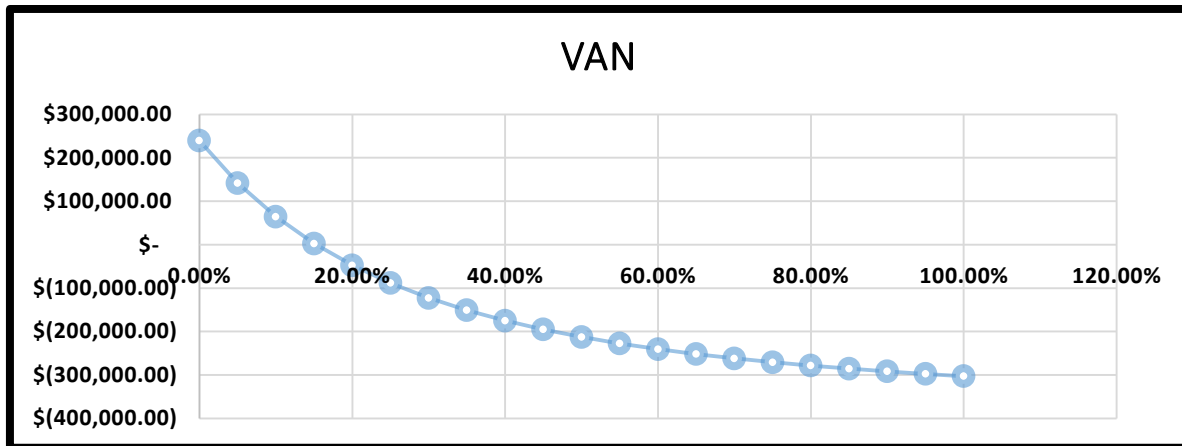
Sustituyendo los datos del valor actual neto se obtiene lo siguiente:

$$0 = -389,214.57 + \frac{65900.89}{(1+0.1)^1} + \frac{90580.02}{(1+0.1)^2} + \frac{121985.79}{(1+0.1)^3} + \frac{156282.75}{(1+0.1)^4} + \frac{194092.82}{(1+0.1)^5} :$$

$$TIR = 15.24\%$$

Debido a que la Tasa Interna de retorno es mayor a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno, conviene llevar a cabo el modelo desde el punto de vista económico. Teniendo en consideración, los valores presentes calculados para el establecimiento de la VAN y la inversión inicial.

Gráfica 54 - Valor Actual Neto



6.8.1.4 Relación beneficio costo

El análisis beneficio/costo es una herramienta financiera que mide la relación entre los beneficios y costos asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad.

La relación Beneficio/costo conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos entre el valor actual de los costos de inversión o costos totales de un proyecto.

El análisis de la relación B/C, toma los valores mayores, menores o iguales a 1, lo que significa lo siguiente:

Si $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

Si $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.

Si $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum_1^n \frac{Bn}{(1+i)^n}}{\sum_1^n \frac{Cn}{(1+i)^n}}$$

Donde:

B_n = Ingresos brutos en el periodo n.

C_n = Costos en el periodo n.

n = Número de períodos.

i = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)= 10%

$$\frac{B}{C} = \frac{1,665,997.34}{1,425,978.37}$$

$$\frac{B}{C} = 1.17$$

El resultado obtenido del cálculo anterior es: 1.17 lo que nos indica que por cada dólar invertido se tiene un beneficio de \$0.17. El valor obtenido es mayor que 1 lo que implica que los ingresos son mayores que los egresos, por lo tanto el proyecto es aconsejable.

6.8.1.5 Tiempo de Recuperacion de la Inversion (TRI)

Tiene como objetivo determinar el número de años en que se recupera la inversión, mediante la resta sucesiva de los flujos netos anuales descontados del monto de la inversión, hasta el punto en que la suma de los ingresos netos cubre el monto de la inversión del proyecto. Para obtener el tiempo de recuperación de la inversión se utiliza el índice obtenido de la inversión total entre la utilidad promedio. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$TRI = \frac{\textit{Inversion Total}}{\textit{Utilidad Promedio}}$$

La utilidad promedio se determina actualizando los ingresos y egresos en el periodo de análisis y dividiéndolos entre los 5 años de análisis. Sustituyendo los datos se obtiene el siguiente resultado.

$$TRI = \frac{389,214.57}{69405.54}$$

$$TRI = 5.6 \text{ años}$$

El tiempo de recuperación de la inversión es 5 años y 7 meses. El resultado obtenido se considera atractivo debido a que se espera recuperar la inversión en un periodo de tiempo tal que es factible alargar las operaciones del modelo más allá del horizonte de estudio.

6.8.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

Las razones o razones financieras son esenciales en el análisis financiero del modelo de gestión. Éstas resultan de establecer una relación numérica entre dos cantidades: las cantidades relacionadas corresponden a diferentes cuentas de los estados financieros del modelo. El análisis por razones o indicadores permite observar puntos fuertes o débiles del modelo, indicando también probabilidades y tendencias, pudiendo así determinar qué cuentas de los estados financieros requiere de mayor atención en el análisis y posterior toma de decisiones. El adecuado análisis de estos indicadores permite a los gestores del modelo encontrar información que no se encuentra en las cifras de los estados financieros.

Las razones financieras por sí mismas no poseen mucho significado, por lo que deben ser cotejadas contra las razones promedio de la industria, para el caso del modelo deberá compararse contra proyectos de corte social y cuya contraparte es una institución gubernamental, también existen algunas restricciones respecto a las comparaciones de ratios financieros, pero debido a que el modelo es también de alta proyección turística es posible utilizar los ratios financieros promedio emitidos por la Organización Mundial de Turismo y con ello determinar si el análisis de los ratios financieros indican situaciones favorables o desfavorables para el modelo. Las razones Financieras que se evalúan para el modelo de gestión propuesto se comparan con la evolución que cada una experimenta en el transcurso de los primeros 5 años de operación del proyecto y se cotejan como ya se mencionó con los ratios promedios de la Organización Mundial de Turismo.

Para el caso específico del modelo no se aplican las razones de liquidez y de endeudamiento, ya que según políticas institucionales del ISTU el endeudamiento para proyectos de esta naturaleza no corresponde a la institución sino directamente a ministerio de hacienda por lo que los pasivos no se ven reflejados en los estados financieros proforma del proyecto.

Es de hacer notar también que la evaluación financiera a diferencia de la económica:

- a) Toma en cuenta la fuente de financiación.
- b) No considera el valor del dinero a través del tiempo.
- c) Analiza el proyecto como una unidad interactuante con el medio financiero, la cual puede hacerse de fondos externos.

Los ratios analizados y aplicables al presente proyecto son los siguientes:

6.8.2.1 Ratios de actividad

Rotación de activos totales

Volumen de negocios que el modelo genera con su inversión en activos. Rotación del activo total o índice de eficiencia operacional o Volumen de negocios que la empresa genera con su inversión en activos. Es el número de veces que en un determinado período de tiempo, un dólar invertido se convierte en una venta. Este índice muestra que por cada dólar invertido en el activo en operación se obtiene una cantidad como ventas netas.

Formula: Ventas / Activos totales

Promedio en la Industria turística > 2.5 veces

Tabla 232 - Rotación de activos totales

| ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES | | | | | |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENTAS | \$351,828.98 | \$382,424.80 | \$415,679.53 | \$451,825.44 | \$491,114.68 |
| ACTIVOS TOTALES | \$398,752.52 | \$432,969.63 | \$498,592.51 | \$598,512.35 | \$736,242.26 |
| ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES | 0.88 | 0.88 | 0.83 | 0.75 | 0.67 |

Análisis:

Este ratio indica que la velocidad en que los activos que se poseen en el parque se convierten en ingresos para el mismo, como es posible observar es demasiado lenta en comparación al índice de referencia presentado, por lo que al aumentar las ventas y entradas al parque este índice mejoraría, pero debido a que la capacidad de carga del parque no debe ser rebasada, este índice de actividad debe ser sacrificado en aras de conservar el equilibrio del parque, por lo que la eficiencia con la que se utilizan los activos para generar ventas debe mermar para que la sostenibilidad ambiental del parque se mantenga en el tiempo.

6.8.2.2 Ratios Ejecutorios

ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO NETO.

Productividad de las ventas por la utilización de las instalaciones y equipo del parque. Este índice muestra que por cada dólar invertido en el activo fijo neto en operación se obtienen una cantidad como resultado de las ventas netas.

Formula: Ventas / Activo Fijo

Promedio en la Industria Turística: > 10 veces

Tabla 233 - Rotación de activo fijo

| ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO NETO | | | | | |
|-------------------------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENTAS | \$ 351,828.98 | \$382,424.80 | \$ 415,679.53 | \$ 451,825.44 | \$ 491,114.68 |
| ACTIVO FIJO | \$ 227,371.63 | \$170,528.72 | \$ 113,685.80 | \$ 56,842.89 | \$ 33,605.26 |
| ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO NETO | 1.55 | 2.24 | 3.66 | 7.95 | 14.61 |

Análisis:

Este ratio financiero para el parque indica la cantidad de veces que las ventas representan la inversión en activos fijos del PNCV, es decir, que fracción de las ventas está cubriendo el activo fijo de carácter operacional, el aumento progresivo de este índice refleja que en el transcurso de análisis del horizonte del proyecto no se ve reflejado un aumento en los activos fijos, los cuales a manera contable solo sufren depreciaciones, por lo que al compararse con el índice de referencia de la industria turística, durante los primeros 4 periodos el modelo está por debajo, ya que aún se sigue recuperando parte de la inversión en los activos, supera el índice al final de año 5, previendo un horizonte favorable.

6.8.2.3 Ratios de rentabilidad

RENTABILIDAD SOBRE VENTAS.

Utilidad después de impuestos por dólar de ventas o también es el porcentaje de utilidad de las ventas después de impuestos.

Formula: $(\text{utilidad neta} / \text{Ventas}) * 100$

Promedio de la Industria Turística: > 5%

Tabla 234 - Rentabilidad sobre ventas

| RENTABILIDAD SOBRE VENTAS | | | | | |
|----------------------------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDADES NETAS | \$ 9,537.95 | \$ 34,217.11 | \$ 65,622.88 | \$ 99,919.84 | \$137,729.91 |
| VENTAS | \$351,828.98 | \$ 382,424.80 | \$415,679.53 | \$ 451,825.44 | \$491,114.68 |
| RENTABILIDAD SOBRE VENTAS | 3% | 9% | 16% | 22% | 28% |

Análisis:

Este ratio indica que la premisa de la sostenibilidad económica del modelo se está cumpliendo y que el PNCV está generando las utilidades proyectadas a lo largo del horizonte de análisis, la industria espera un 5% anual de rentabilidad, pero el PNCV está entregando arriba del 16% para el año 3 en adelante, por lo que es requisito indispensable que el modelo no genere carga financiera al ISTU.

RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS.

Utilidad después de impuestos por dólar de activos, a este ratio se le conoce también como rendimiento sobre la inversión.

Formula: $(\text{Utilidad Neta} / \text{Activo Total}) * 100$

Promedio en la Industria Turística > 7%

Tabla 235 - Rentabilidad sobre activos

| RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS | | | | | |
|--------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDAD NETA | \$ 9,537.95 | \$ 34,217.11 | \$ 65,622.88 | \$ 99,919.84 | \$ 137,729.91 |
| ACTIVOS TOTALES | \$398,752.52 | \$ 432,969.63 | \$ 498,592.51 | \$ 598,512.35 | \$ 736,242.26 |
| RENTABILIDAD BRUTA | 2% | 8% | 13% | 17% | 19% |

Análisis:

Es fácilmente observable el hecho de que la inversión empieza a rendir frutos a partir del primer año de operación, aunque de forma discreta, pero empieza a despuntar a partir del año 2 y se estabiliza según el índice de referencia presentado, a partir del fin del año 4 de operación; por lo que los activos al final del año 5 ya que los activos fijos totales están presentando el rendimiento adecuado y el índice del rendimiento sobre la inversión avala el funcionamiento financiero del modelo, al mantenerse sobre el promedio esperado de la industria.

RENTABILIDAD SOBRE EL CAPITAL

Utilidad después de impuestos por dólar de la inversión realizada por el estado a través del ISTU.

Formula: $(\text{Utilidad Neta} / \text{Capital Total}) * 100$

Promedio en la Industria Turística: 15%

Tabla 236 - Rentabilidad del capital

| RENTABILIDAD DEL CAPITAL | | | | | |
|-------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDAD NETA | \$ 9,537.95 | \$ 34,217.11 | \$ 65,622.88 | \$ 99,919.84 | \$ 137,729.91 |
| CAPITAL TOTAL | \$389,214.57 | \$ 398,752.52 | \$ 432,969.63 | \$ 498,592.51 | \$ 598,512.35 |
| RENTABILIDAD SOBRE EL CAPITAL | 2% | 9% | 15% | 20% | 23% |

Análisis:

A pesar de que el modelo sobre todo busca un fin social y la sostenibilidad ambiental, la faceta económica del modelo también es de suma importancia, la cual es perfectamente observable con este índice, ya que se presenta para todos los años de operación y análisis del modelo (excepto para el primero) una rentabilidad por encima al promedio esperado para la industria turística, es decir el capital está generando rentabilidad bruta al modelo, esto se vaticina desde los estados financieros presentados, ya que el modelo muestra un aumento en sus utilidades después de impuestos en todos los períodos y el incremento del capital contable del modelo es proporcional al aumento de las ventas y al manejo eficiente de los recursos que el modelo propone.

GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Representa el porcentaje de los gastos administrativos que son destinados para la realización de las ventas reportadas por el modelo. Es un índice de la medida del desempeño de la estructura de costos administrativos.

Formula: $(\text{Gastos de administración} / \text{Ventas}) * 100$

Promedio en la Industria Turística: < 12%

Tabla 237 - Gastos de Administración

| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | | | | | |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | \$ 165,454.00 | \$ 168,101.14 | \$ 168,928.41 | \$ 169,755.68 | \$ 170,417.50 |
| VENTAS | \$ 351,828.98 | \$ 382,424.80 | \$ 415,679.53 | \$ 451,825.44 | \$ 491,114.68 |
| % DE GASTOS ADMINISTRATIVOS | 47% | 44% | 41% | 38% | 35% |

Análisis:

Este ratio presenta una situación difícil para los gestores del parque, ya en todos los años de operación del proyecto la proporción de costos administrativos presenta índices superiores al 30%, lo que está muy por encima del promedio de referencia, pero este índice disminuye a medida las ventas aumentan ya que se sufragan de mejor forma los costos por administración del proyecto. Lo que vuelve absolutamente necesario que los gastos por administración sean disminuidos y las ventas aumentadas con el propósito de mantener este ratio lo más cercano posible al estándar promedio.

GASTOS DE OPERACIÓN.

El porcentaje de las ventas totales que representan los gastos incurridos en la operación. Es el porcentaje de gastos que deben realizarse para cubrir las ventas reportadas.

Formula: $(\text{Gastos de operación} / \text{Ventas}) * 100$

Promedio en la Industria Turística: < 15%

Tabla 238 - Gastos de Operación

| GASTOS DE OPERACIÓN | | | | | |
|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| GASTOS DE OPERACIÓN | \$ 71,594.00 | \$ 72,739.50 | \$ 73,097.47 | \$ 73,455.44 | \$ 73,741.82 |
| VENTAS | \$ 351,828.98 | \$ 382,424.80 | \$ 415,679.53 | \$ 451,825.44 | \$ 491,114.68 |
| % DE GASTOS DE OPERACIÓN | 20% | 19% | 18% | 16% | 15% |

Análisis:

Este ratio demuestra un alto porcentaje que las ventas deben cubrir año con año de los costos por operación del PNCV, en este caso los costos de operación están sobre el 15% del promedio de referencia durante los años del 1 al 4, pero se presenta una tendencia a la baja debido al aumento de las ventas, debido a esto es evidente que a medida aumenten las ventas y se logre mejorar el estado del arte en la operación de los servicios turísticos, los costos operativos tienden a estabilizarse en relación al estándar promedio; el modelo contempla que estos gastos operativos serán superiores respecto del resto de costos del PNCV debido al tipo de servicios prestados, ya que demandan personal y procesos especializados para lograr la máxima satisfacción del turista.

GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN.

Representa el porcentaje de las ventas que cubren los gastos de comercialización del modelo, es decir la proporción de los costos comerciales que las ventas deben subsanar.

Formula: $(\text{Gastos de comercialización} / \text{Ventas}) * 100$

Promedio en la Industria Turística: < 10 %

Tabla 239 - Gastos de Comercialización

| GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN | | | | | |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN | \$ 71,594.00 | \$ 72,739.50 | \$ 73,097.47 | \$ 73,455.44 | \$ 73,741.82 |
| VENTAS | \$ 351,828.98 | \$ 382,424.80 | \$ 415,679.53 | \$ 451,825.44 | \$ 491,114.68 |
| % DE GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN | 20% | 19% | 18% | 16% | 15% |

Análisis:

Entre el inicio y el fin del proyecto es posible observar un gran trecho diferencial, debido a que en el primer año de operación se entregarán muchos promocionales, con el fin de atraer la mayor cantidad de visitantes y turistas, aunque esto no deja de poner en alerta el hecho que las ventas tienen que pagar una enorme cantidad de dinero en costos de comercialización, el índice se mantiene por encima del promedio de referencia, aunque empieza a estabilizarse conforme el modelo logra mantener un ingreso por ventas más robusto.

6.8.2.4 Ratios de Solidez y Solvencia**RAZÓN DE AUTONOMÍA.**

Representa la proporción del patrimonio que financia los activos.

Formula: Total de Patrimonio / Total de Activos

Promedio de la Industria Turística < 0.45

Tabla 240 - Razón de autonomía

| RAZÓN DE AUTONOMÍA | | | | | |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| TOTAL DE PATRIMONIO | \$398,752.52 | \$432,969.63 | \$498,592.51 | \$ 598,512.35 | \$ 736,242.26 |
| TOTAL DE ACTIVOS | \$398,752.52 | \$398,752.52 | \$498,592.51 | \$ 598,512.35 | \$ 736,242.26 |
| RAZÓN DE AUTONOMÍA | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Análisis:

En este punto es crucial hacer mención del hecho de que el proyecto se financia enteramente con fondos provenientes del erario público, que son entregados a satisfacción al ISTU, por lo que con fines de análisis financiero, los fondos entran al proyecto como parte del capital de la institución, y eso es aún más fácil evidenciarlo en relación a este ratio, ya que quiere decir que todos los activos son financiados con capital propio, ya que la razón de autonomía refleja un 1.0, con lo cual se confirma la premisa anterior.

ÍNDICE DE CAPITAL.

Mide el porcentaje del activo total que representa el capital aportado por los accionistas/financistas/donaciones o fondos públicos.

Formula: $(\text{Capital Total} / \text{Activo Total}) * 100$

Promedio de la Industria Turística 25% - 30%

Tabla 241 - Índice de Capital

| ÍNDICE DE CAPITAL | | | | | |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| CAPITAL TOTAL | \$ 389,214.57 | \$ 398,752.52 | \$ 432,969.63 | \$ 498,592.51 | \$ 598,512.35 |
| TOTAL DE ACTIVOS | \$ 389,214.57 | \$ 398,752.52 | \$ 432,969.63 | \$ 498,592.51 | \$ 598,512.35 |
| ÍNDICE DE CAPITAL | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Análisis:

Evidentemente como ya se ha mencionado antes, el proyecto se financia con el 100% de capital proveniente del estado, es por eso que para todos los años de operación del modelo los activos son financiados con los fondos recibidos para la inversión en el PNCV. A medida se avanza en el proyecto es evidente que el modelo financiero planteado mantiene la premisa de financiar todos los activos con el capital aportado por el erario público. En algún punto el modelo podrá recibir donaciones y recibir financiamiento de otro tipo lo que valdrá para la variación de este ratio, según dispongas los estados financieros, que representan los insumos base para la realización del análisis.

6.8.3 EVALUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA

La evaluación socio-económica busca identificar, cuantificar y valorar todos los costos y beneficios que genera una inversión para la sociedad en su conjunto; se apoya de algunas disciplinas como: la economía, finanzas, estadística, ingeniería, entre otras y emite recomendaciones basadas en indicadores de rentabilidad, utilizando metodologías específicas y particulares según el tipo de proyecto, generando resultados comparables entre sí, que permiten a quien toma decisiones jerarquizar entre varias ideas de inversión de diferentes sectores.

El bienestar social de una comunidad depende de muchos factores como la cantidad de bienes y servicios disponibles, de la libertad política, del respeto al derecho de la propiedad, a las instituciones y al ejercicio de otros derechos humanos, además de alianzas y convenios con otros países entre otros factores

El departamento de Santa Ana es uno de los principales productores de café a nivel nacional. El sector comercial ha experimentado un gran crecimiento en todo el departamento, motivado en gran medida por la inversión privada, esta es reflejada en la ciudad de Santa Ana, principal centro comercial del occidente del país y segundo en importancia de El Salvador.

6.8.3.1 Geografía

El municipio de Santa Ana está ubicado en el departamento homónimo, localizado en el extremo norte de la zona occidental de El Salvador. Su término municipal tiene un área de 400,1 km² abarcando un 19.8 % del área total del departamento.



El municipio de Santa Ana tiene una población estimada de 264091 habitantes para el año 2013, ocupando el segundo lugar en población. Para su administración se divide en 34 cantones y 312 caseríos, mientras que la propia ciudad se divide en 12 barrios y varias colonias; dentro de los cantones que pertenecen al municipio de Santa Ana se encuentra lomas de san Marcelino, lugar de ubicación del Parque Natural del Cerro Verde, dicho parque es considerado como área natural protegida y se encuentra ubicado en un terreno de naturaleza rustica con un área superficial de 258,810.71 m², colindando con los macizos volcánicos principales del Volcán de Izalco, así como las corrientes de lava, considerando sus límites en forma periférica, por otro lado abarca el Volcán de Santa Ana desde los 1,800 msnm, incluyendo su alrededor.

La mayor parte del Parque Natural es de uso restringido, específicamente aquellas áreas que contienen la mayor cobertura vegetal y que solo puede utilizarse para la contemplación de aves, senderismo interpretativo y la realización de estudios ambientales u otras actividades de carácter investigativo y científico.

6.8.3.2 Recursos naturales

La zona en la cual se encuentra ubicado el PNCV es rica en recursos naturales y por ello existen diversas actividades ecoturísticas que se pueden llevar a cabo. Con el modelo de gestión turístico, se dará a conocer a las personas externas al lugar, la diversidad de actividades que se pueden realizar y la experiencia eco-turística que pueden adquirir en la visita al parque; entre ellas las siguientes:

- a) Un clima templado que se registra épocas frías en los últimos y primeros meses del año, cuya temperatura oscila entre 15°C y los 18°C durante el día y entre 4°C y 9°C en la noche.
- b) Visita a uno de los lugares que se caracterizan entre los cuatro ejemplos de bosques nebulosos en las montañas de El Salvador.
- c) Vista panorámicas de los volcanes Ilimatepec e Izalco, sumándose también el lago de Coatepeque.
- d) Actividades ecoturísticas de aventura extrema, entre otras.

6.8.3.3 Variables demográficas

Población

Según censos realizados por la DIGESTYC, se establece que el departamento de Santa Ana posee una población de 576,577 habitantes de los cuales el 47.93% son hombres y el 52.07% son mujeres.

Nivel de empleo

Actualmente las fuentes de empleo e ingreso para los habitantes de Santa Ana, son de actividades dedicadas al comercio, restaurantes y hoteles, seguido por la industria manufacturera, pero a pesar de tal situación existe una elevada proporción de población desocupada equivalente a una tasa de desocupación del 6.4%¹¹⁰ (incluyendo hombres y mujeres).

Por lo que poner en marcha el Modelo de Gestión Turística, es crear una nueva fuente de ingresos en la zona, ya que es necesario contratar personal que se encargue de realizar las actividades eco-turísticas.

La actividad eco-turística demanda equitativamente el servicio de hombres y mujeres, que cumplan los requisitos establecidos por cada puesto de trabajo, quien a su vez deberán ser capacitados para brindar un mejor servicio a los turistas y visitantes que llegan al parque.

Generación empleos directos

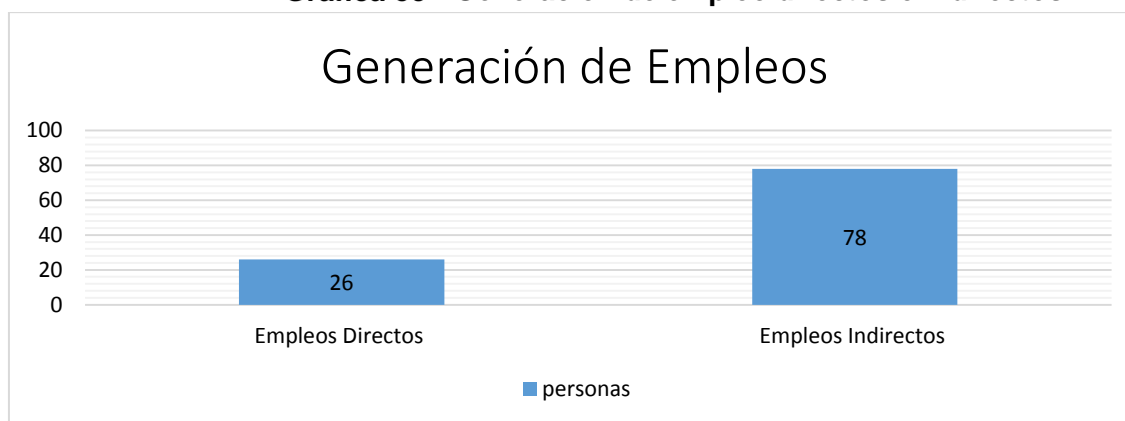
Según los datos obtenidos en la etapa de Diseño, para que el parque se pueda administrar de forma eficiente, es necesario contratar 26 personas para las diferentes actividades que define el modelo. La generación de estos empleos beneficia tanto a los involucrados directos, como al núcleo familiar de cada persona.

¹¹⁰ (Dirección General de Estadísticas y Censos, 2014)

Generación de Empleos Indirectos

El desarrollo de inversión del modelo traerá beneficios a los pequeños comerciantes que tienen actividades dentro de las instalaciones del parque o en las afueras del mismo, lo que se traducirá en mejora para la economía de cada uno de sus núcleos familiares. 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 al año el parque genera 26 empleos directos, se estará generando a su vez 78 empleos indirectos, entre los cuales están los comerciantes de diferentes productos con los que se abastece el parque, las personas del transporte público de la zona, negocios pequeños de los pobladores, entre otros.

Gráfica 55 - Generación de empleo directos e indirectos



Educación

Según estadísticas se define que del total de la población del Departamento de Santa Ana un 88.7%¹¹¹ es alfabeto; comprendido en un 90.33% por hombres y en un 86.16% mujeres.

Con la implementación del modelo de gestión turístico se contratarán 26 personas, las cuales serán capacitadas y se especializarán en la rama donde se preste el servicio, de tal manera se contribuye en la generación de ingresos en los 78 empleados indirectos, obteniendo ingresos para educación de sí mismo y de los miembros del núcleo familiar. Si se considera que por cada persona empleada, dos de los miembros del dicho núcleo familiar tendrán acceso a la educación, se calcula que en total 208 personas serán beneficiadas y de tal manera mejorará la calidad de vida de cada uno de ellos.

Incremento de la Participación comunitaria

Evidentemente, el turismo contribuye en el crecimiento de la economía, esto hace que el sector servicios, en general, y el turismo en particular sea una actividad cada vez más importante dentro de la economía y la sociedad. Es por ello que con la puesta en marcha del Modelo de Gestión Turística en el PNCV, se espera el aumento de la afluencia de turistas y visitantes motivados por el producto turístico brindado, así también las zonas aledañas al parque, generen inversiones en nuevos negocios o en la mejora de los ya existentes.

¹¹¹ (Dirección General de Estadísticas y Censos, 2014)

Conservación del Patrimonio Natural

Todos los esfuerzos enfocados en mejorar la administración del parque, mediante el Modelo de Gestión Turístico, deben contribuir a conservar los recursos naturales con que se cuenta y a mejorar la infraestructura del parque, lo que permitirá que las generaciones futuras tengan acceso a la recreación y sano esparcimiento, buscando la sostenibilidad ambiental y fomentando de tal manera el turismo a nivel nacional.

6.8.4 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Cada vez que se emprende el estudio de una propuesta de inversión se debe ser consciente de los efectos externos que generen cambios irreversibles sobre fauna, flora y también sobre las organizaciones sociales.

Para el Modelo de Gestión Turística es necesario desarrollar un estudio de impacto ambiental por parte de especialistas en la materia, para respaldar la evaluación ambiental que se desarrolla en el en la que se analice previamente el entorno, considerando las condiciones y los efectos ambientales del parque, las regulaciones, condiciones, oportunidades y restricciones del mismo, con el objetivo de evaluar todas las posibilidades de desarrollo que se pudiera tener, de esta forma los resultados sirvan en la toma de decisiones sobre las modificaciones necesarias o el rechazo por parte de las entidades que tengan a su cargo la aprobación del mismo.

La evaluación ambiental es un procedimiento técnico-administrativo que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá el modelo en el entorno al ser ejecutado, así como prevenir, corregir y valorar los mismos, con el fin de que el proyecto sea aceptado, modificado o rechazado por parte de las entidades que tengan a su cargo tal función.

La evaluación ambiental se centra principalmente en dos temas que son:

- a) El análisis del impacto que pueda causar el proyecto sobre el medio ambiente con la finalidad de reducir o evitar dicho impacto, por ser un área protegida; y
- b) El análisis del efecto del entorno sobre el proyecto.

6.8.4.1 Objetivos

- a) Determinar si se cumple con las Leyes Medio Ambientales de El Salvador, en el desarrollo del Modelo de Gestión Turística.
- b) Conocer el impacto positivo y negativo que la implementación del modelo provocaría en el Parque Natural del cerro Verde.
- c) Buscar la viabilidad del Proyecto desde el punto de vista Medio Ambiental.
- d) Identificar acciones o mecanismos del proyecto que permitan la mitigación, prevención o reducción de impactos negativos que pudiese generar durante su implementación y funcionamiento.

6.8.4.2 Legislación

El parque fue declarado por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales como “Área Natural Protegida (ANP)”, ya que es un remanente de bosque natural original, propicio para la reproducción de especies y faunas amenazadas y peligro de extinción local.

Por lo tanto 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.

Además al momento de realizar la evaluación ambiental se debe tomar en cuenta que es importante conocer las leyes que se tienen que cumplir según el tipo de proyecto en estudio, dentro de estas leyes tenemos las siguientes:

- a) Ley del Medio Ambiente de El Salvador
- b) Ley de Áreas Naturales Protegidas decreto No.579

La Constitución de la República de El Salvador, a través del Art. 117, estipula lo siguiente:

“Se declara de interés social la protección, restauración, desarrollo y aprovechamiento de los recursos naturales. El Estado creará los incentivos económicos y proporcionará la asistencia técnica necesaria para el desarrollo de programas adecuados. La protección, conservación y mejoramiento de los recursos naturales y del medio serán objeto de leyes especiales.”

Este artículo delega la responsabilidad al Estado Salvadoreño, a través de las leyes y acciones, a cumplir con lo siguiente:

- a) Promover y apoyar las iniciativas que pretendan proteger y desarrollar los recursos naturales.
- b) Controlar y sancionar a las personas y a las empresas que contaminen el medio ambiente.

6.8.4.3 Identificación de impactos ambientales del modelo

Para realizar una evaluación del impacto ambiental que generara el modelo, se seguirá la metodología de la Guía de evaluación ambiental, en la cual se establece que cada uno de los impactos ambientales debe ser calificado basándose en criterios.

6.8.4.4 Metodología

La identificación de los aspectos ambientales y la evaluación de los impactos ambientales asociados es un proceso que se puede tratar en 3 etapas, las cuales se mencionan a continuación:

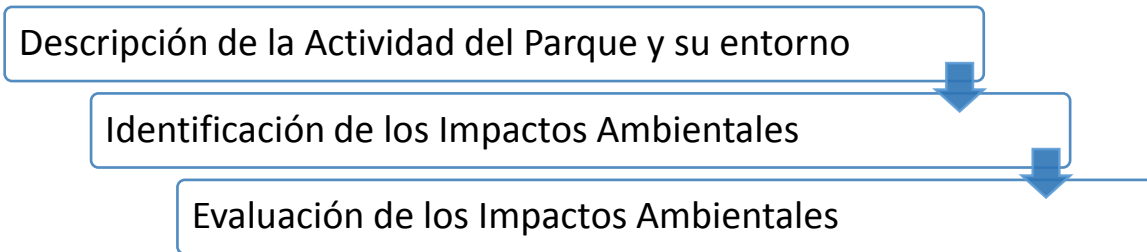


Figura 120 - Metodología de evaluación del impacto ambiental

Descripción de las actividades del parque y su entorno

Etapas de construcción y mejora de servicios

- a) Instalación de los anclajes, cable y material de sujeción para el canopy y cuerdas altas.
- b) Construcción de bases para canopy, cuerdas altas y péndulo.
- c) Construcción de casetas de información.
- d) Acondicionamiento de área para camping
- e) Construcción de cisternas o tanque de captación de agua lluvia.
- f) Colocación de señalización en los senderos
- g) Construcción de cabañas y mirador panorámico.
- h) Pintura interior y exterior de cabañas y mirador panorámico.
- i) Instalación de tuberías.
- j) Instalación de aguas lluvia.
- k) Pintura para señalización.
- l) Adecuación de senderos.

Etapas de operación

- a) Servicio de alojamiento
- b) Servicio de camping
- c) Servicio de canopy
- d) Servicio del péndulo
- e) Servicio de cuerdas altas
- f) Servicio de montañismo
- g) Servicio de senderismo
- h) Servicio del vivero
- i) Servicio de Centro Interpretativo
- j) Mirador Panorámico

Identificación de los impactos ambientales

De acuerdo a la Norma ISO 14000, la identificación de los aspectos ambientales es un proceso dinámico que determina el impacto pasado, actual y futuro (positivo o negativo) de las actividades de la empresa sobre el medio ambiente

Tabla 242 - Identificación de impactos ambientales. Etapa de construcción

| ETAPA DE CONSTRUCCIÓN | |
|---|--|
| ACTIVIDAD | IMPACTO |
| Instalación de los anclajes, cable y material de sujeción para el canopy y cuerdas altas. | Desechos de materiales de construcción |
| Construcción de bases para canopy, cuerdas altas y péndulo. | |
| Construcción de casetas de información. | |
| Construcción de cisternas o tanque de captación de agua lluvia. | |
| Construcción de cabañas y mirador panorámico. | |
| Acondicionamiento de área para camping | Desechos de materiales |
| Adecuación de senderos. | |
| Colocación de señalización en los senderos | |
| Pintura de cabañas y mirador panorámico | Desechos tóxicos por esparcimiento de pintura |
| Pintura para señalización | |
| Instalación de tuberías | Desechos de materiales de tuberías, plásticos, PVC en los cimientos de la construcción |
| Instalación de aguas lluvia | |
| Manejo de residuos sólidos | Foco de infección |

Tabla 243 - Identificación de impactos ambientales. Etapa de operación (1 de 2)

| Etapa de operación | |
|--|--|
| ACTIVIDAD | IMPACTO |
| Servicio de alojamiento | <ul style="list-style-type: none"> Contaminación por residuos de basura y ruido |
| Servicio de camping | <ul style="list-style-type: none"> Contaminación de la vegetación por residuos de basura. Ruido. Alteración del hábitat natural |
| Servicio de canopy Servicio del péndulo Servicio de cuerdas altas | <ul style="list-style-type: none"> Contaminación por residuos de basura y ruido |

Tabla - 243 - Identificación de impactos ambientales. Etapa de operación (2 de 2)

| Etapa de operación | |
|--|--|
| Servicio de montañismo | <ul style="list-style-type: none"> • Maltrato a las zonas en los que los turistas son guiados • Daño a senderos por falta de concientización de turistas. • Acumulación de basura en las reservas naturales visitadas • Basura en los senderos donde circulan los turistas |
| Servicio de senderismo | |
| Servicio del vivero | Contaminación por basura no depositada correctamente y ruido. |
| Servicio de Centro Interpretativo | Contaminación por residuos de basura no depositada correctamente y ruido |
| Mirador Panorámico | Contaminación por residuos de basura no depositada correctamente y ruido |

6.8.4.5 Evaluación de los impactos ambientales

Los criterios considerados en la matriz de calificación de impacto ambiental para la valoración, son los siguientes:

- a) Variación de la calidad Ambiental
- b) Escala del Impacto
- c) Momento en que se manifiesta
- d) Gravedad del Impacto
- e) Dificultad para cambiar el impacto
- f) Duración del Impacto

Criterios para la evaluación de impacto

La valoración cuantitativa de los impactos ambientales se determina con el Valor Índice Ambiental (VIA). Dicho valor (VIA) se calcula mediante la ecuación siguiente:

$$VIA = \frac{V + E + G + C + M}{6}$$

Donde:

- V= Variación de la calidad Ambiental
 E= Escala del Impacto
 G= Gravedad del Impacto
 C= Dificultad para cambiar el impacto
 M= Momento en que se manifiesta

La valoración se realiza con la ayuda de la matriz de calificación de Impacto Ambiental considerando los siguientes criterios.

a) Variación de la calidad ambiental (V)

Es la medida de los cambios experimentados por cada componente ambiental debido al impacto generado.

Tabla 244 - Variación de la calidad ambiental (V)

| | |
|--------------------|---|
| Positivo: 0 | Aquellos impactos que se refieren a modificaciones que resultan en ganancias o beneficios para el medio ambiente. |
| Negativo: 3 | Aquellos impactos que se refieren a modificaciones que resultan en pérdidas o costos para el medio ambiente. |

b) Escala del impacto (E)

Se considera en este criterio las cercanías a lugares protegidos, recursos naturales y/o culturales sobresalientes o en el caso a poblaciones humanas.

Tabla 245 - Escala de impacto Ambiental (E)

| | | |
|---------------------------|---|---|
| Mínimo bajo | 0 | El impacto es puntual dentro de los límites de la acción que lo genera. |
| Medio y/o alto | 1 | El impacto está dentro de la zona del parque. |
| Notable o muy alto | 2 | El impacto trasciende de la zona del parque y es de interés municipal. |
| Total | 3 | La zona del impacto trasciende a los límites normales y se convierte en peligro nacional. |

c) Gravedad del impacto (G)

Indica la utilización de recursos naturales, la cantidad y calidad de efluentes, emisiones y residuos que genera el parque y la probabilidad de riesgo para la salud de la población humana.

Tabla 246 - Gravedad del Impacto Ambiental (G)

| | | |
|-----------------------|---|---|
| Intrascendente | 0 | El impacto generado no produce cambios sobre el medio ambiente. |
| Moderado | 1 | El impacto produce cambios ya sea directos como indirectos sobre el medio ambiente, pero no son trascendentes. |
| Severo | 2 | El impacto produce cambios tanto directos como indirectos sobre el medio ambiente que urgen de solución, pero están bajo los límites permisibles. |
| Crítico | 3 | Efecto cuya magnitud es superior al umbral y de urgencia extrema de solución, que requiere atención inmediata. |

d) Duración del Impacto (D)

Tiempo de duración del impacto, considerando que no se apliquen medidas correctivas del impacto.

Tabla 247 - Duración del Impacto Ambiental

| | |
|--|---|
| Fugaz (< 1 año): | 0 |
| Temporal (1-3 años): | 1 |
| Prolongado (4-10 años): | 2 |
| Permanente (Alteración indefinida): | 3 |

e) Dificultad para cambiar el impacto(C)

Es el grado en que los efectos sobre el medio ambiente resultan polémicos o dudosos e involucran riesgos desconocidos. Es el grado de reversibilidad del impacto y tiempo requerido para su mitigación, a través de medidas naturales o inducidas por el hombre.

Tabla 248 - Dificultad para cambiar el Impacto Ambiental (C)

| | | |
|---------------------|---|---|
| Recuperable | 0 | Si se elimina la acción que causa el impacto y automáticamente éste desaparece. |
| Mitigable | 1 | Si al eliminar la causa del impacto hay que esperar un lapso de tiempo corto (1 a 6 meses) para que este desaparezca. |
| Reversible | 2 | Si elimina la acción causante del impacto, debe transcurrir un período largo de tiempo (6 meses en adelante) para que el impacto desaparezca. |
| Irreversible | 3 | Nunca desaparece el impacto aunque se apliquen medidas correctivas. |

f) Momento en que se manifiesta (M)

Es la probabilidad de ocurrencia del impacto como consecuencia de la actividad ecoturística; esto en la búsqueda de su prevención.

Tabla 249 - Momento en que se manifiesta el Impacto Ambiental (M)

| | | |
|----------------------|---|---|
| Inmediato | 0 | Los efectos del impacto son inmediatos |
| Corto plazo | 1 | Los efectos se prevén en corto plazo(1 a 4 años) |
| Mediano plazo | 2 | Debe de transcurrir un tiempo considerable (de 5 a 10 años) para que se observen los efectos. |
| Largo plazo | 3 | El tiempo para observar los efectos es de lago plazo (mayor de 10 años). |

En la evaluación de los impactos que se realiza se comparan el **VÍA** obtenido con las categorías mostradas en la siguiente tabla.

Tabla 250 - Calificaciones para la Evaluación de los Impactos Ambientales

| CATEGORÍA | VALORES LÍMITES DEL VIA | | CALIFICACIÓN |
|-----------|-------------------------|--------------|------------------------|
| | VALOR MÍNIMO | VALOR MÁXIMO | |
| 1 | 0.00 | 0.60 | Impacto Insignificante |
| 2 | 0.61 | 1.20 | Impacto Mínimo |
| 3 | 1.21 | 1.80 | Mediano Impacto |
| 4 | 1.81 | 2.40 | Impacto Considerable |
| 5 | 2.41 | 3.00 | Gran Impacto |

Tabla 251 - VIA (Valoración de Impacto Ambiental)

| IMPACTO AMBIENTAL | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | CALIFICACIÓN |
|--|-------------------------|---|---|---|---|---|------|----------------------|
| | V | E | G | D | C | M | VIA | |
| ETAPA DE CONSTRUCCIÓN | | | | | | | | |
| Desechos de materiales de construcción | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 0 | 1.83 | IMPACTO CONSIDERABLE |
| Desechos de materiales | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1.33 | MEDIANO IMPACTO |
| Desechos tóxicos por desparramamiento de pintura | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1.33 | MEDIANO IMPACTO |
| Desechos de materiales de tuberías, plásticos, PVC en los cimientos de la construcción | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1.33 | MEDIANO IMPACTO |
| Foco de infección | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1.33 | MEDIANO IMPACTO |
| Maltrato a la naturaleza por ruido. | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0.67 | IMPACTO MÍNIMO |
| Alteración del hábitat natural | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1.5 | IMPACTO MEDIANO |
| Descuido de los senderos, por parte de los turistas. | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1.33 | IMPACTO MEDIANO |
| Acumulación de basura en las zonas visitadas | 3 | 2 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1.5 | IMPACTO MEDIANO |

Según la calificación resultado de la evaluación que se realiza, se observa la existencia de impactos negativos y el de mayor calificación está relacionado con los desechos originados en la construcción de la infraestructura de los servicios ecoturísticos. Por lo tanto la utilización de materiales de construcción ecológicos es de suma importancia y de esta manera reducir o evitar totalmente la contaminación que generan estos residuos.

Además la implementación de nuevos servicios ecoturísticos, conlleva al acercamiento e incursión de los turistas en el hábitat natural, por lo tanto, se debe hacer conciencia sobre la protección al medio ambiente, para no generar un desequilibrio y contribuir a su conservación.

6.8.4.6 Mitigación de los impactos negativos

Etapas de construcción

- a)** Las construcciones que se realicen serán hechas en lo posible, con materiales que no perjudiquen el medio ambiente de tal manera que esto genere cantidades mínimas de residuos sólidos en el lugar y sin aguas servidas en grandes cantidades en la parte de construcción, lo cual deberá ser acordado con la empresa contratada para la obra civil, y de esta manera se logre una armonía con el entorno natural.
- b)** Se debe generar conciencia en los trabajadores de la obra acerca de la importancia de cuidar el hábitat donde se encuentran desempeñando sus labores.
- c)** Se debe brindar mantenimiento constante al área de camping para disminuir los daños causados por la utilización del espacio.
- d)** Se realizarán supervisiones diarias durante la construcción de la obra civil, por el administrador del proyecto, de modo que se pueda constatar que no se esté generando contaminantes en la zona.
- e)** Deberá ser supervisada la generación de residuos y escombros, los cuales deben ser extraídos para su correcto tratamiento o trasladados a lugares destinados para su depósito.
- f)** Brindar una capacitación básica sobre el manejo de materiales y el uso de estos, para evitar el desparramamiento y como resultado la contaminación.
- g)** No dejar los materiales para la construcción y remodelación ubicados al aire libre, principalmente las pinturas utilizadas, las cuales deberán ser lo menos tóxicas posible.

Etapas de operación

- a)** Se debe capacitar al personal para que genere conciencia ambiental.
- b)** Colocar basureros para separar la basura en orgánica e inorgánica, estos deben estar ubicados en lugares accesibles y visibles a las personas.
- c)** Es importante incentivar a los turistas a realizar actividades de mayor contacto con la naturaleza creando conciencia de no contaminar el parque.
- d)** 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 parque.
- e)** Hacer uso de materiales en pro del medio ambiente.
- f)** Incentivar a los turistas a practicar el reciclaje, de modo que se inculque una actitud de preservación y protección por el medio natural.
- g)** Mantener información sobre hábitos de higiene y de protección ambiental en general, esto puede ser mediante rótulos, de manera que puedan ser libremente observados por los turistas para crear conciencia y acatar las recomendaciones para no dañar el ambiente de la zona.

6.8.4.7 SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Educación medio ambiental

La educación ambiental es fundamental para conducir al país a un nivel distinto de encuentro con el medio ambiente. Es un desafío de gran envergadura que significa transformar el comportamiento y prácticas que, a todo nivel, favorecen la degradación, la contaminación y el abuso de los recursos naturales en el país. 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.

Actividades encaminadas a la sostenibilidad ambiental.

El aprendizaje que los turistas se llevan a casa es un aspecto importante en un tour, ya que muchos comparten su aprendizaje al regresar a su lugar de origen. El comunicar datos interesantes es darle un valor agregado al producto turístico pues enriquece la experiencia del visitante.

El turismo puede ser una forma muy efectiva de incrementar la conciencia ambiental. Con la guía adecuada, los turistas pueden aprender a ser viajeros responsables y a disfrutar sin causar daños en el ambiente.

Dentro de las actividades que fomentan y mantienen una sostenibilidad ambiental en el parque son las siguientes:

- a) Cuando un turista se tenga que deshacer de un residuo, deberá hacerlo de la manera más limpia posible, es decir en los basureros más cercanos, si en un momento preciso no se encuentra cerca de uno, debe guardar la basura momentáneamente hasta encontrar el lugar respectivo para su depósito.
- b) Se deben realizarán actividades de reforestación, a fin de fomentar la concientización ambiental y la participación por parte del turista y visitante.
- c) Se debe evitar el consumo de tabaco y cualquier elemento que sea perjudicial para la salud y que contamine o cause destrucción al entorno natural.
- d) Se les facilitara a los turistas fotografías, folletos u otro tipo de material impreso o audiovisual relacionados con los ecosistemas naturales, para que este tenga conciencia de la importancia de protegerlos, es aquí donde se desarrolla el papel del Centro Interpretativo.
- e) Se deben colocaran materiales gráficos u otros medios de difusión con medidas para que los turistas sean viajeros más responsables con el ambiente

6.8.5 EVALUACIÓN DE GÉNERO

Generalidades

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 evaluación de género permite conocer los obstáculos a la participación equilibrada de hombres y mujeres en la sociedad, evidenciando origen y consecuencias de las discriminaciones sobre las que intervenir para conseguir la igualdad de oportunidades. La equidad de género se abordará a través de la participación de la mujer y hombre en diferentes actividades sin discriminación, ya que todos los trabajos que se realizaran en el parque podrán ser desempeñados por ambos.

Evaluar con un enfoque de género supone considerar, de un modo integral, todos los elementos que explican las desigualdades laborales en hombres y mujeres, los diferentes efectos de las políticas aplicadas a equilibrar la posición de ambos sexos. Implica, por otra parte, ser sensor de los espacios emergentes de oportunidad y de nuevas estrategias y prácticas que sean más útiles y pertinentes para potenciar la inserción profesional de las mujeres en el marco de una radical y profunda transformación en el empleo.

6.8.5.1 Indicadores de género

Según el “VI Censo de población y V de vivienda 2007”, la cantidad de hombres es de 117,565 y mujeres 127,856 que pertenecen al municipio de Santa Ana.

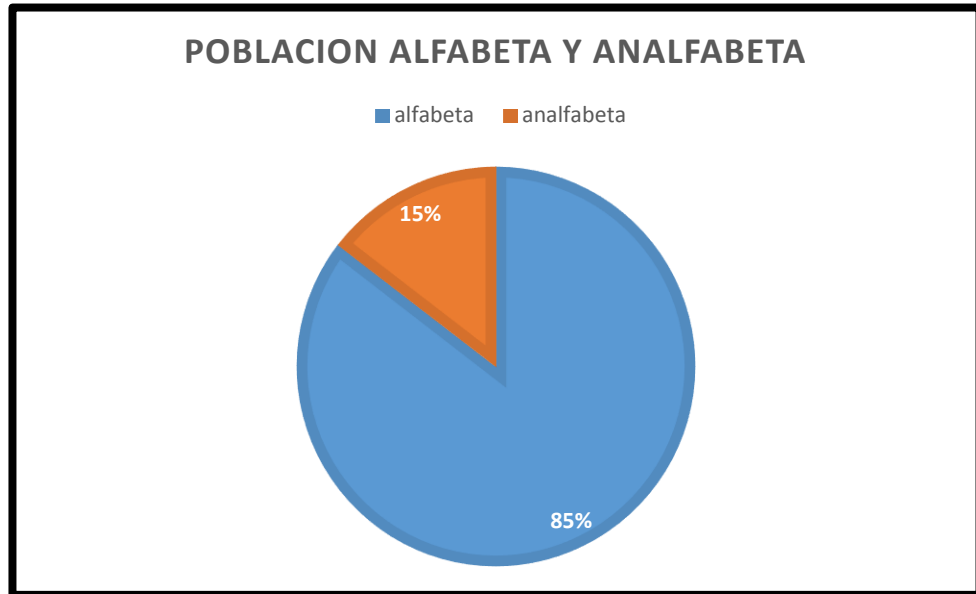
Gráfica 56 - Proporción de hombres y mujeres en el municipio de Santa Ana



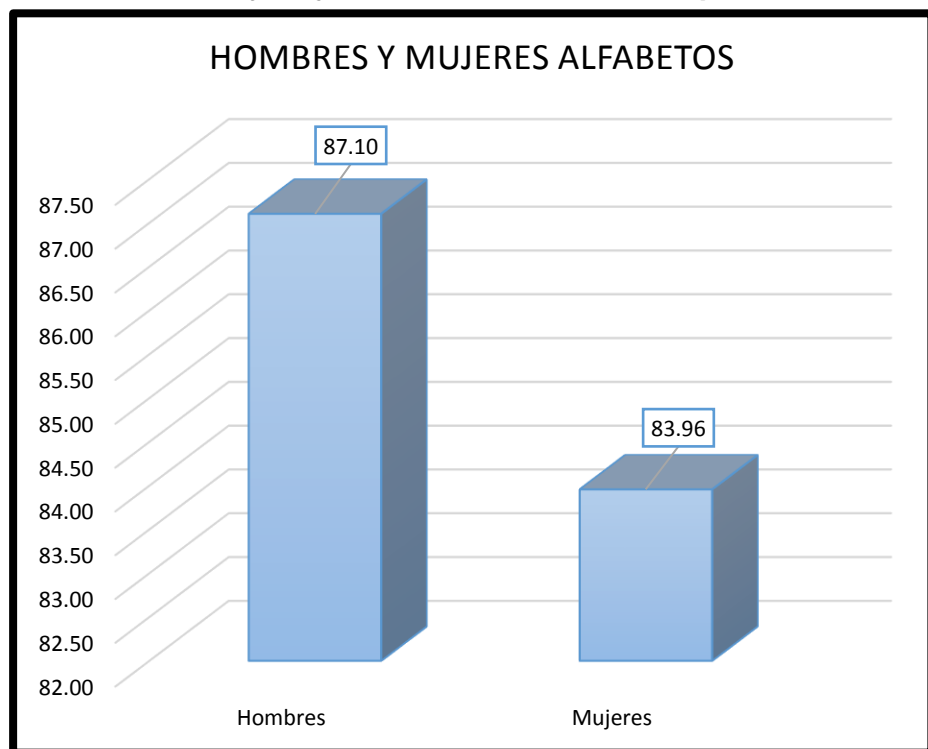
6.8.5.2 Indicador de alfabetismo

El Censo 2007 muestra el nivel de alfabetismo y analfabetismo de la población de 10 años y más del departamento de Santa Ana.

Gráfica 57 - Población alfabetizada vs. Población Analfabeta



Gráfica 58 - Hombres y Mujeres alfabetizados en el municipio de Santa Ana



Se tiene un estimado de población de 224,228 habitantes que el 47.78% son hombres y 52.41% mujeres, de estas personas se encuentran un 83.63% en el área urbana y el 16.37% en el área rural.

Cabe mencionar que en su totalidad el número de mujeres analfabetas supera el total de hombres analfabetos en un 3.15% de su proporción; ahora bien en el caso de hombres alfabetos corresponde en un 87.10% de su total y un 83.96% para las mujeres.

Las mujeres analfabetas representan un 56% en el área rural y un 58.60% en el área urbana; Mientras que para las mujeres alfabetas en el área rural representa un 48.40% y para el área urbana un 52%. En el caso de los hombres analfabetos en el área rural está representado por un 44% del total y un 41.40% en el área urbana; mientras que para la población masculina alfabeto en la población urbana es de un 48% y en el área rural de un 51.60%.

6.8.5.3 Indicador de colaboradores en el parque natural cerro verde

Actualmente el Parque Natural Cerro Verde cuenta con 14 empleados de los cuales el 100% son del género masculino, pero para el proyecto se ha determinado un incremento de personal para la realización de todas las actividades propuestas, por lo que se considera importante establecer políticas con enfoque de género para que exista igualdad en acceso y distribución de empleo para potenciar en la ciudadanía la integración social y económica tanto para hombres como mujeres.

A partir de los indicadores que muestra la DIGESTYC se conoce que hay un mayor porcentaje de mujeres que son viudas, separadas y divorciadas en comparación al género masculino, por lo tanto se necesita de oportunidades de empleo al género femenino, para generar ingresos a sus hogares ya sea como ayuda al hogar o por tener a cargo una familia.

En el departamento de Santa Ana son muchos los hombres y mujeres que necesitan de un empleo que aporte estabilidad a sus hogares y que al desarrollarse el modelo se les puede dar la oportunidad para que formen parte del parque y reciban las capacitaciones correspondientes para los cargos que van a ejercer.

Por lo que a partir de este modelo y la evaluación de género se busca lo siguiente:

- a) Desarrollar oportunidades de empleos para que hombres y mujeres participen en la selección, y que tengan las mismas posibilidades de ejercer un cargo sin importar su nivel jerárquico;
- b) Asignar iguales condiciones de empleo y estabilidad laboral;
- c) Que los colaboradores puedan dar sugerencias a la administración, mediante su subalterno o reuniones abiertas;
- d) Hacer crecer al personal tanto en formación como económicamente, buscando iguales condiciones laborales.
- e) Aumentar las oportunidades formativas de mujeres de zonas aledañas al parque y a las mujeres que trabajaran directamente en el parque.

- f) Involucrar a todos los colaboradores sin discriminación por capacidades o aportaciones, si no brindarles a estos el apoyo necesario para ser capaces y puedan tener una oportunidad de progresar.
- g) Creando buzones de sugerencias y quejas para poder tener un acercamiento con las inconformidades existentes de parte de los colaboradores sin discriminación alguna.

6.8.5.4 Beneficios de la evaluación de género

En base a las consideraciones realizadas anteriormente, el modelo busca contribuir a:

- Generar fuentes de empleo en iguales condiciones al género femenino.
- Que el género femenino tengan acceso a puestos laborales de importancia, donde se tenga el poder de decisión y manejo de los recursos.
- Crear un ambiente de igualdad entre los géneros, con compañerismo, respeto y sin discriminaciones entre todos los miembros del parque.
- Crear un clima organizacional agradable.

6.8.6 EVALUACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN TURÍSTICA.

La evaluación del desempeño por indicadores de gestión, presenta un panorama general del comportamiento del modelo de gestión, ya que define de forma congruente la situación actual a la que se enfrenta la gestión del PNCV y la situación o estado propuesto por el modelo, ya que plantea escenarios diferentes que tendrán como ejes centrales la sostenibilidad económica y ambiental del parque.

La evaluación por indicadores de gestión infiere en la forma y resultados del modelo frente al escenario de la ejecución del mismo; la evaluación sucede a través del componente de control y evaluación de medición de indicadores del apartado 5.3.5.1, ya que en este apartado se determina la forma en cómo debe interpretarse el indicador y la información necesaria para determinar oportunamente el indicador.

La evaluación de los indicadores sucederá las cuatro áreas determinadas en el mencionado apartados 5.3.5.1, estas áreas son:

Gestión turística: Referida al crecimiento en visitantes y turistas, además de la percepción de estos sobre los servicios prestados, también se refiere a la intensidad de uso realizada durante las temporadas de mayor afluencia.

Planificación: Está estrechamente relacionada con el cumplimiento y alcance e objetivos estratégicos y la mejora continua del modelo, en función de mantener el crecimiento proyectado del PNCV

Gestión Económica: Concerniente al beneficio económico percibido por el parque, tanto a los ingresos como los costos del mismo, también enfatiza el costo que representa la atención a los turistas que se esperan lleguen al PNCV.

Gestión Ambiental: Evidentemente la parte ambiental, es fundamental para la adecuada gestión del PNCV, especialmente con la reducción de los desechos generados por los turistas y visitantes.

