UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

SISTEMA INTEGRADO DE TURISMO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES QUE OFRECE LA MICRORREGIÓN DEL VALLE DE JIBOA

PRESENTADO POR:

ANA BEATRIZ ALFARO DIAZ

BEATRIZ ELIZABETH PAULINO ALVARADO

SAÚL ALEJANDRO SORTO SALMERÓN

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

INGENIERO(A) INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, AGOSTO DE 2017

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO GENERAL:

MSC. CRISTOBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

DECANO:

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

SECRETARIO:

ING. JULIO ALBERTO PORTILLO

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR:

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(A) INDUSTRIAL

Título :

SISTEMA INTEGRADO DE TURISMO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES QUE OFRECE LA MICRORREGIÓN DEL VALLE DE JIBOA

Presentado por:

ANA BEATRIZ ALFARO DIAZ

BEATRIZ ELIZABETH PAULINO ALVARADO

SAÚL ALEJANDRO SORTO SALMERÓN

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

INGA. KARLA BEATRIZ BAIRES DE RIVAS

SAN SALVADOR, AGOSTO DE 2017

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

INGA. KARLA BEATRIZ BAIRES DE RIVAS

Agradecimientos

Agradezco de manera infinita a Dios por permitirme alcanzar una de las metas más importantes de mi vida, gracias porque con su amor infinito me ha acompañado desde siempre.

Gracias a mis padres; Rafael Alfaro (Q.D.D.G.) que fue el mejor ejemplo en la vida, Gloria de Alfaro mi formadora que me puso firmeza para ser lo que soy.

Gracias a mis hermanos Ceci y Marcos por estar siempre conmigo apoyándome y nunca dejarme caer, son otros dos padres en mi vida.

Gracias familia por todo su amor, paciencia, comprensión y protección, porque si no hubiera sido por ellos nada hubiera sido posible.

Gracias a mi asesora Inga. Karla Baires mucha gratitud por su paciencia, conocimientos, su confianza, buena disposición y entrega en todo el proyecto.

Gracias a nuestro jurado en cada defensa: Ing. Enrique Reyes e Ing. Granados que nos ayudaron a tener una mejor visión del proyecto, su guía y asesoramiento fue muy vital para mí.

Gracias a todos mis docentes de la Escuela de Ingeniería Industrial y Facultad Multidisciplinaria Oriental quienes con su ejemplo, exigencia y consejos han contribuido a alcanzar mi meta. Me siento orgullosa de haber estudiado en la mejor Universidad de El Salvador.

Gracias a mis compañeros de trabajo de grado Beatriz y Saúl agradezco la oportunidad que me dieron de trabajar con ustedes, gracias por todo durante este camino; sé que no fue fácil pero agradezco por su arduo trabajo, su amistad y paciencia.

Gracias a mis amigos por brindarme su apoyo en todo momento fueron piezas claves en mi formación, tener su amistad es un privilegio para mí, porque en las buenas y en las malas siempre estuvieron conmigo.

Ana Beatriz Alfaro.

AGRADECIMIENTOS

Antes de hacer el examen de ingreso de la UES me encomendé a Dios como muchos suelen hacerlo, mi petición fue especial le pedí y dije si no me va a dar un título de la UES ni siquiera quiero ser aceptada, para mi sorpresa me aceptaron en primera opción, gracias a Dios por que la segunda era Ing. Mecánica.

Muchos inician Diciendo Gracias a Dios. Para mi será dejar plasmado mi reconocimiento público del cumplimiento de la promesa y bendición de Dios al terminar este proceso, mi acción de gracias estará en vivir lo que El me conceda poniendo mi vida como profesional a su servicio, agradeciendo de continuo no el final de una etapa de mi vida sino el inicio de una nueva.

Mi más grande agradecimiento es para mí mamá la mujer más esforzada y decidida que Dios me pudo dar como ejemplo y apoyo, a mi papa por todo su apoyo, ambos me brindaron el mejor regalo que pudieron darme forjando en mí el firme deseo de culminar una carrera profesional, su confianza en mi capacidad para alcanzar esta etapa siempre fue mi fuerte.

A mis otros dos Papas… Mis abuelitos gracias por quererme como a hija y apoyarme como a una, le pido a Dios que les bendiga por sus infinitas muestras de amor para conmigo.

A mi Heto, mi esposo, gracias por unirte a mi esfuerzo y apoyarme, por los cafés que preparabas para mantenerme despierta para terminar las tareas exaula, por comprender cundo tenía que ausentarme de casa para terminar los proyectos, gracias por estos tres años luchando juntos.

Mi Hermanita y mi amiga que siempre me apoyo, y que siempre me brindo una palabra de aliento.

Decir que provengo de una familia modesta nunca me ha apenado, ya que mi familia está formada por personas honestas que se esfuerzan todos los días por superarse, Me enorgullece al fin darles a su primer profesional y contemplar a la nueva generación que viene tras de mí, un montón de primos que han pasado por la tortura de mis refuerzos de mate, a todos ellos a mis tíos que siempre preguntaban ¿cómo vas? y siempre me apoyaron, les agradezco.

A mis compañeros de tesis Bea y Saúl, de verdad que agradezco el que hayan escogido presupuesto y no plantas industriales, eso me los puso en el camino y abrió las puertas para trabajar juntos, gracias por estos años a su lado por alojarme durante muchas noches infinitas de FEP y ADP, porque de cada uno he aprendido cosas invaluables, A Gerardo a Álvaro su compañerismo y su disposición de apoyo siempre la voy a recordar.

A todos los docentes que tuvieron parte en mi formación en la UES desde el Lic. Gálvez que me recibió a las 6:20 a.m. en clase de Psicología Social en el Mármol, hasta el Ing. Enrique Reyes que me despidió en FEP a las 3:00 p.m. en el D11con una foto que título “mi último parcial como Bachiller”.

A mi asesora de Trabajo de grado la Inga. Karla Baires, aunque no tuve el gusto de cursar materias con su dirección, tuve el gusto de llevar este último proceso con su apoyo, gracias por compartir su criterio profesional.

Beatriz Paulino.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios por permitirme cumplir todo lo que me propongo, tanto mis metas académicas como personales, especialmente por este gran logro, terminar mi carrera y poderme graduar como Ing. Industrial de la Universidad de El Salvador.

A mis padres, Saúl Sorto y Reyna Salmerón por haberme dado la oportunidad de estudiar y convertirme en un profesional, Guiarme por el camino de la vida y apoyarme siempre en todo. Gracias porque a través de su esfuerzo hacen todo lo posible para que a mi hermana y a mí nunca nos falte nada, siempre nos han dado todo lo necesario para seguir adelante, sin ustedes nada de esto hubiese sido posible. A mi hermana Estefany Sorto, gracias por preocuparte y estar siempre pendiente de mí, Recuerdo aquellas noches cuando me desvelaba estudiando y siempre estabas a mi lado para hacerme compañía y me animabas a seguir adelante. ¡¡Les estaré agradecido toda la vida!! ¡¡Ocupan un lugar muy especial en mi corazón los quiero mucho!! ¡¡Mil Gracias!!

A mi familia en general, gracias por darme su apoyo incondicional, por estar siempre pendiente y creer en mí, gracias a todos mis tíos y primos, especialmente a mis tías Ignacia Sorto y Nubia Sorto que han sido como una madre para mí, a mi Padrino Eduardo Mendez que ha sido como un padre para mí, gracias por sus consejos, a mis tíos Oscar y Dora Sorto a quienes aprecio y admiro mucho, a mi primo Alex Alvarado que lo considero como mi hermano mayor; y a mis abuelitos Catalina Sorto, Eusebia Zelaya y José Antonio Salmeron por confiar siempre en mí y llevarme presente en sus oraciones. ¡¡Muchas gracias a todos!!

A mis compañeros de estudio a lo largo de toda la carrera de Ing. Industrial, más que compañeros han sido mis verdaderos amigos, tanto a mis amigos de la Facultad Multidisciplinaria Oriental como a mis amigos que conocí en la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, especialmente a: Álvaro Campos, Beatriz Alfaro, Beatriz Paulino, Alba Álvarez, Mario Zelaya y Gerardo Cea. Gracias por explicarme cuando tenía dudas, todos me ayudaron a aprender cosas nuevas y formarme como Ing. Industrial, tuvimos innumerables experiencias juntos que nunca las olvidare. ¡¡Mil Gracias!!

Sin estas personas no hubiese sido posible terminar mi carrera, agradezco a todos los docentes que me ayudaron a formarme como Ing. Industrial, gracias por compartir sus conocimientos, experiencias y consejos, especialmente a nuestra asesora de Trabajo de Graduación Inga. Karla Baires, gracias por su paciencia, comprensión y guiarnos en nuestro trabajo de graduación, a nuestro jurado evaluador del trabajo de graduación, Ing. Enrique Reyes e Ing. Saúl Granados, muchas gracias por orientar y enriquecer nuestro trabajo de grado a través de sus conocimientos. ¡¡Muchas gracias!!

Saúl Alejandro Sorto Salmerón

Contenido

Introducción……..……..……..1

Objetivos Del Estudio……..……..……...4

Objetivo General 4

Objetivos Específicos 4

Alcances Y Limitaciones……..……..….6

Alcances 6

Limitaciones 6

Importancia 7

Justificacion 8

Capitulo I: Marco Teorico……..……...11

1. Teoría De Sistemas 11

1.1. Concepto De Sistemas 11

1.2. Características De Los Sistemas 11

1.3. Clasificación De Los Sistemas 12

1.4. Elementos Sistémicos 12

2. Sistema Turístico 13

2.1. Definición De Sistema Turístico 14

2.1.1. Componentes Del Sistema Turístico 14

2.2. Categorías Del Turismo 16

2.3. Interrelaciones Del Sistema Turístico 17

2.4. Modelos De Sistemas Turísticos 18

2.4.1. Modelos De Enfoque Espacial 18

2.4.2. Modelos De Enfoque Sistémico 23

2.4.3. Modelos De Gestión De Turismo 35

2.5. Elementos Del Modelo Turístico Seleccionado 37

3. Destinos Turísticos Generalidades 38

3.1. Definición De Destino Turístico 38

3.2. Funciones De Un Destino Turístico 40
3.3. Entes Involucrados En Turismo 41
3.4. Componentes De Los Destinos Turísticos 42
3.5. Turismo E Indicadores 44
3.6. Enfoques Turísticos 46
3.6.1. Sostenibilidad Turística 46
3.6.2. Competitividad Turística 47
4. Artesanías 47
4.1. Definición De Artesanías 47
4.2. Características De Las Artesanías 48
4.3. Clasificación De Las Artesanías 48
5. Comercialización 51
5.1. Definición De Comercialización 51
5.2. Componentes De La Comercialización 51
5.3. Indicadores Del Crecimiento Comercial 54
5.4. Objetivos De La Comercialización 54
6. Planeación Para La Comercialización 55
6.1. Selección Del Tipo De Planificación 55
6.1.1. Definición De Los Criterios De Selección Del Modelo 55
6.1.2. Descripción De Los Criterios De Selección Para El Enfoque 55
6.1.4. Valoración De Los Criterios 56
6.1.5. Pertinencia De La Variable Con El Criterio De Evaluación 56
6.1.6. Evaluación De Los Enfoque En El Estudio 57
6.2. Planificación Estratégica 57
6.3. Proceso De Planeación Estratégica 59
6.4. Características De Planificación Estratégica 66
6.5. Herramientas De Análisis Para La Planificación Estratégica (Foda) 66
6.5.1. Herramienta De Análisis Estratégico Foda 66

6.6. Resultados De La Planeación Estratégica 68
7. Plan De Comercialización De Productos Turísticos 69
7.1. Marketing Estratégico, Etapa De Información Y Diagnostico 69
7.1.1. Marketing Estratégico 69
7.1.2. Diagnostico Estratégico 69
7.1.3. Metodología 70
7.1.4. Ofertas De Mercado: Productos Y Servicios 71
7.1.5. Inventario De Recursos Turísticos 71
7.1.6. Mercados 71
7.2. Análisis De La Situación Actual 72
7.2.1. Elección De Los Clientes A Los Que Se Va A Atender 73
7.3. Marketing Mix - Estrategias 73
7.3.1. Determinación De Los Objetivos 73
7.3.2. La Estrategia De Marketing Mix Y El Mix De Marketing 74
7.3.3. Estrategia De Marketing Orientada Al Cliente 75
7.3.4. Análisis De Marketing 76
7.3.5. Planificación De Marketing 77
7.3.6. Ejecución 77
7.3.7. Control De Resultados Y Retroalimentación 77
Capitulo Ii: Marco Legal 80
1. Instrumentos Regulatorios Al Turismo 80
1.1. Ámbito Interno 80
1.1.1. Ley De Turismo 80
1.1.2. Ley Nacional De Medio Ambiente 81
1.1.3. Reglamento General De La Ley Del Medio Ambiente 83
1.1.4. Ley De Áreas Naturales Protegidas 84
1.1.5. Política De Áreas Naturales Protegidas 85
1.1.6. Ley De Protección Especial Al Patrimonio Cultural 86

1.1.7. Reglamento De La Ley Especial De Protección Al Patrimonio Cultural De El Salvador 87
1.1.8. Código Municipal 89
1.2. Instrumentos De Desarrollo.....90
1.2.1. Registro Nacional De Turismo.....90
1.2.2. Ley De Corsatur 90
1.2.3. Política Nacional De Turismo 90
1.3. Instrumentos De Fomento.....91
1.3.1. Ley De Inversión.....91
1.4. Instituciones Reguladoras Del Sector Turístico 91
1.4.1. Ministerio De Turismo 91
1.4.2. Corporación Salvadoreña De Turismo.....92
1.4.3. Secretaria De La Cultura.....93
1.4.4. Ministerio De Economía 93
1.4.5. Fondo De Fomento A Las Exportaciones.....93
1.4.6. Oficina Nacional De Inversiones 94
1.4.7. Ministerio De Medio Ambiente Y Recursos Naturales 94
1.4.8. Ministerio De Salud Pública Y Asistencia Social 95
1.4.9. Policía Nacional Civil.....97
1.4.10. Alcaldía Municipal.....97
Capitulo III: Marco Contextual……..98
1. Generalidades Del Turismo 99
1.1. Etimología Del Vocablo Turismo.....100
1.2. Historia Del Turismo.....101
2. Antecedentes Del Turismo En El Salvador.....101
2.1. Evolución Histórica Del Turismo En El Salvador 101
2.2. Clasificación Del Turismo En El Salvador 104
3. Estructura Del Sector Turismo.....105
3.1. Ministerio De Turismo.....105

3.2. Corporación Salvadoreña De Turismo (Corsatur) 106
3.3. Policía De Turismo (Politur) 106
3.4. Instituto Salvadoreño De Turismo (Istu) 106
4. Estadísticas Del Turismo En El Salvador 108
4.1. Turismo Receptor Internacional 108
4.2. Llegada De Turistas Internacionales Por Principales Regiones Y Países De Residencia 111
4.2.1. Llegada De Turistas Por Vía Utilizada 112
4.2.2. Llegada De Turistas Por Nacionalidad Y País De Residencia 113
4.2.3. Aspectos Económicos Del Turismo 114
4.2.4. Perfil Del Turista Internacional 117
4.2.5. La Evolución Del Empleo En Las Actividades Características Del Turismo 118
4.3. Las Actividades Turísticas En El Pib 119
5. Buenas Prácticas De Turismo (Bpt) 120
6. Antecedentes Del Sector Artesano En El Salvador 122
Capitulo IV: Diagnostico 129
1. Objetivos Del Diagnostico 129
1.1. Objetivo General 129
1.2. Objetivos Específicos 129
2. Metodologia Del Diagnostico 131
3. Metodologia Para La Investigacion 133
3.1. Esquematización Del Sistema A Desarrollar En La Investigación 133
3.2. Selección Del Tipo De Investigación 135
3.2.1. Investigación Exploratoria 135
3.2.2. Investigación Descriptiva 136
3.3. Determinación De Las Fuentes De Información 136
3.3.1. Fuentes Primarias 136
3.3.2. Fuentes Secundarias 137
3.3.3. Instrumentos De Recolección De Información 138

3.4. Investigación Subsistema Oferta 139
3.4.1. Metodología Para La Investigación Del Subsistema Oferta Turística 139
3.4.2. Identificación De Los Elementos Que Componen La Oferta 139
3.4.3. Levantamiento De Información Preliminar Oferta Artesanal 140
3.4.4. Levantamiento De Información Preliminar Oferta Atractivos Turísticos 141
3.4.5. Metodología Para La Selección Preliminar De La Oferta Turística Y Artesan..... 141
3.4.6. Diseño De Instrumentos De Recolección De Información 143
3.5. Investigación Sub Sistema Demanda 145
3.5.1. Metodología Para La Investigación Sub-Sistema Demanda 145
3.5.2. Segmentación Preliminar De La Demanda 145
3.5.3. Segmentación Y Criterios De Segmentación De La Demanda Nacional..... 147
3.5.4. Calculo Del Universo A Estudiar 148
3.5.5. Calculo De La Muestra 150
3.5.6. Datos Para Segmentación Del Mercado Internacional 152
3.5.7. Elaboración De Instrumento Recolector De Información. 154
3.5.8. Descripción De La Metodología De Administración Del Instrumento A Utilizar 155
4. Recolección De La Informacion De Diagnostico 157
4.1. Estructura De La Presentación De La Información 157
4.2. Información General De La Microrregión 158
4.2.1. Ubicación Geográfica 158
4.2.2. Conectividad Y Accesibilidad 160
4.2.3. Clima Y Vegetación 161
4.2.4. Sistema De Cuencas 161
4.2.5. Ruteo De Buses 162
4.2.6. Población Y Extensión Territorial 162
4.2.7. Índices Sociales Y Económicos 164
4.3. Seguridad En La Zona 165
4.4. Estimación De Ingresos 167

4.5. Comités De Desarrollo Turístico 168
4.6. Presentación De Elementos Sistemicos Por Municipio 170
4.6.1. Municipio De Apastepeque 170
4.6.2. Municipio De San Cayateno Istepeque 181
4.6.3. Municipio De San Esteban Catarina 192
4.6.4. Municipio De San Vicente 201
4.6.5. Municipio De Mercedes La Ceiba 215
4.6.6. Municipio De San Ildefonso 222
4.6.7. Municipio De Santo Domingo 231
4.6.8. Municipio De San Sebastián 239
4.6.9. Municipio De Guadalupe 248
4.6.10. Municipio De Verapaz 254
4.6.11. Municipio De Santa Clara 260
4.6.12. Municipio De San Lorenzo 264
4.6.13. Municipio De Tepetitán 268
4.6.14. Municipio De Jerusalén 272
4.7. Información Sub-Sistema Oferta 279
4.7.1. Oferta Atractivos Turísticos 279
4.7.2. Selección De Atractivos Turísticos Para Levantamiento De Fichas Técnicas 284
4.7.3. Fichas Técnicas De Atractivos Turísticos Seleccionados 288
4.7.4. Fichas Tecnicas De Los Servicios Turísticos Complementarios Observados En La Microrregión Del Jiboa 308
4.7.5. Oferta Productos Identitarios Por Municipio 317
4.7.6. Selección De Productos Identitarios Por Municipio 321
4.7.7. Descripción De Productos Artesanales Identitarios 326
5. Análisis De La Información 336
5.1. Síntesis De Los Componentes Sistémicos Turísticos En Estudio 336
5.1.1. Investigación De La Demanda 336

5.1.2. Turista Nacional 337
5.1.3. Turista Internacional 337
5.2. Síntesis De La Información Del Estudio De La Demanda 337
5.2.1. Resultados De La Encuesta 337
5.2.2. Cruces De Información Para Análisis 339
5.2.3. Perfil Del Turista Nacional 344
5.2.4. Perfil Del Turista Internacional 344
5.2.5. Proyecciones De La Demanda Del Turismo Internacional 345
5.2.6. Impacto Sobre La Economía De Las Actividades Turísticas 348
5.2.7. Impacto Del Mercado De Turistas Salvadoreños Residentes En El Exterior 350
5.2.8. Proyecciones Para Turismo Nacional 352
5.2.9. Estacionalidad De La Demanda 353
5.3. Resultados Del Subsistema Demanda 354
5.3.1. Potencialidad De Los Productos Turísticos Presentes En La Zona 354
5.3.2. Demanda De Productos Identitarios 358
5.4. Análisis De La Información 358
5.4.1. Atractivos Turísticos No Explotados 358
5.4.2. Análisis De Subsistema Oferta Turística 359
5.4.3. Análisis Subsistema Infraestructura 360
5.4.4. Diagnóstico De La Microrregión Del Valle Del Jiboa 361
6. Planteamiento Del Problema 364
7. Análisis De La Matriz Foda Y Planteamiento De Estrategias 366
7.1. Descripción De Las Estrategias Generadas En El Análisis De Matriz Foda 367
8. Conceptualización De Diseño 369
Capitulo V: Diseño Del Sistema Integrado De Turismo Y Comercializacion 375
1. Objetivos De La Etapa De Diseño 375
1.1. Objetivo General De Diseño 375
1.2. Objetivos Específicos De Diseño 375

2. Metodología De Diseño 377
3. Esquematización De La Solución 379
4. Definicion De La Organización Que Se Aplicara En La Iniciativa De Estudio 380
4.1. Microrregión 383
4.2. Definición Del Marco Legal De La Microrregión 384
4.3. Estructura Organizativa De La Microrregión 385
4.4. Misión Y Visión De La Microrregión 386
4.4.1. Misión 386
4.4.2. Visión 386
4.5. Manual De Organización De La Microrregión 388
4.6. Comité Turístico Municipal 396
4.7. Descripción General Del Comité De Turismo Municipal 396
4.8. Metodología Para La Conformación Del Comité Turístico. 398
4.9. Funciones Del Comité Turístico 399
4.10. Marco Legal Del Funcionamiento Del Comité De Turismo Municipal 400
4.10.1. Caracterización De Los Tipos De Asociaciones Que Conforman El Comité 401
4.10.2. Evaluación De Las Alternativas Del Tipo De Empresa A Ser Utilizado 403
4.11. Definición De La Estructura Organizativa Del Comité De Turismo Municipal 405
4.12. Requisitos Para Pertenecer Al Comité Del Desarrollo Turístico Municipal 408
4.13. Establecimiento De Las Funciones Del Comité De Turismo Municipal. 408
4.14. Funciones Del Comité De Turismo Municipal 408
4.15. Interrelación Del Comité Turístico Municipal Con Otras Entidades 409
4.15.1. Forma De Operación Del Comité Turistico 411
4.16. Manual De Organización Del Comité Turístico Municipal 411
4.17. Manual De Puestos Del Comité De Turismo Municipal 422
4.18. Relación Entre La Microrregión Y Comité Turístico Municipal 431
5. Componente Turistico 432
5.1. Descripción Del Componente Turistico 432

5.2. Identificación De Oportunidades En Base A Etapa De Diagnostico. 432
5.3. Estructura General Y Ejes Estratégicos Del Componente Turistico 433
5.4. Establecimiento De Objetivos 434
5.5. Establecimiento De Actividades 435
5.6. Definición De Metodologías/Procedimientos 436
5.6.1. Definición De Requerimientos De Señalización 436
5.6.2. Costo De Señalización 437
5.7. Calculo De Capacidad Instalada De Las Zonas Comunes 438
5.7.1. Disposición Para Atractivos Con Áreas Verdes Tipo Cerros 439
5.7.2. Costo De Adecuación 443
5.7.3. Disposición Para Atractivos Con Áreas Verdes Tipo Ríos 443
5.7.4. Costo De Adecuación 447
5.7.5. Buenas Practicas De Turismo 447
5.8. Reestructuración De Los Circuitos Turísticos 459
5.8.1. Diseño Servicios Para Los Circuitos Propuestos 465
5.9. Adecuación De Transporte Para Recorrido Circuito Turístico 484
5.10. Asignación De Los Recursos Necesarios Para El Desarrollo De Componente Turistico 485
5.11. Programación De Las Actividades Comprendidas En El Componente Turistico 488
5.12. Definición De Indicadores Que Contralan El Componente Turistico 489
6. Componente De Seguridad 490
6.1. Descripción Del Componente e Identificación De Oportunidades. 490
6.2. Estructura General Del Componente De Seguridad 491
6.3. Definición De Los Objetivos Del Componente De Seguridad 492
6.4. Desarrollo Del Componente De Seguridad 494
6.5. Desarrollo De La Metodología Y Procedimientos De Seguridad 497
6.5.1. Prevención De La Violencia 497
6.5.2. Diseño De Una Política Integral De Seguridad Turística Y Convivencia Social 501
6.5.3. Creación De Una Mesa Intersectorial Integrada 502

6.5.4. Desarrollo De Un Plan De Trabajo Por Parte De La Mesa De Gestión 505
6.5.5. Establecimiento De Un Mecanismo De Comunicación 505
6.5.6. Integración De Una Comisión De Turismo Al Comité Comunal De Protección Civil..507
6.5.7. Reducción De Riesgos Y Vulnerabilidades Potenciando El Turismo 512
6.5.8. Programa De Concientización.....518
6.5.9. Charlas Especializadas De Prevención: 519
6.5.10. Creación De Un Sistema De Control De Los Delitos Cometidos.....519
6.5.11. Creación De Una Base De Datos Con Los Indicadores A Controlar.....520
6.6. Asignación De Los Recursos Necesarios Para El Desarrollo Del Componente 523
6.7. Programación De Las Actividades Comprendidas En E Componente De Seguridad.....527
6.8. Definición De Indicadores Que Contralan El Plan De Seguridad 527
7. Componente De Emprendedurismo 530
7.1. Descripción Del Componente De Emprendimiento Local.....530
7.2. Identificación De Oportunidades En Base A Etapa De Diagnostico.....531
7.3. Estructura General Del Componente De Emprendimiento Local.....531
7.4. Establecimiento De Objetivos.....532
7.5. Establecimiento De Actividades.....533
7.6. Definición De Metodologías/Procedimientos.....534
7.6.1. Identificar Los Negocios Actuales De La Zona.....534
7.6.2. Diseñar Estrategias De Mejoras Al Comercio 535
7.6.3. Informar A Los Emprendedores Locales Sobre Proyectos De Inversión.....536
7.6.4. Dar A Conocer Las Diferentes Fuentes De Financiamiento.....539
7.6.5. Charlas Informativas Sobre Las Diferentes Herramientas Administrativas 542
7.6.6. Realización De Talleres Para Poner En Práctica Lo Aprendido.....545
7.6.7. Aplicación De Sistema Contable 546
7.6.8. Sistema Contable.....548
7.7. Asignación De Recursos.....563
7.8. Programación De Las Actividades Que Componen El Plan.....565

7.9. Establecimiento De Indicadores 566
8. Componente De Comercializacion Y Publicdad 568
8.1. Descripción Del Componente De Comercialización Y Publicidad 568
8.2. Identificación De Oportunidades En Base A Etapa De Diagnostico. 569
8.3. Estructura General Del Componente De Comercialización Y Publicidad 570
8.4. Establecimiento De Objetivos 571
8.5. Establecimiento De Actividades 572
8.6. Definición De Metodologías/Procedimientos 573
8.7. Establecimiento Del Modelo Customer Experience 573
8.8. Proyecciones De Demanda De Los Servicios Turísticos 574
8.8.1. Proyecciones De La Demanda Del Turismo Internacional 574
8.8.2. Proyecciones De Turistas Por Departamento 576
8.8.3. Proyecciones Para Turismo Nacional 578
8.8.4. Flujo Vehicular Sobre Carretera Panamericana En San Vicente 579
8.8.5. Estacionalidad De La Demanda 579
8.8.6. Definicion Del Perfil De Los Usuarios De Los Servicios Turisticos 581
8.8.7. Establecimiento De Estrategias De Customer Experience 582
8.9. Diseño Y Creación De La Plaza De Las Artesanías 588
8.9.1. Localización 588
8.9.2. Requerimiento De Espacio Físico Para La Plaza De Las Artesanías 597
8.10. Crear Espacios De Comunicación Interactiva Con Los Turistas 598
8.10.1. Medios De Comun. Adecuados Para La Promoción De Los Destinos Turísticos. 598
8.10.2. Determinar Una Marca Turística. 599
8.10.3. Creación De Brochures Para La Promoción 603
8.11. Asignación De Recursos 609
8.12. Programación De Las Actividades Que Comprenden El Plan 610
8.13. Establecimiento Del Mecanismo De Control A Través De Indicadores 610
8.14. Indicadores Para El Control De Metas 611

9. Componente De Financiamiento 611
9.1. Descripción 611
9.2. Identificación De Necesidades U Oportunidades En Base Al Diagnóstico 612
9.3. Estructura General Del Componente De Financiamiento 612
9.4. Definición De Objetivos 613
9.5. Establecimiento De Actividades 613
9.6. Desarrollo De La Metodología Para El Desarrollo Del Componente De Financiamiento 614
9.6.1. Cooperación Internacional 614
9.7. Estructura Del Componente De Financiamiento 628
9.8. Asignación De Los Recursos Necesarios Para El Desarrollo Del Componente De Financiamieto 628
9.9. Programación De Las Actividades Comprendidas En El Componente De Financiamiento 630
9.10. Definición De Indicadores Que Controlan El Componente De Financiamieto 630
9.11. Definición De Indicadores Para El Control De Metas 631
10. Componente De Monitoreo Y Control 632
10.1. Descripción 632
10.2. Estructura Del Componente De Monitoreo Y Control 632
10.3. Objetivos Y Actividades Del Componente De Monitoreo Y Control 633
10.4. Desarrollo Del Componente De Monitoreo Y Control 634
10.4.1. Definición De Indicadores 634
10.4.2. Definición Indicador 1: Cumplimiento Del Sistema Integrado De Turismo 635
10.4.3. Establecimiento De Un Mecanismo De Control 641
10.4.4. Definición Del Procedimiento De Control 652
10.4.5. Establecimiento De Un Sistema De Información 654
10.4.6. Componentes Del Sistema De Información 654
10.4.7. Definición Del Flujo E Interrelación De Los Componentes 657
10.4.8. Desarrollo Del Flujo De Información 657
10.5. Asignacion De Los Recursos Requeridos Para El Sistema 659

10.6. Programación Del Componente De Monitoreo Y Control....660
Capitulo VI: Evaluaciones Del Proyecto....662
1. Objetivos....662
1.1. Objetivo General....662
1.2. Objetivos Especificos....662
2. Metodología De Las Evaluaciones....663
3. Inversiones Del Proyecto....665
3.1. Inversión Fija....665
3.1.1. Inversión Fija Tangible....666
3.1.2. Resumen De Inversión Fija Tangible....669
3.1.3. Inversión Fija Intangible....669
3.1.4. Resumen De Inversión Fija Intangible....673
3.2. Resumen De Inversión Fija....673
4. Costos Del Proyecto....674
4.1. Costos Fijos....674
4.1.1. Costos De Los Componentes....675
4.1.2. Costos De Administración....682
4.1.3. Fuentes De Financiamiento....685
4.1.4. Costo Financiero....686
4.1.5. Resumen De Costos Fijos....688
4.2. Costos Variables....688
4.2.1. Costos Variables Unitarios Por Circuitos....688
4.2.2. Pronostico De Ventas....691
4.2.3. Costos Variables Totales....696
4.2.4. Costo Total Unitario Por Circuito....697
4.2.5. Determinación Del Precio De Venta....697
4.2.6. Margen De Utilidad....698
4.2.7. Punto De Equilibrio....698

5. Ingresos De La Microregión 699
6. Estados Financieros Proforma 702
6.1. Estado De Resultados Proforma 702
6.2. Flujo Neto De Efectivo 706
6.3. Balance General Proforma 708
6.3.1. Balance Inicial 708
6.3.2. Balance General Año 1 709
7. Evaluación Económica Del Proyecto 709
7.1. Wacc Coste Promedio Ponderado Del Capital (Cppc) 709
7.2. Valor Actual Neto (Van) 711
7.3. Tasa Interna De Retorno (Tir) 713
7.4. Tiempo De Recuperación De La Inversión (Tri) 714
7.5. Relación Beneficio-Costo (B/C) 715
8. Análisis De Sensibilidad 716
8.1. Escenario Combinado 716
9. Evaluación Social 717
9.1. Definición De Los Objetivos De Impacto 718
9.2. Definición De Indicadores De Medición Del Impacto Social 719
9.3. Identificación De La Línea Base Y Estimación Del Impacto Del Proyecto Por Cada Uno De Los Indicadores Definidos. 720
9.3.1. Flujo Turístico Anual De La Zona 720
9.3.2. Incremento De La Seguridad En La Zona 720
9.3.3. Iniciativas De Desarrollo Local Generados 720
9.3.4. Empleos Directos E Indirectos Generados 722
10. Evaluación De Género 723
10.1. Establecimiento De Políticas De Equidad De Género 724
11. Evaluacion Ambiental 726
11.1. Objetivos De La Evaluación Ambiental Del Proyecto 727

11.2. Metodología 727
11.3. Evaluación Ambiental Del Proyecto 730
11.3.1. Desagregación Del Proyecto En Componentes. 730
11.3.2. Identificación De Impactos 731
11.3.3. Evaluación De Impactos 733
Capitulo VII: Administración Del Proyecto 741
1. Generalidades 741
2. Planificación De La Ejecución O Implantación 741
2.1. Metodología 741
2.2. Desglose Analítico 742
3. Políticas De Ejecución 743
4. Estrategias De Ejecución 747
5. Descripción De Actividades 751
6. Duración De La Administración Del Proyecto 755
7. Red Global 756
8. Diagrama De Gantt 757
9. Organización Para La Implantación 757
9.1. Generalidades 757
9.2. Organización 757
9.3. Manual De Puestos Y Funciones De La Administración Del Proyecto 758
10. Presupuesto Para Administrar El Proyecto 765
Conclusiones 766
Recomendaciones 768
Bibliografía 769
Anexos 772
Anexo 1: Encuesta De Preferencias Turísticas 772
Anexo 2: Resultados De La Encuesta Para Turistas Nacionales 776
Anexo 3: Cuesctionario Para Entrevistas 799

Anexo 4: Fichas De Recoleccion De Informacion Sub-Sistema Infraestructura 812
Anexo 5: Pasos Para La Constitución Y Registro De La Organización 821
Anexo 6: Programa De Mantenimiento De Areas En Sitios Turisticos 832
Anexo 7: Principales Indicadores Por Municipio 843
Anexo 8: Detalle De Costos De Capacitaciones De Los Componentes 857
Glosario……861

Índice de Tablas

Tabla 1: Resumen de modelos sistemáticos..... 34
Tabla 2. Criterios de Selección del Modelo..... 55
Tabla 3: Ponderación de Criterios..... 56
Tabla 4. Pertinencia de Variable con Criterio de Selección del Modelo. 56
Tabla 5: Evaluación de Enfoque 57
Tabla 6: Características de Planificación Estratégica y Operativa. 58
Tabla 7: Etapas del Proceso de Planificación. 64
Tabla 8: Fases de la Planeación Estratégica con aplicación turística. 65
Tabla 9: Resumen de la ley nacional de medio ambiente..... 83
Tabla 10: Resumen de la Ley general de medio ambiente 84
Tabla 11: Resumen de la ley de Áreas naturales protegidas..... 85
Tabla 12: Resumen Ley De Protección Especial Al Patrimonio Cultural 87
Tabla 13: Reglamento de la Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador 89
Tabla 14: Resumen de las aplicaciones del código municipal..... 89
Tabla 15 :“Evolución del Turismo en El Salvador”. 104
Tabla 16: Clasificación del turismo en El Salvador..... 105
Tabla 17: Llegadas internacionales. Año 2009-2014. 109
Tabla 18: Variaciones porcentuales de llegadas internacionales. 109

Tabla 19: LLEGADAS DE TURISTAS POR PRINCIPALES REGIONES Y PAÍSES DE RESIDENCIA 111
Tabla 20: Llegada de turistas por vía utilizada. 112
Tabla 21: Llegada de turistas por nacionalidad. 113
Tabla 22: Ingresos turísticos en millones de dólares 114
Tabla 23: Gasto diario promedio del turista receptor por país de residencia 115
Tabla 24: Gasto medio diario y estadía promedio del turista. 116
Tabla 25: Gasto diario promedio del turista receptor por país de residencia. 116
Tabla 26: Motivo de viaje de turistas. 118
Tabla 27: Evolución del empleo en actividades turísticas. 118
Tabla 28 : Relación del ingreso turístico en el PIB. 120
Tabla 29: Fuentes primarias de la Investigación 137
Tabla 30: Fuentes Secundarias de la Investigación. 138
Tabla 31: Instrumentos para la Recolección de Datos en la Investigación. 138
Tabla 32: Lista de chequeo para inventario preliminar de productos artesanales. 140
Tabla 33: Lista de chequeo para inventario preliminar atractivos turísticos por municipio. 141
Tabla 34: Asignación de valores para escogitación de productos artesanales 142
Tabla 35: Asignación de valores para la escogitación de atractivos turísticos. 142
Tabla 36: Descripción de instrumentos de recolección de información 144
Tabla 37: Actividades preferidas por los turistas. 146
Tabla 38: Hogares por departamento en estudio 149
Tabla 39: Preguntas para establecer los valores preliminares de p y q de la muestra. 151
Tabla 40: Nivel de confianza. 151
Tabla 41: Llegada de turistas por región de procedencia. 152
Tabla 42. Llegada de turistas por año según país de residencia de Centroamérica. 153
Tabla 43: Motivos de Viajes de turistas por año. 154

Tabla 44: Plan de muestreo para encuesta clientes potenciales nacional. 155
Tabla 45: Principales vías de conectividad Vial en la Microrregión del Valle de Jiboa. 160
Tabla 46: Principales Ríos de la microrregión..... 162
Tabla 47: Ruteo de buses Microrregión del Jiboa. 162
Tabla 48: Población y extensión territorial por municipio de la Microrregión del Jiboa. 163
Tabla 49: Delincuencia por municipio y tipo de delito..... 165
Tabla 50: Aporte del FODES por Municipio. 2013..... 167
Tabla 51. Principales Indicadores de Educación del municipio de Apastepeque..... 173
Tabla 52. Municipio de Apastepeque, cobertura de los servicios básicos. 175
Tabla 53. Vías de Acceso y conectividad del municipio de Apastepeque..... 176
Tabla 54: PEA y Actividad Económica principal del municipio de Apastepeque. 176
Tabla 55: Principales productos identitarios del municipio de Apastepeque. 176
Tabla 56. Actividades Agrícolas en el municipio de Apastepeque. 177
Tabla 57. Principales Indicadores de Educación del municipio de San Cayetano Istepeque. 184
Tabla 58. Servicios Básicos, Zona Urbana de San Cayetano Istepeque. 187
Tabla 59. Servicios Básicos, Zona Urbana de San Cayetano Istepeque 188
Tabla 60. Vías de Acceso y conectividad de San Cayetano Istepeque. 188
Tabla 61. PEA y Actividad Económica principal de San Cayetano Istepeque. 188
Tabla 62. Principales productos identitarios de San Cayetano Istepeque. 189
Tabla 63. Principales actividades agrícolas de San Cayetano Istepeque. 189
Tabla 64. Mapa de Ubicación de San Esteban Catarina en el Departamento de San Vicente.... 193
Tabla 65. Cantones y Caseríos de San Esteban Catarina..... 194
Tabla 66: Principales Indicadores de Educación del municipio de San Esteban Catarina. 194
Tabla 67. Cobertura de Servicios básicos de San Esteban Catarina 197
Tabla 68. Vías de acceso y conectividad de San Esteban Catarina 197
Tabla 69: PEA y Actividad Económica principal de San Esteban Catarina..... 198