Evidentemente cada uno de estos áreas están asociadas como indica la sección b) del apartado 5.3.1.5, en donde se establecen los objetivos estratégicos a los cuales responde cada área en mención y la importancia de conocer el desempeño generado, es por ello que la evaluación toma como base la comparación de los indicadores en la situación actual y la evaluación en la situación esperada, es decir, en el comportamiento de los indicadores durante el primer año de ejecución del modelo implantado en el PNCV. Con la evaluación del desempeño de la gestión del PNCV, se facilitará la toma de decisiones por parte de los encargados del ISTU, ya que mostrará de forma clara y contundente la diferencia entre la actual gestión del PNCV y la gestión propuesta por el modelo, en tanto que las diferencias esperadas tenderán a ser positivas para el modelo, ya que las evaluaciones posteriores, apuntan hacia la factibilidad de la implantación del modelo en el PNCV, por lo tanto la evaluación del desempeño por indicadores dará la pauta para establecer un criterio de aceptación o rechazo, conforme a las áreas evaluadas por el modelo.

Crecimiento Turístico

$$\% \text{ de crecimiento} = \frac{(\text{Periodo } n) - (\text{Año base})}{\text{Año base}} * 100$$

| SITUACIÓN ACTUAL | | |
|---|--|-----------|
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR |
| SITUACIÓN ACTUAL | $\% \text{ de crecimiento} = \frac{211820 - 186,268}{186,268} * 100$ | 13.71% |
| SITUACIÓN PROPUESTA (MODELO DE GESTIÓN) | | |
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR |
| AÑO 1 | $\% \text{ de crecimiento} = \frac{230239 - 186,268}{186,268} * 100$ | 23.60% |
| AÑO 2 | $\% \text{ de crecimiento} = \frac{250260 - 186,268}{186,268} * 100$ | 34.35% |
| AÑO 3 | $\% \text{ de crecimiento} = \frac{272022 - 186,268}{186,268} * 100$ | 46.03% |
| AÑO 4 | $\% \text{ de crecimiento} = \frac{295676 - 186,268}{186,268} * 100$ | 58.73% |
| AÑO 5 | $\% \text{ de crecimiento} = \frac{321387 - 186,268}{186,268} * 100$ | 72.54% |

Análisis:

Al realizar el comparativo entre el crecimiento actual y el esperado del PNCV es evidente el sensible aumento en la llegada de turistas y visitantes, por lo que el componente comercial del PNCV y las estrategias del modelo surge el efecto esperado, ya que a partir del año 1 de operación del modelo reporta un crecimiento del 23.60% respecto del año base utilizado para las proyecciones del modelo, a partir de este punto el modelo sigue reportando índices positivos en el indicador, ya que al final del año 5 el modelo mantiene un aumento sostenido del 72.54% respecto del año base.

Es de hacer la salvedad de que el indicador ha sido calculado a partir de las entradas de turistas y visitantes reportados en la etapa prospectiva del modelo, por lo que los datos arrojados de las proyecciones tienen como base de comparación el año inicial. El crecimiento en la llegada de turistas y visitantes es atribuible a las estrategias comerciales y de promoción del modelo, las cuales ha abonado en el desarrollo turístico del PNCV.

Intensidad de Uso

$$\text{Intensidad de uso} = \frac{\text{Total de visitantes en temporada alta}}{\text{Área total del PNCV}}$$

| SITUACIÓN ACTUAL | | |
|---|---|---|
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR |
| SITUACIÓN ACTUAL | $\text{Intensidad de uso} = \frac{134715 \text{ personas}}{258810 \text{ m}^2}$ | $0.52 \frac{\text{personas}}{\text{m}^2}$ |
| SITUACIÓN PROPUESTA (MODELO DE GESTIÓN) | | |
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR |
| AÑO 1 | $\text{Intensidad de uso} = \frac{147689 \text{ personas}}{258810 \text{ m}^2}$ | $0.57 \frac{\text{personas}}{\text{m}^2}$ |
| AÑO 2 | $\text{Intensidad de uso} = \frac{160534 \text{ personas}}{258810 \text{ m}^2}$ | $0.62 \frac{\text{personas}}{\text{m}^2}$ |
| AÑO 3 | $\text{Intensidad de uso} = \frac{174492 \text{ personas}}{258810 \text{ m}^2}$ | $0.67 \frac{\text{personas}}{\text{m}^2}$ |
| AÑO 4 | $\text{Intensidad de uso} = \frac{189665 \text{ personas}}{258810 \text{ m}^2}$ | $0.73 \frac{\text{personas}}{\text{m}^2}$ |
| AÑO 5 | $\text{Intensidad de uso} = \frac{206158 \text{ personas}}{258810 \text{ m}^2}$ | $0.79 \frac{\text{personas}}{\text{m}^2}$ |

Análisis:

A medida el PNCV va recibiendo un incremento en el flujo turístico la intensidad de uso generada en las instalaciones del PNCV va incrementando, prueba de ello es el indicador que describe oportunamente esta situación, pero además del aumento de este indicador, es posible decir que la distribución de la demanda a lo largo del tiempo de prestación de servicio, coadyuva a que no este indicador no sea más grande, ya que permite que el flujo turístico este mejor repartido a fin de no sobre cargar al PNCV.

Este indicador está relacionado con la capacidad de carga del PNCV, por lo que es un termómetro que mide cuanto se está exigiendo a las instalaciones del parque y genera las alertas necesarias para monitorear la forma y la cantidad en que se está utilizando las áreas de uso público del PNCV.

Satisfacción del Cliente

$$\text{Satisfacción del cliente} = \frac{\sum \text{de calificaciones de los aspectos}}{\text{Número total de aspectos evaluados}}$$

| SITUACIÓN ACTUAL | | | |
|---|--|-----------|----------------|
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR | |
| SITUACIÓN ACTUAL | $\text{Satisfacción del cliente} = \frac{49}{8}$ | 6.1 | |
| SITUACIÓN PROPUESTA (MODELO DE GESTIÓN) | | | |
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR | % DE VARIACIÓN |
| AÑO 1 | $\text{Satisfacción del cliente} = \frac{56}{8}$ | 7.0 | 15% |
| AÑO 2 | $\text{Satisfacción del cliente} = \frac{58}{8}$ | 7.2 | 18% |
| AÑO 3 | $\text{Satisfacción del cliente} = \frac{63}{8}$ | 7.8 | 28% |
| AÑO 4 | $\text{Satisfacción del cliente} = \frac{68}{8}$ | 8.5 | 39% |
| AÑO 5 | $\text{Satisfacción del cliente} = \frac{71}{8}$ | 8.8 | 44% |

Análisis:

La satisfacción que se espera que las facilidades propuestas por el modelo generen en los clientes, se ven claramente en este indicador, ya que el parque recibe una mejor calificación respecto a los servicios y aspectos evaluados, por lo que se ve reflejado que la labor en cuanto a la gestión turística representa un buena proporción de aceptación según las evaluaciones realizadas por los turistas y visitantes.

El porcentaje de variación que se muestra en la tabla anterior está calculado respecto del valor del año base, equivalente a una nota de 6.1, por lo que la variación reflejada es un proporción fidedigna de como se ve reflejada la satisfacción de turistas y visitantes a lo largo del establecimiento y consolidación del modelo de gestión turística.

Ocupación de las Cabañas

$$\text{Nivel de ocupación} = \frac{\text{Días ocupados al año}}{\text{Días en que se presta servicio al año}} * 100$$

| SITUACIÓN ACTUAL | | | |
|---|---|-----------|----------------|
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR | |
| SITUACIÓN ACTUAL | $\text{Nivel de ocupación} = \frac{110 \text{ días/año}}{365 \text{ días/año}} * 100$ | 30.14% | |
| SITUACIÓN PROPUESTA (MODELO DE GESTIÓN) | | | |
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR | % DE VARIACIÓN |
| AÑO 1 | $\text{Nivel de ocupación} = \frac{143 \text{ días/año}}{365 \text{ días/año}} * 100$ | 30% | 29.99% |
| AÑO 2 | $\text{Nivel de ocupación} = \frac{157 \text{ días/año}}{365 \text{ días/año}} * 100$ | 39% | 42.71% |
| AÑO 3 | $\text{Nivel de ocupación} = \frac{172 \text{ días/año}}{365 \text{ días/año}} * 100$ | 43% | 56.35% |
| AÑO 4 | $\text{Nivel de ocupación} = \frac{186 \text{ días/año}}{365 \text{ días/año}} * 100$ | 47% | 69.07% |
| AÑO 5 | $\text{Nivel de ocupación} = \frac{197 \text{ días/año}}{365 \text{ días/año}} * 100$ | 51% | 79.07% |

Análisis:

La ocupación del servicio de alojamiento del parque, se ve aumentada, ya que se espera que para el año 1 el 30% de tiempo las cabañas se mantengan ocupadas, Es decir, los planes comerciales y operativos del modelo, generan los resultados esperados, ya que al mantener por más tiempo las cabañas utilizadas por turistas y visitantes, el PNCV recibe mayor flujo de efectivo y por ende colabora a lo descrito en el apartado del P.E, ya que el alojamiento es uno de los servicios que mayor margen de contribución presenta en el análisis económico realizado.

El porcentaje de variación refleja cómo evoluciona el modelo a través del tiempo, también muestra como el nivel de ocupación varía en relación a la situación actual y como el modelo se comporta ante el aumento del flujo turístico esperado en el PNCV.

Colaboradores que reciben capacitaciones

$$\% \text{ de capacitaciones recibidas} = \frac{\text{Colaboradores en capacitación}}{\text{Total de colaboradores del PNCV}} * 100$$

| SITUACIÓN ACTUAL | | |
|---|--|---------------|
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR |
| SITUACIÓN ACTUAL | $\% \text{ de capacitaciones recibidas} = \frac{8}{14} * 100$ | 57.14% |
| SITUACIÓN PROPUESTA (MODELO DE GESTIÓN) | | |
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR |
| AÑO 1 | $\% \text{ de capacitaciones recibidas} = \frac{26}{26} * 100$ | 100% |
| AÑO 2 | $\% \text{ de capacitaciones recibidas} = \frac{26}{26} * 100$ | 100% |
| AÑO 3 | $\% \text{ de capacitaciones recibidas} = \frac{26}{26} * 100$ | 100% |
| AÑO 4 | $\% \text{ de capacitaciones recibidas} = \frac{26}{26} * 100$ | 100% |
| AÑO 5 | $\% \text{ de capacitaciones recibidas} = \frac{26}{26} * 100$ | 100% |

Análisis:

Actualmente el PNCV cuenta con 14 colaboradores fijos, de los cuales según reportes únicamente 8 de ellos recibieron capacitaciones referentes al servicio al cliente y manejo de situaciones difíciles, mientras que el modelo plantea en el componente de integración de personal un plan de acción que mantendría al 100% de la planilla del PNCV en constante capacitación, además que el modelo plantea la necesidad de mantener 26 personas de forma permanente al frente de los servicios diversificados y mejorados.

El componente de integración de personal le exige al modelo que los colaboradores que se mantengan en carácter fijo en el PNCV, deberán ser capacitados constantemente de manera general, es decir que todos los colaboradores sin excepción deben ser sujetos de las capacitaciones que el nivel estratégico a través del componente de integración de personal, determinen con el fin de crear la mejor experiencia en materia turística para todas aquellas personas que lleguen a las instalaciones del parque

PLANIFICACIÓN

Cumplimiento de la planificación de actividades

$$\% \text{ de cumplimiento: } \frac{\text{Act. desarrolladas}}{\text{Act. planificadas}} * 100$$

| SITUACIÓN ACTUAL | | |
|---|---|----------------------|
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR |
| SITUACIÓN ACTUAL | $\% \text{ de cumplimiento } S - A: \frac{\text{Act. desarrolladas}}{\text{Act. planificadas}} * 100$ | 75% |
| SITUACIÓN PROPUESTA (MODELO DE GESTIÓN) | | |
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR (ESPERADO) |
| AÑO 1 | $\% \text{ de cumplimiento año1: } \frac{\text{Act. desarrolladas}}{\text{Act. planificadas}} * 100$ | > 95% |
| AÑO 2 | $\% \text{ de cumplimiento año2: } \frac{\text{Act. desarrolladas}}{\text{Act. planificadas}} * 100$ | > 95% |
| AÑO 3 | $\% \text{ de cumplimiento año3: } \frac{\text{Act. desarrolladas}}{\text{Act. planificadas}} * 100$ | > 95% |
| AÑO 4 | $\% \text{ de cumplimiento año4: } \frac{\text{Act. desarrolladas}}{\text{Act. planificadas}} * 100$ | > 95% |
| AÑO 5 | $\% \text{ de cumplimiento año5: } \frac{\text{Act. desarrolladas}}{\text{Act. planificadas}} * 100$ | > 95% |

Análisis:

Actualmente, según datos proporcionados por el gerente de parques recreativos del ISTU, el parque y su gestión cumplen con aproximadamente el 75% de las actividades programadas, por lo que los planes establecidos a inicios de período quedan pendientes para lograr cumplir con los objetivos de planificación del PNCV

El modelo de gestión a través del componente estratégico, crea la certidumbre de lograr más del 95% de las actividades planificadas, ya que los objetivos y las actividades estratégicas, se mantienen en función de lograr que la planificación general corresponda al logro de los objetivos, también se espera al menos el 95% del cumplimiento debido a que el modelo también establece la premisa de que siempre puede ocurrir alguna situación imprevista que pueda mermar el nivel de cumplimiento, por lo que otorga una tolerancia del 5% de holgura a la planificación general del modelo.

GESTIÓN ECONÓMICA

Beneficio económico.

$$\text{Ganancia anual} = \text{Total de ingresos} - \text{Total de egresos}$$

| SITUACIÓN ACTUAL | | | | |
|---|--|--|---------------|----------|
| PERÍODO | DATOS | | INDICADOR | |
| SITUACIÓN ACTUAL | <i>Ganancia Anual</i> = \$166,928.03 – \$112,128.94 | | \$ 54,799.09 | |
| SITUACIÓN PROPUESTA (MODELO DE GESTIÓN) | | | | |
| PERÍODO | DATOS | | INDICADOR | %VAR |
| AÑO 1 | <i>Ganancia Anual</i> = \$379,328.98 – \$369,791.04 | | \$ 9,537.94 | (82.59%) |
| AÑO 2 | <i>Ganancia Anual</i> = \$409,924.80 – \$375,707.69 | | \$ 34,217.11 | (37.56%) |
| AÑO 3 | <i>Ganancia Anual</i> = \$443,179.53 – \$377,556.65 | | \$ 65,622.88 | 19.75% |
| AÑO 4 | <i>Ganancia Anual</i> = \$479,325.44 – \$379,405.60 | | \$ 99,919.84 | 82.33% |
| AÑO 5 | <i>Ganancia Anual</i> = \$ 518,614.68 – \$380,884.77 | | \$ 137,729.91 | 151.34% |

Análisis:

Este indicador en particular, refleja mucho de la evolución económico-financiera del PNCV, ya que a pesar que el primer año de gestión reporta una variación negativa respecto al año base de proyección, no deja de generar ganancia, debido a que es en este año donde se considera la mayor erogación de fondos del modelo.

Evidentemente el porcentaje de variación negativo tiene que ver con el costo de instaurar el modelo de gestión en el PNCV, es decir, es el costo que el modelo debe sacrificar por iniciar operaciones y por comenzar a operar, al recibir el modelo una sensible disminución respecto al año base, debe recuperarse en el transcurso de las operaciones del mismo.

El modelo está preparado financieramente para hacerle frente a los cambios financieros generados por la operación misma del modelo, por lo que el indicador en ningún momento deja de reportar ganancias para el PNCV y para el ISTU, aunque en el período 1 y 2, inicia el proceso de recuperación de la etapa inicial del modelo, por lo que es importante que suceda esta transición con el fin de consolidar el desarrollo de la nueva gestión del PNCV.

Costo Promedio de atención al turista

$$\text{Costo promedio anual} = \frac{\text{Costos Operativos anuales del PNCV}}{\text{Visitantes anuales del PNCV}}$$

| SITUACIÓN ACTUAL | | | | |
|---|--|--|----------------------|----------------|
| PERÍODO | DATOS | | INDICADOR | |
| SITUACIÓN ACTUAL | $\text{Costo promedio anual} = \frac{\$ 112,128.94}{211,820 \text{ personas}}$ | | \$0.53 ctvs./persona | |
| SITUACIÓN PROPUESTA (MODELO DE GESTIÓN) | | | | |
| PERÍODO | DATOS | | INDICADOR | VARIACIÓN (\$) |
| AÑO 1 | $\text{Costo promedio anual} = \frac{\$ 369,791.04}{230,239 \text{ personas}}$ | | \$1.61 ctvs/pp | \$1.08 |
| AÑO 2 | $\text{Costo promedio anual} = \frac{\$ 375,707.69}{250,260 \text{ personas}}$ | | \$1.50 ctvs/pp | \$0.97 |
| AÑO 3 | $\text{Costo promedio anual} = \frac{\$ 377,556.65}{272,022 \text{ personas}}$ | | \$1.39 ctvs/pp | \$0.86 |
| AÑO 4 | $\text{Costo promedio anual} = \frac{\$ 379,405.60}{295,676 \text{ personas}}$ | | \$1.28 ctvs/pp | \$0.75 |
| AÑO 5 | $\text{Costo promedio anual} = \frac{\$ 380,884.77}{321,387 \text{ personas}}$ | | \$1.19 ctvs/pp | \$0.66 |

Análisis:

El costo por prestación de servicios turísticos evidentemente aumentará en la misma medida que los servicios que se presten sean mayores y necesiten mayor cantidad de fondos para operar, actualmente no se cuenta con ningún servicio mejorado/diversificado por lo que el modelo asume el costo de la instalación de los mismos y el costo por prestar todos los servicios que el modelo propone, es evidente que este costo será cubierto con los ingresos por la prestación de servicios que el PNCV perciba. Es notorio el hecho que a medida el modelo se consolida y se establece comercialmente el costo disminuirá, por lo que la variación incluso podría llegar a \$ 0.66 respecto de la situación actual.

El hecho de que el costo por atención a los turistas y visitantes aumente, sin que se analice los ingresos del modelo, no afecte su desempeño, ya que si bien el costo es mayor con el establecimiento del modelo, también los ingresos lo son y se reportan ganancias proyectados para todos los años de operación del modelo.

Población subsidiada por el PNCV

$$\% \text{ de personas subsidiadas} = \frac{\text{Personas que reciben subsidio en el PNCV}}{\text{Total de personas que entran al PNCV}} * 100$$

| SITUACIÓN ACTUAL | | | |
|---|--|-----------|------|
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR | |
| SITUACIÓN ACTUAL | $\% \text{ de personas subsidiadas} = \frac{133,820 \text{ personas}}{211,820 \text{ personas}} * 100$ | 63% | |
| SITUACIÓN PROPUESTA (MODELO DE GESTIÓN) | | | |
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR | %VAR |
| AÑO 1 | $\% \text{ de personas subsidiadas} = \frac{138,143 \text{ personas}}{230,239 \text{ personas}} * 100$ | 60% | 5% |
| AÑO 2 | $\% \text{ de personas subsidiadas} = \frac{147,653 \text{ personas}}{250,260 \text{ personas}} * 100$ | 59% | 7% |
| AÑO 3 | $\% \text{ de personas subsidiadas} = \frac{155,052 \text{ personas}}{272,022 \text{ personas}} * 100$ | 57% | 10% |
| AÑO 4 | $\% \text{ de personas subsidiadas} = \frac{165,578 \text{ personas}}{295,676 \text{ personas}} * 100$ | 56% | 11% |
| AÑO 5 | $\% \text{ de personas subsidiadas} = \frac{176,762 \text{ personas}}{321,387 \text{ personas}} * 100$ | 55% | 13% |

Análisis:

A pesar de que se presenta una reducción en este indicador, su lectura es positiva, ya que en la medida de que este número disminuya, los ingresos deberán aumentar positivamente, por lo que los planes comerciales rendirán frutos, debido a que el mercado objetivo será penetrado de forma adecuada, pero sobre todo no se pierde la visión de crear un turismo social que involucre a todos los actores de la sociedad.

A medida que este indicador desciende respecto del porcentaje presentando en la S.A del PNCV, se genera de manera positiva, ya que a medida de que la población subsidiada disminuye, será mayor la proporción de turistas y visitantes que si pagarán la entrada y por ende según el estudio de mercado, serán capaces de adquirir los nuevos servicios diversificados y mejorados durante la operación del modelo.

AMBIENTAL

Evacuación de desechos sólidos

$$\% \text{ de evacuación anual} = \frac{\text{Número desalojos de desechos solidos}}{\text{Meses operativos al año}} * 100$$

| SITUACIÓN ACTUAL | | |
|---|--|-----------|
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR |
| SITUACIÓN ACTUAL | $\% \text{ de evacuación anual} = \frac{3}{12} * 100$ | 25% |
| SITUACIÓN PROPUESTA (MODELO DE GESTIÓN) | | |
| PERÍODO | DATOS | INDICADOR |
| AÑO 1 | $\% \text{ de evacuación anual} = \frac{12}{12} * 100$ | 100% |
| AÑO 2 | $\% \text{ de evacuación anual} = \frac{12}{12} * 100$ | 100% |
| AÑO 3 | $\% \text{ de evacuación anual} = \frac{12}{12} * 100$ | 100% |
| AÑO 4 | $\% \text{ de evacuación anual} = \frac{12}{12} * 100$ | 100% |
| AÑO 5 | $\% \text{ de evacuación anual} = \frac{12}{12} * 100$ | 100% |

Análisis:

El plan de saneamiento ambiental que el modelo de gestión contempla estipula de forma explícita que los desechos sólidos del PNCV deben ser desalojados al menos una vez al mes, y queda a criterio de la dirección del PNCV aumentar la frecuencia en las fechas especiales como los festivales frutales o del café, además de monitorear la generación de desechos sólidos con el fin de evacuar oportunamente dichos desechos y disminuir el impacto ambiental ocasionado por la operación del modelo.

El modelo claramente indica que se debe desalojar los desechos sólidos del PNCV una vez al mes como mínimo, por lo que este indicador refleja el valor esperado que deberá alcanzarse durante la operación del modelo, por lo que se vuelve imprescindible que se evacua oportunamente y se desaloje del centro de acopio todos los desechos generados en la operación del PNCV.

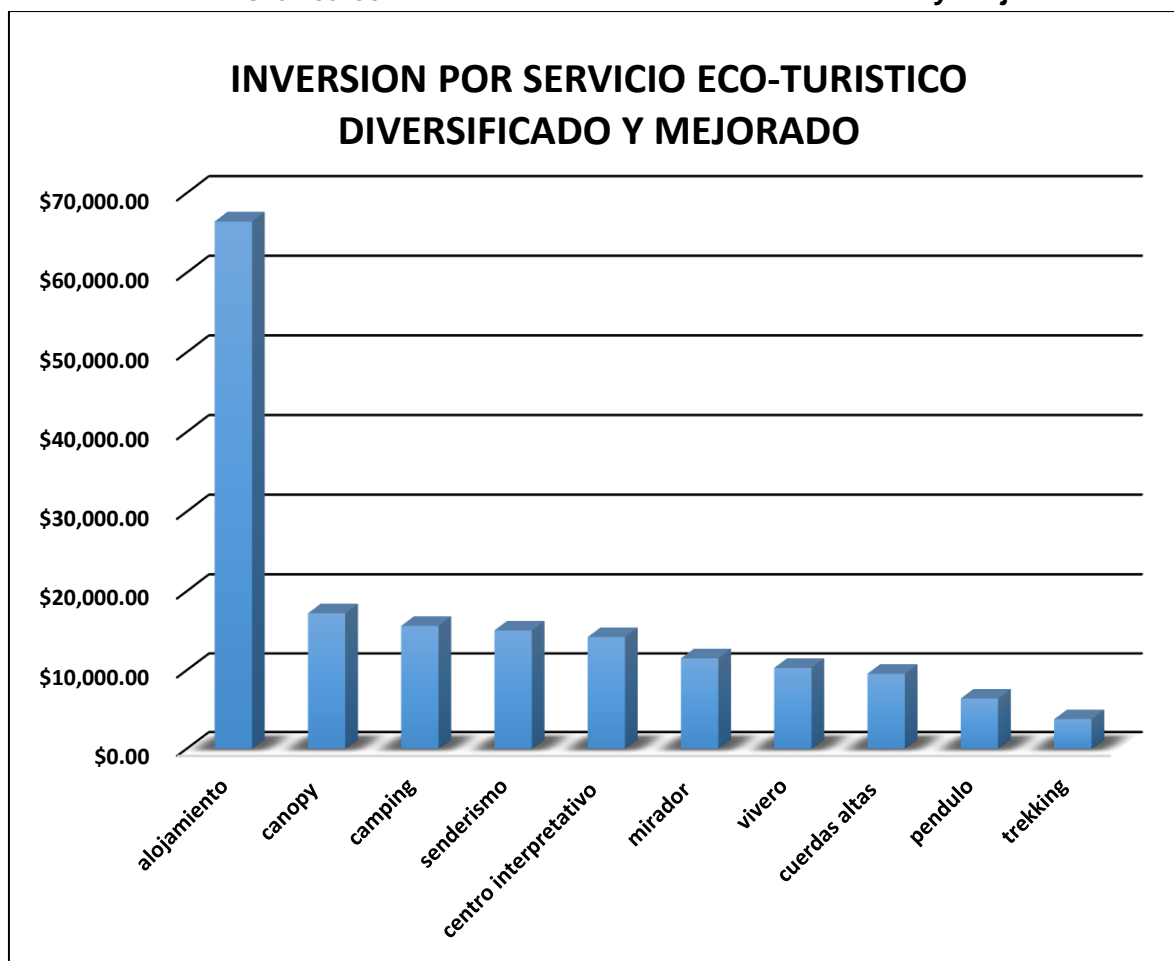
6.8.7 ANÁLISIS DE EJECUCIÓN PARCIAL

Realizando un análisis de los servicios ecoturísticos propuestos y diversificados, se toma en consideración, el hecho de ejecutar parcialmente la propuesta respectiva hasta completar el total de servicios ecoturísticos que incluye el modelo, por lo que se toma como base la inversión y los ingresos que estos generan al parque.

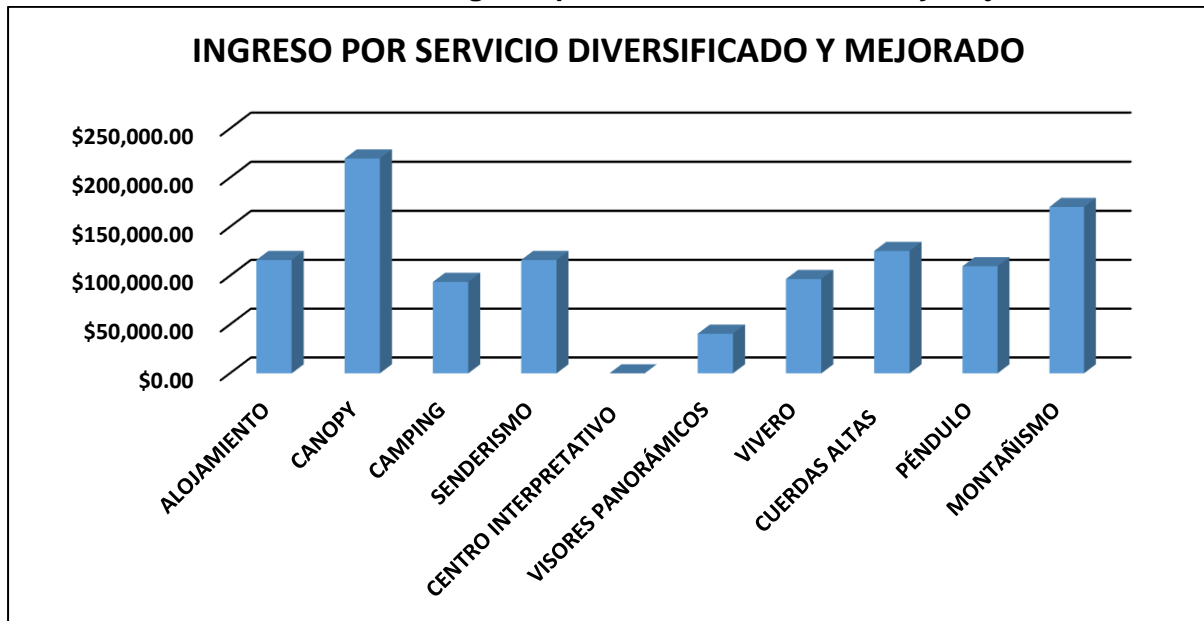
Al evaluar cada uno de los servicios respecto del monto de inversión requerido, se obtiene que el servicio que genera el 39.08% de la inversión es el servicio de alojamiento, esto debido a la infraestructura a realizar, pero a pesar de tal situación es uno de los servicios que genera el 10% de los ingresos totales por servicios ecoturísticos.

La siguientes graficas muestra la inversión y el ingreso que genera cada uno de los servicios ecoturísticos diversificados y mejorados.

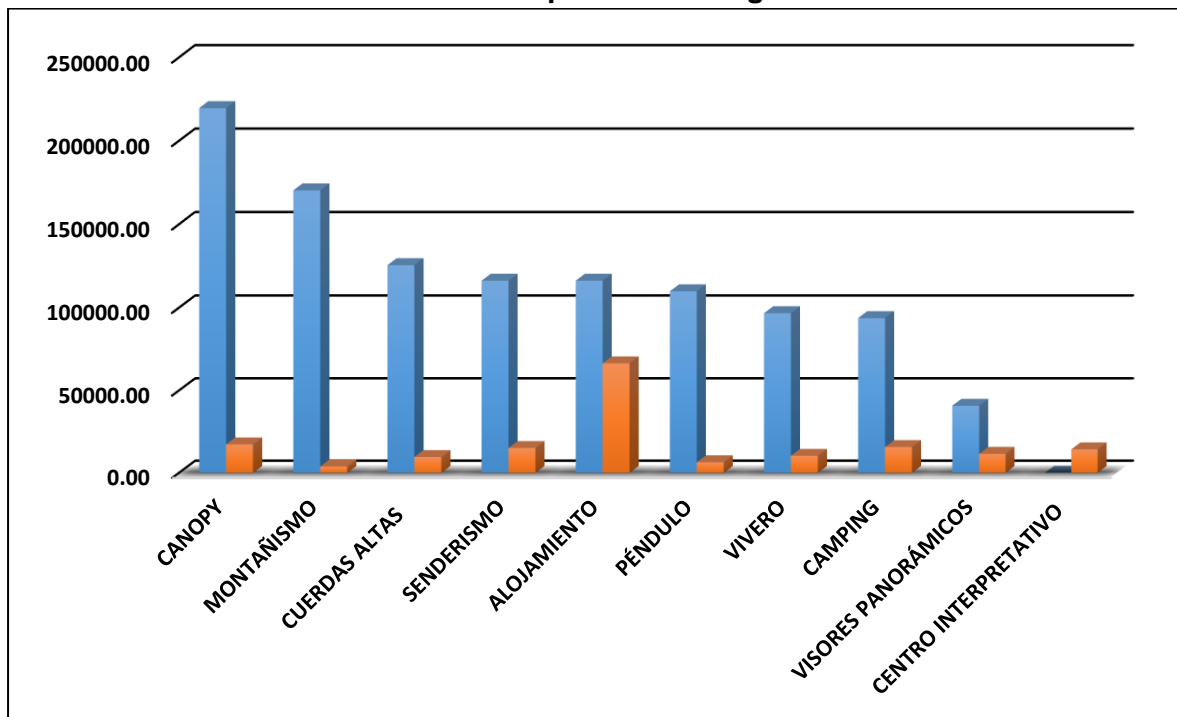
Gráfica 59 - Inversión de servicios diversificados y mejorados



Gráfica 60 - Ingreso por servicio diversificado y mejorado



Gráfica 61 - Comparación de ingresos vrs inversión



La grafica anterior muestra la comparativa de ingreso e inversión de cada servicio ecoturístico y buscando una ejecución parcial se propone lo siguiente:

- Iniciar con los servicios ecoturísticos que se sean similares y generen poca inversión y un ingreso de efectivo alto; tal es el caso de canopy, mejoras en montañismo y senderismo, cuerdas altas y péndulo.
- Incluir al Centro Interpretativo como uno de los servicios principales, que deben ser ejecutados al inicio del modelo, debido a que es parte fundamental de la concientización ambiental en los turistas y visitantes que ingresan al parque; el Centro Interpretativo no genera ingresos pero si concientiza y muestra el atractivo turístico del parque.

Al ejecutar parcialmente los servicios ecoturísticos estos generan el 68.10% de los ingresos previstos del total de servicios ecoturísticos, cabe mencionar que no se incluye el ingreso por parqueo y entradas al parque; además implica el 38.91% de la inversión prevista anteriormente

Tabla 252 - Porcentaje de ingreso e inversión por servicio ecoturístico

| PORCENTAJE DE INGRESO | SERVICIO | PORCENTAJE DE INVERSIÓN |
|------------------------------|-----------------------|--------------------------------|
| 20.17% | CANOPY | 10.13% |
| 15.64% | MONTAÑISMO | 2.21% |
| 11.53% | CUERDAS ALTAS | 5.61% |
| 10.67% | SENDERISMO | 8.85% |
| 10.67% | ALOJAMIENTO | 39.08% |
| 10.09% | PÉNDULO | 3.76% |
| 8.88% | VIVERO | 6.05% |
| 8.61% | CAMPING | 9.19% |
| 3.74% | VISORES PANORÁMICOS | 6.76% |
| 0.00% | CENTRO INTERPRETATIVO | 8.35% |

6.9 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD¹¹²

Dentro del marco de las evaluaciones del proyecto, el análisis de sensibilidad permite a los gestores del modelo identificar las variables que tienen un impacto más fuerte sobre los costos o ingresos, permitiéndoles combinar las variables con el fin de obtener resultados que optimicen la generación de valor en el PNCV.

En todo análisis de sensibilidad es importante crear diferentes escenarios con el fin de tener una mejor perspectiva del negocio en diferentes situaciones. En el análisis financiero es importante contemplar los siguientes escenarios:

- a) **Optimista:** en este escenario las variables toman valores que sobrepasen las expectativas del negocio.
- b) **Esperado:** es el escenario más probable en el que las variables toman valores normales de operación teniendo en cuenta los resultados obtenidos por estudios de factibilidad o históricos.
- c) **Pesimista:** es el escenario en el que se toman en cuenta valores que son desfavorables para la empresa o el proyecto pero que pueden suceder y deben contemplarse.

Con lo anterior como base para la realización del análisis de sensibilidad del modelo, se presentarán los tres escenarios antes descritos con particularidades propias e intrínsecas del modelo, estas variables están directamente relacionadas con los ingresos registrados del modelo, el factor de corrección de las proyecciones y los costos esperados para el proyecto. Básicamente los escenarios planteados serán comparados con las evaluaciones realizadas en materia económica y financiera, realizando una síntesis de los resultados esperados en cuanto a los indicadores más importantes.

6.9.1 Escenario Optimista: Disminución del subsidio entregado a la población.

Este escenario se construye bajo la base de que con las adecuadas medidas de comercialización para el modelo, la proporción del subsidio entregado a la población pueda disminuir del 63% que actualmente se entrega, al 55% para elevar los niveles de afluencia de la población objetivo del modelo, es decir aquellas personas con capacidad adquisitiva y con las características que el estudio de mercado plantea para mejorar los niveles de venta del modelo. Este escenario plantea un aumento sensible de los niveles de venta que actualmente el modelo estima y proporciona mayor cantidad de recursos monetarios al proyecto, el escenario contempla el aumento de los ingresos en las condiciones de costos actuales, es decir que los planes de venta y comercialización influirían directamente sobre el mercado que se plantea servir y con las inversiones actuales, aunado al manejo óptimo de la capacidad de carga del modelo, los costos debieran mantenerse para este escenario optimista. Existen ciertas circunstancias que influirían a que este escenario pudiera suceder:

¹¹² (Bu, 1981, p. 239)

- a) Impacto positivo de la promoción y publicidad, que haya motivado favorablemente el ingreso de visitantes y turistas al parque.
- b) Aumento de llegadas al público objetivo del modelo, los cuales estén dispuestos a hacer uso de los servicios eco-turísticos propuestos.
- c) En alguna de las franjas estacionales de llegada de turistas y visitantes al parque, se haya aumentado el ingreso y se haya aprovechado para incrementar dicho rubro.

Tabla 253 - Flujo de Efectivo Escenario Optimista

| ESCENARIO 1: DISMINUCIÓN DEL SUBSIDIO ENTREGADO A LA POBLACIÓN HASTA EL 55% | | | | | | |
|--|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| PERÍODO | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| FLUJO DE EFECTIVO | \$(389,214.57) | \$157,758.03 | \$188,776.85 | \$228,679.84 | \$272,212.77 | \$320,061.99 |
| BENEFICIO | - | \$470,706.12 | \$507,641.63 | \$549,393.58 | \$594,775.46 | \$644,103.84 |
| COSTO | - | \$369,791.00 | \$375,707.69 | \$377,556.65 | \$379,405.60 | \$380,884.77 |

La tabla anterior sirve como insumo para determinar las variables económicas sujetas de análisis para el modelo, es decir, sirve como parámetro para alimentar las comparaciones hechas entre el modelo original plasmado en apartados anteriores y el escenario propuesto en el análisis de sensibilidad. La disminución del porcentaje de subsidio entregado a la población disminuye en un 8%, el cual es el mismo porcentaje ponderado en que crece la industria turística nacional y solo una fracción del 20% que el PNCV ha crecido en el último año, según la memoria de labores presentada por el ISTU, la disminución del subsidio directamente impacta en el aumento de la población que sí paga la entrada al PNCV y por ende según el estudio de mercado del proyecto, estaría en condiciones de poder adquirir y utilizar los servicios propuestos por el modelo. Habiendo ya conocido los pormenores del escenario optimista, se hace indispensable evaluar los cambios sufridos en las variables económicas y financieras del modelo. A modo de resumen se presentan a continuación las variaciones respecto a los datos esperados en las proyecciones originales.

Análisis económico

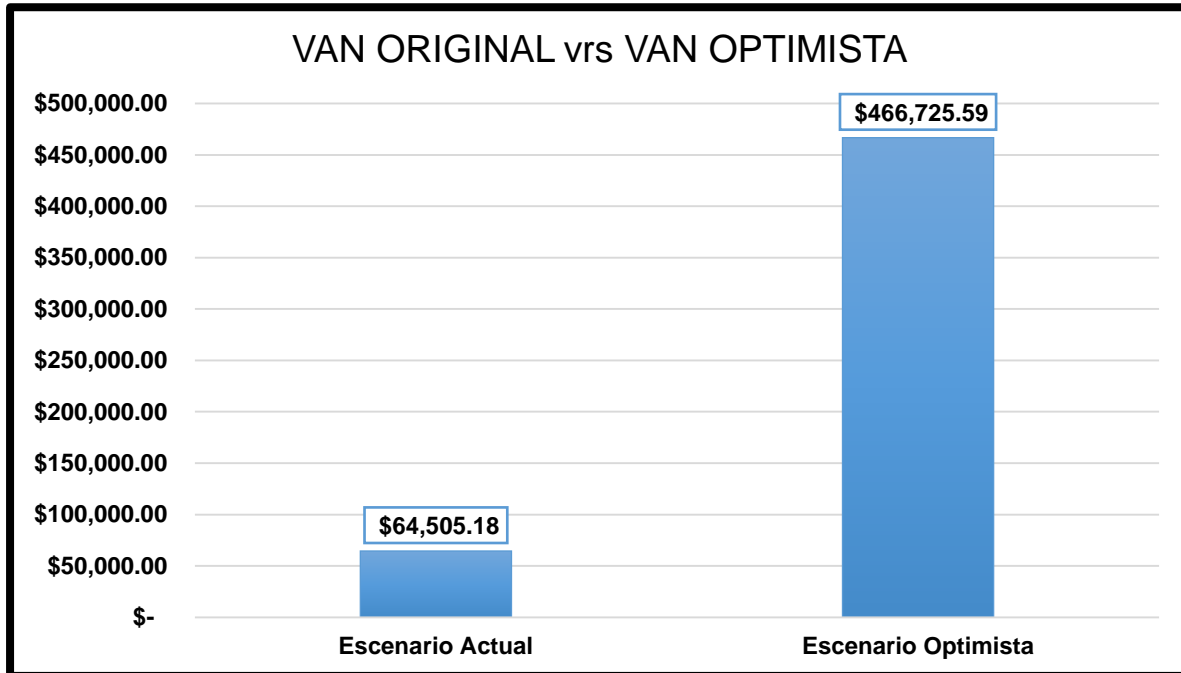
Tabla 254 - Evaluación Económica. Escenario Optimista

| INDICADORES ECONÓMICOS | EVALUACIÓN ECONÓMICA | | |
|-------------------------------|-----------------------------|------------------|-----------------------|
| | ORIGINAL | OPTIMISTA | % DE VARIACIÓN |
| VAN | \$ 64,505.18 | \$ 466,725.59 | 623.55% |
| TIR | 15.24% | 44.42% | 191.41% |
| TMAR | 10.00% | 10.00% | 0.00 |
| B/C | 1.17 | 1.45 | 24.03% |
| TRI (AÑOS) | 5.61 | 2.20 | -60.71% |

El porcentaje de variación hace referencia al impacto directo que el escenario creará respecto a las proyecciones realizadas inicialmente para el modelo. Para el escenario optimista, la variación de los parámetros económicos es positiva, ya que registran un aumento significativo en las variables económicas utilizadas para la toma de decisión del modelo. El único porcentaje de variación con dato negativo es el del tiempo de recuperación, pero la interpretación para

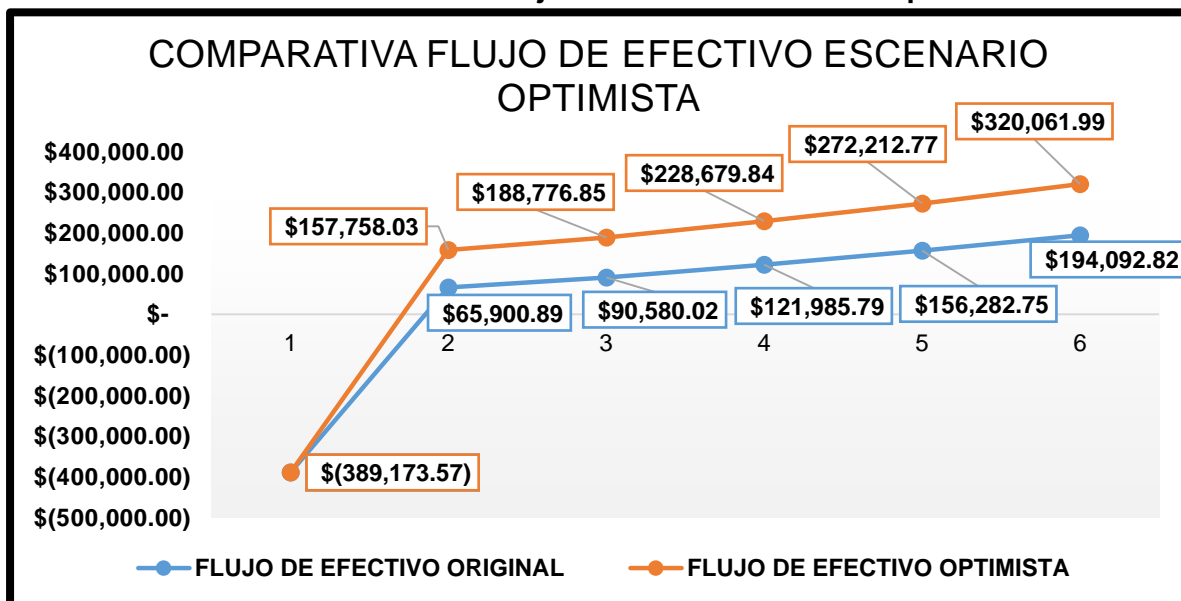
este dato resulta en un dato favorable que se alcanzaría la recuperación de la inversión en un tiempo menor que en los datos proyectados para el modelo original.

Gráfica 62 - VAN original vrs VAN optimista



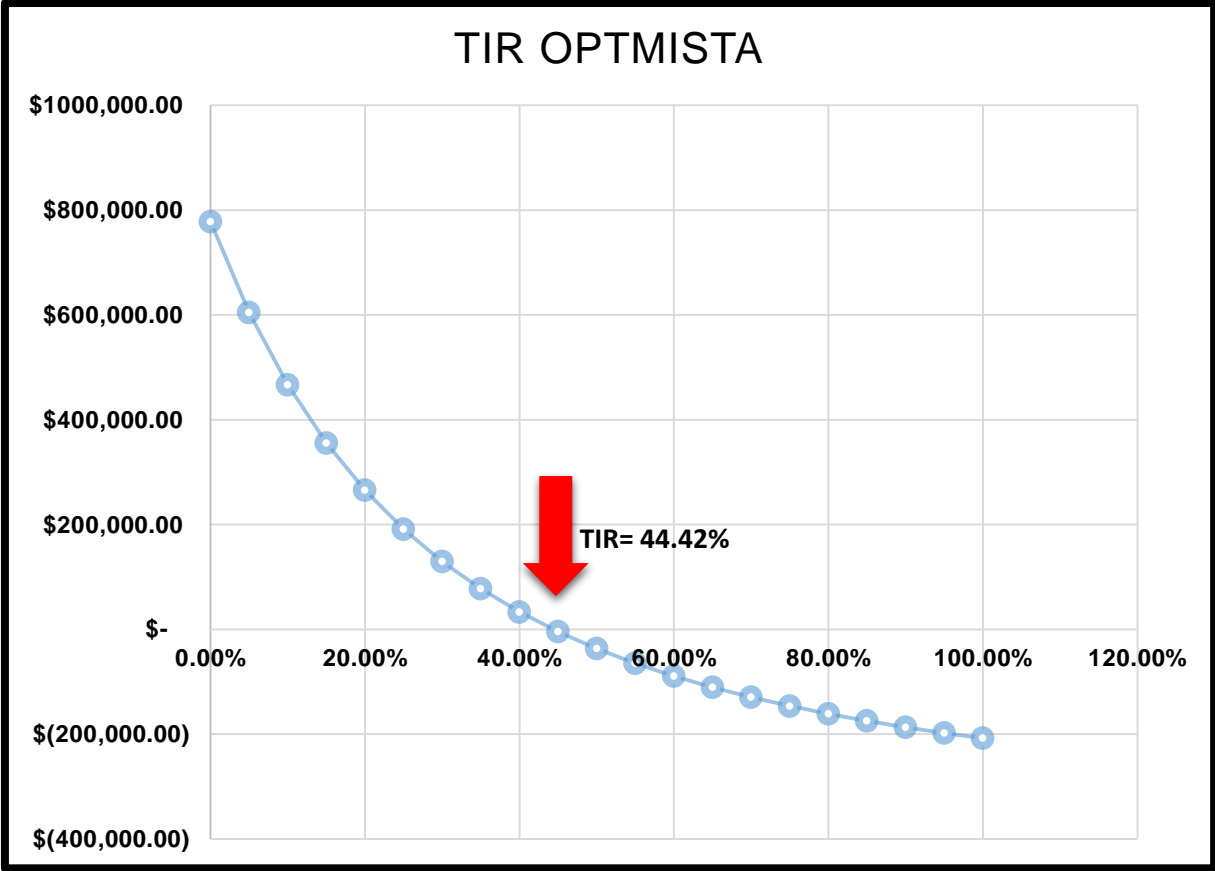
La grafica anterior muestra el aumento significativo del VAN del proyecto en el escenario optimista, lo que sin duda alguna refuerza la premisa de que la población subsidiada debe disminuir para asegurar el crecimiento y sostenibilidad económica del PNCV.

Gráfica 63 - Flujo de Efectivo Escenario Optimista



Es evidente el cambio en el flujo de efectivo del escenario, ya que presenta datos congruentes con la reducción del subsidio entregado y ya que el rubro que más aporta al flujo de efectivo es el ingreso por entradas a PNCV, es notorio el aumento en los niveles de ingreso del PNCV.

Gráfica 64 - TIR Escenario Optimista



Las tasa de descuento en que el VAN se vuelve cero representa la TIR, que para el escenario optimista ronda el 48.64%, la cual es mayor que la TMAR y por ende dentro de los parámetros de decisión del modelo, el escenario estaría cumpliendo los requisitos del modelo.

Análisis Financiero

Conociendo como responde el modelo al escenario optimista es necesario determinar los ratios financieros claves para el escenario, que permitan visualizar el impacto financiero que tendría este modelo dentro del análisis de sensibilidad.

Tabla 255 - Ratios Financieros Clave. Escenario Optimista

| ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES | | | | | |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENTAS | \$ 443,206.12 | \$ 480,141.63 | \$ 521,893.58 | \$ 567,275.46 | \$ 616,603.84 |
| ACTIVOS TOTALES | \$ 490,129.66 | \$ 622,063.59 | \$ 793,900.52 | \$ 1009,270.38 | \$ 1272,489.45 |
| ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES | 0.90 | 0.77 | 0.66 | 0.56 | 0.48 |

| RENTABILIDAD SOBRE VENTAS | | | | | |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDADES NETAS | \$ 100,915.09 | \$ 131,933.94 | \$ 171,836.93 | \$ 215,369.86 | \$ 263,219.08 |
| VENTAS | \$ 443,206.12 | \$ 480,141.63 | \$ 521,893.58 | \$ 567,275.46 | \$ 616,603.84 |
| RENTABILIDAD SOBRE VENTAS | 23% | 27% | 33% | 38% | 43% |

| RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS | | | | | |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDAD NETA | \$ 100,915.09 | \$ 131,933.94 | \$ 171,836.93 | \$ 215,369.86 | \$ 263,219.08 |
| ACTIVOS TOTALES | \$ 490,129.66 | \$ 622,063.59 | \$ 793,900.52 | \$1009,270.38 | \$1272,489.45 |
| RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS | 21% | 21% | 22% | 21% | 21% |

| RENTABILIDAD DEL CAPITAL | | | | | |
|---------------------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|----------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDAD NETA | \$100,915.09 | \$131,933.94 | \$ 171,836.93 | \$ 215,369.86 | \$ 263,219.08 |
| CAPITAL TOTAL | \$ 389,214.57 | \$490,129.66 | \$ 22,063.60 | \$ 793,900.52 | \$ 1009,270.38 |
| RENTABILIDAD DEL CAPITAL | 26% | 27% | 28% | 27% | 26% |

Los ratios financieros que determinan la actividad y el uso de los activos reflejan alzas positivas en el escenario optimista; la rentabilidad sobre las ventas del modelo ronda en su mejor año el 43%, por lo que se está generando utilidades para el parque a medida se deja de subsidiar a la población y se incrementa la entrada por venta de servicios a sectores de mercado con mayor poder adquisitivo. A medida el modelo se establece y se mantiene constante el ingreso los activos adquiridos generan al menos el 44% de rentabilidad al final del período de análisis del modelo, esto supera por amplio margen el 7% esperado para la industria, evidentemente este margen de comparación es dictado por la OMT en base a los datos generados por empresas turísticas alrededor del mundo, pero el modelo propuesto para la gestión el ISTU posee particularidades que hacen que los activos generen mayor rentabilidad, pero al ser de carácter gubernamental, estas utilidades solo pueden regresar de dos formas al PNCV, a través de una reinversión generada por la administración pública o en forma de proyectos de mejora e infraestructura.

situaciones que deban aprovechar el carácter dinámico del modelo; utilizando los nuevos recursos y flujos de efectivo que el escenario crea; Con ello es imprescindible que los gestores generen estrategias que favorezcan este nuevo estadio del modelo.

Estrategias:

- a) Evaluar una política de retiro de valores del parque que no permita que se manejen más de \$25,000 a la semana, debido a que los flujos anuales de efectivo, en el escenario optimista permitirían que el PNCV manejara fuertes sumas en efectivo.
- b) Reinvertir las utilidades generadas en nuevos procesos e investigación y desarrollo de nuevos atractivos turísticos.
- c) Monitorear constantemente los niveles de visitantes y turistas para no sobrepasar la capacidad de carga definida en el componente técnico del modelo.

6.9.2 Escenario Probable: Aumento del 12% de los ingresos y aumento del 3% de los costos.

Analizando los datos obtenidos de las proyecciones y del estudio de mercado es muy probable que el modelo presente un comportamiento en que debido a la novedad de los servicios prestados y la gestión comercial, exista un aumento positivo en la cantidad de servicios prestados, en donde al menos la mitad del factor de corrección (24%) se vea afectada con el aumento de los ingresos del modelo. De los ingresos originalmente proyectados; existe un probable aumento del 12%, por ende los costos por operación deben aumentarse a una razón del 3%, con lo que se equilibraría el aumento de los ingresos.

El aumento en los ingresos puede deberse a múltiples factores, que hayan influido positivamente para generar este ingreso, entre esos factores podemos destacar:

- a) Impacto positivo de la promoción y publicidad, que haya motivado favorablemente el ingreso de visitantes y turistas al parque.
- b) Aumento en los precios de los servicios turísticos ofertados, debido a la demanda, con lo cual se pueda favorablemente incrementar el rubro de los ingresos.
- c) En alguna de las franjas estacionales de llegada de turistas y visitantes al parque, se haya disparado el ingreso y se haya aprovechado para incrementar dicho rubro.

Dicho lo anterior es posible verificar como ha sido el impacto del aumento del 12% en los ingresos y de un 3% en los costos del parque.

Tabla 256 - Flujo de Efectivo Escenario Probable

| ESCENARIO 2: AUMENTO DEL 12% DE LOS INGRESOS Y AUMENTO DEL 3% DE LOS COSTOS | | | | | | |
|--|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| PERÍODO | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| FLUJO DE EFECTIVO | \$ (389,214.57) | \$ 97,506.64 | \$125,679.76 | \$161,020.64 | \$199,599.64 | \$ 242,080.04 |
| BENEFICIO | - | \$421,548.46 | \$455,815.78 | \$493,061.07 | \$533,544.50 | \$ 577,548.44 |
| COSTO | - | \$380,884.73 | \$386,978.92 | \$388,883.35 | \$390,787.77 | \$ 392,311.31 |

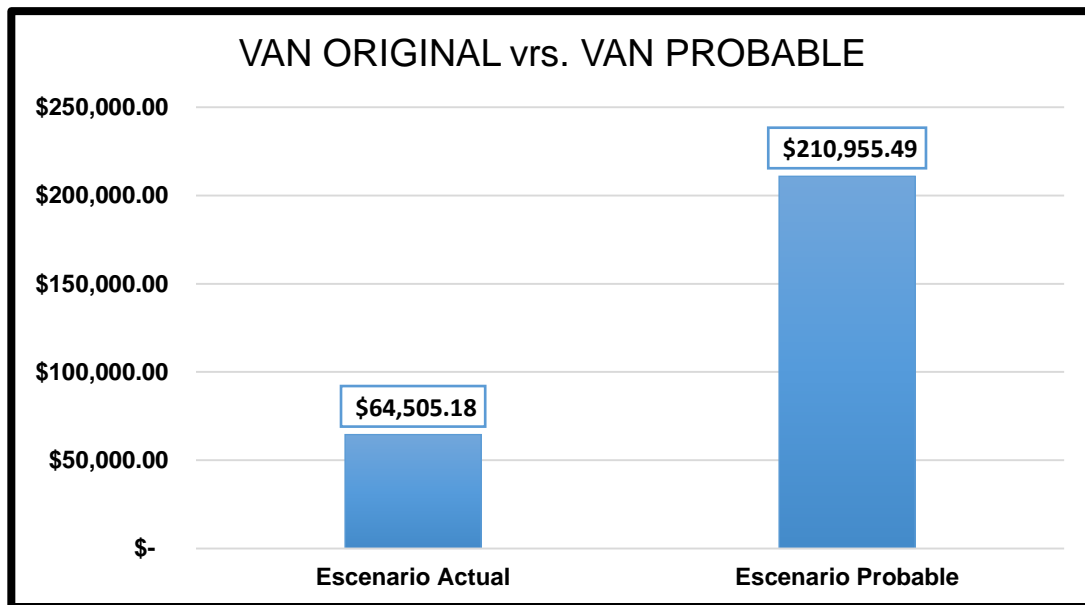
Evidentemente el flujo de efectivo del modelo se verá alterado respecto del flujo originalmente proyectado. En este flujo es posible notar las variaciones existentes, que favorecen a este escenario en particular, ya que los ingresos se ven aumentados en al menos el 12%, debido al factor de corrección utilizado en las proyecciones, que es del 24%, por lo que una adecuada gestión comercial del modelo y un manejo integral de los recursos con los que el PNC dispone, abonarían a que este escenario sea muy probable durante la operación del modelo.

Tabla 257 - Evaluación Económica Escenario Probable

| INDICADORES ECONÓMICOS | EVALUACIÓN ECONÓMICA | | |
|------------------------|----------------------|---------------|----------------|
| | ORIGINAL | PROBABLE | % DE VARIACIÓN |
| VAN | \$ 64,505.18 | \$ 210,955.49 | 227.04% |
| TIR | 15.24% | 26.35% | 72.89% |
| TMAR | 10.00% | 10.00% | 0.00 |
| B/C | 1.17 | 1.09 | -6.70% |
| TRI (AÑOS) | 5.61 | 3.59 | -35.93% |

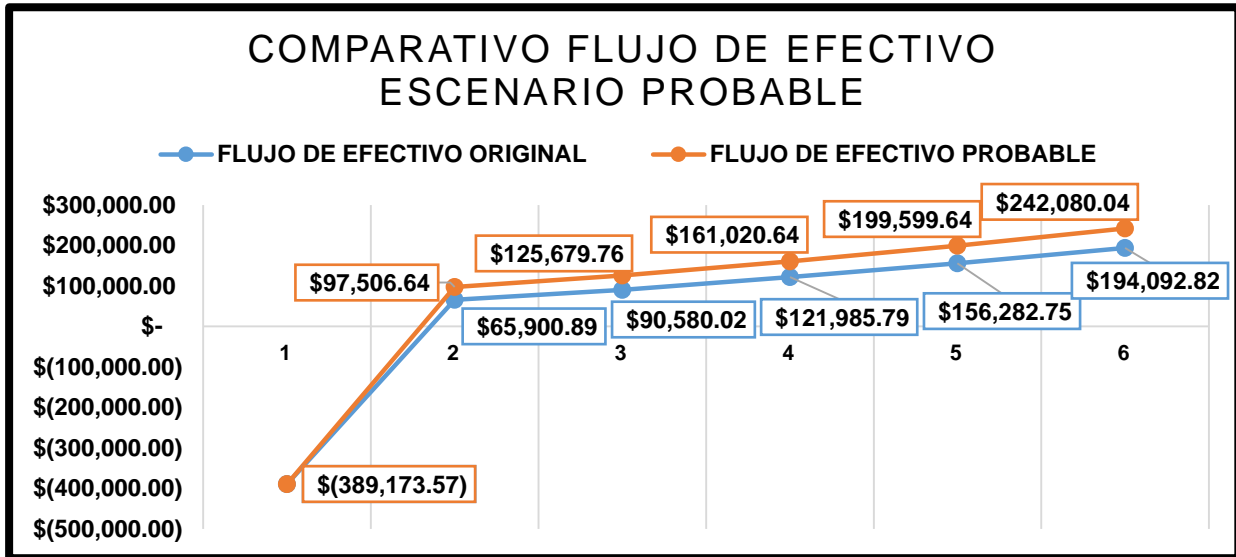
La comparativa entre las variables económicas actuales u originales y las que el escenario probable ofrece, reflejan una medida del impacto generado por el aumento tanto de los ingresos como de los costos, ya que el VAN posee un porcentaje de variación por el orden del 117% aproximadamente que representa un aumento en valores nominales del VAN del escenario de \$148,2833.66, lo que lo convierte en un escenario muy favorable para el proyecto. Evidentemente como el flujo de efectivo ha variado en el escenario la TIR ha sufrido un incremento diferencial del 54% lo que en concordancia al aumento del VAN, refleja un escenario por demás favorable. En donde se identifica una leve disminución es en la relación B/C, ya que se ve mermada en un 15.6%, lo que hace que la inversión refleje únicamente una ganancia de \$0.04 por cada dólar invertido. Pero el tiempo de retorno de la inversión a pesar de ser negativo refleja la disminución del tiempo en que el modelo retornará la inversión hecha.

Gráfica 65 - VAN original vs. VAN probable



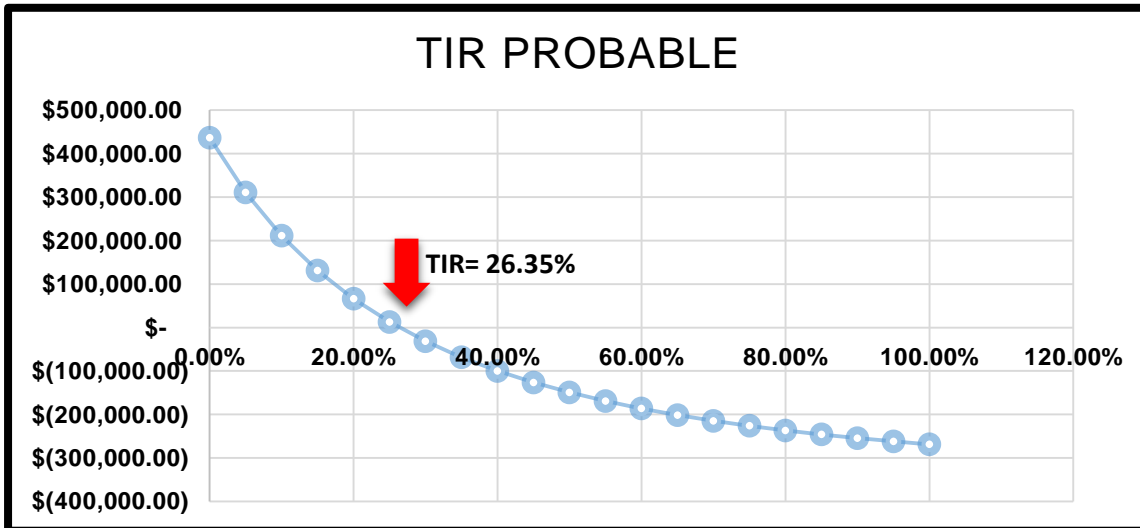
La grafica anterior, muestra la variación nominal entre el VAN original y el VAN del escenario probable, es evidente un aumento significativo del valor actual del proyecto con las condiciones que presenta el escenario más probable.

Gráfica 66 - Flujo de Efectivo Escenario Probable



La brecha entre el flujo de efectivo original y el que presenta el escenario más probable resulta no ser demasiado amplia, ya que en promedio la diferencia ronda los \$41,000.00 entre períodos, pero es suficiente para reducir el tiempo de retorno de la inversión y mejorar considerablemente la TIR.

Gráfica 67 - TIR escenario probable



El escenario probable arroja una TIR del 31.07%, la cual a su vez sigue siendo mayor que la TMAR, lo que garantiza el retorno de la inversión a una tasa razonable, la cual es superior a la tasa de referencia.

Análisis financiero

Ya se ha observado la forma en como el modelo responde al escenario más probable en términos económicos, pero es indispensable saber cómo responde en materia de finanzas ya que los ratios darán la pauta sobre como el modelo trabajará en base a los cambios sufridos en el escenario más probable. Los datos para la realización de los ratios provienen de los estados financieros desarrollados para cada escenario (Ver anexo P) .A continuación los ratios más importantes en este análisis:

Tabla 258 - Ratios Financieros Clave. Escenario Probable

| ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES | | | | | |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENTAS | \$ 394,048.46 | \$ 428,315.78 | \$ 465,561.07 | \$ 506,044.50 | \$ 550,048.44 |
| ACTIVOS TOTALES | \$ 429,878.26 | \$ 498,715.12 | \$ 602,892.84 | \$ 745,649.57 | \$ 930,886.70 |
| ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES | 0.92 | 0.86 | 0.77 | 0.68 | 0.59 |

| RENTABILIDAD SOBRE VENTAS | | | | | |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDADES NETAS | \$ 40,663.69 | \$ 68,836.85 | \$ 104,177.73 | \$ 142,756.73 | \$185,237.13 |
| VENTAS | \$ 394,048.46 | \$ 428,315.78 | \$ 465,561.07 | \$ 506,044.50 | \$550,048.44 |
| RENTABILIDAD SOBRE VENTAS | 10% | 16% | 22% | 28% | 34% |

| RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS | | | | | |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDAD NETA | \$ 40,663.69 | \$ 68,836.85 | \$ 104,177.73 | \$ 142,756.73 | \$ 185,237.13 |
| ACTIVOS TOTALES | \$ 429,878.26 | \$ 498,715.12 | \$ 602,892.84 | \$ 745,649.57 | \$ 930,886.70 |
| RENTABILIDAD BRUTA | 9% | 14% | 17% | 19% | 20% |

| RENTABILIDAD DEL CAPITAL | | | | | |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDAD NETA | \$ 40,663.69 | \$ 68,836.85 | \$ 104,177.73 | \$ 142,756.73 | \$ 185,237.13 |
| CAPITAL TOTAL | \$ 389,214.57 | \$ 429,878.26 | \$ 498,715.12 | \$ 602,892.84 | \$ 745,649.57 |
| RENTABILIDAD BRUTA | 10% | 16% | 21% | 24% | 25% |

Al verificar oportunamente los ratios financieros generados con los datos del escenario más probable, es posible observar los cambios sufridos con las variables que han sido modificadas. Para la rotación de activos totales, a pesar que en ninguno de los años de estudio del modelo se sobrepasa las 2.5 veces que la OMT establece como estándar para las empresas o iniciativas turísticas, pero es evidente que los activos se están realizando con cierta regularidad, en por medio 1 vez por año de análisis. De la rentabilidad sobre las ventas, la OMT establece que debe ser superior al 5%, dato que se sobrepasa en todos los años de análisis, aunque es de hacer la salvedad que este dato resulta superior a los esperado debido a que no se planes adquisición de activos fijos durante los primeros 5 años de operación. Mientras que el rendimiento sobre la inversión y el capital se mantienen por encima del 7% esperado ya que los flujos positivos de efectivo hacen posible que la rentabilidad de la inversión estatal sea positiva y garantizan la sostenibilidad financiera del proyecto.

Al tener este escenario muchas oportunidades de crecimiento, es indispensable que los gestores al enfrentarse a situaciones planteadas como estas, puedan saber afrontar efectivamente los cambios que puede presentar el modelo. En aras de lo anterior el modelo plantea algunas estrategias que pueden llevarse a acabo para aprovechar el buen panorama presentado por el escenario:

Estrategias:

- a) Manejar adecuadamente el nivel de costos fijos del parque y evitar aumentos bruscos no previstos
- b) Crear una política de manejo de personal, que haga uso únicamente del personal necesario para evitar el pago de salarios innecesarios.
- c) Verificar la estructura de costos operativos y de comercialización, con el propósito de generar ahorro en los rubros que fuera posible hacerlo
- d) Reinvertir eficientemente los recursos disponibles, innovando constantemente para aprovechar e aumento en el flujo turístico esperado.
- e) Fortalecer la política de satisfacción del cliente a través de un servicio ágil y oportuno que permita generar la mejor experiencia a los turistas y visitantes, esto en concordancia con la misión y visión del PNCV.

6.9.3 Escenario Pesimista: Reducción del 24% de los ingresos

Este escenario se construye bajo la base de que las proyecciones y estimaciones tienen un factor de corrección del 24%, este error puede influir directamente en los resultados finales de dichas proyecciones, por lo cual se introduce ese porcentaje de error en las proyecciones de los ingresos percibidos por servicios prestados a visitantes y turistas. Este escenario plantea el hecho de una sensible disminución en los ingresos del parque de hasta el 24% de lo proyectado por lo que varias cuentas en los estados financieros y de las variables económicas sufren cambios sustanciales que merecen la pena analizar; siempre en la misma línea la disminución en los ingresos es perjudicial para cualquier proyecto, especialmente en aquellos de índole turística, existe ciertas circunstancias por las cuales los ingresos proyectados disminuyan en un 24%, las cuales pueden ser:

- a) Inadecuada publicidad para el proyecto, lo que haga que la población no conozca las nuevas atracciones turísticas del parque.
- b) Altos índices de inseguridad en la zona, lo cual desmotive al turista y visitante en acercarse a conocer lo que el Parque ofrece.
- c) Auge de la competencia tanto directa, indirecta como sustitutiva que disminuya la llegada de los turistas y visitantes.
- d) Fenómenos naturales que impidan el acceso al parque o que lo dificulten, reduciendo así el ingreso monetario al parque.

Conociendo las posibles causas que mermen en un 24% los ingresos del parque, es necesario saber cómo impactaría esto la salud financiera y económica del parque, por lo cual se analizan los resultados de los cambios en las variables económicas y en los ratios financieros e índices de desempeño claves, a continuación:

Tabla 259 - Flujo de Efectivo Escenario Pesimista

| ESCENARIO 3: REDUCCIÓN DEL 24% DE LOS INGRESOS | | | | | | |
|---|----------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| PERÍODO | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| FLUJO DE EFECTIVO | \$(389,214.57) | \$(18,538.06) | \$ (1,201.93) | \$ 22,222.71 | \$ 47,844.64 | \$ 76,225.30 |
| BENEFICIO | - | \$294,890.03 | \$318,142.85 | \$343,416.44 | \$370,887.34 | \$400,747.16 |
| COSTO | - | \$369,791.00 | \$375,707.69 | \$377,556.65 | \$379,405.60 | \$380,884.77 |

La reducción en los ingresos del modelo, es fácilmente observable en el flujo de efectivo, ya que es mayor el impacto generado por la pérdida de ingresos, tanto que al cierre del primer año de operación se reporta pérdidas por el orden de los \$2,453.36 y el crecimiento esperado es muchísimo menor al reportado en las proyecciones originales del modelo. El factor de corrección que propicia las bases de este escenario proviene directamente de las estimaciones realizadas para el presupuesto de ingresos y egresos, ya que para mantener los datos apegados a la realidad la metodología prospectiva sugiere un factor de corrección de los datos estimados.

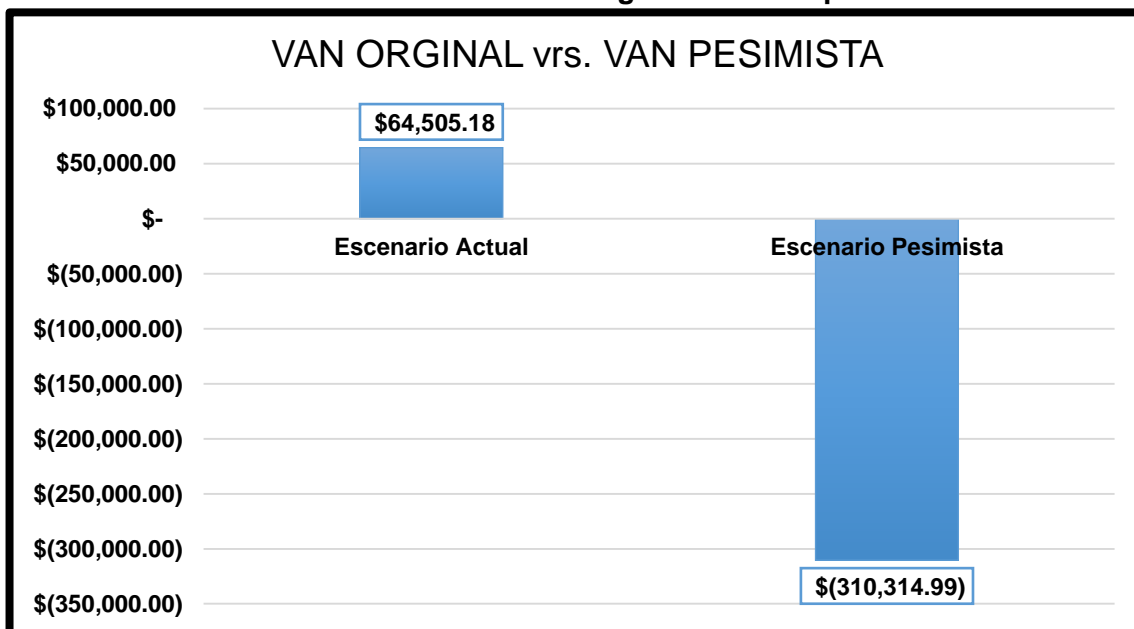
ANÁLISIS ECONÓMICO

Tabla 260 - Evaluación Económica. Escenario Pesimista

| INDICADORES ECONÓMICOS | EVALUACIÓN ECONÓMICA | | |
|------------------------|----------------------|-----------------|----------------|
| | ORIGINAL | PESIMISTA | % DE VARIACIÓN |
| VAN | \$ 64,505.18 | \$ (310,314.99) | -581.07% |
| TIR | 15.24% | -20.95% | -237.46% |
| TMAR | 10.00% | 10.00% | 0.00 |
| B/C | 1.17 | 0.91 | -22.50% |
| TRI (AÑOS) | 5.6 | -12.53 | -323.51% |

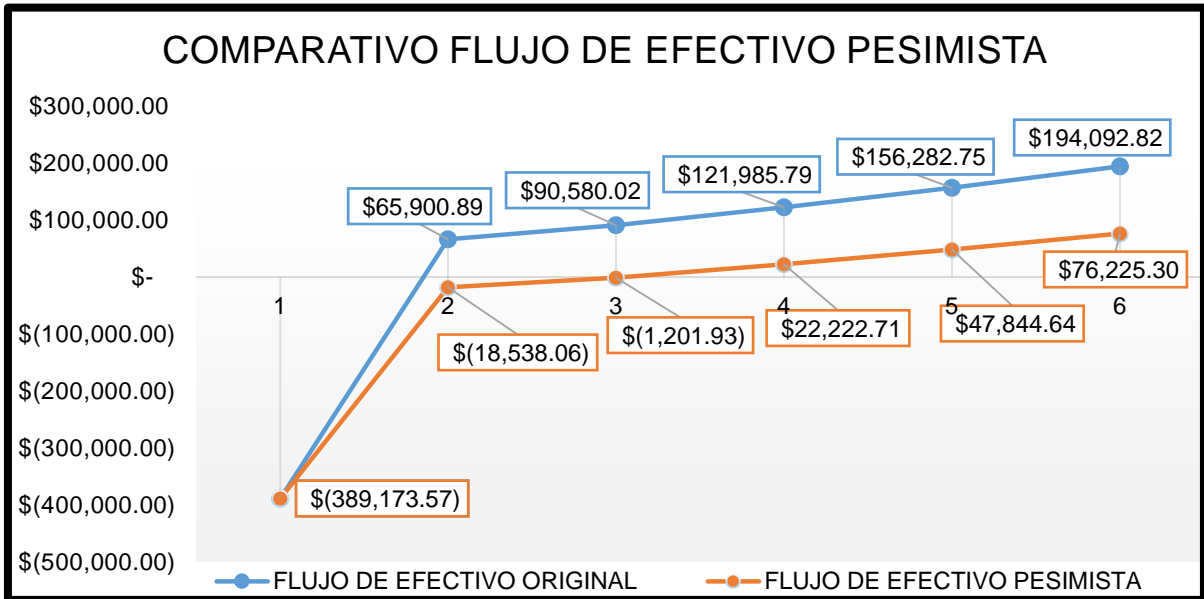
Es evidente el cambio brusco que generaría una disminución del 24% de los ingresos del parque, ya que por simple inspección el modelo económicamente no podría hacerle frente a esta situación por lo que se vuelve vulnerable a este tipo de situaciones, que no se presentan de la noche a la mañana, sino que los gestores deberán identificar con premura e introducir los planes de contingencia necesarios para evitar que el modelo no pueda cumplir los objetivos para los cuales ha sido elaborado. El VAN del proyecto se ve mermado en un 296% por lo que no podría aceptarse en condiciones normales un proyecto que representa pérdidas a lo largo de su vida útil, otro punto de alerta es que la TIR baja hasta un punto económicamente inviable ya que una TIR negativa no puede generar ningún tipo de retorno de la inversión, sino que exigiría constantemente inyecciones de capital para sobrellevar el proyecto. Es importantísimo mencionar que por cada dólar invertido se van a perder en promedio \$0.04, este dato es arrojado por una variación negativa del B/C que ronda los 22.5 puntos porcentuales.

Gráfica 68 - VAN Original vrs. VAN pesimista



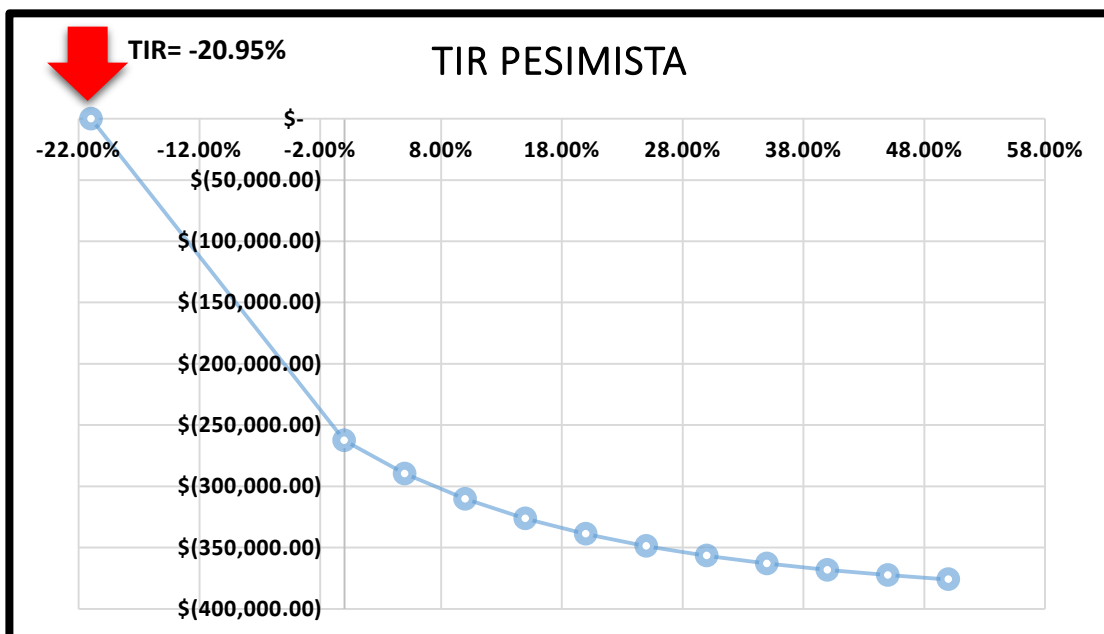
Es evidente al revisar los flujos de efectivo que la suma de ellos es \$173,767.41, que es por mucho, un valor muy bajo respecto a la inversión inicial, ahora bien al traer los flujos de efectivo al presente, na habría forma de recuperar la inversión, por ende el VAN nos indica que en las circunstancias de reducir los ingresos en un 24%, el proyecto no podría ser viable.

Gráfica 69 - Flujo de efectivo Escenario Pesimista.



Al analizar detenidamente la variación en el flujo de efectivo actual y en el del escenario pesimista, es notorio un descenso brusco que ronda una diferencia nominal de \$118,000.00 por periodo, este gráfico representa en pocas palabras la caída económica y financiera que representaría dejar que el modelo pueda llegar a un descenso del 24% de los ingresos.

Gráfica 70 - TIR Pesimista



Ya que el VAN es negativo, la TIR también lo será, una una tasa negativa no tendría sentido económico, pero a modo de verificación del escenario, la gráfica anterior muestra cómo se plantearía esquemáticamente una TIR negativa y por ende también un VAN, que como se ha mencionado con anterioridad, no puede aceptarse como proyecto de inversión.

Análisis Financiero

Tabla 261 - Ratios Financieros Clave. Escenario Pesimista

| ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES | | | | | |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENTAS | \$ 267,390.03 | \$ 290,642.85 | \$ 315,916.44 | \$ 343,387.34 | \$ 373,247.16 |
| ACTIVOS TOTALES | \$ 314,313.57 | \$ 256,748.72 | \$ 222,608.51 | \$ 214,090.24 | \$ 233,952.63 |
| ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES | 0.85 | 1.13 | 1.42 | 1.60 | 1.60 |

| RENTABILIDAD SOBRE VENTAS | | | | | |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDADES NETAS | \$ (74,901.01) | \$ (57,564.84) | \$ (34,140.20) | \$ (8,518.27) | \$ 19,862.39 |
| VENTAS | \$ 267,390.03 | \$ 290,642.85 | \$ 315,916.44 | \$ 343,387.34 | \$ 373,247.16 |
| RENTABILIDAD SOBRE VENTAS | -28% | -20% | -11% | -2% | 5% |

| RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS | | | | | |
|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDAD NETA | \$ (74,901.01) | \$ (57,564.84) | \$ (34,140.20) | \$ (8,518.27) | \$ 19,862.39 |
| ACTIVOS TOTALES | \$ 314,313.57 | \$ 256,748.72 | \$ 222,608.51 | \$ 214,090.24 | \$ 233,952.63 |
| RENTABILIDAD BRUTA | -24% | -22% | -15% | -4% | 8% |

| RENTABILIDAD DEL CAPITAL | | | | | |
|---------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UTILIDAD NETA | \$ (74,901.01) | \$ (57,564.84) | \$ (34,140.20) | \$ (8,518.27) | \$ 19,862.39 |
| CAPITAL TOTAL | \$ 389,214.57 | \$ 314,313.56 | \$ 256,748.72 | \$ 222,608.51 | \$ 214,090.25 |
| RENTABILIDAD BRUTA | -19% | -18% | -13% | -4% | 9% |

Debido al descenso de los ingresos del modelo, la rotación de los activos totales, ni siquiera llega a una vez por período, es decir el volumen de ventas esperadas en este escenario ha caído considerablemente por lo que la realización de los activos en dinero se ha vuelto lenta y no se aprovecha como es debido. Las ventas, la rentabilidad sobre ellas se ha vuelto negativa durante los años del 1 al 3, mientras se ve una leve recuperación a partir del 4 año y empieza el modelo a reportar mejoras para el año 5, en el que la rentabilidad alcanza el 10%. Respecto al rendimiento sobre la inversión, sigue la misma tónica que el ratio anterior, ya que es a partir del 4 período en que empieza una sensible recuperación de la rentabilidad de la inversión, pero solo hasta el año 5 de operación es que alcanza los niveles adecuados de los estándares para empresas turísticas de la OMT. La utilidad reportada sobre la inversión que el estado debiera hacer para echar andar el modelo se ve diezmada durante los 3 primeros años de operación, pero aun así no alcanza en años posteriores la rentabilidad deseada y la sostenibilidad económica del modelo con un descenso tan drástico se ve amenazada a lo largo del proyecto.

Es notorio el hecho de que el modelo posee cualidades que le permiten perseverar de forma adecuada ante este tipo de situaciones, pero depende en gran medida de que los gestores basados en los componentes de estrategia del modelo, tomen las medidas necesarias para evitar que el modelo arriesgue la operación. Por lo que es necesario presentar estrategias que coadyuven oportunamente a enfrentarse a escenarios tan complicados

Estrategias:

- a) Incrementar la presencia de publicidad y promoción de los servicios eco-turísticos prestados en el Parque.
- b) Innovar constantemente, ya sea en la forma de prestación de los servicios como en los propios servicios brindados para poder hacerle frente a la competencia
- c) Crear alianzas con POLITUR y la FAES para reforzar la seguridad del Parque y durante los recorridos fuera de las instalaciones.
- d) Crear un plan de mitigación de riesgos ambientales y de fenómenos ambientales, con el propósito de crear un ambiente de seguridad a la población visitante y a los colaboradores del Parque.

6.10 Administración del proyecto

Para la administración del proyecto se debe tener claro el horizonte a seguir, es necesario realizar una buena planificación, pero se debe comenzar por definir un objetivo claro y preciso a seguir.

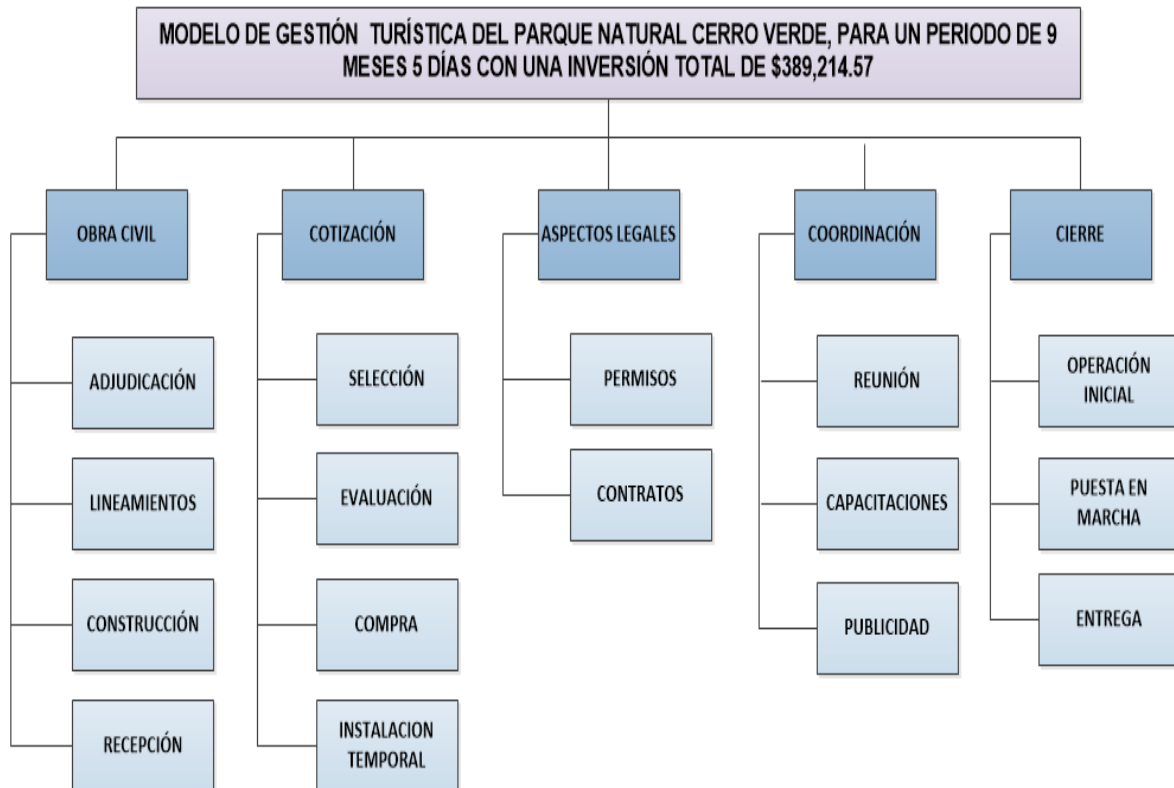
Objetivo de la administración del proyecto.

MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y OPERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS, BASADO EN LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y ECONÓMICA EN EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE, PARA EL INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO, A UN MONTO DE \$389,214.57, CON UNA DURACIÓN DE 9 MESES Y 15 DÍAS HÁBILES, PARA EL SANO Y LIBRE ESPARCIMIENTO DE TODA LA POBLACIÓN QUE LO VISITE, UBICADO EN EL DEPARTAMENTO DE SANTA ANA.

ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO (EDT)

El desglose de las actividades principales debe permitir realizar una división del trabajo para una efectividad al momento de ejecutar lo planeado, para ello se debe elaborar una EDT, que permite trazar un camino a seguir en la línea base del proyecto.

Figura 121 - EDT Modelo de gestión turística



6.10.1 Descripción de entregables y paquetes.

a) Obra civil:

Este entregable consiste en el diseño y la construcción de la infraestructura necesaria para brindar los servicios turísticos.

El entregable de Obra Civil posee los siguientes paquetes:

Adjudicación: Establece las bases de la licitación y evalúa las realizara los términos de referencia de las bases de competencia.

Lineamientos: Define todas las especificaciones que se requieren según la etapa de diseño y se analiza para las condiciones actuales del lugar.

Construcción: Se realiza la infraestructura arquitectónica de los servicios ecoturísticos diversificados y las mejoras respectivas de los servicios existentes, para brindar una mejor atención al turista.

Recepción: En este paquete se hará la documentación para la recepción de la obra en base al contrato y los procedimientos que rige la UACI del ISTU.

b) Cotización:

En este entregable se hará toda la selección, evaluación y adquisición de los bienes e insumos necesarios por medio de las gestiones respectivas para la ubicación de los mismos.

El entregable de cotización está comprendido por los siguientes paquetes:

Evaluación: Se realiza una evaluación e inventario de los lugares que requieren la construcción de infraestructura turística y el tipo de infraestructura requerida, según el estudio de diagnóstico y la propuesta de diseño; luego se realizará la búsqueda de todos los proveedores, en base a los procedimientos establecidos por la UACI y al cumplimiento de las especificaciones.

Selección: Contendrá los métodos de evaluación y selección para la adquisición de bienes e insumos y las diferentes ofertas, donaciones o reasignaciones que se haga por parte del ISTU para economizar parte de los recursos de la inversión.

Compra: Comprende los procedimientos de la UACI del ISTU para agilizar la adquisición de los bienes e insumos.

Instalación: Para este paquete se contempla todo el almacenaje temporal, inventario y despacho de bienes e insumos para lo que requiera el modelo.

a) Aspectos legales

Contempla los trámites necesarios para no caer en ninguna ilegalidad al momento del desarrollo de la obra, ya que el parque está dentro de un área natural protegida.

Permisos: Comprende todas las diligencias que se requieren para poder llevar a cabo el modelo sin inconveniente o retraso alguno en la ejecución.

Contratos: Se elaboran los contratos siguiendo los procedimientos jurídicos y de la UACI del ISTU.

b) Coordinación

El entregable de coordinación contempla todas las actividades a realizar con el personal del parque previo a iniciar operaciones, para que adquieran las destrezas y los conocimientos necesarios del servicio turístico.

Reunión: En este paquete se tendrá el perfil de todo el personal que se requiere para los puestos y se definirá todos los formularios y evaluaciones a realizar para los colaboradores del parque.

Capacitaciones: Coordina todas las capacitaciones que se dará al personal actual y a los aspirantes a ocupar una plaza en el parque, mediante los procedimientos de los expertos en cada capacitación.

Publicidad: Define la campaña de publicidad, el diseño y los tipos de promocionales que se van a tener como Parque Natural Cerro Verde.

c) Cierre

El entregable denominado cierre, maneja todos los informes y reportes de las actividades previas a la operación y de la obra civil en cuanto al objetivo planeado, además de ponerlo en marcha y hacer las respectivas pruebas para las correcciones necesarias.

Operación inicial: Se realizan las revisiones y preparación de todo lo necesario para llevar cabo de una forma óptima el servicio turístico.

Puesta en marcha: Se contempla una prueba piloto y puesta en marcha en base a las garantías definidas en los contratos y las evaluaciones respectivas que se hagan, asegurándose de entregar una obra según los términos de referencia con los cuales se desarrollaron las bases de competencia para el modelo.

Entrega: Se tiene en este paquete la entrega al ISTU con todos los reportes y las garantías de ley, por medio de la UACI para la respectiva entrega del proyecto.

6.10.2 Actividades por entregable

Tabla 262 - Actividades por entregable. Obra Civil

| ENTREGABLE | PAQUETE | ACTIVIDAD | DURACIÓN (DÍAS) | |
|--------------|--------------|--|-----------------|-----|
| OBRA CIVIL | Adjudicación | Establecer las bases de competencia | 2 | 5 |
| | | Realizar los términos de referencia | 2 | |
| | | Pagar por la publicación de licitación | 1 | |
| | Lineamientos | Análisis del diseño | 3 | 7 |
| | | Revisar las condiciones del lugar | 4 | |
| | | Ubicar puntos críticos | 1 | |
| | Construcción | Preparación del terreno | 19 | 139 |
| | | Adecuación de bodegas temporales | 10 | |
| | | Ejecución | 120 | |
| | Recepción | Gestión de supervisión | 1 | 3 |
| | | Visitas de campo | 1 | |
| | | Elaborar reporte | 1 | |
| TOTAL | | | 154 | |

Tabla 263 - Actividades por entregable. Cotización

| ENTREGABLE | PAQUETE | ACTIVIDAD | DURACIÓN (DÍAS) | |
|--------------|----------------------|---|-----------------|----|
| COTIZACIÓN | Evaluación | Gestión de búsqueda | 8 | 13 |
| | | Elaborar los formularios de evaluación | 2 | |
| | | Verificar propuestas | 4 | |
| | | Elaboración de reportes | 1 | |
| | Selección | Selección de propuestas | 1 | 10 |
| | | Analizar cotizaciones | 7 | |
| | | Realizar evaluación por puntos | 2 | |
| | Compra | Gestión de compras de bienes e insumos | 10 | 11 |
| | | Elaboración de reportes | 1 | |
| | Instalación temporal | Elaborar formularios de control de inventario | 4 | 26 |
| | | Gestión de almacenamiento | 13 | |
| | | Elaboración de inventario | 5 | |
| | | Gestión de supervisión | 22 | |
| | | Elaboración de informes | 4 | |
| TOTAL | | | 60 | |

Tabla 264 - Actividades por entregable. Aspectos Legales

| ENTREGABLE | PAQUETE | ACTIVIDAD | DURACIÓN (DÍAS) | |
|------------------|-----------|-------------------------------------|-----------------|-------|
| ASPECTOS LEGALES | Permisos | Gestión legal ante MARN | 4 | 8 |
| | | Gestión legal ante MITUR | 3 | |
| | | Elaboración de reportes | 4 | |
| | Contratos | Elaboración de contratos | 2 | 8 |
| | | Asesoría jurídica | 3 | |
| | | Supervisión de clausulas | 1 | |
| | | Gestión de supervisión de contratos | 5 | |
| | | | | TOTAL |

Tabla 265 - Actividades por entregable. Coordinación

| ENTREGABLE | PAQUETE | ACTIVIDAD | DURACIÓN (DÍAS) | | |
|--------------|----------------|--|-----------------|-------|----|
| COORDINACIÓN | Reunión | Gestión administrativa | 11 | 11 | |
| | | Establecimiento de perfiles laborales | 4 | | |
| | | Diseño de evaluaciones al personal | 2 | | |
| | | Elaboración de reportes | 1 | | |
| | Capacitaciones | Coordinación de capacitaciones | 31 | 43 | |
| | | Asesoría técnica | 15 | | |
| | | Supervisión de capacitación | 25 | | |
| | | Gestión de insumos | 12 | | |
| | Publicidad | Selección de tipo de publicidad | 2 | 7 | |
| | | Definición de promocionales turísticos | 2 | | |
| | | Diseño de la publicidad | 3 | | |
| | | | | TOTAL | 61 |

Tabla 266 - Actividades por entregable. Cierre

| ENTREGABLE | PAQUETE | ACTIVIDAD | DURACIÓN (DÍAS) | | |
|------------|-------------------|-------------------------------------|-----------------|-------|----|
| CIERRE | Operación inicial | Gestión de supervisión del proyecto | 10 | 20 | |
| | | Recoger los escombros | 5 | | |
| | | Retirar la bodega temporal | 5 | | |
| | Puesta en marcha | Gestión de puesta en marcha | 10 | 32 | |
| | | Limpieza total en obra civil | 19 | | |
| | | Aseo del área total del parque | 12 | | |
| | | Elaborar informes | 3 | | |
| | Entrega | Gestión de entrega | 5 | 11 | |
| | | Gestión con entidades a participar | 6 | | |
| | | Elaborar informes | 1 | | |
| | | Recepción de entrega | 1 | | |
| | | | | TOTAL | 63 |

6.10.3 Duración de la Administración del Proyecto

La siguiente tabla muestra en resumen el tiempo de cada entregable y su respectivo paquete.

Tabla 267 - Duración de la ADP del Proyecto

| ENTREGABLE | PAQUETE | DURACIÓN (DÍAS) |
|------------------|----------------------|-----------------|
| OBRA CIVIL | Adjudicación | 5 |
| | Lineamientos | 7 |
| | Construcción | 139 |
| | Recepción | 3 |
| TOTAL | | 154 |
| COTIZACIÓN | Evaluación | 13 |
| | Selección | 10 |
| | Compra | 11 |
| | Instalación temporal | 26 |
| TOTAL | | 60 |
| ASPECTOS LEGALES | Permisos | 8 |
| | Contratos | 8 |
| TOTAL | | 16 |
| COORDINACIÓN | Reunión | 11 |
| | Capacitaciones | 43 |
| | Publicidad | 7 |
| TOTAL | | 61 |
| CIERRE | Operación inicial | 20 |
| | Puesta en marcha | 32 |
| | Entrega | 11 |
| TOTAL | | 63 |

Para la elaboración de la red PERT-CPM se utilizan los siguientes datos:

Tabla 268 - Datos Red CPM-PERT (1 de 2)

| ID | PAQUETE | ENTREGABLE | DURACION | PRECEDENCIA |
|----|--------------|------------------|----------|-------------|
| A | LINEAMIENTOS | OBRA CIVIL | 7 | |
| B | PERMISOS | ASPECTOS LEGALES | 8 | A |
| C | ADJUDICACIÓN | OBRA CIVIL | 5 | A,B |
| D | EVALUACIÓN | COTIZACIÓN | 13 | B |
| E | SELECCIÓN | COTIZACIÓN | 10 | C,D |
| F | COMPRA | COTIZACIÓN | 11 | E |
| G | CONTRATOS | COORDINACIÓN | 8 | F |
| H | REUNIÓN | COORDINACIÓN | 11 | B |

Tabla 267 - Datos Red CPM-PERT (2 de 2)

| ID | PAQUETE | ENTREGABLE | DURACION | PRECEDENCIA |
|----|----------------------|--------------|----------|-------------|
| I | CAPACITACIONES | COORDINACIÓN | 43 | H |
| J | PUBLICIDAD | COORDINACIÓN | 7 | B |
| K | INSTALACIÓN TEMPORAL | COTIZACIÓN | 26 | F,G |
| L | CONSTRUCCIÓN | OBRA CIVIL | 96 | K |
| M | RECEPCIÓN DE OBRA | OBRA CIVIL | 3 | L |
| N | OPERACIÓN INICIAL | CIERRE | 20 | M,J,I |
| O | PUESTA EN MARCHA | CIERRE | 32 | N |
| P | ENTREGA | CIERRE | 11 | O |

6.10.4 Desarrollo de la red CPM - PERT

Con los tiempos de duración de cada paquete, así como el tiempo más tardío y más temprano de inicio y finalización se desarrolla la red PERT-CPM, dicho calculo con la finalidad de determinar la duración total del proyecto y las rutas críticas.

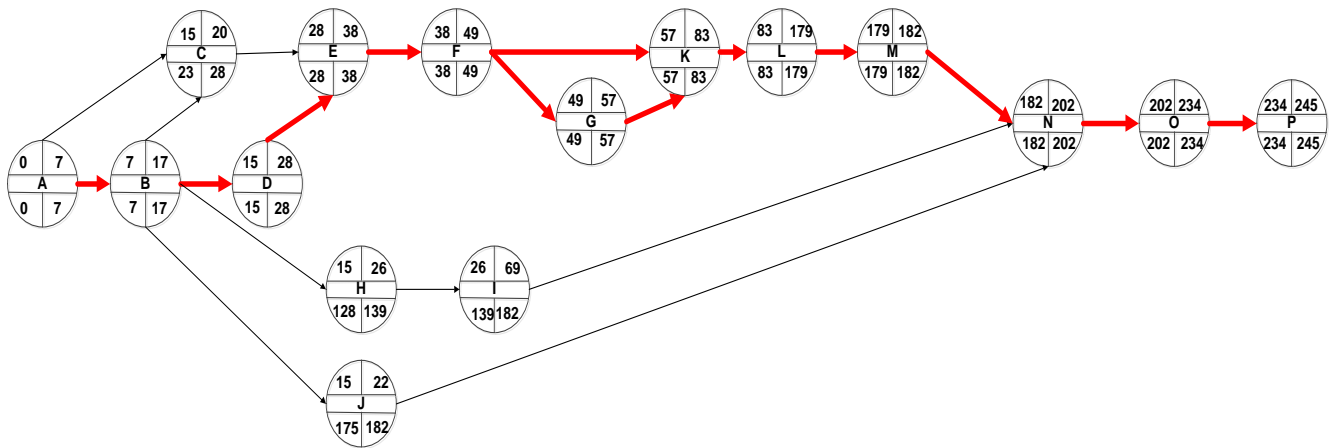


Figura 122 - Red PERT – CPM

En la red resultante de la aplicación de la técnica PERT-CPM se determinó la duración óptima del proyecto lo cual muestra que la duración del proyecto es de 225 días, considerando que se trabajara con una política de lunes a sábado lo cual requerirá de 9 meses 5 días.

6.10.5 Ruta Crítica Definida

Tabla 269 - Ruta Crítica de la Red

| No | Nombre de la actividad | Ruta crítica | Tiempo de la actividad | Inicio más temprano | Inicio más tardío | Terminación más temprana | Terminación más tardía | Holgura |
|---|------------------------|--------------|------------------------|---------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|---------|
| 1 | A | SI | 7 | 0 | 7 | 0 | 7 | 0 |
| 2 | B | SI | 8 | 7 | 15 | 7 | 15 | 0 |
| 3 | C | NO | 5 | 15 | 20 | 23 | 28 | 8 |
| 4 | D | SI | 13 | 15 | 28 | 15 | 28 | 0 |
| 5 | E | SI | 10 | 28 | 38 | 28 | 38 | 0 |
| 6 | F | SI | 11 | 38 | 49 | 38 | 49 | 0 |
| 7 | G | SI | 8 | 49 | 57 | 49 | 57 | 0 |
| 8 | H | NO | 11 | 15 | 26 | 128 | 139 | 113 |
| 9 | I | NO | 43 | 26 | 69 | 139 | 182 | 113 |
| 10 | J | NO | 7 | 15 | 22 | 175 | 182 | 160 |
| 11 | K | SI | 26 | 57 | 83 | 57 | 83 | 0 |
| 12 | L | SI | 96 | 83 | 179 | 83 | 179 | 0 |
| 13 | M | SI | 3 | 179 | 182 | 179 | 182 | 0 |
| 14 | N | SI | 20 | 182 | 202 | 182 | 202 | 0 |
| 15 | O | SI | 32 | 202 | 234 | 202 | 234 | 0 |
| 16 | P | SI | 11 | 234 | 245 | 234 | 245 | 0 |
| PROYECTO COMPLETO EN UN TIEMPO DE : 245 DÍAS | | | | | | | | |
| NUMERO DE RUTAS CRITICAS: 2 | | | | | | | | |

6.10.6 Diagrama de GANTT

El diagrama de GANTT muestra gráficamente el tiempo de cada actividad y la fecha respectiva para su cumplimiento, esto facilitara el control y cumplimiento estimado del mismo.

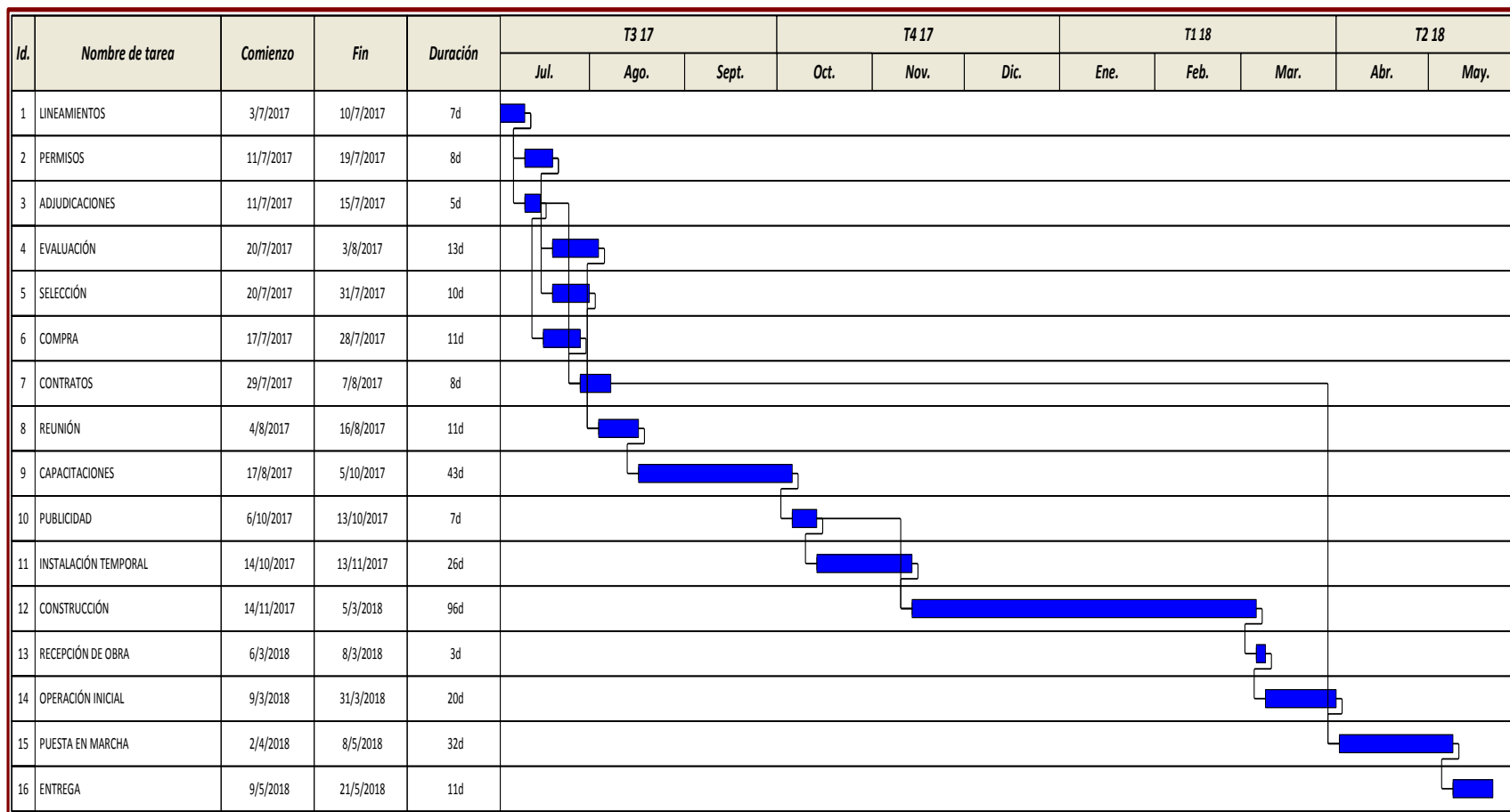


Figura 123 - Diagrama de Gantt

6.10.7 Organización a implementar

6.10.6.1 Evaluación del tipo de organización para implementar el modelo

Establecer la organización para implementar un modelo de gestión es tan importante y determinante, ya que en ésta se encuentra el éxito o el fracaso en la ejecución del mismo y en lo que respecta a la labor tanto de dirección como organización.

La organización determina la asignación del personal responsable de la ejecución e implementación del modelo y es conocida como la “Unidad ejecutora del proyecto”.

Para establecer la organización del proyecto se debe tomar en cuenta algunos factores tales como:

- a) Naturaleza del proyecto
- b) Duración
- c) Tamaño
- d) Monto de la inversión

Tipo de Organización

Los tipos de organización entre los cuales se evaluara para la implementación del modelo se encuentran las siguientes:

Tabla 270 - Tipo de Organización Funcional

| ORGANIZACIÓN FUNCIONAL | | |
|--|--|---|
| Jefe por unidad | Coordinador subalterno | Jefe nombrado por Junta Directiva |
| Existen varios responsables según el área funcional correspondiente, existen muchas dependencias | Existe un responsable del proyecto quien funge únicamente como asesor, mas no tiene poder de decisión. | La Junta Directiva nombra a un responsable de buena parte o del proyecto en su totalidad; tiene autoridad |
| En la organización matricial se nombra a un encargado de la implementación del proyecto a quien obedecen en aspectos técnicos y la organización es quien administra los recursos. En este tipo de organización se menciona como desventaja la dualidad de mando que se genera. Las características esenciales de los proyectos que adoptan este tipo de organización es que poseen una alta inversión, tiempo prolongado y el proyecto es bastante complejo. | | |
| La organización por proyecto se desarrolla en un proyecto nuevo, de alta inversión y de tipo corto en el cual existe gerente de proyecto quien tiene toda la autoridad, además es una organización descentralizada de la unidad dueña del proyecto. En este modelo organizacional, todos o gran parte de los integrantes del equipo del proyecto trabajan con dedicación exclusiva al proyecto. | | |

Para la selección del modelo de organización se hará una evaluación detallada de criterios con el fin de encontrar y seleccionar la que más se adecue al proyecto, entre los criterios tomados en consideración se encuentran los siguientes:

| | | |
|-------------|---------------|----------------|
| Duración | Dimensión | Cliente |
| Complejidad | Incertidumbre | Diferenciación |
| Tecnología | Importancia | |

Parámetros de evaluación

Tabla 271 - Parámetros de evaluación de la organización del proyecto

| CRITERIOS | ESTRUCTURA FUNCIONAL | ESTRUCTURA MATRICIAL | ESTRUCTURA POR PROYECTO |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|
| Incertidumbre | Baja | Alta | Alta |
| Tecnología | Común | Compleja | Nueva |
| Complejidad | Baja | Mediana | Alta |
| Duración | Breve | Mediana | Prolongada |
| Dimensión | Pequeña | Mediana | Amplia |
| Importancia | Poca | Mediana | Amplia |
| Cliente | Diverso | Mediana | Única |
| Carácter crítico en el tiempo | Bajo | Mediano | Alto |
| Carácter crítico en los recursos | Depende | Depende | Depende |
| Diferenciación | Poca | Alta | Mediano |
| Monto | Baja | Depende | Alto |

Evaluación de criterios

Tabla 272 - Evaluación de Criterios

| CRITERIOS | ESTRUCTURA FUNCIONAL | ESTRUCTURA MATRICIAL | ESTRUCTURA POR PROYECTO |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|
| Incertidumbre | X | | |
| Tecnología | X | | |
| Complejidad | X | | |
| Duración | | X | |
| Dimensión | | | X |
| Importancia | | | X |
| Cliente | | | X |
| Carácter crítico en el tiempo | | X | |
| Carácter crítico en los recursos | X | | |
| Diferenciación | | | X |
| Monto | | | X |
| TOTAL | 4 | 2 | 5 |

El resultado de la evaluación de criterios determina que la **ESTRUCTURA POR PROYECTOS** es la que más se ajusta a las necesidades que presenta el proyecto.

Por lo tanto, para lograr un funcionamiento óptimo y eficaz, que mantenga las formalidades pertinentes en los aspectos administrativos, se determina que se contará con dos niveles jerárquicos de organización.

6.10.8 Ventajas de la organización por proyectos

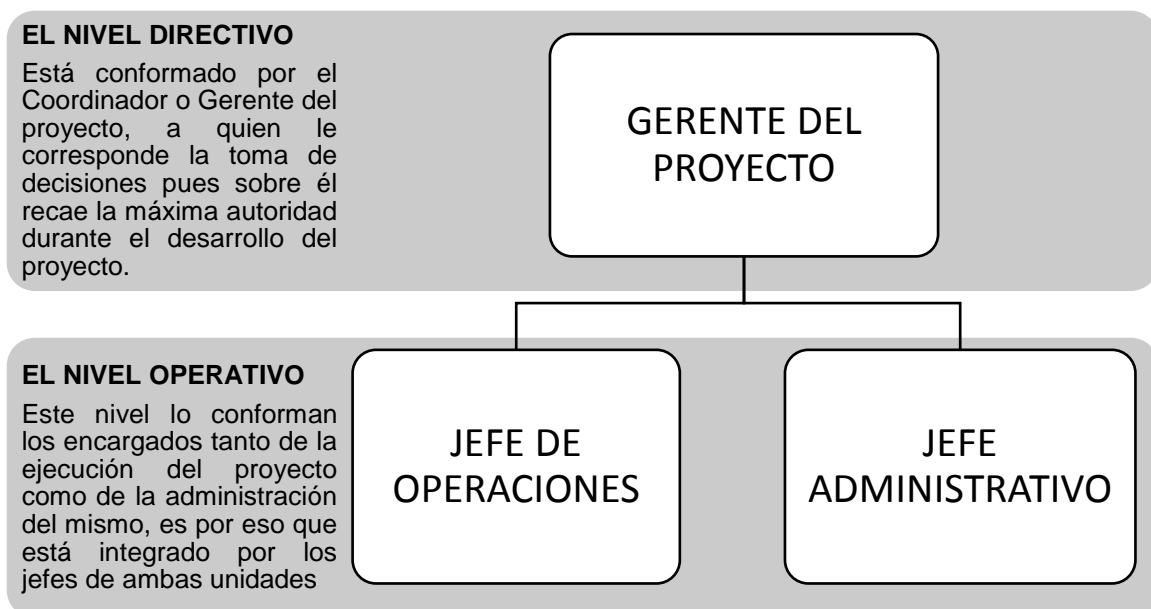
- a) El administrador del proyecto tendrá total responsabilidad y mayor grado de autoridad sobre la implementación del modelo.
- b) Se acortaran las líneas de comunicación, lo cual hará que se mejore la coordinación y tiempo de respuesta ante solicitudes de avance de la implementación del modelo.
- c) Existe un mayor nivel de compromiso y motivación.
- d) Existe unidad de mando, es decir un solo jefe.
- e) Este tipo de organización es simple y flexible, lo que facilita su comprensión e implementación.

6.10.9 Estructura organizativa

Con la finalidad de lograr los objetivos propuestos para la construcción, instalación y puesta en marcha del modelo de gestión turística, se debe establecer una estructura organizativa en la cual existan encargados de ejecutar y desarrollar cada una de las actividades de los subsistemas que componen el desglose analítico.

Por lo tanto es indispensable un gerente del proyecto, el cual tendrá la responsabilidad de realizar la implantación del modelo. A la vez son necesarios un jefe administrativo y un jefe operativo.

Figura 124 - Estructura Organizativa del proyecto



Funciones claves

Gerente del Proyecto

El Gerente del proyecto constituye la máxima autoridad y se encuentra en el nivel directivo. Tiene la obligación de planificar, coordinar, evaluar y dar seguimiento a los paquetes de trabajo predefinidos y también verificar que se cumplan los objetivos que han sido establecidos para estos.

El Gerente del proyecto asume la responsabilidad de dirigir y evaluar a los jefes del nivel operativo, verificando que todas las actividades se desarrollen de acuerdo a lo establecido.

Tabla 273 - Funciones del gerente del Proyecto

| |
|---|
| <p>Objetivo: Planear, organizar, dirigir, ejecutar y controlar el desarrollo y evolución de la implementación del modelo de gestión turística.</p> |
| <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Establecer los objetivos y metas específicas para la implementación del modelo.b) Liderar el proceso de planeación estratégica del proyecto.c) Desarrollar el cronograma y programa de actividadesd) Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.e) Administrar las Licitaciones y contratos del personal.f) Definir las políticas en la implementación del modelo.g) Dirigir, supervisar y controlar a los encargados de los paquetes de trabajo.h) Estimar los recursos necesarios, costos y tiempo del proyecto.i) Gestionar y asignar el uso óptimo de los recursos financieros y humanos.j) Organizar y coordinar la ejecución de las actividades.k) Supervisar y controlar el cumplimiento de las actividades de acuerdo a lo planeado.l) Revisar y evaluar la ejecución del proyecto.m) Definir y programar acciones correctivas.n) Elaborar informes sobre la consecución del proyecto. |

Jefe Administrativo

La responsabilidad del Jefe Administrativo radica en llevar a cabo todas las funciones del proceso administrativo: planificación, supervisión, coordinación, control de las actividades que están relacionadas con la administración de recursos humanos, financieros, y legales. Además de lograr una óptima combinación de todos los recursos, de manera que sean aprovechados en su totalidad y se cumpla con el objetivo general del proyecto.

Tabla 274 - Funciones del Jefe Administrativo del Proyecto

| |
|---|
| Objetivo: Planificar, dirigir y ejecutar las actividades administrativas, mediante la administración eficiente de los recursos económicos y humanos,. |
| Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Analizar los aspectos financieros en la toma de decisiones.• Hacer pública las licitaciones y el requerimiento de personal.• Realizar contratación de los servicios requeridos.• Controlar la adquisición y documentación de las compras.• Analizar los perfiles propuestos para cada uno de los puestos de trabajo.• Seleccionar, evaluar y contratar a personal, y a empresa subcontratada.• Contratar personal para la promoción del producto turístico.• Planificar y ejecutar estrategias publicitarias.• Diseñar la capacitación del personal para la puesta en marcha.• Informar al gerente del proyecto sobre los resultados obtenidos en cada control |

Jefe de Operaciones

Tiene como función principal planear, coordinar, ejecutar, dirigir y controlar aquellas actividades relacionadas con aspectos técnicos, logrando optimizar los recursos que intervienen en estas, y sobre todo que se cumplan los objetivos concernientes que dirigen al logro del objetivo del proyecto. Es el responsable de supervisar la subcontratación y entrega de la obra civil, las actividades que comprende el equipamiento, así como también la instalación.