Tabla 70: Principales productos identitarios de San Esteban Catarina..... 198
Tabla 71: Principales actividades agrícolas de San Esteban Catarina. 198
Tabla 72. División Político/Administrativa de la Zona Urbana del municipio de San Vicente . 203
Tabla 73. División Político/Administrativa de la Zona Rural del municipio de San Vicente. ... 204
Tabla 74. Principales Indicadores de Educación del municipio de San Vicente. 205
Tabla 75: Cobertura de Servicios básicos de San Vicente..... 207
Tabla 76: PEA y Actividad Económica principal de San Vicente..... 209
Tabla 77: Principales productos identitarios de San Vicente..... 209
Tabla 78: Principales actividades agrícolas del municipio de San Vicente. 210
Tabla 79: Principales Indicadores de Educación de Mercedes la Ceiba. 217
Tabla 80. Cobertura de Servicios básicos de Mercedes la Ceiba. 219
Tabla 81. PEA y Actividad Económica principal de Mercedes la Ceiba. 220
Tabla 82. Principales productos identitarios de Mercedes la Ceiba. 220
Tabla 83. Principales actividades agrícolas de Mercedes la Ceiba. 220
Tabla 84: Centros escolares del municipio de San Idelfonso. Fuente: Elaboración propia..... 225
Tabla 85. Principales Indicadores de Educación de San Ildefonso. 226
Tabla 86. Cobertura de Servicios básicos de San Ildefonso 227
Tabla 87. PEA y Actividad Económica principal de San Idelfonso. 229
Tabla 88. Principales productos identitarios de San Idelfonso. 229
Tabla 89: Principales actividades agrícolas de San Idelfonso. 229
Tabla 90. Principales Indicadores de Educación del municipio de Santo Domingo. 234
Tabla 91. Cobertura de Servicios básicos de Santo Domingo. 236
Tabla 92. PEA y Actividad Económica principal de Santo Domingo. 236
Tabla 93. Principales productos identitarios de Santo Domingo. 237
Tabla 94: Principales actividades agrícolas de Santo Domingo. 237
Tabla 95. Centros Educativos del Municipio de San Sebastián..... 243

Tabla 96. Principales Indicadores de Educación de San Sebastián. 243
Tabla 97. Principales causas de Morbilidad en San Sebastián. 244
Tabla 98. Cobertura de Servicios básicos de San Sebastián. 245
Tabla 99. PEA y Actividad Económica principal de San Sebastián. 246
Tabla 100. Principales productos identitarios de San Sebastián. 246
Tabla 101. Principales actividades agrícolas del municipio de San Sebastian. 246
Tabla 102: Servicios básicos de Guadalupe 249
Tabla 103: Educación, Municipio de Guadalupe. 250
Tabla 104: Económico, municipio de Guadalupe. 252
Tabla 105: División política del municipio de Verapaz. 255
Tabla 106: Servicios básicos del municipio de Verapaz. 256
Tabla 107: educación de Verapaz. 256
Tabla 108: Economía de Verapaz. 257
Tabla 109: Servicios básico de Santa Clara. 262
Tabla 110: educación municipio de Santa Clara. Elaboración propia. 262
Tabla 111: Economía Municipio de Santa Clara. 263
Tabla 112: Servicios básicos de San Lorenzo. 265
Tabla 113: Educación municipio de San Lorenzo. 266
Tabla 114: Economía municipio de San Lorenzo. 266
Tabla 115: Servicios básicos municipio de Tepetitán. 269
Tabla 116: Educacion, municipio de Tepetitan. 270
Tabla 117: Economía municipio de Tepetitán. 270
Tabla 118: Servicios Básicos de Jerusalén. 275
Tabla 119: Tasas de Educación de Jerusalén. 275
Tabla 120: Productos Identitarios de Jerusalén. 277
Tabla 121: Inventario Preliminar de atractivos turísticos. 284

Tabla 122: Tabla de valoración y Selección de atractivos turísticos. 287
Tabla 123: Principales Productos Identitarios por Municipios de la MIJIBOA. 321
Tabla 124: Tabla de valoración y selección de productos artesanales. 325
Tabla 125: Descripción de Productos Artesanales Identitarios. 335
Tabla 126: Participación por tipo de turismo, según encuesta de demanda. 339
Tabla 127: participación según rango de edad t tipo de turismo. 340
Tabla 128: Participación del turista según tipo de turismo, género y rango de edad. 342
Tabla 129: Porcentajes de participación según tipo de turismo y nivel de ingreso. 343
Tabla 130: Proyecciones de llegadas de turistas. 346
Tabla 131: Visitantes por trimestre departamentos de la Paz y San Vicente. 347
Tabla 132: Proyecciones de turistas por departamento de San Vicente. 348
Tabla 133: Proyecciones de turistas por departamento de La Paz. 348
Tabla 134: proyecciones del gasto turístico internacional. 349
Tabla 135: Gasto promedio y estadía promedio por turista extranjero 350
Tabla 136: participación del gasto turístico por tipo de turista. 350
Tabla 137: Población residentes en el exterior por municipio de salida. 352
Tabla 138: Proyecciones demanda Nacional. 353
Tabla 139: Productos turísticos y preferencias de los turistas nacionales. 355
Tabla 140: productos turísticos y referencias de los turistas Internacionales. 356
Tabla 141: Potencial de los productos turísticos presentes en la zona. 357
Tabla 142: Diagnostico de la situación actual Turística y Artesanal de la Microrregión del Valle de Jiboa. 363
Tabla 143: Variables de Entrada para el Problema en Estudio. 365
Tabla 144 Variables de Salida para el Problema en Estudio. 365
Tabla 145 Variables de Solución para el Problema en Estudio. 366
Tabla 146: Análisis de la Matriz FODA y Planteamiento de Estrategias. 367

Tabla 147: Descripción de los Planes que forman parte de la propuesta del Sistema turístico de la esquematización de la solución..... 373

Tabla 148: Descripción de criterios para selección de la asociación. 404

Tabla 149: Evaluación de las sociedades de acuerdo a las características que debe cumplir el comité..... 404

Tabla 150: Entes relacionados con el comité turístico..... 410

Tabla 151: Forma de operación del comité turístico. 411

Tabla 152: Componente Turístico, Objetivos. 435

Tabla 153: Establecimiento de actividades. Fuente: Elaboración Propia. 435

Tabla 154: Requerimiento de señalización turística. 437

Tabla 155: Requerimiento de señalización turística. 437

Tabla 156: Costos de señalización turística. Fuente: 438

Tabla 157: Costos de Adecuación..... 443

Tabla 158: Costos de Adecuación..... 447

Tabla 159: Contenido propuesto para Capacitación de Personal operativo y de mantenimiento. 457

Tabla 160: Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje. 458

Tabla 161: Equipo y herramientas para prestación de servicios de Canopy..... 483

Tabla 162: Equipo y Materiales para prestación de servicios de Globos de los Deseos. 484

Tabla 163: Costos del Componente Turístico..... 487

Tabla 164: Descripción de roles. 488

Tabla 165: Matriz de responsabilidades. 488

Tabla 166: Indicadores del componente turístico. 489

Tabla 167. Identificación de Oportunidades para la Definición del Componente de Seguridad.490

Tabla 168: Componente de seguridad turístico, Objetivos. 493

Tabla 169: Actividades del componente de seguridad. 496

Tabla 170: Instituciones públicas y privadas que brindan servicios de capacitaciones y charlas. 498
Tabla 171: Propuesta de contenido para las charlas de prevención de la violencia. 499
Tabla 172: Temas de capacitación. 500
Tabla 173: Indicadores para monitorear el cumplimiento de la política de seguridad. 502
Tabla 174: Instituciones involucradas en la seguridad en la zona de estudio 504
Tabla 175: Propuesta de Formato para el Plan de Trabajo de la Mesa Intersectorial 505
Tabla 176: Funciones de los miembros de la comisión comunal de protección civil 510
Tabla 177: Funciones de los miembros de la comisión Municipal de protección civil. 512
Tabla 178: Formato de Registro de los tipos de amenazas en el Destino. 513
Tabla 179: Formato de identificación de Vulnerabilidades en los destinos. 515
Tabla 180: Programas de Concientización de la seguridad turística. 519
Tabla 181: Formato de Control de los Delitos establecidos. 520
Tabla 182: Costos del Componente de Seguridad Turística. 525
Tabla 183: Responsabilidades 525
Tabla 184: Rol de Involucrados. 526
Tabla 185: Matriz de responsabilidades. 526
Tabla 186: Indicadores del componente de seguridad. 530
Tabla 187: Objetivos del componente de emprendedurismo. 533
Tabla 188: Actividades del componente de emprendedurismo. 534
Tabla 189: Principales negocios por municipio. 535
Tabla 190: Contenido propuesto para charla; Proyectos de inversión. 536
Tabla 191: Planificación de unidad de enseñanza para el componente de emprendedurismo. 537
Tabla 192: Contenido propuesto para charla; Planes de negocio y su importancia. 538
Tabla 193: Planificación de unidad de enseñanza para el componente de emprendedurismo. 539
Tabla 194: Diferentes fuentes de financiamiento a las que se puede acceder para un proyecto de emprendedurismo. 540

Tabla 195: Contenido propuesto para charla; Organización empresarial y Herramientas administrativas para las empresas. 542
Tabla 196: Planificación de unidad de enseñanza para el componente de emprendedurismo. .. 543
Tabla 197: Planificación de unidad de enseñanza para el componente de emprendedurismo. .. 544
Tabla 198: Contenido propuesto para charla; La Importancia de un Sistema Contable. 546
Tabla 199: Planificación de unidad de enseñanza para el componente de emprendedurismo. .. 547
Tabla 200: Formato de cuenta de Caja o de Efectivo. 549
Tabla 201: Formato de cuenta de Ventas. 550
Tabla 202: Formato de cuenta de Compra de Materia prima. 551
Tabla 203: Formato de Libro Diario. 552
Tabla 204: Formato de Control de Existencias de existencias de Insumos y Materiales. 553
Tabla 205: Formato de Control de Existencias de Productos Terminados. 554
Tabla 206: Formato de Libro Mayor. 555
Tabla 207: Formato de Balance General. 557
Tabla 208: Formato de Estado de Resultados. 559
Tabla 209: Asignación de recursos para el componente. 564
Tabla 210: Asignación de recursos para el Componente de Emprendedurismo Local. 564
Tabla 211: Rol de cada uno de los responsables del componente. 565
Tabla 212: Matriz de responsabilidades. 565
Tabla 213: Indicadores del Componente de Emprendedurismo. 568
Tabla 214: Objetivos del componente de comercialización y publicidad. 571
Tabla 215: Actividades del componente de comercialización y publicidad. 572
Tabla 216: Proyecciones de llegadas de turistas. 574
Tabla 217: Visitantes por trimestre departamentos de la Paz y San Vicente. Proyecciones de turistas por departamento. 576
Tabla 218: Proyecciones de turistas por departamento de San Vicente. 576
Tabla 219: Proyecciones de turistas por departamento de La Paz. 577

Tabla 220: proyecciones del gasto turístico internacional. 577
Tabla 221: Gasto promedio y estadía promedio por turista extranjero. 578
Tabla 222: Proyecciones demanda Nacional. 579
Tabla 223: Tránsito Vehicular carretera panamericana. 579
Tabla 224: Contenido propuesto para capacitación; Modelo de servicio Customer Experience. 583
Tabla 225: Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje. 584
Tabla 226: Factores de Calificación para la Macro localización. 590
Tabla 227: Escala de Calificación para la Macro localización. 591
Tabla 228: Calificación de alternativas para la Macro localización. 592
Tabla 229: Factores de Calificación para la Micro localización. 593
Tabla 230: Justificación de Alternativas para la Micro localización. 594
Tabla 231: Escala de Calificación para la Micro localización. 595
Tabla 232: Evaluación para las alternativas de la Micro localización. 596
Tabla 233: Requerimientos de Espacios. 597
Tabla 234: Logos de los circuitos turísticos. 602
Tabla 235: Costos del componente de Comercialización. 610
Tabla 236: Programación de actividades que comprenden el Componente. 610
Tabla 237: Establecimiento de mecanismos de control a través de Indicadores 610
Tabla 238: Indicadores para el control de metas. 611
Tabla 239: Definición de objetivos. 613
Tabla 240: Establecimiento de actividades. 614
Tabla 241: Identificación de las agencias de cooperación. 615
Tabla 242: Correspondencia de Cooperantes con los Componentes de Sistema. 617
Tabla 243: ML-Análisis de los Involucrados 621
Tabla 244: Aplicación Paso 1-ML en la Zona: Análisis de los Involucrados en Guadalupe. 622

Tabla 245: Matriz del Marco Lógico 624
Tabla 246: Estructura requerida para el Componente de Financiamiento 628
Tabla 247: Asignación de los Recursos necesarios para el Desarrollo del Plan. 629
Tabla 248: Matriz de responsabilidades. 629
Tabla 249: Programación de actividades comprendidas en el componente de financiamiento.. 630
Tabla 250: Indicadores del componente. 631
Tabla 251: Indicadores para el control de metas. 631
Tabla 252: Objetivos y Actividades del Componente de Control. 634
Tabla 253: Indicadores Críticos Componente de Control de Desarrollo Turístico. 640
Tabla 254: Técnica del semáforo. 651
Tabla 255: Códigos de los componentes. 652
Tabla 256: Asignación requeridos del componente. 659
Tabla 257: Matriz de responsabilidades. 660
Tabla 258: Definición de roles. 660
Tabla 259: Descripción de la clasificación de las inversiones. 664
Tabla 260: Rubros de la Inversión Fija. 666
Tabla 261: Construcciones y Adecuaciones a Realizar. 666
Tabla 262: Requerimiento de señalización turística. 667
Tabla 263: Requerimiento de Equipo y Mobiliario. 669
Tabla 264: Resumen de Inversión Fija Tangible. 669
Tabla 265: Costos de Estudios Previos. 670
Tabla 266: Costos de Servicios Profesionales. 670
Tabla 267: Costos de Administración del Proyecto. 671
Tabla 268: Costos anuales de personal de la Organización. 672
Tabla 269: Resumen de Capital de Trabajo. 673
Tabla 270: Resumen de Inversión Fija Intangible. 673

Tabla 271: Total de Inversión Fija. 674
Tabla 272: Costos del Componente Turístico. 676
Tabla 273: Costos del Componente de Seguridad Turística. 678
Tabla 274: Costos del Componente de Emprendedurismo. 679
Tabla 275: Costos del Componente de Comercialización y Publicidad. 680
Tabla 276: Costos del Componente de Financiamiento. 681
Tabla 277: Costos del Componente de Monitoreo y Control del Desarrollo Turístico. 681
Tabla 278: Costos de Inversión y anuales por Componentes. 682
Tabla 279: Costos de Administración Anuales por salarios de la Microrregión. 683
Tabla 280: Depreciación de Mobiliario y Equipo. 683
Tabla 281: Costo por servicios de Energía Eléctrica. 684
Tabla 282: Costo anual de Papelería e Insumos. 685
Tabla 283: Resumen de Costos Administrativos. 685
Tabla 284: Costos Financieros. 686
Tabla 285: Costos financieros por mes para el primer año. 687
Tabla 286: Resumen de Costos Fijos Anuales. 688
Tabla 287: Costo Variable Unitario Circuito 1. 688
Tabla 288: Costo Variable Unitario Circuito 2. 689
Tabla 289: Costo Variable Unitario Circuito 3. 689
Tabla 290: Costo Variable Unitario Circuito 4. 690
Tabla 291: Costo Variable Unitario Circuito 5. 690
Tabla 292: Participación de la demanda por circuito. 691
Tabla 293: Turistas que prefieren paquetes turísticos. 692
Tabla 294: Turistas que visitarían los circuitos turísticos. 692
Tabla 295: Gasto promedio de turistas que visitarían los circuitos turísticos. 693
Tabla 296: Demanda del Turista nacional por circuito. Fuente: Elaboración Propia. 693

Tabla 297: Proyecciones de turistas Internacionales. 694
Tabla 298: Proyecciones de turistas Internacionales Distinción del perfil. 694
Tabla 299: Porcentaje de Asistencia turistas internacionales. 695
Tabla 300: Demanda de turistas Internacionales por Circuito. 695
Tabla 301: Demanda Total de Turísticos. 696
Tabla 302: Costo Variable Total por año. 696
Tabla 303: Costo Unitario por Circuito. 697
Tabla 304: Precio de Venta y Margen de Utilidad por Circuito. 698
Tabla 305: Punto de Equilibrio por Circuito 699
Tabla 306: Estimación de Ingresos. 700
Tabla 307: Fluctuación de Turistas por mes. 702
Tabla 308: Detalle de la demanda por mes y por circuito. 703
Tabla 309: Costo Variable por mes y por circuito. 703
Tabla 310: Ventas por circuito por cada mes. 704
Tabla 311: Estado de Resultados Proforma por mes para el año 1. 705
Tabla 312: Estado de Resultados Proforma para los primeros 5 años de funcionamiento. 706
Tabla 313: Flujo Neto de Efectivo. 707
Tabla 314: Balance Inicial del primer año de operaciones. 708
Tabla 315: Balance General Año 1. 709
Tabla 316: Interpretación del VAN. 712
Tabla 317: Flujo neto de Efectivo. 712
Tabla 318: Estado de resultados Análisis de Sensibilidad. 716
Tabla 319: Evaluación Económica Análisis de Sensibilidad. 717
Tabla 320: Definición de los Objetivos de Impacto de la Evaluación Social. 718
Tabla 321: Definición de Indicadores de Impacto Social. 719
Tabla 322: Iniciativas de Desarrollo actuales en la MIJIBOA. 721

Tabla 323: Nuevas Iniciativas de Desarrollo para la MIJIBOA. 722
Tabla 324: Empleos Generados por cada tipo de iniciativa de Desarrollo. 722
Tabla 325: Población de Hombres y Mujeres en la MIJIBOA. 724
Tabla 326: Datos para la descripción del impacto. 730
Tabla 327: Criterios de evaluación 730
Tabla 328: Desagregación del Proyecto en Componentes. 731
Tabla 329: Identificación de Efectos e Impactos Ambientales del Proyecto en etapa de Construcción y operación. 732
Tabla 330: Evaluación del Impacto Ambiental del Proyecto. 734
Tabla 331: Detalle de duración de actividades para la Administración del proyecto. 755
Tabla 332: Diagrama de Gantt del proyecto. 757
Tabla 333: Presupuesto para la administración del proyecto. 765
Tabla 334: Planning de Trabajos de Conservación en los Sitios Turísticos. 840
Tabla 335: Elementos de la instalación, actividad y frecuencia de mantenimiento 841
Tabla 336: Principales Indicadores municipio de Apastepeque. 843
Tabla 337: Principales Indicadores municipio de Guadalupe. 844
Tabla 338: Principales Indicadores municipio de San Cayetano Istepeque. 845
Tabla 339: Principales Indicadores municipio de Santa Clara. 846
Tabla 340: Principales Indicadores municipio de San Esteban Catarina. 847
Tabla 341: Principales Indicadores municipio de San Lorenzo. 848
Tabla 342: Principales Indicadores municipio de San Vicente. 849
Tabla 343: Principales Indicadores municipio de Tepetitán. 850
Tabla 344: Principales Indicadores municipio de Verapaz. 851
Tabla 345: Principales Indicadores municipio de Jerusalén. 852
Tabla 346: Principales Indicadores municipio de Mercedes La Ceiba. 853
Tabla 347: Principales Indicadores municipio de Santo Domingo. 854

Tabla 348: Principales Indicadores municipio de San Sebastián. 855
Tabla 349 : Principales Indicadores municipio de San Ildefonso. 856

Índice de Gráficos

Grafico 15: Porcentaje según tipo de turismo en encuesta de demanda 340
Grafico 16: Participación del turismo por rangos de edad. 341
Grafico 17: Participación por tipo de turismo, edad y género. 342
Grafico 18: Participación según tipo de turismo y nivel de ingreso. 343
Grafico 19: Llegada de turistas por departamento. 346
Grafico 20: Participación del gasto turístico según el tipo de turista. 351
Grafico 21: Estacionalidad de la demanda. Fuente: Elaboración propia. 353
Grafico 22: Estacionalidad de la demanda internacional. 354
Grafico 23: Llegada de turistas por departamento. 575
Grafico 24: Estacionalidad de la demanda. 580
Grafico 25: Estacionalidad de la demanda internacional. 580

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Gestión de la estrategia de marketing y del marketing mix. 75
Ilustración 2: Análisis FODA. 76
Ilustración 3 Logo del MITUR 105
Ilustración 4 Logo de CORSATUR 106
Ilustración 5 Logo de Politur 106
Ilustración 6: Logo del ISTU 106
Ilustración 7: Municipios que componen la Microrregión del Valle de Jiboa 158
Ilustración 8: Ubicación Geográfica de la Microrregión en El Salvador 159

Ilustración 9. Mapa de División político administrativa del municipio de Apastepeque. 172
Ilustración 10. Mapa de usos de suelo del municipio de Apastepeque. 178
Ilustración 11. Mapa de Ubicación de San Cayetano Istepeque. 182
Ilustración 12. Mapa de División política de San Cayetano Istepeque. 183
Ilustración 13. Mapa de Ubicación del municipio de San Vicente. 202
Ilustración 14. Red vial del municipio de San Vicente 208
Ilustración 15. Mapa de pendientes del municipio de San Vicente 211
Ilustración 16: Red Hidrográfica en el municipio de San Vicente. 212
Ilustración 17: Mapa de Áreas Naturales protegidas en el municipio de San Vicente. 214
Ilustración 18: Ubicación del Municipio de Mercedes la ceiba en el Departamento de La Paz. 216
Ilustración 19: Mapa del municipio de San Ildefonso. 224
Ilustración 20. Mapa del Casco Urbano de San Ildefonso. 228
Ilustración 21. Mapa del municipio de Santo Domingo. 233
Ilustración 22: Telares de San Sebastián en el departamento de San Vicente. 240
Ilustración 23. Mapa del municipio de San Sebastián con sus límites. 242
Ilustración 24: Mapa del municipio de Guadalupe. 249
Ilustración 25: División política del municipio de Verapaz. 255
Ilustración 26: Localización del municipio de Santa clara. 261
Ilustración 27: División política de San Lorenzo 265
Ilustración 28: Municipio de Tepetitán. 269
Ilustración 29: escudo de alcaldía en Jerusalén. 273
Ilustración 30: Mapa de límites geográficos del municipio. 273
Ilustración 31: Casco urbano municipio de Jerusalén. 274
Ilustración 32: Adecuación de Áreas verdes. 439
Ilustración 33: Adecuación de Áreas verdes. 439
Ilustración 34: Adecuación de Áreas verdes. 440

Ilustración 35: Adecuación de Áreas verdes. 443
Ilustración 36: Adecuación de Áreas verdes. 444
Ilustración 37: Elementos y Funcionamiento del Sistema de Captación de Agua Pluviales. 452
Ilustración 38: Clasificación de distintos tipos de desechos. 453
Ilustración 39: Fosa Séptica y pozo de filtración. 454
Ilustración 40: Municipios que componen la Microrregión del Valle de Jiboa. 589
Ilustración 41: Ubicación de la Plaza de las Artesanías. 596
Ilustración 42: Construcción de una marca turística. 599
Ilustración 43: Cooperación Internacional. 616
Ilustración 44: Proceso Marco Lógico. 620
Ilustración 45: Estructura del Componente de Monitoreo y Control. 632
Ilustración 46: Definición del procedimiento. 653

Índice de Esquemas

Esquema 1: Elementos de un sistema. 13
Esquema 2: Categorías del Turismo 16
Esquema 3: Modelo sistema turístico de Mariot. 19
Esquema 4: Modelo sistema turístico de Pelhares 20
Esquema 5: Modelo sistema turístico de Pelhares 22
Esquema 6: Esquema del modelo enfoque Boullón. 26
Esquema 7: Esquema del modelo de Gunn. 27
Esquema 8: Esquema del modelo estructural de Inskeep. 28
Esquema 9: Esquema del modelo sistemático Moscardo. 29
Esquema 10: Modelo esquemático de Hall. 30
Esquema 11: Modelo Teórico de Enfoque Estructural de Beni. 32
Esquema 12: Modelo sistémico seleccionado para diseño a desarrollar. 38

Esquema 13: Funciones del destino turístico. 41
Esquema 14: Atmosfera turística según Jafir. 43
Esquema 15: Clasificación de las artesanías por origen y valor cultural. 50
Esquema 16: Estructura del sistema de comercialización. 52
Esquema 17: Turismo sostenible según la OIT. 121
Esquema 18: Estructura de etapa de diagnóstico. 131
Esquema 19: Esquema del sistema Turístico y de comercialización 133
Esquema 20: Metodología de investigación para los diferentes ambientes. 135
Esquema 21: Metodología de la investigación del subsistema Oferta 139
Esquema 22: Clasificación de los instrumentos de recolección de información. 143
Esquema 23: metodología de la investigación sub sistema Demanda. 145
Esquema 24: Metodología de la presentación de la información. 157
Esquema 25: Diagnostico de la situación Turística y artesanal de La Microrregión del Jiboa .. 336
Esquema 26: Planteamiento del Problema relacionado al Desarrollo Turístico d 364
Esquema 27: Conceptualización de diseño. “Rediseño de rutas turísticas para la MIJIBOA” .. 369
Esquema 28: Estructura de la etapa de Diseño. 378
Esquema 29: Relación de los componentes que forman el Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales. 379
Esquema 30: Estructura organizativa para el desarrollo de los Componentes del Sistema turístico. 382
Esquema 31: Procedimiento para la formación de la asociatividad entre la Microrregión 383
Esquema 32: Estructura Organizativa de la Microrregión. 386
Esquema 33: Procedimiento para la formación del comité turístico. 398
Esquema 34: Procedimiento para la formación del comité turístico. 400
Esquema 35: Estructura organizativa para los comités turísticos. 406
Esquema 36: Estructura organizativa para los comités turísticos. 409
Esquema 37: Relación entre la Microrregión y comités turísticos. 431

Esquema 38: Oportunidades y Fortalezas tomadas de matriz FODA..... 433
Esquema 39: Estructura General del Componente Turístico..... 433
Esquema 40: Metodología de prestación de prestación de servicios recreativos de Canopy. 466
Esquema 41: Metodología de prestación de prestación de servicio de Globos de los deseos. ... 475
Esquema 42: Metodología de prestación de prestación de servicio de Información..... 479
Esquema 43: Toyota Hiace. 485
Esquema 44: Estructura del Componente de Seguridad. 491
Esquema 45: Conformación de la mesa intersectorial de Seguridad. 503
Esquema 46: Flujo de información entre las diferentes instituciones 506
Esquema 47: Estructura Organizativa de la Comisión Comunal de Protección Civil..... 508
Esquema 48: Estructura organizativa de la Comisión Municipal de Protección Civil. 510
Esquema 49: Metodología del Análisis de las amenazas..... 513
Esquema 50: Metodología para la elaboración de estudios de Escenarios Pre-Desastres. 514
Esquema 51: Metodología del Análisis de Vulnerabilidades. 515
Esquema 52: Observatorio ciudadano en Coordinación con La Alcaldía y La PNC. 521
Esquema 53: Funcionamiento del Observatorio. 522
Esquema 54: Oportunidades Encontradas en la etapa de Diagnostico. 531
Esquema 55: Estructura General del Componente de Emprendimiento Local..... 531
Esquema 56: Procedimiento para realizar talleres prácticos..... 545
Esquema 57: Procedimiento Registro en el libro de gastos, compras y ventas. 560
Esquema 58: Procedimiento Registro de Insumos Varios. 561
Esquema 59: Procedimiento para realizar talleres prácticos..... 562
Esquema 60: Estructura General del Componente de Comercialización y publicidad 569
Esquema 61: Estructura General del Componente de Comercialización y publicidad 570
Esquema 62: Pasos para estrategias de Customer Experience..... 573
Esquema 63: Perfil del Turista Nacional 581

Esquema 64: Perfil del Turista Internacional..... 582
Esquema 65: Estructura del Componente de financiamiento. 612
Esquema 66: Cronograma de Actividades del Sistema Integrado 636
Esquema 67*:* Diagrama de Flujo e Interrelación de Componentes..... 657
Esquema 68: Flujo de Información Turística..... 658
Esquema 69: Metodología de Evaluaciones e Implantación del proyecto. 663
Esquema 70: Etapas de la Administración de Proyectos 742
Esquema 71: Estructura de Desglose del Trabajo..... 742
Esquema 72: Red Global. 756
Esquema 73: Estructura Organizativa para la administración del proyecto. 758

INTRODUCCIÓN

El crecimiento espectacular experimentado por el turismo en los últimos años, que se espera continuará en los próximos y la gran cantidad y variedad de proyectos públicos y privados en marcha, auguran periodos de importante generación de empleo y crecientes necesidades de recursos humanos y sobre todo de mayor cualificación y especialización para enfrentar adecuadamente las demandas de un mejoramiento de la calidad del turismo.

En El Salvador el Turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico y social, debido a los excelentes atractivos naturales que posee con territorios llenos de belleza escénica, playas paradisíacas, un clima tropical benigno y paisajes exuberantes, además de un importante patrimonio arqueológico y ecológico, con vestigios coloniales y precolombinos, así como también reservas nacionales.

El Valle del Jiboa representa el 5.8% del territorio salvadoreño, su economía primaria se basa en la agricultura. A manera de diversificación han decidido impulsar el turismo como una estrategia de valorización del patrimonio económico, cultural y socio ambiental en función del bienestar de sus habitantes. La apuesta es compartir sus modos de vida con las familias nacionales de las ciudades urbanas, compatriotas salvadoreños residiendo en el exterior y población turística extranjera en general.

Es por ello que se vuelve necesario revelar la accesibilidad que tiene el Valle de Jiboa en productos y servicios que gozan para el desarrollo y generación de fuentes de empleo en esta zona, lo que vuelve al turismo una opción que permite el logro de estos objetivos, sin embargo debido a la presión que la población ejerce sobre el medio ambiente, se vuelve necesario utilizar un enfoque de planificación que tome en cuenta la conservación del medio ambiente, así como el desarrollo social y económico como elementos de planificación.

El presente proyecto da a conocer una propuesta de un SISTEMA INTEGRADO DE TURISMO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES QUE OFRECE LA MICRORREGIÓN DEL VALLE DE JIBOA para fortalecer la actividad económica de todos los municipios pertenecientes a la Microrregión en el departamento de San Vicente, el cual tiene como

finalidad aumentar la afluencia turística a la microrregión a través de un lugar de convergencia donde se ofrezcan los productos artesanales de la zona, y que permita aprovechar la oferta turística.

El Diseño del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales está compuesto por componentes que trazan el camino a seguir para lograr el desarrollo turístico de la Microrregión del Valle del Jiboa.

El presente Trabajo de Graduación se estructura en 7 capítulos:

El Capítulo I: Marco Teórico: Aborda la información referente aspectos Generales de sistema y como se enlaza con elementos enfocada al Turismo, Comercialización, planeación, estrategias e incluye antecedentes relevantes de la actividad para la zona de estudio.

El Capítulo II: Marco Legal: se define la Legislación relacionada al Turismo en el País y que es aplicable a la Investigación, así como los diferentes entes de interés.

El Capítulo III: Marco Contextual: generalidades del turismo e incluye información estadística de la Actividad Turística en El Salvador, así como también buenas prácticas de turismo.

El Capítulo IV: Diagnostico: Se esquematiza el sistema a desarrollar en la investigación y se recolecta la información de cada municipio que compone el Valle de Jiboa a través de fichas técnicas de servicios turísticos y servicios complementarios que sirven para el análisis de la información y determinar la problemática existente en la zona de estudio.

El Capítulo V: Diseño del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales: Contiene el Diseño de una Organización encargada de la Operación y Gestión de los componentes, así como los lineamientos de Calidad requeridos para la Operación de los Servicios Turísticos, así como también el diseño de componentes Turísticos formados por un componente de turismo, promoción y comercialización, fomento al emprendedurismo, seguridad, financiamiento y monitoreo y control.

El Capítulo VI: Evaluaciones del Proyecto: se determina el Monto de la Inversión del proyecto, así como el costo de los servicios turísticos, así como también se realiza la Evaluación Económica del Proyecto mediante el cálculo de la WACC, VAN, TIR, TRI, B/C; junto a una evaluación social, de género y ambiental.

El Capítulo VII: Administración del Proyecto: Una guía para el desarrollo del proyecto, empezando con el montaje de la organización y desarrollo del cumplimiento de normativa, tomando en cuenta las acciones necesarias para garantizar que el desarrollo de actividades posteriores a la implantación podrá realizarse de manera correcta.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un sistema integrado de turismo y comercialización de productos artesanales, que conjugue el potencial turístico y el patrimonio cultural autóctono que se preserva en La Microrregión del Valle de Jiboa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir la metodología que permita desarrollar de forma óptima el sistema integrado de turismo y comercialización, para generar alternativas que contribuyan al crecimiento económico de la MIJIBOA.
- Elaborar un Marco Teórico, Legal y de Antecedentes que permitan contar con el conocimiento para diseñar el sistema integrado de turismo y comercialización de productos artesanales.
- Indagar la situación actual externa e interna relacionada con el sistema integrado de turismo y comercialización para identificar los hechos potenciales que impidan o faciliten la implementación de dicho sistema.
- Analizar la información obtenida en la investigación interna y externa mediante un diagrama FODA, a manera de determinar posibles estrategias de solución.
- Establecer alternativas de solución para el sistema integrado de turismo y comercialización de productos artesanales, con el propósito de evaluarlas y seleccionar la que mejor responda a los problemas encontrados.
- Conceptualizar la solución seleccionada, con el fin de desarrollarla y establecer sus requerimientos técnicos en la etapa de diseño.
- Plantear un espacio específico de convergencia y comercialización de productos autóctonos de La microrregión del Valle de Jiboa que acerque el producto a los mercados objetivos del estudio.

- Establecer los procesos y procedimientos, tanto de los servicios turísticos como de comercialización de productos identitarios, que permita estandarizar las operaciones para una mejor planificación y control de las mismas.
- Establecer estrategias de promoción de diversas expresiones culturales y artísticas con el fin de articular las con los objetivos de crecimiento de los demás sectores productivos.
- Establecer la inversión necesaria del sistema integrado de turismo y comercialización, para costear los productos turísticos que se ofrecerán.
- Realizar una evaluación económica, social, ambiental y cultural, para la determinación de efectos e impactos en la microrregión del Valle de Jiboa.
- Elaborar una propuesta de implementación del sistema integrado de turismo y comercialización en la microrregión del Valle de Jiboa, para determinar los recursos en que se incurrirán.

ALCANCES Y LIMITACIONES

ALCANCES

- El mercado objetivo de la propuesta de sistema integrado de turismo y comercialización son: viajeros que transitan por la carretera panamericana, turistas Nacionales, Internacionales, y posibles exportadores.
- El planteamiento de los servicios que se consideran para el espacio de convergencia de comercialización, se enmarcan dentro del área geográfica de la microrregión del Valle de Jiboa.
- El estudio comprenderá desde el Análisis de la Situación Actual hasta un planteamiento para la posible implantación del sistema integrado, no obstante la ejecución de la fase de implementación no será parte del estudio.
- El estudio está enfocado a encontrar estrategias comunes que complementen e integren las ofertas artesanales y turísticas facilitando y diferenciando su comercialización respectiva.

LIMITACIONES

- La capacidad de comercialización de productos artesanales, estará limita a la capacidad de producción de los talleres artesanales ubicados en los municipios de la microrregión del valle de Jiboa.
- Escasa información detallada y estadística con respecto a la comercialización de productos artesanales.
- Los registros sobre indicadores de turismo que se tienen, no se cuentan delimitados por municipios si no solo de manera general a nivel nacional.

IMPORTANCIA

Actual mente en El Valle de Jiboa existen las condiciones necesarias para crear un pacto entre los diferentes actores organizados del territorio (Gobiernos locales de la MIJIBOA, Red de mujeres emprendedoras, Red juvenil, Productores y empresarios) para avanzar conjuntamente hacia la reactivación económica, el desarrollo social, el rescate de la identidad cultural, el buen manejo de los recursos naturales y la promoción turística; que permitan mejorar las condiciones de vida de sus habitantes.

Es por ello que El Ministerio de Economía a través de La dirección de Fomento Productivo Territorial, está impulsando la creación de proyectos que potencialicen el turismo e integren la creación de centros de comercialización accesibles al consumidor que satisfagan la demanda de productos identitarios y que involucre de manera integral a la comunidad artesanal de cada municipio dentro de las microrregiones, articulándola a los objetivos de crecimiento de los demás sectores productivos de la zona.

Las y los alcaldes y concejales del Valle de Jiboa han manifestado su compromiso político de trabajar de forma integrada en el marco de la asociación intermunicipal del Valle de Jiboa. En este sentido se han realizado jornadas de trabajo para identificar el potencial de cada municipio y tomar acuerdos sobre los pasos a seguir para activar el desarrollo integral en el territorio.

Se pretende por tanto potenciar el turismo y la comercialización de productos autóctonos con la creación de un sistema integrado de turismo en La Microrregión del Valle de Jiboa, Por otra parte, el turismo también contribuye en el eje de desarrollo social y seguridad ciudadana debido a que el impacto social será medible en el empoderamiento de la población en cuanto al rubro turístico puesto que las experiencias de pueblos turísticamente desarrollados muestran una elevada autoestima y fortalecen la identidad cultural de sus habitantes, ya que el desarrollo turístico requiere como condición darle importancia a las dimensiones relacionadas a la calidad de vida de la población como lo son: educación, empleo, salud, infraestructura, etc.

JUSTIFICACION

Desde una perspectiva económica el turismo tiene un rol preponderante como una de las industrias de más rápido crecimiento en el mundo. En este escenario. El Salvador se destaca por una multiplicidad de riqueza de recursos y atractivos, que han dotado al país de grandes ventajas competitivas en el ámbito turístico; además cuenta con gente dispuesta a trabajar con entusiasmo.

Los indicadores de gestión de turismo en El Salvador nos muestran el crecimiento en el nivel de ingreso, siendo al cierre del 2014, $1,107.43 millones, el más alto de los últimos 11 años mientras que en la llegada de visitantes se reportan más de 1.886 miles con un crecimiento de 3.5% con respecto al 2013, Según las estadísticas el promedio de crecimiento en el sector turístico se encuentra en 3.7% anual lo que indica un rubro que no solo está en crecimiento sino también que actualmente recibe mucho apoyo para su desarrollo siendo objeto de créditos internacionales y donaciones para la promoción de proyectos dinamizadores. Además esta misma industria género en promedio 48,415 empleos directos durante el año 2014, equivalente al 7.2% del total de empleo nacional (ver Gráfico 8), que contrapuestos con el dato de desempleo en El Salvador que para el primer trimestre de 2015 se observaba en 5.5%[1] y que crese a un ritmo de 1%, muestra la importancia y el aporte valioso de la inversión turística en el país. En el 2014 el sector turístico participo con un 4.4% del producto interno bruto (grafica 11) incluso autoridades de CORSATUR Destacan que se espera "que este 3.2% en 2013 y el 4.4 % en 2014 pudiera llegar a ser un 5 %, por lo menos, antes de terminar este quinquenio[2]

Según la Visión del Plan Nacional de Turismo de El Salvador 2020 se tiene que:

En el año 2020, la actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un eje prioritario del desarrollo económico del país e instrumento indispensable para el bienestar social de toda la población salvadoreña, de la puesta en valor y conservación de los recursos, así como para la

[1] Tomado de http://www.elsalvador.com/ en referencia a la situación de desempleo Apoyados por datos de FUSADES

[2] Tomado de http://diaadianews.com/?p=3906 periódico latino en EEUU

competitividad de la economía y el empleo, considerando especialmente las necesidades de las personas más desfavorecidas.

En virtud de lo anterior expuesto se visualiza la necesidad de aplicación de técnicas de ingeniería industrial para la planeación del sistema integrado con un enfoque que articule recursos, atractivos y potencialidades turísticas. Sumado a las técnicas de distribución en planta y logística para el planteamiento de un lugar de convergencia comercial, la evaluación de factibilidad de dicho lugar de convergencia y su posterior evaluación económica financiera.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

CAPITULO I: MARCO TEORICO

1. TEORÍA DE SISTEMAS

Para la mejor comprensión de la utilización de un sistema integrado de turismo y comercialización como una herramienta válida y utilizable para la resolución del problema de investigación, y para tener un mejor conocimiento de la información que se deberá recolectar durante la etapa de diagnóstico, se realizará una descripción de lo que consiste un sistema, un sistema turístico, comercialización, es decir partiendo de conceptos generales y llegando a los específicos que corresponden a la investigación a realizar.

La teoría general de sistemas afirma que las propiedades de los sistemas no pueden separar sus elementos, ya que la comprensión de un sistema se da sólo cuando se estudian globalmente, involucrando todas las interdependencias de sus partes.

La Teoría General de Sistemas se fundamenta en tres premisas básicas:

1. Los sistemas existen dentro de los sistemas.

2. Los sistemas son abiertos.

3. Las funciones de un sistema dependen de su estructura.

1.1. CONCEPTO DE SISTEMAS

Conjunto de diversos elementos que se encuentran interrelacionados y que se afectan mutuamente para formar una unidad.

El punto clave está constituido por las relaciones entre los diversos elementos del mismo; puede existir un conjunto de objetos, pero si estos no están relacionados no constituyen un sistema.

1.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS SISTEMAS

Propósito u objetivo: Las unidades u elementos, así como las relaciones, definen una distribución que trata de alcanzar un objetivo.

Globalismo: Todo sistema tiene naturaleza orgánica; cualquier estimulo en cualquier unidad del sistema afectará a todas las demás unidades debido a la relación existente entre ellas.

Entropía: Tendencia que tienen los sistemas al desgaste o desintegración, es decir, a medida que la entropía aumenta los sistemas se descomponen en estados más simples.

Homeostasis: Equilibrio dinámico entre las partes del sistema, esto es, la tendencia de los sistemas a adaptarse con el equilibrio de los cambios internos y externos del ambiente.

Equifinalidad: Se refiere al hecho que un sistema vivo a partir de distintas condiciones iniciales y por distintos caminos llega a un mismo estado final. No importa el proceso que reciba, el resultado es el mismo.

1.3. CLASIFICACIÓN DE LOS SISTEMAS

Sistemas Naturales y Sistemas Creados o Hechos por el Hombre: Las organizaciones públicas y privadas constituyen sistemas creados por el hombre.

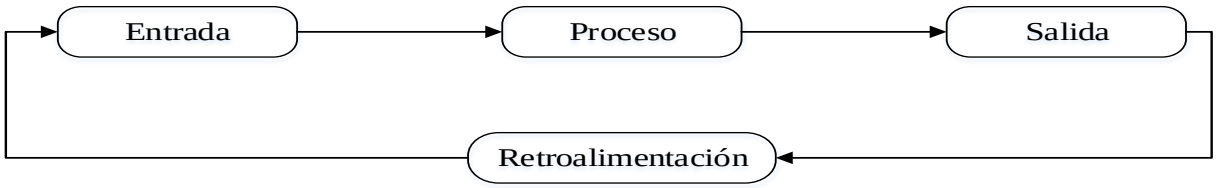
Sistemas Simples y Complejos: Considerando el número y la complejidad de los elementos y sus relaciones, y la posibilidad de predecir su comportamiento, los sistemas pueden ser simples, complejos y muy complejos; y deterministas y probabilistas.

Sistemas Cerrados de los Abiertos: La mayor parte de los sistemas orgánicos son abiertos; esto quiere decir que hay un intercambio de energía con sus integrantes. Se dice que un sistema es cerrado cuando no hay aportación o expedición de información, y por lo tanto no se verifica ningún cambio en sus componentes.

Sistemas Adaptables y No Adaptables: Las organizaciones son sistemas adaptables, puesto que se reaccionan y responden a cambios del contexto, produciéndose una nueva situación del sistema frente a la reacción o respuesta.

1.4. ELEMENTOS SISTÉMICOS

El sistema se constituye por una serie de parámetros, los cuales son:



Esquema 1: Elementos de un sistema.

Fuente: Elaboración propia.

- **Entrada o insumo (input).** Es la fuerza de arranque del sistema, suministrada por la información necesaria para la operación de éste.
- **Salida o producto (output).** Es la finalidad para la cual se reunirán los elementos y las relaciones del sistema.
- **Procesamiento o transformador (throughput).** Es el mecanismo de conversión de entradas en salidas.
- **Retroalimentación (feedback).** Es la función del sistema que busca comparar la salida con un criterio previamente establecido.
- **Ambiente (environment).** Es el medio que rodea externamente al sistema.

2. SISTEMA TURÍSTICO

Para permitir la utilización de la Ingeniería Industrial en la realización de un Sistema integrado de turismo y comercialización, debe enfocarse el objeto del estudio, la actividad turística, de la forma adecuada para la aplicabilidad de las herramientas de Ingeniería Industrial. Como se ha mencionado, la Ingeniería Industrial permite entre otras cosas el análisis y diseño de Sistemas, siendo un sistema un conjunto de elementos trabajando por un fin común. Haciendo un paralelismo, la actividad turística puede ser analizada también como un sistema, un sistema donde los elementos trabajan para lograr el desarrollo del turismo. Para una mejor comprensión del Sistema Turístico se hará un análisis deductivo que parta de la Teoría General de Sistemas.

2.1. DEFINICIÓN DE SISTEMA TURÍSTICO

Es un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y su localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado (oferta, demanda y regulación), manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas de diferente rango. Como todo sistema conceptual, proviene de un sistema real y es paralelo ajustándose metodológica y simbólicamente, facilitando el análisis y la comprensión de dicho sistema real y es en este sentido en que radica su importancia como herramienta de investigación.

- **Particularidades:** en el sistema turístico ningún elemento se encuentra aislado sino que todos sus componentes están muy vinculados entre sí y con el exterior. Esta característica le confiere un alto grado de apertura, flexibilidad y dinamismo por lo que resulta un modelo teórico maleable frente a distintas situaciones del entorno físico, sociocultural y económico.

2.1.1. COMPONENTES DEL SISTEMA TURÍSTICO

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el sistema turístico se compone de 4 elementos: La demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado.

1. **Demanda:** Conjunto de Consumidores - o posibles consumidores- de bienes y servicios turísticos.
2. **Oferta:** Conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística.
3. **Espacio Geográfico:** Base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente (la cual no es en sí misma un elemento turístico pero se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística).

4. **Operadores de Mercado:** Empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda: agencias de viajes, compañías de transporte regular y organismos públicos y privados que intervienen en la ordenación y/o promoción del turismo.

Básicamente los componentes principales del Sistema Turístico son: la Oferta y la Demanda Turística, cuya compleja red de relaciones tanto físicas como intangibles, se desarrollan sobre un territorio determinado (origen, destino y espacio recorrido entre ambos), y causan una serie de impactos tanto positivos como negativos en aspectos ambientales, socioculturales, y económicos en todo el territorio sobre el que se asienta y desarrolla el Sistema Turístico.

La demanda: Es el elemento más dinámico del sistema, la componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas). Se ve afectada por: factores internos, como las motivaciones que animan a viajar; factores externos, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, culturales, ecológicos, seguridad, entre otros; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la Oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc.

La oferta: Es el conjunto de elementos que conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas. Así se distinguen los siguientes componentes: los recursos y atractivos turísticos, la plata turística (las empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y los elementos institucionales (las instituciones públicas y privadas que intervienen en el desarrollo turístico).

- Los recursos y atractivos turísticos: son aquellos elementos que motivan el desplazamiento de los turistas. Pueden ser de origen natural, cultural, etc. Cabe diferenciar entre recursos y atractivos siendo los primeros atractivos potenciales mientras que los segundos son aquellos recursos ya puestos en valor.
- La planta turística: son todas las empresas que facilitan la permanencia del turista en el destino proporcionando servicios de alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.

- La infraestructura: son todos aquellos elementos que proporcionan servicios no exclusivamente turísticos y que en primer lugar buscan la satisfacción de la población local pero sin los cuales sería imposible el funcionamiento de los servicios turísticos resultaría imposible.

Los elementos institucionales: son la legislación turística en general, los entes de turismo públicos, privados o mixtos, las acciones de promoción, la facilitación a empresas privadas, es decir, todo aquella actividad que realiza el sector público en materia de turismo. Es denominado como superestructura y es el encargado de velar por el buen funcionamiento en general de todo el sistema. De esto se deduce que cuanto más importante sea la actividad turística para la región, más fuerte y eficiente debería ser la superestructura que gestione dicho territorio.

2.2. CATEGORÍAS DEL TURISMO

Dependiendo del territorio donde se desarrolle la actividad turística, es decir del destino turístico, podemos distinguir dos categorías principales de turismo, por una parte, el turismo urbano, y por otra el rural, atendiendo a la clasificación más sencilla del espacio realizada en geografía. Ahora bien, en atención a las motivaciones y actividades que se desarrollen en estos espacios se pueden distinguir otros tipos de turismo, unos más propios del espacio urbano, otros más propios del espacio rural y finalmente otros que se practican indistintamente en un territorio u otro.

Esquema 2: Categorías del Turismo

Fuente: Elaboración propia.

Así, se encuentran modalidades turísticas propias del espacio urbano donde se engloban prácticas tales como el turismo de negocios, congresos y seminarios, convenciones, deportivo, lo que no

quita que esporádicamente se puedan desarrollar en el espacio rural. Entre las modalidades desarrolladas en el espacio rural están como variedades más destacadas el agroturismo, el ecoturismo, el turismo de pueblos, el turismo de aventura. Existen otras modalidades que no se definen por uno u otro espacio, pudiéndose practicar en ambos, como el turismo cultural, el de sol y playa, el religioso, el étnico y nostálgico y el de salud; su localización depende de la del recurso turístico que lo motive, o de la infraestructura adecuada.

La actividad turística como cualquier actividad humana, se desarrolla sobre un territorio determinado, generando sobre él una serie de impactos. Estos podrán ser económicos, puesto que la actividad turística da empleo a muchos trabajadores, con lo que se dinamizan las zonas de destino, aunque como aspecto negativo presente una alta inflación en los precios; culturales, por lo que significa de relaciones entre culturas y pueblos diferentes, por lo que se producirá un intercambio cultural enriquecedor tanto para los habitantes del lugar de destino, como para los turistas; y como aspectos negativos, la difusión de hábitos urbanos poco saludables por las zonas turísticas (drogas, prostitución…); y ambientales, ya que la construcción de edificios, carreteras, y otras infraestructuras turísticas destruyen parcialmente el recurso turístico paisajístico, por ejemplo en las zonas litorales o la presencia masiva de turistas acaba degradando los ecosistemas naturales, la visita de estos espacios genera una concientización social y ambiental que contribuye a protegerlos legalmente.

2.3. INTERRELACIONES DEL SISTEMA TURÍSTICO

Tal como se mencionó, el sistema turístico es un sistema dinámico y flexible y esto no sólo se debe a la naturaleza de sus componentes, sino que dichas características se deducen de la interacción entre dichos componentes. Así, esta interacción se da de manera natural, aunque dependiendo del destino analizado, dicho dinamismo se presentará en mayor o menor medida. Esto último depende de muchos factores, tanto internos como externos:

- **La fase de desarrollo del destino:** si el destino se encuentra en una fase inicial puede presentar cierta rigidez a nivel estructural o social. En cambio, sí es un destino consolidado puede presentar un sistema turístico muy dinámico. En contrapartida si se encuentra en

decadencia puede evolucionar degenerativamente hacia la rigidez. En este factor influye de manera importante como se haya diseñado el plan de desarrollo del destino.

- **El entorno:** este factor puede influir tanto de forma positiva como negativa en la fluidez del sistema turístico. El comportamiento de los mercados mundiales, conflictos globales, manifestaciones climáticas, son todos elementos que afectan a la interacción de los elementos que conforman el sistema turístico y si bien su naturaleza (la del sistema) es la adaptabilidad a estos fenómenos, resulta claro el impacto de éstos en la actividad turística.
- **La Superestructura:** la superestructura es el componente que funciona como lubricante de todo el sistema; es el que vela por la dinámica correcta y el equilibrio dentro del sistema turístico. En este sentido, una mala gestión por parte del sector público influiría en el sistema turístico y podría generar cierta rigidez a nivel estructural, social, económico, etc.
- **El desarrollo sostenible**: en los últimos años se ha hablado de que el turismo es una actividad degenerativa por sí misma. En este sentido, podría aducirse que si en una fase inicial el desarrollo turístico puede generar mayores beneficios que impactos, en muchos destinos luego de un tiempo esta situación se ha revertido, generando tensiones sobre todo sociales entre la comunidad local y el resto del sistema.

2.4. MODELOS DE SISTEMAS TURÍSTICOS

De acuerdo al enfoque desde el cual se estudia el turismo, éste se puede entender de diferentes maneras, esta da origen a diferentes modelos para interpretar el fenómeno turístico, entendiendo el modelo como una representación de la realidad. La representación del turismo como un modelo facilita su comprensión, así como también permite ordenar, organizar, cambiar, prever y prevenir los acontecimientos relacionados con la realidad que el modelo representa. A continuación, se presentan diferentes enfoques para el estudio del turismo, así como los modelos que nacen de ese enfoque.

2.4.1. MODELOS DE ENFOQUE ESPACIAL

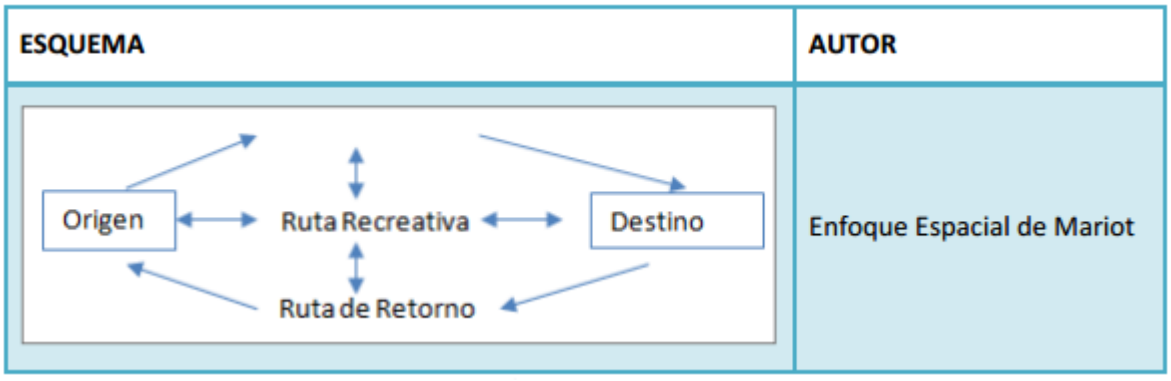
El turismo es un fenómeno cuya esencia está relacionada con el concepto de espacio. Más allá de expresar aspectos fundamentales del fenómeno turístico, los modelos teóricos con enfoque

espacial son bastante difundidos. Se puede definir esa categoría de modelos como aquellos cuyos principales elementos constitutivos son de carácter espacial, como por ejemplo origen y destino. Buena parte de los modelos teóricos con enfoque espacial concentran su atención en la relación existente entre esas dos unidades geográficas. Otro elemento bastante frecuente en los modelos espaciales es el desplazamiento de los turistas entre origen y destino.

Fernández Fuster (1985), por ejemplo, representa el fenómeno del turismo con un modelo extremadamente simple basado en la interrelación entre origen y destino. A los flujos turísticos de ida y vuelta los coloca entre estos dos elementos.

MODELO DE MARIOT

El modelo presentado por Mariot (en Pearce 2003) es semejante al de Fernández Fuster, centrándose también en la interrelación origen - destino. El autor agrega entre esos dos elementos las rutas que pueden ser utilizadas por los turistas para desplazarse. En el modelo de Mariot existen tres rutas entre origen y destino: de acceso, de regreso y recreativa. Las rutas de acceso y de regreso son aquellas vías sin atractivo que se utilizan sólo para el desplazamiento. Por lo general las rutas utilizadas de arribo son las mismas que para el regreso. La ruta recreativa es aquella que presenta atractivos que forman parte la experiencia del turista y contribuyen directamente a satisfacer sus deseos. Asimismo, el modelo propone la posibilidad de combinar las vías de acceso y de regreso con las recreativas.

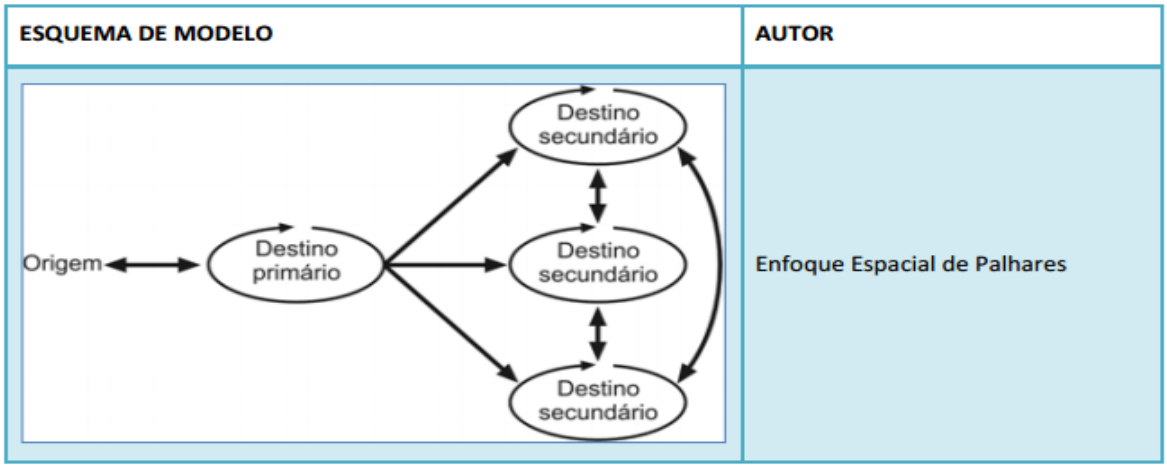


Esquema 3: Modelo sistema turístico de Mariot.
Fuente: Pearce 2003.

MODELO DE PELHARES

El modelo de Palhares (2002) también se enfoca en la interrelación entre origen y destino. En comparación con el modelo de Mariot desarrolla mejor las posibilidades de diferentes destinos. El autor destaca la posibilidad de que los turistas visiten más de un destino durante un viaje, estableciendo un destino primario y uno o más destinos secundarios.

El modelo de Palhares también destaca la cantidad de desplazamientos que pueden ser realizados por los turistas. Son representados los flujos entre origen, destino primario y destinos secundarios, además de los realizados en el interior de cada destino turístico indicados por las flechas en forma de elipse. Ver representación del modelo:



Esquema 4: Modelo sistema turístico de Pelhares
Fuente: Tomado de Pearce 2003.

MODELO DE LUNDGREN

El modelo de Lundgren (en Pearce 2003) presenta de manera distinta la cuestión de los diferentes destinos posibles. En vez de diferenciarlos como primarios o secundarios, el autor utiliza tres criterios para su clasificación. Considera, en principio, que las localidades pueden emitir y recibir turistas al mismo tiempo y analiza la relación entre el volumen de turistas en cada sentido. Luego considera la cuestión de la centralidad geográfica, jerarquizando las localidades según su papel dentro del contexto regional.

Finalmente tiene en cuenta los atributos del lugar. En base a estos criterios surgen cuatro tipos de destinos turísticos:

- Destinos metropolitanos: localización central, muy poblada, con grandes flujos turísticos emisivos y receptiva conectada con redes de transporte internacional y transcontinental.
- Destinos urbanos periféricos: menor importancia en la centralización regional, población mediana y mayor tendencia para recibir que para emitir turistas.
- Destinos rurales periféricos: dependencia de centros regionales, pequeña población, atributos paisajísticos considerables, pequeña emisión de turistas y recepción posiblemente significativa.
- Destinos de ambiente natural: totalmente dependiente de los centros regionales, población no significativa, gran distancia de las áreas generadoras, emisión prácticamente nula y recepción posiblemente considerable.

Pearce (2003) propone un modelo espacial de turismo que se centra especialmente en la descripción de los tipos de flujos turísticos. En el centro de su análisis el modelo ubica una ciudad con distintos tipos de flujos posibles. Según el modelo tal conjunto de posibilidades depende de la demanda de turistas. Se describen tres demandas: de residentes, de turistas domésticos y de turistas internacionales.

La demanda turística de los residentes permite la existencia de todos los tipos de flujos que parten de la ciudad. La demanda de los turistas domésticos posibilita flujos con destino a la ciudad, dentro de la propia ciudad y aquellos que utilizan la ciudad como punto de apoyo para acceder al exterior o a localidades vecinas. Finalmente, la demanda de los turistas internacionales puede visitar la ciudad como destino final y utilizarla como base para visitar localidades próximas o como puerta de entrada al país.

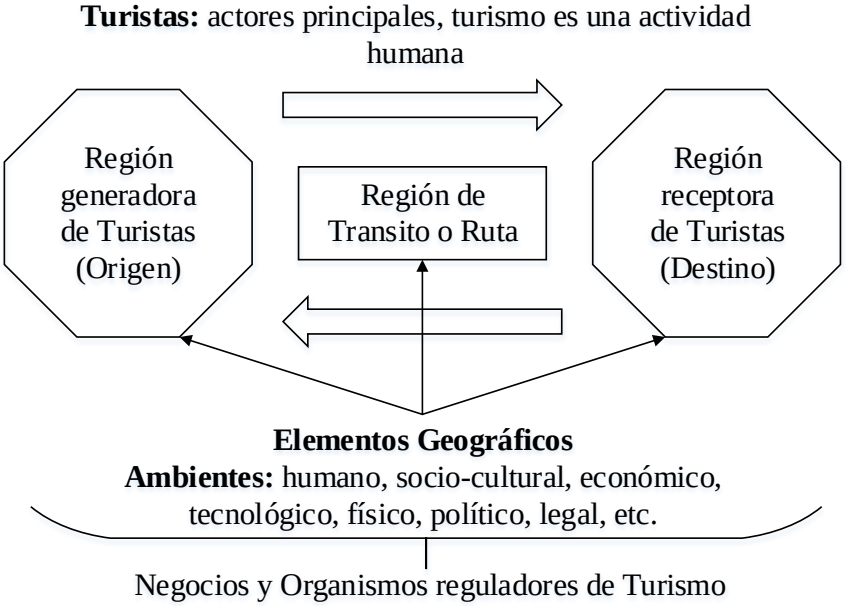
MODELO DE LEIPER

El Sistema se fundamenta en tres elementos esenciales: Turistas (Actor principal), Elementos Geográficos (Regiones) y la Industria Turística (Involucramiento de empresas y negocios turísticos). Se plantea al Turista como el elemento fundamental en función a la concepción del Turismo como una actividad humana, social. Dentro de los elementos geográficos propuestos se

encuentran la Región de Origen: La cual es considerada como mercado para la actividad turística, por ello es necesario el contactar, motivar y estimular a los posibles viajeros, además es allí en donde los mencionados posibles turistas realizan las actividades preparativas de un viaje. También se encuentra la Región de Destino: es en esta en donde se encuentra la esencia y componentes principales del turismo, además de las actividades y experiencias asociadas a este. Vale destacar la concepción del mercado turístico abarcando el origen y el destino, desarrollándose el proceso de "transacción" en distintos espacios que se interrelacionan, para lo cual es necesario el DESPLAZAMIENTO de los turistas.

Por último, se plantea el concepto de Región de Tránsito o Ruta: Intertanto entre la Región de Origen y la de Destino, puede ser considerado como un periodo de tiempo o una ruta en el territorio, o una combinación de ambos.

El autor presenta dos diagramas teóricos para representar al turismo. El primero, identificado como elementos geográficos del turismo, representa el origen, el destino y las rutas de tránsito



Esquema 5: Modelo sistema turístico de Pelhares

Fuente: Tomado de Pearce 2003.

Industria Turística

Con este diagrama Leiper agrega algunos conceptos. El resultado es un modelo fundamentalmente espacial pero con presencia de otras categorías de elementos. En este modelo denominado sistema de turismo, se encuentran los tres aspectos básicos mencionados anteriormente:

- Turistas: son los actores del sistema. Los turistas parten de su lugar de residencia, viajan al destino en el cual permanecen durante cierto tiempo y luego regresan al lugar de origen.
- Elementos geográficos: el espacio emisor de visitantes que constituye la localidad de residencia habitual donde se generan recursos a ser gastados por el turismo, se busca información u se hacen reservas. El espacio receptor es la razón de existencia del turismo, motiva los desplazamientos y recibe los principales efectos de la actividad. El espacio de tránsito comprende todas las localidades por las cuales los turistas pasan hasta llegar al destino.
- Industria turística: es el grupo de empresas y organizaciones involucradas en la oferta del producto turístico. Está representada en las tres regiones geográficas pero no en todo el espacio por lo cual siempre hay posibilidades de utilizar recursos que no están específicamente volcados a la atención de los turistas.

El modelo de sistema turístico de Leiper permite la localización de varios sectores del turismo, distinguiéndolos como pertenecientes mayoritariamente al origen, al destino o al espacio de tránsito. Por ejemplo, la mayor parte de los agentes de viaje se encuentran en la región generadora de turistas. La industria turística se hace presente en la región de destino. El sector de transporte está ampliamente representado por la región de la ruta de tránsito. Esa distinción espacial también puede ser encarada como una forma de categorización de los factores determinantes de los flujos turísticos.

2.4.2. MODELOS DE ENFOQUE SISTÉMICO

Se consideran modelos sistémicos a aquellos que buscan expresar los elementos que forman parte del sistema turístico, sus interrelaciones y su relación con el ambiente externo. Buena parte de los modelos sistémicos está compuesta por conjuntos de elementos relativos a la oferta turística.

Algunos casos incluyen también elementos relativos a la demanda y centran su atención en la interrelación oferta demanda.

SISTEMA DE BOULLÓN

Roberto Boullón hace alusión a la trama de relaciones características del funcionamiento del turismo, las cuales conforman un sistema[3]. Este concibe el sistema turístico desde los conceptos económicos, denominándose el modelo "Oferta-Demanda", asociado a un turismo de carácter comercial, como el bien plantea.

Oferta: Bienes y servicios efectivamente colocados en el mercado. Servicios turísticos (cafés, suvenir, artesanías (esencia de bien)).

Demanda: Bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores.

Demanda Potencial: Bienes y servicios que podrían ser solicitados por los consumidores.

Producto: Servicios, experiencias y productos que dan satisfacción a los consumidores a cambio de un precio (Oferta).

Planta Turística: Subsistema que elabora los servicios que se venden a los turistas, los cuales son administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios turísticos básicos.

- Equipamiento: Alojamiento, Alimentación, Esparcimiento, Otros servicios (agencias de viajes, Información, Guías, Comercio, Cambios de moneda, etc.)
- Instalaciones: De agua y playa (Marinas, Espigones, Muelles, Palapas, quinchos, ramadas, Carpas, etc.), De montaña (Miradores, Circuitos de senderos, Refugios, Funiculares, etc.), y Generales (Piscinas, Vestuarios, Juegos Infantiles, Golf, etc.)
- Patrimonio Turístico: Integración de: Infraestructura, facilidades turísticas, atractivos y superestructura[4].

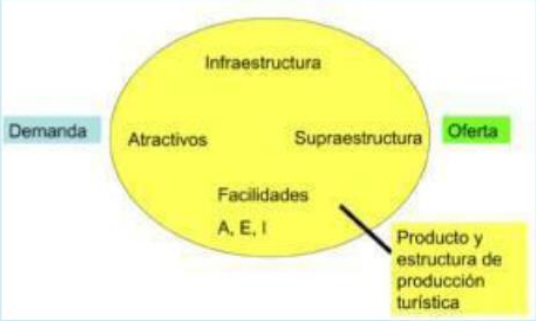
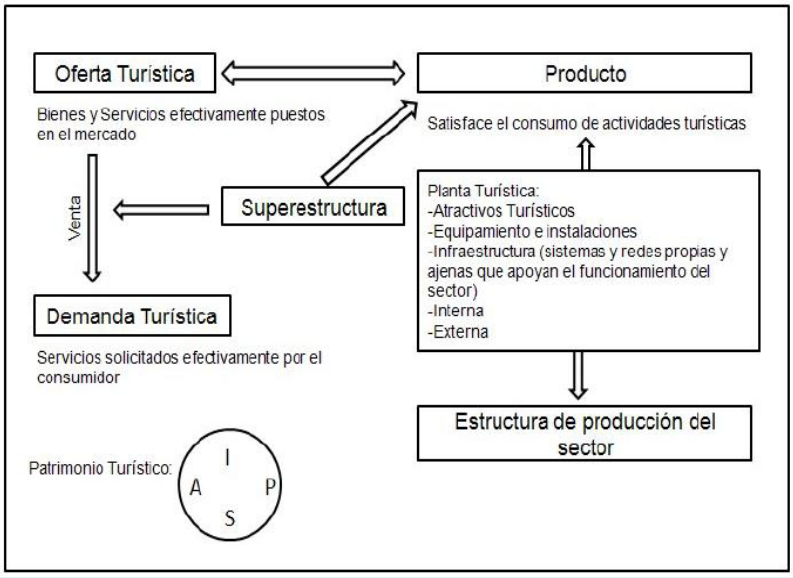
[3] BOULLÓN R. Planificación del Espacio Turístico. Edit. Trillas, México. 1991. 246 p. p. 31

[4] http://mpenasturismo.blogspot.com/2009/08/sistema-turistico.html

1. Infraestructura: “Dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas”, [5] dicta las condiciones (generalmente proporcionadas por el Estado, excepto en enclaves), transporte (aire, tierra, agua), educación, comunicaciones, sanidad, energía, agua, residuos.
2. Atractivos Turísticos: Materia Prima de la Planta Turística. Sitios Naturales, Museos y manifestaciones culturales históricas, Folklores, Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas, Acontecimientos programados, etc.
3. Superestructura: Ya algo se ha esbozado en relación a esta, Boullón la plantea como un “subsistema superior que regula todo el sistema”. [6] Comprende organismos especializados (públicos y privados), encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesaria cada una de sus partes, así como también de armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

[5] BOULLÓN R. Planificación del Espacio Turístico. Edit. Trillas, México. 1991. 246 p. p. 47

[6] BOULLÓN R. Planificación del Espacio Turístico. Edit. Trillas, México. 1991. 246 p. p. 50

ESQUEMA DEL MODELO	AUTOR
 **a) Componentes Internos del Sistema Turístico enfoque de Roberto Boullón. (Forma 1)**	Funcionamiento del Sistema Turístico Oferta-Demanda propuesto por Roberto Boullón
 **b) Componentes Internos del Sistema Turístico enfoque de Roberto Boullón. (Forma 2)**	

Esquema 6: Esquema del modelo enfoque Boullón.

Fuente: BOULLÓN R. Planificación del Espacio Turístico. Edit. Trillas, México. 1991.

MODELO DE GUNN

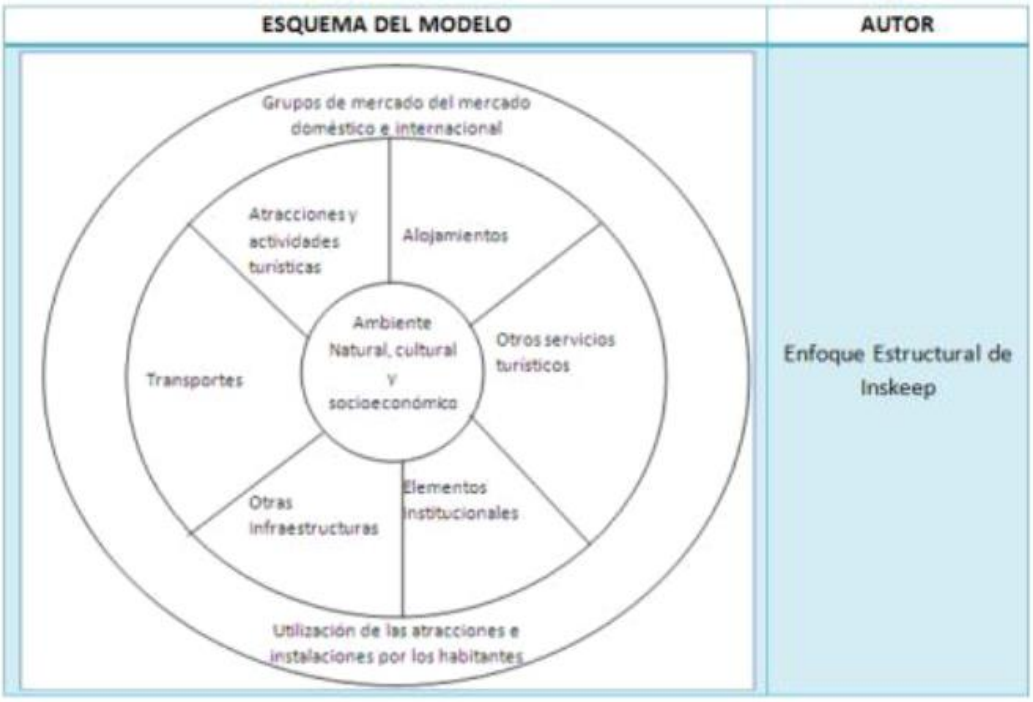
ESQUEMA DEL MODELO	AUTOR
 a) Componentes Internos del Sistema Turístico. Gunn, 1996	Sistema Turístico propuesto por Clare A. Gunn[31].El sistema propuesto por Gunn tiene dos enfoques de análisis. Un primer enfoque (a) donde se presentan los componentes internos del sistema turístico: la demanda y la oferta; y un segundo enfoque (b) que comprenden los factores externos al desarrollo turístico de la región.
 (b) Componentes Externos al Desarrollo Turístico Gunn, 1996	

Esquema 7: Esquema del modelo de Gunn.

Fuente: Componentes Externos al Desarrollo Turístico Gunn, 1996.

MODELO DE INSKEEP

El modelo propuesto por Inskeep describe al turismo por medio de un diagrama compuesto por tres niveles de elementos. El ambiente natural, cultural y socioeconómico ocupa una posición central, recibiendo el status de principal elemento del sistema turístico. En segundo plano están los elementos de la industria turística. En tercer lugar el modelo indica la posibilidad de consumo del producto turístico por visitantes al igual que por residentes. El modelo de Inskeep se ilustra en el siguiente esquema:

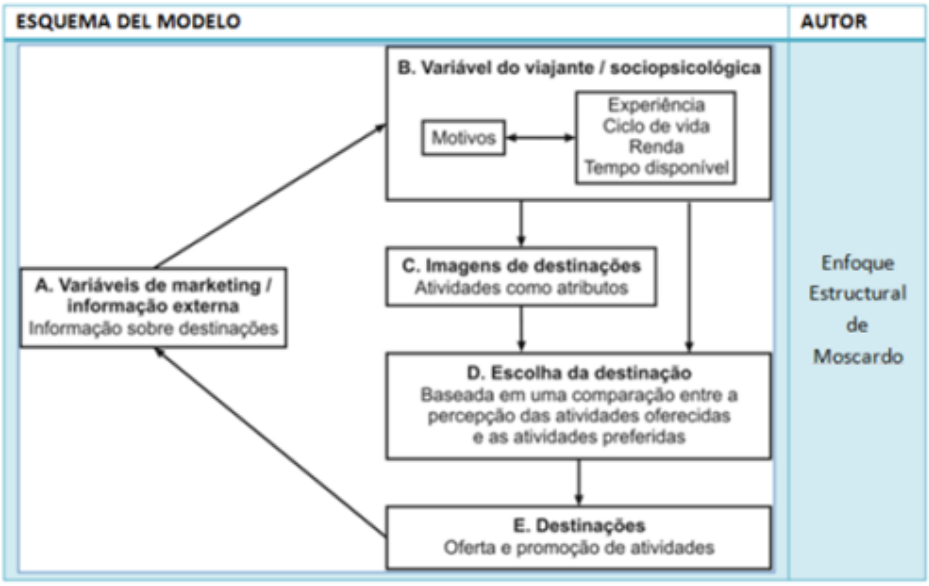


Esquema 8: Esquema del modelo estructural de Inskeep.

Fuente: Enfoque estructural de Inskeep, estudios y perspectivas en turismo.

Como ya se señaló, el fenómeno turístico es extremadamente complejo y la tarea de definir los elementos constitutivos de su sistema es considerablemente difícil. Algunos modelos, como el de Inskeep, adoptan por solución citar elementos poco específicos, como otros servicios de turismo.

MODELO DE MOSCARDO



Esquema 9: Esquema del modelo sistemático Moscardo.

Fuente: Estudio y perspectivas en Turismo, enfoque Moscardo.