Tabla 275 - Funciones del Jefe de Operaciones del Proyecto

| |
|--|
| Objetivo: Verificar el buen funcionamiento de la ejecución del proyecto, administrar las actividades técnicas, recursos humanos, materiales y tecnológicos relacionados con la parte operativa del proyecto. |
| Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Establecer las bases del concurso de licitación• Elaborar el informe de requerimientos de la obra civil.• Dar seguimiento a la construcción de la obra civil• Coordinar con proveedores de materia prima e insumos.• Controlar el avance de la obra civil.• Evaluar y revisar los resultados del control aplicado al avance de la obra.• Verificar la recepción de la obra civil con la calidad establecida.• Ejecutar la prueba piloto de la implementación del modelo y realizar los ajustes necesarios.• Elaborar los reportes sobre controles aplicados al proyecto y presentar al gerente del proyecto. |

CONCLUSIONES

Concluimos que:

- El estudio de diagnóstico realizado determina que el Parque Natural Cerro Verde cuenta con el potencial turístico que lo destaca por la existencia de múltiples recursos y atractivos, que en conjunto forman el producto turístico capaz de responder a las necesidades y motivaciones del mercado objetivo.
- El estudio de mercado identificó las necesidades de los turistas y visitantes, por lo que el éxito del modelo está basado en una buena proporción de certidumbre en todas las acciones tomadas en el componente estratégico, las cuales van encaminadas a satisfacer dichas necesidades; y que al hacerlo de otra manera, se estaría comprometiendo el éxito del modelo mismo.
- El Modelo de Gestión Turística desarrollado vela por la sostenibilidad ambiental y económica del Parque Natural Cerro Verde, contemplando la integración de cinco componentes claves que garantizan la consecución de los objetivos, a fin de potenciar todas las áreas diagnosticadas y analizadas como puntos clave de mejora y diversificación y a la vez identificadas como oportunidades de mercado.
- El modelo de gestión turística es perfectamente replicable y adaptable en cualquier parque recreativo, destino, iniciativa y/o producto turístico, evidentemente con las particularidades que cada uno represente, es decir, el modelo posee un componente dinámico (Organización, Integración de personal y el control) que facilita adecuar las directrices del modelo, hacia los objetivos y metas que se propongan.
- El potencial como destino turístico del PNCV está condicionado en gran medida por los servicios turísticos que se prestan, por las atracciones y por la infraestructura para recibir a turistas y visitantes, por ello el modelo de gestión responde a esa situación en particular, con una propuesta sistémica en donde se integra tanto la diversificación de actividades como la mejora en la infraestructura general del PNCV, con el propósito de volverlo más atractivo para el mercado y fidelizar a turistas y visitantes nacionales y extranjeros.
- La elaboración y el análisis de mecanismos que ayuden a medir el desempeño turístico es de suma importancia ya que se necesitan indicadores que permitan evaluar el comportamiento de todas las variables turísticas definidas en el modelo con el fin de evaluar el desarrollo del mismo y de esta forma poder tomar las decisiones correctivas o de mejora para las desviaciones encontradas.

- Las evaluaciones realizadas al modelo de gestión, sustentan la factibilidad de ejecutar el proyecto en el PNCV, ya que brindan las garantías necesarias para determinar tanto la viabilidad económica como la ambiental, debido a que las evaluaciones de forma general arrojan resultados positivos para cada una de las áreas evaluadas del modelo, en materia económica el modelo responde a las variables de comparación y provee la certidumbre de la sostenibilidad económica; Financieramente el proyecto se muestra sólido frente a las situaciones que se pudieran presentar, además de ser rentable, según los ratios financieros; en lo referente al componente social, el modelo alcanza a tocar una serie de variables demográficas que impactan positivamente a los entes sociales y en materia ambiental, se analizan y priorizan los impactos generados por la operación, los cuales pueden minimizarse al realizar las correcciones precisadas por la evaluación.
- En la evaluación económica del proyecto se obtuvo que el VAN es de \$ 64,505.18, lo que significa que el proyecto puede aceptarse, ya que la inversión que se realice producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida. Así mismo se estima que por cada dólar invertido se tendrá un beneficio de \$0.17 y que la inversión inicial del proyecto se recuperará en un plazo de 5 años 6 meses, lo cual se considera aceptable por ser un proyecto con enfoque social.

RECOMENDACIONES

A los gestores:

- El desarrollo del modelo y la puesta en marcha del mismo, debe realizarse sobre la base más cercana posible a los datos arrojados en el diseño e inversiones del modelo, el cual debe implementarse por etapas y períodos de análisis bien definidos desde la óptica estratégica, permitiendo que cada uno de los componentes del modelo sea perfeccionado hasta alcanzar el punto en que las etapas y componentes del mismo se desarrollen fluidamente, lo cual llevará un tiempo en acoplar las nuevas disposiciones al actual régimen con que cuenta el PNCV.
- Es conveniente seguir a detalle el proceso para determinar las necesidades de capacitación y mantener en constante capacitación a los colaboradores, con el objetivo de obtener mejores resultados en el manejo de estos. Ya que un fuerte componente de capacitación y formación continua de los colaboradores, respalda que la experiencia que los turistas y visitantes vivan bajo el modelo de gestión sea la mejor y sobre todo, está garantizada desde sus inicios.
- En el nivel estratégico de la organización, será donde se inicie las capacitaciones para la entrada en vigencia de las disposiciones del modelo, y serán los colaboradores de más alta jerarquía quienes especializándose en el modelo, brindarán la capacitación a los colaboradores que se integren al nuevo esquema organizativo y a aquellos que sean absorbidos por el mismo.
- Es primordial que los colaboradores conozcan e implementen las BPT (Buenas Prácticas de Turismo) y las normas de calidad turística vigentes, ya que es la base fundamental del diseño del modelo.
- El Jefe de parque debe analizar constantemente los flujos turísticos recibidos durante la operación del modelo y compararlos contra las proyecciones estipuladas, con el propósito de mantener la información actualizada para la gestión y tomar las medidas necesarias para encaminar las acciones y los datos con los que el modelo se alimenta.
- Un modelo de gestión turística debe poseer un mapa estratégico de acción, el cual debe definir el desarrollo de las actividades, siempre bajo la premisa del modelo sistémico y esto es responsabilidad de los gestores.
- Al responder el modelo a un ente gubernamental es indispensable tomar en cuenta los tiempos de ejecución y los métodos de financiación del erario público, ya que a la hora de ejecutar los proyectos existe un procedimiento establecido que exige el MH, esto con el propósito de agilizar la ejecución y la planeación del modelo, pero sobre todo prevenir oportunamente los tiempos en que se ejecutarán las fases del modelo de gestión.

- Mantener presente la información brindada por los escenarios y el análisis de sensibilidad del modelo, ya que será necesario efectuar las estrategias propuestas para lograr la consecución de los objetivos planteados, en cada uno de los escenarios que el modelo pueda experimentar, sobre todo por el hecho de que el mercado turístico es cambiante y por ende el modelo puede experimentar varias etapas en un solo período de análisis, de ahí la necesidad de que los gestores sepan enfrentarse a cada posible situación.

AI ISTU:

- Los fondos para la construcción de la infraestructura, realización de capacitaciones y mejoras procedimentales, deben manejarse a través de un esquema de proyectos con el fin de agilizar el desarrollo del modelo y posterior puesta en marcha, con lo que se acortaría el tiempo para implementar el modelo.
- La selección del personal para la nueva organización debe realizarse conforme a los manuales establecidos en el componente organizacional del modelo, ya que las funciones establecidas en los manuales, están acorde a los perfiles requeridos para los puestos que el modelo necesita.
- En las compras de insumos requeridos para la operación del cerro verde debe primar el componente de calidad y certificación, para cumplir con los procedimientos y protocolos de seguridad para turistas y visitantes.
- La distribución de los servicios turístico deben mantenerse lo más cercana posible a la propuesta por el modelo de gestión para que sea mantenido la mayor parte de las facilidades desarrolladas para mejorar la experiencia del turista y visitante, por lo cual es necesario realizar los estudios de terreno y suelos necesarios para adecuarlos a las construcciones propuestas
- La realización de un estudio de impacto ambiental es primordial, para descartar posibles fallos en las valoraciones ambientales realizadas en el diseño del modelo, por lo cual se vuelve necesario la validación técnica de un estudio que indique las mejoras necesarias a las propuestas técnicas realizadas

BIBLIOGRAFÍA

- 10 criterios clave para formular objetivos estratégicos.* (2014, agosto 18). Recuperado 9 de octubre de 2016, a partir de <http://euromerchand.com/10-criterios-clave-para-formular-objetivos-estrategicos/>
- 100 hojas de arquitectura.* (1982). Universidad Central del Este.
- Análisis Administrativo. Técnicas Y Métodos.* (s. f.). EUNED.
- Análisis del capital de trabajo en los proyectos de inversión.* (1980). Universidad de la República, Facultad de Ciencias Económicas y de Administración.
- Anaya Miriam, Cruz Karen, & Reyes Enrique. (2014). *Manual de Formulación y Operación de Proyectos Ecoturísticos.*
- Anzil, Federico. (2017, octubre 16). Las Inversiones del Proyecto | Econlink. Recuperado 30 de enero de 2017, a partir de <http://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/inversiones>
- Bañares, L. (1994). *La cultura del trabajo en las organizaciones.* Ediciones Rialp.
- Bigné, J. E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo.* ESIC Editorial.
- Bu, R. C. (1981). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión.* Editorial Limusa.
- Camino, J. R., & Rúa, M. de G. L. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones.* ESIC Editorial.
- Cerón, A. V. (2004). *Señalética y rutas turísticas urbanas en Ecuador: cuaderno de descentralización.* Gestión Local del Turismo.
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación.* Pearson Educación.
- Cifuentes Miguel. (1992). *Determinación de capacidad de carga turística en áreas protegidas.* Bib. Orton IICA / CATIE.
- CORSATUR. (2015). *Informe de Labores 2014-2015.*
- David, F. R. (2003). *Conceptos de administración estratégica.* Pearson Educación.
- Dirección General de Estadísticas y Censos. (2014). *EHPM: Encuesta de hogares de propósitos múltiples. El Salvador 2014.*

El nuevo modelo de gestión. (s. f.). Univ Nacional de Río Cuarto.

El punto de equilibrio en la interpretación de los resultados. (1963). Universidad Nacional Autónoma de México.

Elementos Básicos Para Un Turismo Sostenible en Las Áreas Naturales. (s. f.). Forum Natura. *Estrategia Para Un Programa de Capacitación en El Sector Agropecuario de El Salvador.* (s. f.). IICA.

Fridson, M. S. (1997). *La interpretación de los estados financieros: una guía para profesionales.* Grupo Planeta (GBS).

Fuentes, A. (2012). *VISION GERENCIAL. PROSPECTIVA DE GESTION Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL.* Lulu.com.

Gallego, C. F., Isern, M. T. I., & Segura, A. M. P. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina.* Edicions Universitat Barcelona.

Gestión ambiental: camino al desarrollo sostenible. (2004). EUNED.

González, M. Á. S., & Lobo, M. Á. G. (2005). *Identidad corporativa: Claves de la comunicación empresarial.* ESIC Editorial.

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA PRESTADORES DE SERVICIOS EN TURISMO DE NATURALEZA. (2014). Recuperado 6 de julio de 2016, a partir de <http://kaipachanews.blogspot.com/2016/06/guia-de-buenas-practicas-para.html>

Hernández, E. E., Ndez, M. E. E. H., Monterubio, A. F., Hernández, M. M. D., Ndez, M. M. D. H., & Figueroa, T. P. (2011). *BP: Excursionismo Y Acampado Equipo Fuego Y Cocina.* Palibrio.

ISTU. (2015). *Informe de Labores 2014-2015.*

ISTU. (2016). *Informe de Labores junio 2015-Mayo 2016.*

Ivancevich, J. M., Lorenzi, P., & Skinner, S. J. (1997). *Gestión: calidad y competitividad.* McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.

Lluch, J. F. (1998). *Introducción a la gerencia de construcción.* Editorial de la Universidad de Puerto Rico.

López, J. M. C., Girón, V. M., & Ramírez Figueroa, V. E. (2005). *Diseño de un sistema de gestión para el Instituto Salvadoreño de Turismo para la modernización y diversificación de los servicios en el Sistema Nacional de Parques Recreativos* (engd). Universidad de El Salvador. Recuperado a partir de <http://ri.ues.edu.sv/2030/>

- Martínez, B. del A. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. ESIC Editorial.
- Mercado, S. (1997). *Mercadotecnia programada: principios y aplicaciones para orientar la empresa hacia el mercado*. Editorial Limusa.
- Miguel Cifuentes. (1992). *Determinación de capacidad de carga turística en áreas protegidas*. Bib. Orton IICA / CATIE.
- Molina, P. G. (2015). *Organización del servicio de información turística local*. Tutor Formación.
- Moore, M. H. (1998). *Gestión estratégica y creación de valor en el sector público*. Grupo Planeta (GBS).
- Moraes, L. R. S. (1996). *Plan de saneamiento básico rural en Colombia: informe parcial de servicios para coordinación de formulación del plan*. OPS.
- Organización Mundial de Turismo. (2015). *Panorama OMT del Turismo Internacional*.
- Parada Alvarado, Rivas Roldan, & Arce Miranda. (2012). *Plan de desarrollo eco-agro turístico sostenible, aplicado a la microregion de los Nonualcos*.
- Pardo, I. de V. (2005). *Management estratégico: guía práctica y casos ilustrativos*. ESIC Editorial.
- Pardo, I. Q., Contrí, G. B., & Borja, M. Á. G. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Editorial UOC.
- Parque Nacional Volcan Poas Plan Para El Desarrollo Del Programa Interpretativo*. (s. f.). Bib. Orton IICA / CATIE.
- Patrimonio, turismo, museología, investigación y mucho más: MANUAL PASO A PASO PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INTEGRADOS. (s. f.). Recuperado 14 de julio de 2016, a partir de <http://kaipachanews.blogspot.com/2016/05/manual-paso-paso-para-el-diseno-de.html>
- PLAN ANUAL OPERATIVO INSTITUCIONAL DEL TRABAJO. (2015).
- Principios de Administración*. (2008). ITM.
- Revista IDEA*. (1999). El Instituto.
- Secretaría de Integración Turística Centroamérica SITCA. (2014). *Compendio de Estadísticas de Turismo de los países miembros del SICA*.

Secretaria de Integracion Turistica Centroamericana, C. C. de T. (2015). *Memoria de Labores SITCA 2015*.

Serrano, M. J. E. (2009). *Gestión de aprovisionamiento : administración*. Editorial Paraninfo.

Sierra Anaya, & Rey Moreno. (2006). INTRODUCCION AL MERCADEO TURISTICO | Patrimonio, turismo, museologia, investigación y mucho mas. Recuperado 6 de julio de 2016, a partir de <http://kaipachanews.blogspot.com/2016/06/introduccion-al-mercadeo-turistico.html>

Siliceo, A. (2006). *Capacitación y desarrollo de personal*. Editorial Limusa.

Torres, M. G. A. (1996). *Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos*. Panorama Editorial.

UNID, E. D., & Ricalde, M. de G. B. (2016). *Proceso Administrativo*. Editorial Digital UNID.

Witzel, M. (2003). *Fifty Key Figures in Management*. Psychology Press.

APÉNDICES



| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|--|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL PARQUE NATURAL
CERRO VERDE.

| Elaborado por: | Revisado por : | Autorizado por : |
|----------------|----------------|------------------|
| | | |
| | | |

| | | | | | |
|-------------------------------|---|--|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
| | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

INTRODUCCIÓN

El manual de Organización y Funciones es utilizado como medio de comunicación y coordinación y permite registrar y transmitir de forma sencilla, ordenada y sistemática la información relacionada a la organización.

El siguiente documento ha sido diseñado para establecer y definir la estructura organizativa que regirá al Parque Natural Cerro Verde y a cada uno de los colaboradores encargados de la administración y operatividad del mismo. Por lo tanto el presente manual tiene como finalidad principal definir y establecer la dependencia y las funciones que se le atribuyen a cada puesto de trabajo perteneciente a la estructura organizativa del parque.

El presente manual puede ser sujeto a revisión una vez al año, con el fin de mantenerlo actualizado y según sea las exigencias de los altos cargos de la institución.

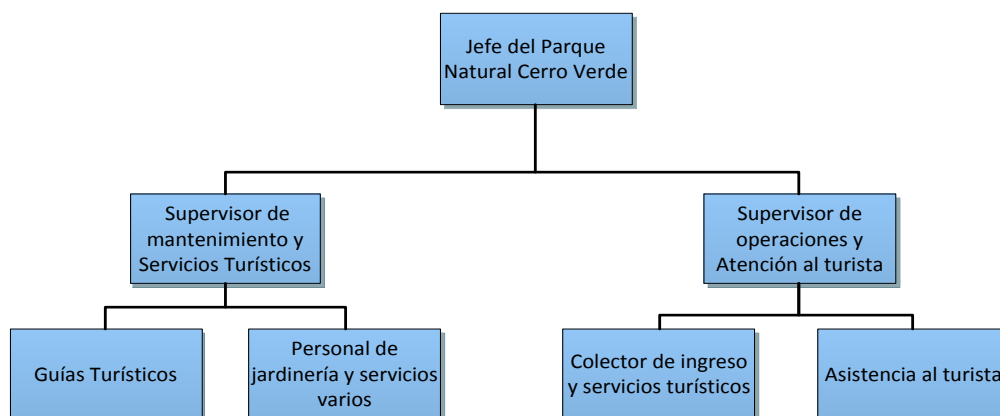
OBJETIVO

Establecer una guía que permita a los miembros de la Organización del Parque Natural Cerro Verde, el conocimiento oportuno en materia de organización para que sirva como control de las distintas actividades a realizar y los resultados a obtener

ÁMBITO DE APLICACIÓN

Este Manual es aplicación obligatoria a todas las unidades organizativas del Parque Natural Cerro Verde.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE



| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

POLÍTICAS DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE

POLÍTICAS DEL PERSONAL

- El colaborador deberá cumplir el reglamento interno del parque.
- El colaborador devengara el salario acorde al cargo que posea y el cumplimiento de sus responsabilidades.
- El salario del personal será entregado respetando la fecha estipulada.
- El horario de trabajo extra será asignado exclusivamente por un subalterno.
- Al colaborador se le entregaran uniformes de trabajo debidamente identificados con la institución.
- Se proporcionara el equipo y herramientas necesarias al personal, para el desarrollo de sus funciones.
- El colaborador debe ser una persona ordenada, imparcial, responsable, honesta y confiable en el desarrollo de sus funciones.
- Los colaboradores deben poseer conciencia y sentido de responsabilidad ambiental reflejado en su desempeño laboral.
- Cada colaborador debe poseer alto grado de servicio al turista y compromiso con la institución.
- Cada colaborador debe velar por que se mantenga el respeto entre compañero y realizar las labores en equipo.
- Acudir al desarrollo de las funciones presentable y con predisposición del buen servicio al turista.
- Hacer cumplir la normativa de ingreso y uso de las instalaciones del parque.
- Los colaboradores deben ser amigables, agradables y prestar cuidadosa disposición hacia los turistas.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

REGLAS PARA EL USO DE LAS INSTALACIONES DEL PNCV

- Se prohíbe el ingreso de bebidas embriagantes, drogas y estupefacientes.
- Respetar los horarios establecidos para los senderos guiados y montañismo.
- Evitar el ingreso de mascotas por parte de los turistas y visitantes.
- Se prohíbe quebrantar la armonía al interior del parque.
- Se prohíbe introducirse en áreas protegidas sin el acompañamiento de un guía turístico.
- Se prohíbe realizar caminatas a los volcanes fuera de los horarios establecidos y sin el acompañamiento de guías turísticos y POLITUR
- Utilizar adecuadamente los depósitos de basura.
- Cuidar las áreas verdes evitando pisotear la grama y cortar las flores.
- Se prohíbe hacer uso de barbacoas en lugares no autorizados.
- Hacer buen uso de las instalaciones, evitando dañar la infraestructura.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|----------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

POLÍTICAS DEL SERVICIO AL TURISTA

- Brindar un saludo cordial al turista y visitante al momento de ingresar a las instalaciones y en situaciones donde soliciten información.
- Se debe dar la bienvenida y presentar al equipo que acompaña al grupo de turistas y visitantes en cada uno de los servicios turísticos que se brindan.
- Para las caminatas al volcán de Izalco e Ilimatepec los guías deben presentarse al punto de reunión con 1 hora de anticipación a la hora programada para la salida.
- Se debe brindar toda la información necesaria previa a la utilización de los servicios turísticos.
- Al finalizar los recorridos por senderos y por volcanes se debe asegurar que el grupo de turistas o visitantes se encuentre completo.
- En situaciones de accidentes durante el uso de los servicios turísticos, se debe actuar de acuerdo a los procesos pertinentes.
- Evitar realizar comentarios con matices políticos y opiniones personales, durante la atención a los turistas y visitantes.
- Mostrar disponibilidad y buena actitud para atender y ayudar a los turistas y visitantes.
- Escuchar con atención y expresarse con claridad frente a los turistas y visitantes.
- Brindar información fidedigna a los turistas y visitantes sobre el parque y los servicios que en él se desarrollan.
- Solventar las interrogantes presentadas por los turistas, en caso de no poseer respuesta, esforzarse por buscar la información requerida.
- El personal que mantiene contacto con los turistas y visitantes debe mantenerse siempre a la vista y con predisposición de atender de manera inmediata.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

NORMAS DE CONDUCTA DEL PERSONAL DEL PNCV

- Proporcionar información valida, veraz y confiable del producto turístico del parque a cada turista y visitante.
- Estar consiente que el desempeño de las labores incide en la imagen del parque.
- Mantener una conducta honesta, integra y decorosa en el desarrollo de las funciones con especial cuidado en la interrelación personal con los turistas y visitantes.
- Cuidar la imagen personal y utilizar la vestimenta adecuada según la actividad a realizar.
- Respetar las leyes, reglamentos, códigos de ética u otros documentos normativos referidos a la actividad que se desempeña dentro del parque.
- Demostrar cuidado y consideración con los turistas y visitantes que tengan necesidades particulares.
- Comunicar en forma clara y oportuna los riesgos relacionados con la actividad que se desarrolla.
- Velar por la seguridad de los turistas y sus bienes.
- Contar con el equipo apropiado según la actividad turística y que además reúna las condiciones de seguridad requerida.
- Concientizar y motivar a los visitantes y turistas sobre la preservación y conservación del medio ambiente.
- Velar por mantener la formación y competencia actualizada, aprovechando las oportunidades de crecimiento profesional que se presenten.
- No consumir bebidas alcohólicas o estupefacientes mientras desempeñe sus funciones en el puesto de trabajo.
- Mantener la confidencialidad de la información obtenida en el desempeño de las funciones sobre asuntos que así lo ameriten.
- Ofrecer un trato igualitario que no discrimine raza, religión, nacionalidad, credo, estrato social, género o preferencia sexual, en el desarrollo de las funciones.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|----------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

- Mostrar un comportamiento correcto, cortés, respetuoso y de cooperación en relación a los compañeros de trabajo.
- Abstenerse de hacer comentarios lesivos o despectivos de los compañeros de trabajo que vaya en detrimento de la moral e integridad afectando la reputación o imputaciones falsas que afecten el buen nombre de éstos. Cualquier comentario o imputación de este tipo será considerado altamente impropio.
- Todo colaborador tiene el deber de lealtad hacia el parque, evitando cualquier situación que pueda generar un conflicto entre sus intereses personales y los de la institución.
- Todo colaborador debe actuar en pro de los mejores intereses del parque y de la buena imagen de su profesión.

| | | | | | |
|-------------------------------|---|--|--------------------------|-----|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
| | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| NUMERO DE PAGINAS | | | : | 102 | |

| |
|--|
| TITULO DEL PUESTO |
| Jefe del Parque Natural Cerro Verde |
| DEPENDENCIA |
| Gerente de Parques Recreativos |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Organizar, coordinar, dirigir y supervisar las actividades administrativas, económicas y operativas desarrolladas en el Parque Natural Cerro Verde, por el personal bajo su responsabilidad, cumpliendo con las metas y objetivos institucionales, buscando la adecuada atención a los turistas y visitantes.

FUNCIONES

- Elaborar el Plan Anual Operativo para el Parque Natural Cerro Verde, conteniendo el presupuesto correspondiente y presentarlo a la Unidad de Parques Recreativos para su aprobación.
- Coordinar el trabajo a desarrollar en el Parque Natural Cerro Verde en conjunto con la Unidad de Turicentros y Parques.
- Coordinar con Supervisor de servicios turísticos, supervisor atención al turista y supervisor de operaciones y mantenimiento, todas las actividades a realizar semanalmente en cada área asignada, conformando así el Plan Anual Operativo.
- Dirigir las reuniones de diversa índole, que se deben realizar con el personal administrativo y operativo del parque,
- Supervisar las labores que se realizan en las instalaciones del parque relacionadas al mantenimiento, tanto preventivo como correctivo y a la vigilancia del correcto desarrollo de las actividades turísticas.
- Realizar supervisiones periódicas a la Bodega, para constatar el correcto desarrollo de las actividades internas.
- Identificar y llevar control trimestral de los materiales inservibles y obsoletos en las instalaciones del parque, para ser almacenarlos y reportados oportunamente a Gerencia de Parques Recreativos.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

- Llevar el control general de la asistencia del personal y reportar mensualmente al Supervisor del ISTU.
- Coordinar las campañas a desarrollar en las instalaciones del parque sobre higiene, limpieza y ornato.
- Inspeccionar el funcionamiento de merenderos, restaurantes y ventas varias en relación a reglamento e informar a la Gerencia de Parques Recreativos su incumplimiento.
- Custodiar y entregar los fondos percibidos en el parque, a la empresa de seguridad correspondiente.
- Velar por la protección y conservación de bienes existentes en el Parque Natural Cerro Verde.
- Velar por el buen desempeño de las actividades ecoturísticas, basándose en las Buenas Prácticas de Turismo.
- Corregir disciplinariamente al personal bajo su responsabilidad y reportar anomalías de acuerdo a normas establecidas.
- Coordinar con el Sistema Básico de Salud Integral (SIBASI) regionales, charlas de Manipulación de Alimentos, Exámenes de Laboratorio, Fumigaciones e informar de los resultados a la Gerencia de Parques Recreativos.

| | | | | | |
|----------------------------------|--|-------------------|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
| | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | NUMERO DE PAGINAS | : | | 102 |

| |
|---|
| TITULO DEL PUESTO |
| Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos |
| DEPENDENCIA |
| Jefe del Parque Natural Cerro Verde |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Planificar y verificar toda la logística necesaria, para que las actividades turísticas se desarrollen dentro de los parámetros de calidad y seguridad ofrecidos por parte de los colaboradores a su cargo y además supervisar la ejecución de las labores de mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones e infraestructura del parque.

FUNCIONES

- Colaborar con el Jefe del parque en la elaboración del Plan Anual Operativo, mediante aportaciones de estrategias para el cumplimiento de los objetivos planteados.
- Coordinar con el Jefe del parque en la planificación de las actividades a desarrollar para el área de los servicios turísticos.
- Elaborar y verificar la implementación del protocolo de servicio al turista, el cual formará parte de las herramientas de servicio con que contarán los guías turísticos.
- Coordinar con los guías turísticos toda la información que se les deberá proporcionar a los turistas y visitantes según el protocolo de servicio al turista.
- Planificar y asignar las actividades ecoturísticas que deberá desarrollar cada guía especializado, local y de sitio.
- Llevar el control de la asistencia y las llegadas tardías de guías turísticos e informar al Jefe del Parque Natural Cerro Verde mediante un informe.
- Detectar las necesidades de capacitación del personal bajo cargo y reportar a Jefe del parque.
- Reportar al Jefe de parque todas las necesidades de equipo de protección personal para las diversas áreas a cargo.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

- Orientar a los guías sobre la normativa existentes para el servicio al turista y el desarrollo de actividades de aventura extrema.
- Inspeccionar y controlar que la ejecución de las labores de mantenimiento preventivo y/o correctivo se ajuste a lo planificado en el PAO.
- Supervisar las diferentes áreas de trabajo a su cargo.
- Asignar las actividades a realizar al personal de jardinería y servicios varios, según la programación establecida.
- Colaborar con la administración en la ejecución de tareas necesarias en el centro de recreación, relativas al ornato, higiene, limpieza o ingreso de visitantes
- Reportar a Jefe de parque los eventos inusuales presentados en las instalaciones del parque.
- Proteger los recursos naturales del lugar.
- Sancionar a infractores y efectuar decomisos de flora y Fauna en el acto para mantener el orden.
- Restringir o decomisar el ingreso y uso de bebidas embriagantes a las instalaciones del parque.

| | | | | | |
|-------------------------------|--|--|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
| | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | VERDE | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

| |
|--|
| TITULO DEL PUESTO |
| Supervisor de Operaciones y Atención al Turista |
| DEPENDENCIA |
| Jefe del Parque Natural Cerro Verde |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Velar por los aspectos disciplinarios del Parque Natural Cerro Verde y a la vez se brinde la calidad en el servicio turístico, dando la orientación correcta a las interrogantes de los turistas y visitantes, mediante la asistencia por parte de los colaboradores a su cargo.

FUNCIONES

- Colaborar con el Jefe del parque en la elaboración del Plan Anual Operativo, mediante aportaciones de estrategias para el cumplimiento de los objetivos planteados.
- Coordinar con el Jefe del parque en la planificación de las actividades a desarrollar para el área de atención al turista.
- Asignar las rutas de observación que deberá realizar el monitor de inspección turística y ambiental.
- Realizar reporte de problemas presentados por turistas y visitantes en las instalaciones del parque y entregar al Jefe del parque.
- Asignar a los colaboradores de Asistencia al turista, la recolección de información sobre la opinión de turistas sobre el servicio brindado por el personal del parque.
- Analizar la información recolectada por el asistente al turista y elaborar indicadores que midan y evalúen la percepción del turista sobre el servicio brindado por el personal del parque.
- Reportar a Jefe de parque las necesidades de materiales y suministros para las diversas áreas a cargo.
- Detectar las necesidades de capacitación del personal bajo cargo y reportar a Jefe del parque.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

- Controlar la asistencia y las llegadas tardías de los colaboradores e informar al Jefe del parque mediante un reporte.
- Apoyar en las actividades desarrolladas por el área a cargo, en caso se requiera, buscando como fin último la satisfacción del turista y visitante.
- Llevar el registro y control actualizado de los pagos de los arrendatarios de restaurante y merendero.
- Elaborar informe sobre los ingresos de ventas diarias percibidos por las diferentes actividades del parque, el cual deberá ser presentado al Jefe del Parque para su control.
- Distribuir especies fiscales y formatos de control de dinero para cambio a Colectores de ingreso y servicios turísticos.
- Habilitar y efectuar corte de caja al cierre de las instalaciones e informar al Jefe del parque.
- Asignar zona de vigilancia al personal de seguridad.
- Realizar recorridos periódicos en las instalaciones del parque para evaluar que los turistas y visitantes cumplan con las normas establecidas para el uso de las instalaciones del parque y a la vez servir de guía y orientación dentro de las instalaciones a los visitantes que lo requieran.
- Reportar a Jefe de parque los eventos inusuales presentados en las instalaciones del parque.
- Realizar recorridos rutinarios para evaluar el orden y aseo de las instalaciones del parque.

| | | | | | |
|----------------------------------|---|-------------------|--------------------------|-----|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
| | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 | |

| |
|---|
| TITULO DEL PUESTO |
| Guías de sitio y locales |
| DEPENDENCIA |
| Supervisor de servicios turísticos |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Brindar orientación e información sobre los atractivos turísticos del parque y su historia, así como servicios de asistencia sobre las actividades que se desarrollan dentro de las instalaciones.

FUNCIONES

- Recibir a las personas de acuerdo con el protocolo de servicios establecido por el Supervisor de servicios turísticos.
- Realizar charla informativa inicial y final, al turista y visitante tanto del centro interpretativo, como los de senderismo y montañismo.
- Impartir a los turistas las instrucciones y recomendaciones acerca de la actividad a desarrollar.
- Garantizar el bienestar de los turistas y visitantes que forman parte del grupo.
- Solucionar las contingencias presentadas durante el desarrollo de la actividad turística de acuerdo al protocolo de servicio.
- Proporcionar a los turistas información veraz y completa sobre el Parque Natural Cerro Verde y sus alrededores.
- Guiar a los turistas por senderos del parque y recorrido hacia los volcanes, con seguridad, eficiencia y en forma cortés, responsable y prudente.
- Evitar que las acciones de los turistas atenten contra la armonía del parque como área natural protegida.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|--|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | CERRO VERDE | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

| |
|---|
| TITULO DEL PUESTO |
| Guías especializados |
| DEPENDENCIA |
| Supervisor de servicios turísticos |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Orientar y apoyar el desarrollo de las actividades de turismo de aventura, cumpliendo con los requerimientos de seguridad al turista, buscado como resultado final que el turista obtenga experiencias únicas.

FUNCIONES

- Recibir a las personas de acuerdo con el protocolo de servicios establecido por el Supervisor de servicios turísticos.
- Cumplir las leyes, reglamentos y decisiones impuestas por el supervisor de servicios turísticos, relacionadas con las actividades de aventura extrema.
- Brindar al turista las recomendaciones necesarias para el uso del canopy y péndulo.
- Asegurarse de contar con el equipo de protección personal adecuado en calidad y cantidad, según la actividad que se desarrolla.
- Realizar charla informativa sobre la actividad a desarrollar al inicio de ésta.
- Informar a los turistas sobre las normas de comportamiento y seguridad durante la actividad a desarrollar.
- Asegurar que el turista cumple con los requerimientos, capacidades y equipamiento mínimo para la realización de la actividad de aventura extrema.
- Reportar al Supervisor de servicios turísticos anomalías en el desarrollo de la actividad.

| | | | | | |
|-------------------------------|---|--|--------------------------|-----|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
| | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| NUMERO DE PAGINAS | | | : | 102 | |

| |
|---|
| TITULO DEL PUESTO |
| Colector de ingreso y servicios turísticos |
| DEPENDENCIA |
| Supervisor de atención al turista |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Colectar los fondos por ingreso de visitantes mediante entrega vales o tiquetes de cobro, así como los fondos por el uso de los servicios turísticos, además realizar corte de cuentas diarias de lo recaudado en la caseta del Parque Natural Cerro Verde.

FUNCIONES

- Realizar el aseo diariamente en la caseta de cobro.
- Realizar los cobros respectivos por el ingreso al parque y la utilización de los servicios turísticos.
- Verificar que se cumplan los requisitos establecidos para el uso de los servicios turísticos durante la compra.
- Llevar un control de los vehículos que ingresan a las instalaciones del Parque Natural Cerro Verde.
- Recibir del Supervisor de operaciones y mantenimiento las especies fiscales verificando números de series, precios etc. así como el efectivo para cambio de acuerdo a formatos.
- Realizar corte parciales de caja en coordinación con el Supervisor de operaciones y mantenimiento y el Jefe del PNCV.
- Llevar un control estadístico de las personas que ingresan (niños, personas de la tercera edad y extranjeros).
- Realizar informe sobre los ingresos de las ventas efectuadas durante el día.
- Instruir a Persona de Seguridad, para que no permita el ingreso de bebidas alcohólicas, armas, mascotas a las instalaciones.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

| |
|--|
| TITULO DEL PUESTO |
| Asistencia al turista |
| DEPENDENCIA |
| Supervisor de atención al turista |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Velar por la atención al turista y visitante, brindando orientación sobre los servicios y actividades turísticas dentro de las instalaciones del Parque Natural Cerro Verde.

FUNCIONES

- Solventar interrogantes sobre los servicios turísticos del parque.
- Llevar el control de entrega y recepción de llaves de cabañas.
- Recolectar información sobre percepción del cliente respecto al servicio recibido.
- Entrega de material publicitario sobre servicios turísticos del parque.
- Resolver problemas conflictivos de los turistas.
- Documentar quejas y reclamos de los turistas y visitantes.
- Entregar informe al supervisor de calidad y atención al turista, sobre las situaciones de inconformidad del servicio recibido.

| | | | | | |
|-------------------------------|---|--|--------------------------|-----|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
| | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| NUMERO DE PAGINAS | | | : | 102 | |

| |
|--|
| PERSONAL DE JARDINERÍA Y SERVICIOS VARIOS |
| TITULO DEL PUESTO |
| Auxiliar de Jardinería |
| DEPENDENCIA |
| Supervisor de operaciones y mantenimiento |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Proporcionar mantenimiento y limpieza en las diferentes áreas verdes asignadas en el parque, contribuyendo a que prevalezca el orden y armonía con el medio ambiente.

FUNCIONES

- Realizar actividades de limpieza y mantenimiento general de las áreas verdes del parque.
- Deshierbar maleza y limpieza en viveros y jardines.
- Realizar trabajos de poda de setos, grama y maleza.
- Cuidar vivero y áreas de jardinería.
- Establecer viveros ornamentales, forestales y frutales.
- Realizar inventario de plantas en el vivero e informar a supervisor de operaciones y mantenimiento.
- Colaborar con la administración en la ejecución de tareas necesarias en el parque, relativos al ornato, Higiene, limpieza o ingreso de visitantes.
- Establecer y mantener fosas aboneras.
- Realizar traslado de basura a centro de acopio.

| | | | | | |
|-------------------------------|---|--|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
| | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

| |
|---|
| PERSONAL DE JARDINERÍA Y SERVICIOS VARIOS |
| TITULO DEL PUESTO |
| Auxiliar de mantenimiento de infraestructura |
| DEPENDENCIA |
| Supervisor de operaciones y mantenimiento |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Proporcionar mantenimiento preventivo y correctivo a la infraestructura existente en el parque, contribuyendo a mantenerla en buenas condiciones y a disposición del uso de los turistas y visitantes.

FUNCIONES

- Realizar reparaciones de poca dificultad en la infraestructura del parque.
- Dar mantenimiento de mejora a la estética de la infraestructura.
- Dar mantenimiento a tanques de captación de agua e informar a Supervisor de operaciones y mantenimiento, el volumen de agua con que se dispone
- Apoyar en la limpieza de drenajes y fosas sépticas
- Contribuir a las actividades de carga y descarga de materiales e insumos en bodega.
- Realizar evaluaciones periódicas de la infraestructura utilizada en los servicios turísticos.
- Realizar mantenimiento correctivo y preventivo en la planta hidráulica
- Realizar mantenimiento mínimo a herramientas eléctricas.
- Llevar bitácora de materiales entregados y utilizados
- Llevar control de actividades diarias programadas.

| |
|--|
| PERSONAL DE JARDINERÍA Y SERVICIOS VARIOS |
| TITULO DEL PUESTO |
| Auxiliar de limpieza |
| DEPENDENCIA |
| Supervisor de operaciones y mantenimiento |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Mantener en condiciones óptimas de limpieza las cabañas, casetas o locales utilizados para brindar los servicios turísticos, generando de tal manera un ambiente limpio para los turistas.

FUNCIONES

- Velar por mantener la limpieza en centro interpretativo, vivero, cabañas, casetas, restaurante, entre otras áreas de contacto con los turistas.
- Realizar revisiones periódicas de áreas bajo su cargo, con la finalidad de mantener la limpieza en todo momento.
- Mantener equipadas y limpias las cabañas para su uso respectivo.
- Mantenerse a disposición para solicitudes de limpieza inmediata.
- Realizar reportes solicitados
- Mantener actualizada la bitácora de servicios realizados
- Apoyar en la limpieza y saneamiento de áreas verdes.
- Control de ingreso a zona de centro de acopio
- Llevar bitácora de actividades diarias.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

| |
|--|
| TITULO DEL PUESTO |
| Personal de seguridad |
| DEPENDENCIA |
| Supervisor de operaciones y mantenimiento |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Controlar e inspeccionar la seguridad de los turistas mediante la orientación e información, además velar por la conservación de las instalaciones y de los recursos naturales.

FUNCIONES

- Verificar que el visitante no ingrese licor, mascotas, armas de fuego y armas blancas al parque.
- Proporcionar seguridad a los visitantes durante su permanencia en las instalaciones del parque.
- Realizar recorridos dentro del parque para mantener la armonía al interior de las instalaciones.
- Explicar las situaciones de riesgo al turista y visitante de conformidad con las acciones irresponsables que realice.
- Aplicar las normas de seguridad cumpliendo manuales propios.



| | | | | | |
|-------------------------------|---|--|--------------------------|-----|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
| | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| NUMERO DE PAGINAS | | | : | 102 | |

PROCEDIMIENTO No. MGT-002-2016

MANUAL DE PUESTOS DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|--------------------------------|--|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

INTRODUCCIÓN

El manual de descripción de puestos de trabajo es una herramienta de mucha utilidad, ya que permite y facilita la descripción de cada una de las funciones que debe de realizar el personal de la organización.

Por lo tanto el presente manual tiene como finalidad principal proporcionar información necesaria de cada uno de los puestos de trabajo, tal como la descripción del puesto, estudios y conocimiento necesarios, habilidades y destrezas requeridas en la persona para desempeñarse en el puesto de trabajo. Con el propósito de facilitar las consultas al manual, la ubicación de los perfiles se ha ordenado en conformidad a la estructura organizativa propuesta el Parque Natural Cerro Verde.

El presente manual puede ser sujeto a revisión una vez al año, con el fin de mantenerlo actualizado y según sea las exigencias de los altos cargos de la institución.

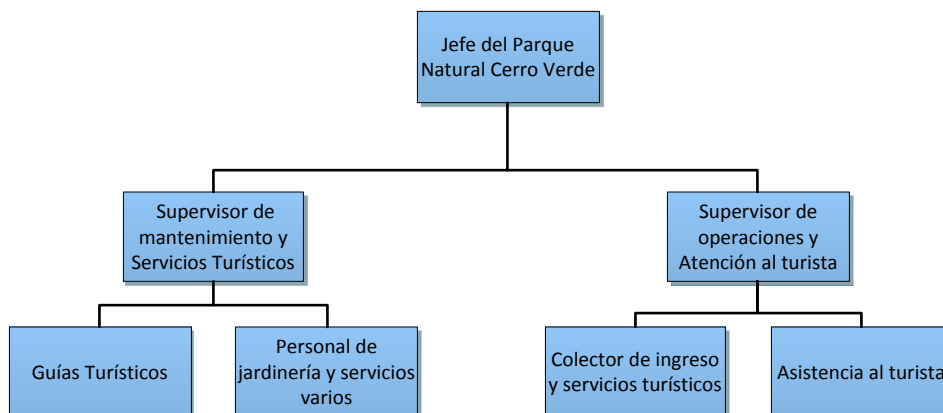
OBJETIVO

Diseñar un manual de descripción de puestos que de forma clara y específica detalle cada uno de los requisitos de los puestos de trabajo en el Parque Natural Cerro Verde.

ÁMBITO DE APLICACIÓN

Este Manual es aplicación obligatoria a todas las unidades organizativas del Parque Natural Cerro Verde.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE



| | | | | | |
|----------------------------------|---|-------------------|--------------------------|-----|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
| | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 | |

PERSONAL REQUERIDO

| Puesto | Número de colaboradores Fijos | Número de colaboradores temporales | Personal de apoyo oficina central |
|--|-------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| Jefe de Parque | 1 | | |
| Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos | 1 | | |
| Supervisor de operaciones y atención al turista | 1 | | |
| Guías turísticos | | | |
| Guías de sitio | 3 | 4 | |
| Guías locales | 5 | 3 | |
| Guías especializados | 4 | 3 | |
| Colector de ingreso y servicios turísticos | 3 | | 5 |
| Asistencia al turista | 2 | 2 | 5 |
| Personal de jardinería y servicios varios | | | |
| Auxiliar de Jardinería | 3 | 3 | |
| Auxiliar de mantenimiento de infraestructura | 1 | 2 | |
| Auxiliar de limpieza | 2 | 5 | |
| Total de personal requerido | 26 | 22 | 10 |

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|----------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

| |
|--|
| TITULO DEL PUESTO |
| Jefe del Parque Natural Cerro Verde |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Organizar, coordinar, dirigir y supervisar las actividades a desarrollar en el Parque Natural Cerro Verde, por el personal bajo su responsabilidad, cumpliendo con las metas y objetivos institucionales, buscando la adecuada atención a los turistas y visitantes.

| REQUISITOS DEL PUESTO | |
|--------------------------------------|---|
| EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA | Experiencia comprobada, deseable con Técnico en Administración de Empresas o Tercer año de carrera Universitaria. |
| EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA | <ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad. • Recursos Humanos. • Administración. |
| EXPERIENCIA LABORAL PREVIA | 3 años en puestos similares. |
| CONOCIMIENTOS NECESARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • Medio Ambiente, • Recreación Popular. • Leyes Laborales. |
| HABILIDADES Y DESTREZAS | <ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia emocional • Dirigir personal. • Habilidades numéricas. • Alta capacidad de análisis y síntesis para la toma de decisiones • Trabajo en equipo • Facilidad de comunicación verbal y escrita. |
| CONDICIONES PERSONALES | Edad: Mayor de 25 años. Género: Masculino o Femenino |
| OTROS REQUISITOS | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad. • Confiabilidad. • Amabilidad. • Honestidad. • Creatividad. |

TITULO DEL PUESTO

Supervisor de Mantenimiento y Servicios Turísticos

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Planificar y verificar toda la logística necesaria, para que las actividades turísticas se desarrollen dentro de los parámetros de calidad y seguridad ofrecidos por parte de los guías a su cargo.

REQUISITOS DEL PUESTO

| | |
|--------------------------------------|---|
| EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA | Experiencia comprobada, deseable con Técnico en Hostelería y Turismo, Administración de Empresas o Tercer año de carrera Universitaria. |
| EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA | <ul style="list-style-type: none"> • Turismo nacional. • Recursos Humanos. • Administración. |
| EXPERIENCIA LABORAL PREVIA | 2 años en puestos similares. |
| CONOCIMIENTOS NECESARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • Normativa turística. • Equipo de protección personal. • Recreación Popular. • Leyes Laborales. • Idioma inglés. |
| HABILIDADES Y DESTREZAS | <ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia emocional • Dirigir personal. • Alta capacidad de análisis y síntesis para la toma de decisiones • Trabajo en equipo • Facilidad de comunicación verbal y escrita. |
| CONDICIONES PERSONALES | Edad: Mayor de 25 años. Género: Masculino o Femenino |
| OTROS REQUISITOS | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad. • Confiabilidad. • Amabilidad. • Honestidad. • Creatividad. |

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

TITULO DEL PUESTO

Supervisor de Operaciones y Atención al Turista

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Velar por que se brinde la calidad en el servicio turístico del parque, dando la orientación correcta a las interrogantes de los turistas y visitantes, mediante la asistencia por parte de los colaboradores a su cargo.

REQUISITOS DEL PUESTO

| | |
|--------------------------------------|---|
| EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA | Experiencia comprobada, deseable con Técnico en Administración de Empresas o Tercer año de carrera Universitaria. |
| EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA | <ul style="list-style-type: none"> Recursos Humanos. Administración. |
| EXPERIENCIA LABORAL PREVIA | 2 años en puestos similares. |
| CONOCIMIENTOS NECESARIOS | <ul style="list-style-type: none"> Medio Ambiente, Recreación Popular. Leyes Laborales. Conocimientos básicos de Contabilidad. |
| HABILIDADES Y DESTREZAS | <ul style="list-style-type: none"> Inteligencia emocional Dirigir personal. Habilidades numéricas. Alta capacidad de análisis y síntesis para la toma de decisiones Trabajo en equipo Facilidad de comunicación verbal y escrita. |
| CONDICIONES PERSONALES | Edad: Mayor de 25 años. Género: Masculino o Femenino |
| OTROS REQUISITOS | <ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad. Confiabilidad. Amabilidad. Honestidad. Creatividad. |

| |
|---------------------------------|
| TITULO DEL PUESTO |
| Guías de sitio y locales |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Brindar orientación e información sobre los atractivos turísticos del parque y su historia, así como servicios de asistencia sobre las actividades que se desarrollan dentro de las instalaciones.

| REQUISITOS DEL PUESTO | |
|--------------------------------------|---|
| EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA | Experiencia comprobada, deseable Técnico en Hostelería y Turismo |
| EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA | <ul style="list-style-type: none"> • Historia. • Geografía de El Salvador. • Medio ambiente. • Atractivos y recursos naturales. |
| EXPERIENCIA LABORAL PREVIA | 1 años en puestos similares. |
| CONOCIMIENTOS NECESARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • Animación turística. • Primeros auxilios • Conducción de grupos • Ética profesional • Idioma inglés |
| HABILIDADES Y DESTREZAS | <ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia emocional. • Orientación de turistas. • Trabajo en equipo • Facilidad de comunicación verbal. |
| CONDICIONES PERSONALES | Edad: Mayor de 25 años. Género: Masculino o Femenino |
| OTROS REQUISITOS | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad. • Confiabilidad. • Amabilidad. • Honestidad. • Creatividad. |

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|----------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

| |
|-----------------------------|
| TITULO DEL PUESTO |
| Guías especializados |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Orientar y apoyar el desarrollo de las actividades de turismo de aventura, cumpliendo con los requerimientos de seguridad al turista, buscado como resultado final que el turista obtenga experiencias únicas.

| REQUISITOS DEL PUESTO | |
|--------------------------------------|---|
| EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA | Experiencia comprobada, deseable Técnico en Administración de Empresas o Tercer año de carrera Universitaria. |
| EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA | <ul style="list-style-type: none"> • Historia. • Turismo de aventura. • Geografía de El Salvador. • Medio ambiente. • Atractivos y recursos naturales. |
| EXPERIENCIA LABORAL PREVIA | 1 años en puestos similares. |
| CONOCIMIENTOS NECESARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • Normas de Turismo de aventura. • Equipo de protección personal. • Animación turística. • Primeros auxilios • Ética profesional • Idioma inglés |
| HABILIDADES Y DESTREZAS | <ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia emocional. • Orientación de turistas. • Trabajo en equipo • Facilidad de comunicación verbal. |
| CONDICIONES PERSONALES | Edad: Mayor de 25 años. Género: Masculino o Femenino |
| OTROS REQUISITOS | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad. • Confiabilidad. • Amabilidad. • Honestidad. |

| |
|---|
| TITULO DEL PUESTO |
| Colector de ingreso y servicios turísticos |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Colectar los fondos por ingreso de visitantes mediante entrega vales o tiquetes de cobro, así como los fondos por el uso de los servicios turísticos, además realizar corte de cuentas diarias de lo recaudado en la caseta del Parque Natural Cerro Verde.

| REQUISITOS DEL PUESTO | |
|--------------------------------------|---|
| EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA | Experiencia comprobada, deseable Bachillerato en Comercio Opción Contador. |
| EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA | Relaciones Humanas. |
| EXPERIENCIA LABORAL PREVIA | 2 años en puestos similares. |
| CONOCIMIENTOS NECESARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad. • Atención a clientes. • Uso de máquinas registradoras. |
| HABILIDADES Y DESTREZAS | <ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de expresión verbal y escrita. • Habilidad numérica. • Manejo de contómetro. |
| CONDICIONES PERSONALES | <ul style="list-style-type: none"> • Edad: Mayor de 25 años. • Género: Masculino o Femenino |
| OTROS REQUISITOS | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad. • Amabilidad. • Honestidad. • Creatividad. • Honradez. |

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|----------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

| |
|------------------------------|
| TITULO DEL PUESTO |
| Asistencia al turista |

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Velar por la atención al turista y visitante, brindando orientación sobre los servicios y actividades turísticas dentro de las instalaciones del Parque Natural Cerro Verde.

| REQUISITOS DEL PUESTO | |
|--------------------------------------|--|
| EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA | Experiencia comprobada, deseable Técnico en Administración de Empresas o Tercer año de carrera Universitaria. |
| EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA | <ul style="list-style-type: none"> Recursos Humanos. Administración. Resolución de problemas |
| EXPERIENCIA LABORAL PREVIA | 1 años en puestos similares. |
| CONOCIMIENTOS NECESARIOS | <ul style="list-style-type: none"> Recreación Popular. Leyes Laborales. |
| HABILIDADES Y DESTREZAS | <ul style="list-style-type: none"> Inteligencia emocional Alta capacidad de análisis y síntesis para la toma de decisiones Trabajo en equipo Facilidad de comunicación verbal y escrita. |
| CONDICIONES PERSONALES | Edad: Mayor de 20 años. Género: Masculino o Femenino |
| OTROS REQUISITOS | <ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad. Confiabilidad. Amabilidad. Honestidad. Creatividad. |

TITULO DEL PUESTO

Auxiliar de Jardinería

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Proporcionar mantenimiento y limpieza en las diferentes áreas verdes asignadas en el parque, contribuyendo a que prevalezca el orden y armonía con el medio ambiente.

REQUISITOS DEL PUESTO

| | |
|--------------------------------------|--|
| EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA | Estudios de Segundo Ciclo. |
| EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA | <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones laborales • Cursos sobre manejo y establecimiento de viveros ornamentales forestales y frutales. |
| EXPERIENCIA LABORAL PREVIA | 1 año en puestos similares. |
| CONOCIMIENTOS NECESARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de herramientas. • Medio Ambiente. • Conocimiento sobre manejo y diseño de jardineras. • Manejo y establecimiento de viveros ornamentales y forestales. • Conocimiento de nombres de plantas. • Conocimiento sobre manejo y usos de productos químicos u orgánicos. • Extinción de incendios. |
| HABILIDADES Y DESTREZAS | <ul style="list-style-type: none"> • Adecuadas relaciones interpersonales. • Manejo de herramientas y equipo. • Técnica de injerto. |
| CONDICIONES PERSONALES | Edad: Mayor de 20 años. Género: Masculino o femenino |
| OTROS REQUISITOS | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Puntualidad. • Iniciativa. • Creatividad. • Respetuoso • Iniciativa. • Amabilidad. |

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

TITULO DEL PUESTO

Auxiliar de mantenimiento de infraestructura

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Proporcionar mantenimiento preventivo y correctivo a la infraestructura existente en el parque, contribuyendo a mantenerla en buenas condiciones y a disposición del uso de los turistas y visitantes.

REQUISITOS DEL PUESTO

| | |
|--------------------------------------|--|
| EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA | Segundo ciclo. |
| EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA | <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones laborales • Cursos básicos sobre albañilería • Cursos básicos de fontanería |
| EXPERIENCIA LABORAL PREVIA | 1 año en puestos similares. |
| CONOCIMIENTOS NECESARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de herramientas. • Medio Ambiente. • Extinción de incendios. |
| HABILIDADES Y DESTREZAS | <ul style="list-style-type: none"> • Adecuadas relaciones interpersonales. • Manejo de herramientas y equipo. • Uso óptimo de materiales |
| CONDICIONES PERSONALES | Edad: Mayor de 20 años. Género: Masculino |
| OTROS REQUISITOS | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Puntualidad. • Iniciativa. • Creatividad. • Respetuoso • Iniciativa. • Amabilidad. |

TITULO DEL PUESTO

Auxiliar de limpieza

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Mantener en condiciones óptimas de limpieza las cabañas, casetas o locales utilizados para brindar los servicios turísticos, generando de tal manera un ambiente limpio para los turistas.

REQUISITOS DEL PUESTO

| | |
|--------------------------------------|--|
| EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA | Estudios de Segundo Ciclo. |
| EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA | <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones laborales |
| EXPERIENCIA LABORAL PREVIA | 1 año en puestos similares. |
| CONOCIMIENTOS NECESARIOS | <ul style="list-style-type: none"> • Medio Ambiente. • Uso adecuado de equipo de limpieza • Preparación de habitaciones |
| HABILIDADES Y DESTREZAS | <ul style="list-style-type: none"> • Adecuadas relaciones interpersonales. • Uso óptimo de insumos de limpieza |
| CONDICIONES PERSONALES | Edad: Mayor de 20 años. Género: Masculino o femenino |
| OTROS REQUISITOS | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Puntualidad. • Iniciativa. • Creatividad. • Respetuoso • Iniciativa. • Amabilidad. |

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO No. MGT-003-2016

DETERMINACIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

| | | |
|--------------------------|---|------------|
| FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

CONTENIDO

1. PROPÓSITO
2. ALCANCE
3. RESPONSABILIDADES
4. PROCEDIMIENTO
5. DIAGRAMA DE FLUJO

1. PROPÓSITO

Determinar cuáles son las necesidades de capacitación que presenta el personal del PNCV, aplicando debidamente la metodología de DNC.

2. ALCANCE

Este procedimiento conlleva a la evaluación de los colaboradores en cuanto a las brechas de competencia y necesidades de capacitación que posean, en el cumplimiento de sus labores.

3. RESPONSABLES

Jefe del PNCV.

Gerente de recursos humanos.

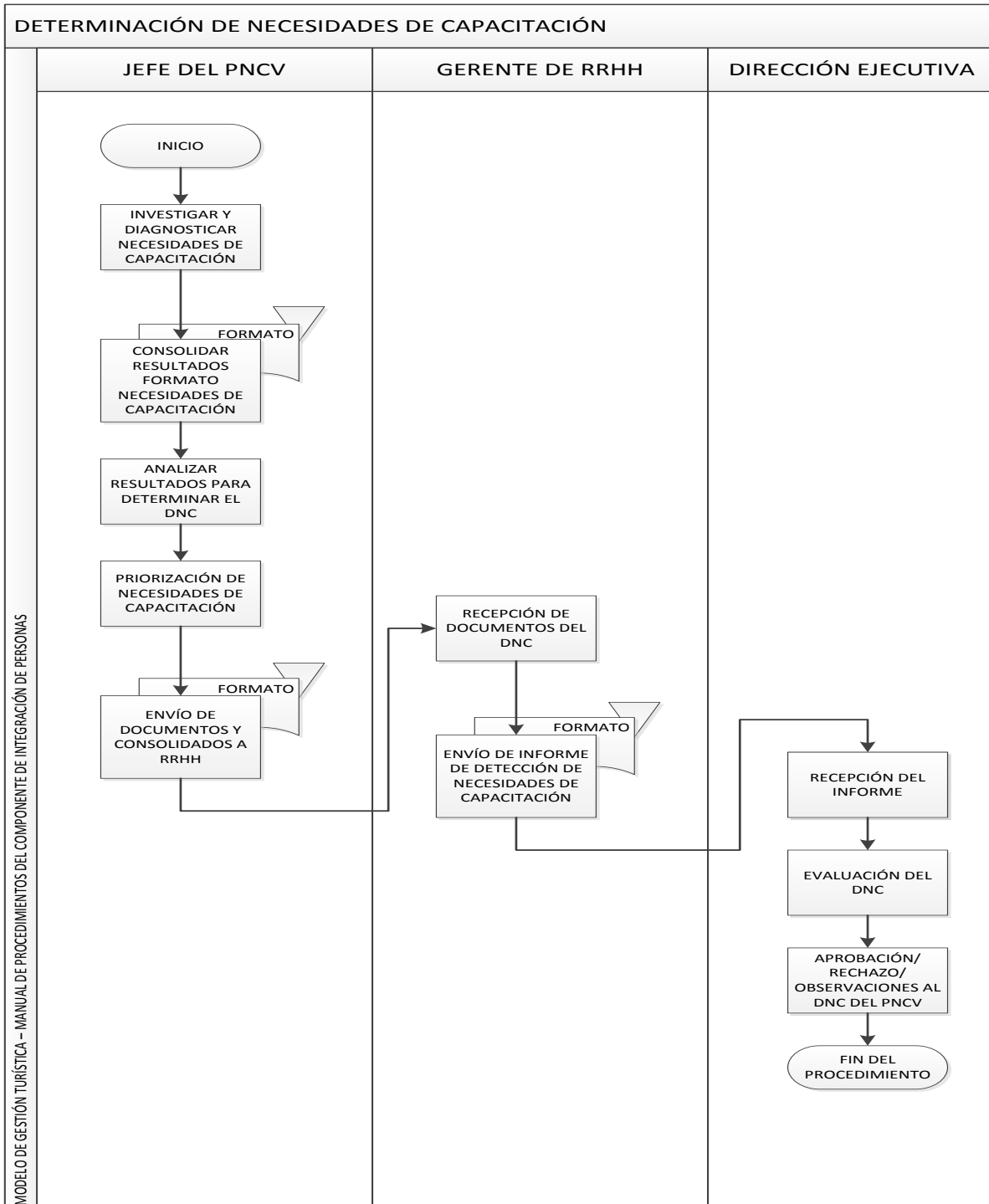
Director(a) Ejecutivo(a).