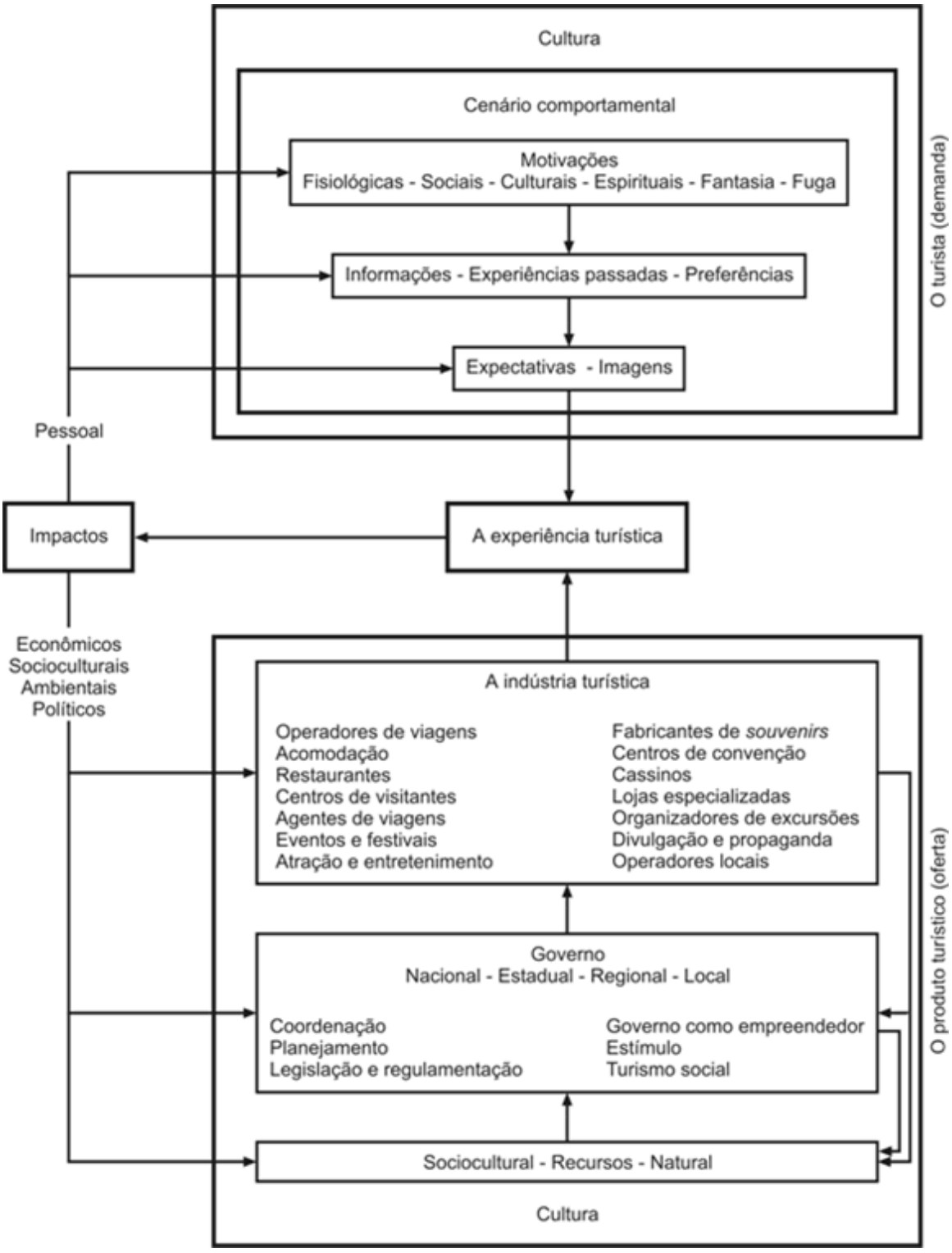
El modelo propuesto por Moscardo (en Cooper et al. 2001) presenta interrelaciones más detalladas, colocando los elementos en una secuencia lógica y describiendo al turismo como un proceso circular.

Cada elemento pasa a ocupar una posición específica dentro del sistema relacionándose directamente sólo con los elementos que le son pertinentes.

El modelo de Moscardo entiende que el turista elige el destino de su viaje a partir de las características particulares y de la imagen de ese destino. Éstos a la vez, retroalimentan el sistema por medio de las variables de marketing, influyendo directamente sobre los turistas.

MODELO DE HALL

El modelo propuesto por Hall (2001) también presenta interrelaciones más detalladas. El centro de atención está entre oferta y demanda. Según el modelo, de la esta interacción resulta el elemento denominado experiencia turística. Este a la vez, retroalimenta al sistema por medio de sus impactos.



Esquema 10: Modelo esquemático de Hall.
Fuente: Modelo de Hall, Aportes de Edward t. Hall.

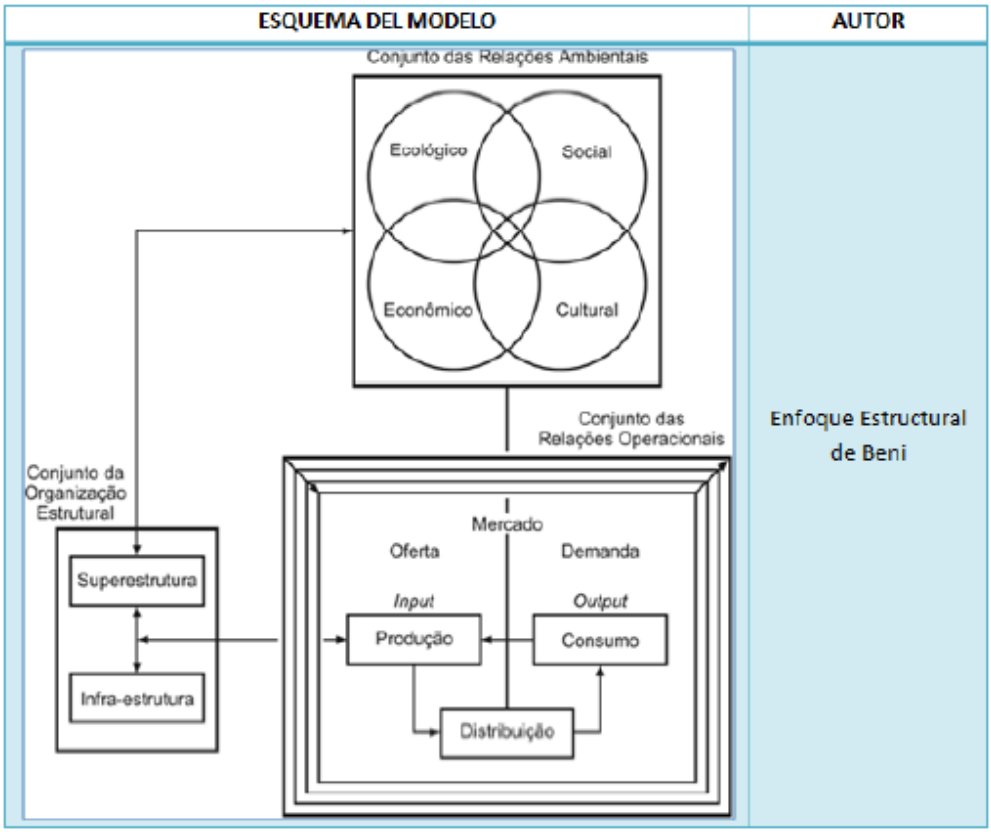
MODELO DE BENI

Beni en su tesis de doctorado publicada (Beni 1998), propone un complejo Sistema de Turismo (SISTUR) que tiene por objeto: Organizar el plan de estudios de la actividad turística considerando la necesidad demostrada desde hace tiempo en las obras teóricas e investigaciones publicadas en diversos países, de fundamentar las hipótesis de trabajo, justificar posturas y principios científicos, perfeccionar y estandarizar conceptos y definiciones, y consolidar conductas de investigación para instrumentar análisis y ampliar la investigación con el consecuente desarrollo de nuevas áreas del conocimiento (Beni 1998:44).

El SISTUR considera diversos objetivos específicos. A los efectos de este trabajo el primero es muy importante ya que busca identificar características y clasificar los factores que determinan los motivos de viaje y la elección de las áreas de destino turístico-recreativas (Beni 1998:45). Es importante destacar que la declaración de los objetivos del modelo es una de las ventajas del trabajo de Beni en relación a los demás modelos estructurales citados. El modelo de Beni selecciona los elementos del sistema turístico de manera bastante adecuada, evitando lagunas y superposiciones presentes en los modelos anteriormente citados.

Los elementos son organizados y categorizados en tres diferentes conjuntos: de las Relaciones Ambientales, de la Organización Estructural, y de las Relaciones Operacionales.

El ambiente del SISTUR está presente en el conjunto de las relaciones ambientales. Cada subsistema de ese conjunto como sistema aislado de su concepción mayor está fuera del sistema. Al mismo tiempo, los subsistemas como antecedentes y controladores influyen al fenómeno turístico y se encuentran dentro del sistema. La descripción del SISTUR es detallada y se destacan particularmente las características de cada uno de los elementos. Cada capítulo del extenso trabajo de Beni (1998) versa sobre uno de los elementos del SISTUR y al final del trabajo se presenta una lista de operadores del sistema. Para el autor los operadores son dispositivos que expresan las variables, los indicadores, los índices y otros datos relacionados con los componentes del SISTUR.



Esquema 11: Modelo Teórico de Enfoque Estructural de Beni.

Fuente: Beni (1998:48)

RESUMEN DE LOS MODELOS DEL SISTEMA TURÍSTICO		
De acuerdo a la información presentada sobre cada uno de los modelos de los sistemas turísticos de diferentes autores, se presenta a continuación un cuadro resumen que refleja los elementos que lo conforman, de igual manera una breve descripción;		
MODELOS	**ELEMENTOS**	**DESCRIPCIÓN**
OMT	Demanda, Oferta, Espacio Geográfico, Operadores de Mercado.	Está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre si y en constante dinamismo.

MARIOT	Ruta de Acceso, Origen, Ruta Recreativa, Destino, Ruta de Retorno.	El autor agrega entre esos dos elementos las rutas que pueden ser utilizadas por los turistas para desplazarse. (Origen-Destino)
PELHARES	Origen, Destino Primario, Destino Secundario	El autor destaca la posibilidad de que los turistas visiten más de un destino durante un viaje, estableciendo un destino primario y uno o más destinos secundarios.
LUNDGREN	Destinos Metropolitanos, Destinos urbanos periféricos, Destinos de Ambiente Natural	Parte de la jerarquización de las localidades según su papel dentro del contexto regional
LEIPER	Turistas, Elementos Geográficos y la Industria Turística	Se plantea al Turista como el elemento fundamental en función a la concepción del turismo como una actividad humana, social.
BOULLON	Demanda, Demanda potencial, Producto y Planta Turística	Este concibe el sistema turístico desde los conceptos económicos, denominándose el modelo "Oferta-Demanda", asociado a un turismo de carácter comercial, como el bien plantea.
INSKEEP	Ambiente Natural, Cultural y Socioeconómico, Industria Turística, Producto Turístico.	El fenómeno turístico es extremadamente complejo y la tarea de definir los elementos constitutivos de su sistema es considerablemente difícil.
MOSCARDO	Información Externa, Variables de Viaje, Imágenes del Destino,	Entiende que el turista elige el destino de su viaje a partir de las características particulares y de la imagen de ese destino.

	Selección del Destino, Destino.	
HALL	Cultura, Industria Turística, Impactos, Gobierno	El centro de atención está entre oferta y demanda. Según el modelo, de esta interacción resulta el elemento denominado experiencia turística. Este a la vez, retroalimenta al sistema por medio de sus impactos.
BENI	Conjunto de organización estructural, Conjunto de relaciones ambientales y Conjunto de relaciones operacionales	Los elementos son organizados y categorizados en tres diferentes conjuntos: de las Relaciones Ambientales, de la Organización Estructural, y de las Relaciones Operacionales.

Tabla 1: Resumen de modelos sistemáticos.

Fuente: Elaboración propia.

Para ellos se consideran aquellos elementos comunes de todos los modelos propuestos y de esta manera se determinó utilizar 4 elementos básicos para analizar y desarrollar el Plan de Desarrollo turístico para el presente proyecto, siendo estos:

- La demanda; representada por todo el flujo de turistas actuales y potencial, ya sean nacionales o extranjeros que prefieren visitar nuestro país.
- La Oferta; la constituye todo aquel recurso y/o atractivo que se encuentre en nuestra zona en estudio.
- Espacio Geográfico; elemento principal del sistema turístico, ya que aquí converge la oferta y la demanda, demostrando que se puede suplir las necesidades de los turistas.
- Entes de interés; Está integrado por todas aquellas organizaciones tanto nacionales como privadas e incluso internacionales u cualquier otro tipo de apoyo al sector turismo en el país, incluyendo leyes y políticas.

2.4.3. MODELOS DE GESTIÓN DE TURISMO

Gestión de turismo

Definición de Gestión:

Entendemos por gestión el manejo integral de un proyecto o de un proceso de planificación. El control total del desenvolvimiento de sus componentes. Seguimiento de las actividades programadas. Medición del logro de objetivos propuestos. Readecuación a las condiciones cambiantes. Los componentes de la gestión son: la Planificación, la administración, el desarrollo de productos, la operación, el desarrollo del capital humano, la coordinación entre los diferentes actores, la mercadotecnia, el monitoreo tanto de impactos como de la competitividad del producto y procuración de recursos.

Modelos de gestión de calidad en destinos turísticos

Como en las empresas en los destinos turísticos la calidad engloba todos los aspectos en los que hay contacto directo con el cliente. Las funciones más relevantes que hacen referencia a la calidad en los destinos turísticos son las que siguen:

- Gestión del destino: Capacidad de concertación con los agentes turísticos, imagen del producto, promoción, acogida de los turistas, etc.
- Información: información en origen, información en destino, señalización.
- Animación: eventos, actos culturales y otras actividades.
- Medio Ambiente: calidad del agua, tratamiento de las aguas residuales, arquitectura, espacios verdes y zonas recreativas, salvaguarda de los espacios naturales.
- Seguridad ciudadana: Coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados.

KELLER (1997) se plantea la posibilidad de garantizar la gestión de calidad en destinos del mismo modo que se hace en las empresas.

A diferencia de las empresas, en las que tan sólo deben controlar su propio producto y servicio, los destinos necesitan un alto grado de cooperación en todos los aspectos que inciden en la actividad turística, en sentido horizontal, es decir, en las diferentes empresas que prestan un

servicio de similares características, como vertical, o lo que es lo mismo, en las diferentes actividades, atractivos, infraestructuras, etc., que integran el producto turístico global.

Sin embargo la aplicación de un plan de calidad de destino turístico puede presentar ciertas dificultades de acuerdo a Origet du Cluzeau ya que existe una gran diversidad de organizaciones de diversa naturaleza que convergen en el espacio:

- Públicas, privadas, asociaciones.
- Grandes, medianas y pequeñas
- Antiguas y recientes
- Con personal altamente cualificado o sin cualificar
- Estacionales o permanentes, etc.

Es por esto, por lo que sería necesario que dichas organizaciones estableciesen criterios comunes de calidad para satisfacer al cliente, fijasen objetivos comunes, pusiesen en marcha un plan de acción común, aprovechasen los beneficios comunes, etc.

Aspectos para la Puesta en Marcha de un Sistema de Calidad en un Destino Turístico

La percepción de la calidad:

- El punto de vista del productor o prestador de servicios turísticos.

Los prestadores de servicios turísticos deben entender sobre todo, que la calidad es una herramienta cuyo principal objetivo es satisfacer al cliente y que, por tanto, se rige por criterios de rentabilidad del negocio.

- El punto de vista del cliente.

La percepción de la calidad por parte del cliente se medirá a través de tres sistemas fundamentalmente, el cliente misterioso, las encuestas de los prestadores de servicios y las encuestas hechas a público en general. Según el Institute de Recherche et de Développement de la Qualite (en Origet u Chizeau) el cliente considera la calidad del servicio prestado desde tres niveles:

- La función "obligatoria" de prestación. Como mínimo el turista al dirigirse a un destino debe encontrar una serie de servicios mínimos como son la higiene, seguridad, etc.
- La función "progresiva". En este nivel la satisfacción del cliente es proporcional al nivel de prestación ofrecido.
- Las funciones "atractivas". El especial atractivo de los recursos, los detalles especiales, etc.

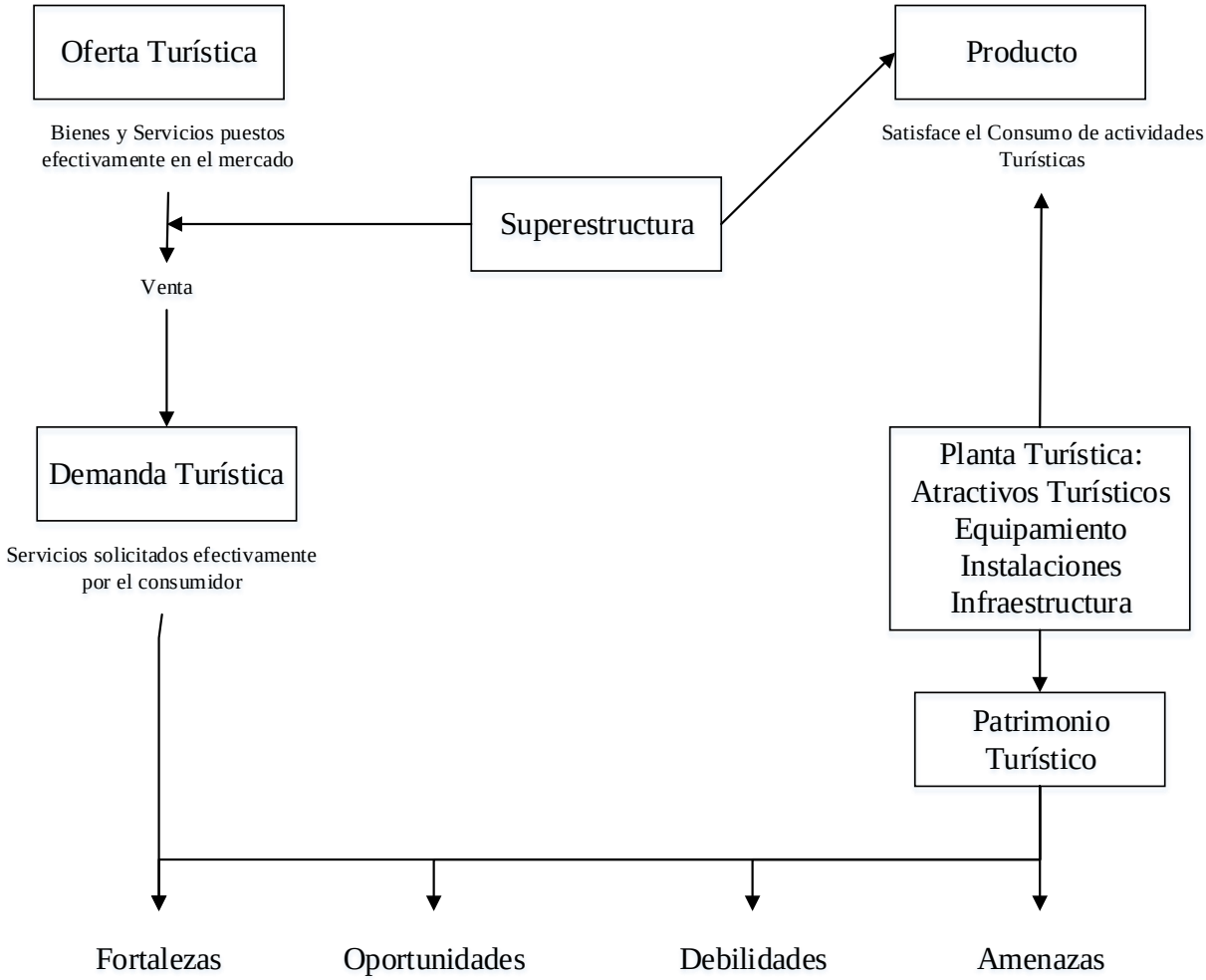
El adjetivo “Integral" que debe ser considerado en los sistemas de gestión de calidad aplicados a destinos turísticos, significa que es necesario ensamblar o conjugar elementos diversos. Así, será necesario coordinar organizaciones de naturaleza muy diversa con el sector público y privado para conseguir un alto grado de efectividad y eficiencia de cara al consumidor final para satisfacer sus necesidades y expectativas y minimizar los impactos negativos en el entorno socio-cultural, económico y ecológico de la comunidad local. A partir de la integración de esos diferentes elementos se conseguirá un incremento en la competitividad del destino y la sostenibilidad de los recursos locales.

2.5. ELEMENTOS DEL MODELO TURÍSTICO SELECCIONADO

Sistema de Boullón con su perspectiva focalizada en el proceso de venta de los productos turísticos, reconoce la oferta y la demanda turística como los principales elementos. Identifica la planta turística como el conjunto de servicios que favorece el consumo de actividades turísticas y constituyen la estructura de producción del sector.

También identifica un sector denominado superestructura como subsistema de gestión y control del turismo.

Este modelo es tomado como base para el posterior diseño del modelo sistémico a desarrollar que se detalla en la metodología de recolección de información.



Esquema 12: Modelo sistémico seleccionado para diseño a desarrollar.

Fuente: Elaboración propia.

3. DESTINOS TURÍSTICOS GENERALIDADES

3.1. DEFINICIÓN DE DESTINO TURÍSTICO

Se denomina destino turístico una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. 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.

Según Francesc Valls (2004) define al destino turístico como "... un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquieren centralidad atrayendo turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral". [7] La definición anterior considera una serie de características que lo configuran:

- Un espacio territorial homogéneo: en realidad, cualquier espacio geográfico susceptible de ser planificado por poseer cierta capacidad administrativa. Puede variar desde una región pequeña a varios Estados.
- Centralidad: criterio que hace referencia a la capacidad del territorio para motivar el desplazamiento de personas hacia sí.
- Una oferta estructurada de atractivos: resulta un sistema integrado de recursos, atractivos y empresas orientado hacia la satisfacción del turista. También puede entenderse como la puesta en valor del territorio y su ordenación de acuerdo a las necesidades de los potenciales clientes.
- Una marca integradora: el destino debe estar representado en una imagen atractiva que represente a toda la oferta en él y facilite su identificación en diferentes mercados.
- Una comercialización conjunta: "resulta imprescindible (...) la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, articulada sobre una visión estratégica..."[8]

[7] Nuevos retos para el turismo. Rodríguez Gonzálo, Martínez Fidel, Netbiblo, España 2009. Pág. 71

[8] Brakenbury, 2000

3.2. FUNCIONES DE UN DESTINO TURÍSTICO

Las funciones del destino turístico están determinadas por sus objetivos como estructuras urbanísticas, sociales, culturales, etc. Así si decimos que las funciones son la calidad de vida, el desarrollo económico superior, la competitividad internacional y la satisfacción tanto de los visitantes como de los pobladores, podemos enumerar las siguientes funciones:

- Uso del espacio para producir
- Uso del espacio para crear, compartir y enriquecerse culturalmente
- Uso del espacio para actividades de ocio (deporte, diversión, turismo)
- Exportar
- Atraer capitales
- Convertirse en centro de acontecimientos internacionales
- Ser vanguardista en tecnologías
- Atraer a turistas y visitantes
- Rentabilidad económicas para sector público y privado
- Rentabilidad social para los habitantes locales: trabajo, infraestructuras, instalaciones, etc.
- Rentabilidad medioambiental: revalorización del territorio y del patrimonio

Todas estas funciones solo se podrán cumplir si el destino se diseña para responder a las necesidades, tanto de aquellos que viven en él como de los que lo visitan, otorgándoles la vivencia de experiencias que los satisfaga. Esta última, la satisfacción, es el objetivo último y más importante del destino turístico y se alcanza a partir de la concreción de todas las funciones anteriormente enumeradas. No obstante, la satisfacción final del turista viene dada por dos condiciones fundamentales:

- Las condiciones generales del entorno como la estabilidad monetaria, el nivel cultural de la población del destino, la profesionalidad de las personas, etc.
- Las condiciones que el turista relaciona directamente con la oferta como la autenticidad de los recursos, la calidad de las empresas y su adecuación al entorno, las infraestructuras sostenibles, la seguridad, la limpieza, etc.

Esquema 13: Funciones del destino turístico.

Fuente: Nuevos Retos para el Turismo. Rodríguez Gonzalo, Martínez Fidel, Netbiblo, España 2009.

3.3. ENTES INVOLUCRADOS EN TURISMO

Los entes involucrados en el turismo son:

- Los turistas y los ocistas: dentro de este grupo se incluyen dos concepciones, la del turista tradicional, es decir el que viaja y el nuevo concepto de ocista más centrado en buscar la satisfacción a partir del uso del tiempo libre. En este grupo se incluyen los públicos internos (los habitantes locales), los públicos que tienen una estrecha relación con el destino, los que tienen cierta vinculación física, afectiva o virtual y por último los de paso.
- El sector económico y social turístico: está compuesto por los empresarios, los trabajadores y los proveedores de las empresas turísticas y de apoyo y de las asociaciones e instituciones que actúan en el sector. Involucra actividades de intermediación, transporte, comercio, servicios de asistencia, etc.
- Las administraciones públicas: las competencias en materia turística corresponden a los funcionarios y responsables políticos operando a través de sus respectivos organismos administrativos. Sus competencias abarcan la planificación territorial, la gestión de la vía pública, al seguridad pública, la limpieza, los servicios deportivos, el transporte público, la información turística, la creación de infraestructuras y equipamientos, etc.

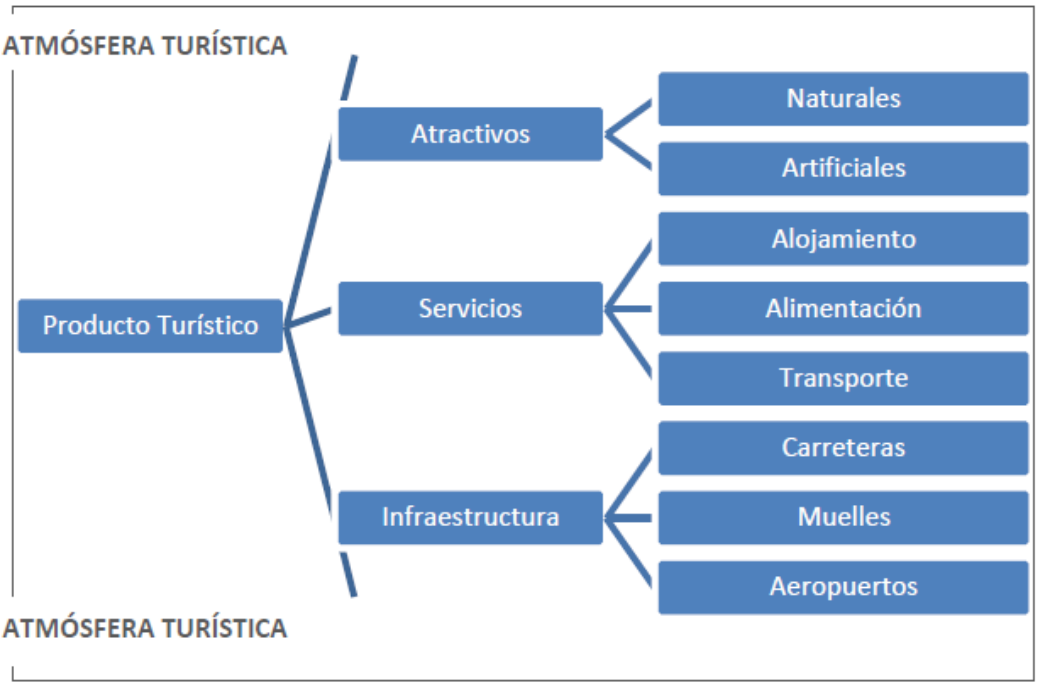
- La sociedad en general: Se considera al resto de sectores económicos. sociales, culturales, ecológicos, etc., y su implicación como parte fundamental del desarrollo turístico. La sociedad local es la primera interesada en el desarrollo turístico, beneficiándose y asumiendo sus desventajas. De ello la importancia en que la sociedad en su conjunto (o por lo menos la mayoría) tenga afinidad con el desarrollo turístico ya que de lo contrario éste podría generar conflictos y disfunciones en el corto y el largo plazo. Para evitarlo, hay que partir de planes de desarrollo territorial que contemplen a los habitantes naturales, es decir, que contemplen la realidad social logrando implicarlos en el proceso de desarrollo turístico y así abrir dicha sociedad hacia una nueva: la sociedad del turismo.

3.4. COMPONENTES DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

Los destinos se componen por productos turísticos. Conceptualmente el producto turístico corresponde al conjunto de prestaciones que se ofrecen al turista para satisfacer sus deseos o expectativas. El producto turístico está compuesto por tres elementos: atractivos, servicios e infraestructura, los que combinados entre sí dan origen al producto integrado, es decir al que será ofrecido al mercado para atraer flujos turísticos.

Los atractivos constituyen el principal componente del destino turístico puesto que determina la elección del destino del viaje del turista, generando así una corriente turística. Los servicios, incluyen la oferta de hospedaje, comidas y bebidas, las posibilidades de entretenimiento y existencia de agencias de viaje, alquiler de vehículos o centros de información turística. La infraestructura, comprende la existencia de rutas de acceso y medios de transporte para desplazarse hasta el atractivo turístico. Estos componentes por sí solos no generan una corriente turística a un lugar determinado, sin embargo, la ausencia de alguno de ellos desintegraría el producto turístico, pues este debe ser promocionado y vendido como un todo. Además, algunos autores incluyen un cuarto componente que es la atmósfera turística, ésta se refiere a la situación ambiental, social y

económica del lugar donde se encuentra el atractivo[9]. Los elementos que conforman el producto turístico se muestran en el siguiente esquema:



Esquema 14: Atmosfera turística según Jafir.

Fuente: Elaboración Propia.

Finalmente, con respecto al Destino Turístico El profesor Jafari (2000:88) afirmaba que"… la existencia de un destino turístico está condicionado por la presencia de 3 aspectos: grandes unidades geográficas agrupadas o áreas que disponen de atracciones y servicios; población que durante la temporada turística aumenta extraordinariamente gracias a los visitantes; y economía dependiente, en un elevado porcentaje, de las transacciones que realizan los turistas[10]"

Para que la estructura de una destinación sea competitiva precisa de los siguientes elementos[11]:

[9] Análisis del potencial del turismo rural en los cantones de Upala, Los Chiles, Guatuso y La Cruz.

[10] Nuevos retos para el turismo. Rodríguez Gonzálo, Martínez Fidel, Netbiblo, España 2009. Pág. 71

[11] Fayos Sola, Garcia y Moreda, 2002

- Gran segmentación y profesionalidad dado el nuevo paradigma de un turista “más informado y más profesionalizado”.
- Gran nivel tecnológico en las acciones promocionales y operacionales
- Seguridad
- Situaciones sociopolíticas de interés general
- Fortaleza cualitativa de los atractivos desarrollados y continua puesta en valor de recursos
- Aumento de las competencias a nivel regional y local en detrimento de la centralidad
- Aumento de la cooperación entre el sector público y privado.

3.5. TURISMO E INDICADORES

Los responsables de la toma de decisiones en el sector turístico necesitan conocer los nexos entre el turismo y los factores ecológicos, sociales, culturales y económicos. Para ello, los indicadores de sostenibilidad en el desarrollo turístico constituyen instrumentos prácticos para la ordenación, seguimiento y control del desarrollo turístico sostenible, al proporcionar información adecuada y fiable de las condiciones ecológicas, económicas y socioculturales del turismo.

La Organización Mundial del Turismo propuso en 1997 una lista de indicadores clave, que considera útiles para la adopción de decisiones por parte de los gestores y administradores del sector turístico, a saber:

- Protección del sitio, que se mide por la categoría de la protección del lugar según el índice de la UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza).
- Presión sobre el sitio, que se mide por el número de turistas que lo visitan al año, o en el mes de máxima afluencia.
- Intensidad de uso, medida por la densidad o número de personas por hectárea en temporada alta.
- Impacto social, evaluando la ratio entre turistas y residentes, en temporada alta y el resto de tiempo.
- Control del desarrollo, medido por la existencia de procedimientos de revisión ambiental o controles formales del desarrollo del lugar y las densidades de uso.

- Capacidad infraestructural del sitio, medido a través de los límites estructurales del suministro de agua, la gestión de residuos y el porcentaje de aguas residuales que reciben tratamiento.
- Proceso de planificación, medido a través de la existencia de un plan regional para la región del destino turístico, en el que se incluyan los componentes turísticos.
- Ecosistemas críticos, evaluado según el número de especies en peligro de extinción o en estado vulnerable.
- Satisfacción del turista, medido por el nivel de satisfacción de los visitantes, obtenido mediante encuestas.
- Satisfacción de la población local, igualmente medido por el nivel de satisfacción de los residentes, a través de encuestas.
- Contribución del turismo a la economía local, utilizando como medida la proporción de la actividad económica local generada únicamente por el turismo.

La lista de indicadores clave que se presenta seguidamente, fue desarrollada por la OMT en los años 1999 y 2000, clasificándolos atendiendo a su utilidad para la toma de decisiones o el ámbito sobre el cual son estimados y utilizados. De esta forma, se pueden distinguir seis tipos básicos de indicadores:

- Indicadores de alerta temprana, como la extinción de especies.
- Indicadores de estrés en el sistema, como el índice de criminalidad.
- Indicadores del estado actual de la industria, como la tasa de ocupación de hoteles o el grado de satisfacción de los turistas.
- Indicadores de los impactos de la industria turística.
- Indicadores del esfuerzo de manejo, como los costes de limpieza o reparaciones.
- Indicadores de los efectos del manejo, como la variación en los niveles de contaminación o el número de turistas que vuelven.

3.6. ENFOQUES TURÍSTICOS

Podemos decir que el Turismo nace como una consecuencia de la Revolución Industrial, cuya intención principal es el ocio, descanso cultura, salud, negocios, relaciones familiares y laborales, etc.

Para una mejor comprensión de los enfoques básicos del turismo, los mismos han sido divididos de la siguiente manera: Sostenibilidad turística y competitividad turística.

3.6.1. SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA[12]

El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

Los principios del turismo sostenible pueden traducirse en prácticas de gestión, que son aplicables para todo tipo de empresas en cualquier destino turístico. Estos principios tienen como propósito minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios de la actividad turística en el entorno sociocultural, ambiental y empresarial.

Un desarrollo sostenible o la sostenibilidad se alcanza cuando atendemos, en forma balanceada, tres principios básicos, éstos son los siguientes:

- Económico: La actividad se desarrolla con base en prácticas empresariales adecuadas, las cuales aseguran el crecimiento y mantenimiento en el tiempo de la empresa, con lo cual se beneficia a los propietarios, empleados y vecinos de la comunidad donde se desarrolla el negocio.
- Ambiental: La actividad se desenvuelve considerando, a su vez, la forma en que se utiliza los recursos naturales e idealmente, aportando a su conservación y cuidado.

[12] Buenas prácticas para turismo sostenible.

- Socio-cultural: La actividad se realiza sin perjudicar o afectar el tejido social existente en la comunidad donde se desarrolla, por lo cual, se prevén todas las acciones posibles para respetar la cultura local, preservarla y revitalizarla.

3.6.2. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

El término de competitividad, hace referencia a la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores y a la habilidad para crear un valor agregado que aumente la riqueza nacional, producto de la administración de activos o procesos, atracciones, globalidad o proximidad y la integración de esas relaciones dentro de un modelo económico y social. Algunos autores, han definido competitividad.

En relación a su aplicación dentro de la actividad turística, Hassan (2000) propone definir competitividad turística como, la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores. Asimismo, Crouch y Ritchie (1999) la definen como, la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social. D'Hauteserre (2000), por su parte, define la competitividad del destino como "la capacidad de un destino para mantener su posición en el mercado y compartir y/o mejorarla a través del tiempo".

4. ARTESANÍAS

4.1. DEFINICIÓN DE ARTESANÍAS

Según CONAMYPE: "Producto con características distintivas obtenido del conjunto de artes realizadas total o parcialmente a mano, que requiere destreza manual y sentido estético o artístico, para realizar objetos, con sello personal o colectivo, funcionales o decorativos en un proceso de transformación de materias primas."

4.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS ARTESANÍAS

No a todo oficio meramente mecánico producirá una artesanía, por lo que estableceremos diferencias entre "proceso de producción artesanal" y "artesanía"; no todo producto resultante de un proceso artesanal de producción lo podremos considerar como artesanía.

La impresión del **Sello personal** es indispensable en la producción de la artesanía, por lo que no puede originarse de productos en proceso o semielaborados industrialmente (tal es el caso de la producción de ***Manualidades*** como la ***Bisutería***, en las que la transformación creativa de materias primas es mínima y ocasiones nula)

Tampoco se ha considerado dentro de las artesanías a los productos alimenticios aunque estos tengan: a).- un proceso artesanal de producción, b).- aspectos de valor estéticos en su presentación c).- significación cultural identitaria, patrimonio cultural intangible, para un pueblo o región. Tal es el caso de la producción artesanal de dulces o bebidas "típicas".

4.3. CLASIFICACIÓN DE LAS ARTESANÍAS

POR SU FUNCIÓN O VALOR DE USO LAS ARTESANÍAS PUEDEN SER:

Utilitaria: Se entenderá *artesanía utilitaria* a aquel objeto que luego se ser considerado artesanía, manifieste las siguientes cualidades: que trascienda del hecho decorativo como objeto de adorno corporal u ornamental en general, que tenga la capacidad de inserción en la vida cotidiana y que dé soluciones a necesidades cotidianas.

Imagen 1: artesanías utilitarias

Decoración: Se entenderá *artesanía decorativa* a aquel objeto que luego se ser considerado artesanía, manifieste las siguientes cualidades: que su objeto principal sea hecho decorativo u ornamental.

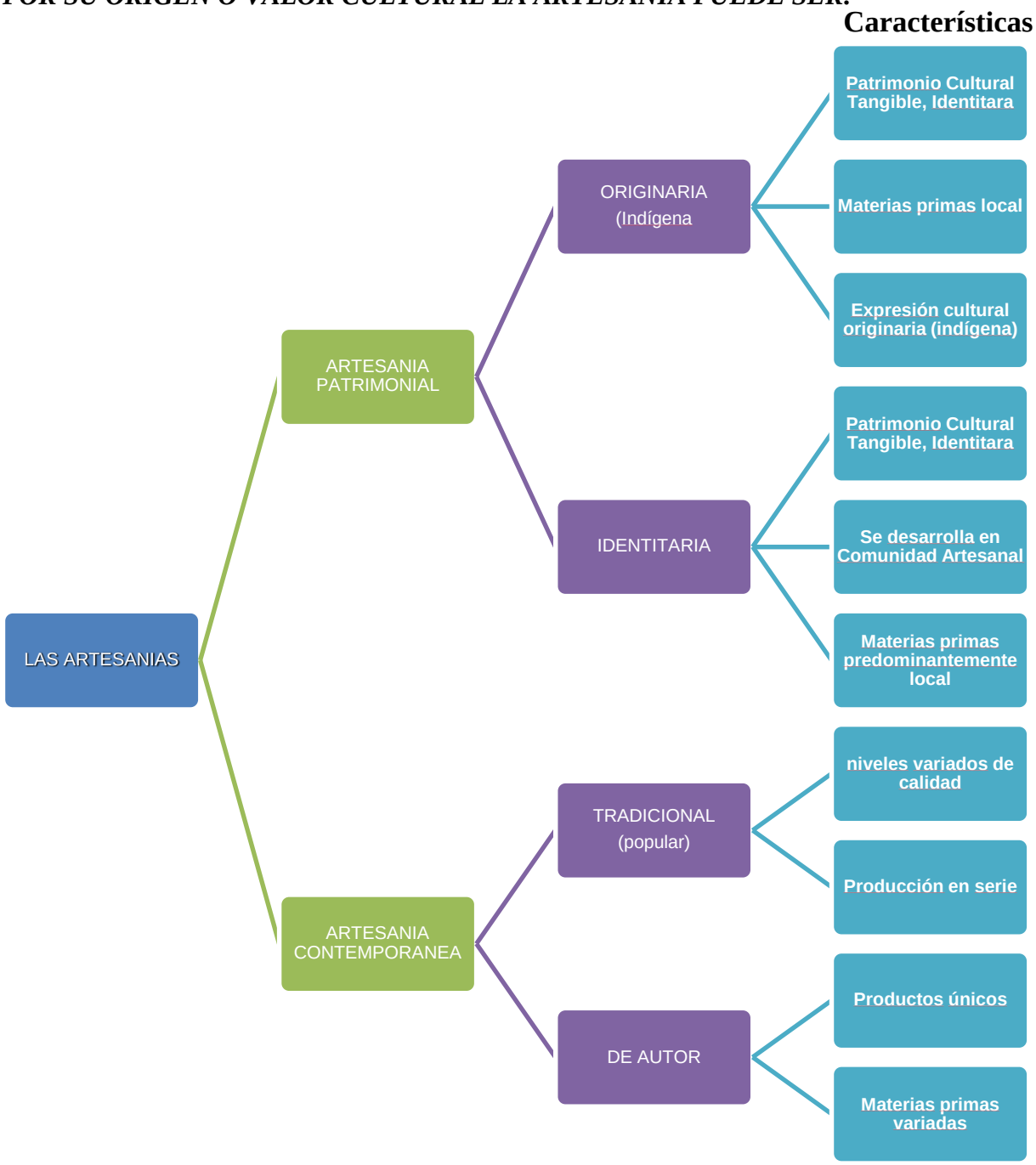
Imagen 2: Artesanías para Decoración

Accesorios: Se entenderá *artesanía de accesorios* a aquel producto que luego se ser considerado artesanía, manifieste la cualidad de ser "adorno corporal" u objeto complementario de una prenda de vestir.

Imagen 3: Artesanías en accesorios

Imagen 4: Artesanías en mimbre

POR SU ORIGEN O VALOR CULTURAL LA ARTESANÍA PUEDE SER:



Esquema 15: Clasificación de las artesanías por origen y valor cultural.

Fuente: Elaboración Propia.

5. COMERCIALIZACIÓN

5.1. DEFINICIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

La comercialización[13] es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

Entonces La comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

Se da en dos planos: Micro y Macro y por lo tanto se generan dos definiciones: Microcomercialización y Macrocomercialización.

- **Microcomercialización**: Observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. Es a su vez la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades.

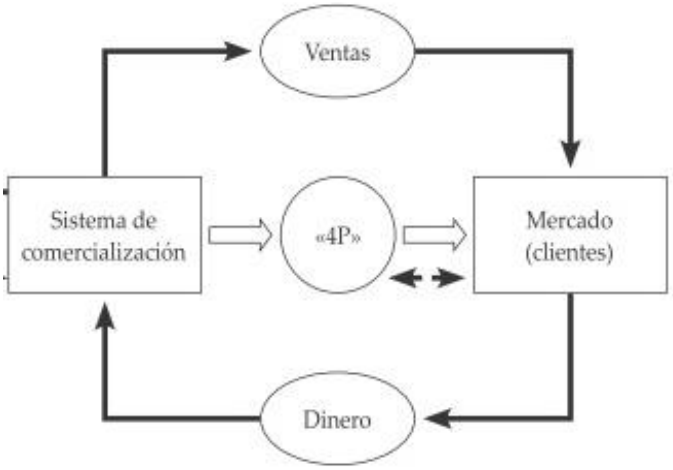
- **Macrocomercialización:** Considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución. También es un proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad.

5.2. COMPONENTES DE LA COMERCIALIZACIÓN

En el esquema 11 se expone este planteamiento de intercambio que lleva a la consecución de un retorno (principalmente económico) a través de una transacción que se detone en un marco estructural que alberga la labor comercial. Así, se configura el esquema del sistema de comercialización, definido como «sistema total de actividades empresariales encaminado a

[13] http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php

planificar, fijar precios, ***promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciale***s. Sistema que pretende como objetivos fundamentales incrementar la cuota de mercado, la rentabilidad y el crecimiento de la cifra de ventas».



Esquema 16: Estructura del sistema de comercialización.

Fuente: Elaboración Propia.

En definitiva, la estructura de este sistema viene generalmente interpretada por los siguientes componentes:

- **Información sobre las necesidades del mercado.** Estudio del mercado y de su demanda.
- **Adquisición y almacenamiento de productos.** Relación de intercambio con el sistema de producción.
- **Promoción comercial y publicidad.** Función de creación y de mantenimiento de la demanda.
- **Distribución.** Conjunto de tareas de mantenimiento, transporte y entrega física de los productos a los mayoristas o a los detallistas. Anteriormente fue definida como logística externa.

- **Fijación de precios.** Política de precios y de descuentos según los intermediarios y agentes intervinientes en el proceso de comercialización.

- **Ventas.** Función tradicional o básica en la que se soporta toda la «fuerza» del sistema. Por ello, los agentes y técnicas de la misma son conocidos por la «fuerza de ventas».

- **Servicios posventa.** Conjunto de acciones de ayuda, de asistencia y de información al cliente para fidelizar su relación futura.

En el último de los pasos de esta secuencia se encuentra la gestión del cobro, teniendo en cuenta la tipología de transmisión, plazos, etc., lo que se enlaza con el sistema de financiación de la empresa. En todo caso, el manejo de la función comercial o labor directiva de marketing se basa en tres ámbitos principales, a saber:

- **Análisis del entorno del sistema de comercialización.** Estructura y comportamiento del mercado, competidores, administradores, canales de distribución, agentes públicos y sociales y factores del entorno genérico. Variables externas que influyen en la demanda global.

- **Formulación de decisiones y estrategias comerciales.** Estrategias de marketing-mix o que combinan las variables comerciales conocidas: producto, precio, distribución y promoción. Variables internas que permitirán cumplir los objetivos pretendidos.

- **Planificación, organización y control de la actividad comercial:** conjunto de funciones, técnicas, procedimientos y acciones conocidas del sistema de dirección.

El esquema de actuación alrededor del marketing es fundamental en el control y seguimiento de las relaciones existentes entre las variables externas no controlables (mercado, competencia,) y las internas asociadas al planteamiento ya citado como «el marketing-mix» con el propósito de concretar los objetivos de rentabilidad, cuota de mercado, aumento de las ventas, etc.

5.3. INDICADORES DEL CRECIMIENTO COMERCIAL

Los indicadores comerciales o kpi's son una herramienta indispensable para saber si se están haciendo bien las cosas dentro de la organización. Son cuatro indicadores que se deben manejar a diario:

1. Índice de Venta.
2. Precio medio de un artículo.
3. Cesta media o ticket medio.
4. Tasa de transformación o de conversión.

Se utilizan en las tiendas para medir los resultados de cada una de las acciones que se llevan a cabo y gracias a estos indicadores se puede saber si están funcionando bien los planes de acción en tienda y si no es así, dan la posibilidad de ser reactivos en tiempo real, saber cuál es el problema y solucionarlo rápidamente.

- **Índice de Venta:** Es la cantidad de artículos que cada cliente compra, o el número de artículos de cada ticket de compra.
- **Precio medio de venta:** es el precio medio que paga el cliente por cada artículo que compra.
- **Cesta Media:** es la cantidad que gasta cada cliente o precio medio del ticket de compra.
- **Tasa de Trasformación:** es la media de conversión de personas que entran en tu tienda y las personas que terminan comprando.

5.4. OBJETIVOS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Los objetivos universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta de bienes y servicios. A continuación se detallan las objetivos principales:

- **Comprar:** Significa buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirirlos eligiendo el más beneficioso para nosotros.
- **Venta:** Se basa en promover el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia.

- **Transporte**: Se refiere al traslado de bienes o servicios necesario para promover su venta o compra de los mismos.
- **La financiación:** Provee el efectivo y crédito necesario para operar como empresa o consumidor.
- **Toma de riesgos:** Entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización.

6. PLANEACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN

6.1. SELECCIÓN DEL TIPO DE PLANIFICACIÓN

6.1.1. DEFINICIÓN DE LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL MODELO

A continuación, se presenta la selección del tipo de planificación que se utilizará para el estudio. La metodología utilizada para la selección es la evaluación por puntos. En primer lugar se definen los criterios a utilizar para la selección del modelo. Los criterios de selección son:

1. Pertinencia	4. Inclusión del control y monitoreo
2. Tiempo de Ejecución	5. Flexibilidad
3. Alcance en las áreas de objeto de estudio	6. Facilidad y claridad de aplicación del proceso de planificación

Tabla 2. Criterios de Selección del Modelo

Fuente: Elaboración Propia

6.1.2. DESCRIPCIÓN DE LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN PARA EL ENFOQUE

1. **Pertinencia;** Debe ser acorde a la planificación de un territorio
2. **Tiempo de Ejecución;** El tiempo que se considere para la planeación debe ser acorde a las líneas de acción Gubernamentales.
3. **Alcance en las áreas del Objeto de Estudio;** Debe considerar a todas las áreas del objeto de estudio de manera que genere propuesta integral de solución.

4. **Inclusión del Control y Monitoreo;** El seguimiento y monitoreo en el tiempo debe ser parte de los resultados de la planificación.
5. **Flexibilidad;** Deber ser flexible y dinámica, de manera que permita adaptarse los cambios que puedan suscitarse en el tiempo.
6. **Facilidad de Aplicación del Proceso;** La claridad y facilidad de las fases de aplicación durante el proceso de planificación.

6.1.4. VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS

Criterios	Valor
Pertinente	20
Tiempo de Ejecución	20
Alcance	20
Inclusión de control	15
Flexibilidad	15
Facilidad de aplicación	10

Tabla 3: Ponderación de Criterios.

Fuente: Elaboración Propia.

6.1.5. PERTINENCIA DE LA VARIABLE CON EL CRITERIO DE EVALUACIÓN

Pertinencia de la variable con el criterio de evaluación	
1	Baja
3	Media
5	Alta

Tabla 4. Pertinencia de Variable con Criterio de Selección del Modelo.

Fuente: Elaboración Propia.

6.1.6. EVALUACIÓN DE LOS ENFOQUE EN EL ESTUDIO

Considerando la importancia que los criterios de pertinencia, plazo de ejecución y alcance del objeto de estudio tienen en el tipo de planificación a utilizar se han considerado las planificaciones estratégicas, tácticas y operativas ya que ellas contemplan como parte de sus características los criterios mencionados.

Resultados							
Tipos de planificación	**Criterios**						**Total**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	
Estratégica	5	5	5	5	5	5	5
Táctica	3	3	3	5	3	3	3.3
Operativa	3	3	3	5	3	3	3.3

Tabla 5: Evaluación de Enfoque

Fuente: Elaboración Propia.

De los tipos de planificación considerados para el estudio se considerará como planificación de base la Planificación Estratégica debido a su pertinencia con la planificación territorial, su enfoque a largo plazo, así como su enfoque global (para todas las áreas del objeto en estudio) generando propuestas de solución a través de estrategias, sin embargo también se considerará la aplicación de la planificación operativa en algunas áreas, con el fin de generar un plan que establezca acciones con un nivel mayor de detalle.

6.2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

La Planificación Estratégica[14] está diseñada para satisfacer las metas generales de la organización, así como la adopción de los cursos de acción y asignación de los recursos necesarios para su

[14] Fernández Eduardo, Planeación, Abril 2010.

cumplimiento[15], mientras la Planificación Operativa muestra cómo se pueden aplicar los planes estratégicos en el quehacer diario, representados a través de metas, procedimientos, asignación de tareas, pasos a seguir, reglas, etc. Los planes estratégicos y los planes operativos están vinculados a la definición de la misión de una organización, la cual representa la meta general que justifica su existencia. En conclusión, los planes estratégicos difieren de los planes operativos en cuanto a su horizonte de tiempo, alcance y grado de detalle, esto último es la razón por la cual son complementarios. A continuación, se muestra una tabla que detalla los elementos característicos de la planificación tanto estratégica como operativa.

Concepto	Estratégica	Operativa
Horizonte de tiempo	Más de 5 años	Diario/Semanal
Objetivo	Largo plazo	Rutinarios
Nivel de dirección	Alta	Media/Baja
Complejidad	Alta	Baja
Actividad a controlar	Resultados globales	Realizado Vs Estándar
Punto de partida	Análisis del entorno y organización	Estándares técnicos
Contenido	Amplio, general y cualitativo	Específico y cuantitativo en unidades físicas
Naturaleza de la información	Externa e intuitiva	Interna y Técnica
Grado de predicción	Bajo	Alto
Estructura de decisiones	No programadas e imprevisibles	Muy programadas

Tabla 6: Características de Planificación Estratégica y Operativa.

Fuente: Elaboración Propia.

[15] Presentación Presupuestos. Cátedra de Contabilidad Especializada, Universidad de los Andes, Prof. Zayda E. Méndez

6.3. PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

El proceso de planificación es racional y está sujeto al análisis científico de los problemas; se puede dividir en una serie de etapas lógicas y ordenadas (Eckles et al, 1982). Como todo comportamiento o acción humana, ocurre en un marco cambiante de conocimientos y normas que hace parte de la cultura y que determina la eficiencia del proceso. Según la amplitud o estrechez de dicho marco, se encontrarán mayores o menores posibilidades de planificación[16].

Al describir el proceso de planificación también se pueden identificar diversos enfoques consecuentes a la cantidad de autores que han escrito de ello. A continuación, se hará una breve descripción de etapas o pasos propuestos por algunos autores para llevar a cabo dicho proceso y finalmente se presenta un cuadro resumen Tabla 7 de las fases presentadas por estos autores.

a) ***Según Eckles et al (1982):*** la planificación se realiza de manera más efectiva siguiendo una sucesión lógica:

1) Definir el objetivo.
2) Establecer premisas y restricciones.
3) Analizar la información.
4) Desarrollar planes alternativos.
5) Elegir el mejor plan
6) Desarrollar planes derivados
7) Atender a la ejecución.

Por lo regular, el proceso de planificación se debe hacer formalmente y por escrito; pero la planificación diaria encomendada al supervisor es instintiva, e integra subconscientemente las etapas formales.

b) ***Stoner (1995)*** plantea un total de 9 pasos necesarios para desarrollar el proceso de planificación[17].

[16] Planificación del Desarrollo. Ruth Saavedra Guzmán. Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2001.

[17] Planeación Estratégica. Portal de Investigadores y Profesionales El Prisma. Investig. Amador Posadas Fátima.

1) ***Formulación de metas:*** La formulación de las metas implica comprender la misión de la organización y después establecer metas que la traduzcan a términos concretos.
2) ***Identificación de los actuales objetivos y estrategia*.** Este paso consiste en identificar los objetivos actuales de la organización y su estrategia.
3) ***Análisis ambiental*.** La finalidad del análisis ambiental consiste en descubrir las formas en que los cambios de los ambientes económicos, tecnológicos, socioculturales y político/legal de una organización la afectaran indirectamente y las formas en que influirán en ella los competidores, proveedores, clientes, organismos gubernamentales y otros factores.
4) ***Análisis de los recursos.*** Las metas y estrategias actuales de la organización también proporcionaran un marco de referencia para analizar sus recursos. Este análisis es necesario para determinar sus ventajas y desventajas competitivas. Unas y otras se refieren a las fortalezas y debilidades de la organización frente a sus competidores actuales y futuros.
5) ***Identificación de oportunidades estratégicas y riesgos.*** La identificación de la estrategia, el análisis del ambiente y le análisis de los recursos de la organización (Pasos 2, 3 y 4) se combinan en el quinto paso: descubrir las oportunidades disponibles para la organización y las amenazas que enfrenta.
6) ***Determinación del grado de cambio estratégico requerido.*** Después de analizar los recursos y el ambiente, los resultados de la estrategia actual pueden ser proyectados. Cuanto más tiempo tenga la estrategia de haber sido establecida y cuanto más estable sea el ambiente, más fácil será efectuar la proyección. A continuación los administradores pueden decidir si modifican o no la estrategia o su realización.
7) ***a. Toma de decisiones estratégicas.*** Si un cambio de estrategia parece necesario para cerrar la brecha del desempeño, el siguiente paso requiere identificar, evaluar y seleccionar enfoques estratégicos opcionales.

- **Identificación de alternativas estratégicas:** En un caso dado probablemente existan varias opciones para cerrar una brecha del desempeño. Puede entrarse a nuevos mercados, los productos claves pueden ser rediseñados para mejorar la calidad o reducir el costo, se pueden emprender inversiones, o se pueden terminar las existentes.

- **Evaluación de opciones estratégicas:** Richard P. Rumelt ha descrito cuatro criterios para evaluar las opciones estratégicas.
    1. La estrategia y sus partes componentes deben tener metas, políticas y objetivos congruentes.
    2. Debe centrar los recursos y esfuerzos en los aspectos críticos descubiertos durante el proceso de formulación de estrategias y debe distinguirlos de los aspectos sin importancia.
    3. Debe ocuparse de sus problemas susceptibles de solución; teniendo en cuenta los recursos y capacidades de la organización.
    4. La estrategia debe ser capaz de producir los resultados que se esperan.

    b. Selección de alternativas de estratégicas: Al elegir entre las posibilidades disponibles, los administradores deberán seleccionar la que mejor responda a las capacidades de su organización.

8) ***Puesta en práctica de las estrategias.*** Una vez determinada la estrategia, es preciso incorporarla a las operaciones diarias de la organización. Sin importar si la estrategia se registra en un plan estratégico formal y detallado, debe ser traducida a planes operativos apropiados.
9) ***Medición y control del progreso.*** A medida que va realizándose la introducción del plan, los administradores deberán comparar el progreso con el plan estratégico en etapas periódicas o decisivas.

c) ***Por su parte Gorostegui (1989)***[18] plantea que en la planificación ha de seguirse un enfoque lógico y bien desarrollado con las siguientes fases:

1) ***Reconocimiento de las oportunidades existentes:*** Los grandes éxitos se consiguen aprovechando las grandes oportunidades, pero, para ello, como es obvio, previamente es preciso advertir su existencia.

[18] Eduardo Pérez Gorostegui. Introducción Economía de la Empresa.

2) ***Selección de los objetivos del plan:*** El plan ha de tener algún propósito. El objetivo debe ser claro y cuantificable. Un objetivo preciso ofrece una dirección y un sentido a las demás fases de la planificación.
3) ***Identificación y creación de alternativas*:** Se han de identificar las diversas alternativas existentes para alcanzar los objetivos.
4) ***Evaluación de las alternativas*:** cada alternativa ha de ser avaluada con precisión a la vista de los objetivos. El éxito precisa un estudio cuidadoso de las ventajas e inconvenientes de cada una de las alternativas existentes.
5) ***Selección de una alternativa*:** En base a los resultados del paso anterior se escoge la alternativa que se presente como la más adecuada. Si se ha seguido las fases anteriores cuidadosamente, se puede tener confianza en que la selección es la adecuada.
6) ***Seguimiento del plan:*** Ha de efectuarse un seguimiento continuo del plan que ruede poner de manifiesto la conveniencia de alterar alguna o varias de las fases.

d) ***En el caso de Harold Koontz & Taylor O´Donnell (1967)[19]***, proponen 7 etapas necesarias para llevar a cabo la planificación, las cuales se analizan a continuación.

1) ***Conocimiento de la oportunidad:*** Aunque precede a la planificación como tal y en consecuencia no es estrictamente una parte del proceso, tener conocimiento de una oportunidad es el punto real para comenzar a planificar.
2) ***Establecimiento de objetivos*:** La primera etapa de la planificación misma es el establecimiento de objetivos. Los objetivos indican básicamente que es lo que se va hacer, donde se va a poner el primer énfasis y que es lo que se va a obtener mediante la red de políticas, procedimientos, reglas, presupuestos, programas y estrategias.
3) ***Establecimiento de premisas:*** Una segunda etapa lógica de la planificación es establecer, obtener acuerdo para utilizar y difundir las premisas críticas de la planificación. Estas son: pronóstico de datos relativos a los hechos, políticas básicas aplicables, y los planes existentes en la empresa.

[19] Planeación Estratégica. Portal de Investigadores y Profesionales El Prisma. Investig. Amador Posadas Fátim, 2008

4) ***Determinación de líneas alternativas*:** La tercera etapa en el proceso de planificación consiste en la búsqueda y examen de líneas alternativas de acción, especialmente de aquellas que no son aparentes en forma inmediata.
5) ***Evaluación de líneas alternativas*:** Una vez determinadas las líneas alternativas y examinados los puntos débiles y fuertes, la siguiente etapa es su evaluación sopesando los diversos factores y teniendo presente las premisas y metas.
6) ***Selección de una alternativa de acción:*** La quinta etapa del proceso de planificación, es el punto en el que el plan es adoptado el verdadero punto en el cual se adopta la decisión.
7) ***Formulación de planes derivados*:** En el momento que se adopta la decisión, la planificación aún no está completa, y requiere una última etapa. Existen casi invariablemente planes derivados, que deben llevarse a cabo para apoyar el plan básico. Los ejecutivos de cada segmento de la empresa hacen y ejecutan los planes necesarios para hacer de un plan básico una realidad, y esta reacción en cadena debe continuar hacia abajo, hasta que exista un plan específico para cada actividad derivada de un plan principal.
8)

Eckles et al (1982)	1. Definir el objetivo. 2. Establecer premisas y restricciones. 3. Analizar la información. 4. Desarrollar planes alternativos. 5. Elegir el mejor plan 6. Desarrollar planes derivados 7. Atender a la ejecución
Stoner (1995)	1. Formulación de metas 2. Identificación de los actuales objetivos y estrategias. 3. Análisis ambiental. 4. Análisis de los recursos. 5. Identificación de oportunidades estratégicas y riesgos. 6. Identificación de los actuales objetivos y estrategias. 7. Análisis ambiental. 8. Análisis de los recursos. 9. Identificación de oportunidades estratégicas y riesgos.

Gorostegui (1989)	1. Reconocimiento de las oportunidades existentes 2. Selección de los objetivos del plan. 3. Identificación y creación de alternativas. 4. Evaluación de las alternativas. 5. Selección de las alternativas. 6. Seguimiento del plan.
Harold Koontz & Taylor O´Donnell (1967)	1. Conocimiento de la oportunidad. 2. Establecimiento de objetivos. 3. Establecimiento de premisas. 4. Determinación de líneas alternativas. 5. Evaluación de líneas alternativas. 6. Selección de una línea de acción. 7. Formulación de planes derivados

Tabla 7: Etapas del Proceso de Planificación.

Fuente: Elaboración Propia.

De los enfoques anteriores se puede observar 7 pasos similares para el proceso de planificación:

1. Reconocimiento de la Necesidad u Oportunidad
2. Establecimiento de Objetivos/ Metas
3. Análisis de la Situación Actual
4. Identificación y Determinación de Alternativas
5. Evaluación y Selección de las Alternativas
6. Formulación y Desarrollo de Planes
7. Evaluación y Control (Seguimiento) de los Planes

Considerando la información de la tabla anterior, se pueden identificar 4 fases para la planificación que a su vez servirán de base para la presente investigación:

FASES DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA		
Nº	**Tema**	**Descripción**
1	***Análisis de la Situación Actual***: Externa e Interna: El análisis de la situación constituye un elemento clave en la planificación, dado que el plan se realiza para un destino concreto, es necesario aplicar dicho análisis al destino en cuestión. Una forma habitual de presentar el análisis es mediante la técnica FODA.	

	Externo	Incluye un análisis del mercado, de la competencia, del sector y del entorno. A partir de este se pueden definir las Oportunidades y Amenazas.
	Interno	Hace Referencia al análisis de los recursos del destino así como de los agentes implicados en el destino (sector público, privado). A partir de este se pueden definir los puntos fuertes y débiles del destino.
2	***Diagnóstico de la Situación Actual***	
	Diagnostico	Es importante diagnosticar la situación de los productos que integran el destino turístico (turismo cultural, turismo de aventuras, turismo de negocios, entre otros) basándose en su potencial de crecimiento y posición competitiva, entre otros criterios. Para el desarrollo del diagnóstico existen diferentes técnicas.
3	***Fase Estratégica***	
		Se plantea la misión del plan y los objetivos (¿a dónde se quiere llegar?)
4	***Fase Táctica /Operativa***	
		Se refiere a la elaboración de planes turísticos de actuación a corto y mediano plazo, con un calendario temporal y un presupuesto que permitirán el logro de los objetivos
5	***Fase de Medición, Control y Evaluación***	
		Para la consecución de los objetivos y metas establecidas, los planes y programas se deberán evaluar y controlar con el fin de detectar las posibles desviaciones y el establecimiento, de acciones y medidas correctoras.

Tabla 8: Fases de la Planeación Estratégica con aplicación turística.

Fuente: Serra (1998), Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo.

6.4. CARACTERÍSTICAS DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

La planificación debe tener las siguientes características[20]:

- Está Orientada hacia el futuro
- Establece el rumbo, la dirección; anticipar y percibir los cambios.
- Establece un Marco de Referencia General para una planeación más detallada (del día a día)
- Incluye al objeto de estudio en su totalidad y abarca todos sus recursos para obtener el efecto sinérgico de toda su capacidad y potencialidad.
- Orienta los recursos hacia los requerimientos de alta prioridad.
- Proporciona elementos fundamentales que permiten el seguimiento, control y la evaluación del proceso, resultados e impacto.
- Es iterativa, es decir, es un proceso unitario y continuo que no termina con la formulación de un plan determinado, sino que implica ajustes y retroalimentación cuando ello sea necesario.
- Está dirigida al logro de una visión, de una finalidad, de un objetivo, de una meta. Está orientada a conseguir resultados y cambios, facilitando y apoyando la gestión.

6.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (FODA)

6.5.1. HERRAMIENTA DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO FODA

Propósito: Identificar los puntos fuertes y débiles internos de una organización o proyecto al igual que las oportunidades y amenazas externas a las que se enfrenta[21].

Las siglas FADO (SWOT en sus siglas en inglés) corresponden a:

F = Fuerzas (S= Strenghts)

---

[20] Planificación del Desarrollo. Ruth Saavedra Guzmán. Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano,2001.

[21] Descripción General de la Planificación. CIVICUS. Por: Janet Shapiro.

A = Amenazas (T= Threats)

D = Debilidades (W= weaknesses)

O = Oportunidades (O= opportunities)

Metodología[22]

Matriz FODA: Es una estructura conceptual para un análisis sistemático que facilita la Adecuación de las amenazas y oportunidades externas con las fortalezas y debilidades internas de una organización.

Esta matriz es ideal para enfrentar los factores internos y externos, con el objetivo de generar diferentes opciones de estrategias.

El enfrentamiento entre las oportunidades de la organización, con el propósito de formular las estrategias más convenientes, implica un proceso reflexivo con un alto componente de juicio subjetivo, pero fundamentado en una información objetiva. Se pueden utilizar las fortalezas internas para aprovechar las oportunidades externas y para atenuar las amenazas externas. Igualmente una organización podría desarrollar estrategias defensivas orientadas a contrarrestar debilidades y esquivar amenazas del entorno.

Las amenazas externas unidas a las debilidades internas pueden acarrear resultados desastrosos para cualquier organización. Una forma de disminuir las debilidades internas, es aprovechando las oportunidades externas.

La matriz FODA: Conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias.

La estrategia FO. Es basa en el uso de fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechas las oportunidades externas. Este tipo de estrategia es el más recomendado. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización de sus capacidades positivas, aprovecharse del mercado para el ofrecimiento de sus bienes y servicios.

[22] Planeación Estratégica. Portal de Investigadores y Profesionales El Prisma. Investig. Amador Posadas Fátim, 2008

La estrategia FA. Trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Esto no implica que siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa, ya que a veces puede resultar más problemático para la institución.

La estrategia DA. Tiene como propósito disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo. Generalmente este tipo de estrategia se utiliza sólo cuando la organización se encuentra en una posición altamente amenazada y posee muchas debilidades, aquí la estrategia va dirigida a la sobrevivencia. En este caso, se puede llegar incluso al cierre de la institución o a un cambio estructural y de misión.

La estrategia DO. Tiene la finalidad mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas, una organización a la cual el entorno le brinda ciertas oportunidades, pero no las puede aprovechar por sus debilidades, podría decir invertir recursos para desarrollar el área deficiente y así poder aprovechar la oportunidad.

6.6. RESULTADOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

- **Analiza la situación o contexto** en el que funciona (social, político y económico), de modo que se entienda el contexto y se pueda formular una visión.
- **Identifica el problema o problemas**, dentro de una situación en la que la organización cree que está bien ubicada para tratarlo.
- **Crea parámetros (un marco) o Indicadores** que permiten monitorear sus actividades
- **Establece metas** por sí misma
- **Formula una declaración sobre la visión y la misión**, basada en un análisis e identificación de sus problemas.
- **Analiza sus puntos fuertes y débiles** a la hora de enfrentarse a los problemas identificados.
- **Identifica oportunidades y amenazas** del entorno que pudieran afectar a su trabajo.
- **Prioriza** en base al análisis las necesidades sujetas a acción.
- Propone alternativas de solución a través del establecimiento de estrategias para alcanzar sus metas y seleccionar las más apropiadas.

7. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

7.1. MARKETING ESTRATÉGICO, ETAPA DE INFORMACIÓN Y DIAGNOSTICO

7.1.1. MARKETING ESTRATÉGICO

Ante la aparición de mercados globales, el marketing estratégico[23] tiene el objetivo de descubrir lo que necesita el mercado y actuar en consecuencia, orientar a la empresa hacia la satisfacción de necesidades que constituyen oportunidades económicas atractivas para ella y por último situar la oferta en función de la demanda: vender lo que se produce o producir lo que se vende.

Para poder lograr este tipo de marketing es importante tener en cuenta estos puntos:

- La aplicación de estrategias de precios, estrategias cualitativas y de diferenciación.
- La estacionalidad es importante para saber cuándo lanzar un producto.

Por otra parte tenemos que tener en cuenta el FODA, este nos ayudara a entender cuáles son nuestras amenazas, nuestras debilidades, las fortalezas y las oportunidades. Aún y así para el marketing estratégico tenemos que tener en cuenta que las amenazas y las oportunidades son muy importantes para nosotros.

7.1.2. DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO[24]

Antes de que la empresa lance su campaña es importante hacer un diagnóstico previo de su estrategia. Para hacer este diagnóstico hay unos factores importantes que siempre tendremos que tener en cuenta:

- Análisis permanente de las necesidades del mercado para así poder desarrollar productos y servicios rentables destinados a grupos de compradores específicos.
- Analizar al competidor, así podrá diferenciarse de los competidores más inmediatos creando una ventaja competitiva sustentable.

---

[23] Marketing Turístico 5ª Ed, Philip Kotler.

[24] http://competitividadturistica.com/diagnostico-estrategico-metodologia-y-modelos-4/.

- Analizar los segmentos actuales o potenciables, teniendo en cuenta las necesidades de los consumidores y orientando la empresa hacia oportunidades atractivas, que se adapten a sus recursos y que ofrezcan un potencial de crecimiento y rentabilidad.
- Definir exactamente sus objetivos, elaborar una estrategia de desarrollo. Para esto es importante que tengamos un segmento definido así podremos tener más claros sus objetivos.
- Seguir la evolución del mercado al que vendemos, así podremos ver si nuestra campaña va a tener un futuro o simplemente es una tendencia de este momento.

7.1.3. METODOLOGÍA[25]

Antes de lanzar una estrategia tenemos que tener claro los objetivos estratégicos, es decir tenemos que definir la filosofía y misión de la empresa y Establecer objetivos a corto, medio y largo plazo para lograr la misión de la empresa, que define las actividades de negocios presentes y futuros (objetivos SMART).

En este caso la planificación estratégica es una de las características más útiles e importantes del marketing estratégico, que consiste en poder planificar, con éxito, el futuro de nuestra empresa. Para ello debemos tener en cuenta:

- Formular diversas estrategias posibles y elegir la más adecuada para conseguir los objetivos.
- Desarrollar una estructura organizativa para conseguir la estrategia.

El control también es un punto muy importante ya que tenemos que asegurar las actividades necesarias para lograr que la estrategia se cumpla con efectividad y a la vez controlar la eficacia de la estrategia para conseguir los objetivos de la organización.

[25] ¿Cómo se hace un Plan Estratégico?, Francisco Abascal Rojas.

7.1.4. OFERTAS DE MERCADO: PRODUCTOS Y SERVICIOS[26]

Las necesidades y deseos de los clientes se satisfacen mediante una oferta al mercado compuesta de cierta combinación de elementos tangibles, servicios, información o experiencias.

En la industria turística, los productos intangibles que incluyen los servicios al cliente y las experiencias son más importantes que los productos tangibles. Los directivos de complejos turísticos saben que sus clientes se quedarán con los recuerdos de su estancia, por lo que intentan crear experiencias que generen recuerdos agradables.

Una oferta de mercado incluye mucho más que productos físicos o servicios. Los consumidores deciden qué experiencias tener, qué destinos turísticos visitar, en qué hoteles pernoctar y qué restaurantes frecuentar. Para el consumidor todo esto son productos.

7.1.5. INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

El inventario de recursos turísticos está constituido por el patrimonio turístico de una determinada región. Estos recursos comprenden el conjunto de factores de orden natural, cultural e institucional que permiten la creación de una corriente de atracción hacia un determinado país o región.

La corriente de atracción generada se materializa en ingresos patrimoniales. El inventario de recursos turísticos constituye para las comunidades receptoras lo que para las empresas de otros ramos son los artículos que se tienen en existencia para la venta.

7.1.6. MERCADOS

Un mercado[27] es el conjunto de compradores actuales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo particular que se puede satisfacer mediante relaciones de intercambio.

El marketing implica que gestionar los mercados para generar relaciones rentables con los clientes. Sin embargo, la creación de esas relaciones requiere esfuerzo. Los vendedores tienen que buscar

---

[26] Marketing Turístico 5ª Ed, Philip Kotler.

[27] Marketing Turístico 5ª Ed, Philip Kotler.

a sus compradores, identificar sus necesidades, diseñar buenas ofertas para el mercado, fijar los precios de dichas ofertas, comunicarlas, almacenarlas y entregarlas. Las actividades como el desarrollo de los productos, la investigación, las comunicaciones, la distribución, la fijación de precios y los servicios posventa son actividades principales de marketing.

7.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El área de marketing de una organización no es un departamento aislado y que opera al margen del resto de la organización. Por encima de cualquier objetivo de mercado estará la misión de la organización, su definición vendrá dada por la alta dirección, que deberá indicar cuáles son los objetivos corporativos, esto es, en qué negocio estamos y a qué mercados debemos dirigirnos. Este será el marco general en el que debamos trabajar para la elaboración del plan de marketing.

Una vez establecido este marco general, deberemos recopilar, analizar y evaluar los datos básicos para la correcta elaboración del plan tanto a nivel interno como externo de la organización, lo que nos llevará a descubrir en el informe la situación del pasado y del presente.

Dentro del plan de marketing, al desarrollar la situación de una empresa dentro del mercado, hay que considerar factores externos e internos que afectan directamente a los resultados[28]. Por ello conviene incluirlos dentro de esta etapa y que serán decisivos en las siguientes. Entre los principales, podemos destacar:

- Entorno
- Imagen
- Cualificación profesional
- Mercado
- Red de distribución
- Competencia
- Productos y servicios
- Políticas

[28] http://www.marketing-xxi.com/etapas-del-plan-de-marketing-136.htm

7.2.1. ELECCIÓN DE LOS CLIENTES A LOS QUE SE VA A ATENDER[29]

La empresa debe decidir primero a quién va a atender. Lo hace dividiendo el mercado en segmentos de clientes (segmentos del mercado) y eligiendo los segmentos a los que quiere dirigir su atención (definición de segmentos objetivo de marketing).

Algunas personas creen que la dirección de marketing consiste en encontrar al mayor número de clientes posibles y hacer que aumente la demanda. Sin embargo, los directores de marketing saben que no pueden dirigirse a todos los clientes de todas las formas posibles.

Al intentar atender a todos los clientes, es posible que no lo hagan de forma rentable. En cambio, la compañía quiere seleccionar solo a los clientes que puede servir bien y de forma rentable.

7.3. MARKETING MIX - ESTRATEGIAS

7.3.1. DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS

Los objetivos constituyen un punto central en la elaboración del plan de marketing, ya que todo lo que les precede conduce al establecimiento de los mismos y todo lo que les sigue conduce al logro de ellos. Los objetivos en principio determinan numéricamente dónde queremos llegar y de qué forma; estos además deben ser acordes al plan estratégico general, un objetivo representa también la solución deseada de un problema de mercado o la explotación de una oportunidad.

Características de los objetivos

Con el establecimiento de objetivos lo que más se persigue es la fijación del volumen de ventas o la participación del mercado con el menor riesgo posible, para ello los objetivos deben ser:

- **Viables.** Es decir, que se puedan alcanzar y que estén formulados desde una óptica práctica y realista.
- **Concretos y precisos.** Totalmente coherentes con las directrices de la compañía.
- **En el tiempo.** Ajustados a un plan de trabajo.

[29] Marketing Turístico 5ª Ed, Philip Kotler.

- **Consensuados.** Englobados a la política general de la empresa, han de ser aceptados y compartidos por el resto de los departamentos.
- **Flexibles.** Totalmente adaptados a la necesidad del momento.
- **Motivadores.** Al igual que sucede con los equipos de venta, estos deben constituirse con un reto alcanzable.

7.3.2. LA ESTRATEGIA DE MARKETING MIX Y EL MIX DE MARKETING

El plan estratégico define la misión y los objetivos generales de la empresa. El papel y las actividades de marketing se muestran en la Ilustración 1, que resume las principales actividades implicadas en la gestión de la estrategia de marketing y el mix de marketing con una clara orientación al cliente. Los clientes se encuentran en el centro. El objetivo consiste en crear valor para los clientes, así como construir relaciones fuertes y rentables con los mismos.

A continuación viene la estrategia de marketing: la lógica del marketing por la que la empresa espera crear este valor para el cliente y lograr estas relaciones rentables. La empresa decide cuáles son los clientes a los que va a atender (segmentación y selección de mercados objetivo) y cómo los va a atender (diferenciación y posicionamiento). Identifica el mercado total, después lo divide en segmentos más pequeños, elige a los más prometedores y se ocupa de atender y satisfacer a los clientes de dichos segmentos.

Guiada por su estrategia de marketing, la empresa diseña un mix de marketing compuesto por los factores que tiene bajo su control: el producto, el precio, la distribución (lugar) y la promoción, es decir, las cuatro P. Para identificar la mejor estrategia de marketing y el mejor mix de marketing, la empresa realiza el análisis, la planificación, la ejecución y el control de marketing. Mediante estas actividades, la empresa observa y se adapta a los actores y fuerzas del entorno de marketing. A continuación se a analizan brevemente cada una de estas actividades.

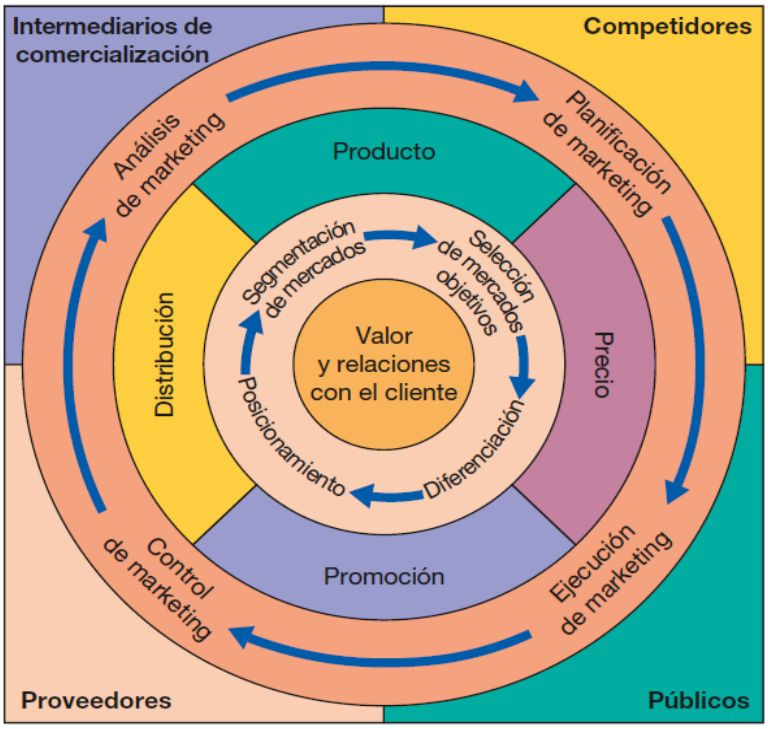


Ilustración 1: Gestión de la estrategia de marketing y del marketing mix.
Fuente: Kotler, P. y Armstrong: Principios de Marketing (Prentice Hall, Madrid).