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

4. PROCEDIMIENTO

| PUESTO RESPONSABLE | PASO | DESCRIPCIÓN |
|---------------------|------|--|
| Jefe del PNCV | 1 | Investigar las necesidades de capacitación por medio de la aplicación de las encuestas al personal y entrevistas a los supervisores, así como observación directa en las actividades que realice el personal de la Institución |
| Jefe del PNCV | 2 | Concentrar los resultados de las encuestas en el Formato "Necesidades de capacitación generales del PNCV", esto se realiza de forma general en todas las áreas del parque. |
| Jefe del PNCV | 3 | Analizar las encuestas individuales para determinar todas las necesidades de capacitación del parque. En ese análisis se deben separar los problemas relacionados con necesidades de capacitación de aquellos que no lo son. |
| Jefe del PNCV | 4 | Selección de las necesidades de capacitación que serán evaluadas. En esta selección previa, se priorizan las necesidades de capacitación, algunas de las cuales no se consideran lo suficientemente importantes para ser evaluadas |
| Jefe del PNCV | 5 | Enviar el consolidado de documentos y necesidades priorizada al departamento de recursos humanos de ISTU. |
| Gerente de RRHH | 6 | Elabora y Envía Informe de Detección de capacitación a la dirección ejecutiva. |
| Dirección Ejecutiva | 7 | Evalúa y aprueba o rechaza el Informe de Diagnóstico de Necesidades de Capacitación. |

5. FLUJO DEL PROCESO



| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO No. MGT-004-2016

ELABORACIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

| | | |
|--------------------------|---|------------|
| FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

CONTENIDO

1. PROPÓSITO
2. ALCANCE
3. RESPONSABILIDADES
4. PROCEDIMIENTO
5. DIAGRAMA DE FLUJO

1. PROPÓSITO

Elaborar un Plan de Capacitación que cuente con los cursos necesarios para eliminar las brechas de competencia detectadas en el personal de la Institución.

2. ALCANCE

Este procedimiento es utilizado por la Gerencia de Recursos Humanos, para la definición de los programas de capacitación a impartir durante el año.

3. RESPONSABLES

Jefe del PNCV.

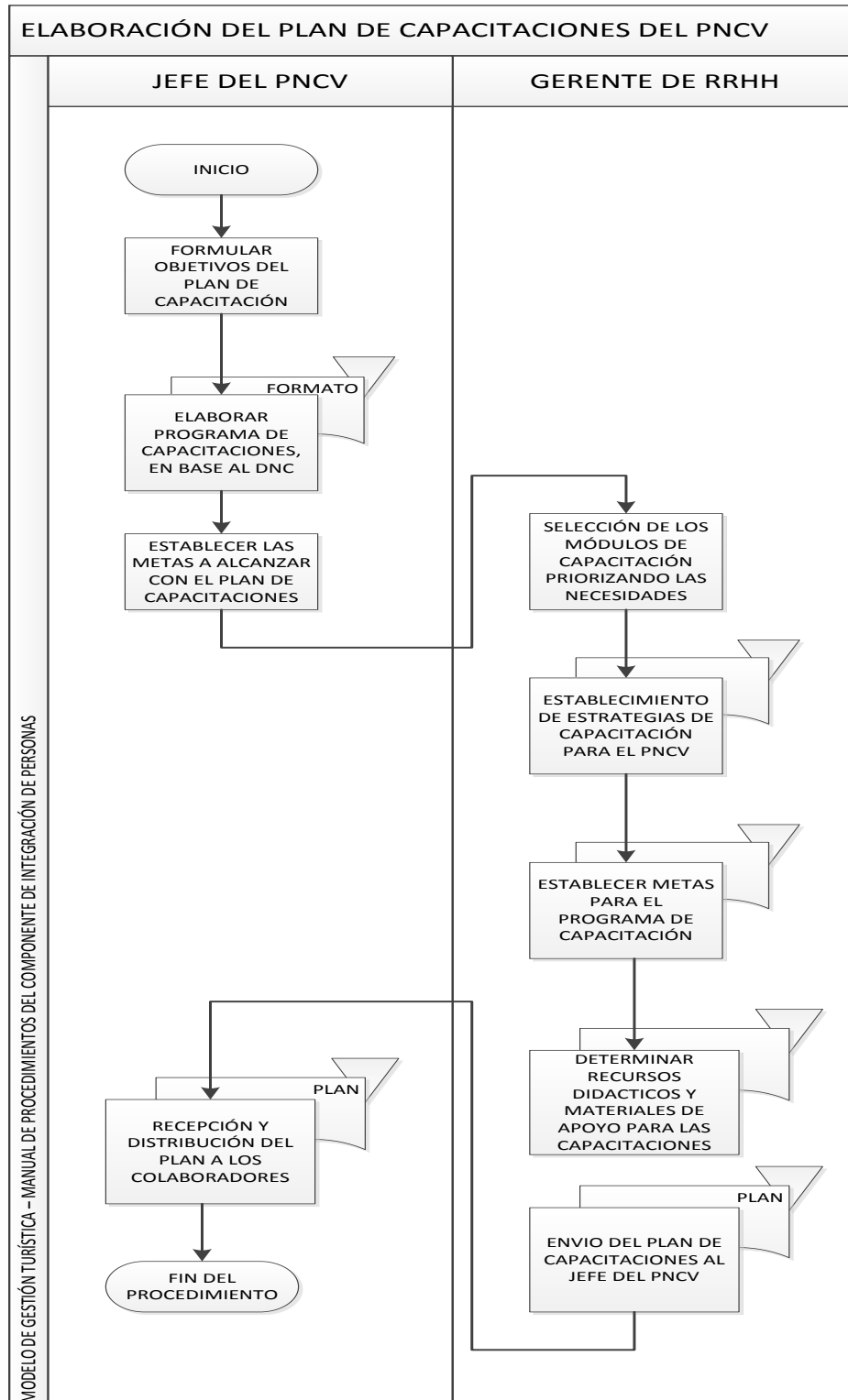
Gerente de recursos humanos.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

4. PROCEDIMIENTO

| PUESTO RESPONSABLE | PASO | DESCRIPCIÓN |
|--------------------|------|--|
| Jefe del PNCV | 1 | Formular los Objetivos del Plan General de Capacitación del PNCV. |
| Jefe del PNCV | 2 | Elaborar el Programa de Capacitaciones, tomando como Base el Informe de Diagnóstico de Necesidades de Capacitación para el PNCV. |
| Jefe del PNCV | 3 | Establecer los Objetivos del Programa de Capacitaciones para el PNCV. |
| Gerente de RR.HH. | 4 | En base al Diagnostico previamente efectuado se seleccionara los módulos de capacitación a impartirse que tengan mayor prioridad y se estructuraran contenidos de cada capacitación. |
| Gerente de RR.HH. | 5 | Establecimiento de Estrategias de Capacitación. |
| Gerente de RR.HH. | 6 | Establecer las Metas del Programas de Capacitación del parque |
| Gerente de RR.HH. | 7 | Establecer los requerimientos didácticos y materiales de apoyo necesarios para cada Capacitación. |
| Gerente de RR.HH. | 8 | Envía el plan aprobado al Jefe del PNCV para que sea distribuido entre los colaboradores |

5. FLUJO DEL PROCESO



| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO No. MGT-005-2016

EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN

| | | |
|--------------------------|---|------------|
| FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

CONTENIDO

1. PROPÓSITO
2. ALCANCE
3. RESPONSABILIDADES
4. PROCEDIMIENTO
5. DIAGRAMA DE FLUJO

1. PROPÓSITO

Establecer las metodologías para los diferentes momentos de la Evaluación de Capacitación.

2. ALCANCE

Este procedimiento permitirá a la Gerencia de Recursos Humanos, evaluar los cursos de capacitación, de manera que se pueda monitorear el Resultado en la formación del capital Humano de la Institución.

3. RESPONSABLES

Supervisor de Operaciones y Atención al Turista.

Gerente de recursos humanos.

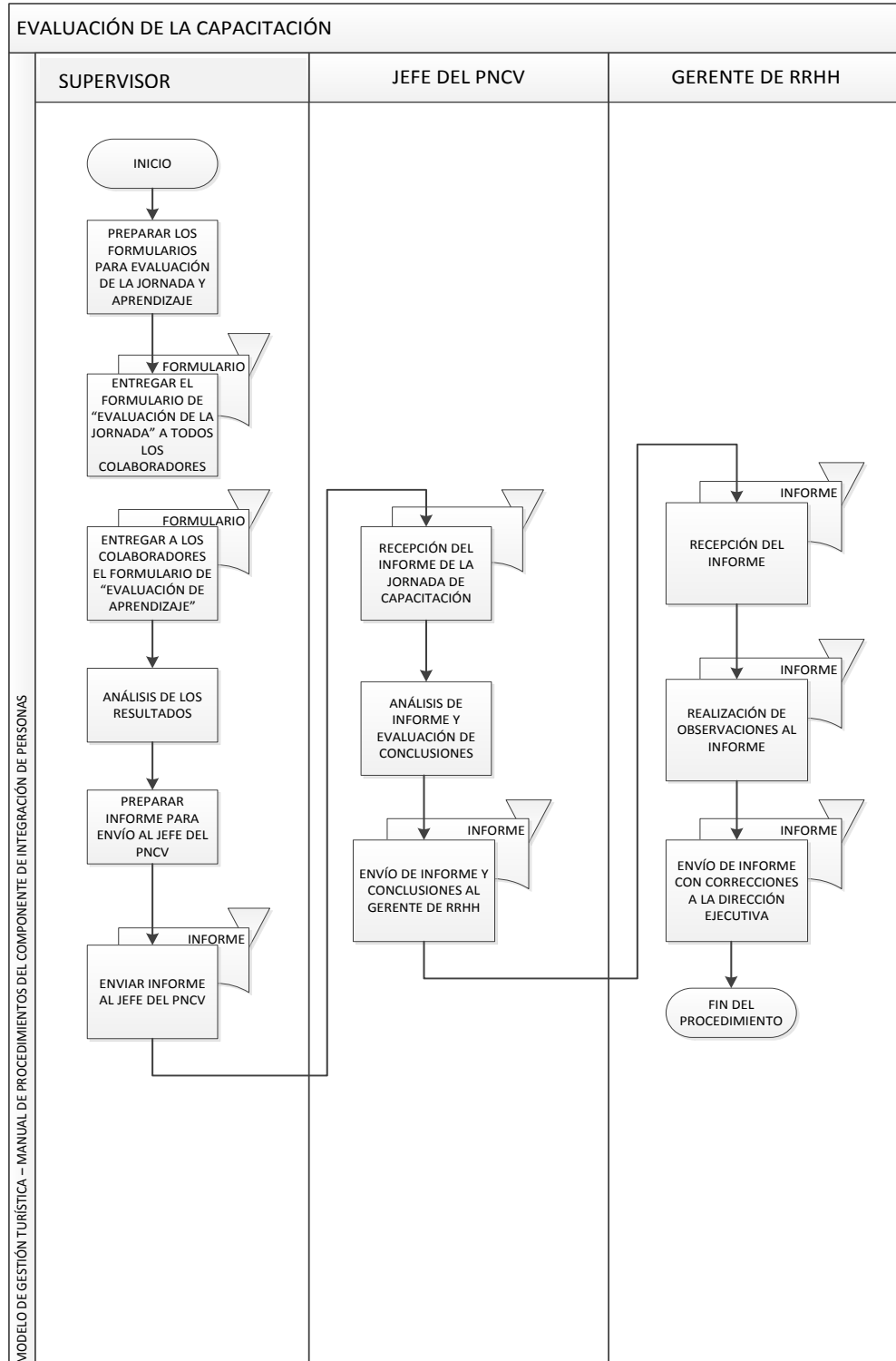
Jefe del PNCV

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

4. PROCEDIMIENTO

| PUESTO RESPONSABLE | PASO | DESCRIPCIÓN |
|---|------|--|
| Supervisor de Operaciones y Atención al Turista | 1 | Al finalizar la capacitación, proporciona el cuestionario “Evaluación de la Jornada de Capacitación”, a cada uno de los colaboradores y asistentes. |
| Supervisor de Operaciones y Atención al Turista | 2 | Proporciona a los asistentes a la capacitación la “Evaluación del Aprendizaje”, para determinar en qué medida el personal ha obtenido los conocimientos esperados en el desarrollo de la capacitación. |
| Supervisor de calidad | 3 | Analiza los resultados de los cuestionarios anteriores y envía un informe al Jefe del PNCV |
| Jefe del PNCV | 4 | Analiza y evalúa el informe proporcionado sobre los resultados de la Capacitación. |
| Jefe del PNCV | 5 | Envía el informe al Gerente de RR.HH. del ISTU |
| Gerente de RR.HH. | 6 | Realiza observaciones sobre los resultados de capacitación y presenta resultados a la dirección ejecutiva, |

5. FLUJO DEL PROCESO



| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO No. MGT-006-2016

SEGUIMIENTO DE LA CAPACITACIÓN

| | | |
|--------------------------|---|------------|
| FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

CONTENIDO

1. PROPÓSITO
2. ALCANCE
3. RESPONSABILIDADES
4. PROCEDIMIENTO
5. DIAGRAMA DE FLUJO

1. PROPÓSITO

Elaborar una metodología para monitorear el seguimiento del aprendizaje del personal de una determinada capacitación.

2. ALCANCE

Evaluar el mejoramiento del personal en la realización de sus labores, de tal forma que se pueda dar un Seguimiento de los Resultados de la Capacitación.

3. RESPONSABLES

Jefe del PNCV

Supervisores

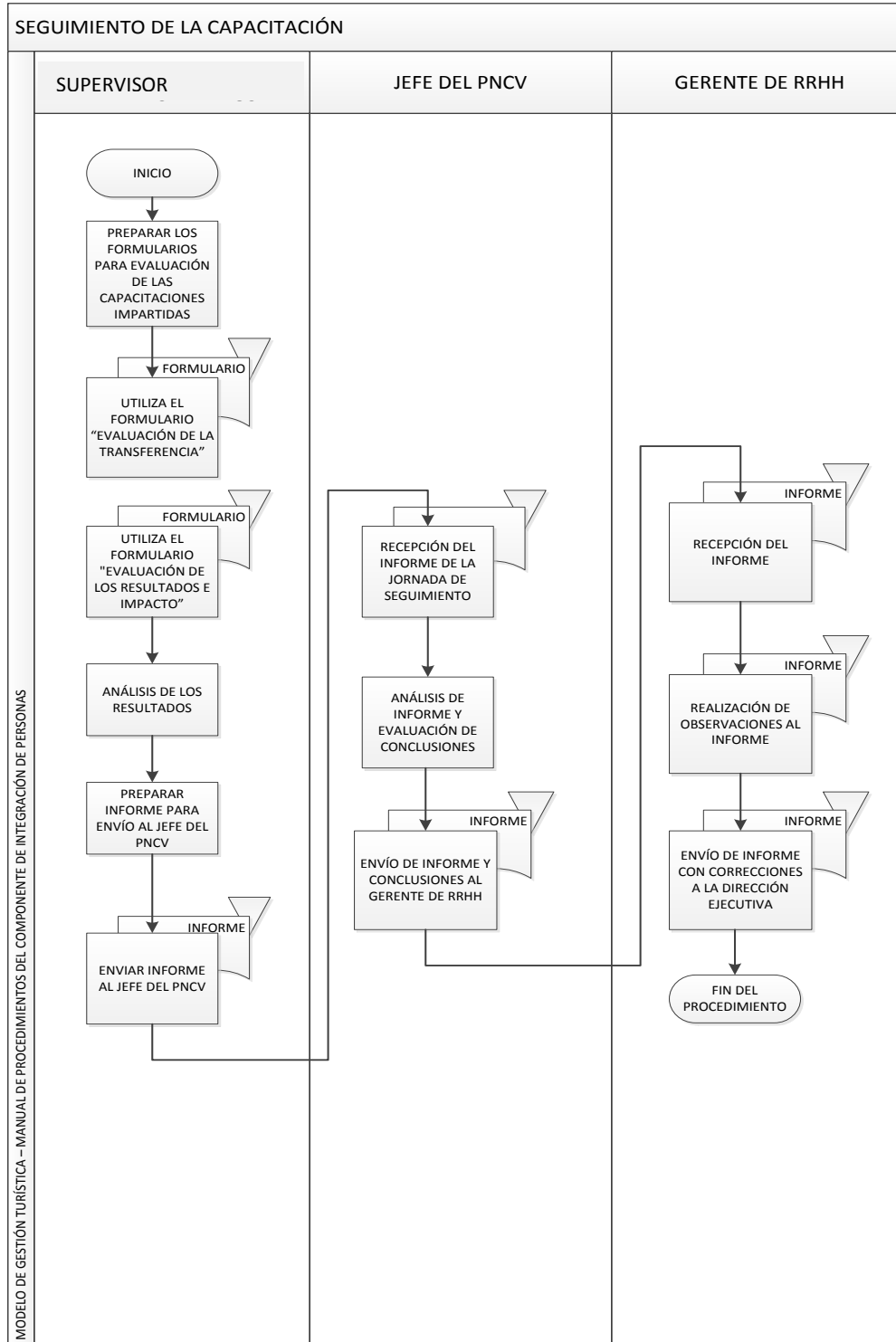
Gerente de recursos humanos.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

4. PROCEDIMIENTO

| PUESTO RESPONSABLE | PASO | DESCRIPCIÓN |
|--------------------|------|---|
| Supervisores | 1 | Realizan la “Evaluación de la Transferencia” al personal, seis meses después de haber asistido a una determinada capacitación. |
| Supervisores | 2 | Analizan en qué medida el personal ha puesto en práctica los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de la capacitación y realiza observaciones sobre la capacitación. |
| Supervisores | | Realizan la “Evaluación de los Resultados e Impacto” de la capacitación en la labor del parque |
| Supervisores | 3 | Envían informe a Jefe del PNCV acerca de los resultados de la “Evaluación de la Transferencia” y de la “Evaluación de resultados e Impacto”. |
| Jefe del PNCV | 4 | Analiza y evalúa el informe proporcionado sobre los resultados de la Capacitación. |
| Jefe de PNCV | 5 | Envía el informe al Gerente de RR.HH. del ISTU |
| Gerente de RR.HH. | 6 | Realiza observaciones sobre los resultados del informe y presenta resultados a la dirección ejecutiva, |

5. FLUJO DEL PROCESO



| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO No. MGT-007-2016

MANUAL DE ACTIVIDADES ECO-TURÍSTICAS

| | | | | | |
|----------------------------------|---|-------------------|--------------------------|-----|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
| | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 | |

CONTENIDO

1. PROPÓSITO
2. ALCANCE
3. REGLAS DE ATENCIÓN A LOS TURISTAS
4. PROCEDIMIENTO: ALOJAMIENTO
5. PROCEDIMIENTO: CENTRO INTERPRETATIVO
6. PROCEDIMIENTO: CAMPING
7. PROCEDIMIENTO: PÉNDULO
8. PROCEDIMIENTO: CUERDAS ALTAS O CANOPY
9. PROCEDIMIENTO: SENDERISMO
10. PROCEDIMIENTO: MONTAÑISMO (TREKKING)
11. PROCEDIMIENTO: COLECTOR DE INGRESO Y SERVICIOS TURÍSTICOS

PROPÓSITO

Crear procedimientos estandarizados, que atiendan oportunamente a las BPT, respondiendo de forma oportuna a las necesidades de los turistas y visitantes del PNCV, tanto en los servicios mejorados como en los servicios diversificados, brindando el más alto nivel de calidez y servicio al cliente.

ALCANCE

Este manual pretende dar un mapa de seguimiento de procesos, que sirva de base para que los gestores del modelo logren alcanzar el máximo potencial de operación de los servicios diversificados y mejorados; por lo que este documento expresa de forma sintetizada el procedimiento básico de aplicación operativa de todos los colaboradores involucrados en la primera línea de atención del parque.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

REGLAS DE ATENCIÓN A LOS TURISTAS

| ATENCIÓN A LOS TURISTAS | |
|--|---|
| REGLAS | NORMAS |
| Esforzarse por conocer al turista y sus necesidades | <ul style="list-style-type: none"> • Prestar especial atención a las necesidades que el turista o visitante plantea. • Brindar información oportuna referente a las necesidades de los turistas. • Solicitar el nombre o apellido del turista y dirigirse por medio de este la situación que se requiera. |
| Considerar la imagen personal como parte del servicio | <ul style="list-style-type: none"> • Se debe acudir al puesto de trabajo aseado y vistiendo el uniforme que lo distinga como parte del personal del PNCV. • Se debe hacer uso correcto del uniforme en todo momento de la jornada laboral. |
| Mostrar disponibilidad por atender y ayudar a los turistas y visitantes | <ul style="list-style-type: none"> • Mostrarse siempre a la vista de los turistas y visitantes. • Cuando un turista se dirija a realizar una consulta, se deberá atenderlo con amabilidad, independientemente no sea su área de actuación. • Se debe dejar el trabajo que se esté realizando, siempre que esto sea posible, cuando un turista se acerque a consultar; en caso no fuere posible atender al turista se pedirán disculpas y se intentara atenderlo con la mayor celeridad. • Si se debe interrumpir a un compañero de trabajo que este atendiendo a un turista, previamente se solicitara la autorización del turista. • La relación que deberá existir con los turistas y visitantes siempre será con respeto. |

• ATENCIÓN A LOS TURISTAS

| REGLAS | NORMAS |
|--|--|
| Mostrar un actitud positiva y ser cortés | <ul style="list-style-type: none"> • El personal deberá tener un trato amable con el turista y visitante. • La actitud debe ser positiva ante toda situación y con la disposición de ayudar al turista. |
| No decir NO ante los problemas presentados por los turistas, buscar una solución. | <ul style="list-style-type: none"> • Mostrar total disposición e interés por solventar una inconformidad por parte del turista. • Dar seguimiento a situaciones que no se solventan inmediatamente. |
| Escuchar con atención y expresarse con claridad | <ul style="list-style-type: none"> • Mantener un control visual en la zona de contacto con el turista. • Evitar realizar trabajos paralelos o jugar con objetos. • Asentir regularmente cuando el turista habla. • Solventar las interrogantes de los turistas; en caso de no tener la respuesta, se deberá buscar la información. |
| Convertir los reclamos en oportunidades para mejorar | <ul style="list-style-type: none"> • Buscar la mejora constante en el servicio al turista, considerando las inconformidades que presentan. |
| Respetar a los compañeros de trabajo y trabajar en equipo | <ul style="list-style-type: none"> • Cualquier situación problemática entre compañeros de trabajo deberá ser resuelto sin perder la compostura y manteniendo tonos de voz y un vocabulario correcto. |
| Interesarse por aprender y mejorar habilidades y conocimientos | <ul style="list-style-type: none"> • Mostrar mentalidad abierta al conocimiento e información que se pueda obtener. |
| Conocer bien los servicios que se brindan en el PNCV | <ul style="list-style-type: none"> • Se deberá brindar la información del proceso de servicio y las características del mismo de manera clara y concisa. • Orientar de manera clara a los turistas sobre las ubicaciones de los servicios que solicitan. |

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

PROCEDIMIENTO: ALOJAMIENTO

4.1 Responsables

| Responsables directos | Responsables de apoyo |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Guía local. • Colector. | <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al turista. • Auxiliares de limpieza. • Personal de seguridad. • Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos. |

4.2 Procedimiento

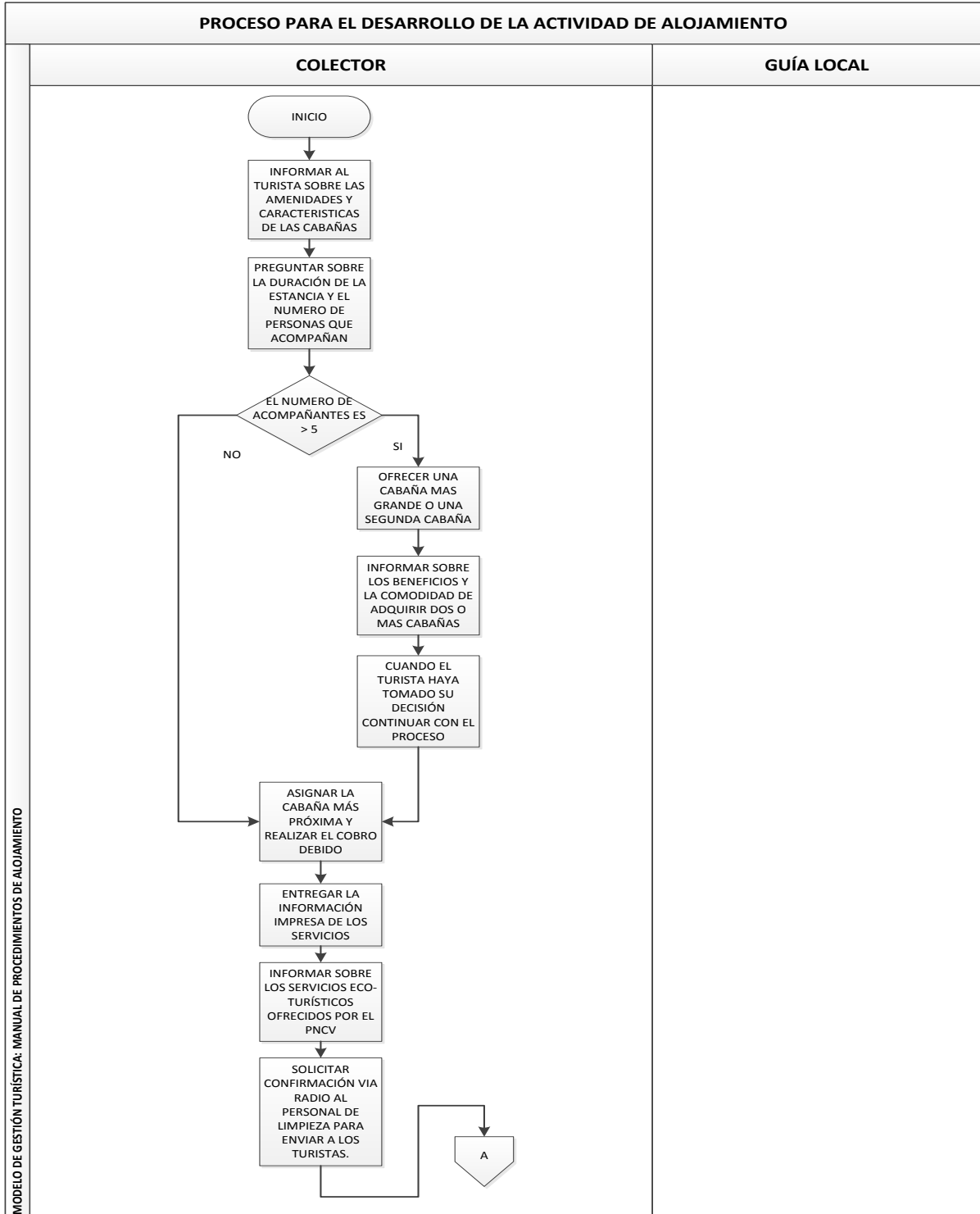
- 4.2.1** El colector al establecer que el turista ha decidido pernoctar en las cabañas disponibles del parque, deberá informar sobre las características de la cabaña y el mobiliario con el que se dispone en el PNCV.
- 4.2.2** El colector, deberá indagar sobre la duración de la estancia y la cantidad de turistas que harán uso de la habitación, con el propósito de definir adecuadamente el número de cabañas disponibles para ofrecer al turista.
- 4.2.3** Al haber establecido la duración de la estancia y la cantidad de personas que utilizarán el servicio, se realizará el cobro debido por el servicio solicitado y se asignará la cabaña de forma apropiada.
- 4.2.4** El colector deberá hacer entrega de las llaves de la cabaña y de los panfletos y trípticos informativos del parque, además de brindar una breve introducción sobre los servicios eco-turísticos disponibles en el parque.
- 4.2.5** Se solicitará apoyo al personal de limpieza del parque para que inspeccione la cabaña asignada y confirme que está lista para ser entregada a los turistas que desean hacer uso del servicio.
- 4.2.6** Se informará mediante el radio al supervisor de mantenimiento y servicios turísticos que se necesita un guía local que lleve a los turistas hasta la cabaña asignada, además de solicitar que se reporte a la estación lo antes posible

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

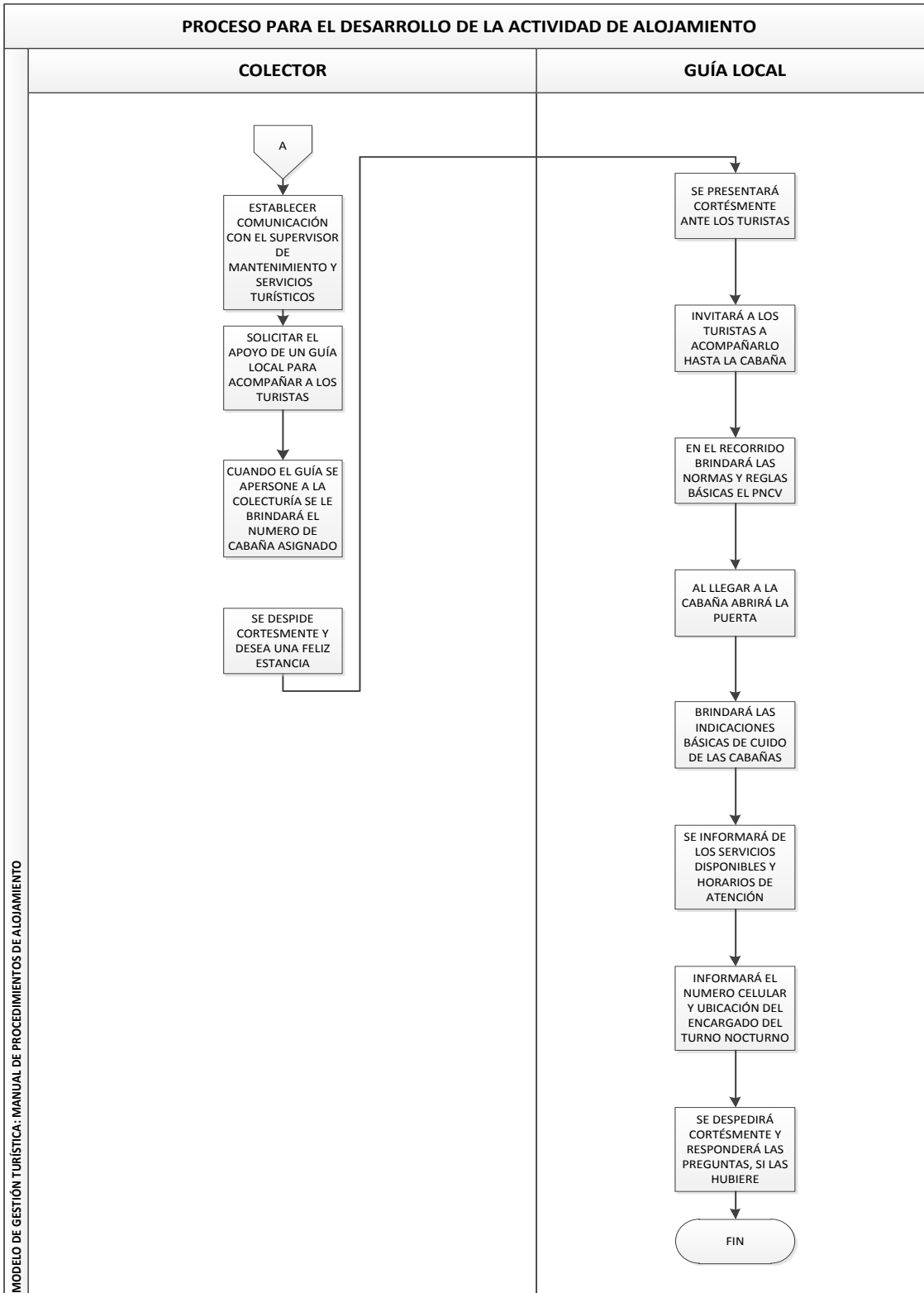
- 4.2.7** Cuando el guía local, se apersona a la colecturía deberá presentarse y brindar un saludo cortés manteniendo contacto visual con los turistas e invitándolos a ir con él hasta la cabaña que ha sido previamente asignada.
- 4.2.8** Durante el recorrido desde la colecturía el guía local brindará las indicaciones básicas de seguridad y cuidado del medio ambiente que deberán acatar los turistas durante su estancia en el PNCV.
- 4.2.9** Al llegar a la cabaña asignada se darán las indicaciones básicas de cuidado de la utilería de la cabaña y se informará las áreas disponibles para turistas y los horarios de servicio del parque.
- 4.2.10** El guía local se despedirá cortésmente de los turistas y responderá cualquier pregunta que haya surgido o situación que no haya quedado claro del todo para los turistas. Indicará el número de teléfono y la ubicación física del encargado de la seguridad nocturna del parque.
- 4.2.11** Fin del procedimiento.

| | | | | |
|---|---|------------------|--------------------------|-------|
| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : 1ª | |
| | | FECHA DE EMISIÓN | : 30/11/2016 | |
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | NUMERO DE REVISIÓN | : 0 |
| | | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : - |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | | NUMERO DE PAGINAS | : 102 |

4.3 Flujo de proceso: Alojamiento



| | | |
|--------------------------|---|------------|
| FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |



| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO: CENTRO INTERPRETATIVO

5.1 Responsables

| Responsables directos | Responsables de apoyo |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos Guía local | <ul style="list-style-type: none"> Asistencia al turista |

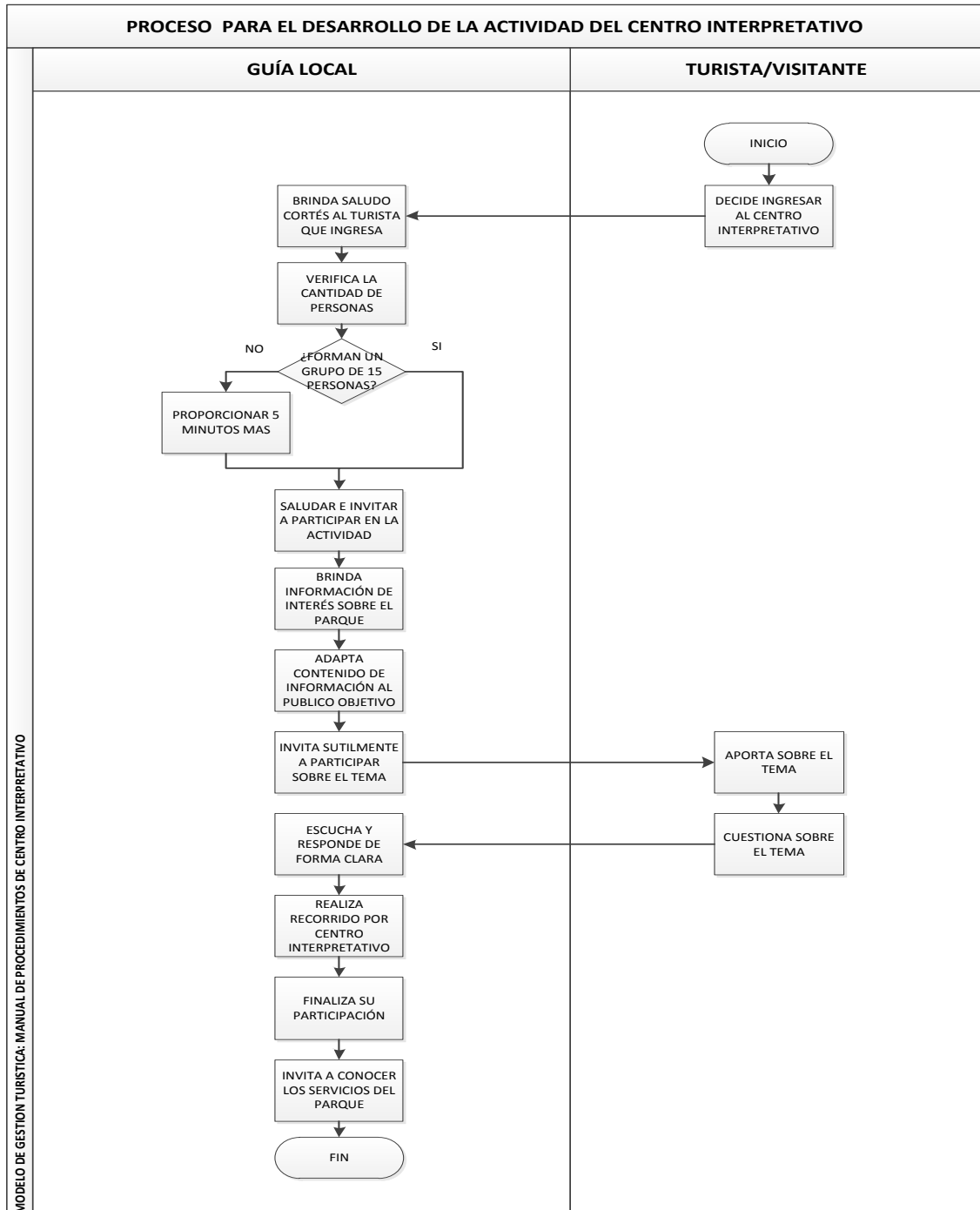
5.2 Procedimiento

- 5.2.1** El guía local debe hacer contacto visual con el turista que ingresa al centro interpretativo y brindar un saludo cortés.
- 5.2.2** Al contar con un grupo de 15 personas que hayan ingresado al centro interpretativo, el guía deberá saludar en forma general e invitar al grupo a participar en la actividad.
- 5.2.3** Si el grupo no logra completarse al número establecido, se comenzara en los cinco minutos posteriores a la verificación.
- 5.2.4** El guía dará inicio a la actividad presentándose y haciendo preguntas capciosas para llamar la atención de los turistas y visitantes.
- 5.2.5** Durante el recorrido por el centro interpretativo, el guía debe brindar toda la información acerca del parque que despierte y mantenga el interés de los turistas y visitantes. A la vez se hará conciencia sobre la protección al medio ambiente.
- 5.2.6** El guía debe adaptar el contenido y la forma del mensaje al público objetivo que conforma el grupo, de manera de ser capaz de explicar de forma más didáctica, sencilla o técnica.
- 5.2.7** Se debe invitar sutilmente a los miembros del grupo a participar sobre lo que se explique, para así despertar las dudas y curiosidad sobre el tema.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

- 5.2.8** El guía debe escuchar atentamente, sin interrupciones, manteniendo el contacto visual con sus interlocutores.
- 5.2.9** Se debe brindar una sonrisa intensa que transmita confianza, a la vez mantener una distancia adecuada con respecto al grupo.
- 5.2.10** El guía debe trasladar al grupo mientras expone y se apoya del material que se encuentra en el centro interpretativo.
- 5.2.11** Al finalizar el recorrido por el centro interpretativo, el guía local deberá dar por finalizada su participación e invitar a los turistas a conocer los demás actividades dentro de las instalaciones del parque.
- 5.2.12** Fin del procedimiento.

5.3 Flujo de proceso



| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO: CAMPING

6.1 Responsables

| Responsables directos | Responsables de apoyo |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos • Guía especializado | <ul style="list-style-type: none"> • Colector • Asistencia al turista • Personal de seguridad |

6.2 Procedimiento

6.2.1 El guía especializado debe hacer contacto visual con el turista, brindar un saludo cortés y presentarse como guía a cargo del grupo de camping.

“Buenas tardes, Bienvenido/a al Parque Natural Cerro Verde. Mi nombre es _____ soy responsable de la actividad de Camping, ¿Con quién tengo el gusto?”

6.2.2 Se debe solicitar amablemente un documento de identidad, el cual será retenido hasta realizar el chequeo de salida; el guía deberá dirigir hacia el turista por un nombre o apellido al momento de comunicarse.

6.2.3 Solicitar recibo cancelado del servicio de camping y verificar el equipo a entregar al turista. Si el turista lleva su equipo de camping pasar a paso 6.2.5.

6.2.4 Se entregara al turista, el equipo mencionado en el recibo de pago y se brindaran por escrito las condiciones en que se entrega el equipo.

6.2.5 El guía especializado debe asignar el área donde será ubicada la tienda de campaña.

6.2.6 Se deberá brindar las indicaciones generales sobre la instalación de la tienda de campaña en caso se requiera y ponerse a disposición a cualquier situación. Si el grupo supera 15 turistas se deberá notificar al supervisor de mantenimiento y servicios turísticos, para obtener el apoyo de un guía especializado por cada 15 turistas adicionales.

6.2.7 El guía especializado deberá apoyar en la instalación de las tiendas de campaña cuando el turista lo requiera.

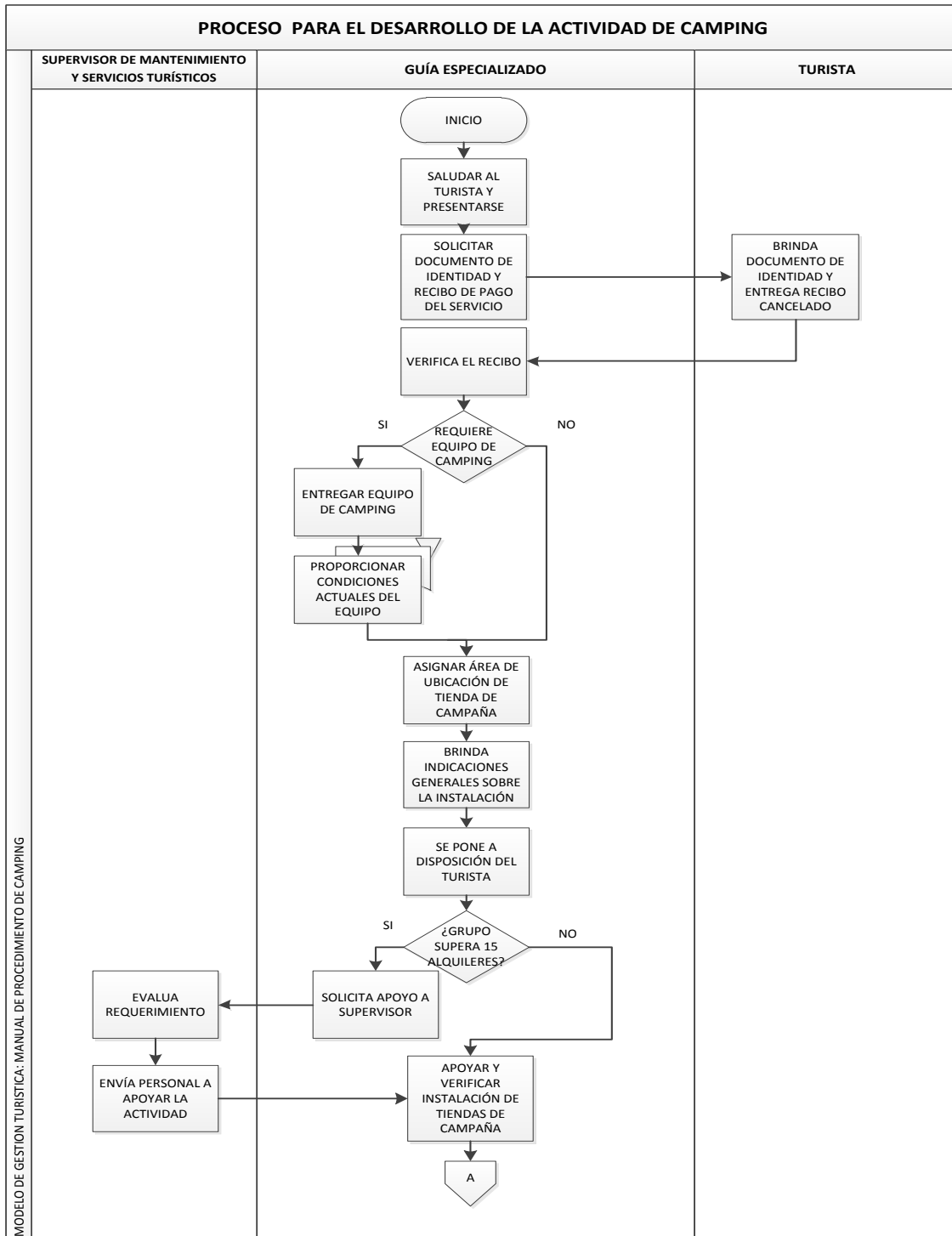
| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

- 6.2.8** Al finalizar la instalación total de las tiendas de campaña, el guía especializado deberá verificar la correcta instalación de las mismas.
- 6.2.9** Al estar las tiendas de campaña instaladas, el guía especializado deberá dirigirse a todos los turistas, haciendo el llamado a acercarse para brindar las indicaciones generales sobre la actividad de camping.
- 6.2.10** Continuo a las indicaciones generales se realizaran actividades de convivencia entre los turistas de la actividad de camping, el tiempo será de 45 minutos a 1 hora.
- 6.2.11** Al finalizar el tiempo de la actividad de convivencia entre turistas, el guía especializado deberá agradecer la participación y ponerse a disposición ante cualquier necesidad.
- 6.2.12** El personal de seguridad nocturno velara por la tranquilidad de los turistas que utilizan el servicio de camping.
- 6.2.13** Los turistas tendrán un tiempo de estadía de 22 horas, pudiendo hacer chequeo de entrada a las 3:00 pm finalizando el servicio a la 1:00 pm del día posterior
- 6.2.14** Al realizar chequeo de salida los turistas deberá entregar el equipo de camping completo al guía especializado.
- 6.2.15** El guía deberá revisar que el equipo esté completo y en buenas condiciones tal como le fue entregado a los turistas; si el equipo cuenta con daños ocasionados por el turista a cargo, este deberá cancelar en colecturía el costo del daño.
- 6.2.16** Agradecer a los turistas por el uso del servicio e invitar a conocer las demás actividades que ofrece el parque.

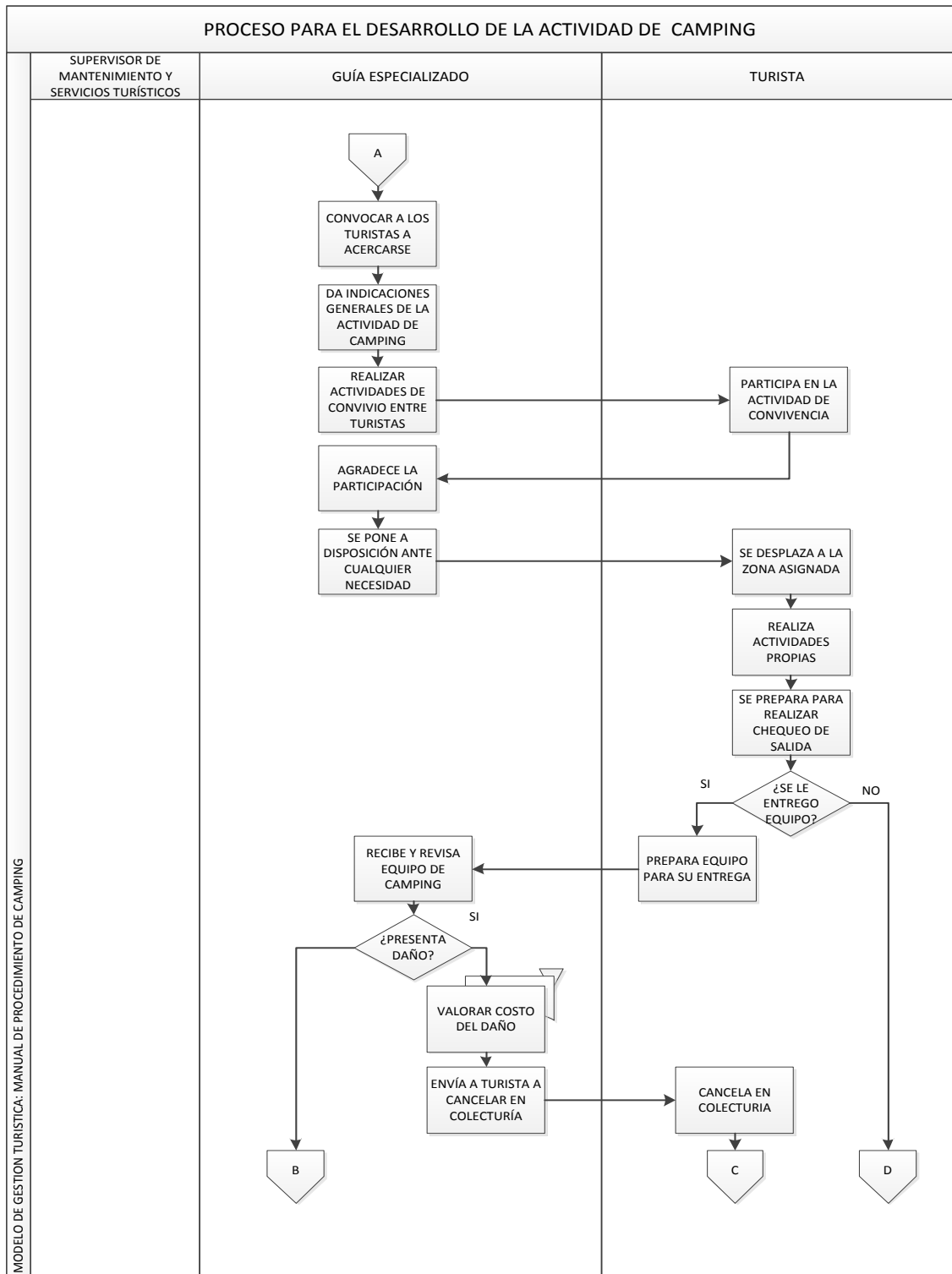
“Agradecemos su participación en la actividad de Camping y le invitamos a conocer las demás actividades ecoturísticas del parque, tales como: _____, puede obtener mayor información en las casetas de asistencia al turista. Le esperamos nuevamente.”

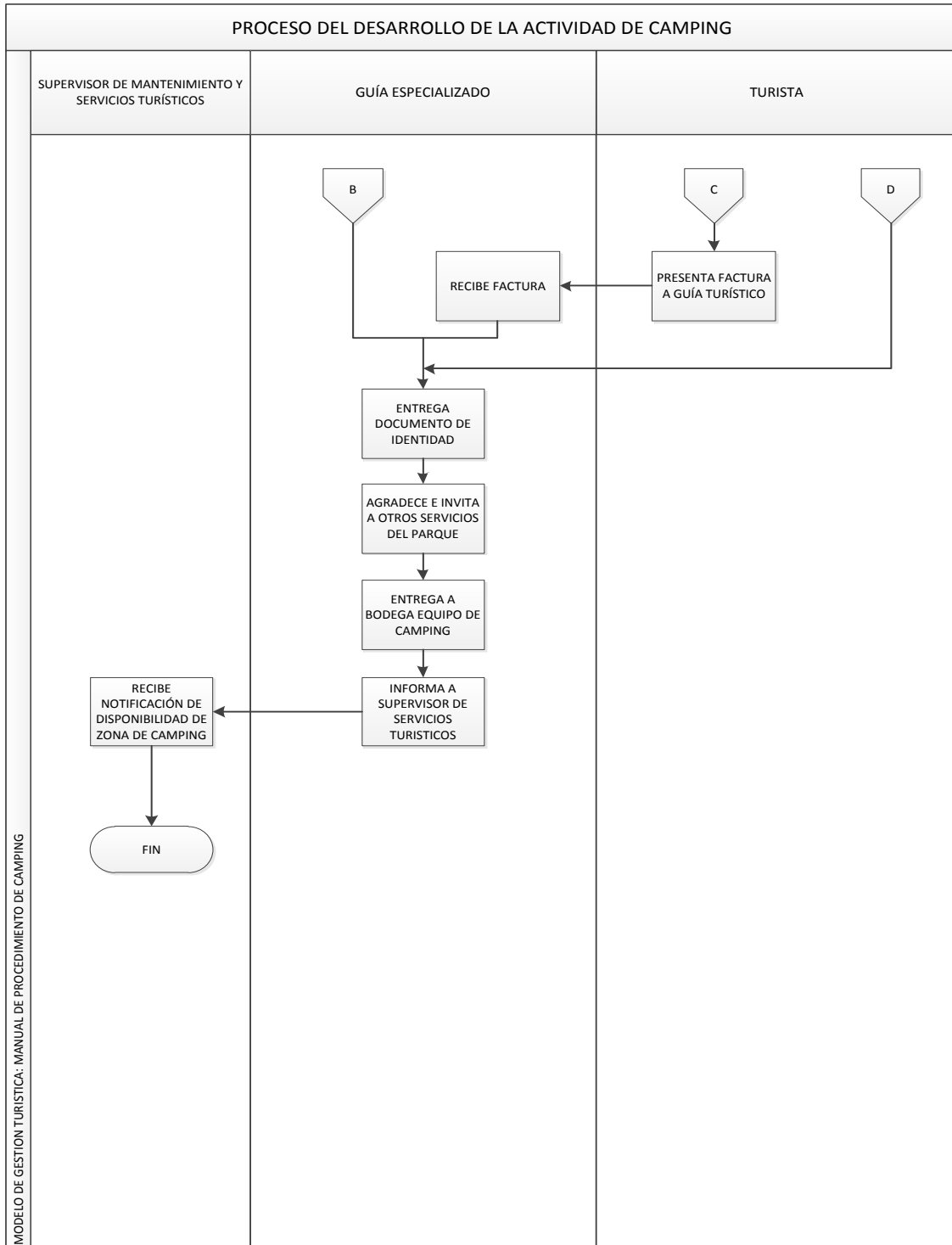
- 6.2.17** El guía hace entrega a bodega de todo el equipo utilizado por los turistas e informa a supervisor de mantenimiento y servicios turísticos de disponibilidad del área de camping para su posterior preparación para el siguiente grupo de turistas.

6.3 Flujo de proceso



| | | | | |
|---|---|------------------|--------------------------|-------|
| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : 1ª | |
| | | FECHA DE EMISIÓN | : 30/11/2016 | |
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | NUMERO DE REVISIÓN | : 0 |
| | | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : - |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | | NUMERO DE PAGINAS | : 102 |





| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|----------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

PROCEDIMIENTO: PÉNDULO

7.1 Responsables

| Responsables directos | Responsables de apoyo |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos • Guía especializado | <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al turista • Colector |

7.2 Procedimiento

7.2.1 El guía especializado debe hacer contacto visual con el turista o visitante y recibir a los turistas de acuerdo con el protocolo de servicios establecido.

“Buenos días/Buenas tardes, Bienvenido/a al Parque Natural Cerro verde. Mi nombre es _____ soy responsable de la actividad del Péndulo, ¿Con quién tengo el gusto?”

7.2.2 Solicitar el recibo cancelado para el uso del péndulo.

7.2.3 El guía debe entregar al turista el arnés anticaídas de carga máxima equivalente a 140 kg con calidad certificada y ajustarlo cuando ya esté en la posición correcta; el equipo se utilizara cumpliendo las especificaciones técnicas y de seguridad

7.2.4 Se brindan las indicaciones generales del uso del péndulo al turista o visitante que hace uso del servicio; se deben solventar las interrogantes de manera clara.

7.2.5 El guía ubica la escalera de 5 pulgadas bajo el cable de acero del péndulo.

7.2.6 El turista se sube a escalera hasta alcanzar el punto de conexión.

7.2.7 El guía especializado sujeta al turista del punto de conexión entre arnés y péndulo y conecta gancho de cabrestante en parte trasera de arnés.

7.2.8 Se retira escalera dejando al turista suspendido del arnés.

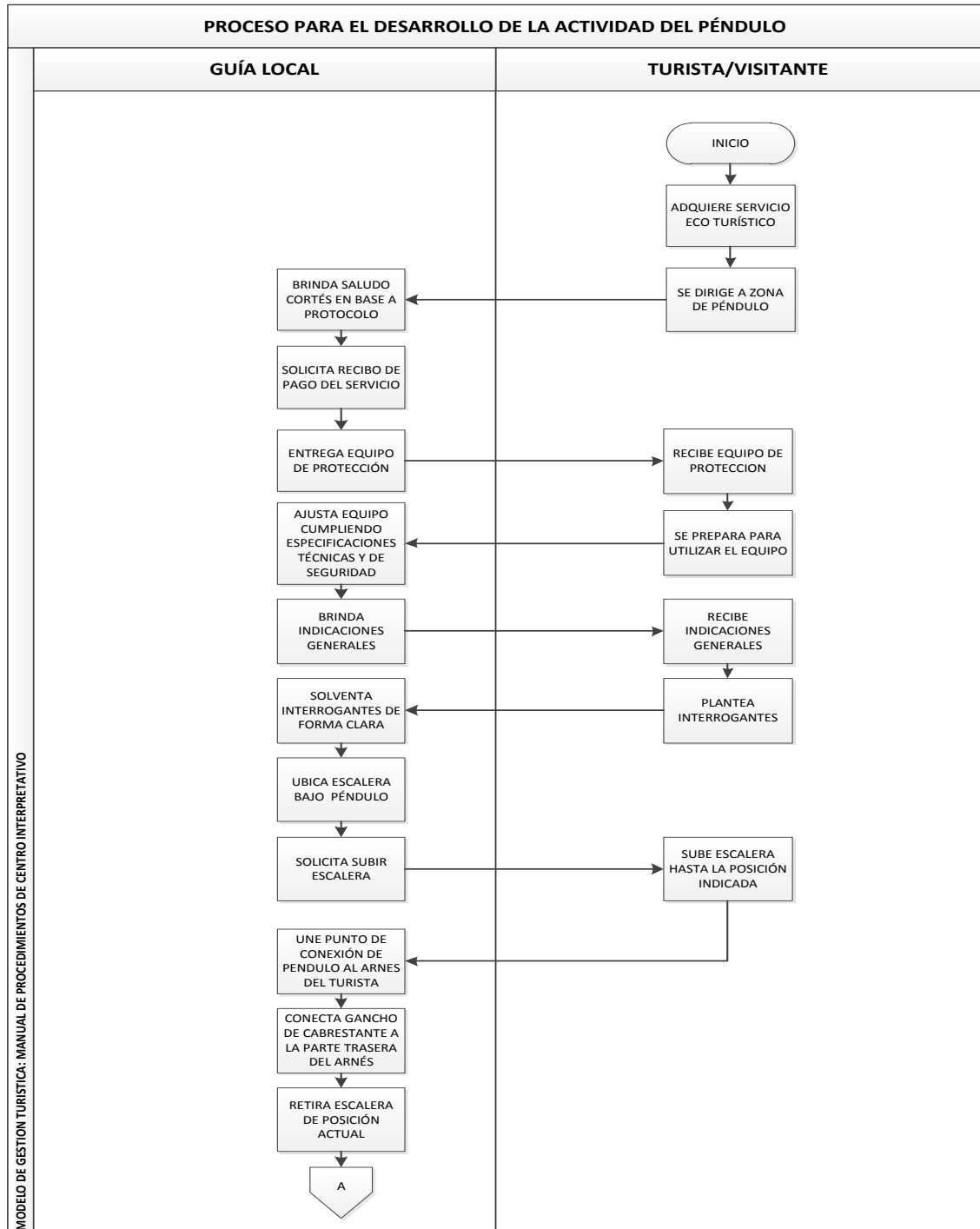
7.2.9 El guía se traslada hacia ubicación de cabrestante de 110 V y deberá accionarlo mientras sujeta la cuerda de 10 m de longitud.

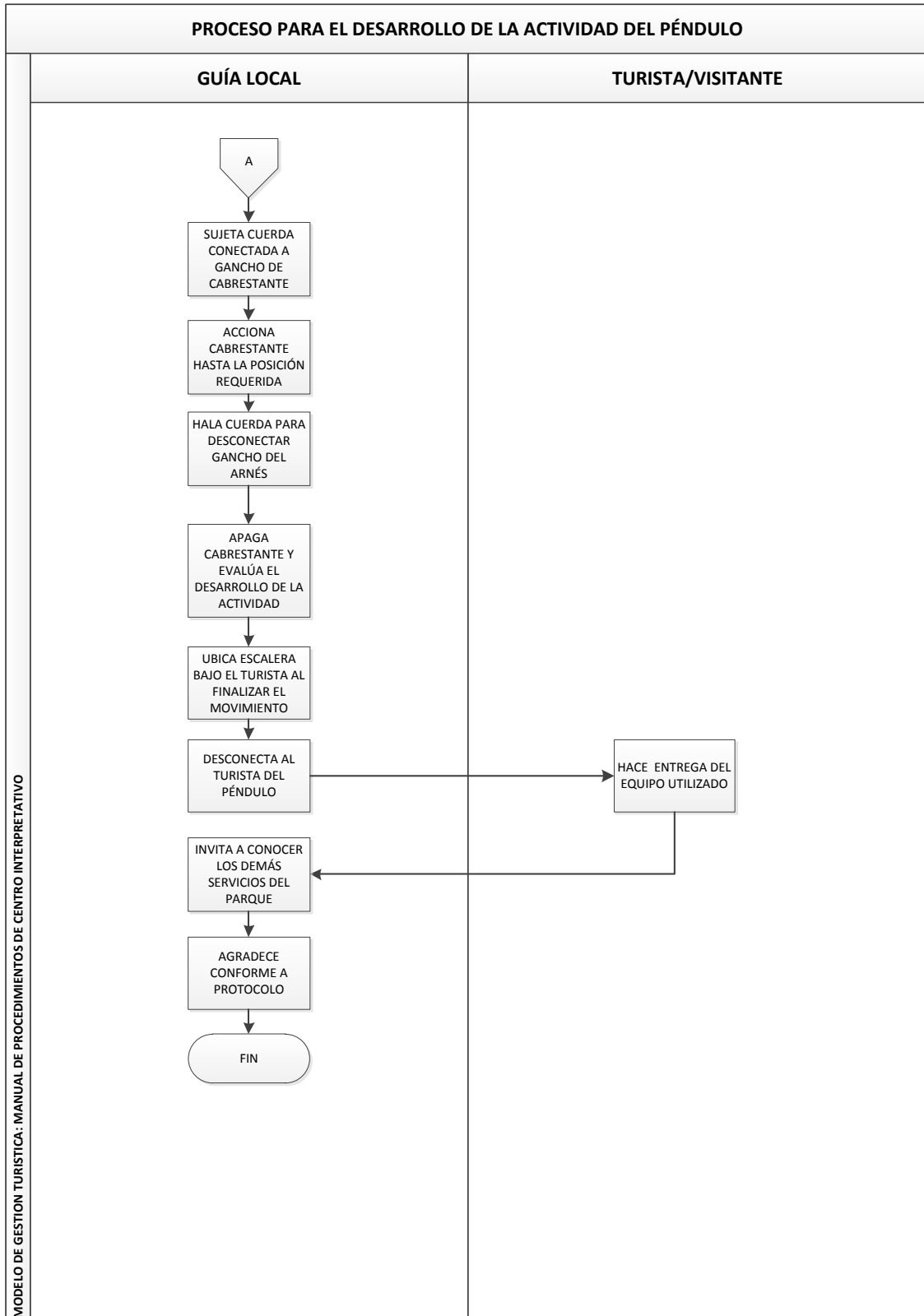
| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|----------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

- 7.2.10** Estando en posición de origen a 10 m aproximados de altura, el guía debe halar la cuerda para soltar gancho de cabrestante del arnés.
- 7.2.11** El turista o visitante se desplazara formando el trayecto de un péndulo, alcanzando una velocidad máxima de 35 km/h.
- 7.2.12** El guía deberá apagar el cabrestante y esperar a que finalice el trayecto del turista.
- 7.2.13** Al finalizar el desplazamiento que realiza el turista, el guía deberá ubicar la escalera y quitar la conexión entre arnés y péndulo.
- 7.2.14** El turista o visitante hace entrega de equipo de protección.
- 7.2.15** El guía deberá invitar al turista a conocer los demás servicios ecoturísticos y agradecer uso del servicio conforme al protocolo establecido.

“Agradecemos su participación y le invitamos a conocer las demás actividades ecoturísticas del parque, puede obtener mayor información en las casetas de asistencia al turista. Le esperamos nuevamente.”

7.3 Flujo de proceso





| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

PROCEDIMIENTO: CUERDAS ALTAS O CANOPY

8.1 Responsables

| Responsables directos | Responsables de apoyo |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos • Guía especializado | <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al turista • Colector |

8.2 Reglamento para el uso de Cuerdas altas o Canopy

- 8.2.1** El reglamento para utilizar el servicio ecoturísticos de cuerdas altas o canopy debe ser leído por cada visitante o turista antes de adquirir el servicio.
- 8.2.2** El uso de estos servicios ecoturísticos está disponible a partir de los 10 años de edad, siempre y cuando, éste, no padezca de alguna enfermedad, o sufra de una deficiencia física o mental, que pueda afectar la salud o seguridad de sí mismo u otras personas.
- 8.2.3** No se admiten personas bajo la influencia de alcohol, drogas o medicamentos fuertes y que padezcan de mareos.
- 8.2.4** La supervisión de niños, a dependencia de su edad, ya sea 'acompañado' o 'desde abajo', debe llevarse a cabo, conforme las indicaciones o especificaciones dadas por el guía especializado.
- 8.2.5** Los jóvenes menores de 18 años podrán hacer uso de los servicios con la autorización de los padres o responsables.
- 8.2.6** El cabello largo deberá estar recogido. El uso de faldas, vestidos, sandalias o zapatos abiertos, no están permitidos para hacer uso de cuerdas altas o canopy.
- 8.2.7** No está permitido llevar objetos que pueda conllevar un riesgo o peligro a sí mismo o personas que se encuentran en el suelo; dichos objetos son celulares,

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

cámaras fotográficas entre otros. Además está prohibido fumar, comer y beber durante el trayecto.

- 8.2.8** Los visitantes o turistas están comprometidos y obligados a coordinarse mutuamente. Por plataforma está permitido un máximo de 3 personas. En cada estructura colgante, máximo 1 persona. Y en las plataformas de inicio, son permitidas, máximo 5 personas.
- 8.2.9** El equipo prestado, (arnés, guantes, casco de seguridad, etc.) deben ser utilizados estrictamente según las instrucciones y deben ser devueltos al final de la actividad.
- 8.2.10** Está prohibido saltar, agitarse, columpiarse o brincar en las cuerdas altas y canopy.
- 8.2.11** En caso de infracción o incumplimiento de las normas de seguridad, el turista o visitante debe devolver inmediatamente su equipo. Se excluye el reembolso del pago.

8.3 Procedimiento

- 8.3.1** El guía especializado debe hacer contacto visual y recibir a los turistas o visitantes de acuerdo con el protocolo de servicios establecido.

“Buenos días/Buenas tardes, Bienvenido/a al Parque Natural Cerro verde. Mi nombre es _____ responsable de la actividad de Cuerdas Altas/Canopy, ¿Con quién tengo el gusto?”

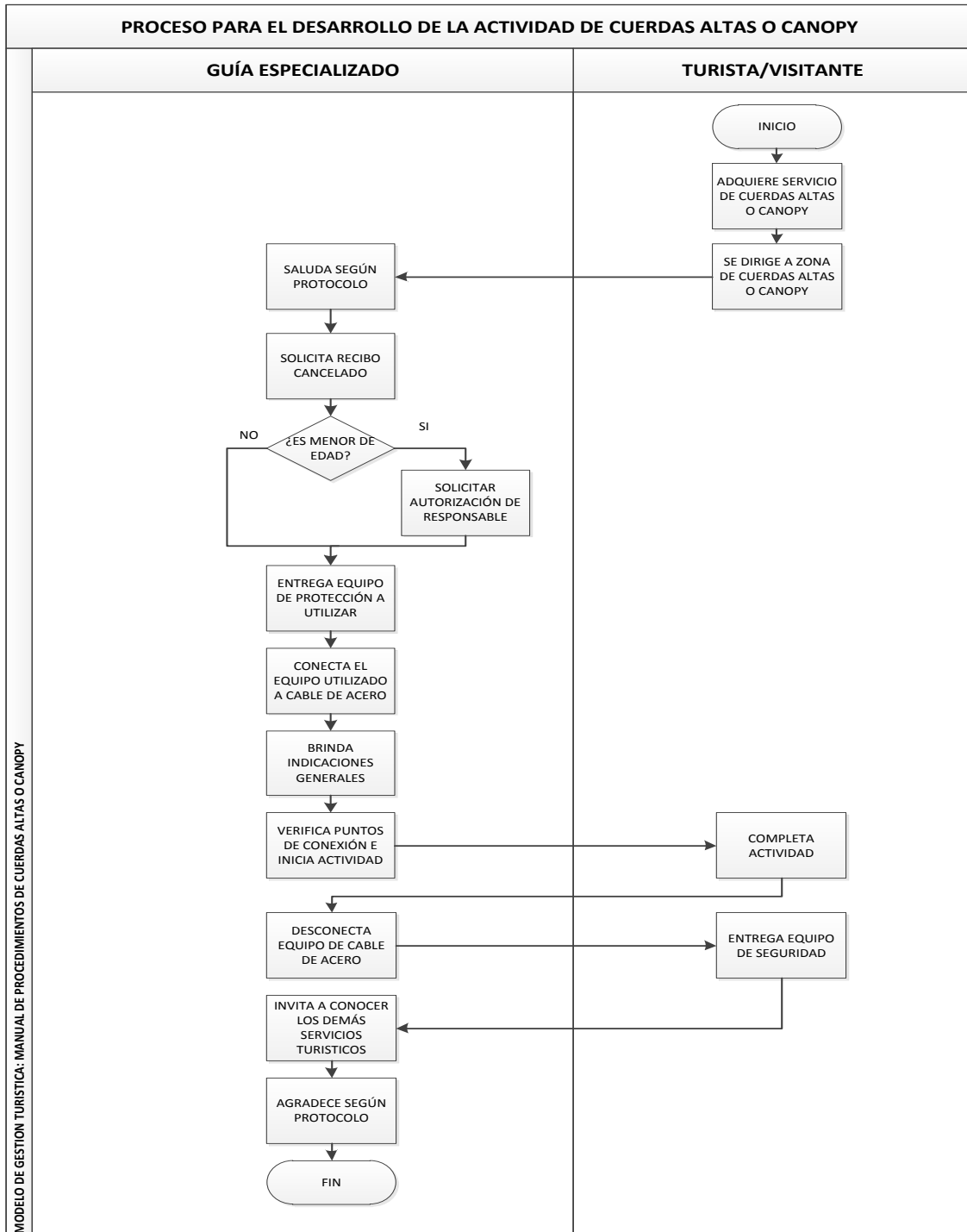
- 8.3.2** Solicitar el recibo cancelado para el uso de cuerdas altas o canopy. Si es menor de edad se debe solicitar autorización que debe ser firmada al momento de realizar el pago del servicio.
- 8.3.3** Se debe asegurar que en caso de participación de un menor de edad, esté por sobre la edad mínima establecida para la actividad de cuerdas altas o canopy.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

- 8.3.4** El guía debe entregar al turista el arnés anticaída de carga máxima equivalente a 140 kg con calidad certificada y ajustarlo cuando ya esté en la posición correcta. Cualquier daño causado al equipo durante la actividad deberá reportarse a supervisor de actividades turísticas
- 8.3.5** Proporcionar casco de protección y regularlo según el turista que hace uso de este; el equipo se utilizara cumpliendo las especificaciones técnicas y de seguridad.
- 8.3.6** Conectar el mosquetón, las cintas para anclaje y las líneas de vida del arnés anticaídas hacia el cable de cuerdas altas/canopy; estos elementos deben contar con calidad certificada.
- 8.3.7** El guía debe brindar las indicaciones generales sobre el uso del equipo de cuerdas altas/canopy y verificar que todos los puntos de conexión estén instalados correctamente.
- 8.3.8** El circuito de cuerdas altas o los tramos de canopy tendrá un guía especializado en cada una de las bases o plataforma y deberá ser responsable de recibir y cambiar el punto de conexión a la siguiente estructura colgante o tramo.
- 8.3.9** Al finalizar el circuito de cuerdas altas o trayecto de canopy, el guía deberá desconectar el mosquetón, las cintas de anclaje y las líneas de vida que sujetan al arnés del turista.
- 8.3.10** El guía deberá invitar al turista a conocer los demás servicios ecoturísticos y agradecer la utilización del servicio conforme al protocolo establecido.

“Agradecemos su participación en la actividad de Camping y le invitamos a conocer las demás actividades ecoturísticas del parque, puede obtener mayor información en las casetas de asistencia al turista. Le esperamos nuevamente.”

8.4 Flujo de proceso



| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

PROCEDIMIENTO: SENDERISMO

9.1 Responsables

| Responsables directos | Responsables de apoyo |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos Guía local | <ul style="list-style-type: none"> Asistencia al turista Colector |

9.2 Procedimiento

9.2.1 El guía local debe hacer contacto visual y recibir a los turistas o visitantes de acuerdo con el protocolo de servicios establecido.

“Buenos días/Buenas tardes, Bienvenido/a al Parque Natural Cerro verde. Mi nombre es _____ responsable de la actividad de Senderismo, ¿Con quién tengo el gusto?”

9.2.2 Solicita el recibo cancelado para el uso del sendero interpretativo guiado.

9.2.3 El guía debe asegurarse que en caso de participación de un menor de edad, sea acompañado por un responsable.

9.2.4 Formar grupo de 15 personas por cada guía e informar sobre las normas de comportamiento y seguridad durante la actividad.

9.2.5 Mostrar el recorrido mediante el mupi informativo que estará al inicio del sendero.

9.2.6 No se permitirá que el turista ingrese al sendero ingiriendo alimentos, se solicitara amablemente depositar la basura en su lugar, antes de iniciar el recorrido.

9.2.7 El guía local hará estaciones en el recorrido del sendero, para exponer los puntos importantes del lugar donde se encuentren y a la vez hacer conciencia sobre la protección del medio ambiente.

9.2.8 Se responderán de manera clara, todas las interrogantes que presente el grupo.

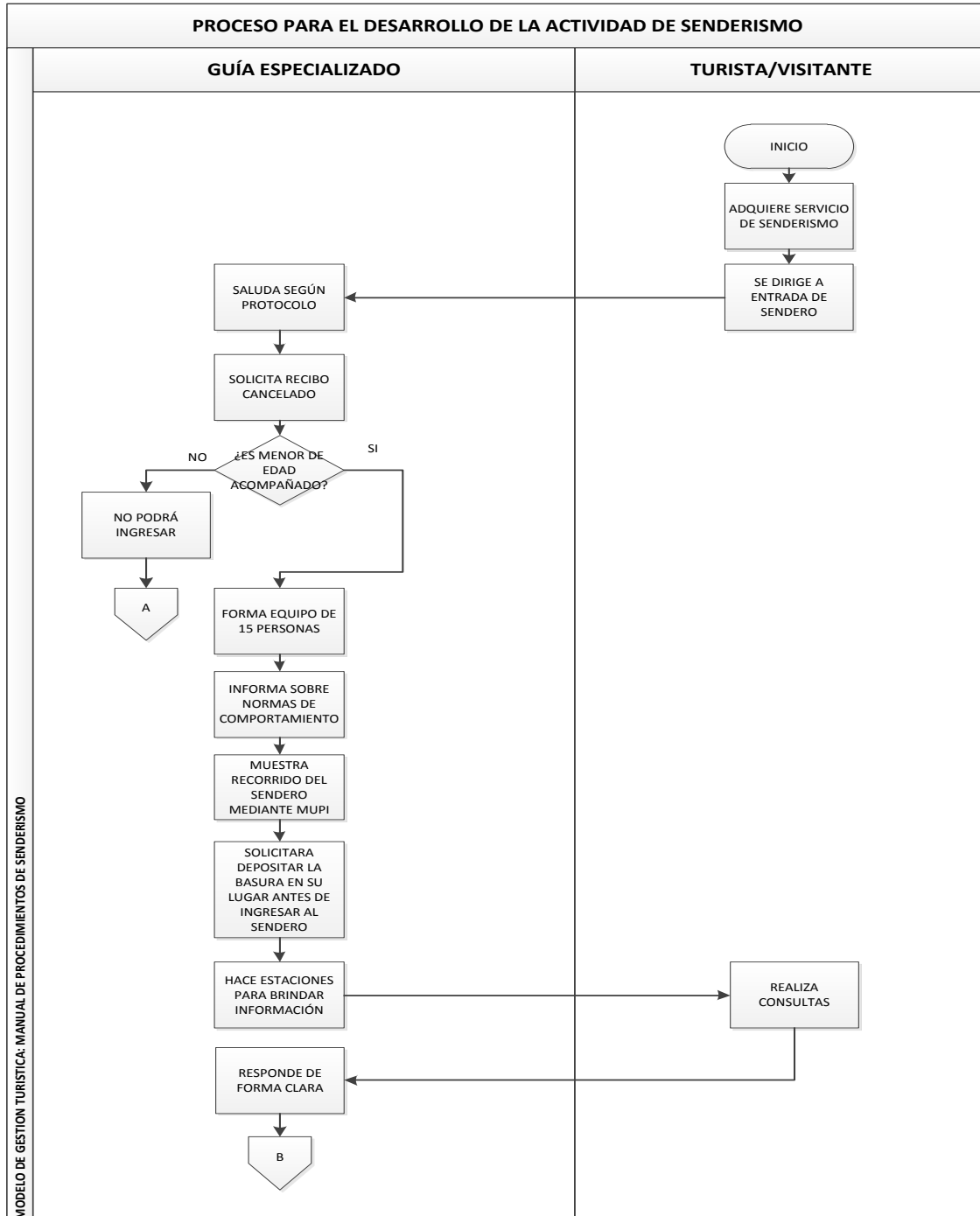
| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

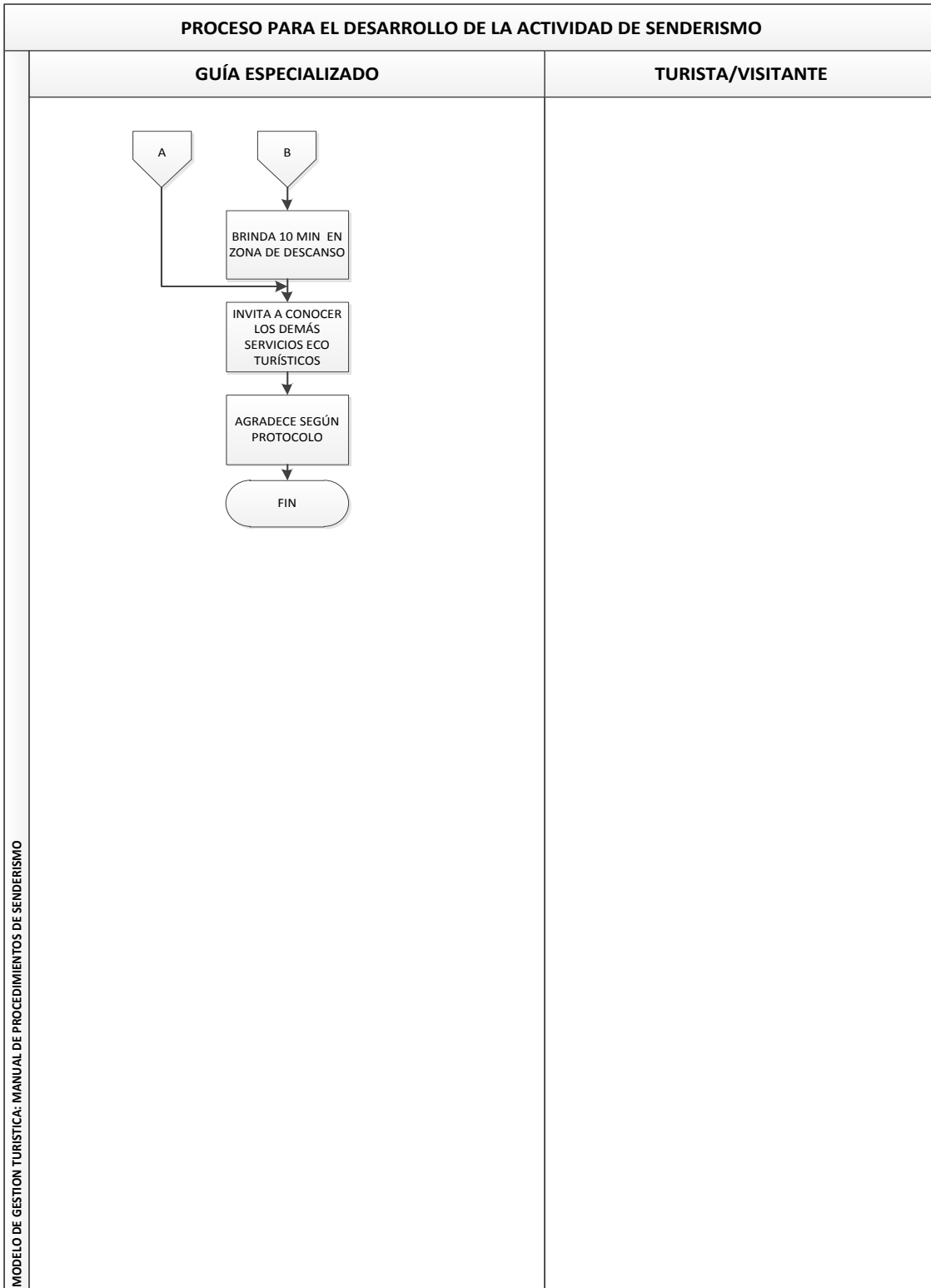
9.2.9 Se tomara un tiempo aproximado de 10 minutos en la zona asignada para descanso del grupo de turistas.

9.2.10 Al finalizar el recorrido el guía local deberá invitar a conocer los demás servicios ecoturísticos y agradecer al turista conforme al protocolo establecido.

“Agradecemos su participación en la actividad de Senderismo y les invitamos a conocer las demás actividades ecoturísticas del parque, tales como: _____, pueden obtener mayor información en las casetas de asistencia al turista. Les esperamos nuevamente.”

9.3 Flujo de proceso





MODELO DE GESTION TURISTICA- MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE SENDERISMO

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | 1ª |
|----------------------------------|---|--------------------------|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | 0 |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | 102 |

PROCEDIMIENTO: MONTAÑISMO (TREKKING)

10.1 Responsables

| Responsables directos | Responsables de apoyo |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos Guía de sitio | <ul style="list-style-type: none"> Asistencia al turista Colector |

10.2 Procedimiento

10.2.1 El guía sitio debe hacer contacto visual y recibir a los turistas o visitantes de acuerdo con el protocolo de servicios establecido.

“Buenos días/Buenas tardes, Bienvenido/a al Parque Natural Cerro verde. Mi nombre es _____ responsable de la actividad de Montañismo, ¿Con quién tengo el gusto?”

10.2.2 Solicitar el recibo cancelado para el uso del servicio de trekking.

10.2.3 Deberá anotar el nombre y apellido de cada uno de los turistas que conformaran el equipo de trekking.

10.2.4 El guía debe asegurarse que en caso de participación de un menor de edad, sea acompañado por un responsable.

10.2.5 Formar grupo de 15 personas por cada guía, tal como establece la NTS 03.55.01:12 e informar sobre las normas de comportamiento y seguridad durante la actividad.

10.2.6 Solicitar amablemente depositar la basura en su lugar, antes de iniciar la actividad de montañismo.

10.2.7 Asegurarse de llevar el botiquín adecuado a las condiciones de la actividad de trekking y al número de personas que conforman el grupo.

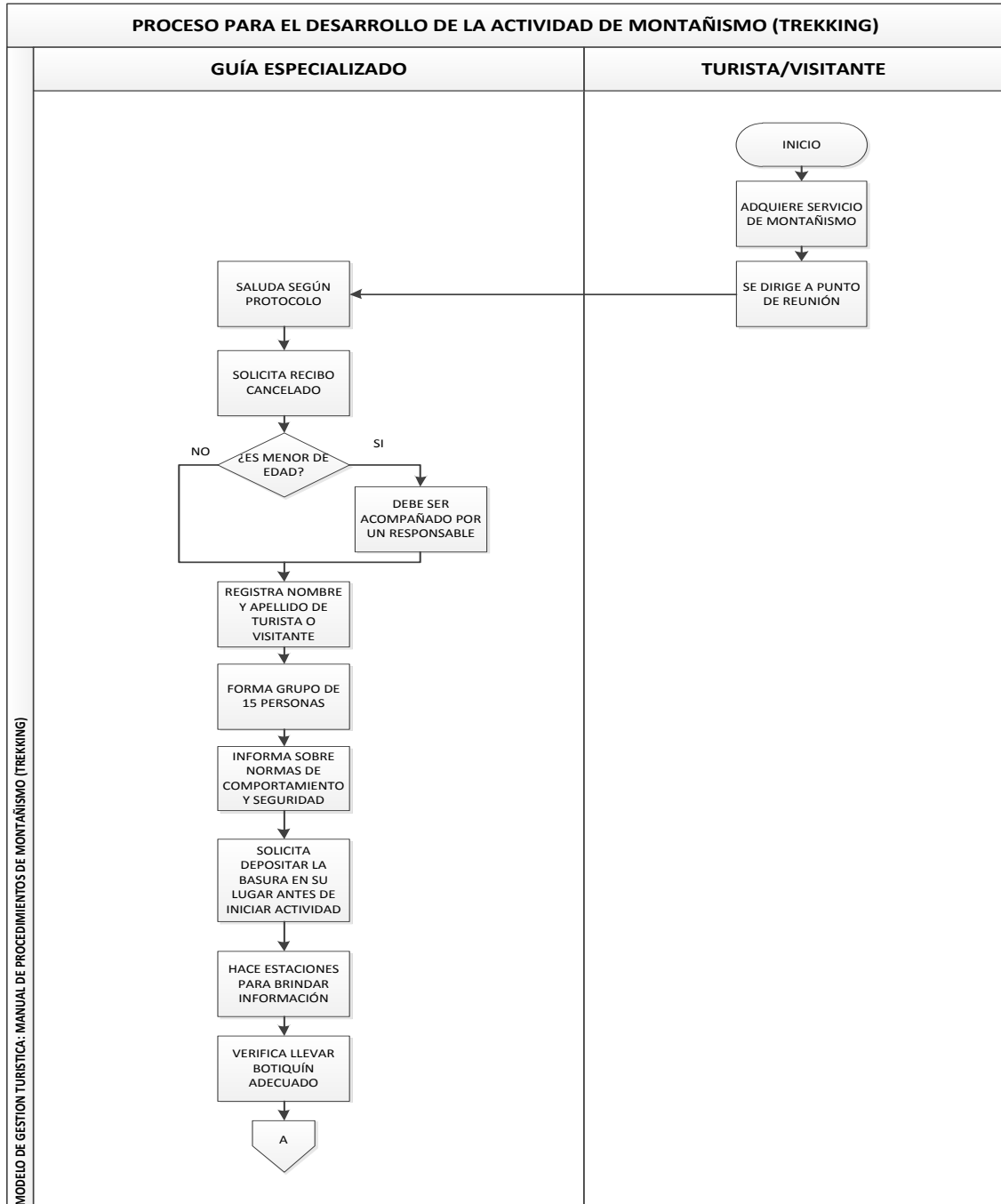
| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

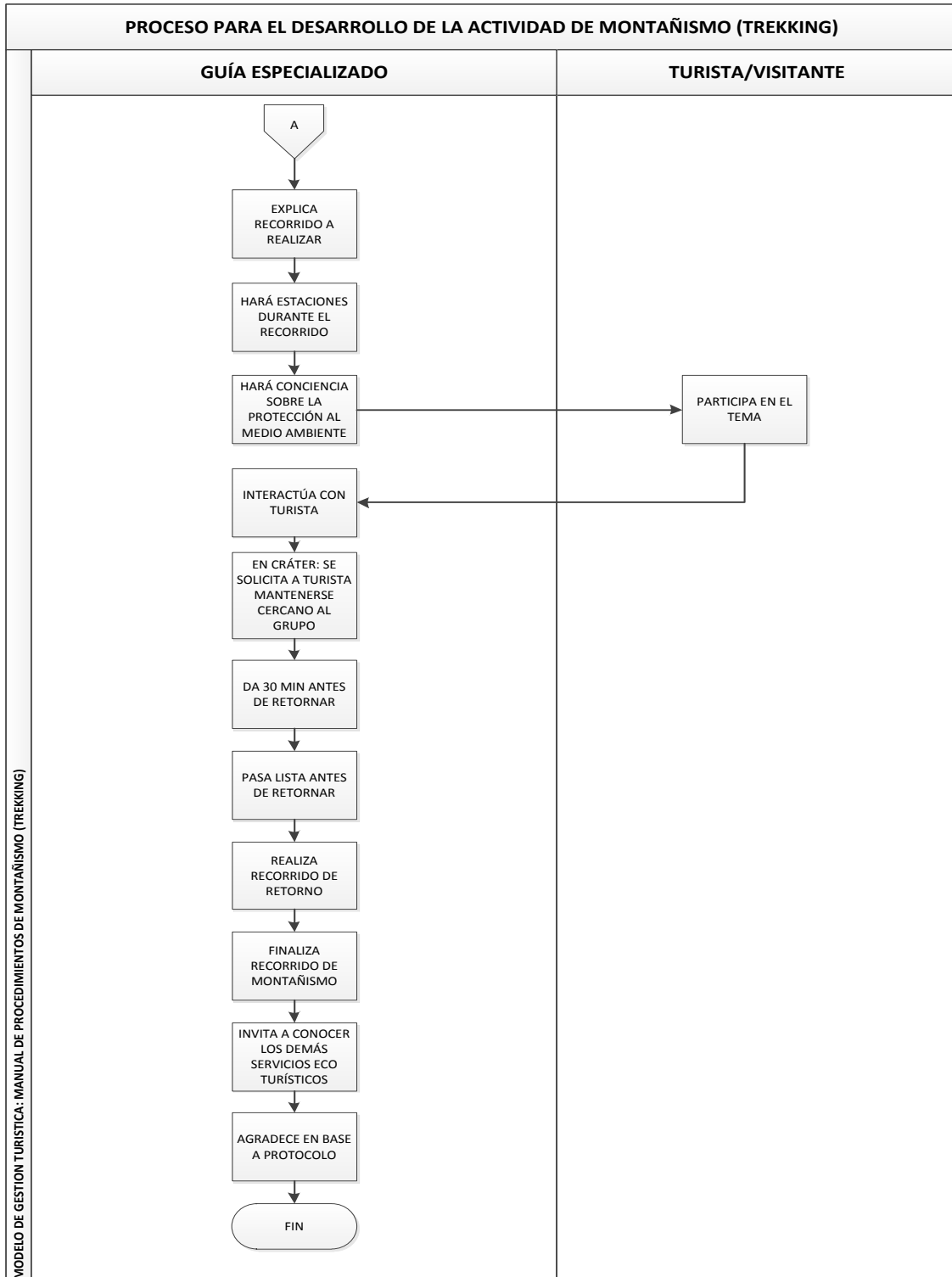
- 10.2.8** Explicar el recorrido que se realizara y el nivel de dificultad que tendrá este.
- 10.2.9** El guía de sitio hará estaciones en el recorrido hacia los volcanes, donde se podrá exponer los puntos importantes del lugar donde se encuentran y a la vez hacer conciencia sobre la protección del medio ambiente.
- 10.2.10** Se responderán de manera clara, todas las interrogantes que presente el grupo.
- 10.2.11** Al llegar al punto más alto del volcán, el guía deberá solicitar a los turistas mantenerse en zonas cercanas al grupo de trekking.
- 10.2.12** Se darán 30 minutos antes de retornar al parque; el guía deberá pasar lista para asegurarse que el equipo este completo.
- 10.2.13** Al llegar al punto de reunión en las instalaciones del parque, el guía local deberá invitar al turista a conocer los demás servicios ecoturísticos y agradecer conforme al protocolo establecido.

“Agradecemos su participación en la actividad de Montañismo y les invitamos a conocer las demás actividades ecoturísticas del parque, tales como: _____, puedes obtener mayor información en las casetas de asistencia al turista. Les esperamos nuevamente.”

| | | | |
|---------------------------------------|---|-------------------|---------------------------------|
| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : 1ª |
| | | FECHA DE EMISIÓN | : 30/11/2016 |
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | | NUMERO DE REVISIÓN : 0 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN : - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | : 102 |

10.3 Flujo de proceso





| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

SERVICIOS DE APOYO

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO: COLECTOR DE INGRESO Y SERVICIOS TURÍSTICOS

11.1 Responsables

| Responsables directos | Responsables de apoyo |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Supervisor de Operaciones y atención al turista Colector de ingreso Colector de servicios turísticos | <ul style="list-style-type: none"> Asistencia al turista |

11.2 Procedimiento para Colector de ingreso

11.2.1 El colector de debe hacer contacto visual y saludar de acuerdo con el protocolo de servicio.

“Buenos días/Buenas tardes, Bienvenido/a al Parque Natural Cerro verde. ¿Cuántas personas nos visitan?”

11.2.2 Consulta el número de personas que acompañan al turista en la visita el parque.

11.2.3 Verifica número de niños menores de 6 años y adulto mayor de 60 años, para exonerar cobro.

11.2.4 Elabora tickets de ingreso al parque y realiza cobro.

11.2.5 Entrega tickets de cobro del ingreso al parque.

11.2.6 Agradece visita según protocolo establecido.

“Gracias por su visita, disfrute su estadía en el parque”

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

11.3 Procedimiento para Colector de servicios turísticos

11.3.1 El colector de servicios turísticos debe hacer contacto visual y saludar de acuerdo al protocolo de servicio.

“Buenos días/Buenas tardes, Bienvenido/a al Parque Natural Cerro verde. ¿Qué servicio desea adquirir?”

11.3.2 Cuestiona el servicio a utilizar y brinda los requisitos que debe cumplir para su utilización.

11.3.3 Si el cliente cumple los requisitos, se debe realizar el cobro respectivo.

11.3.4 Elabora tickets del servicio ecoturísticos y realiza cobro reflejado.

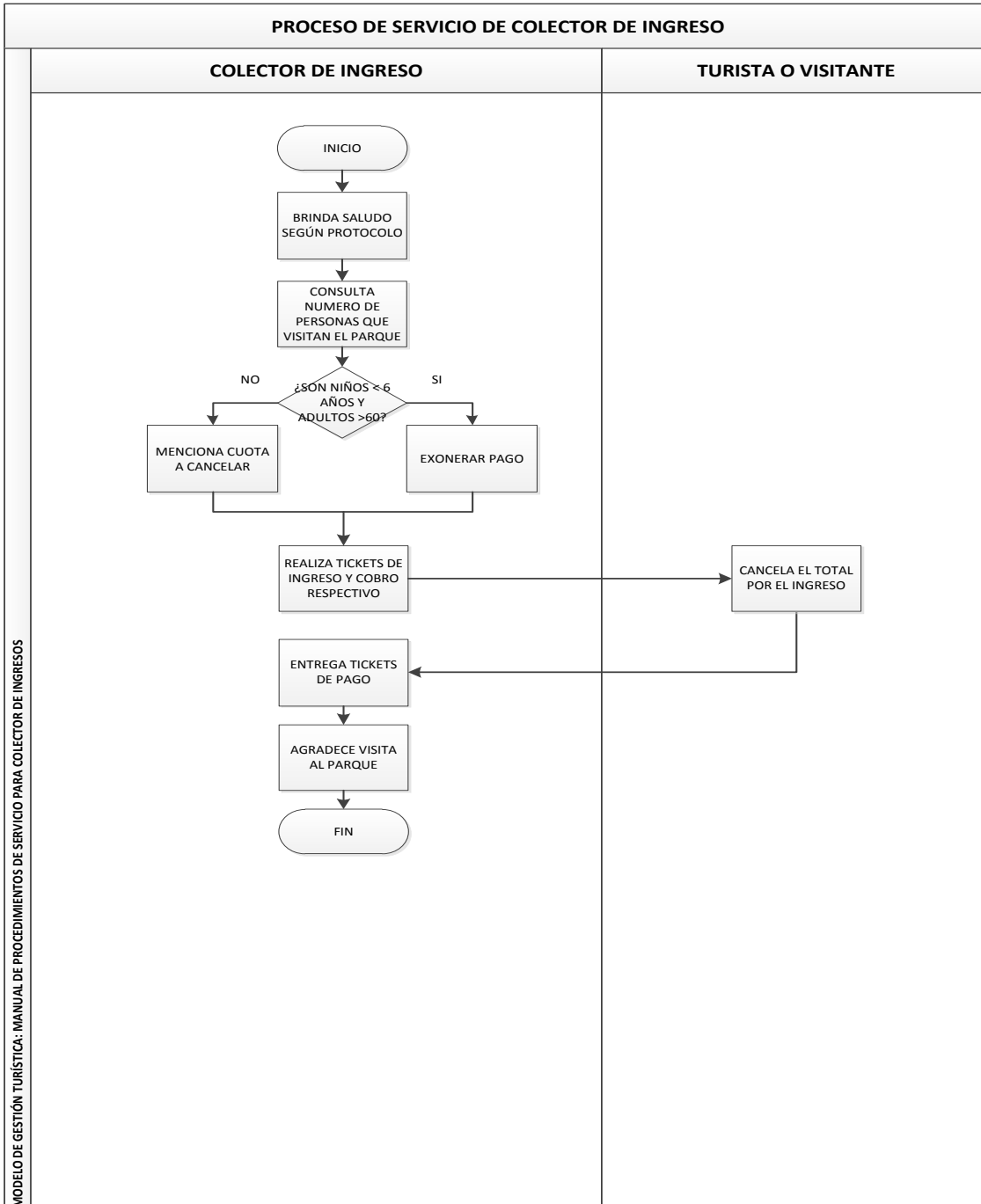
11.3.5 Entrega tickets de cobro del servicio ecoturístico.

11.3.6 El colector entrega promocionales según tipo de servicio ecoturístico que ha adquirido.

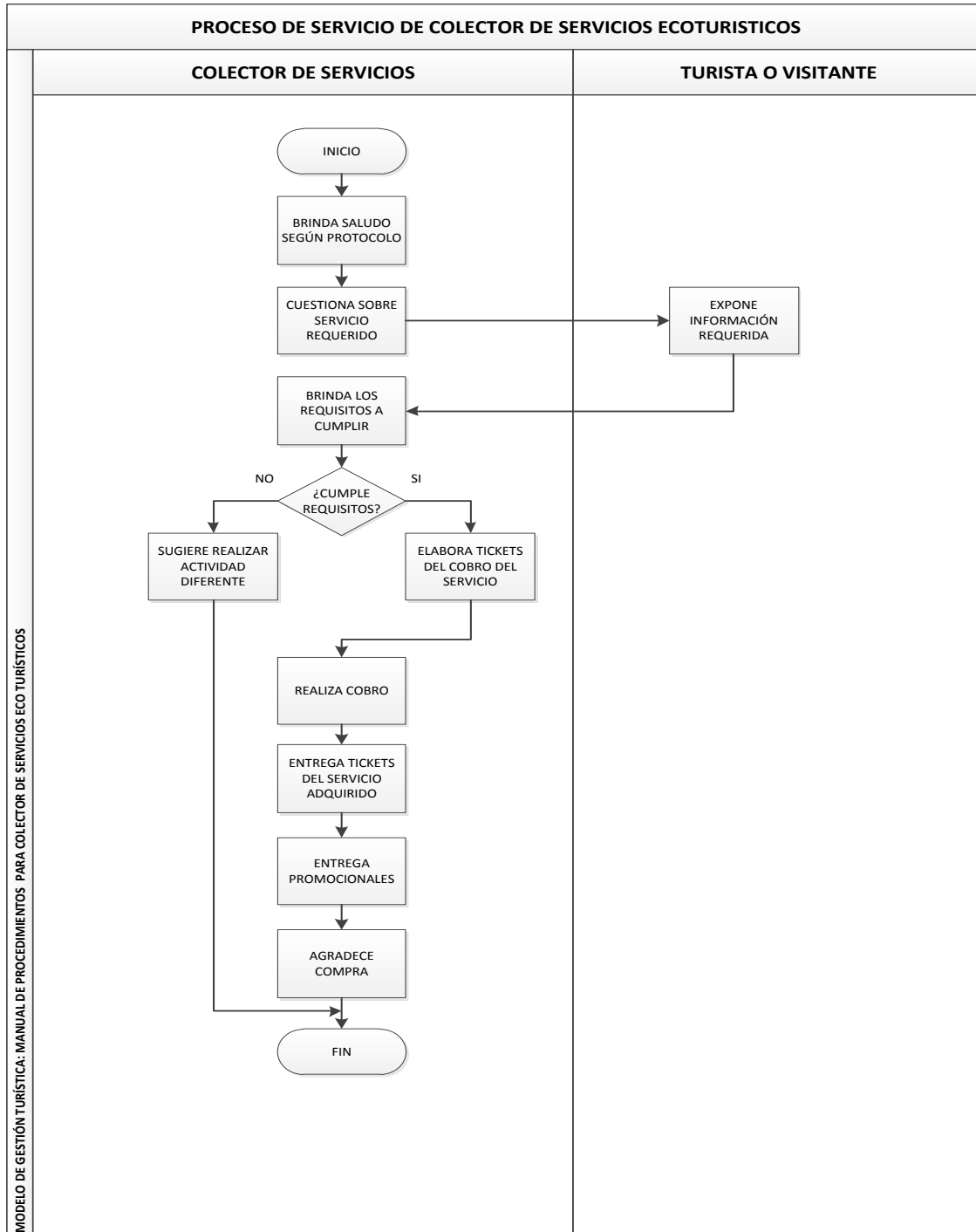
11.3.7 Agradece compra según protocolo establecido.

“Gracias por su visita, disfrute su estadía en el parque”

11.4 Flujo de proceso: Colector de ingreso



11.5 Flujo de proceso: Colector de servicios turísticos



| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO: ASISTENCIA AL TURISTA

12.1 Responsables

| Responsables directos | Responsables de apoyo |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Supervisor de mantenimiento y atención al turista • Asistencia al turista | <ul style="list-style-type: none"> • Colector |

12.2 Procedimiento: visita en caseta de información

12.2.1 El asistente al turista debe hacer contacto visual y saludar de acuerdo al protocolo de servicio.

“Buenos días/Buenas tardes, Bienvenido/a al Parque Natural Cerro verde. ¿Cómo le podemos ayudar?”

12.2.2 Se debe interesar por conocer la inquietud del turista o visitante.

12.2.3 En caso de ser una inconformidad se debe tomar nota y dejar registro del mismo y datos personales del turista o visitante.

12.2.4 Confirma requerimientos para evitar confusiones en la comprensión de la situación.

12.2.5 Solventa interrogante de forma clara o buscar solución a la problemática que aqueja al turista; si dicho problema no posee solución instantánea se debe realizar seguimiento hasta solventarlo.

12.2.6 Se cuestiona al turista sobre otra situación a solventar.

12.2.7 Se invita a utilizar servicios turísticos y agradece su visita al parque.

“Gracias por su visita, disfrute su estadía en el parque”

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

12.3 Procedimiento: Atención vía telefónica

12.3.1 Responder la llamada lo más pronto posible.

12.3.2 Se debe saludar de manera cortés y presentarse.

“Buenos días/ buenas tardes. Gracias por llamar al Parque Natural Cerro Verde. (Nombre de asistente al turista) le saluda, ¿Con quién tengo el gusto?... ¿Cómo le podemos ayudar Sr / Sra. ____?”

12.3.3 Escuchar atentamente la solicitud del interesado/a.

12.3.4 Brindar la información requerida. En caso de solicitar información sobre alojamiento y camping se deberá consultar si desea realizar la reservación.

Si acepta:

- Se debe verificar espacios disponibles para la fecha requerida, en caso no exista se deberá brindar fechas alternas a la solicitada.
- Si en interesado/a acepta, el asistente al turista deberá solicitar la información requerida para realizar reservaciones.
- Se deberá brindar las recomendaciones necesarias para el día de la actividad.

No acepta:

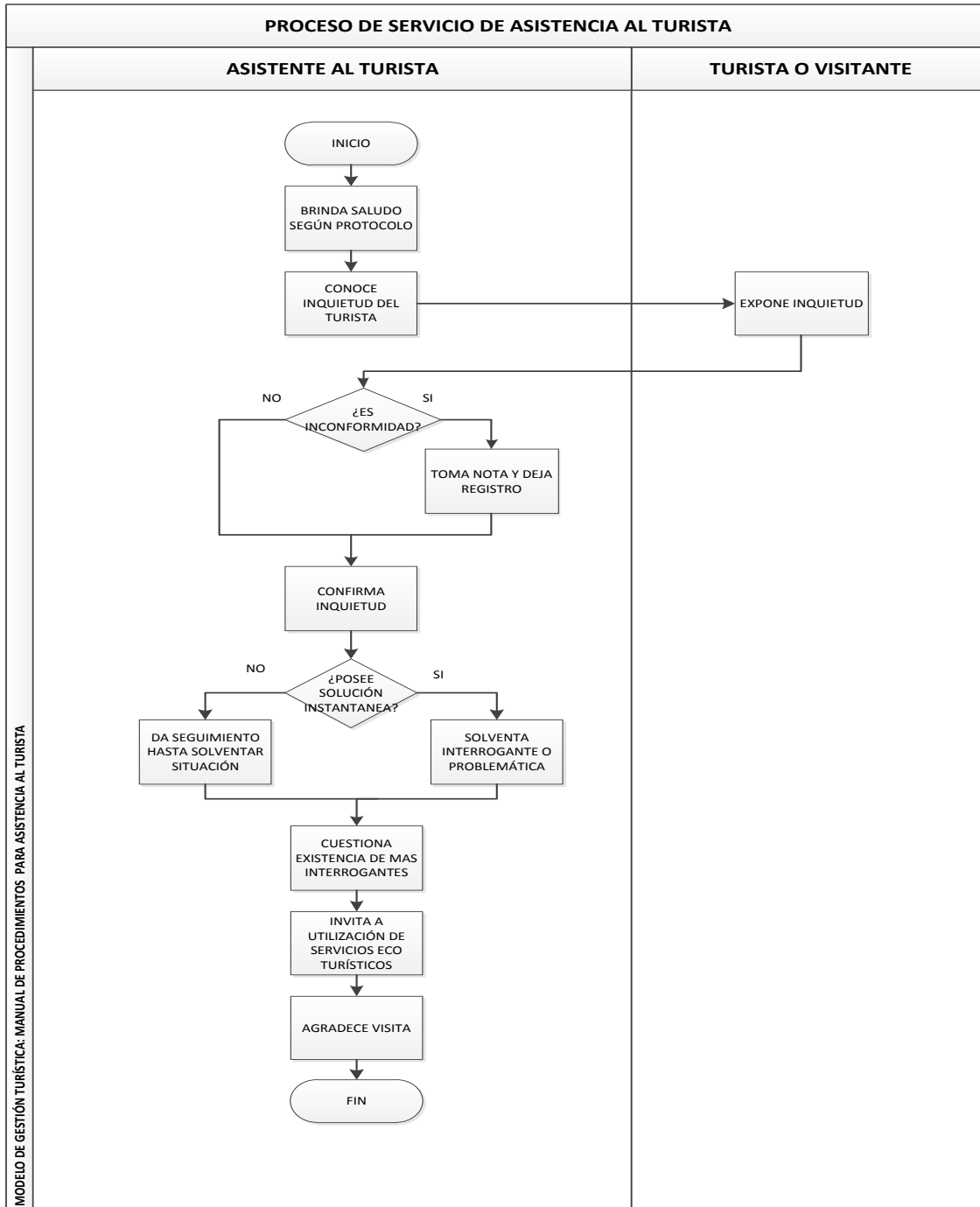
- Pasar al procedimiento 12.3.5

12.3.5 Se debe invitar a conocer las actividades ecoturísticas que brinda el parque y solventar las interrogantes que le surjan al interesado/a.

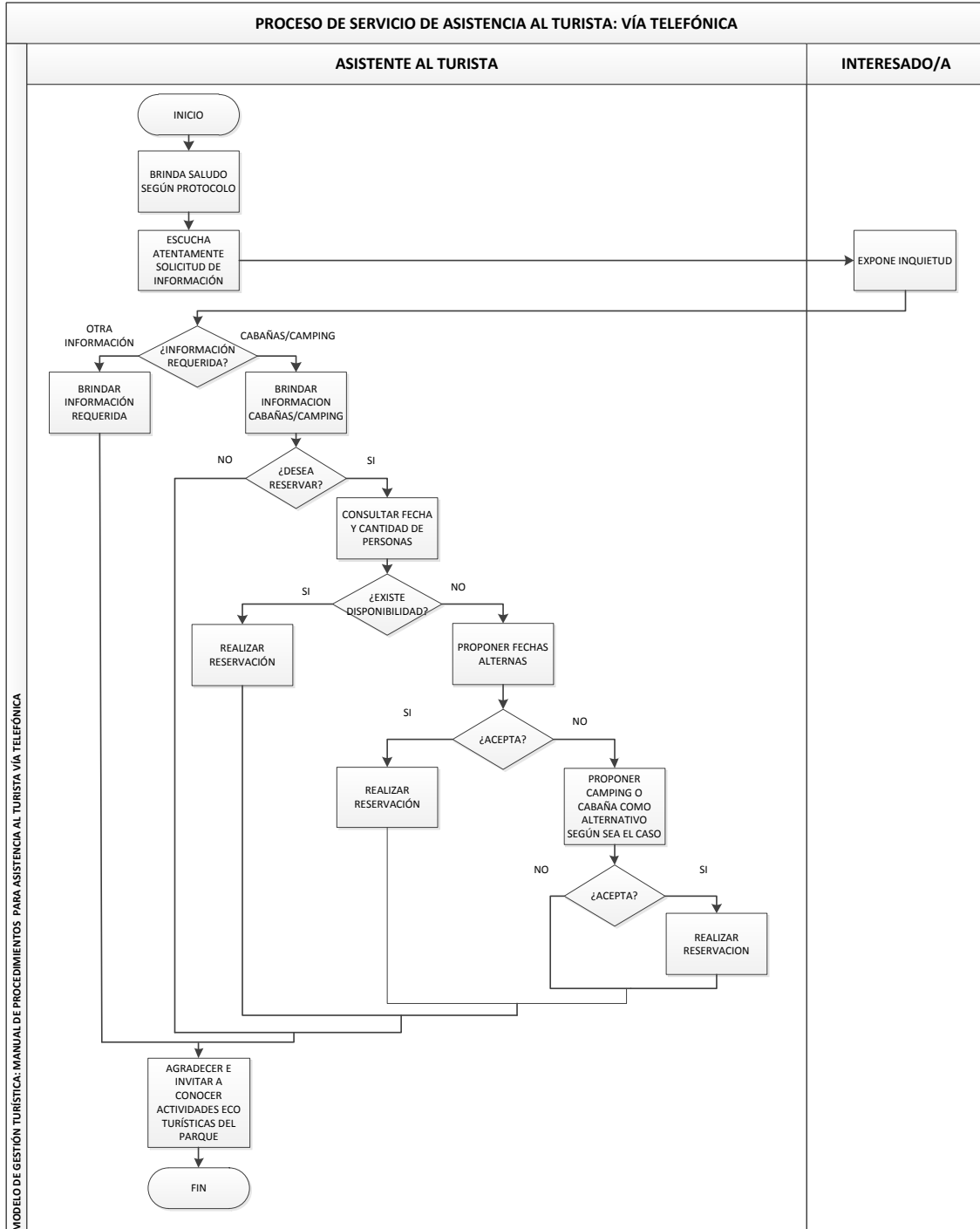
12.3.6 Antes de finalizar la llamada el asistente al turista deberá despedirse amablemente.

“Gracias por llamar al Parque Natural Cerro Verde, esperamos su visita pronto.”

12.4 Flujo de proceso: Asistencia al turista



12.5 Flujo de proceso: Asistencia al turista vía telefónica



| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO: PERSONAL DE SEGURIDAD

13.1 Responsables

| Responsables directos | Responsables de apoyo |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Supervisor de operaciones y atención al turista. • Personal de seguridad | <ul style="list-style-type: none"> • Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos • POLITUR y FAES |

13.2 Procedimiento

13.2.1 El supervisor de operaciones y atención al turista deberá designar las áreas de patrullaje y las zonas en donde exista permanencia constante para el personal de seguridad; además deberá informa oportunamente vía radio de cualquier novedad al equipo de seguridad.

13.2.2 El personal de seguridad deberá realizar verificaciones preventivas en los sitios previamente delimitados para el patrullaje con responsabilidad, eficiencia, capacidad y diligencia. En el lugar, horarios y forma que se determinen en las disposiciones correspondientes

13.2.3 El personal de seguridad dará cumplimiento estricto a las órdenes impartidas por el supervisor de operaciones y mto. con atribuciones y competencia y que tengan por objeto la realización de actos del servicio.

Área de parqueos y custodia de entrada principal.

13.2.4 El personal encargado de la custodia de la entrada principal deberá estar observante del proceso de ingreso de personas y vehículos, brindando seguridad a la caseta de colectores de ingreso y dirigiendo el tránsito hasta el parqueo principal.

13.2.5 El personal encargado del acomodo de vehículos en el parqueo principal deberá ubicar a los visitantes y turistas por separado, según indicaciones de supervisor, a fin de agilizar el tráfico y velar por los bienes materiales de los visitantes y turistas.

13.2.6 Al acomodar los vehículos y dirigir el transito deberá procurar dejar libre las rampas y accesos a las demás áreas de servicio del parque.