7.3.3. ESTRATEGIA DE MARKETING ORIENTADA AL CLIENTE[30]

Para tener éxito en el actual mercado competitivo las empresas tienen que estar orientadas al cliente. Deben captar clientes de los competidores y mantenerlos después, este crecimiento debe ser consecuencia del mayor valor proporcionado, Pero antes de poder satisfacer a los clientes, una empresa tiene que comprender primero sus necesidades y deseos. Así pues, un marketing riguroso requiere un detallado análisis del cliente.

Las empresas saben que no pueden atender de manera rentable a todos los clientes de determinado mercado, al menos no a todos los clientes de la misma manera. Hay demasiados segmentos con necesidades muy diferentes donde la mayoría de las empresas pueden atender mejor a unos que a otros. Así pues, cada empresa debe dividir el mercado total, elegir los mejores segmentos y diseñar estrategias para atender a dichos segmentos de forma rentable. Este proceso implica las actividades

[30] Marketing Turístico 5ª Ed, Philip Kotler.

de **segmentación del mercado, selección de mercados objetivo, diferenciación y posicionamiento en el mercado.**

7.3.4. ANÁLISIS DE MARKETING

La gestión del esfuerzo de marketing comienza con un análisis exhaustivo de la situación de la empresa. En este sentido, el profesional de marketing debe realizar un análisis FODA, que evalúa las debilidades (D), amenazas (A), fortalezas (F) y oportunidades (O) generales de la empresa (véase la Ilustración 2).

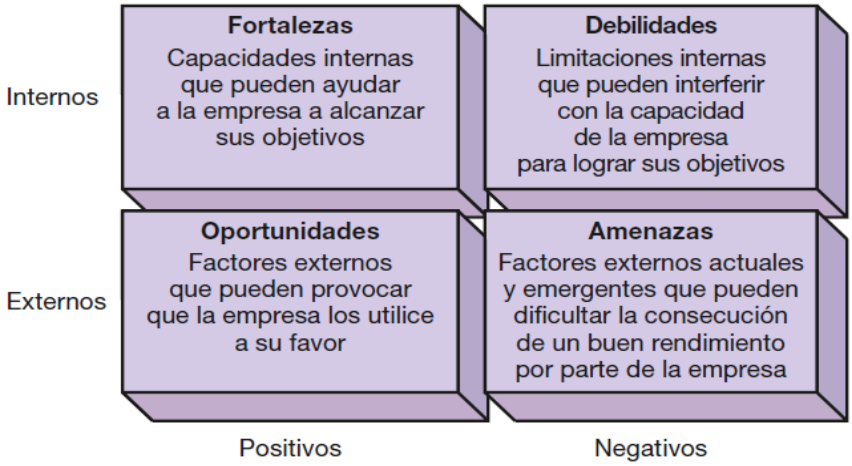


Ilustración 2: Análisis FODA.
Fuente: Marketing Turístico 5ª Ed, Philip Kotler

.

Las fortalezas incluyen las capacidades internas, los recursos y los factores circunstanciales favorables que podrían ayudar a la empresa a atender a sus clientes y alcanzar sus objetivos. Las debilidades incluyen limitaciones internas y factores circunstanciales negativos que pueden interferir en el rendimiento de la empresa. Las oportunidades son factores o tendencias favorables en el entorno externo que la empresa podría explotar con ventaja. Posteriormente, las amenazas son factores o tendencias externas desfavorables que pueden dificultar la consecución de un buen rendimiento.

La empresa debe analizar sus mercados y su entorno de marketing para encontrar oportunidades atractivas e identificar las amenazas del entorno. Asimismo, tiene que analizar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como sus acciones de marketing actuales y posibles para determinar cuáles son las mejores oportunidades que hay que explotar. El cometido último consiste en ajustar las fortalezas de la empresa con las oportunidades atractivas del entorno a la vez que se eliminan o superan las debilidades y se minimizan las amenazas.

7.3.5. PLANIFICACIÓN DE MARKETING

La planificación de marketing implica la toma de decisiones sobre las estrategias de marketing que ayudarán a la empresa a alcanzar sus objetivos estratégicos generales. Es necesario disponer de un plan de marketing detallado para cada área de negocio, producto o marca. El plan parte de un resumen ejecutivo, que revisa rápidamente las principales valoraciones, metas y recomendaciones. La parte principal del plan presenta un detallado análisis FODA de la actual situación de marketing, así como de las oportunidades y amenazas potenciales. Una estrategia de marketing se compone de estrategias específicas dirigidas a los mercados objetivo, el posicionamiento, el mix de marketing y los niveles de gastos de marketing. En esta sección se muestra a grandes rasgos cómo la empresa acomete la tarea de crear valor para los clientes objetivo para poder capturar, a cambio, valor proveniente de ellos.

7.3.6. EJECUCIÓN

El hecho de que la empresa haya desarrollado una estrategia clara y unos programas bien planteados puede no bastar, porque puede fallar en la ejecución de los mismos. Los empleados de la compañía deben compartir un estilo de comportamiento y comprender y creer en la estrategia de la compañía. La compañía debe comunicar su estrategia a los empleados, que deben comprender y creer, además de implicarse en su implantación. Para conseguirlo, la empresa debe tener los recursos necesarios, incluida la capacitación necesaria de los empleados para llevarla a cabo.

7.3.7. CONTROL DE RESULTADOS Y RETROALIMENTACIÓN

La empresa necesita controlar los resultados y los acontecimientos que sucedan en el entorno. Los entornos cambian. Cuando esto suceda, la compañía necesitará revisar sus estrategias u objetivos.

Peter Drucker señala que es más importante «hacer bien algo concreto» (efectividad) que «hacer las cosas bien» (eficiencia). Cuando una organización fracasa a la hora de reaccionar ante el cambio del entorno, se hace cada vez más difícil recuperar la posición perdida. Las organizaciones, en especial las grandes, tienen mucha inercia. A pesar de ello, pueden cambiar con un liderazgo adecuado, probablemente con anterioridad a una crisis.

CAPITULO II

MARCO LEGAL

CAPITULO II: MARCO LEGAL

1. INSTRUMENTOS REGULATORIOS AL TURISMO

1.1. ÁMBITO INTERNO

1.1.1. LEY DE TURISMO

En primer lugar, tenemos la Ley de Turismo creada bajo el decreto legislativo N. 899 el 10 de Diciembre de 2005. Dicha Ley consta de 10 Capítulos y 41 artículos en los que se plasma el interés y apoyo del Gobierno en promover el desarrollo económico y social del país a través del sector turismo y de sus diferentes elementos que apuestan/aportan a este mismo objetivo.

La Ley de Turismo se basa en el Art. 101, inciso del I al IV de la Constitución de la República de El Salvador, los cuales reflejan el interés Nacional por estimular el desarrollo turístico a través de los recursos con los que cuenta el país considerando su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, que tienen gran potencial de desarrollo turístico. Como lo enuncia el Art. 1 de la Ley de Turismo en El Salvador.

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.

La Ley obliga el apoyo a los distintos proyectos turísticos de interés nacionales a través de sus distintas instituciones de gobierno, como lo son la Secretaria de Estado, Ministerio de Hacienda, entre otros, los cuales otorgan incentivos fiscales a todas aquellas empresas turísticas que contribuyan a fortalecer el desarrollo del país. Entre otros aspectos que la Ley considera están:

Toda empresa turística tendrá la obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo, el cual tendrá jurisdicción nacional y dependerá de CORSATUR, quien ejercerá su administración y control además las empresas presentaran toda la documentación legal necesaria. Asignar infracciones y sanciones para aquellas empresas turísticas que suministren datos falsos a entidades u organismos de gobierno y obtener de esta manera beneficios fiscales para otros fines ajenos a la actividad incentivada.

Fomentar la industria turística promoviendo el desarrollo turístico del país, el incremento de inversiones nacionales y extranjeras para ese fin, y la descentralización y aumento de oportunidades de empleo en zonas turísticas del país prestado por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

1.1.2. LEY NACIONAL DE MEDIO AMBIENTE

Art. 1: La ley tiene por objeto desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refiere a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones; así como también, normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes en general; y asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador en esta materia.

Para el presente proyecto se tomarán en cuenta los siguientes artículos de esta legislación:

Art. 12 al 15: Incorporación de la dimensión ambiental en los Planes de Desarrollo y Ordenamiento del Territorio.	La dimensión ambiental debe ser incorporada en todas las políticas, planes y programas nacionales, regionales y locales de desarrollo y ordenamiento del Territorio.
Art. 16 al 29: Sistema de evaluación ambiental.	Establece los instrumentos para llevar a cabo el proceso de evaluación ambiental, considerando los siguientes instrumentos: • Evaluación Ambiental Estratégica; • Evaluación de Impacto Ambiental; • Programa Ambiental; • Permiso Ambiental; • Diagnósticos Ambientales; • Auditorías Ambientales; y • Consulta Pública.
Art. 32 al Art. 38: Incentivos Ambientales;	Conjuntamente con el Ministerio de Economía y el de Hacienda, se establecen programas de incentivos ambientales para facilitar la reconversión de procesos y actividades contaminantes, o que hagan uso excesivo o

	ineficiente de los recursos naturales. Además se incluyen beneficios fiscales para quienes realicen procesos, actividades, proyectos o productos ambientalmente sanos o apoyen la Conservación de los recursos naturales. El Banco Multisectorial de Inversiones establecerá líneas de crédito para que el sistema financiero apoye a la pequeña, mediana y microempresa, a fin de que puedan oportunamente adaptarse a las disposiciones de la presente ley.
Art. 46 al 50 Y Art.52: Prevención y Control de la Contaminación;	Se establece un control eficaz en materia de normatividad del uso o protección del agua, el aire y el suelo, la capacidad de estos recursos como medios receptores.
Art. 62: Permisos de Aprovechamiento de Recursos Naturales;	En el permiso ambiental de aprovechamiento de recursos naturales, deberán incluirse las disposiciones específicas de protección al medio ambiente.
Art. 65: Uso y Aprovechamiento de los Recursos Naturales Renovables;	Se deberá asegurar la sostenibilidad de los recursos naturales renovables, su cantidad y calidad, protegiendo adecuadamente los ecosistemas a que pertenezcan.
Art. 70 al 71: Gestión y Uso de las aguas y Ecosistemas;	Los ecosistemas acuáticos deben ser manejados tomando en cuenta las interrelaciones de sus elementos y el equilibrio con otros.
Art. 77: Gestión y aprovechamiento sostenible de los bosques:	Se deben aplicar mecanismos que faciliten y promuevan la reforestación de los bosques.
Art. 78: Sistema de Áreas Naturales Protegidas;	Se deben aplicar reglamentos y estrategias de conservación y manejo sostenible de áreas naturales protegidas.
Art. 82: Recursos Naturales No Renovables;	Previo a la concesión o permiso para la explotación de recursos naturales no renovables, el interesado deberá presentar un Estudio de Impacto Ambiental

Art. 86 al 90: Infracciones, Sanciones, Delitos y Responsabilidad Ambiental.	El no cumplimiento de las obligaciones que impone esta ley, constituyen infracciones, y a su reglamento, las acciones u omisiones Cometidas por personas naturales o jurídicas, inclusive el Estado y los Municipios.

Tabla 9: Resumen de la ley nacional de medio ambiente
Fuente: Ley nacional de Medio Ambiente.

1.1.3. REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DEL MEDIO AMBIENTE

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

Tipo de Evaluación	Obligaciones con relación a la evaluación
A. Evaluación Ambiental	• Art. 15: Obligaciones del Titular con relación a la Evaluación Ambiental; • Art. 16: Contenido del Informe de la Evaluación Ambiental Estratégica; • Art. 17: Presentación y Aprobación de los Informes de Evaluación Ambiental Estratégica; • Art. 18: Etapas del Proceso de la Evaluación del Impacto Ambiental; • Art. 20 y 21: Presentación y Contenido del Impacto Ambiental; • Art 22: Categorización de actividad, obra o proyecto de acuerdo al impacto ambiental que pueda generar; • Art. 23: Contenido de Estudio de Impacto Ambiental; • Art. 28: Estudio de Riesgo; • Art. 29 y 30: Recepción y Análisis del Estudio de Impacto Ambiental; • Art. 34: Emisión de Permiso Ambiental; • Art. 36 y 37: Auditorías de Impacto Ambiental y su procedimiento.
B. Incentivos o Desincentivos Ambientales	• Art. 55: Tipos de Instrumentos para el programa de Incentivos o Desincentivos Ambientales; • Art. 56: Premio Nacional de Medio Ambiente; • Art 57 y 58: Sellos Verdes y Eco etiquetas; • Art 62: Educación y formación Ambientales.
C. Prevención y Control de la Contaminación.	• Art. 65 y 66: Fuentes fijas y móviles de contaminación atmosférica

	• Art. 69: Criterio de Uso para protección de Recursos Hídricos. b) Uso del agua con fines turísticos.
D. Ecosistemas	Art. 85 al 95: Sistema de Áreas Naturales Protegidas y responsabilidades; Art 96 al 101: Aguas y Ecosistemas Acuáticos. Derecho y Permiso Ambiental para el aprovechamiento de Aguas; Art. 106-108: Manejo de Suelos y Ecosistemas Terrestres; Art. 109: Gestión y Aprovechamiento Sostenibles de los Bosques.

Tabla 10: Resumen de la Ley general de medio ambiente
Fuente: Ley general de Medio Ambiente.

1.1.4. LEY DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

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

La 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.

Para el presente proyecto se tomaran en cuenta los siguientes artículos de esta legislación:

Art. 9, 14, 16: Sistema y Manejo de Áreas Naturales Protegidos;	Se considera Área Natural protegida a: los humedales continentales y artificiales, cráteres, lavas, farallones, lagos y lagunas, arrecifes coralinos y rocosos naturales o artificiales y acantilados forman parte del patrimonio natural del Estado, y mientras no se demuestre titularidad privada, se consideran bienes nacionales.
Art. 30: Uso Público en Áreas Naturales Protegidas;	El uso público de las Áreas Naturales Protegidas es un derecho de la ciudadanía.
Art. 33: Autorizaciones para realizar actividades, obras o	El Ministerio de Medio Ambiente tiene la facultad de autorizar a personas naturales o jurídicas para realizar actividades, obras o proyectos, compatibles con los

proyectos en Áreas Naturales Protegidas;	objetivos de las Áreas Naturales Protegidas, sin perjuicio de cumplir previamente con los requerimientos establecidos en la Ley del Medio Ambiente.
Art. 39: Mercado de Servicios Ambientales;	Las Áreas del Sistema, públicas o privadas, municipales y de instituciones autónomas podrán participar en mercados de servicios ambientales y sus propietarios gozarán de los beneficios que de ellos se deriven.
Art. 42, 43, 44, 45: Infracciones Leves, Graves y muy Graves.	Se debe evaluar el grado de la infracción, considerando la alteración, daño o destrucción de los recursos contenidos en el área natural protegida, las implicaciones de restauración y la capacidad económica del infractor. En todo caso, siempre que se sancione una infracción de las establecidas en la presente ley, se ordenará al infractor la restauración o reparación del daño causado, señalado un plazo para que se realicen las obras necesarias.

Tabla 11: Resumen de la ley de Áreas naturales protegidas
Fuente: Ley de áreas naturales protegidas.

1.1.5. POLÍTICA DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

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

Equilibrio Dinámico: Es la búsqueda permanente del equilibrio, que es la condición deseada entre los pilares del desarrollo sostenible: económico, ecológico y social;

Responsabilidad Compartida: La conservación de los recursos naturales y el medio ambiente es responsabilidad de la sociedad salvadoreña, lo cual implica que todos tenemos obligación y derecho a velar por que se haga un uso sostenible de los recursos naturales, en tal sentido se propiciará la gestión privada de las áreas naturales protegidas;

Interés Social: El establecimiento de las áreas naturales protegidas, los recursos contenidos en ellas y los beneficios que provienen de los servicios ambientales que prestan deben ser compartidos por los diferentes sectores de la sociedad, prevaleciendo el interés general sobre el particular.

Objetivo de la Política: Lograr el manejo sostenible de las áreas naturales protegidas, haciendo que los beneficios que de ellas se deriven, trasciendan a los diferentes sectores de la sociedad y se compartan equitativamente.

1.1.6. LEY DE PROTECCIÓN ESPECIAL AL PATRIMONIO CULTURAL

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

Para el presente proyecto se tomarán en cuenta los siguientes artículos de esta legislación:

Art. 2 al 8: Definición de Patrimonio Cultural y Campo de Aplicación de la Ley;	Se consideran Bienes Culturales los que sean de naturaleza antropológica, paleontológica, arqueológica, prehistórica, histórica, etnográfica, religiosa, artística, técnica, científica, filosófica, bibliográfica y documental.
Art. 9 al 14: Propiedad, Posesión y Tenencia de los Bienes Culturales;	Los Bienes Culturales pueden ser de propiedad Pública y Privada. Son de Propiedad Pública, todos aquellos bienes que se encuentren en poder de las dependencias gubernamentales, instituciones oficiales autónomas o municipales. Son de Propiedad Privada, los que corresponden a personas naturales o jurídicas de derecho privado.
Art. 15 al 32: Registro de Bienes Culturales;	Los propietarios y poseedores de los bienes culturales, deben inscribirlos en el Registro y someterlos al proceso de reconocimiento e identificación establecidos.
Art. 33 al 39 Goce de los Bienes Culturales;	Todos los bienes culturales están destinados al goce de los habitantes de la República de El Salvador.
Art. 40 al 43 Conservación y Salvaguardia de los Bienes Culturales;	El área, zona, sitio cultural o histórico comprende las superficies adyacentes o anexas que forman un solo cuerpo y todos los muebles que puedan considerarse cuerpo consustanciales con los edificios,

	y en general, todos los objetos que estén unidos de una manera fija o estable. Desde el momento que se inicie el procedimiento para reconocer un bien cultural inmueble, se Suspenderán las licencias concedidas para que en él se realicen lotificaciones, parcelaciones, edificaciones o demoliciones. No se concederán nuevas licencias. Asimismo, se suspenderá toda obra iniciada y no podrá continuarse sino con la autorización respectiva.
Art. 44 al 52 Prohibiciones, Autorizaciones y Sanciones;	Se prohíbe cambiar los nombres de lugares autóctonos con los cuales son conocidos los bienes culturales, las poblaciones, lugares históricos, áreas, zonas o sitios culturales de El Salvador, parajes turísticos, calles, avenidas o carreteras, monumentos, plazas, jardines, ríos, lagos, volcanes, cerros, o cualquier otro lugar o espacio geográfico del territorio nacional. De igual manera a nombres históricos y culturales.
Art.53 Incentivos Fiscales.	Se excluyen del impuesto sobre el Patrimonio los Bienes incluidos en el tesoro Cultural Salvadoreño; los gastos efectuados por el propietario o poseedor en la conservación, restauración o salvaguarda de dichos bienes.

Tabla 12: Resumen Ley De Protección Especial Al Patrimonio Cultural
Fuente: Elaboración Propia.

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

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

Para los efectos indicados, el Ministerio de Educación, dictará todos los acuerdos, disposiciones y resoluciones que fueran necesarios para el mejor cumplimiento de la Ley Especial y del presente Reglamento.

Para el presente proyecto se tomaran en cuenta los siguientes artículos de este reglamento:

Art 3 al 7: Reconocimiento y Declaración de los Bienes Culturales;	Se debe determinar la aplicación provisional de las medidas de protección, conservación y salvaguarda, restricciones y prohibiciones de los bienes culturales**.**
Art 8 al 10: Concepto de Bienes Culturales;	Se consideran como bienes culturales los pertenecientes a las épocas Precolombinas, Colonial. Independencista, Post Independencista, así como los de la época Contemporánea que merezcan reconocimiento de valor cultural. Además de esto, también la Arqueología, la prehistoria, la historia, la literatura, el arte, la ciencia, y para la cultura en general de debe tener en cuenta la rareza o el hecho de encontrarse en vías de extinción.
Art 19 al Art 22: Relación con los Municipios;	Los bienes culturales que estén bajo posesión o propiedad del municipio, este está obligado a su conservación y salvaguarda y facilitar la comunicación y exhibición pública de los mismos.
Art. 23 al 27: Medidas de Protección;	Se deben adoptar medidas de protección que se consideren necesarias cuando causando daño o esté en peligro inminente de sufrirlo o de ser destruido cualquiera de los bienes culturales.
Art. 61 al 65: Establecimientos Comerciales;	Todo local dedicado a la comercialización de bienes culturales debe cumplir con las normas legales, nacionales y municipales aplicables; así como también debe contar con las condiciones ambientales y de seguridad que favorezcan la conservación y preservación de los bienes culturales.
Art. 69 al 73: Áreas, Zonas y Sitios;	Para todo aquel inmueble que posee valor arqueológico, histórico o artístico, se deberá determinar su extensión, linderos o colindancias.
Art. 74 al 90: Medidas de Conservación y Salvaguarda;	Los bienes culturales muebles e inmuebles están sujetos a la conservación, salvaguarda y restricciones que la ley especial de protección al patrimonio cultural y su reglamento.
Art. 92 al 100: Goce de Bienes Culturales;	Se debe permitir la visita del público a los bienes culturales.

Art. 101 al 104: Sanciones y Responsabilidad Penal;	Se debe sancionar a la persona responsable cuando se comentan infracciones a esta ley.
Art. 105: Patrimonio Lingüístico, Nombres Autóctonos, Históricos y Culturales;	Se debe cumplir con el artículo 44 de la ley especial.
Art. 109: Incentivos Fiscales.	Los gastos efectuados por el poseedor o propietario de bienes culturales para su conservación, restauración o salvaguarda, serán deducibles los efectos del impuesto sobre la renta.

Tabla 13: Reglamento de la Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador
Fuente: Ley Especial de Protección al patrimonio Cultural de El Salvador.

1.1.8. CÓDIGO MUNICIPAL

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

TITULO III: De la competencia municipal y la asociatividad de los municipios; CAPITULO I: De la competencia municipal: Art. 4.- Compete a los Municipios:	• 1. La elaboración, aprobación y ejecución de planes de desarrollo local. • 4. La promoción y de la educación, la cultura, el deporte, la recreación, las ciencias y las artes; • 7. El impulso del turismo interno y externo y la regulación del uso y explotación turística y deportiva de lagos, ríos, islas, bahías, playas y demás sitios propios del municipio; • 18. La promoción y organización de ferias y festividades populares;
TITULO III: De la competencia municipal y la asociatividad de los municipios; CAPITULO II: De la asociatividad de los municipios: Art.11 al Art.14.	• Los Municipios podrán asociarse para mejorar, defender y proyectar sus intereses o concretar entre ellos convenios cooperativos a fin de colaborar en la realización de obras o prestación de servicios que sean de interés común para dos o más municipios.

Tabla 14: Resumen de las aplicaciones del código municipal

Fuente: Código Municipal.

1.2. INSTRUMENTOS DE DESARROLLO

1.2.1. REGISTRO NACIONAL DE TURISMO

El Registro Nacional de Turismo, conocido por sus siglas RNT, tiene como objetivo principal inscribir empresas turísticas nacionales como internacionales que operen en el país, en los rubros de: alojamiento, alimentación, recreación, información y transporte.

1.2.2. LEY DE CORSATUR

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

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

Según cita el artículo 2 de esta ley "La corporación tendrá como finalidad el desarrollo del sector turismo a través de las siguientes actividades:

a. Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales; los cargos asignados en dicho comité serán de carácter ad-honorem. El reglamento de esta ley regulara la constitución y operación de dichos comités."

1.2.3. POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

Hacer del turismo un eje fundamental hacia el desarrollo sostenible en lo económico, social y cultural, estimulando proyectos turísticos estratégicos regionales, locales y nacionales, promoviendo en el mundo la marca **"**El Salvador" y reconociendo a los municipios un papel central en el desarrollo del sector turístico.

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

1.3. INSTRUMENTOS DE FOMENTO

En el país existe leyes que regulan y garantizan toda tipo de inversión que se realice en el país, independientemente hacia donde esté dirigida la inversión. A continuación, se menciona las leyes existentes y algunos de los elementos que la conforman**:**

1.3.1. LEY DE INVERSIÓN

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

1.4. INSTITUCIONES REGULADORAS DEL SECTOR TURÍSTICO

1.4.1. MINISTERIO DE TURISMO

El Ministerio de Turismo (MITUR) es la institución rectora en materia de turismo, le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo. MITUR, es creada por medio del Decreto Ejecutivo Numero 1 de fecha, el 1 de junio de 2004, publicado en el Diario Oficial Número 100, Tomo No. 363, de fecha 1 de Junio de 2004.

Esta institución es la que se encarga de financiar los proyectos turísticos, los cuales son gestionados por el CORSATUR y quiénes son los que deciden qué proyectos tienen potencial a largo plazo.

Como componente de su visión para este período se encuentra: el eje de desarrollo sostenible y el establecimiento de polos de desarrollo, y como elementos integradores de la misión se encuentran: Fomentar y estimular la oferta y productos turísticos locales, el desarrollo local juega el papel central en el desarrollo del sector turístico.

Como todo plan de desarrollo turístico este debe de considerar el papel de las instituciones nacionales y su apoyo dentro del proyecto. Algunas de las funciones que al MITUR le compete y que son de vital importancia para el plan de desarrollo turístico son:

- Elaborar, formular, planificar y ejecutar la política y el plan nacional de turismo, así como formular los proyectos normativos;
- Fomentar las industrias del turismo
- Fomentar el turismo interno y hacia el país;
- Gestionar en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores la cooperación internacional relativa al mantenimiento de la Infraestructura y las zonas turísticas;
- Coordinar con otros ministerios, entes autónomos e instituciones, lo pertinente a la atracción, creación y supervisión de inversiones y proyectos turísticos;

1.4.2. CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) es la institución gestora del desarrollo turístico del país. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que el sector se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población, en forma sostenible.

Esto último refleja el aporte que CORSATUR brinda a iniciativas, como el plan de desarrollo turístico, ya que uno de sus compromisos es mejorar la calidad de vida de las personas que se benefician de estos proyectos, a través de la gestión de recursos y coordinación intersectorial para la iniciativa.

CORSATUR apoya a otras instituciones, públicas y privadas, en la promoción del rescate de los valores naturales, culturales e históricos del país con la finalidad de convertirlos en atractivos turísticos.

CORSATUR es una entidad joven, nacida el 25 de Julio de 1996, por medio del Decreto Legislativo N° 779. Uno de los objetivos estratégicos de la organización, es gestionar el

establecimiento de un marco regulatorio básico que permita el desarrollo de las actividades turísticas dentro de un ámbito ordenado, seguro y confiable.

1.4.3. SECRETARIA DE LA CULTURA

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

Para conseguir sus objetivos la Secretaría de la Cultura se coordina con otras instituciones del Gobierno Central.

1.4.4. MINISTERIO DE ECONOMÍA

Promover el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos.

Contribuir al desarrollo de la competencia y competitividad de actividades productivas tanto para el mercado interno como para el externo a través de la promoción de las inversiones y del crecimiento de las exportaciones mediante un esquema claro y transparente de acción que impida la existencia de barreras discrecionales a los agentes económicos.

Definir la política comercial del país, el seguimiento e impulso a la integración económica centroamericana, fortalecer los flujos de comercio e inversión y el desarrollo de las negociaciones comerciales con terceros países y organismos multilaterales. Los enunciados anteriores muestran la Visión y Misión del Ministerio de Economía.

El Ministerio de Economía cuenta con diferentes programas de apoyo a los distintos sectores productivos del país. Dentro de estos programas, se ha considerado impulsar y apoyar el turismo como sector de desarrollo social y económico nacional.

1.4.5. FONDO DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Iniciativa de Fomento a las Exportaciones, Calidad, Asociatividad, Productividad e Innovación siempre y cuando apoye el fortalecimiento competitivo de las MIPYMES, a través de

Cofinanciamiento No Reembolsable. El Fomento a las Exportaciones se hace a través del Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO).

Dentro de sus líneas de Apoyo se encuentra el sector Turismo, el cual consiste en el cofinanciamiento no reembolsable de actividades elegibles para promocionar al país como destino turístico. El aporte máximo del fondo para las iniciativas apoyadas bajo la línea de turismo será de un cofinanciamiento de 50%. Dentro de las actividades apoyadas se encuentran: Participación en ferias y misiones comerciales del sector, diseño y producción de material promocional, Asesorías y consultorías especializadas para el sector.

1.4.6. OFICINA NACIONAL DE INVERSIONES

Dentro del Fomento Productivo y Capacidad empresarial se encuentra la Dirección de Comercio e Inversiones, de la cual se desprende la Oficina Nacional de Inversiones (ONI) esta es la dependencia encargada de facilitar, centralizar y coordinar los procedimientos gubernamentales que deben cumplir los inversionistas nacionales y extranjeros para la ejecución de sus diversas obligaciones económicas, mercantiles, fiscales, migratorias y de cualquier otra índole; así como para generar estadísticas sobre dichas inversiones.

LA ONI cuenta con el departamento de Transferencias de Capital, entidad relacionada con las Empresas de la Rama Hotelería en el caso de que el Capital fuese Extranjero para lo cual es necesario contar con el Registro del Capital Extranjero en este Departamento.

1.4.7. MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES

La relación de El Ministerio de Medio Ambiente y el Sector Turístico sólo se puede dar en los siguientes casos:

Proyectos Nuevos:

- Llenar y presentar Formulario Ambiental (de acuerdo al tipo de proyecto, obra o actividad): El Formulario Ambiental, deberá ser presentado por el titular o el representante legal debidamente acreditado, de toda nueva actividad, obra o proyecto o que pretenda realizar ampliación, rehabilitación o conversión del desarrollo que requiera Permiso Ambiental. El

Formulario Ambiental, será presentado al Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, con una nota de remisión.

- Elaborar un Estudio de Impacto Ambiental: El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales emitirá, en un plazo máximo de veinte días hábiles a partir de la recepción del formulario ambiental, la resolución sobre la procedencia de presentación de un estudio de impacto ambiental de la actividad, obra o proyecto, la cual será acompañada de los lineamientos de términos de referencia para elaborar el Estudio de Impacto Ambiental
- Aprobación del Estudio de Impacto Ambiental: La Dirección de Gestión Ambiental del MARN emitirá según sea el caso el dictamen técnico respectivo, el cual es la base para que la Dirección de Asesoría Legal notifique el monto y plazo de la fianza. El plazo para la emisión del permiso ambiental posterior a la presentación de la fianza es de 10 días hábiles. El titular debe conocer que el permiso ambiental no constituye una autorización para el inicio de la ejecución del proyecto, ni excluye de obtener las autorizaciones necesarias de otras instituciones competentes.

1.4.8. MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL

El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social es el Organismo encargado de determinar, planificar y ejecutar la política nacional en materia de Salud; dictar las normas pertinentes, organizar, coordinar y evaluar la ejecución de las actividades relacionadas con la Salud. Parte del esfuerzo del Ministerio se enfoca en garantizar la calidad del agua para consumo humano, el tratamiento adecuado de los desechos resultados de cualquier actividad, La eliminación y control de insectos vectores, roedores y otros animales dañinos, higiene de los alimentos para consumo de las personas, el saneamiento y buena calidad de las construcciones en general, saneamiento de lugares públicos y de recreación, higiene y seguridad en el trabajo, entre otras actividades.

Los negocios en los cuales se interactúa mucho con los clientes, tales como hoteles y restaurantes, están considerados en el Código de Salud, en los aspectos de higiene, calidad del agua y alimentación. Según el artículo 101 del Código de Salud los edificios destinados a al servicio público como los Hoteles no podrán abrirse, habitarse ni funcionar o ponerse en explotación, sin el permiso escrito de la autoridad de salud correspondiente.

Así también según el Código de Salud en el artículo 105 se recalca el hecho que los hoteles y algunos negocios análogos no podrán abrirse siquiera sin la autorización de la oficina de Salud Pública correspondiente; que la dará mediante el pago de los respectivos derechos y la comprobación de que están satisfechas todas las prescripciones que establece el Código, además si los empresarios desean renovar la patente de los negocios no podrán hacerlo si no presentan el permiso o licencia extendida por la autoridad de salud respectiva. Para que los hoteles logren obtener el permiso sanitario es necesario que se presenten a la unidad de salud más cercana para iniciar los trámites, en la cual se recibe una memoria donde se explican las condiciones del servicio a ofrecer por el negocio, datos básicos como la cantidad de habitaciones, extras como salones especiales, piscinas, etc. Propias para cada hotel.

Se realiza una inspección donde se debe evaluar todos los aspectos sanitarios posibles del hotel como el manejo de desechos sólidos, higiene de las locaciones, manejo de las materias primas para la cocina, condiciones de almacenamiento, manejo de alimentos cocidos, emisiones de la cocina, ventilación e iluminación general, condiciones de las paredes y pisos, entre otros.
Los encargados de realizar estas verificaciones son los inspectores designados por cada unidad de salud, los cuales deben identificar si existen o no disconformidades con lo establecido en las normas técnicas que pueden aplicarse al establecimiento. Si existieran disconformidades con las normas entonces se deben establecer plazos negociados con el dueño del negocio para que se corrijan para luego someterse a evaluación nuevamente.

El director de la unidad de salud extiende el permiso sanitario cuando las disconformidades desaparecen, indistintamente si es un hotel o no, los permisos tienen una validez de un año, cuando el plazo termina debe solicitarse una renovación que implica realizar nuevamente la inspección y evaluación; salvo los permisos para servicios de restaurante, donde la cocina debe ser inspeccionada cada 6 meses, que es el periodo que el permiso tiene de validez.
Según el Ministerio de Salud, para los hoteles a nivel nacional no se tienen normas específicas que deban cumplir, pero aquellas normas técnicas que pueden ser aplicadas en la evaluación

efectivamente se toman en cuenta, tales como las normas técnicas de calidad del agua, la de cuartos fríos y transporte de materia prima para cocina.

Es decir, que en ocasiones las normas técnicas a cumplir por los hoteles y que son oficiales del Ministerio de Salud, son las que se orientan a los alimentos, por lo tanto únicamente aplica para los hoteles cuyos servicios se extienden a las de un restaurante, recibiendo inspecciones periódicas al área de restaurante, aproximadamente cada 4 meses, es decir tres visitas al año.

Para ello se utilizan una serie de formatos o instrumentos de evaluación para las áreas críticas de verificación en las cocinas, tales como manipulación de alimentos, almacenamiento, e incluso si es posible se investiga las condiciones de los vehículos utilizados.

1.4.9. POLICÍA NACIONAL CIVIL

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

1.4.10. ALCALDÍA MUNICIPAL

Cada municipio está subordinado a una alcaldía o municipalidad que ordena y organiza la vida civil y política de este territorio a su vez está regido por un alcalde y su consejo, desde este se realizan reuniones que terminan en decisiones políticas, que se les llama ordenanzas, que norman o disponen del uso del suelo y de otras actividades comerciales, habitacionales, turísticas, limpieza, etc. De ahí la importancia de conocer y contactar con las autoridades legalmente elegidas por la población.

CAPITULO III

MARCO CONTEXTUAL

CAPITULO III: MARCO CONTEXTUAL

1. GENERALIDADES DEL TURISMO

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejora la formación desarrollando planes educativos especializados. El objetivo de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Según la Organización Mundial del Turismo O.M.T.). Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados, fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la “contribución económica“ del turismo que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante

la CST[31], y el "impacto económico" del turismo, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos.

Existen tres formas fundamentales de turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional.

1.1. ETIMOLOGÍA DEL VOCABLO TURISMO

En principio la palabra turismo es atribuida al sajón antiguo Torn (Inglaterra). De los cuales, se desprendían los vocablos Torn-us (lo que da vueltas) y Torn-are (dar vueltas). Raíz que implicaba una partida con regreso, y se utilizó durante el siglo *XII* en los viajes de descanso que emprendían los campesinos.[32]

En sajón, los sustantivos de origen del verbo son denominados con el sufijo –er. Lo cual dio origen a Torn-er aquel que se desplazaba para luego volver a su punto de partida. Durante la burguesía el termino er se sustituye por el latín iste y griego isme, para así alcanzar en el siglo XX la denominación de tour-ist (e) y la actividad que de su acción deriva bajo Tour-ism.

En castellano, ambos adquieren la denominación de Turismo y Turista en el mismo siglo; esta es la consideración de la escuela latina.[33] No obstante, otra corriente (la escuela onomástica – inglesa) considera que el origen del concepto turismo no se encuentra en una raíz lingüística sino que está vinculado a un apellido de la aristocracia francesa – De la Tour. La prueba empírica a esta hipótesis se encuentra cuando Carlos V en 1516 firma un tratado de relaciones con Inglaterra. Al celebrar

[31] Programa de certificación turística, impulsado por SALVANATURA (organización privada sin fines de lucro) incluye 2 sellos medio ambientales de reconocimiento internacional, en El Salvador a partir 17 de oct 2014.

[32] Enfoque etimológico dado por: Fernández Fuster, 1967.

[33] Integrantes de la Escuela latina que defendían la denominación turismo y turista en lengua latín: (Jiménez Guzmán, 1986) (Fernández Fuster, 1978) (Boyer, 1982). Pero no todos los investigadores concebían esto, para el máximo exponente de la Escuela Semítica: Arthur Houlot (1961), el término turismo deriva de la lengua del arameo antiguo. Según este autor, en este idioma se utilizaba el término Tur para los viajes, la exploración y el traslado de personas. A diferencia, de Fernández Fuster, Houlot piensa que el término Tur (de alguna u otra manera) se posicionó en las lenguas europeas latinas y sajonas de la misma forma.

dicho convenio, el rey le entrega la exclusividad del transporte comercial a una familia aristócrata llamada De la Tour. De esta manera, Neil Leiper sostiene que esta familia organizó los primeros viajes de comerciantes ingleses al continente, hecho que marcó el principio del turismo como actividad orientada al desplazamiento comercial. (Jiménez Guzmán, 1986) (Leiper, 1983).

En el estudio etimológico del vocablo existen distintos enfoques del término turismo. Pero hasta el momento, ninguna de las tres ha podido unir sus diferencias y establecer un origen puntual.

1.2. HISTORIA DEL TURISMO

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros, desde la edad antigua cuando dedicaban el tiempo libre a la cultura, diversiones, religión y deporte; en la edad media surge un tipo de viaje nuevo con las peregrinaciones religiosas. Es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX.

2. ANTECEDENTES DEL TURISMO EN EL SALVADOR

2.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO EN EL SALVADOR[34]

El sector turismo tiene sus inicios en el año de 1924, en la administración del Presidente Dr. Alfonso Quiñonez Molina, quien enfatizaba en la importancia del turismo en el país, no solo por el hecho que este permitiera adquirir divisas, sino para que la sociedad internacional conociera el país en todos sus valores culturales e históricos, y establecer además nuevas relaciones que

[34] **Fuente:** JAVIER MORENO; GUSTAVO SEGURA; CRIST INMAN. Turismo en El Salvador. El reto a la competitividad (en línea). Cen620, CLACDS/INCAE, agosto 1998. (citado 12 de marzo 2008).Disponible en:

http://www.incae.edu/es/clacds/publicaciones/pdf/cen620filcorr.pdf

beneficiarían al comercio, es así como se dio lugar a la creación de la primera Junta de Fomento de Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial.