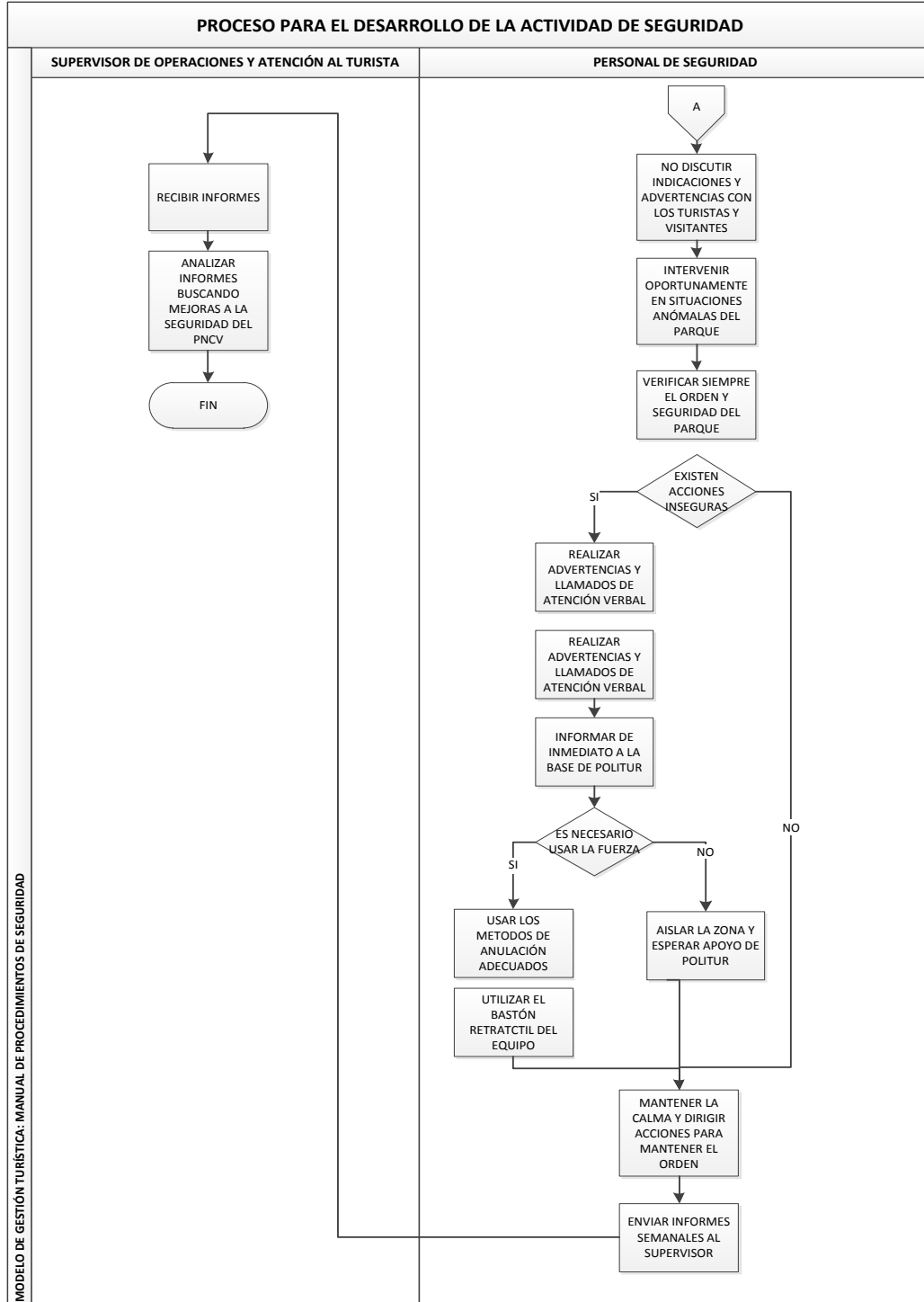
| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|----------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

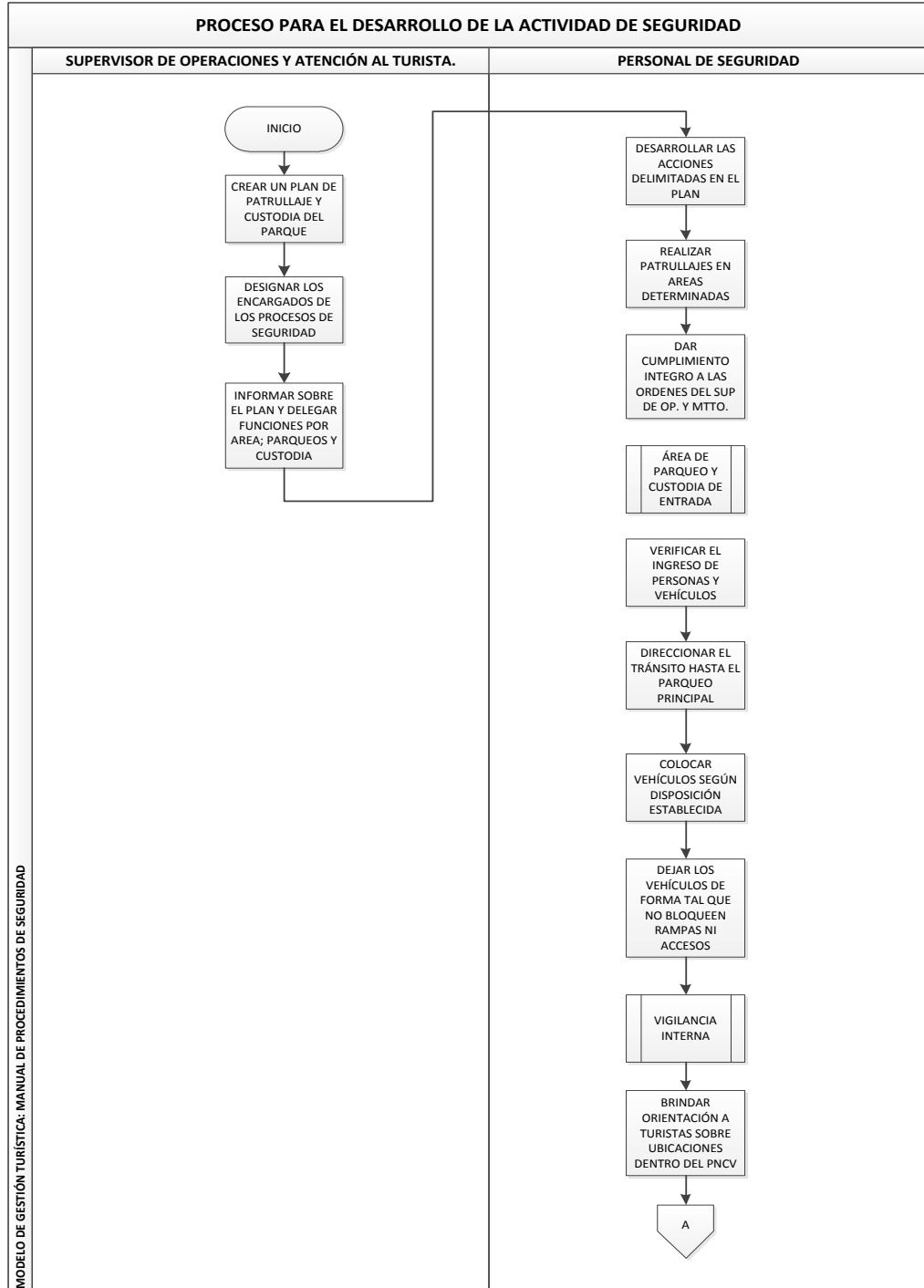
Vigilancia interna.

- 13.2.7** El personal de seguridad, brindará y orientará a los turistas y visitantes a encontrar el kiosco de información más cercano cuando, necesiten solventar alguna duda o comprar algunos de los servicios turísticos que ofrece el parque.
- 13.2.8** El personal de seguridad evitará en todo momento discutir sus indicaciones, dado que en conocimiento de sus funciones, es totalmente responsable de sus actos y decisiones, teniendo para la toma de las mismas la prudencia suficiente y cordura necesaria, con la que logrará así también el reconocimiento y respeto debido a su trabajo
- 13.2.9** En el caso de haber algún acto que lacere el normal desarrollo de las actividades, el personal de seguridad deberá intervenir a fin de normalizar cualquier situación hostil.
- 13.2.10** El personal de seguridad si se viere en la necesidad de intervenir ante un hecho o situación que vulnere la seguridad de los turistas y visitantes deberá hacerlo en primera instancia con llamados fuertes de atención verbal.
- 13.2.11** El personal de seguridad deberá informar inmediatamente a POLITUR y al Supervisor de operaciones y mto. cualquier situación que no se pueda controlar de forma oportuna o que involucre delitos contra el parque o las personas que lo visitan.
- 13.2.12** Si el personal de seguridad se viere en la obligación de usar la fuerza para normalizar alguna situación se deberá utilizar el bastón retráctil de equipo, únicamente para anular la fuente de alteración del orden.
- 13.2.13** Cada miembro de persona deberá completar una bitácora diaria de actividades, informando de los hechos sucedidos durante el turno laboral.
- 13.2.14** El personal de seguridad enviará semanalmente un reporte al supervisor de operaciones y mto. para informar de las acciones realizadas y de los procesos semanales.

| | | |
|--------------------------|---|------------|
| FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

13.2.15 Flujo de proceso: Seguridad





| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|----------------------------------|---|--------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - | |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

PROCEDIMIENTO: MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

14.1 Responsables

| Responsables directos | Responsables de apoyo |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Supervisor de operaciones y atención al turista • Auxiliares de mto. de infraestructura • Auxiliares de limpieza | <ul style="list-style-type: none"> • Supervisor de mantenimiento y servicios turísticos • Jefe del PNCV |

14.2 Procedimiento

Mantenimiento de infraestructuras

- 14.2.1** El supervisor debe recibir la solicitud de cualquiera de las áreas del PNCV o crear la ficha de inspección para realizar cualquier reparación menor a la infraestructura del PNCV.
- 14.2.2** El supervisor debe verificar si se trata de un mantenimiento preventivo o correctivo.
- 14.2.3** Realizar la inspección técnica para determinar materiales y requerimientos además evaluar si es posible realizarse con los medios propios del área.
- 14.2.4** El supervisor debe designar los materiales y los colaboradores que deben cumplir con el trabajo asignado.
- 14.2.5** El supervisor debe llenar los reportes de reparación que envía mensualmente a jefe del parque.
- 14.2.6** Crear orden de trabajo y orden de salida de materiales y herramientas de la bodega.
- 14.2.7** Enviar la orden de trabajo al personal designado.
- 14.2.8** El o los auxiliares de mantenimiento de infraestructuras deben realizar la orden de trajo integra en el tiempo estipulado por la misma.
- 14.2.9** Los auxiliares deben entregar la orden completa y elaborar una bitácora con la descripción del trabajo realizado.

| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|----------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

Limpieza del PNCV y Cabañas.

14.2.10 El supervisor debe crear un itinerario para la recolección de desechos y limpieza de espacios, basado en el plan de saneamiento del PNCV.

14.2.11 Programar actividades y colaboradores, delegando las responsabilidades necesarias a cada colaborador o equipo de colaboradores.

Cabañas.

14.2.12 El auxiliar de limpieza a partir del itinerario establecido por el supervisor, debe realizar la ronda de limpieza en las cabañas conforme a la ocupación que se tenga para el día programado.

14.2.13 Al llegar a la cabaña debe asegurarse de que esta se encuentra vacía, sino preguntar a los huéspedes si puede realizar el aseo de la cabaña, caso contrario se realizará en momentos posteriores.

14.2.14 El auxiliar en primera instancia deberá lavar el baño de la cabaña, para posteriormente realizar el aseo de pisos y ventanas, acomodo de ropa de cama y finalizando con la recolección de la basura de la habitación.

14.2.15 Deberá reportar la cabaña a la que se realizó limpieza en la bitácora de actividades diarias y entregar el reporte cada semana al supervisor.

Limpieza general del PNCV.

14.2.16 El supervisor deberá sectorizar las áreas del PNCV, con el fin de priorizar el aseo de zonas comunes y edificios para mantener el ornato general del PNCV.

14.2.17 El auxiliar de limpieza deberá colocar las bolsas plásticas en los depósitos para basura, con el fin de facilitar el retiro de los desechos y su posterior clasificación.

14.2.18 Realizar el barrido y recolección de desechos en las zonas comunes y áreas verdes del parque.

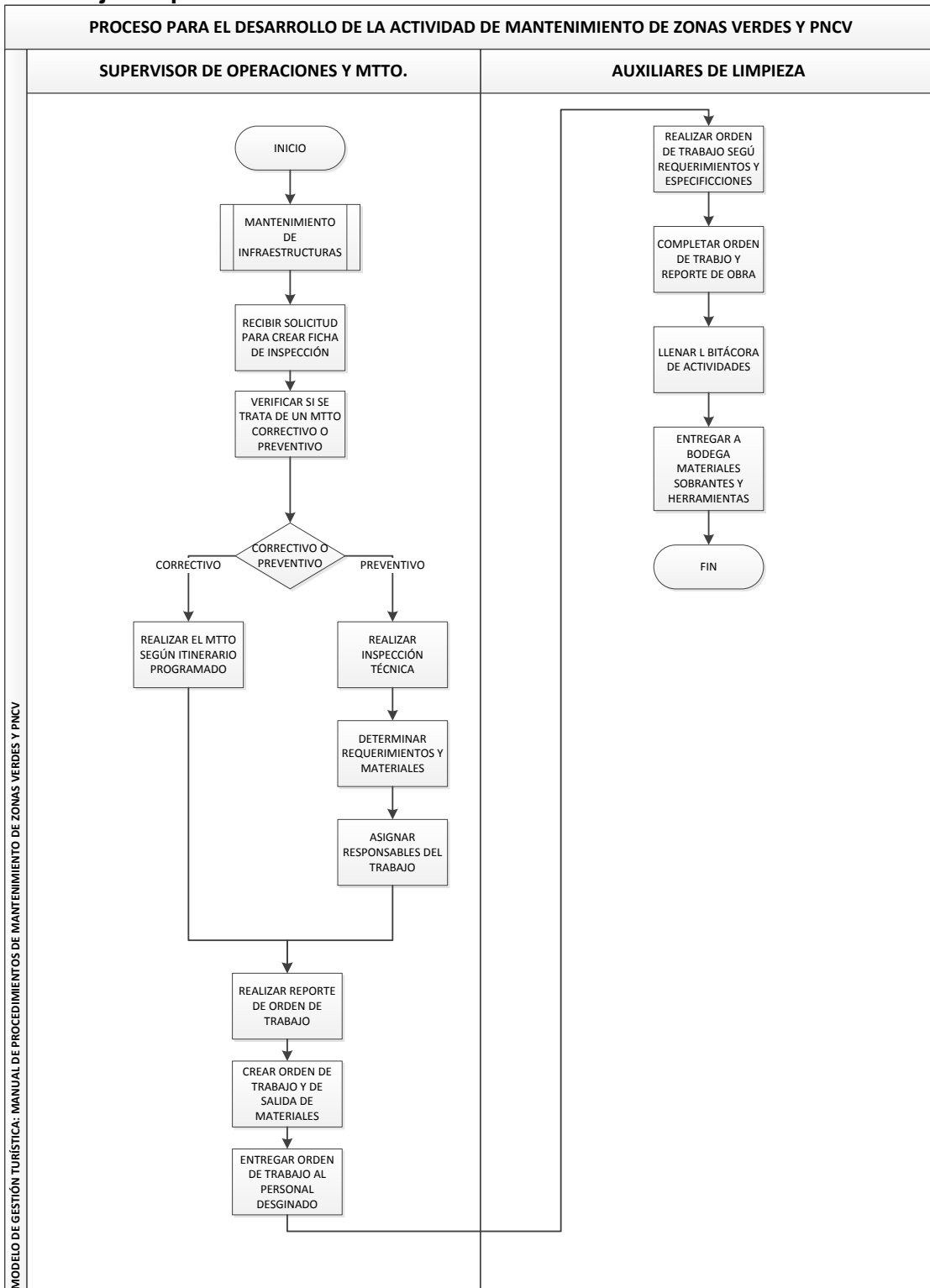
14.2.19 Se retiraran las bolsas llenas, según programación de actividades dictada por el supervisor.

14.2.20 Al finalizar el recorrido de recolección de desechos depositar en el centro de acopio la basura recolectada e informar al supervisor el fin del recorrido.

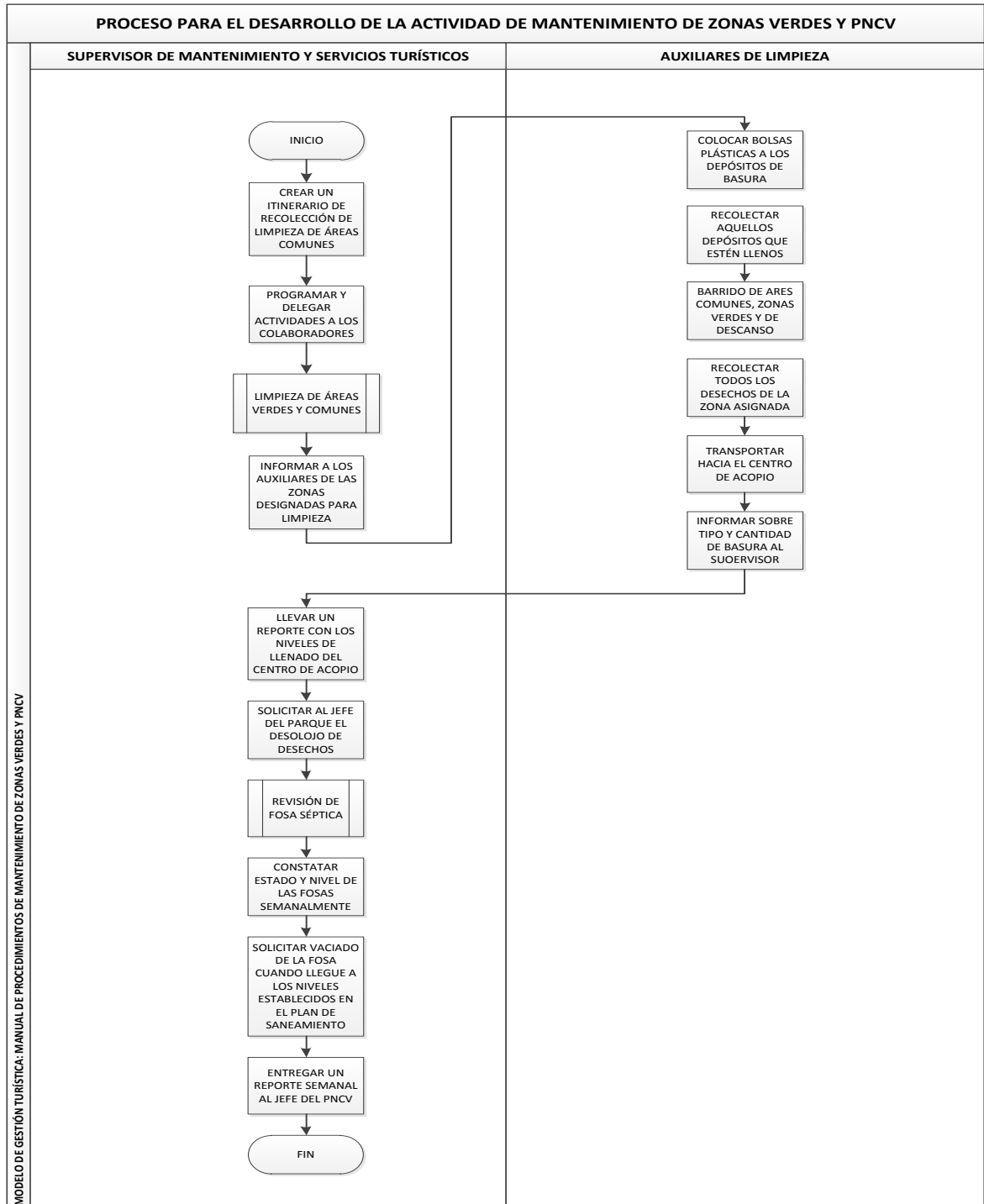
| PROCEDIMIENTO No. MGT-001-2016 | | EDICIÓN | : | 1ª |
|--------------------------------|---|--------------------------|---|------------|
| Parque Natural Cerro Verde | MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE | FECHA DE EMISIÓN | : | 30/11/2016 |
| | | NUMERO DE REVISIÓN | : | 0 |
| | | FECHA DE ULTIMA REVISIÓN | : | - |
| | INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO | NUMERO DE PAGINAS | : | 102 |

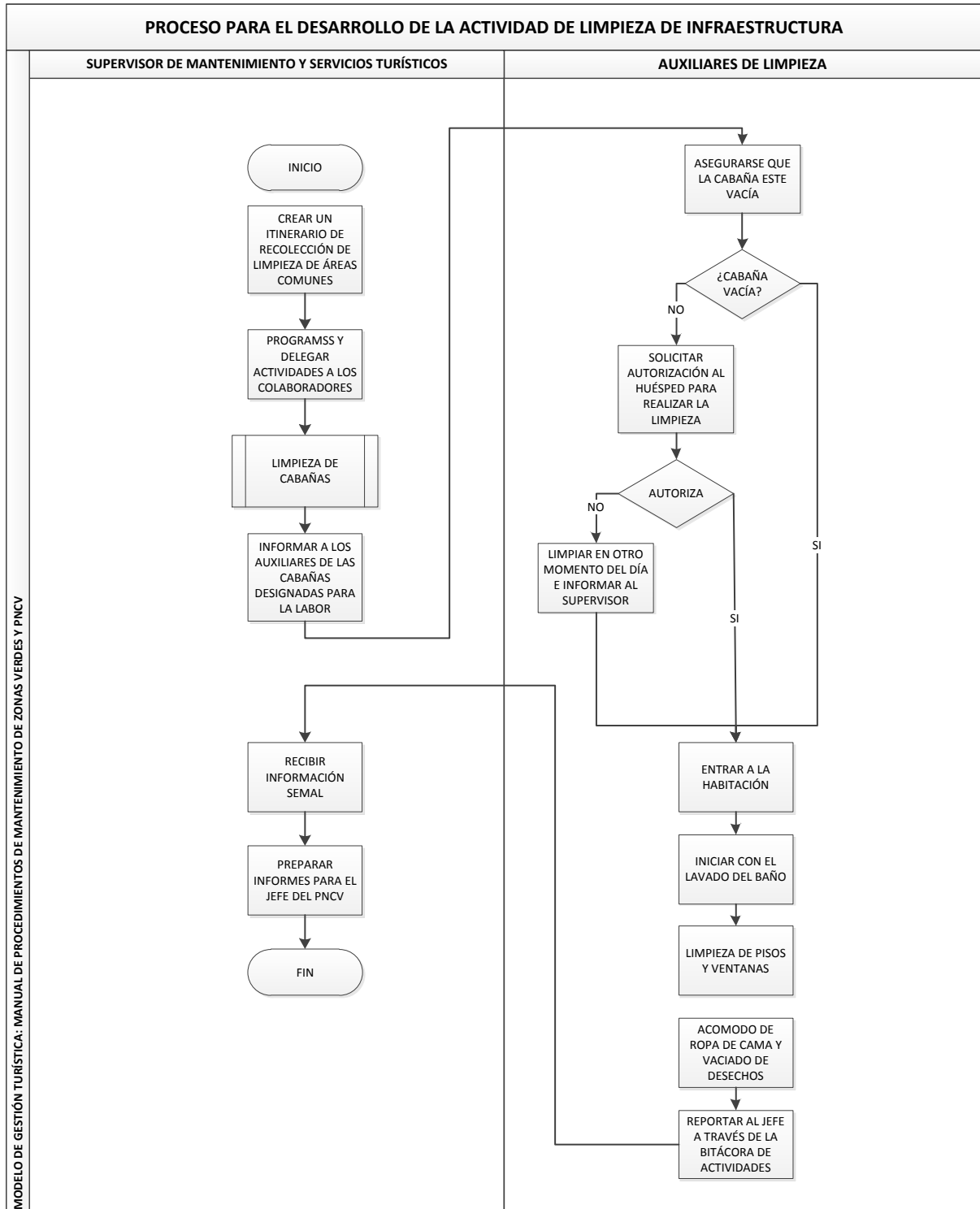
- 14.2.21** El supervisor llevará el control de llenado del centro de acopio y mantendrá lista la carga para cuando se retiren los desechos del parque según el plan de saneamiento.
- 14.2.22** El supervisor deberá constatar el estado y nivel de la fosa séptica para controlar el retiro de desechos e informar a la jefatura del parque, según itinerario programado.
- 14.2.23** El supervisor deberá entregar cada semana un reporte de actividades de limpieza al Jefe del PNCV.
- 14.2.24** Fin del procedimiento.

14.3 Flujo del proceso: mantenimiento de infraestructuras



14.4 Flujo de proceso: Limpieza de PNCV y cabañas





ANEXOS

ANEXO A

SOLICITUD DE TRABAJO DE GRADO



San Salvador 03 de febrero de 2016

Universidad de El Salvador
Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Escuela de Ingeniería Industrial

Presente:

Por medio de la presente el Instituto Salvadoreño de Turismo, a través de la Unidad de Turicentros y Parques, envía un cordial saludo a la Escuela de Ingeniería Industrial de la Universidad de El Salvador y a la vez agradeciendo su valiosa colaboración y apoyo en investigaciones y estudios que colaboran al desarrollo de la Institución y del Turismo Nacional.

En esta ocasión el Instituto Salvadoreño de Turismo solicita sus amables oficios para brindar apoyo en la elaboración de un Trabajo de Grado, para el desarrollo y potenciamiento del Parque Natural Cerro Verde que contenga la temática siguiente:

- Un modelo de gestión turístico
- Sostenibilidad ambiental y económica
- Desarrollo de productos y servicios turísticos
- Diversificación de productos turísticos

Con lo cual se propone el siguiente tema : "Modelo de Gestión Turística para la diversificación, desarrollo y operación de productos y servicios turísticos basados en la sostenibilidad ambiental y económica en el Parque Natural Cerro Verde, para el Instituto Salvadoreño de Turismo".

Por lo cual se solicita el otorgamiento de la anterior propuesta de Trabajo de Grado para los portadores de la presente carta.

Sin mas por el momento me despido deseando una respuesta favorable a mi petición.

Atte

Recibido
Msc Manuel Montejo



Antonio Escobar Macal

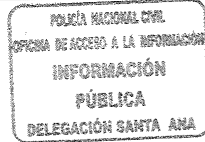
LC Antonio Escobar Macal
Jefe de Unidad de Turicentros y Parques




ANEXO B

ESTADÍSTICAS DELINCUENCIALES BRINDADAS POR LA PNC DE SANTA ANA

| DELITOS OCURRIDOS EN EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE Y SUS ALREDEDORES PERIODO DE ENERO A DIC. 2015 | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|----------|----------|----------|-----------|
| DELITOS | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOV | DIC | TOTAL |
| MES | | | | | | | | | | | | | |
| HOMICIDIO | | | | | | | | | | 2 | | 1 | 3 |
| PRIVACION DE LIBERTAD | 1 | | | | | | | | | | | | 1 |
| HURTO | 1 | 2 | 1 | | 1 | | | | | 1 | | | 6 |
| AMENAZAS | | | | | | 1 | | | | | | | 1 |
| HURTO DE VEHICULO | | | | | | | 1 | | | | | | 1 |
| PERSONA DESAPARECIDA | | | | | | | | | | 1 | | | 1 |
| LESIONES | | | | | | | | | | | | 2 | 2 |
| TOTAL | 2 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 4 | 0 | 3 | 15 |




 SUB INSPECTOR. AXEL CERON BONILLA
 OFICIAL DE ENLACE DE ACCESO A LA INFORMACION
 DELEGACION PNC SANTA ANA

ANEXO C

ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

| Pregunta | Objetivo |
|---|--|
| Género | Conocer a cabalidad el género predominante en los turistas y visitantes del PNCV. |
| Lugar de procedencia | Identificar el departamento de donde provienen los visitantes y turistas del PNCV, con el propósito de validar la hipótesis y el perfil del consumidor |
| Edad | Definir el rango de edades de los turistas y visitantes, que llegan al PNCV, con ello inferir su posición, social y gustos propios del grupo poblacional al cual pertenezcan. |
| Profesión u oficio | Conocer el tipo de sector laboral al cual pertenecen los turistas y visitantes del PNCV. |
| ¿Cómo se entera de las ofertas y promociones de los lugares turísticos? | Conocer la forma en que las campañas de información impactan al mercado objetivo del parque, y verificar si la utilización de los medios de comunicación está cumpliendo la función para la cual fue creada. |
| ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza para llegar al parque? | Establecer el doble propósito de conocer la utilización del servicio de buses alegres e identificar el nivel socio-económico de los turistas y visitantes. |
| ¿Cómo Califica los siguientes aspectos del Parque Natural Cerro Verde? | Verificar y conocer las impresiones que poseen los turistas y visitantes del PNCV respecto a los servicios y facilidades brindadas en el parque. |
| ¿Cómo califica los siguientes servicios que se prestan en el parque? | Identificar la percepción general de los turistas y visitantes sobre los servicios que brinda el parque. |

| | |
|---|---|
| En la escala del 1 al 10, siendo el 10 de mayor escala ¿qué puntuación le daría a los servicios que presta el parque? | Vislumbrar en una escala numérica como las personas perciben al parque de forma general y con el propósito de poder establecer una ponderación que sirva como punto de comparación para el PNCV |
| En las visitas que ha realizado al parque, ¿ha cumplido con sus expectativas? | Conocer la percepción global de las personas respecto al cumplimiento de las expectativas generadas por el parque. |
| ¿Visitaría nuevamente el parque? | Definir el porcentaje de personas encuestadas que a pesar de las dificultades presentes en el parque, estarían dispuestas a volver. |
| ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en total por un paquete de atractivos turísticos? | Identificar el rango de precios en el cual los turistas y visitantes estarían dispuestos a pagar por actividades eco-turísticas de montaña. |
| ¿Cuál es el rango de los ingresos familiares? | Establecer la posición social media y el rango de ingresos de las personas que manifiestan conocer y haber visitados el PNCV. |
| ¿Cuántas personas le acompañan normalmente en los viajes turísticos? | Conocer el número promedio de personas que visitan el PNCV, con el propósito de identificar los núcleos de personas que normalmente llegan al parque. |
| ¿Cuál es el motivo por el que usted visita el Parque? | Identificar los factores claves que motivan la llegada de turistas y visitantes al PNCV, con el propósito de potenciar adecuadamente los motivos que impulsan el flujo turístico del parque. |
| ¿Cuánto tiempo le dedica usted a las actividades turísticas? | Saber el tiempo promedio que los turistas y visitantes dedican a realizar las actividades eco-turísticas de montaña. |
| ¿Con que frecuencia realiza turismo en El Salvador? | Identificar los hábitos turísticos de los turistas y visitantes del PNCV, para identificar las temporadas altas en que el flujo turístico puede aumentar. |

| | |
|---|---|
| ¿Cuáles de los siguientes parques acuáticos y naturales del ISTU ha visitado? | Conocer el nivel de identificación que poseen los turistas y visitantes con el ISTU, además de verificar cuales son los parque recreativos que tienen mayor preferencia por la población. |
| ¿Qué horario sugiere para el parque? | Identificar el horario promedio en que el parque debe operar para cumplir con el rango de horario de mayor exigencia por parte de la población turística. |
| ¿Por qué razones usted ha visitado el Parque Natural Cerro Verde? | Indagar sobre las razones que posibilita que el turista y visitante llegue a disfrutar el atractivo turístico del PNCV. |
| ¿Qué servicios esperaría usted encontrar al visitar un parque ecoturístico de montaña? | Establecer cuáles son los servicios ecoturísticos que los turistas y visitantes desean encontrar en el PNCV |
| ¿Qué tipo de promociones le gustaría que el ISTU ofreciera en el Parque Natural Cerro Verde | Identificar cuáles son las promociones que el flujo turístico desearía encontrar dentro de parque. |
| Según sus preferencias ¿Que le gustaría encontrar en el Parque Natural Cerro Verde? | Conocer cuáles son las opciones que los turistas y visitantes desearían encontrar dentro del PNCV. |

ANEXO D

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

D.1 ENCUESTA DE OPINIÓN PARA VISITANTES Y TURISTAS DEL PNCV



"Encuesta dirigida a turistas y visitantes nacionales del Parque Natural Cerro Verde"

Lugar de procedencia *

Escoja uno por favor

Choose ▼

Genero *

- Femenino
- Masculino

Edad *

- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-50 años
- 50 o mas

Profesión y Oficio

- Empleado privado
- Empleado público
- Negocio propio
- Other: _____

¿Cual es el motivo por el que usted visita el Parque? *

- Recreación
- Relajarse
- Paseo con amigos
- Paseo con familia
- Other: _____

¿Cual es el medio de transporte que utiliza para llegar al parque? *

- Vehículo propio
- Excursion
- Bus alegre
- Transporte colectivo
- Other: _____

¿Cuales de los siguientes parques acuáticos y naturales del ISTU ha visitado? *

- Parque Balboa
- Los Chorros
- Apulo
- Atecozol
- Apastepeque
- Agua Fría
- Altos de la cueva
- Amapulapa
- Ichanmichen
- Sihuatehuacan
- Toma de Quezaltepeque
- Costa del Sol
- Parque Natural W. T. Deininger

De los siguientes destinos turísticos en El Salvador ¿Cual prefiere para visitar y alojarse? *

- Montaña
- Playa
- Destinos Coloniales
- Destinos Arqueologicos

¿Cuántas personas le acompañan normalmente en los viajes turísticos? *

- Ninguna
- 1-3 personas
- 4 o más personas

¿Como Califica los siguientes aspectos del Parque Natural Cerro Verde? *

| | Malo (2) | Regular (4) | Bueno (6) | Muy Bueno (8) | Excelente (10) |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Aseo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ornato | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Seguridad | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mantenimiento | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Infraestructura | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

¿Como califica los siguientes servicio que se prestan en el parque? *

| | Malo (2) | Regular (4) | Bueno (6) | Muy Bueno (8) | Excelente (10) |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Atención del Personal | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Estacionamiento | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Áreas verdes | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Merendero | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Juegos Infantiles | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Cabañas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Senderos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Baños | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

¿Con que frecuencia realiza turismo en El Salvador? *

- 1 vez cada 3 meses
- 1 vez al mes
- 2 veces al mes
- mas de tres veces al mes
- En temporada de vacaciones
- Other: _____

¿Cuanto tiempo le dedica usted a las actividades turísticas? *

- 1 día
- 2 días
- 3 días
- 4 días o más

¿Que horario sugiere para el parque? *

- De 8:00 a.m. a 4:00 p.m.
- De 7:00 a.m. a 5:00 p.m.
- De 6:00 a.m. a 6:00 p.m.
- Other: _____

En las visitas que ha realizado al parque, ¿ha cumplido con sus expectativas? *

- Si
- No

De la escala del 1 al 10, siendo el 10 de mayor escala,¿que puntuación le daría a los servicios que presta el parque? *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

-

¿Visitaría nuevamente el parque? *

- Si
- No

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar en total por un paquete de atractivos turísticos? *

Este precio incluye la entrada al Parque y diferentes paquetes turísticos que van desde el alojamiento y actividades eco-turísticas o la entrada y el uso de al menos dos actividades eco-turísticas

- \$ 10 - \$ 20
- \$ 21 - \$ 40
- \$ 41 - \$ 60
- \$ 61 - \$ 80
- \$ 81 o más

¿Qué tipo de promociones le gustaría que el ISTU ofreciera en el Parque Natural Cerro Verde *

- Paquetes Familiares de Ingreso
- Descuentos por Grupos Numerosos
- Combos Ingreso-Cabaña
- Combos Ingreso-Actividades eco-turísticas
- Regalos por el ingreso (Llaveros, gorras, morrales, etc.)
- Other: _____

¿Que servicios esperaría usted encontrar al visitar un parque eco-turístico de montaña? Seleccione al menos 5 *

- Alimentación
- Alojamiento
- Información de actividades y guías turísticos
- Centro Interpretativo
- Vivero
- Alquiler de bicicletas y otros articulos deportivos
- Sala de reuniones
- Área de campamento y alquiler de tiendas de acampar
- Venta de artículos de recuerdo
- Paseo en globo aerostático
- Canopy
- Camping
- Senderismo
- Montañismo
- Other: _____

¿Por qué razones usted ha visitado el Parque Natural Cerro Verde? *

- Precios accesibles
- Diversidad de actividades recreativas
- Salir de la rutina
- Vivir nuevas experiencias
- Le han recomendado ir
- Porque ya lo conoce
- Other: _____

¿Como se entera de las ofertas y promociones de los lugares turísticos? *

Puede seleccionar más de una opción

- Redes Sociales
- Periódico
- Radio y televisión
- Recomendaciones de amigos y parientes
- Other: _____

¿Cual es el rango de los ingresos familiares? *

- \$200 a \$ 400
- \$401 a \$600
- \$601 a \$800
- \$800 a \$1,000
- \$1,001 o más

Según sus preferencias ¿Que le gustaría encontrar en el Parque Natural Cerro Verde?

Your answer _____

D.2 SONDEO DE OPINIÓN PARA VISITANTES NACIONALES (DATOS GENERALES)

"Encuesta dirigida a turistas y visitantes nacionales del Parque Natural Cerro Verde"

*Required

Sondeo

Lugar de procedencia *

Escoja uno por favor

Choose ▼

Genero *

Femenino

Masculino

D.3 SONDEO DE OPINÓN CUANDO MANIFIESTA VISITAR EL PNCV

"Encuesta dirigida a turistas y visitantes nacionales del Parque Natural Cerro Verde"

*Required

Sondeo

¿Por qué razones usted visitaría el Parque Natural Cerro Verde?

*

- Precios accesibles
- Diversidad de actividades recreativas
- Salir de la rutina
- Vivir nuevas experiencias
- Le han recomendado ir
- Other: _____

¿Qué servicios esperaría usted encontrar al visitar un parque eco-turístico de montaña? Seleccione al menos 5 *

- Alimentación
- Alojamiento
- Información de actividades y guías turísticos
- Centro Interpretativo
- Vivero
- Alquiler de bicicletas y otros artículos deportivos
- Sala de reuniones
- Área de campamento y alquiler de tiendas de acampar
- Venta de artículos de recuerdo
- Paseo en globo aerostático
- Canopy
- Camping
- Senderismo
- Montañismo
- Other: _____

D.4 SONDEO DE OPINIÓN CUANDO MANIFESTABAN NO DESEA VISITAR EL PNCV

"Encuesta dirigida a turistas y visitantes nacionales del Parque Natural Cerro Verde"

*Required

Sondeo

¿Por qué No visitaría el Parque Natural Cerro Verde? *

- Mala reputación
- Poca Seguridad
- No me atraen los destinos de montaña
- Queda muy lejos
- No hay nada que hacer en el parque
- Simplemente no me gusta el Parque
- Other: _____

¡¡¡Muchas Gracias por su Tiempo y Valiosa Colaboración!!!

D.5 ENCUESTA PARA EL GERENTE DE LA UNIDAD DE TURICENTROS Y PARQUES

ENTREVISTA PARA GERENTE DE UNIDAD DE TURICENTROS Y PARQUES

Generalidades de la Gerencia

Objetivo: Conocer las funciones que le competen a la gerencia y recursos con los que cuenta para el desarrollo de todas las actividades.

1. ¿Cuáles son las funciones de la gerencia?

2. ¿Cómo contribuyen las actividades de su gerencia en el manejo del Parque Natural Cerro Verde?

3. ¿Considera que los recursos son suficientes para el desarrollo de sus funciones?

- Si
- No
- ¿Porqué? _____

4. ¿Cuáles son las principales amenazas y oportunidades que usted identifica en la administración del Parque Natural Cerro Verde?

5. ¿La cantidad de personal que trabaja en el Parque Natural Cerro Verde es la adecuada? ¿Porque?

6. ¿Qué relaciones tiene su gerencia con otras gerencias del ISTU?

7. ¿Con que instituciones externas se relaciona su gerencia?

8. ¿Quiénes intervienen en la toma de decisiones referidas a proyectos destinados en el Parque Natural Cerro Verde?

9. ¿Cuáles son los procesos o procedimientos que realizan en la gerencia?

10. ¿Cuáles son los insumos y los productos de esos procesos?

Planeación

Objetivo: Conocer la existencia de procesos de planeación en el desarrollo de funciones de la Unidad de Turicentros y Parques y la manera en que estos se implementan.

11. ¿Se elaboran planes específicos para las actividades que realiza la Gerencia?

- Si
- No (pasar a pregunta 15)

12. ¿Cómo se planea en la Gerencia?

13. ¿Qué tipos de planeación se utiliza en la Gerencia?

- Planeación Estratégica
- Planeación Situacional
- Planeación por Objetivos
- Planeación por contingencias
- Otras.
Especifique _____

14. ¿Cuáles de los siguientes aspectos sirven de base en la institución para realizar la planeación?

- Objetivos y Metas de la institución
- Resultados anteriores
- Variables externas (Medio Ambiente: Entorno Económico, Político y Social)
- Recursos de la empresa (Humanos, Tecnológicos, Financieros e Informáticos)
- Ventajas comparativas con respecto a otras empresas o mercados
- Políticas gubernamentales
- Planes y Programas gubernamentales
- Planes generales establecidos
- Otros; Especifique_____

15. ¿Existen metas, políticas y objetivos bien definidos en su gerencia? Mencionarlas.

- Si
- No (Pasar a la pregunta 17)

16. ¿Se encuentran descritas en algún documento?

- Si
- No

Si su respuesta es afirmativa. ¿Qué tipo de documentos?

- Plan anual
- Plan de trabajo
- Código de trabajo
- Manual de organización
- Plan estratégico
- Otros. Especifique_____

17. ¿Las personas bajo su cargo, conocen las funciones, objetivos y metas de la gerencia?

- Si
- No

18. ¿Al establecer las metas se destinan los recursos necesarios para el cumplimiento de estas?

- Si
- No

19. ¿Para qué periodos de tiempo se planea en el ISTU?

20. ¿Los empleados participan en la elaboración de los planes?

- Si
- No (Pasar a pregunta 22)

21. ¿Qué porcentaje de empleados participa en la elaboración o formulación de planes?
El porcentaje de empleados que participa es: _____%

Señale el tipo de participación:

- Aportando ideas
- Proporcionando información
- Elaborando planes específicos de cada unidad o sección
- Otros;Especifique_____

22. ¿Quién es el encargado de la planeación del Parque Natural Cerro Verde?
- _____
- _____

23. ¿Cómo planifican lo de los buses alegres y las caminatas tanto en senderos como a los volcanes?
- _____
- _____

24. ¿Qué técnicas específicas utiliza para establecer controles dentro de la planeación?

- Presupuestación
- Programas de actividades
- Índices
- No utiliza
- Otros;Especifique_____

25. ¿Quién realiza el presupuesto del Parque natural Cerro Verde?
- _____
- _____

Organización.

Objetivo: Identificar la estructura de las relaciones de trabajo de la gerencia, que determinen las características del personal que la conforman y la forma de comunicación entre las distintas unidades.

26. ¿El personal que labora en la Gerencia tiene conocimiento acerca de la Misión y la Visión de la Institución?

- Si
- No

27. ¿Se cuenta con manuales documentados?

- Si
- No (pasar a la pregunta 30)

Si su respuesta es afirmativa, marque con cuales de los siguientes cuenta en el ISTU.

- Manual de Organización
- Manual de Procedimientos
- Manual de descripción de puestos
- Manual de normas

- Otros;Especifique_____
- 28.** ¿Se cumple el trabajo según lo indicado por los manuales?
- Si
 - No. ¿Porqué?_____
- 29.** ¿Se cumplen las funciones establecidas?
- Si
 - No, ¿Por qué?_____
- 30.** ¿Cómo califica el grado de responsabilidad del personal a su cargo?
- Bueno
 - Regular
 - Malo
- 31.** ¿Cuáles son las características que mejor definen al personal a su cargo, tanto positivo como negativo?
- _____
- 32.** ¿En qué forma da las ordenes usted a su personal?
- Escrita
 - Verbal
 - Escrita y verbal
- 33.** ¿Cómo considera la comunicación en toda la institución?
- Bueno
 - Malo
 - Regular
- 34.** ¿Qué medios de comunicación utilizan en la institución para mantener informado al personal?
- Reuniones periódicas
 - Boletines
 - Periódico Mural
 - Notas escritas (Memorándums, Circulares, Avisos)
 - Otros.Especifique_____
- 35.** ¿Cómo se orienta e instruye al personal nuevo en el Parque Natural Cerro Verde?
- Capacitación
 - Explicación verbal
 - Manual de Bienvenida
 - Otros.Especifique_____
- 36.** ¿Qué medios utilizan en el ISTU para el manejo de la información?
- Manual
 - Red computarizada
 - Computadora Personal
 - Otros.Especifique_____

- 37.** ¿Cuál es su opinión respecto al medio que utiliza en el ISTU para el procesamiento de la información?
- Satisface las necesidades existentes de información
 - Se necesitan más recursos para el manejo de la información
 - Proporciona información oportuna y exacta
 - Es demasiado lento
 - Otros. Especifique: _____

Control

Objetivo: Conocer en que forma la Gerencia realiza el proceso de control de las actividades que se realizan en las Unidades bajo su responsabilidad.

- 38.** ¿Se han fijado normas o parámetros de control para la evaluación del rendimiento?
- Si
 - No (pasar a la pregunta 39)

¿Cuáles son esas las normas o parámetros de control?

- 39.** ¿Las actividades de su dependencia están siendo comprobadas y evaluadas dentro de su gerencia o es efectuada por otra dependencia de la institución?
- Si
 - No (Pasar a la pregunta 40)

¿Cuál (es) actividades?

¿Cada cuánto Tiempo se realiza este control?

- 40.** ¿Cuándo se detecta un problema dentro de la gerencia, quien toma la decisión de resolverlo?
- Quien lo detecta
 - Equipo de trabajo
 - El jefe inmediato
 - Otros. Especifique: _____

- 41.** Al detectar un error o desviación dentro del desarrollo de las actividades de la gerencia, ¿Qué acciones se toman?

- Redefinición de metas
- Modificación de los planes
- Uso de planes alternativos
- Seguir con el mismo plan
- Rotación o cambio de personal

Otros.Especifique_____

42. ¿Al comparar los resultados obtenidos contra lo planeado, en qué grado considera que se cumple?

- Cumplimiento total
- Cumplimiento parcial
- No hay cumplimiento

43. ¿Cuándo se obtiene los resultados de lo realizado contra lo planeado, que se hace?

- Se revisan los resultados obtenidos
- Se analizan y se buscan las causas de los resultados obtenidos
- Otros.Especifique_____

44. ¿Cuál sería su actitud ante el ofrecimiento de sistema de gestión turístico que ayude a al Parque Natural Cerro Verde a mejorar su funcionamiento?

¡MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN!

D.6 Encuesta para el administrador de PNCV

ENTREVISTA PARA EL ADMINISTRADOR DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE

Generalidades

OBJETIVO: Conocer las principales actividades que el administrador lleva a cabo, así como la relación que mantienen con las instancias superiores de la Institución; para determinar las responsabilidades y funciones de este.

1. ¿Mencione en orden de importancia las actividades que realiza con mayor frecuencia en su trabajo y cuánto tiempo le dedica a estas actividades?

| | |
|-------|-------|
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |

2. ¿Cuáles son las principales amenazas y oportunidades que usted identifica en la administración del Parque Natural Cerro Verde?

| | |
|-------|-------|
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |

Gestión Administrativa

OBJETIVO: Determinar las actividades, recursos, controles, involucrados en la gestión del Parque Natural Cerro Verde, para conocer la forma en que este se ejecuta.

3. ¿Se planifica las actividades a realizar en el Parque?
- Sí
 - No, ¿Por qué?

Si su respuesta en "No" pase a la pregunta #7.

5. ¿Cuáles son las actividades que planifica ejecutar rutinariamente?

| | |
|-------|-------|
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |

6. ¿Quiénes están involucrados en la planificación de las actividades que se realizan en el Parque Natural Cerro Verde?

- El Gerente de Turicentros y parques
- El personal en general.
- El administrador del Parque Natural Cerro Verde
- Los jefes de área del Parque Natural Cerro Verde
- Otros. Especifique: _____

7. ¿Quién es su jefe inmediato y que cargo desempeña en el ISTU?

8. ¿Cómo están estructuradas las distintas áreas administrativas del Parque Natural Cerro Verde?

9. ¿Considera que la estructura organizativa del parque es la adecuada para facilitar su manejo?

- Si
- No, ¿Por qué?

10. ¿Cuántas personas trabajan en el Parque Natural Cerro Verde?

11. ¿Considera usted que existe armonía laboral entre la dirección y los trabajadores? ¿Cómo la percibe?

- Si
 - No
- _____

12. ¿Considera que el personal operativo está capacitado para tomar acciones correctivas de una forma inmediata?

- Si
- No

13. ¿Existen programas de capacitación para los empleados de los centros turísticos? Especifique tipos, número y cuantía de las capacitaciones.

14. ¿Existen medios o incentivos que motiven al empleado para mejorar su rendimiento? ¿Cuáles?

- Si
- No

15. ¿Cómo se comunican las instrucciones de su trabajo?

- Sólo Escrita
- Sólo Verbal
- Escrita y verbal

16. ¿De los siguientes manuales administrativos, indique cuales se utilizan en la institución?

- De organización
- De procedimientos
- De funciones
- De Políticas
- De objetivos
- Ninguno
- Otros(Especifique)_____

17. ¿Qué tipo de controles se llevan en las actividades que se ejecutan en el Parque Natural Cerro Verde?

Gestión de los Servicios del Parque

OBJETIVO: Conocer elementos relacionados con la prestación del servicio el Parque Natural Cerro Verde, para determinar el grado de interés de importancia de la administración que la gerencia le asigna a esta actividad y su opinión frente a la creación de nuevos servicios.

18. ¿Utilizan medios para medir la satisfacción del usuario del servicio que proporciona el parque?

- Si
 - No
- ¿Cuáles? _____
- _____

19. ¿Se le da mantenimiento a las instalaciones de los turicentros?

- Si
 - No
- Si su respuesta es “No” pase a la pregunta #23.

20. ¿A qué instalaciones se les da mantenimiento y cada cuánto tiempo?

21. ¿Qué tipo de mantenimiento se le da al Parque Natural Cerro Verde?

- Mantenimiento Preventivo
 - Mantenimiento Correctivo
 - Otros: Especifique _____
- _____

22. ¿Con que equipo de operación y mantenimiento cuenta el Parque?

23. ¿Se provee del equipo de trabajo necesario a los empleados para desempeñar su trabajo? Tales como guantes, cascos, machetes, botas de seguridad y protección, cortadoras de césped, tijeras para podar, palas, etc.

- Si
- No

24. ¿Considera que el equipo con que cuenta el Parque es el apropiado para brindar un servicio eficiente a la población?

- Si
- No; ¿Por qué? _____

25. ¿Considera que los servicios que actualmente se prestan pueden realizarse de mejor forma?

- Si
- No

¿Cómo? _____

26. ¿Cómo considera la forma de recolección de los desechos sólidos del parque?

27. ¿Ha organizado en alguna ocasión equipos de análisis para el mejoramiento de los servicios del Parque?

- Si
- No

Sí su respuesta es "Sí", ¿Qué resultados ha obtenido?

28. ¿Considera que al personal se le estimula para adoptar ideas tendientes al mejoramiento de los servicios?

- Si
- No

Explique, por favor:

29. ¿Tiene planeados programas para mejorar los servicios que se proporciona en el Parque?

- Si
- No

¿Cuáles? _____

30. ¿Le han sugerido los visitantes y turistas opciones de implantación de nuevos servicios?

- Si
- No

Sí, la respuesta es afirmativa, ¿Cuáles ha sido?

Sí la respuesta es No, pase a la siguiente pregunta

31. ¿Considera viable la introducción de nuevos servicios en el Parque?

- Si
- No

31. ¿Cuáles cree que serían los más adecuados?

Gestión de la Comercialización

OBJETIVO: Indagar sobre situación actual y planes futuros que se poseen en el rubro de la comercialización, para determinar los recursos con que se cuenta y tener insumos para llevar a cabo planes de mejora.

32. ¿Qué factores externos cree que limitan el incremento de visitantes de este Parque?

33. ¿Poseen planes de comercialización que busquen abrir nuevos mercados?

- Sí,
- No

¿Cuáles son?

34. ¿Qué medios utilizan para comercializar los servicios del Parque?

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN Y SU TIEMPO!

GUÍA DE OBSERVACIÓN CASA DE CRISTAL

| GUÍA DE OBSERVACIÓN | | | | |
|---|-----------|---------|------|---------------|
| NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO | | | | |
| UBICACIÓN | | | | |
| CONTACTO | | | | |
| FECHA DE VISITA | | | | |
| ASPECTO A EVALUAR | EXCELENTE | REGULAR | MALO | OBSERVACIONES |
| ARRIBO AL LUGAR | | | | |
| FACILIDAD PAR ACCEDER | | | | |
| ESTADO DE LA VÍA DE ACCESO | | | | |
| SEÑALIZACIÓN ADECUADA | | | | |
| INSTALACIONES | | | | |
| VARIADO ALOJAMIENTO | | | | |
| ZONAS DE ACAMPAR | | | | |
| ZONAS DE DESCANSO | | | | |
| FACILIDADES PARA DESCANSAR | | | | |
| CAMAS Y HABITACIONES LIMPIAS | | | | |
| PARQUEOS AMPLIOS | | | | |
| SUFICIENTE CANTIDAD DE BASUREROS | | | | |
| DEL PERSONAL | | | | |
| AMABILIDAD DEL PERSONAL | | | | |
| EXPERTICIA ADECUADA | | | | |
| MUESTRA LAS INSTALACIONES | | | | |
| OFRECE SERVICIOS VARIADOS | | | | |
| OFRECE PRODUCTO VARIADOS | | | | |
| MANEJO ADECUADO DEL TEMA TURÍSTICO | | | | |
| CANTIDAD ADECUADA PARA ATENDER LA DEMANDA DE TURISTAS | | | | |
| SERVICIOS | | | | |
| ALIMENTACIÓN | | | | |
| VARIEDAD DE SERVICIOS OFRECIDOS | | | | |
| SEGURIDAD | | | | |

ANEXO E
CUESTIONARIO PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

| INFORMACIÓN GENERAL | |
|---|--|
| Departamento / Área | |
| Cargo que desempeña | |
| Cargo de su jefe inmediato | |
| ¿Posee personal a cargo? | Sí No |
| ¿Número de personas a cargo? | |
| ¿A quien supervisa? | • • • • |
| ¿Con quién coordina? | • |
| ¿Con quienes se relaciona el puesto de trabajo? | • |

| FUNCIONES REALIZADAS | |
|-----------------------------|--------------|
| Básicas | Apoyo |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

ANEXO F
COMPARACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

| Jerarquía | Alta | Media | Baja |
|----------------------------|------|-------|------|
| Cargos determinados | | | |
| A. | | | |
| B. | | | |
| C. | | | |
| D. | | | |
| E. | | | |
| F. | | | |
| G. | | | |
| H. | | | |
| I. | | | |
| J. | | | |
| K. | | | |

| Cargos determinados | Jefe inmediato | Personas a cargo | Número de personas a cargo | Funciones Básicas/apoyo |
|---------------------|----------------|------------------|----------------------------|-------------------------|
| A. | | | | |
| B. | | | | |
| C. | | | | |
| D. | | | | |
| E. | | | | |
| F. | | | | |
| G. | | | | |
| H. | | | | |
| I. | | | | |
| J. | | | | |
| K. | | | | |

ANEXO G

AUTOEVALUACIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN (Para ser contestado por todos los colaboradores permanentes del PNCV)



Cerro Verde

Cargo (Según estructura organizativa)

Área laboral a que pertenece.

Principales actividades que debe desempeñar. (No más de cuatro)

| No. | DESCRIPCIÓN |
|--------|-------------|
| Act. 1 | |
| Act. 2 | |
| Act. 3 | |
| Act. 4 | |

Señale la(s) principal(es) debilidad(es) en materia de conocimientos, habilidades, destrezas o actitudes que usted considera tener para un mejor desempeño en cada una de las tareas claves mencionadas en el punto anterior.

| No. | Descripción de Debilidades Identificadas | Profundidad | | |
|-----|--|-------------|-------|--------|
| | | Avanzado | Medio | Básico |
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |
| 4 | | | | |

Señale otra(s) habilidad(es), conocimiento(s), destreza(s) o actitudes que, si la adquiriese o la profundizara, le ayudaría a mejorar la calidad, rapidez, precisión, etc., en la resolución de los temas de cada área estratégica.

| No. | Descripción de Debilidades Identificadas | Profundidad | | |
|-----|--|-------------|-------|--------|
| | | Avanzado | Medio | Básico |
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |
| 4 | | | | |

Si existiera la posibilidad de realizar capacitación más específica, señale que temas a usted le interesa desarrollar para fortalecer sus propias competencias laborales (Por favor, indique el nivel de profundidad que le interesa).

Señale en qué temas usted considera que se debe fortalecer la capacitación al interior del parque (no mencione nombres de personas, sólo temas o contenidos de capacitación)

En el espacio siguiente, por favor indique todo otro comentario que estime oportuno dejar expresado respecto de brechas de capacitación en su área o en general del parque.

Muchas gracias, estimado colaborador.

ANEXO H
CARACTERIZACIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DEL ÁREA
 (Formulario para ser contestado sólo por la supervisión directa de cada unidad laboral)



Cargo

| |
|--|
| |
|--|

Principales objetivos estratégicos del área a la que usted pertenece (No más de cuatro)

| No. | DESCRIPCIÓN |
|------------|-------------|
| Objetivo 1 | |
| Objetivo 2 | |
| Objetivo 3 | |
| Objetivo 4 | |

Principales brechas de competencias para cumplir los objetivos estratégicos.

| No. | DESCRIPCIÓN |
|------------|-------------|
| Objetivo 1 | |
| Objetivo 2 | |
| Objetivo 3 | |
| Objetivo 4 | |

Principales brechas en materia de manejo u operación de tecnologías de la Información (Internet, Intranet, software de oficina, etc.)

| No. | BRECHAS DE COMPETENCIA EN TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN | Profundidad | | |
|-----|--|-------------|-------|--------|
| | | Avanzado | Medio | Básico |
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |
| 4 | | | | |

Otros Conocimientos, Habilidades o actitudes que deben fortalecerse en el equipo a su cargo. (Indique nivel de profundidad)

Conocimientos, Habilidades o actitudes que se deben fortalecer en el Servicio, mirado globalmente.

Habilidades, actitudes o conocimientos que resultarían útiles para fortalecer el nivel de motivación al interior de la organización.

Muchas gracias, estimado supervisor(a)

ANEXO I
NECESIDADES DE CAPACITACIÓN GENERALES DEL PNCV



Nombre del administrador del PNCV

Observaciones:

- a) Este formulario se debe entregar a la unidad de recursos humanos del ISTU con la indicación de las necesidades de capacitación identificadas y con la especificación del nivel de profundidad que en cada caso corresponde y con el número de funcionarios en que se señaló esta debilidad, hasta luego de haberlo completado debidamente.

- 1 El administrador del PNCV sólo debe marcar con una “X” el nivel de importancia que él le asigna a cada necesidad, desde la perspectiva de los objetivos estratégicos del modelo. Para ello, debe cuidar que no se registre más de un tercio de las necesidades con importancia ALTA y enviarlo al ISTU

- b) El administrador puede agregar otras necesidades que se hayan omitido, manteniendo la proporción indicada en el punto anterior, respecto del total que tenga una alta importancia.

**ANEXO J
EVALUACIÓN DE LA JORNADA DE CAPACITACIÓN**



Cerro Verde

Estimado Capacitando, a continuación encontrarás una serie de preguntas a través de las cuales pretendemos conocer tu opinión sobre la jornada de capacitación que acaba de culminar. Este cuestionario contribuirá con el mejoramiento continuo de los programas de capacitación del parque.

Fecha: _____

Nombre del Curso: _____

Área laboral: _____

Cargo: _____

Señale la casilla correspondiente, según su opinión:

| I. EL CURSO | SI | NO |
|---|-----------|-----------|
| 1. ¿Conocía con anterioridad los objetivos y finalidad de la capacitación que acaba de recibir? | | |
| 2. ¿Los contenidos se ajustaron a los objetivos del curso? | | |
| 3. ¿El nivel de profundidad de los contenidos fue adecuado? | | |
| 4. ¿La duración del curso fue suficiente? | | |
| 5. ¿El contenido del curso satisfizo sus necesidades? | | |
| 6. ¿Adquirió conocimientos según los objetivos propuestos? | | |
| 7. ¿El tiempo empleado para desarrollar cada uno de los temas fue adecuado? | | |
| II. EL CAPACITADOR. | SI | NO |
| 1. Explicó claramente el objetivo del curso. | | |
| 2. Demostró conocimiento sobre el tema. | | |
| 3. Estimuló la participación activa. | | |
| 4. Demostró capacidad para resolver preguntas. | | |
| 5. Empleó lenguaje de fácil comprensión | | |
| 6. Presentó los contenidos en forma ordenada y clara. | | |
| 7. Desarrolló todos los temas propuestos. | | |
| 8. Mantuvo el interés de los participantes | | |

| III. SATISFACCIÓN ACERCA DEL CURSO. | SI | NO |
|---|-----------|-----------|
| 1. El curso facilita su desempeño en el puesto de trabajo. | | |
| 2. Lo aprendido en el curso se puede aplicar en su puesto de trabajo | | |
| 3. Obtuvo los conocimientos e información planteados | | |
| 4. El curso le aportó conocimientos nuevos | | |
| 5. Sus expectativas de aprendizaje se cumplieron | | |
| IV. METODOLOGÍA UTILIZADA. | SI | NO |
| 1. Los medios técnicos utilizados fueron adecuados. | | |
| 2. La metodología estuvo adecuada a los objetivos y contenido del curso. | | |
| 3. La metodología permite una participación activa. | | |
| 4. La documentación entregada ha sido suficiente. | | |
| 5. La calidad del material entregado ha sido suficiente. | | |
| 6. El ritmo de exposición ha sido adecuado. | | |
| 7. Las técnicas de formación han facilitado assimilar la información. | | |
| 8. Los materiales del curso han sido útiles para el aprendizaje. | | |
| V. ORGANIZACIÓN DEL EVENTO. | SI | NO |
| 1. La información previa sobre el curso fue adecuada. | | |
| 2. La selección de los participantes se efectuó de forma correcta y con la antelación suficiente. | | |
| 3. El aula y el equipo utilizado fue adecuado. | | |
| 4. La distribución de la jornada que se estableció en el curso fue adecuada. | | |
| 5. La duración del curso con respecto a los contenidos fue adecuada. | | |

OBSERVACIONES

ANEXO K
EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DE CAPACITACIÓN



Cerro Verde

A continuación se presenta un Cuestionario para la Evaluación del Aprendizaje de la Capacitación Impartida al personal del parque

Nombre de la Capacitación: _____

Cargo: _____

Fecha: _____

| APRENDIZAJE. | SI | NO |
|--|-----------|-----------|
| 1. Sabía realizar la tarea antes de asistir a la capacitación. | | |
| 2. Mis expectativas de aprendizaje se cumplieron. | | |
| 3. La capacitación me brindó los conocimientos e información necesarios para el desempeño en mi puesto de trabajo. | | |
| 4. Considero que aplicaré lo aprendido en el puesto de trabajo | | |
| 5. Lo aprendido ha producido cambios en mi comportamiento. | | |
| 6. Considero que debo reforzar lo aprendido. | | |

OBSERVACIONES

ANEXO L
EVALUACIÓN DE TRANSFERENCIA DE LA CAPACITACIÓN



Nombre de la Capacitación: _____

Cargo: _____

Fecha: _____

| PARA JEFES O COORDINADORES. | SI | NO |
|---|-----------|-----------|
| 1. Existe mayor responsabilidad en el desarrollo de las actividades de su puesto de trabajo. | | |
| 2. Se ha notado aumento en la productividad. | | |
| 3. Ha mejorado notoriamente su desempeño laboral. | | |
| 4. La aplicación de lo aprendido al puesto de trabajo produjo resultados medibles. | | |
| 5. El empleado elabora informes después de la capacitación que recibe. | | |
| 6. Cada empleado completa un plan de acción, donde explica cómo va a usar los nuevos conceptos y habilidades aprendidas | | |

Si el 60% de respuesta es SI, deberá anotarse en qué documentos u otras fuentes pueden verificarse ésta información. Si por el contrario el 60% de respuesta es NO, deberá que explicar a qué se ha debido la No Transferencia de lo aprendido al puesto de trabajo.

OBSERVACIONES

**ANEXO M
EVALUACIÓN DE RESULTADOS E IMPACTO**



Nombre de la Capacitación: _____

Nombre de Participante: _____

Cargo: _____

Fecha: _____

| EVALUACIÓN DE RESULTADOS E IMPACTO. | SI | NO |
|--|-----------|-----------|
| 1. Existe mayor motivación hacia el trabajo. | | |
| 2. Ha mejorado el servicio al Usuario. | | |
| 3. Ha mejorado el clima laboral. | | |
| 4. Ha disminuido la accidentalidad en el trabajo. | | |
| 5. Ha disminuido el ausentismo del personal. | | |
| 6. Ha aumentado el nivel de productividad. | | |
| 7. Produjo la aplicación de lo aprendido al puesto de trabajo resultados medibles. | | |

OBSERVACIONES

ANEXO N PRESUPUESTO DE INGRESO Y EGRESOS

El presente anexo muestra las tablas de proyección utilizadas para determinar los ingresos y egresos del modelo de gestión turística.

Proyección de Ingreso por Entradas al PNCV

| MES | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE ENTRA AL PARQUE | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE PAGA ENTRADA AL PARQUE (37%) | INGRESO POR ENTRADAS AL PARQUE (\$1.50) |
|-------|---|--|---|
| AÑO 1 | 230238 | 85188 | \$ 127,782 |
| AÑO 2 | 250260 | 92596 | \$ 138,894 |
| AÑO 3 | 272022 | 100648 | \$ 150,972 |
| AÑO 4 | 295676 | 109400 | \$ 164,100 |
| AÑO 5 | 321387 | 118913 | \$ 178,370 |
| TOTAL | 1369583 | 506746 | \$ 760,119 |

Proyección de Ingreso por Parqueo en el PNCV

| MES | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE ENTRA AL PARQUE | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN LLEVA VEHÍCULO PROPIO | COBRO POR PARQUEO (\$1.00) |
|-------|---|---|----------------------------|
| AÑO 1 | 230238 | 41061 | \$ 41,061 |
| AÑO 2 | 250260 | 44631 | \$ 44,631 |
| AÑO 3 | 272022 | 48512 | \$ 48,512 |
| AÑO 4 | 295676 | 52731 | \$ 52,731 |
| AÑO 5 | 321387 | 57316 | \$ 57,316 |
| TOTAL | 1369583 | 244251 | \$ 244,251 |

Proyección de Ingreso por uso de Canopy en el PNCV

| MES | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE ENTRA AL PARQUE | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE UTILIZA EL CANOPY | INGRESO POR USO DEL CANOPY (\$ 2.00) |
|-------|---|---|---------------------------------------|
| AÑO 1 | 230238 | 18456 | \$ 36,912 |
| AÑO 2 | 250260 | 20061 | \$ 40,122 |
| AÑO 3 | 272022 | 21805 | \$ 43,611 |
| AÑO 4 | 295676 | 23702 | \$ 47,403 |
| AÑO 5 | 321387 | 25763 | \$ 51,525 |
| TOTAL | 1369583 | 109786 | \$ 219,573 |

Proyección de Ingreso por Senderismo en el PNCV

| MES | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE ENTRA AL PARQUE | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE UTILIZA EL SENDERISMO | INGRESO POR USO DE SENDERISMO (\$ 1.00) |
|-------|---|---|--|
| AÑO 1 | 230238 | 19529 | \$ 19,529 |
| AÑO 2 | 250260 | 21228 | \$ 21,228 |
| AÑO 3 | 272022 | 23074 | \$ 23,074 |
| AÑO 4 | 295676 | 25080 | \$ 25,080 |
| AÑO 5 | 321387 | 27261 | \$ 27,261 |
| TOTAL | 1369583 | 116171 | \$ 116,171 |

Proyección de Ingreso por Montañismo en el PNCV

| AÑO | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE ENTRA AL PARQUE | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE UTILIZA EL MONTAÑISMO | INGRESO POR USO DE MONTAÑISMO (\$ 4.00) |
|-------|---|---|--|
| AÑO 1 | 230238 | 7156 | \$ 28,623 |
| AÑO 2 | 250260 | 7778 | \$ 31,112 |
| AÑO 3 | 272022 | 8454 | \$ 33,818 |
| AÑO 4 | 295676 | 9190 | \$ 36,758 |
| AÑO 5 | 321387 | 9989 | \$ 39,955 |
| TOTAL | 1369583 | 42567 | \$ 170,267 |

Proyección de Ingreso por Camping en el PNCV

| AÑO | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE ENTRA AL PARQUE | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE UTILIZA CAMPING | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE UTILIZA IMPLEMENTOS DE CAMPING | INGRESO POR USO DE CAMPING (\$ 4.00) | INGRESO POR ALQUILER DE IMPLEMENTOS | TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS |
|-------|---|---|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|
| AÑO 1 | 230238 | 3143 | 2200 | \$ 9,430 | \$ 6,326 | \$ 15,756 |
| AÑO 2 | 250260 | 3417 | 2392 | \$ 10,250 | \$ 6,876 | \$ 17,127 |
| AÑO 3 | 272022 | 3714 | 2600 | \$ 11,142 | \$ 7,474 | \$ 18,616 |
| AÑO 4 | 295676 | 4037 | 2826 | \$ 12,111 | \$ 8,124 | \$ 20,235 |
| AÑO 5 | 321387 | 4388 | 3072 | \$ 13,164 | \$ 8,831 | \$ 21,994 |
| TOTAL | 1369583 | 18699 | 13089 | \$ 56,097 | \$ 37,632 | \$ 93,728 |

Proyección de Ingreso por Alojamiento en el PNCV

| AÑO | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE ENTRA AL PARQUE | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE UTILIZA ALOJAMIENTO | INGRESO POR USO ALOJAMIENTO |
|-------|---|---|-----------------------------|
| AÑO 1 | 230238 | 2795 | \$ 19,528 |
| AÑO 2 | 250260 | 3038 | \$ 21,227 |
| AÑO 3 | 272022 | 3302 | \$ 23,072 |
| AÑO 4 | 295676 | 3590 | \$ 25,079 |
| AÑO 5 | 321387 | 3902 | \$ 27,259 |
| AÑO 6 | 1369583 | 16627 | \$ 116,165 |

Proyección de Ingreso por Cuerdas Altas en el PNCV

| AÑO | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE ENTRA AL PARQUE | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE UTILIZA CUERDAS ALTAS | INGRESO POR USO DE CUERDAS ALTAS (\$ 4.00) |
|-------|---|---|---|
| AÑO 1 | 230238 | 5273 | \$ 21,093 |
| AÑO 2 | 250260 | 5732 | \$ 22,927 |
| AÑO 3 | 272022 | 6230 | \$ 24,920 |
| AÑO 4 | 295676 | 6772 | \$ 27,087 |
| AÑO 5 | 321387 | 7361 | \$ 29,443 |
| TOTAL | 1369583 | 31368 | \$ 125,470 |

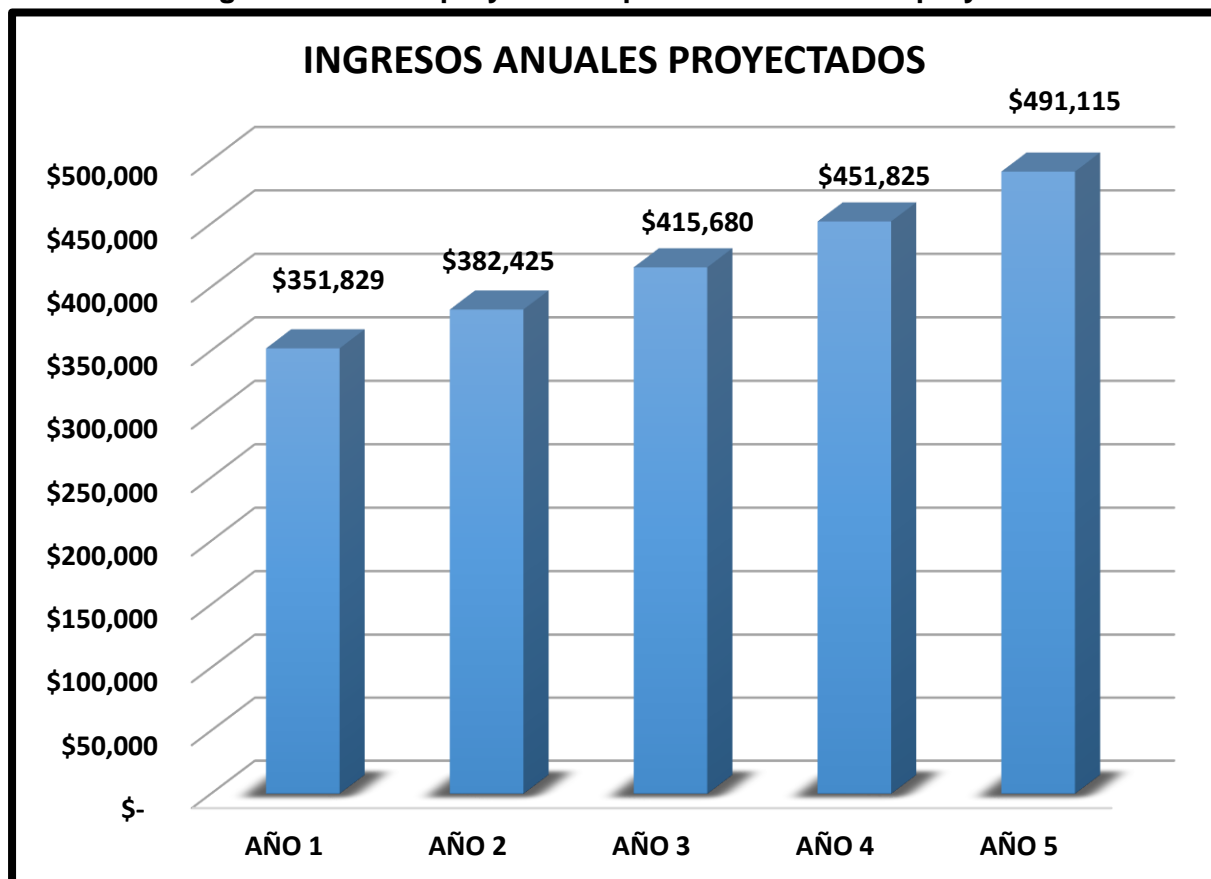
Proyección de Ingreso por Cuerdas Altas en el PNCV

| AÑO | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE ENTRA AL PARQUE | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN COMPRA EN EL VIVERO | INGRESO POR PLANTAS ORNAMENTALES | INGRESO POR ARBOLES FRUTALES | INGRESO POR MACETAS Y ABONO | TOTAL DE INGRESOS POR VENTAS EN EL VIVERO |
|-------|---|---|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---|
| AÑO 1 | 230238 | 17762 | \$ 7,105 | \$ 6,661 | \$ 2,487 | \$ 16,252 |
| AÑO 2 | 250260 | 19306 | \$ 7,723 | \$ 7,240 | \$ 2,703 | \$ 17,665 |
| AÑO 3 | 272022 | 20985 | \$ 8,394 | \$ 7,869 | \$ 2,938 | \$ 19,201 |
| AÑO 4 | 295676 | 22810 | \$ 9,124 | \$ 8,554 | \$ 3,193 | \$ 20,871 |
| AÑO 5 | 321387 | 24793 | \$ 9,917 | \$ 9,298 | \$ 3,471 | \$ 22,686 |
| TOTAL | 1369583 | 105656 | \$ 42,263 | \$ 39,621 | \$ 14,792 | \$ 96,676 |

Proyección de Ingreso por Visores Panorámicos en el PNCV

| AÑO | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE ENTRA AL PARQUE | PROYECCIÓN DE POBLACIÓN QUE UTILIZA LOS VISORES | INGRESO POR USO DEL VISORES PANORÁMICOS (\$ 0.50) |
|-------|---|---|--|
| AÑO 1 | 230238 | 27345 | \$ 6,836 |
| AÑO 2 | 250260 | 29723 | \$ 7,431 |
| AÑO 3 | 272022 | 32308 | \$ 8,077 |
| AÑO 4 | 295676 | 35117 | \$ 8,779 |
| AÑO 5 | 321387 | 38171 | \$ 9,543 |
| TOTAL | 1369583 | 162665 | \$ 40,666 |

Ingresos anuales proyectados para el horizonte del proyecto



ANEXO O ESTADOS FINANCIEROS PARA LOS ESCENARIOS

Escenario Optimista.

a) Estado de Resultados.

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| VENTAS | \$ 443,206.12 | \$ 480,141.63 | \$ 521,893.58 | \$ 567,275.46 | \$ 616,603.84 |
| (+) OTROS INGRESOS | \$ 27,500 | \$ 27,500 | \$ 27,500 | \$ 27,500 | \$ 27,500 |
| (-) COSTO DE OPERACIÓN | \$ 132,743.15 | \$ 134,867.04 | \$ 135,530.76 | \$ 136,194.48 | \$ 136,725.45 |
| (=) UTILIDAD BRUTA | \$ 337,962.97 | \$ 372,774.58 | \$ 413,862.82 | \$ 458,580.98 | \$ 507,378.39 |
| (-) COSTO DE ADMINISTRACIÓN | \$ 165,453.88 | \$ 168,101.14 | \$ 168,928.41 | \$ 169,755.68 | \$ 170,417.50 |
| (-) COSTO DE COMERCIALIZACIÓN | \$ 71,594.00 | \$ 72,739.50 | \$ 73,097.47 | \$ 73,455.44 | \$ 73,741.82 |
| (=)UTILIDAD NETA | \$ 100,915.09 | \$ 131,933.94 | \$ 171,836.93 | \$ 215,369.86 | \$ 263,219.08 |

b) Flujo de Efectivo

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| SALDO INICIAL | \$ 90,000.00 | \$ 247,758.03 | \$ 436,534.88 | \$ 665,214.72 | \$ 937,427.49 |
| INGRESOS POR VENTAS | \$ 443,206.12 | \$ 480,141.63 | \$ 521,893.58 | \$ 567,275.46 | \$ 616,603.84 |
| (+) OTROS INGRESOS | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 |
| (=) TOTAL DE INGRESOS | \$ 470,706.12 | \$ 507,641.63 | \$ 549,393.58 | \$ 594,775.46 | \$ 644,103.84 |
| (+) COSTOS OPERATIVOS | \$ 132,743.00 | \$ 134,867.04 | \$ 135,530.76 | \$ 136,194.48 | \$ 136,725.45 |
| (+) COSTOS ADMINISTRATIVOS | \$ 165,454.00 | \$ 168,101.14 | \$ 168,928.41 | \$ 169,755.68 | \$ 170,417.50 |
| (+) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN | \$ 71,594.00 | \$ 72,739.50 | \$ 73,097.47 | \$ 73,455.44 | \$ 73,741.82 |
| (=) TOTAL DE EGRESOS | \$ 369,791.00 | \$ 375,707.69 | \$ 377,556.65 | \$ 379,405.60 | \$ 380,884.77 |
| INGRESOS - EGRESOS | \$ 100,915.12 | \$ 131,933.94 | \$ 171,836.93 | \$ 215,369.86 | \$ 263,219.08 |
| (+) DEPRECIACIONES | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 |
| (+) AMORTIZACIÓN | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 |
| (=) TOTAL DE CAPITAL | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 |
| SALDO NETO | \$ 157,758.03 | \$ 188,776.85 | \$ 228,679.84 | \$ 272,212.77 | \$ 320,061.99 |
| SALDO ACUMULADO | \$ 157,758.03 | \$ 346,534.88 | \$ 575,214.72 | \$ 847,427.49 | \$ 1167,489.47 |
| SALDO FINAL | \$ 247,758.03 | \$ 436,534.88 | \$ 665,214.72 | \$ 937,427.49 | \$ 1257,489.47 |

c) Balances Generales

| BALANCE INICIAL | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 105,000.00 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 90,000.00 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 284,214.57 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ - | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ - | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 389,214.57 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 389,214.57 |
| CAPITAL | \$ 389,214.57 | |
| UTILIDADES | \$ - | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 389,214.57 |

| BALANCE AÑO 1 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 262,758.03 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 247,758.03 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 227,371.63 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 40,133.30 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 16,709.64 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 490,129.66 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 490,129.66 |
| CAPITAL | \$ 389,214.57 | |
| UTILIDADES | \$ 100,915.09 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 490,129.66 |

| BALANCE AÑO 2 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 451,534.88 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 436,534.88 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 170,528.71 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 80,266.58 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 33,419.28 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 622,063.59 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 622,063.60 |
| CAPITAL | \$ 490,129.66 | |
| UTILIDADES | \$ 131,933.94 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 622,063.60 |

| BALANCE AÑO 3 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 680,214.72 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 665,214.72 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 113,685.80 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 120,399.85 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 50,128.92 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 793,900.52 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 793,900.52 |
| CAPITAL | \$ 622,063.60 | |
| UTILIDADES | \$ 171,836.93 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 793,900.52 |

| BALANCE AÑO 4 | | |
|----------------------------------|---------------|-----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 952,427.49 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 937,427.49 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 56,842.89 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 160,533.12 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 66,838.56 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 1009,270.38 |
| | | |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| | | |
| PATRIMONIO | | \$ 1009,270.38 |
| CAPITAL | \$ 793,900.52 | |
| UTILIDADES | \$ 215,369.86 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 1009,270.38 |

| BALANCE AÑO 5 | | |
|----------------------------------|----------------|-----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 1272,489.47 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 1257,489.47 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ (0.02) |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 200,666.39 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 83,548.20 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 1272,489.45 |
| | | |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| | | |
| PATRIMONIO | | \$ 1272,489.46 |
| CAPITAL | \$ 1009,270.38 | |
| UTILIDADES | \$ 263,219.08 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 1272,489.46 |

Escenario Probable.

a) Estado de Resultados.

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| VENTAS | \$ 394,048.46 | \$ 428,315.78 | \$ 465,561.07 | \$ 506,044.50 | \$ 550,048.44 |
| (+) OTROS INGRESOS | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 |
| (-) COSTO DE OPERACIÓN | \$ 136,725.45 | \$ 138,913.06 | \$ 139,596.68 | \$ 140,280.31 | \$ 140,827.21 |
| (=) UTILIDAD BRUTA | \$ 284,823.01 | \$ 316,902.72 | \$ 353,464.39 | \$ 393,264.19 | \$ 436,721.23 |
| (-) COSTO DE ADMINISTRACIÓN | \$ 170,417.50 | \$ 173,144.18 | \$ 173,996.27 | \$ 174,848.35 | \$ 175,530.02 |
| (-) COSTO DE COMERCIALIZACIÓN | \$ 73,741.82 | \$ 74,921.69 | \$ 75,290.40 | \$ 75,659.11 | \$ 75,954.07 |
| (=)UTILIDAD NETA | \$ 40,663.69 | \$ 68,836.85 | \$ 104,177.73 | \$ 142,756.73 | \$ 185,237.13 |

b) Flujo de efectivo

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| SALDO INICIAL | \$ 90,000.00 | \$ 187,506.64 | \$ 313,186.41 | \$ 474,207.04 | \$ 673,806.68 |
| INGRESOS POR VENTAS | \$ 394,048.46 | \$ 428,315.78 | \$ 465,561.07 | \$ 506,044.50 | \$ 550,048.44 |
| (+) OTROS INGRESOS | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 |
| (=) TOTAL DE INGRESOS | \$ 421,548.46 | \$ 455,815.78 | \$ 493,061.07 | \$ 533,544.50 | \$ 577,548.44 |
| (+) COSTOS OPERATIVOS | \$ 136,725.29 | \$ 138,913.06 | \$ 139,596.68 | \$ 140,280.31 | \$ 140,827.21 |
| (+) COSTOS ADMINISTRATIVOS | \$ 170,417.62 | \$ 173,144.18 | \$ 173,996.27 | \$ 174,848.35 | \$ 175,530.02 |
| (+) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN | \$ 73,741.82 | \$ 74,921.69 | \$ 75,290.40 | \$ 75,659.11 | \$ 75,954.07 |
| (=) TOTAL DE EGRESOS | \$ 380,884.73 | \$ 386,978.92 | \$ 388,883.35 | \$ 390,787.77 | \$ 392,311.31 |
| INGRESOS - EGRESOS | \$ 40,663.73 | \$ 68,836.85 | \$ 104,177.73 | \$ 142,756.73 | \$ 185,237.13 |
| (+) DEPRECIACIONES | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 |
| (+) AMORTIZACIÓN | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 |
| (+) IMPUESTOS | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (=) TOTAL DE CAPITAL | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 |
| SALDO NETO | \$ 97,506.64 | \$ 125,679.76 | \$ 161,020.64 | \$ 199,599.64 | \$ 242,080.04 |
| SALDO ACUMULADO | \$ 97,506.64 | \$ 223,186.41 | \$ 384,207.04 | \$ 583,806.68 | \$ 825,886.72 |
| SALDO FINAL | \$ 187,506.64 | \$ 313,186.41 | \$ 474,207.04 | \$ 673,806.68 | \$ 915,886.72 |

c) Balances Generales

| BALANCE INICIAL | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 105,000.00 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 90,000.00 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 284,214.57 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ - | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ - | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 389,214.57 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 389,214.57 |
| CAPITAL | \$ 389,214.57 | |
| UTILIDADES | \$ - | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 389,214.57 |

| BALANCE AÑO 1 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 202,506.64 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 187,506.64 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 227,371.62 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 40,133.31 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 16,709.64 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 429,878.26 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 429,878.26 |
| CAPITAL | \$ 389,214.57 | |
| UTILIDADES | \$ 40,663.69 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 429,878.26 |

| BALANCE AÑO 2 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 328,186.41 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 313,186.41 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 170,528.71 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 80,266.58 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 33,419.28 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 498,715.12 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 498,715.12 |
| CAPITAL | \$ 429,878.26 | |
| UTILIDADES | \$ 68,836.85 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 498,715.12 |

| BALANCE AÑO 3 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 489,207.04 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 474,207.04 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 113,685.80 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 120,399.85 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 50,128.92 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 602,892.84 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 602,892.84 |
| CAPITAL | \$ 498,715.12 | |
| UTILIDADES | \$ 104,177.73 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 602,892.84 |

| BALANCE AÑO 4 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 688,806.68 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 673,806.68 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 56,842.89 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 160,533.12 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 66,838.56 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 745,649.57 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 745,649.57 |
| CAPITAL | \$ 602,892.84 | |
| UTILIDADES | \$ 142,756.73 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 745,649.57 |

| BALANCE AÑO 5 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 930,886.72 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 915,886.72 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ (0.02) |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 200,666.39 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 83,548.20 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 930,886.70 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 930,886.70 |
| CAPITAL | \$ 745,649.57 | |
| UTILIDADES | \$ 185,237.13 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 930,886.70 |

Escenario Pesimista.

a) Estado de Resultados

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| VENTAS | \$ 267,390.03 | \$ 290,642.85 | \$ 315,916.44 | \$ 343,387.34 | \$ 373,247.16 |
| (+) OTROS INGRESOS | \$ 27,500 | \$ 27,500 | \$ 27,500 | \$ 27,500 | \$ 27,500 |
| (-) COSTO DE OPERACIÓN | \$ 132,743.15 | \$ 134,867.04 | \$ 135,530.76 | \$ 136,194.48 | \$ 136,725.45 |
| (=) UTILIDAD BRUTA | \$ 162,146.87 | \$ 183,275.80 | \$ 207,885.68 | \$ 234,692.86 | \$ 264,021.71 |
| (-) COSTO DE ADMINISTRACIÓN | \$ 165,453.88 | \$ 168,101.14 | \$ 168,928.41 | \$ 169,755.68 | \$ 170,417.50 |
| (-) COSTO DE COMERCIALIZACIÓN | \$ 71,594.00 | \$ 72,739.50 | \$ 73,097.47 | \$ 73,455.44 | \$ 73,741.82 |
| (=)UTILIDAD NETA | \$ (74,901.01) | \$ (57,564.84) | \$ (34,140.20) | \$ (8,518.27) | \$ 19,862.39 |

b) Flujo de Efectivo

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| SALDO INICIAL | \$ 90,000.00 | \$ 71,941.94 | \$ 71,220.00 | \$ 93,922.71 | \$ 142,247.35 |
| INGRESOS POR VENTAS | \$ 267,390.03 | \$ 290,642.85 | \$ 315,916.44 | \$ 343,387.34 | \$ 373,247.16 |
| (+) OTROS INGRESOS | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 | \$ 27,500.00 |
| (=) TOTAL DE INGRESOS | \$ 294,890.03 | \$ 318,142.85 | \$ 343,416.44 | \$ 370,887.34 | \$ 400,747.16 |
| (+) COSTOS OPERATIVOS | \$ 132,743.00 | \$ 134,867.04 | \$ 135,530.76 | \$ 136,194.48 | \$ 136,725.45 |
| (+) COSTOS ADMINISTRATIVOS | \$ 165,454.00 | \$ 168,101.14 | \$ 168,928.41 | \$ 169,755.68 | \$ 170,417.50 |
| (+) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN | \$ 71,594.00 | \$ 72,739.50 | \$ 73,097.47 | \$ 73,455.44 | \$ 73,741.82 |
| (=) TOTAL DE EGRESOS | \$ 369,791.00 | \$ 375,707.69 | \$ 377,556.65 | \$ 379,405.60 | \$ 380,884.77 |
| INGRESOS - EGRESOS | \$ (74,900.97) | \$ (57,564.84) | \$ (34,140.20) | \$ (8,518.27) | \$ 19,862.39 |
| (+) DEPRECIACIONES | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 | \$ 40,133.27 |
| (+) AMORTIZACIÓN | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 | \$ 16,709.64 |
| (+) IMPUESTOS | | | | | |
| (=) TOTAL DE CAPITAL | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 | \$ 56,842.91 |
| SALDO NETO | \$ (18,058.06) | \$ (721.93) | \$ 22,702.71 | \$ 48,324.64 | \$ 76,705.30 |
| SALDO ACUMULADO | \$ (18,058.06) | \$ (18,780.00) | \$ 3,922.71 | \$ 52,247.35 | \$ 128,952.65 |
| SALDO FINAL | \$ 71,941.94 | \$ 71,220.00 | \$ 93,922.71 | \$ 142,247.35 | \$ 218,952.65 |

c) Balances Generales

| BALANCE INICIAL | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 105,000.00 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 90,000.00 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 284,214.57 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ - | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ - | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 389,214.57 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 389,214.57 |
| CAPITAL | \$ 389,214.57 | |
| UTILIDADES | \$ - | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 389,214.57 |

| BALANCE AÑO 1 | | |
|----------------------------------|----------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 86,941.94 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 71,941.94 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 227,371.63 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 40,133.30 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 16,709.64 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 314,313.57 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 314,313.56 |
| CAPITAL | \$ 389,214.57 | |
| UTILIDADES | \$ (74,901.01) | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 314,313.56 |

| BALANCE AÑO 2 | | |
|----------------------------------|----------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 86,220.00 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 71,220.00 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 170,528.72 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 80,266.57 | \$ 80,266.60 |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 33,419.28 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 256,748.72 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 256,748.72 |
| CAPITAL | \$ 314,313.56 | |
| UTILIDADES | \$ (57,564.84) | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 256,748.72 |

| BALANCE AÑO 3 | | |
|----------------------------------|----------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 108,922.71 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 93,922.71 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 113,685.80 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 120,399.84 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 50,128.93 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 222,608.51 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 222,608.51 |
| CAPITAL | \$ 256,748.72 | |
| UTILIDADES | \$ (34,140.20) | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 222,608.51 |

| BALANCE AÑO 4 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 157,247.35 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 142,247.35 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ 56,842.89 |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 160,533.11 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 66,838.57 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 214,090.24 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 214,090.25 |
| CAPITAL | \$ 222,608.51 | |
| UTILIDADES | \$ (8,518.27) | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 214,090.25 |

| BALANCE AÑO 5 | | |
|----------------------------------|---------------|----------------------|
| DETALLE | | |
| ACTIVOS | | |
| CIRCULANTE | | \$ 233,952.65 |
| CAJA Y BANCOS | \$ 218,952.65 | |
| IMPREVISTOS | \$ 15,000.00 | |
| FIJO | | \$ (0.02) |
| MOBILIARIO Y EQUIPO | \$ 76,162.50 | |
| INSUMOS Y HERRAMIENTAS | \$ 10,336.11 | |
| EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA | \$ 114,167.75 | |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO | \$ 200,666.38 | |
| TERRENO | \$ - | |
| INVERSIÓN INTANGIBLE | \$ 83,548.21 | |
| (-) AMORTIZACIÓN | \$ 83,548.21 | |
| TOTAL DE ACTIVOS | | \$ 233,952.63 |
| PASIVOS | | \$ - |
| PASIVO CIRCULANTE | \$ - | |
| OTROS PASIVOS | \$ - | |
| PATRIMONIO | | \$ 233,952.64 |
| CAPITAL | \$ 214,090.25 | |
| UTILIDADES | \$ 19,862.39 | |
| PASIVOS + PATRIMONIO | | \$ 233,952.64 |

ANEXO P Cotizaciones

Vía web:

a) Visor panorámico

<http://www.telescopiomania.com/prismaticos-y-binoculares-de-monedas/3248-prismatico-de-monedas-digifox-dfc2-30x80.html>



PRISMÁTICO DE MONEDAS DIGIFOX DigiLens DFC2 30X80

Prismático panorámico para miradores DIGIFOX V1C 30x80 y operado con monedas. Por defecto se suministra para funcionar con Euros pero se puedes solicitar presupuesto para ser operado por otro tipo de moneda.

Más detalles

Referencia: DIGV1C
Cantidad:

Envío en 5/7 días
¡Envío gratis! A Península

Entrega entre 5 y 7 días laborables (+ info)

5 288,95 € IVA incluido

Ampliar Imprimir

b) Cajas Registradoras

<https://shop.pricessmart.com/es/sp/search/Caja%20registradora#page=1>



Únase a los millones que ya están ahorrando

Servicio a Negocios Membrecía Tarjeta de Crédito Ubicación de los Clubes

Buscar ¿Qué es lo que usted está buscando? Ingresar o Regístrate Su carrito (0)

Categorías

- Electrodomésticos
- Bebé
- Automotriz
- Habitación y Baño
- Computadoras y Tabletas
- Electrónicos
- Muebles
- Ferretería
- Salud
- Hogar
- Joyas y Relojes
- Equipaje
- Oficina
- Al aire libre
- Institucional
- Artículos deportivos
- Juguetes y Juegos
- Judaica

Inicio > Buscar

Buscar







- Mesa Safe Company
Caja fuerte grande MFL3020EE con
doble puerta para depósitos
\$1.279.99
- Royal
Caja registradora Royal 500DX
\$229.99
- KidKraft
Puesto de mercado de abarrotes
\$159.99

Agregar Agregar Agregar

c) Equipo de trekking









<https://www.amazon.es/bastones-senderismo/b?ie=UTF8&node=2928536031>

<http://www.doite.cl/es/91-bastones>

| | | |
|--|--|--|
|  <p>BASTÓN DISCOVERY INTERNET: NORMAL \$19.990</p> <p><input type="button" value="comparar"/></p> |  <p>BASTÓN WALKER INTERNET: NORMAL \$24.990</p> <p><input type="button" value="comparar"/></p> |  <p>BASTÓN PATHFINDER INTERNET: NORMAL \$29.990</p> <p><input type="button" value="comparar"/></p> |
| <p>Sólo internet</p>  <p>BASTÓN ZETH INTERNET: NORMAL \$29.990</p> <p><input type="button" value="comparar"/></p> |  <p>TOPE DE GOMA PARA BASTÓN PRECIO:</p> <p><input type="button" value="comparar"/></p> |  <p>SNOW BASQUET PRECIO:</p> <p><input type="button" value="comparar"/></p> |

d) Binoculares

http://www.lightinthebox.com/es/Oferas/Binoculares_Vision_Nocturna.html

| | | | |
|---|---|--|--|
| <p>USD \$59.99</p> <p>♥ (4)</p>  <p>BOSMA 10X50 mm Binoculares Alcance de la localización Impermeable Resistente a la ...</p> <p>\$244.00</p> <p>USD \$89.99</p> <p>♥ (7)</p> | <p>USD \$53.99</p> <p>♥ (16)</p>  <p>Eyeskey® 10X42 mm Binoculares Impermeable Resistente a la ...</p> <p>USD \$89.99</p> <p>♥ (7)</p> | <p>USD \$49.99</p> <p>♥ (22)</p>  <p>BOSMA 10 50 mm Binoculares Paulimpermeable / Resistente a la ...</p> <p>USD \$349.99</p> <p>♥ (3)</p> | <p>USD \$79.99</p> <p>♥ (10)</p>  <p>BOSMA 8 42 mm Binoculares Roofimpermeable / Resistente a la ...</p> <p>USD \$299.99</p> <p>♥ (5)</p> |
|  <p>BOSMA 12 50 mm Binoculares Paulimpermeable / Resistente a la ...</p> <p>USD \$299.99</p> <p>♥ (1)</p> |  <p>BOSMA 10 50 mm Binoculares Paulimpermeable / Resistente a la ...</p> <p>USD \$249.99</p> <p>♥ (2)</p> |  <p>BOSMA 10 42 mm Binoculares RoofMaletin / Prisma de azotea / Alta ...</p> <p>USD \$299.99</p> <p>♥ (2)</p> |  <p>BOSMA 8 42 mm Binoculares Roofimpermeable / Resistente a la ...</p> <p>USD \$199.99</p> <p>♥ (1)</p> |

e) Arnés de seguir

<http://www.irudek.com/es/productos-epis/arneses-de-seguridad-anticaidas/arnes-de-seguridad-light-plus/arnes-de-seguridad-light-plus-12>

Portada / Productos Epis / ARNÉS ANTICAÍDAS / IRUDEK LIGHT PLUS 12

EPIS



Ref. disponibles: [100404500011](#)
ARNÉS ANTICAÍDAS / LIGHT PLUS

IRUDEK LIGHT PLUS 12

Arnés de asiento con perneras acolchadas y 1 punto de anclaje ventral + 2 anillas "D" laterales y anillas porta-herramientas. No se debe utilizar como anticaídas.

Compartir:   

HOME NOSOTROS PRODUCTOS OBRAS Y SERVICIOS CAPACITACION CONTACTENOS

Arneses Anticaída

Modelo CR 06



- 2 REGULACIONES EN PIERNAS
- 1 ARGOLLA ANTICAIDA DORSAL
- AJUSTE TRANSVERSAL REFORZADO

Producto con sello IRAM y Marca CE



Las imágenes pueden diferir del modelo vigente.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA >
APLICACIÓN >

Modelo CR 61








- 2 REGULACIONES EN PIERNAS
- ELEMENTO DE AMARRE ANTICAÍDAS INCORPORADO
- CONECTOR DE 19 MM
- AJUSTE TRANSVERSAL REFORZADO

Producto con sello IRAM y Marca CE



f) Accesorios para canopy

| | |
|---|----------------|
| https://tirolesasmexico.com/accesorios.php | |
|  | \$25.00 |
|  | \$45.00 |
|  | \$45.00 |
|  | \$25.00 |
|  | \$20.00 |

g) Infraestructura



Construcción de actividades extremas
Capacitaciones, asesoría y venta de equipo.

San Salvador 19 de Febrero de 2017.

SEÑORA:
NELY RIVAS
Presente.

A continuación le presento cotización de lo solicitado

CUERDAS ALTAS

| No. | descripción | cantidad | Precio unitario | total |
|-----|--------------------------|----------|-----------------|------------|
| 01 | Cuerdas altas (juegos) | 06 | \$550.00 | \$3,300.00 |
| 02 | Bases para cuerdas altas | 03 | \$150.00 | \$ 450.00 |
| 03 | Escalera de súbita | 01 | \$150.00 | \$ 150.00 |
| 04 | Escalera de bajada | 01 | \$150.00 | \$ 150.00 |
| | | | Sub total | \$4,050.00 |
| | | | IVA | \$ 526.50 |
| | | | Total | \$4,576.50 |

CANOPY

| No. | descripción | cantidad | Precio unitario | total |
|-----|--------------------------------|----------|-----------------|------------|
| 01 | Canopy de 200 metros una línea | 01 | \$1800.00 | \$1,800.00 |
| 02 | Escalera de subida para canopy | 01 | \$250.00 | \$ 250.00 |
| 03 | escalera de bajada de canopy | 01 | \$250.00 | \$ 250.00 |
| 04 | | | SUB TOTAL | \$2,300.00 |
| 05 | | | IVA | \$ 299.00 |
| | | | TOTAL | \$2,599.00 |

Residencial Loma Linda, calle los abetos y calle Maquilishuat No.7 san salvador
Email: clubguanatours@gmail.com Cel. 72049180

PENDULO DEL GIGANTE

| No. | descripción | cantidad | Precio unitario | total |
|-----|---|----------|-----------------|------------|
| 01 | INSTALACION DE JUEGO PENDULO DEL GIGANTE, sin motor, incluye: Instalación a base de metal, equipo de protección(01 arnés de cuerpo completo, equipo metálico, gancho de liberación rápida, Guincher manual para subir al participante) y capacitación | 01 | \$3,500.00 | \$3,500.00 |
| | | | Sub total | \$3,500.00 |
| | | | IVA | \$ 455.00 |
| | | | TOTAL | \$3,955.00 |

Tiempo de construcción 30 días, forma de pago 60% al inicio de la obra y 40% contra entrega.

El equipo de protección para canopy y cuerdas altas se compra por separado. Nosotros somos distribuidores de dicho equipo y por la compra brindamos la capacitación.

NOTA: somos los únicos en el Salvador certificados para desarrollar estas actividades.

Atte.

Héctor Mauricio Aguilar Valdes
Representante Legal
Guanatours S.A de C.V



Residencial Loma Linda, calle los abetos y calle Maquilishuat No.7 san salvador
Email: clubguanatours@gmail.com Cel. 72049180



Contacto: Lic. J. Harrison
E-mail: ventas@junglahabitacional.com.sv
Página web: www.junglahab.com.sv
Teléfono: 2566-3640

GLOSARIO TÉCNICO

Actividad turística: es aquella actividad económica que se realiza con el fin de generar ingresos, a partir de la venta a los turistas de algún tipo de bien o servicio.

Área de conservación: Es el espacio territorial que contiene Áreas Naturales Protegidas, zonas de amortiguamiento, corredores biológicos y zonas de influencia, funcionando en forma integral y administrada a través de la aplicación del Enfoque por Ecosistemas, a fin de promover su desarrollo sostenible.

Área de Manejo de Hábitat Área protegida manejada principalmente para la conservación, con intervención a nivel de gestión. Debe desempeñar una función importante en la protección de la naturaleza y la supervivencia de especies comprendiendo zonas de reproducción, humedales, arrecifes de coral, estuarios, praderas y pastizales, bosques o zonas de reproducción, incluidos los herbarios marinos.

Área de Protección y Restauración Es una categoría transitoria destinada principalmente a Área Protegida manejada principalmente hacia proteger, recuperar y restaurar los ecosistemas que muestra signos de estar o haber sido sometida a fuertes presiones, reales o potenciales, de sobreexplotación de los recursos que contienen.

Área natural protegida prioritaria: Área del Sistema de Áreas Naturales Protegidas, que tiene una extensión relativamente considerable, que forma un continuo con otras áreas, que tiene representatividad de ecosistemas o comunidades únicas a nivel nacional, regional o internacional no afectados significativamente por la actividad humana, que posee diversidad biológica sobresaliente y que aporta bienes y servicios ambientales.

Área natural protegida: Parte del territorio nacional de propiedad del Estado, del Municipio, de entes autónomos o de propietarios privados, legalmente establecida con el objeto de posibilitar la conservación, el manejo sostenible y restauración de la flora y fauna silvestre, recursos conexos y sus interacciones naturales y culturales, que tenga alta significación por su función o por sus valores genéticos, históricos, escénicos, recreativos, arqueológicos y protectores, de tal manera que preserve el estado natural de las comunidades bióticas y los fenómenos geomorfológicos únicos.

Área Protegida con Recursos Manejados Área protegida manejada principalmente para la utilización sostenible de los recursos naturales. Parte de su superficie debe estar en condiciones naturales, aunque el área también puede contener zonas limitadas de ecosistemas modificados. Debe tener capacidad para poder tolerar la utilización sostenible de sus recursos.

Áreas Protegidas: Cualquier categoría de terreno que está oficialmente protegida por un gobierno nacional o internacional, estado, organización o agencia. Por definición, un área protegida debería estar segura del uso irrestricto de sus recursos.

Atractivo turístico: Cualquier punto o elemento del patrimonio natural y cultural de un sitio que sea capaz de motivar la visita por parte de los turistas. Punto o elemento atractivo para el turista.

Autorización: Acto administrativo otorgado de conformidad a la Ley por medio del cual la autoridad competente, faculta la realización de actividades, obras o proyectos, dentro de las Áreas Naturales Protegidas, sujetas al cumplimiento de las condiciones que dicho acto establezca.

Bienes y servicios ambientales: Son aquellas condiciones y procesos naturales de los ecosistemas, incluyendo las provenientes de las especies y los genes, por medio de las cuales el ser humano obtiene beneficios.

Categoría de manejo: Grado que se asigna a las Áreas Naturales Protegidas para clasificarlas según el tipo de gestión que han de recibir, el que se debe realizar de acuerdo al cumplimiento de los objetivos de manejo.

Circuito turístico: Además de tener perfectamente definido el itinerario, incluye el alojamiento y la alimentación durante todo el recorrido, todo ello a un precio estipulado que sirve para comprar el conjunto de los servicios.

Comercialización Turística: es el conjunto de técnicas utilizables para vender un servicio de la forma más rentable posible.

Competitividad: es el eje en torno al cual gravitan las transformaciones en la organización industrial, como la base de los nuevos enfoques de la empresa y de los nuevos modelos de comercio internacional.

Comunidades Locales: Las comunidades que están cerca o adyacentes a las áreas silvestres.

Conservación: Conjunto de actividades humanas para garantizar el uso sostenible del ambiente, incluyendo las medidas para la protección, el mantenimiento, la rehabilitación, la restauración, el manejo y el mejoramiento de los recursos naturales y el ecosistema.

Corredor biológico mesoamericano: Sistema de ordenamiento territorial compuesto de áreas naturales bajo regímenes de administración especial, zonas núcleo, de amortiguamiento, de usos múltiples y áreas de interconexión, organizado y consolidado que brinda un conjunto de bienes y servicios ambientales a la sociedad mesoamericana y mundial, proporcionando los espacios de concertación social para promover la inversión en la conservación y uso sostenible de los recursos naturales, con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región mesoamericana.

Corredor biológico nacional: Conjunto de áreas naturales y zonas de interconexión del territorio nacional, de propiedad pública y privada, respetando en este caso los derechos del propietario a disponer sobre el uso de la tierra, en las cuales se promoverán actividades de manejo sostenible de los recursos naturales, a fin de generar bienes y servicios ambientales a la sociedad.

Cráter: Depresión topográfica más o menos circular formada por explosión volcánica y por la cual sale humo, ceniza, lava, fango u otras materias, cuando el volcán está en actividad.

Delegación de la gestión: Acto del Estado en el cual se establecen alianzas con instituciones autónomas, organizaciones no gubernamentales y otras asociaciones del sector privado, organismos empresariales e instituciones del sector académico, con el fin de desarrollar conjuntamente las acciones, proyectos y programas establecidos mediante un Plan de Manejo de las Áreas Naturales Protegidas.

Demanda turística: Cantidad y calidad de bienes y servicios turísticos que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado)

Desarrollo Local: es un complejo proceso de concertación entre los agentes, sectores y fuerzas que interactúan dentro de los límites de un territorio determinado con el propósito de impulsar un proyecto común que combine la generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial con el fin de elevar la calidad de vida y el bienestar de cada familia y ciudadano que viven en ese territorio o localidad

Desarrollo sostenible: Proceso que conduce al desarrollo económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus necesidades.

Destino Turístico: Zona o área geográfica que es visitada por el turista. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

Diversidad biológica: Variabilidad de organismos vivos de cualquier fuente, incluidos los ecosistemas terrestres y marinos, otros ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos de los que forman parte. Comprende la diversidad de genes, especies y ecosistemas.

Ecosistema: Complejo dinámico de comunidades vegetales, animales y de microorganismos y su medio no viviente que interactúan como una unidad funcional, mediante el uso de energía.

Educación ambiental: Proceso de formación ambiental ciudadana, formal y no formal, para la toma de conciencia y el desarrollo de valores, conceptos y actitudes frente a la protección, conservación, restauración y el uso sostenible de los recursos naturales y el medio ambiente.

Empresas Turísticas: Las que ofrecen y prestan servicios a turistas en las áreas de información, transporte, alojamiento, alimentación y recreación.

Entorno habitual: Es la suma pagada por la adquisición de bienes, servicios de consumo y objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros. Este concepto excluye la adquisición de ciertas partidas, tales como las transferencias sociales en especie que benefician a los visitantes, la imputación de servicios de alojamiento en viviendas de vacaciones que pertenecen a los visitantes, y servicios de intermediación financiera medidos indirectamente. Éstos están contemplados en el concepto más amplio de consumo turístico, en la Cuenta Satélite de Turismo. Quedan excluidos los pagos que no corresponden a la adquisición de bienes y servicios de consumo.

Estudio de Mercado: O Investigación de Mercado. Se entiende la obtención, el registro y el análisis de todos los hechos referentes a problemas relacionados con la comercialización de un bien o servicio.

Excursionista: Es un visitante que no pernocta en la localidad que visita

Gestión de áreas naturales protegidas: Todas las actividades que se realizan dirigidas a la administración, manejo y desarrollo de las Áreas Naturales Protegidas, para la conservación de las mismas, su diversidad biológica y demás recursos naturales.

Hábitat: Lugar o tipo de ambiente en el que existe naturalmente un organismo o una población.

Guía Turístico: Es el servicio en el cual una o más personas con conocimientos profesionales del área turística y de dos o más idiomas, realizan funciones de asesoría y apoyo al turista durante su viaje. Estos servicios generalmente son contratados para excursiones, circuitos, visitas, etc., ya sean grupales o individuales.

Industria y Servicios Turísticos: Las actividades que realizan los productores de bienes de consumo para turistas y los prestadores de servicio para la actividad turística, así como las instituciones públicas y privadas relacionadas con la promoción y desarrollo del turismo en El Salvador.

Inventario turístico: debe entenderse como una descripción ordenada y calificada de aquellos elementos que constituyen las principales atracciones y objetos de interés para los turistas.

Lava: Magma ígnea en fusión existente en el interior de la tierra que sale a la superficie a través de grietas y de fisuras, en particular durante la erupción de un volcán.

Los residentes de un país son las personas cuyo centro de interés económico predominante está situado en el territorio económico de dicho país. Para un país, los no residentes son las personas cuyo centro de interés económico predominante está situado fuera de su territorio económico.

Manejo sostenible: Acciones políticas, legales, de planificación, administración, usos, educación, interpretación de la naturaleza, investigación y monitoreo que deben realizarse en un sitio para alcanzar su aprovechamiento adecuado, la permanencia de sus características, satisfaciendo las necesidades y aspiraciones de las generaciones actuales y futuras.

Mercado Potencial: es el segmento de la demanda total que estaría dispuesto a adquirir el paquete turístico.

Mercado turístico: lugar donde existe capacidad de gasto, donde se intercambia el producto turístico entre compradores (turistas, empresas) y vendedores (empresas).

Monumento Natural Área protegida manejada principalmente para la conservación de características naturales específicas o por su importancia cultural. Debe contener uno o más rasgos de importancia notable, como cataratas espectaculares, cavernas, cuevas, cráteres, fósiles, farallones, dunas y formaciones marinas, junto con especímenes únicos o representativos de la diversidad biológica y sitios arqueológicos o naturales.

Oferta turística: es el conjunto de atractivos y servicios, puestos a disposición del mercado.

Operador Turístico: Operador Turístico Llamado también Tour Operador. Empresa que crea y/o comercializa viajes todo incluido y/o presta servicios turísticos. Integra y opera sus propios servicios turísticos para venderlos a través de otras agencias, además de hacerlo directamente al público.

Paisaje Terrestre o Marino Protegido Área protegida principalmente para la conservación de paisajes terrestres o marinos, según el caso, en la cual las interacciones del ser humano y la naturaleza a lo largo de los años ha producido una zona de carácter definido con importantes valores estéticos, ecológicos o culturales, y que a menudo alberga una rica diversidad biológica.

Parque Ecológico Son áreas que por sus características carecen de aptitudes para pertenecer a algunas de las categorías de manejo contempladas anteriormente, pero mantienen valores ambientales significativos para el interés público.

Parque Nacional Área protegida manejada principalmente para la conservación de ecosistemas y proporcionar un marco para actividades culturales y con fines de recreación. Debe contener ejemplos representativos de importantes regiones, características o escenarios naturales, en las cuales las especies de animales y plantas, los hábitats y los sitios geomorfológicos, revistan especial importancia ecológica, científica, educativa, cultural, recreativa y turística. Debe cubrir una extensión tal que incluya uno o más ecosistemas que no hayan sido alterados significativamente.

Patrimonio natural: Bienes y recursos biológicos y físicos que se encuentran en los ecosistemas de un país, los cuales son de gran valor económico, social y ambiental para sus habitantes.

Plan de manejo: Documento técnico, aprobado por el Ministerio, para el manejo de las áreas naturales protegidas que debe contener objetivos, normativa de uso, programas, gestiones administrativas, financieras y evaluación del manejo. Este instrumento, en cuya formación participan los sectores de la sociedad relacionadas con las áreas, es el que define la categoría de manejo de las mismas.

Plan operativo: Documento basado en el Plan de Manejo que comprende los aspectos operativos, guía la ejecución de programas, define metas cuantificables y responsabilidades, de acuerdo a los recursos financieros y humanos disponibles y permite evaluar la gestión de corto a mediano plazo.

Procesos ecológicos: Rutas de interacción de los elementos que constituyen los ecosistemas naturales permitiendo el equilibrio de los mismos y el funcionamiento de la naturaleza.

Producto turístico: Es lo esencial de la actividad turística. Surge de la integración para su venta de atractivos y servicios. Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.

Programa de plan de manejo: Elemento de planificación contenido en el Plan de Manejo de un Área Natural Protegida, entendiéndose como el conjunto de instrucciones priorizadas para el desarrollo de actividades a corto, mediano y largo plazo, enmarcadas en el mismo.

Promoción Turística: dentro del contexto de la comunicación integrada, por promoción turística se entiende al conjunto de las acciones, públicas o privadas, llevadas a cabo con el fin de incrementar el número de visitantes a un país, región o una determinada comarca turística.

Proyecto de Interés Turístico Nacional: Proyecto o Plan Maestro de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos, que es calificado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo, en virtud de su interés y contexto recreativo, cultural, histórico, natural o ecológico, que lo hacen elegible para gozar de los incentivos que concede esta Ley.

Publicidad: es un conjunto de medios de divulgación para extender una noticia.

Recursos Turísticos Nacionales: Todos los recursos y sitios recreativos, arqueológicos, culturales y naturales que se encuentran dentro del país y que son considerados o desarrollados como atractivos turísticos.

Recursos y atractivos turísticos: Análisis del inventario de Atractivos Turísticos de un destino. Los términos atractivo y recurso se diferencian de manera que el término “atractivos” de refiere a un atractivo natural o cultural que ha sido inventariado y puesto en valor, mientras que el término “recurso” hace referencia a los elementos sin registro valorado.

Región, Zona o Centro Turístico de Interés Nacional: Lugar o zona del territorio nacional que por sus características constituye un atractivo turístico real o potencial, pero carece de la infraestructura y servicios necesarios para desarrollarse y que sea declarado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo.

Reserva de la biosfera: Son áreas terrestres o marinas cuyo modelo de gestión persigue integrar hombre y naturaleza para conservar los recursos naturales, promover el desarrollo sostenible de las comunidades y apoyar la investigación científica y la educación ambiental a nivel nacional, regional y mundial.

Reserva Natural Son áreas terrestres o marinas que poseen algún ecosistema, característica biológica o geológica o especies destacadas en función de criterios de singularidad, representatividad o rareza, destinadas principalmente a actividades de conservación, investigación, educación y monitoreo del área.

Restauración: Proceso de recuperación de ecosistemas a su estructura y funciones originales.

Segmento de Mercado: Conjunto de consumidores o grupo de personas que poseen características comunes que los diferencian de otros grupos.

Senderos: son caminos que están integrados en paisajes naturales y pueden ser recorridos en bicicleta, caminando o a caballo y pueden ser señalizados o vías verdes.

Sistema de áreas naturales protegidas: Conjunto de Áreas Naturales Protegidas de importancia ecológica relevante, bajo régimen de protección en las que a través de su conservación se garantiza la provisión de bienes y servicios ambientales a la sociedad.

Turismo emisor: Forma de turismo constituido por los habitantes de un lugar que realizan viajes fuera de su territorio a otro país.

Turismo interno: Viajes realizados, con fines turísticos, por los residentes de un país, sean nacionales o extranjeros, dentro del territorio nacional.

Turismo nacional: Abarca el turismo interno y el turismo emisor. Son las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

Turismo o actividad turística: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos a los de su habitual residencia, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de recreación o descanso.

Turismo receptor: El turismo receptor engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia.

Turismo regional: Es aquel turismo que se practica dentro de la misma región (Ej. Países de Centro América).

Turismo sostenible: Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

Turismo: es el complejo de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual (invirtiendo) en sus gastos, recursos que no provienen del lugar visitado.

Turista: toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas

Veda: Prohibición o restricción en tiempo y espacio del derecho de caza, pesca, tala de árboles, acceso y otras actividades humanas durante ciertos períodos, con el propósito de asegurar la reproducción de determinadas especies sensibles a la presencia del hombre. Así también permitir la recuperación de otros recursos naturales de importancia ecológica o económica

Viajero: Es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos por cualquier motivo y duración.

Vida silvestre: Especies de la diversidad biológica que viven y se reproducen independientemente de la mano del hombre, así como aquellas especies introducidas al país que logren establecer poblaciones reproductivas libres, ya sean éstas terrestres, acuáticas o aéreas, residentes o migratorias y las partes y productos derivados de ellas, excepto las especies de animales o plantas, domésticos y agrícolas, ganaderos o pesqueros, siempre que éstas dependan del hombre para su subsistencia.

Visitante: Es un viajero que se desplaza a un destino distinto al de su entorno habitual, por una duración menor a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado.

Zonas de amortiguamiento: Áreas frágiles colindantes y de incidencia directa a las Áreas Naturales Protegidas, sujetas a promoción de actividades amigables con los recursos naturales, que apoyen los objetivos de manejo y minimicen los impactos negativos hacia adentro y afuera de las mismas.