Año	Descripción
1930	Siendo presidente de la República el Dr. Pío Romero Bosque, creó la JUNTA NACIONAL DE TURISMO, la que se encargaría de dirigir la campaña aludida en todo lo relativo al fomento del turismo en El Salvador.
1939	Se creó la JUNTA DE ORNATO, de las carreteras, balnearios y jardines públicos de las respectivas jurisdicciones.
1945	Se restablecen en cada uno de los departamentos las (ahora llamadas) JUNTAS DE PROGRESO Y TURISMO, las que tendrían a su cargo todo lo relacionado con el progreso material en beneficio del turismo; también se crea el Departamento Nacional del Turismo.
1947	La Junta Nacional de Turismo empezó a funcionar bajo la presidencia del señor Roberto Salazar.
1960	La Junta Nacional de Turismo funcionó hasta este año, que fue reemplazada por el Departamento de Fomento de la Industria Turística.
1961	Creación del Instituto Nacional de Turismo (ISTU), enfocada de forma especial en la promoción del turismo local.
1967	Se crea la Ley de Fomento de la Industria Turística.
1973	El turismo se visualizó como una actividad capaz de generar cuantiosas divisas y empleos el número de visitantes extranjeros en este año se incrementó en un 35%.
1978	Se definió una estrategia de posicionamiento de El Salvador como un destino de sol, arena y playa, y se determinaron las tácticas de mercadeo necesarias para impulsar su inserción en el mapa turístico internacional, especialmente en el mercado de Estados Unidos.
1979	La afluencia de viajeros se redujo a los niveles de siete años atrás debido al comienzo de la crisis.
1980	Se alcanzó la cuota más baja de visitantes en 15 años.
1982	Creación de la Comisión Nacional de Turismo.

1991	Se promulgo el Decreto Ejecutivo de creación del Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA), como una entidad estatal descentralizada del Ministerio de Educación.
1992	Los acuerdos de paz firmados en Enero de 1992 trajeron numerosos observadores internacionales que ingresaron al país para presenciar este importante acontecimiento. El "boom" de visitantes fue de tal magnitud y las expectativas acerca de las posibilidades futuras de El Salvador tan optimistas que de nuevo se abrieron las puertas de la esperanza para el sector turismo.
1996	Fundación de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR). Su labor principal era la promoción del turismo de sol y playa y de negocios a nivel internacional.
2004	Constitución del Ministerio de Turismo, que incorpora al ISTU y CORSATUR, como instancias operativas. El propósito inicial fue de disponer de una Ley de Turismo.
2005	Creación de la Ley de Turismo. De esta forma, con esta Ley se derogarían la Ley de Fomento de la Industria Turística, la Ley Transitoria de Reactivación de la Industria Turística, y la Ley de Creación de la Comisión Nacional de Turismo.
2006	Se presenta el Plan Nacional de Turismo, documento proyectado hasta el 2014 y junto con la Ley de Turismo buscan convertir al turismo en el pilar básico de la economía nacional.
2008	Presentación del nuevo Plan Nacional de Turismo 2020. Éste contempla Previsiones de crecimiento más conservadoras que el PNT 2014; esto, de cara al entorno económico actual.
2010	TACA y la Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR) entregan a Ministro de Turismo una propuesta para reactivar turismo en El Salvador. La propuesta es el resultado de una interrelación efectiva entre los proveedores de servicios creando un producto competitivo y desarrollando una adecuada estrategia de comercialización.
2012	El Salvador firma "Libro de oro" de la organización mundial del turismo (OMT).
2013	Arribo del primer crucero desde El Reino Unido con 1300 turistas para realizar uno de los siete recorridos ofrecidos por CORSATUR

2014	Ministerio De Turismo entrega premio Nacional de Turismo 2014, el Día de la Ruta de las Flores movilizó a más de 20 mil turistas.[35]
2015	El Salvador recibió más de 67,000 turistas por beatificación de Monseñor Oscar Arnulfo Romero.[36]

Tabla 15 :"Evolución del Turismo en El Salvador".

Fuente: Elaboración propia.

2.2. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO EN EL SALVADOR[37]

El Salvador posee excelentes atractivos naturales, playas, un clima tropical y paisajes exuberantes, a esto se une un importante patrimonio arqueológico y ecológico, con vestigios coloniales y precolombinos, además de reservas nacionales.

A continuación, se presentan los tipos de turismo más comunes que se desarrollan en El Salvador:

TURISMO CULTURAL Turismo que practican individuos o grupos en función de manifestaciones culturales, Festivales de música, arte, poesía, teatro o ciencia y tecnología que visitan sitios apropiados a tales fines.	**TURISMO DE NATURALEZA** Turismo que practican individuos o grupos en contacto directo o indirecto con la naturaleza. • Ecoturismo • Turismo de aventura
TURISMO ARQUEOLOGICO Turismo enfocado a promover la pasión por el pasado histórico arqueológico y conservación del patrimonio cultural.	**TURISMO DE NEGOCIOS** Turismo que practica el hombre de negocios (Comerciante, profesional o técnico) donde al ser desarrolladas sus actividades aprovecha la oportunidad para disfrutar de las bondades climáticas, bellezas de paisajes y sitios de diversión.

[35] **FUENTE:** Revista De Vacaciones El Salvador. Disponible en: http://devacaciones.sv/tag/ministerio-de-turismo-el-salvador/

[36] **FUENTE:** Diario1.com. Disponible en: http://diario1.com/nacionales/2015/06/el-salvador-recibio-mas-de-67-mil-turistas-por-beatificacion-romero/

[37] **Fuente**: Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador

TURISMO DE SOL Y PLAYA	TURISMO DE DEPORTES
Turismo que se da en localidades costeras en las que existen playas, y la mayoría de tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas suaves (de25a30°C) • Turismo de cruceros	Turismo que practican individuos o grupos a realizar una actividad o disciplina deportiva. • Turismo de Surf • Turismo náutico y pesca deportiva

Tabla 16: Clasificación del turismo en El Salvador
Fuente: Elaboración Propia.

3. ESTRUCTURA DEL SECTOR TURISMO

3.1. MINISTERIO DE TURISMO

Es la entidad gubernamental que le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la política nacional relacionada a esta materia. Fue creada por Decreto Ejecutivo del 1 de junio de 2004, publicado en el Diario Oficial de esa misma fecha.

Ilustración 3 Logo del MITUR

Otras instituciones vinculadas al MITUR son la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), institución autónoma con personalidad jurídica y patrimonio propio, que es "gestora de desarrollo turístico del país" y cuyas acciones están orientadas "hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales" que contribuyan a que el sector se convierta en fuentes de empleos e ingresos para la población; y también el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), entidad de utilidad pública encargada de la administración de los centros recreativos de su propiedad.

Instituciones afines:

- Corporación salvadoreña de turismo.
- Instituto salvadoreño de turismo.
- Policía de turismo.

3.2. CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO (CORSATUR)

La corporación salvadoreña de turismo (CORSATUR) surge en el año 1996 debido a que el instituto salvadoreño de turismo ISTU se sujeta a una estrategia descentralizada de Turismo a iniciativa del Gobierno Central para lograr ser más competitivos a nivel mundial.

Ilustración 4 Logo de CORSATUR

3.3. POLICÍA DE TURISMO (POLITUR)

En 1997, se crea la Unidad Turística a propuesta de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), posteriormente en 1998 se le une la Sección Montada bajo la División PPI y los Jefes de Policía de Centroamérica y Panamá se consolidan la seguridad turística a nivel de la región.

Ilustración 5 Logo de Politur

En el 2000, se crea la División Policía Montada con su Departamento Turístico, en el 2002 se conforma como División Policía de Turismo de la Policía Nacional Civil de El Salvador, por Decreto Legislativo y a finales del 2006 se fortalece POLITUR, con el convenio firmado PNC-MITUR el cual se encuentra vigente hasta la fecha.

3.4. INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU)

El Instituto Salvadoreño de Turismo, conocido comúnmente por sus siglas ISTU, nace el 13 de diciembre de 1961, con la Ley de Creación del Instituto Salvadoreño de Turismo, adscrita al Ministerio de Economía, dicha ley constaba de 50 art. (Diario Oficial, 1961).

Ilustración 6: Logo del ISTU

Una de sus primeras funciones fue el promover el turismo nacional, la recreación familiar brindando un eficiente servicio de calidad a los parques recreativos y diseño del logotipo que actualmente utiliza la Institución.

Principales antecedentes normativos e institucionales del turismo en El Salvador:

- La historia alrededor del turismo en El Salvador registra varios momentos:
- 1961 el interés del Estado salvadoreño por impulsar el turismo con la creación del Instituto Nacional de Turismo (ISTU), enfocada de forma especial en la promoción del turismo local.
- En 1961 mediante el decreto 469, el Directorio Cívico Militar de El Salvador, creó el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU).
- 1961, enfocada de forma especial en la promoción del turismo local.
- 1967, se crea la Ley de Fomento de la Industria Turística
- 1982, creación de la Comisión Nacional de Turismo.
- 1996 se funda la Corporación Salvadoreña de Turismo CORSATUR. Hasta junio de 2004 fue la entidad rectora del turismo en El Salvador, cuya labor principal era la promoción del turismo de sol y playa y de negocios a nivel internacional.
- 2004, se constituye el Ministerio de Turismo, que incorpora al ISTU y CORSATUR, como instancias operativas. El propósito inicial fue de disponer de una Ley de Turismo. El anteproyecto de ley fue analizado y consensuado[38] en el año 2004 con distintos sectores: municipalidades, universidades, ONG´S, corporaciones, asociaciones, sectores políticos e institucionales relacionados con el desarrollo turístico del país.
- 2005, se crea la Ley de Turismo[39]. 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 (se estableció el llamado sistema de registro para los agentes involucrados en el turismo).

[38] Decreto No. 1 de junio de 2004. D. O. tomo 363, No. 100.

[39] Decreto No. 899. D. O. Tomo 369, No. 237, 20 diciembre 2005.

4. ESTADÍSTICAS DEL TURISMO EN EL SALVADOR

4.1. TURISMO RECEPTOR INTERNACIONAL

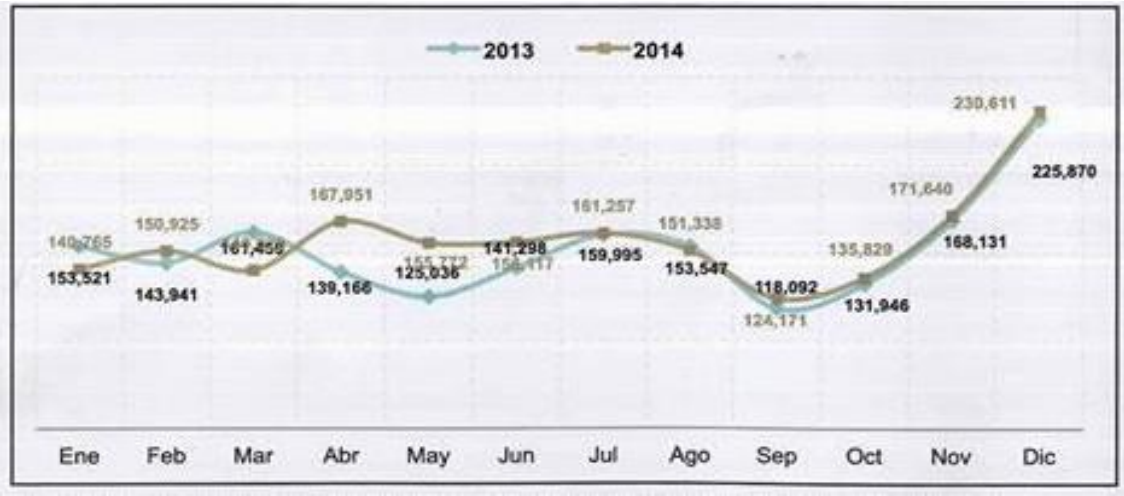


Grafico 1: Turismo receptor internacional.
Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

El turismo receptor internacional en El Salvador ha crecido con respecto al año 2014, según la última estadística publicada por la encuesta de conteos Movimientos Turísticos en fronteras ITCORNER 2013-2014[40] (Ver graficas 1).

El grafico número uno evidencia el aumento de visitantes internacionales en relación al 2013 en un 3.5%. Los visitantes han tenido un crecimiento promedio anual de 5.0% entre 2009 y 2014, todos los años muestran crecimiento. Indicando su recuperación a partir del año 2010, mostrando incremento del 8.3% durante ese año, de 1.8% durante el 2011, 6.3% en el año 2012, de 4.8% en el año 2013y de 3.5%en el año 2014 (Ver tabla 17 y 18).

[40] Fuente: encuesta de conteos Movimientos Turísticos fronteras Terrestres Corsatur –ARALDI 2019-2013 / ITCORNER 2013-2014 y datos vía aérea de MIGRACION

Clasificación	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Visitantes	1,481,748	1,605,358	1,634,679	1,738,317	1,822,003	1,886,398
Turistas	1,090,926	1,149,561	1,184,497	1,254,724	1,282,792	1,345,165
Excursionistas	390,822	455,797	450,182	483,593	539,211	541,234

Tabla 17: Llegadas internacionales. Año 2009-2014.
Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

Clasificación	Variación porcentual				
	10/09	11/10	12/11	13/12	14/13
Visitantes	8.3%	1.8%	6.3%	4.8%	3.5%
Turistas	5.4%	3.0%	5.9%	2.2%	4.9%
Excursionistas	16.6%	-1.2%	7.4%	11.5%	0.4%

Tabla 18: Variaciones porcentuales de llegadas internacionales.
Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

El grupo más importante dentro de los visitantes son los turistas, debido a que son los que pernoctan por lo menos una noche, este grupo representa el 71.3% del total de visitantes que ingresaron al país durante el año 2014 y su crecimiento fue de 4.9% con respecto al año anterior.

Excursionistas presentan un crecimiento del 0.4% provocado por los visitantes de día los cuales provienen de Guatemala y Honduras.

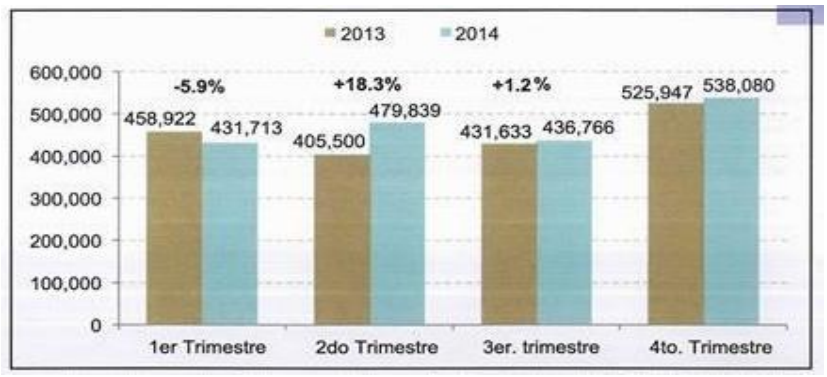


Grafico 2: Llegada de visitantes internacionales 2013-2014 (Trimestral).

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

Al analizar la llegada por trimestre, estos resultados reafirman la tendencia al crecimiento durante los cuatro trimestres de 2014 tal como muestra la gráfica 2, a excepción del primer trimestre que presento problemas disminuyendo en un 5.9% por cierre de fronteras terrestres en ese periodo.

Ya para 2015 las llegadas de visitantes internacionales crecieron en 5.8% en comparación con el mismo período 2014. Al alcanzar los 964,028 para el acumulado enero-junio de 2015 (Ver Gráfico3) ello se debe a las estrategias de comercialización implementadas por CORSATUR y los adelantos del transporte aéreo a nivel internacional.

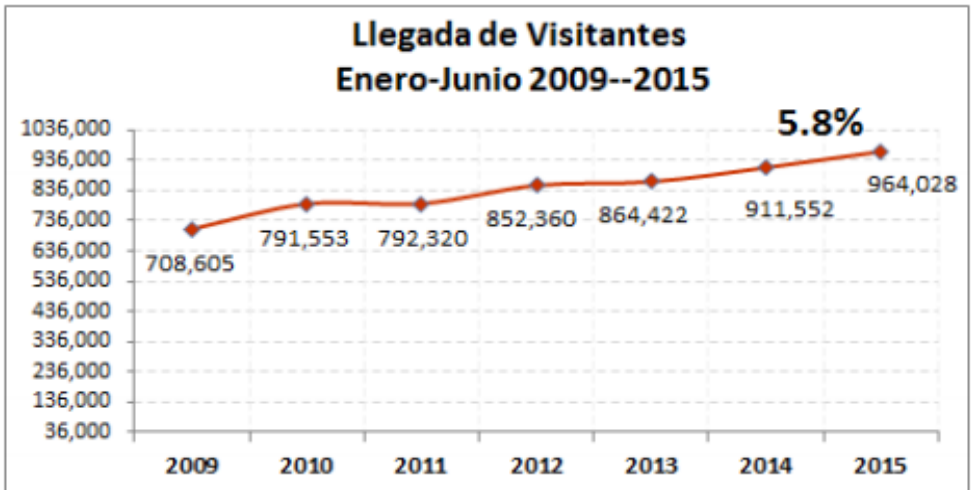


Grafico 3: Llegada de visitantes de enero a junio de 2009 a 2015.

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

Los visitantes están representados por el 70.4 % de turistas y el 29.6% de excursionistas.

4.2. LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES POR PRINCIPALES REGIONES Y PAÍSES DE RESIDENCIA

El mercado emisor más importante para el país continua siendo Centroamérica con una participación del 57.1% para el 2014, le sigue en importancia Norteamérica (36.3%), Suramérica (3.2), Europa (2.2%) y resto del mundo (1.1%) ver tabla 19. Aunque las llegadas de Suramérica en 5.7% y 7.3%, las llegadas procedentes de Centroamérica, Norteamérica y Asia aumentaron 8.4%, 1.3% y 31.9% respectivamente (Ver gráfico 4).

Llegada de turistas internacionales por principales regiones y países de residencia

Región de residencia	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Variación porcentual 14/13	Cuota de mercado 2014
Centroamérica	673,324	739,843	734,796	740,698	708,541	768,259	8.4%	57.1%
Norteamérica	371,280	356,608	368,641	443,075	482,211	488,547	1.3%	36.3%
Suramérica	19,861	23,704	33,249	32,897	46,337	43,701	-5.7%	3.2%
Europa	18,842	19,919	33,891	25,744	32,344	29,982	-7.3%	2.2%
Asia	3,265	4,927	7,504	5,848	5,699	7,514	31.9%	0.6%
Otros	4,354	4,560	6,416	6,462	7,659	7,161	-6.5%	0.5%
Total C.A	**1,090,926**	**1,149,561**	**1,184,497**	**1,254,724**	**1,282,792**	**1,345,165**	**4.9%**	**100.0%**

Tabla 19: LLEGADAS DE TURISTAS POR PRINCIPALES REGIONES Y PAÍSES DE RESIDENCIA

Fuente: CORSATUR-MIGRACION-ARALDI-IT CORNER

L***LEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES POR PRINCIPAL REGIÓN DE PROCEDENCIA***

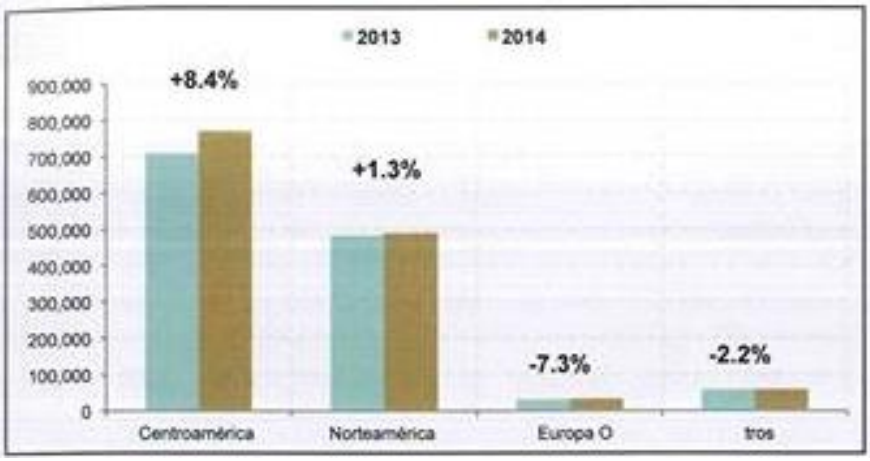


Grafico 4: Llegada de turistas internacionales por principal región de procedencia

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

4.2.1. LLEGADA DE TURISTAS POR VÍA UTILIZADA

Del total de turistas que ingresaron al país durante el año 2014, el 44% lo hizo por vía a área, y el restante 56% por vía terrestre, con respecto al año anterior, el ingreso de turistas por vía aérea aumento en 8.7%, y el ingreso de turistas por vía terrestre lo hizo en 0.4%. (Ver Tabla 20, grafico 5)

Vía de ingreso	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Variación porcentual 10/09	11/10	12/11	13/12	14/13
Vía aérea	429,946	426,171	469,591	541,121	589,113	591,268	-0.9%	10.2%	15.2%	8.9%	0.4%
Vía terrestre	660,980	723,390	714,906	713,603	693,679	753,897	9.4%	-1.2%	-0.2%	-2.8%	8.7%
Total	**1,090,926**	**1,149,561**	**1,184,497**	**1,254,724**	**1,282,792**	**1,345,165**	**5.4%**	**3.0%**	**5.9%**	**2.2%**	**4.9%**

Tabla 20: Llegada de turistas por vía utilizada.

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

Grafico 5: comparación de llegada de turistas por vía utilizada 3013- 2014.
Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

4.2.2. LLEGADA DE TURISTAS POR NACIONALIDAD Y PAÍS DE RESIDENCIA

Del total de llegadas de turistas durante el 2014 (1345165), 16.3% son salvadoreños residentes en el exterior y el resto son extranjeros no salvadoreños (83.7%). Cabe destacar que los turistas salvadoreños residentes en el exterior el 75% procede de EEUU, los extranjeros no residentes han experimentado un ascenso de 6.4%, mientras que los salvadoreños residentes en el exterior han disminuido en 2.2%. Ver tabla 21 y grafico 6.

Nacionalidad	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Variación porcentual 14/13	Participación porcentual 2014
Salvadoreños residentes en el exterior	208,349	204,792	206,900	297,267	224,570	219,584	-2.2%	16.3%
Extranjeros	882,577	944,769	977,597	957,457	1,058,222	1,125,581	6.4%	83.7%
Total	**1,090,926**	**1,149,561**	**1,184,497**	**1,254,724**	**1,282,792**	**1,345,165**	**4.9%**	100.0%

Tabla 21: Llegada de turistas por nacionalidad.
Fuente: encuesta de conteos Movimientos Turísticos fronteras Terrestres Corsatur –ARALDI 2019-2013 / ITCORNER 2013-2014 y datos vía aérea de MIGRACION

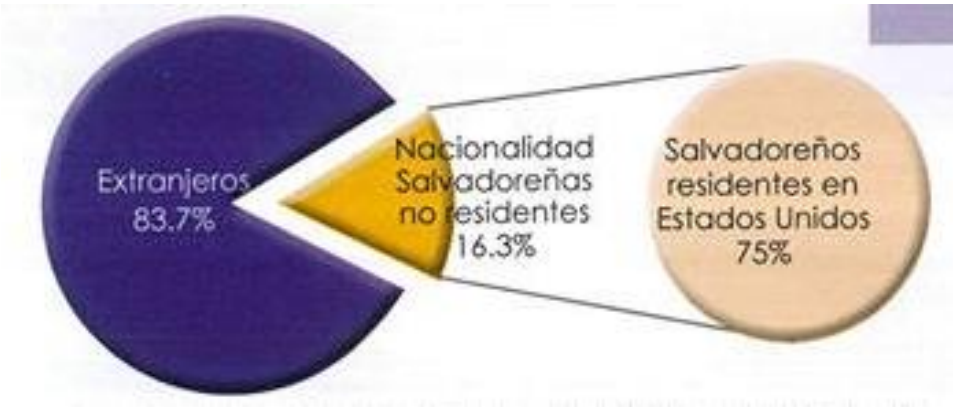


Grafico 6: Llegada de turistas por nacionalidad

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

4.2.3. ASPECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO

El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso, propio o para regalar antes y durante los viajes turísticos. Según resultados de la "Encuesta del perfil y gasto del visitante internacional", durante el año 2014 los turistas que visitaron el país dejaron en concepto de divisas $1,073.49 millones de dólares, la estadía promedio resulto en 7.1 noches.

Los ingresos reportados por los excursionistas fueron de $33.95 millones de dólares en total los visitantes (Turistas más excursionistas) fue de $1,107.43 millones de dólares, lo cual representa un 23.9% más que el año 2013, cabe destacar que es el más alto reportado durante los últimos 11 años. Ver tabla 22 y grafico 7.

Calificación	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Variación porcentual 10/09	11/10	12/11	13/12	14/13
Turistas	$ 503.52	$ 499.41	$ 597.20	$ 751.56	$ 867.57	$ 1,073.49	-0.8%	19.6%	25.8%	15.4%	23.7%
Excursionistas	$ 13.11	$ 18.63	$ 17.99	$ 19.99	$ 26.27	$ 33.95	42.1%	-3.4%	11.1%	31.4%	29.2%
Visitantes	**$ 516.63**	**$ 518.04**	**$ 615.19**	**$ 771.55**	**$ 893.84**	**$ 1,107.43**	**0.3%**	**18.8%**	**25.4%**	**15.8%**	**23.9%**

Tabla 22: Ingresos turísticos en millones de dólares

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014

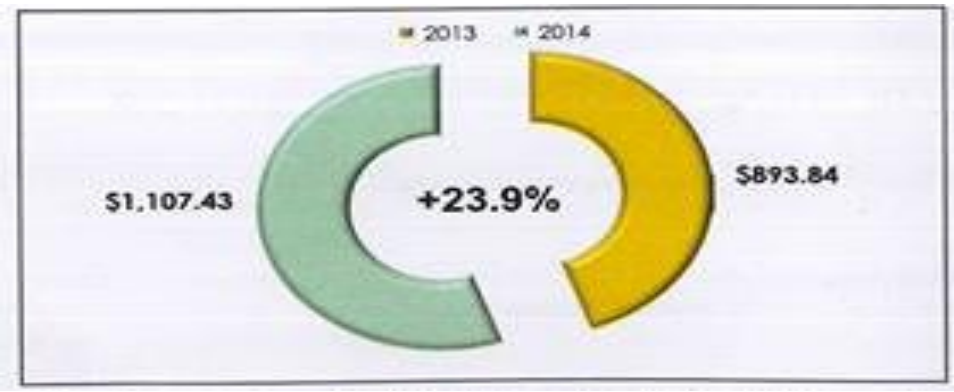


Grafico 7: Gasto turístico internacional 2013-2014
Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014

El gasto promedio diario más alto durante el 2014, fue el reportado por los turistas de EEUU ($131.80), seguido de Suramérica ($99.80), resto del mundo ($86.40). Ver tabla 23.

	2009		2010		2011	
Región de residencia	Gasto diario promedio en US$	Estadía promedio (noches)	Gasto diario promedio en US$	Estadía promedio (noches)	Gasto diario promedio en US$	Estadía promedio (noches)
Guatemala	31.2	2.6	37.7	2.5	54.9	2.3
Honduras	25.7	3.9	32.3	3.5	44.1	3.6
Nicaragua	43.8	4.7	49.5	4.1	69.6	4.6
Resto de C.A	102.3	8.1	123.2	7.0	113.5	8.4
Estados Unidos	93.7	11.5	92.1	10.9	111.4	9.5
México	91.6	9.3	91.7	8.3	101.1	8.5
Sudamérica	120.1	7.4	135.8	7.5	123.5	10.4
Resto del mundo	112.0	10.4	102.8	10.8	110.2	9.0

Tabla 23: Gasto diario promedio del turista receptor por país de residencia

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

Gasto y estadía promedio, por nacionalidad, turista y excursionista (2009-2014)	2009	2010	2011	2012	2013	2014	% de variación 2013-2014
Turista salvadoreño							
Estadía Media (noches)	11.2	10.9	10.0	12.0	12.5	15.1	20.8%
Gasto por Persona y día (en US$)	$88.4	$87.8	$106.3	$105.8	$107.1	$115.5	7.8%
Turista extranjero							
Estadía Media (noches)	5.0	4.6	4.4	4.2	5.2	5.6	7.7%
Gasto por Persona y día (en US$)	$70.8	$73.5	$89.2	$89.7	$100.9	$100.2	-0.7%
Total Turista							
Estadía Media (noches)	6.2	5.8	5.4	6.0	6.5	7.1	9.2%
Gasto por Persona y día (en US$)	$76.8	$78.5	$94.2	$98.5	$103.2	$105.7	2.4%
Excursionista							
Estadía Media (noches)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0%
Gasto por Persona y día (en US$)	$33.5	$41.0	$40.2	$41.1	$48.4	$61.8	27.7%

Tabla 24: Gasto medio diario y estadía promedio del turista.

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

	2012		2013		2014	
Región de residencia	Gasto diario promedio en US$	Estadía promedio (noches)	Gasto diario promedio en US$	Estadía promedio (noches)	Gasto diario promedio en US$	Estadía promedio (noches)
Guatemala	39.4	2.2	46.7	2.1	56.2	2.4
Honduras	43.4	3.1	43.3	3.5	49.6	3.2
Nicaragua	58.2	5.2	70.3	4.1	69.1	4.6
Resto de C.A	70.2	10.4	86.4	10.9	71.4	12.5
Estados Unidos	120.8	10.8	125.3	10.9	131.8	12.4
México	84.4	9.5	98.8	8.0	85.9	10.5
Sudamérica	114.9	9.9	115.3	11.3	99.8	13.0
Resto del mundo	114.8	9.5	104.7	10.6	86.4	11.3

Tabla 25: Gasto diario promedio del turista receptor por país de residencia.

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

Al analizar el gasto por nacionalidad del turista, el más alto es del de los salvadoreños residentes en El Salvador ($115.50) de igual forma la estadía media 15.1 noche.

4.2.4. PERFIL DEL TURISTA INTERNACIONAL

Según datos de las encuestas de turismo receptor, realizadas en el 2014, el 67% de los encuestados son de género masculino y el 33% del género femenino.

Por grupos de edades, el 71.75% del total de encuestados tienen edades que oscilan entre el rango de 25 a 44 años de edad, 19.10% son mayores y el 5.70% corresponde a personas menores de 25 años.

Según el nivel de estudios el 87.13% ha realizado estudios superiores, un 11.86% posee estudios secundarios y solo un 1.04% ha realizado estudios primarios, preescolares o no posee.

Características del viaje

El 79.25% de los turistas organizaron su viaje por cuenta propia y solo el 20.75% utilizo paquete turístico. El 53.58% de los viajeros encuestados vienen en grupo al país y el 46.43% viajan solos. El principal medio de alojamiento utilizado por los turistas son hoteles o establecimientos similares 51.10%, seguido de vivienda de familiares y amigos con 43.83%, 3.55% en propiedad o en alquiler, y el 1.54% en otro tipo de alojamiento.

Motivo de viaje

El principal motivo de viaje del turista que visito El Salvador en el 2014 se debió a visita a familiares y amigos con 39.7% y ocio con el 38.1%.ver tabla *26.*

Motivo de viaje turistas 2009-2014	2009	2010	2011	2012	2013	2014	% participación
Negocios	167,984	178,571	158,713	154,790	146,344	157,672	11.7%
Educación	1,121	2,726	782	629	1,330	1,449	0.1%
Visita a familiares o amigos	463,585	446,733	369,119	509,158	500,211	533,565	39.7%

Tratamiento de salud	6,392	11,365	13,374	16,144	15,815	19,301	1.4%
Religioso	21,609	24,082	46,217	34,511	53,754	71,690	5.3%
Ocio	409,381	461,878	554,431	501,357	493,067	513,113	38.1%
Otros motivos	20,854	24,207	41,862	38,135	72,271	48,376	3.6%
Total	**1,090,926**	**1,149,562**	**1,184,498**	**1,254,724**	**1,282,792**	**1,345,165**	**100%**

Tabla 26: Motivo de viaje de turistas.

Fuente: Encuesta del perfil y gasto del visitante internacional CORSATUR – ARALDI 2009 – 2013 / ITCORNER 2013 – 2014 / SPSS 2014.

4.2.5. LA EVOLUCIÓN DEL EMPLEO EN LAS ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO

El empleo es una variable de gran importancia en el análisis económica de las actividades productivas, y lo mismo sucede en el caso de turismo, para el año 2014 se alcanzó la cifra de 48,415 empleos promedio con un incremento de 6.3% comparado con el 2013.

Actividades	**N° de trabajadores 2013**	**N° de trabajadores 2014**	**Variación**
Hoteles y similares	4584	4679	2.1%
Restaurantes, Bares y similares	19819	20792	4.9%
Transporte	13463	13724	1.9%
Otros	7661	9221	20.4%
Total	45527	48415	6.3%

Tabla 27: Evolución del empleo en actividades turísticas.

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

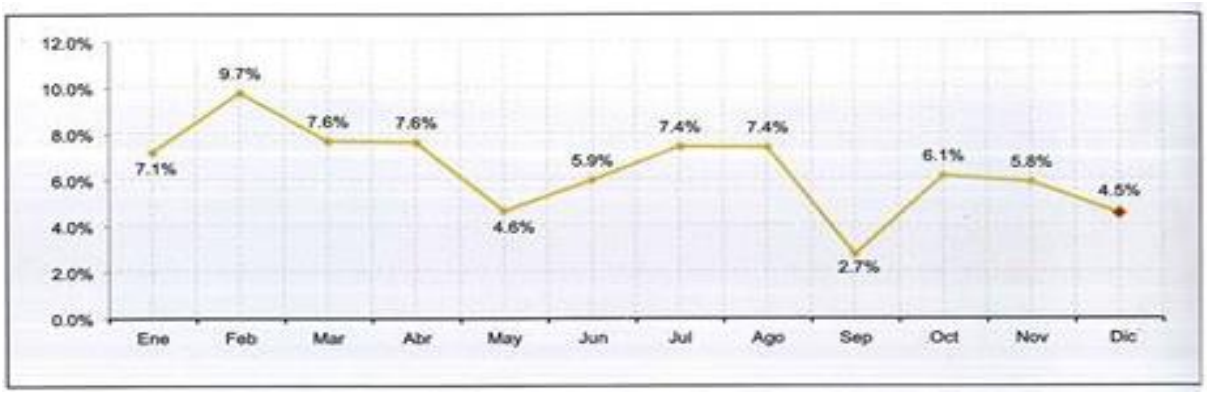


Grafico 9: Empleo en el sector turismo 2013 -2014.

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014

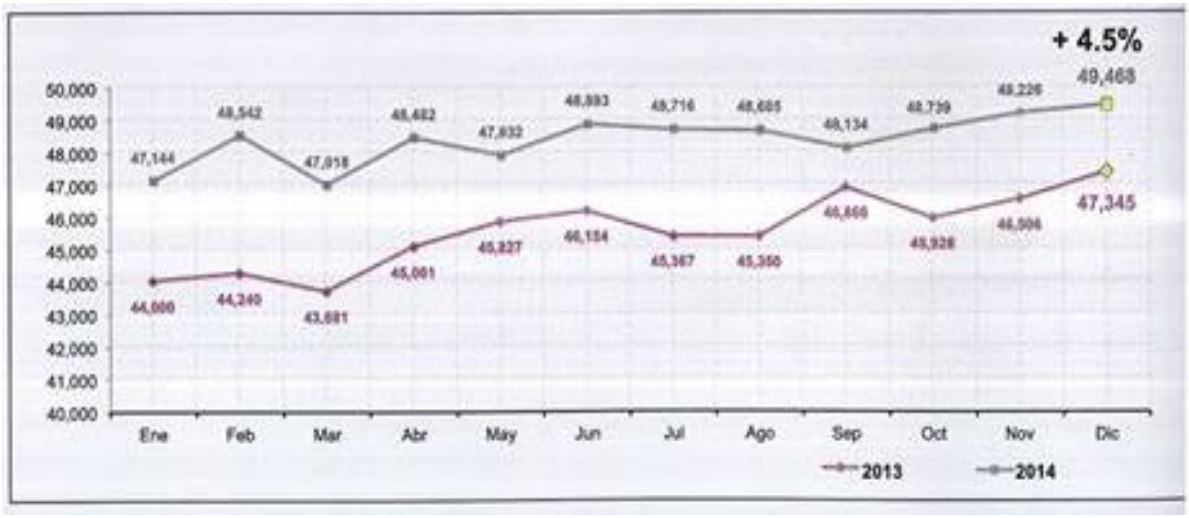


Grafico 8: Evolución del empleo Enero a diciembre 2013 a 2014.

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

Otro punto de interés es señalar que la participación del empleo que genera el sector turismo en la economía nacional es el 7.2% en el mes de diciembre 2014, se obtuvieron 49,468 empleos, 2,123 más que el 2013.

4.3. LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL PIB

La participación del sector turístico en la economía nacional es sumamente importante, tomando en cuenta que en el 2014 del total anual del producto interno bruto (PIB) le corresponde al 4.4%, debido a la captación de US$1,107.4 Millones de dólares en ingreso turístico.

Año	PIB (US $ Millones)	TURISMO (US $ Millones)	IT/PIB %
2009	20,661.0	516.6	2.5%
2010	21,427.9	518.0	2.4%
2011	23,054.1	615.1	2.7%
2012	23,831.5	771.5	3.2%
2013	24,619.6	893.8	3.6%
2014	25,163.7	1,107.4	4.4%

Tabla 28 : Relación del ingreso turístico en el PIB.

Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

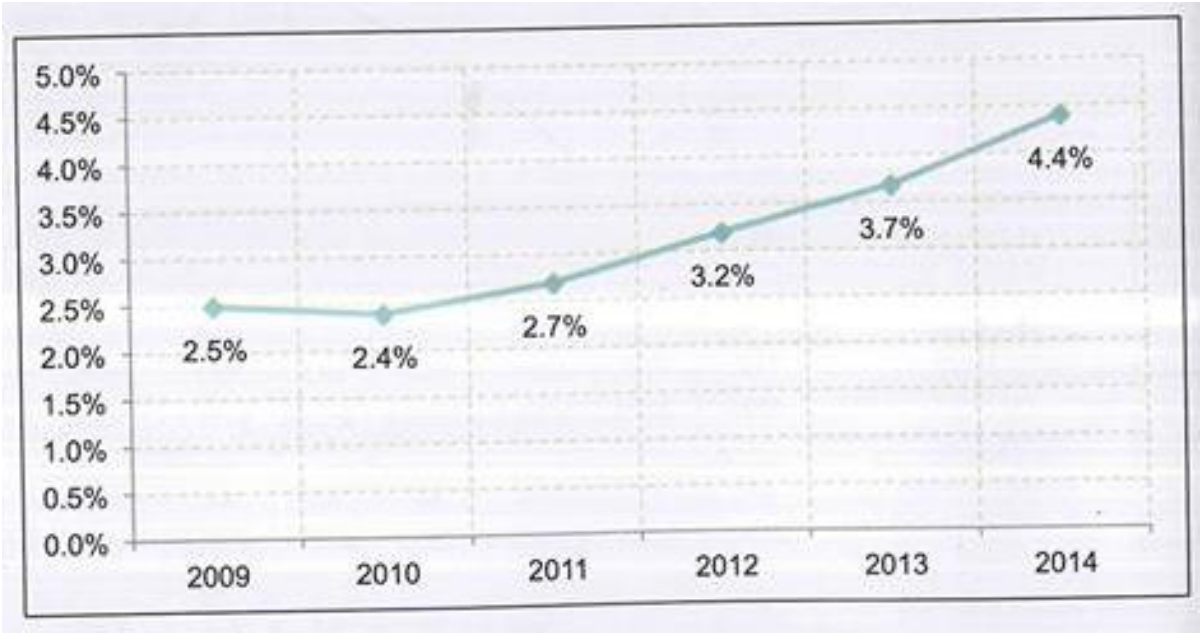


Grafico 10: Impacto del ingreso turístico en el PIB.
Fuente: Boletín estadístico CORSATUR 2014.

5. BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO (BPT)

La implementación de las Buenas Prácticas de Turismo pretende corregir o mejorar la situación actual y futura de las empresas, con el fin de prevenir o minimizar los posibles impactos negativos que puede generar la actividad turística, optimizando la calidad de los servicios ofrecidos al visitante. Las Buenas Prácticas para Turismo son una herramienta que facilita a las empresas

comunitarias adoptar acciones concretas que les permitan orientar su gestión hacia la práctica de un turismo sostenible.

El turismo sostenible ha sido definido por la Organización Mundial del Turismo como aquel que:

Esquema 17: Turismo sostenible según la OIT.

Fuente: Tomado de Revista Turismo OIT

Hacer del turismo sostenible una realidad, conlleva la adopción de "buenas prácticas", que son aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión operación de las empresas turísticas. Estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible, que se mejora la calidad del producto turístico así como su imagen frente al cliente y que se hace más eficiente el desarrollo empresarial y, por ende, su desempeño socioeconómico. Por lo tanto, es muy importante para la alta dirección conocer sobre ellas y tenerlas en cuenta para aplicarlas durante el desarrollo y futuro del proyecto turístico. De esta manera, se lograrían los beneficios fundamentales del turismo sostenible:

1. Mejorar la calidad de vida de la población

2. Brindar al visitante una experiencia de alta calidad
3. Conservar la calidad del medio ambiente del que dependen los actores involucrados en la actividad turística:
    - Poblaciones locales
    - Visitantes
    - Empresas

Por tanto con las BPT se busca obtener lo siguiente:

- Calidad en la atención al turista
- Calidad en la satisfacción al turista
- Calidad del agua
- Consumo de energía
- Áreas naturales protegidas
- Generación de residuos
- Salud y seguridad

6. ANTECEDENTES DEL SECTOR ARTESANO EN EL SALVADOR

En El Salvador hay muchas cosas por descubrir, y los turistas extranjeros o de otras zonas del país quieren recordarlo por siempre, una manera de hacerlo son las artesanías. Hay muchos tipos, como: las Textiles, las de Tule, las de cerámica y las de madera. Aquí se definen las artesanías más populares en El Salvador.

- **TEXTILES**

  En el departamento de San Vicente destacan los textiles de San Sebastián, en la zona central del país. San Sebastián dista aproximadamente 50 kilómetros al oriente de la ciudad de San Salvador, la capital del país. En el lugar son elaboradas prendas de vestir, cortinas, cubrecamas, hamacas y colchas. Para elaborarlas se utiliza el telar de placas pedales para la producción de textiles de todos los tamaños y colores.

El pueblo tiene seis talleres reconocidos por su variedad; a finales de enero, los artesanos aprovechan la celebración para dar a conocer sus productos y promover el arte del trabajo y alta calidad de las piezas. La divulgación de esta artesanías es otras de las grandes preocupaciones de centro cultura, ya que es un patrimonio que se está perdiendo ya que son poco los interesados en aprender este arte.

- **ARTESANÍAS DE TULE Y MIMBRE**

Nahuizalco: Está situada a 6.5 Kms al norte de la ciudad de Sonsonate. Ubicado a 70 Kms de San Salvador, su nombre significa Cuatro Izalcos. Nahuizalco posee mucha tradición indígena y de artesanos. Es una de las poblaciones indígenas y artesanales más importantes del país. Aún se pueden apreciar algunas mujeres indígenas con refajo (vestimenta tradicional), las cuales se dedican a trabajar el petate. Alfombras, canastas, cestas y finos muebles tejidos con flores naturales como el tule y el mimbre; pueden encontrarse en la infinidad de talleres (a las orillas de las calles) que siempre tienen abiertas sus puertas para recibir a los compradores. Nahuizalco es un pueblo de fuertes y lejanas costumbres. Casi el 80% de sus habitantes tiene raíces en los pueblos natos precolombinos, desde la época de la colonización Maya-Quiché. El Tule es una de las fibras que se utilizan para tejer. Hay dos tipos: el Tule negro y el Tule de agua. El Tule negro tiene forma de triangular largo y su corteza se usa para el tejido de petates, conocidos también como esteras. La parte de adentro se llama corazón. Se usa para hacer monturas, alfombras y otros. El Tule de agua tiene su corteza más ancha. El mimbre es una fibra vegetal que se obtiene de un arbusto de la familia de los sauces y que se teje para crear muebles, cestos y otros objetos útiles. En el tejido se utiliza el tallo y las ramas de la planta, ya sea en todo su grosor para el marco. A menudo, un marco es hecho de materiales más firmes, después un material más flexible es usado para rellenar el marco. El mimbre es ligero pero robusto, haciéndolo una ideal y poco costosa opción para muebles que serán movidos a menudo. Es habitualmente utilizado en la realización de muebles de patio y el pórtico.

- **ARTESANÍAS DE CERÁMICA**

Ilobasco es una ciudad ubicada en el Departamento de Cabañas, en la Región Paracentral de El Salvador. Su población, de unas 61,510 personas, se dedica a la ganadería, la agricultura del maíz, el comercio y a la alfarería la actividad por la que Ilobasco es más conocido. La extensión

territorial del municipio es de 249.69 Kms2; para su administración el municipio se divide en 18 cantones y 111 caseríos. La ciudad se divide en los barrios: San Sebastián, San Miguel, Los Desamparados, El Calvario, y La Cruz. La cerámica de este pueblo se debe en buena parte a tradiciones ancestrales y a la existencia de materia prima apropiada en la región.

En la actualidad este oficio es desempeñado por más de 80 familias del área urbana y rural. En la primera se trabaja especialmente la cerámica tradicional popular a través de un proceso rudimentario, elaborando cántaros, ollas, macetas y comales. En el área urbana, los hombres, las mujeres y los niños se dedican a la artesanía y la clase de cerámica es diferente.

En algunos casos se utilizan técnicas rudimentarias y en otros, técnicas modernas, para lograr un perfeccionamiento en cada pieza. La cerámica de este pueblo se debe en buena parte a tradiciones ancestrales y a la existencia de materia prima apropiada en la región. Ilobasco es un pueblo vibrante con una historia rica y mágica. La palabra Ilobasco se deriva de la palabra de Nahual "hilotaxca," la cual significa "tortilla hecha de elote tierno." Sin embargo, cuando la conquista colonial llegó el nombre cambió de Gilobasco a Ilobasco y hasta a Xilobasco. Durante los tiempos pre-coloniales, Ilobasco fue una de las ciudades indígenas más importantes de El Salvador. Ilobasco es famoso mundialmente por tener los centros más antiguos de El Salvador y de Centroamérica.

El arte de usar cerámica para crear esculturas elegantes, pinturas, ornamentos y los famosos "muñecos de cerámica" han sido una tradición en Ilobasco por más de tres décadas, antes y después de tiempos coloniales. Ilobasco está lleno de tiendas de cerámica que atrae a Salvadoreños de diferentes partes del país y a turistas internacionales que van a admirar esa vida tradicional. El negocio de la cerámica es muy único en Ilobasco ya que este negocio solo se encuentra allí puesto que el arte de la cerámica es la especialidad de ese pueblo. Además, Ilobasco produce su propio barro para hacer arte de cerámica.

- **ARTESANÍAS DE MADERA**

La Palma. Hablar de La Palma en El Salvador es hablar de frescos climas y diversidad de artesanías. La Palma en el departamento de Chalatenango a 84 kilómetros de San Salvador y a solo 8 kilómetros de la frontera El Poy que divide El Salvador de Honduras. La ciudad fue

fundada en 1825 y en el año de 1984 sirvió de escenario para los primeros intentos de dialogo y conversaciones de paz entre la guerrilla y el gobierno Salvadoreño.

La guerra Salvadoreña inicio en 1980 y duró un periodo de 12 años. Existen una cantidad de hoteles donde podrá disfrutar de un apacible fin de semana. La economía de La Palma se basa en la elaboración de artesanías. Un 75 por ciento de sus pobladores se dedican a este rubro. Decenas de Talleres se ubican a lo largo de sus calles donde se trabajan materiales como el cuero, cerámica y algodón. Como toda artesanía, tiene un componente artístico, en el cual el tallista-artesano vuelca su talento creativo para sacar de unas simples tablas una obra de arte, y otro componente, técnico y mecánico, que hay que tener en cuenta para que la materia prima responda a los esfuerzos del tallista y logre el resultado deseado. Para realizar la talla en madera se emplean herramientas especializadas como las gubias, eligiéndose maderas de alta densidad y que no se astillan fácilmente. Una de las personas más emblemáticas por la influencia que ejerció sobre el diseño de la artesanía de La Palma es el artista Salvadoreño Fernando Llort. Nacido en la ciudad de San Salvador en 1949, se traslada a la ciudad norteña de la Palma durante los años 60 en busca de un sitio alejado de la cotidianidad donde pueda desarrollar su arte. La artesanía de semilla de copinol pintada a mano con imágenes de situaciones diarias de los lugareños es uno de los trabajos artesanales más representativos del artista y ahora copiado por los pobladores de La Palma.

Fernando Llort ha realizado importantes exposiciones alrededor del y su trabajo más importante hasta la fecha ha sido el pintar la fachada de la catedral metropolitana de San Salvador.

Imagen 5: Ruta artesanal de El Salvador.

Fuente: El Salvador mi país.

Entre los proyectos que se destacan por su innovación están:

Desarrollo competitivo de la artesanía salvadoreña orientada al mercado turístico.[41]

El cooperante fue la agencia Peruana de cooperación internacional (APCI). Durante el año 2010 en el marco de este proyecto, se desarrollaron talleres de capacitación durante 4 días a 30 artesanos provenientes de diferentes zonas del país tales como: Guatajiagua, Sonsonate, Ilobasco, La Palma, Santo Domingo, Apastepeque, y Puerto La Libertad, con el objetivo de contribuir a manejar la innovación y el desarrollo competitivo de sus artesanías y poder insertarlas en los mercados nacionales. También se realizaron visitas a Ilobasco, Izalco, Mahuizalco, Puerto La Libertad y Guatajiagua para proporcionar asistencia técnica para el mejoramiento de los diseños, las líneas de producción, la administración y el mercado de las artesanías.

- Movimiento "Un pueblo, un producto" Ilobasco[42]

[41] Buenas prácticas en la gestión de la cooperación para el desarrollo del turismo sostenible.

[42] https://www.conamype.gob.sv/index.php/temas/qun-pueblo-un-productoq-ilobasco

Es una iniciativa que parte de una comunidad que se apropia con orgullo de un producto identitario, a través del cual logra su desarrollo económico y cultural. Es un movimiento que ha tenido éxito en países asiáticos y se está desarrollando en algunos países de América Latina.

CAPITULO IV

DIAGNOSTICO

CAPITULO IV: DIAGNOSTICO

1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

1.1. OBJETIVO GENERAL

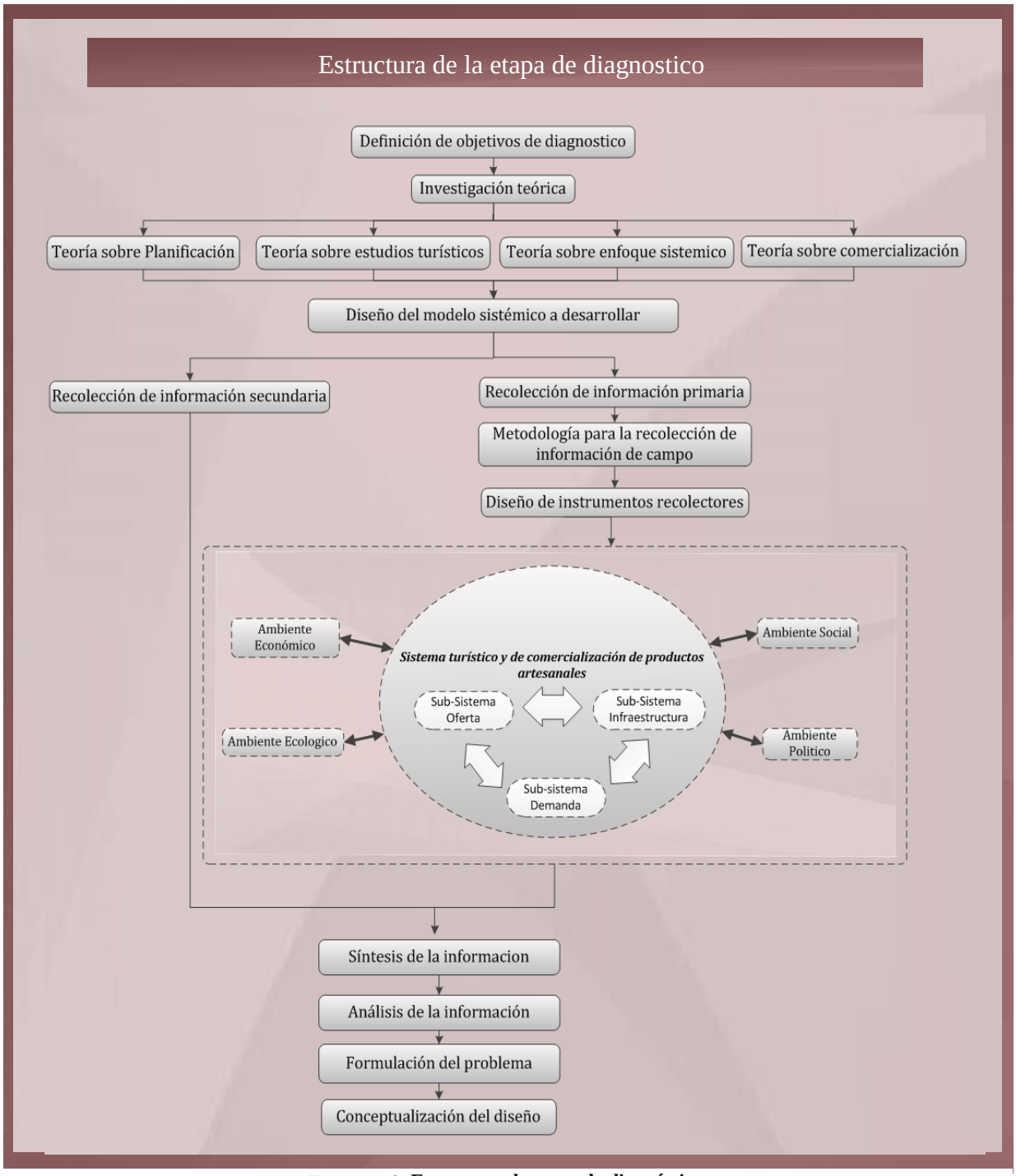
Determinar la situación actual referente al sector turismo y artesano de la Microrregión del Valle de Jiboa mediante la recolección y análisis de la información de fuentes primarias y secundarias como punto de partida para sentar las bases que solucionen los problemas encontrados.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir la metodología que sirva de guía para el desarrollo de la investigación de diagnóstico y que permita alcanzar los objetivos propuestos.
- Elaborar un Marco conceptual y legal que permitan tener una visión completa acerca del tema y contar con el conocimiento para establecer las bases del desarrollo de la investigación.
- Diseñar el modelo sistémico a desarrollar en la investigación que integre los componentes internos y externos que interactúan en los rubros turismo y comercialización de productos identitarios que contribuya al incremento del flujo turístico.
- Realizar un estudio de la oferta turística para elaborar un inventario de los recursos naturales y productos artesanales existentes en la Microrregión para posteriormente priorizar los que mejor contribuyan a potenciar el desarrollo turístico en el Valle de Jiboa.
- Realizar un estudio del mercado consumidor para establecer la demanda potencial que se deberá atender.
- Sintetizar la información recolectada de manera que permita denotar la información más relevante.
- Analizar la información recolectada para identificar si existe potencial turístico en la Microrregión del Valle de Jiboa.

- Determinar en base a la información recolectada las problemáticas existentes para definir una solución adecuada.
- Conceptualizar una propuesta de solución que sirva como punto de partida para el diseño del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales.

2. METODOLOGIA DEL DIAGNOSTICO



Esquema 18: Estructura de etapa de diagnóstico.
Fuente: Elaboración Propia

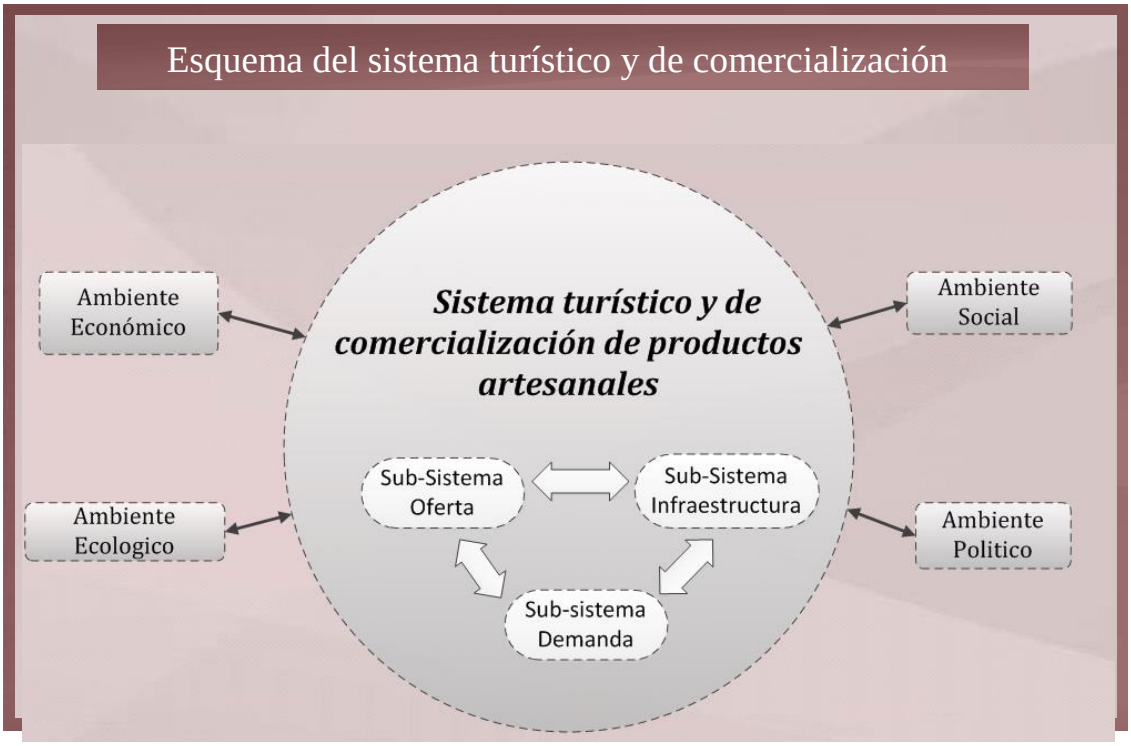
La metodología empleada para el desarrollo de la investigación se encuentra detalla a continuación:

- **Definición de objetivos de diagnóstico:** establecer metas y estrategias para poder obtener los resultados deseados.
- **Investigación teórica:** establecer conceptos generales y específicos que corresponden a la investigación para la mejor utilización y comprensión de estos.
- **Diseño del modelo sistémico a desarrollar:** contemplar los diferentes modelos sistemáticos para la mejor comprensión y utilización de un sistema.
- **Recolección de la información secundaria:** investigar y consultar con el enfoque teórico conceptual que se ha desarrollado en el resto del estudio.
- **Recolección de información primaria:** obtener información por contacto directo en la zona de la microrregión del Valle del Jiboa.
- **Metodología para la recolección de información de campo:** buscar reducir al máximo posible el umbral de incertidumbre que siempre existe tras una decisión y que además ayude a cumplir con los objetivos propuestos.
- **Diseño de instrumentos recolectores:** crear técnicas de recolección de información que permitan validar y analizar los datos recolectados que ayuden a lograr los objetivos de la investigación.
- **Sistema turístico y de comercialización de productos artesanales:** crear un sistema para la mejor compresión involucrando todas las independencias de sus partes.
- **Síntesis de información:** organizar y relacionar los distintos elementos que se tienen en la investigación.
- **Análisis de información:** a través de las fuentes de información primaria y secundaria lograr identificar la información útil para la investigación.
- **Formulación del problema:** definir claramente y forma sencilla y precisa el problema para poder contar con todos los elementos del proceso de la investigación.
- **Conceptualización del diseño:** simplificar y describir la solución al problema encontrado en la microrregión del Valle del Jiboa.

3. METODOLOGIA PARA LA INVESTIGACION

La metodología para la recolección de la información inicia con el establecimiento y descripción de los elementos sistémicos que se desarrollan en la investigación, sobre los cuales se busca establecer la base necesaria para describir a la Microrregión del Valle de Jiboa, permitiendo bosquejar y diagnosticar las problemáticas de la zona en estudio.

3.1. ESQUEMATIZACIÓN DEL SISTEMA A DESARROLLAR EN LA INVESTIGACIÓN



Esquema 19: Esquema del sistema Turístico y de comercialización

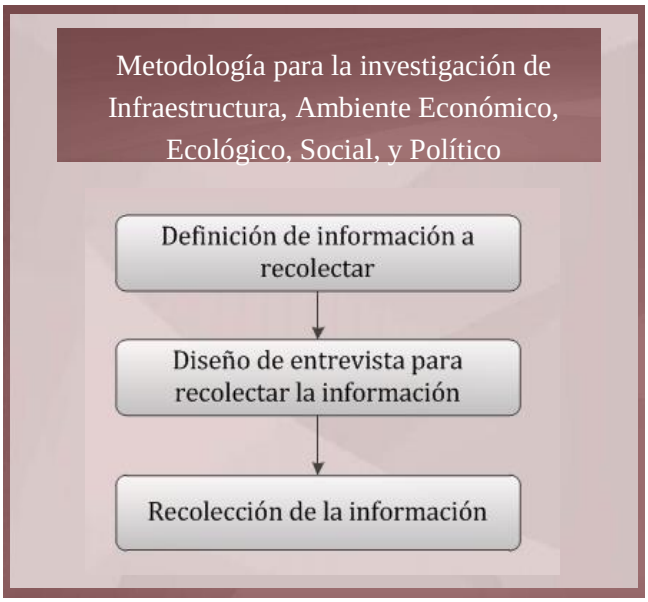
Fuente: Elaboración Propia.

- **Sub-sistema Demanda:** Conjunto de Consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos y de comercialización de productos artesanales identitarios, para el desarrollo de la investigación será relevante conocer y medir la demanda de los posibles servicios turísticos en la Mijiboa.
- **Sub-Sistema Oferta:** Conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística y en la gama de productos artesanales identitarios.

- **Sub-Sistema Infraestructura:** Son todos aquellos elementos que proporcionan servicios no exclusivamente turísticos y que en primer lugar buscan la satisfacción de la población local pero sin los cuales sería imposible el funcionamiento de los servicios turísticos, haciendo referencia además a la infraestructura vial o de acceso a los atractivos turísticos, así como la adecuación de estos lugares y las localidades comerciales para la atención de los usuarios de los servicios.

- **Medioambiente Económico:** Conjunto de indicadores de desempeño en el área económica de una región o de un país, se evalúan los componentes como PIB, o sus aportaciones a la totalidad de PIB nacional, acceso a servicios financieros, cajeros, banca, prestamos, asocios tasa de PEA entre otros.
- **Medioambiente Ecológico**: El conjunto de elementos que describen el entorno entre factores abióticos (Clima y temperatura) y factores bióticos (Descripción de organismos que componen el área). Así como la descripción de la Flora del entorno.

- **Medioambiente Social**: Conjunto de elementos que describen el entorno de vida de los individuos en una región determinada, en él se especifican determinadas condiciones de vida, trabajo, educación (niveles de alfabetismo), acceso a la salud, tasa de mortalidad, entre otros.
- **Medioambiente Político**: Conjunto de elementos de carácter político que especifican los factores claves de una región, para el estudio se incluyen el análisis de leyes, normativas municipales, políticas de apoyo a los sectores estudiados.



Esquema 20: Metodología de investigación para los diferentes ambientes.

Fuente: Elaboración Propia.

3.2. SELECCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN

La elección del tipo de investigación dependerá de la cantidad de información disponible al momento de realizar el estudio, asimismo deberá ser congruente con la dirección que la investigación debe seguir. Para la presente investigación se debe elegir un tipo de investigación que permita reconocer todos los datos concernientes a la situación actual del turismo en la zona de estudio, así como de la comercialización de productos artesanales identitarios; y a su vez permita formular estrategias y acciones encaminadas a la mejora de la actividad turística en los municipios en estudio. El tipo de investigación considerada para el presente estudio es: ***la exploratoria y la descriptiva.*** Las cuales se presenta a continuación:

3.2.1. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Consisten en la búsqueda de objetos o datos que se suponen relacionados a algún hecho. Explorar significa, registrar, inquirir o averiguar con diligencia acerca de una cosa. Las exploraciones tienen la característica de proveer datos, que deben ser clasificados, ordenados, analizados e

interpretados. Esta investigación permite obtener una visión general de tipo aproximativo respecto a la realidad del sector artesanal, así como la familiarización con conceptos desconocidos.

3.2.2. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Se puede aplicar para la investigación de los municipios en el estudio para enumerar los lugares, atractivos, costumbres, gastronomía, entre otros, que pueden ser explotados turística y comercialmente.

3.3. DETERMINACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información a las que se recurrirán para la recolección de los datos necesarios en la investigación son:

3.3.1. FUENTES PRIMARIAS

Es aquella información que dentro de la investigación se tienen que generar, ya que corresponden a situaciones particulares y por lo tanto no se encuentran documentadas. En la presente investigación las principales fuentes de datos primarios son los siguientes:

Información Requerida De Fuentes Primarias:

Fuente	Información requerida	Subsistema o Ambiente
ALCALDIAS	Condiciones del Municipio, Iniciativas de apoyo al turismo e iniciativas de apoyo a los artesanos.	Subsistema Oferta turística, Subsistema Infraestructura.
PRODUCTORES ARTESANALES	Productos, Capacidad de Atención, Condiciones, localización, iniciativa de participación en el proyecto.	Ambiente Económico.

ATRACTIVOS TURÍSTICOS	Localización, condiciones, acceso, Potencial.	Subsistema Oferta turística.
MERCADO CLIENTE POTENCIAL	Gustos y preferencias en el tema turístico, gasto turístico, frecuencia de salida, expectativas.	Subsistema Demanda.

Tabla 29: Fuentes primarias de la Investigación

Fuente: elaboración propia.

3.3.2. FUENTES SECUNDARIAS

Es aquella información que dentro de la investigación se tienen que buscar y seleccionar, es decir son datos que están a disposición de los interesados, pues ya es información recolectada, analizada y documentada. Las principales fuentes consideradas para el estudio son:

Información Requerida y Metodología de Levantamiento de Información de Fuentes Secundarias

Fuente	Tipo de información
Ministerio De Turismo (MITUR)	Estadísticas de Turismo.
Corporación Salvadoreña De Turismo (CORSATUR)	Estadísticas sobre gastos turísticos, perfil del turista internacional, Estudios previos.
Dirección General De Estadísticas Y Censos (DIGESTYC)	Estadísticas generales, Índices demográficos.
Ministerio de Economía (MINEC)	Información para la organización de MIPYMES, carteras de proyectos aplicables a la zona.
Alcaldías	Información de la infraestructura, Información general de los municipios, división administrativa, mapa, atractivos turísticos existentes y potenciales, Índices demográficos de los municipios.
Tesis relacionadas	Información relacionada al tema de turismo, datos estadísticos.

Información obtenida por Internet	Teoría respecto a Sistemas, Información del turismo del El Salvador.
Ministerio de Obras Públicas	Infraestructura vial, estado de la infraestructura, Proyectos en la zona.
Periódicos, Revistas o boletines	Información Estadística.

Tabla 30: Fuentes Secundarias de la Investigación.

Fuente: Elaboración Propia.

3.3.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

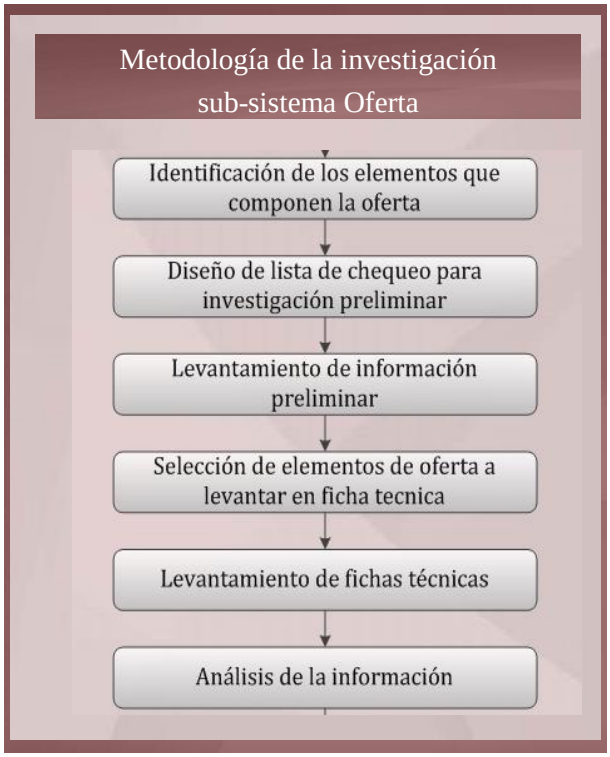
Instrumento	Descripción
Encuesta	Estas se dirigirán al turista nacional, de esta manera poder conocer sus opiniones, expectativas, recomendaciones, etc., acerca de los servicios prestados en las rutas turísticas nacionales, así como también de otros elementos de interés para la investigación.
Cuestionario para entrevista al Alcalde	Esta se llevara a cabo a las personas que tienen conocimientos especializados y que trabajan directamente con los sectores en estudio, los cuales fueron detallados anteriormente, consistirá en buscar respuesta a preguntas previamente diseñadas y que irán de acuerdo al puesto que desempeña cada uno de los entrevistados, ya sea personal d administrativo u operativo.
Cuestionario para los productores artesanales	
Fichas de Inspección	Sera un instrumento que complemente la observación directa, ya que en esta se podrá recolectar y documentar información de interés para los atractivos, recursos, y sitios turísticos, además de la infraestructura del municipio.
Observación Directa	Se llevará a cabo al desarrollar la investigación de campo, en los atractivos, recursos y sitios turísticos, ya que es una forma de verificar la información recopilada por medio de entrevistas, cuestionarios, encuestas, etc., ya que se hace presencia física en el lugar donde se ejecutan las actividades.

Tabla 31: Instrumentos para la Recolección de Datos en la Investigación.

Fuente Elaboración Propia.

3.4. INVESTIGACIÓN SUBSISTEMA OFERTA

3.4.1. METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN DEL SUBSISTEMA OFERTA TURÍSTICA



Esquema 21: Metodología de la investigación del subsistema Oferta

Fuente: Elaboración Propia.

3.4.2. IDENTIFICACIÓN DE LOS ELEMENTOS QUE COMPONEN LA OFERTA

La población objetivo está compuesta, en el caso de los servicios: por las organizaciones en la zona de estudio cuya actividad económica corresponde al turismo; y al comercio de productos artesanales identitarios, para el caso de los atractivos: todos los recursos artificiales identificados, así como Centros Acuáticos, miradores artificiales, etc. Se han considerado de forma preliminar una cantidad de servicios turísticos y comerciales en la zona; Restaurantes, Hoteles, Hostales. Los atractivos turísticos que se listan en los inventarios preliminares de manera general serán evaluados a través de lista de chequeo en el levantamiento preliminar de información.

3.4.3. LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PRELIMINAR OFERTA ARTESANAL

Para el caso de la oferta de productos identitarios se hace una lista general de los productos identitarios elaborados de manera artesanal, en ellos se excluyen los productos no califican como artesanías según Conamype.

Para la identificación preliminar de estos productos se utilizó una lista de verificación sencilla de características que ayudaran a establecer y discriminar de la gama de productos identificados en la Microrregión del Valle del Jiboa, esta preselección será necesaria para la elaboración de los inventarios de los productos que representan la identidad de los municipios en estudio.

Lista de chequeo oferta productos artesanales
Municipio al que representa
Categoría del producto
Nombre del producto
Nombre del encargado
Actitud empresarial emprendedora
Abastecimiento de MP de la zona
El municipio se identifica con el producto
Actitud hacia proyectos de desarrollo

Tabla 32: Lista de chequeo para inventario preliminar de productos artesanales.

Fuente: Elaboración Propia.

Para levantamiento preliminar de la información se visitaron los 14 municipios de la Microrregión, llegando a cada alcaldía a solicitar la información según la lista de chequeo de la tabla 32, de acuerdo a los datos brindados por los encargados de las alcaldías y al número de productores artesanales que cada municipalidad ha identificado en sus zonas.

3.4.4. LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PRELIMINAR OFERTA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Para el levantamiento preliminar de la información de oferta turística en cuanto a atractivos turísticos por municipio, se utilizó una lista de chequeo que se levantó con el encargado de turismo de cada municipalidad, dentro de los atractivos considerados se incluyen atractivos artificiales y naturales, Lagunas, Ríos, Catedrales coloniales, Moliendas, Pozas, Cerros, Grutas, Miradores, Cascadas, estén ya siendo explotados o que tengan potencial de explotación.

Lista de chequeo oferta atractivos turísticos
Municipio al que representa
Tipo de atractivo
Desarrollo de servicios complementarios
Estado de Calle de acceso
Seguridad
Acceso a la gestión
Distancia del casco urbano

Tabla 33: Lista de chequeo para inventario preliminar atractivos turísticos por municipio.

Fuente: Elaboración Propia.

3.4.5. METODOLOGÍA PARA LA SELECCIÓN PRELIMINAR DE LA OFERTA TURÍSTICA Y ARTESANAL DEL MUNICIPIO

La valoración de atractivos y de productos que se ofrecen en cada municipio se hará a través de la técnica de evaluación por puntos; asignándole un valor a cada elemento de la lista de chequeo para luego seleccionar los productos y atractivos con mayor potencial en la zona, estos serán los que alcancen una mayor puntuación al realizar la valoración.

La asignación de valores se hace de la siguiente manera:

N°	Lista de chequeo oferta productos artesanales	Valoración total	Completamente	Poco	nunca
1	Municipio al que representa	2	2	2	2
2	Categoría del producto	2	2	2	2
3	Nombre del producto	3	3	3	3
4	Nombre del encargado	3	3	3	3
5	Actitud empresarial emprendedora y organizada	18	6	12	18
6	Abastecimiento de MP de la zona	24	24	16	8
7	El municipio se identifica con el producto	30	30	20	10
8	Actitud hacia proyectos de desarrollo	18	18	12	6

Tabla 34: Asignación de valores para escogitación de productos artesanales

Fuente: Elaboración Propia.

N°	Lista de chequeo oferta atractivos turísticos	Valoración total	Completamente	Poco	Nunca
1	Municipio al que representa	2	2	2	2
2	Tipo de atractivo	2	2	2	2
3	Desarrollo de servicios complementarios	12	12	8	4
4	Estado de Calle de acceso	15	15	10	5
5	Seguridad	30	30	20	10
6	Acceso a la gestión	18	18	12	6
7	Distancia del casco urbano	21	21	14	7

Tabla 35: Asignación de valores para la escogitación de atractivos turísticos.

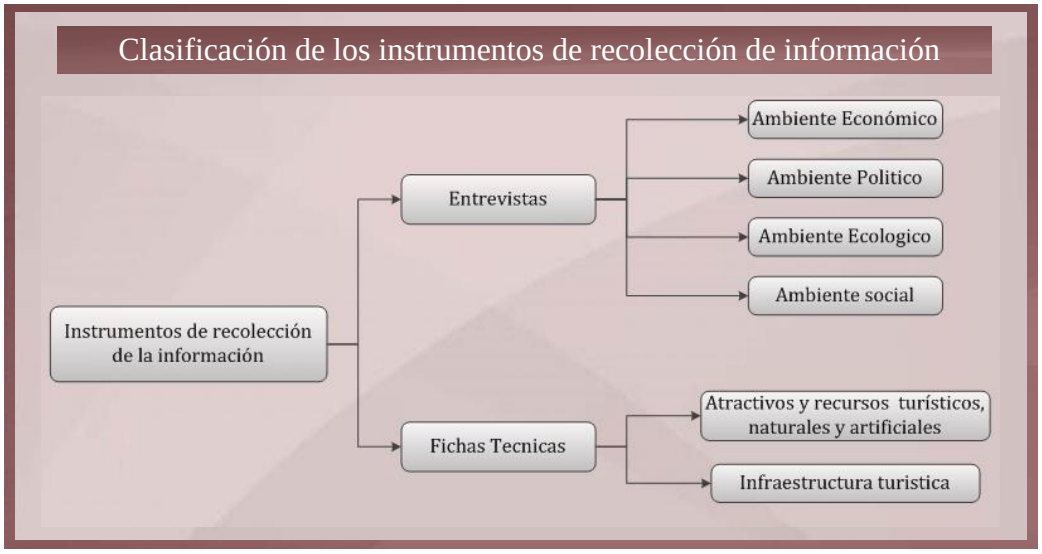
Fuente: Elaboración Propia.

Luego de determinados los atractivos turísticos y los productos artesanales se procedió a la elaboración de instrumentos recolectores de información siendo estos Fichas técnicas, y entrevistas para los encargados de turismo en cada alcaldía.

3.4.6. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información de los Servicios Turísticos y Productos Artesanales se utilizarán dos instrumentos: "La Entrevista" y "Fichas de Recolección de Datos". En el caso de las Entrevistas, tal y como se mencionó en el apartado anterior se realizarán a representantes de la Municipalidad encargados de la Unidad relacionada al Turismo, así como a los actuales y potenciales proveedores de productos artesanales o servicios turísticos en la zona.

Las Fichas de Recolección[43], se realizan para describir los tipos de servicios complementarios a los atractivos turísticos que ofrecen cada municipio y para completar la información que describe al municipio en cada uno de los ambientes establecidos en el sistema que se está desarrollando.



Esquema 22: Clasificación de los instrumentos de recolección de información.

Fuente: Elaboración Propia.

[43] Ver anexo 3 y 4.

Para efectos de una mejor comprensión a continuación se presenta una tabla Resumen de los Aspectos a considerar en los Instrumentos de Recolección de Información de las Entrevistas:

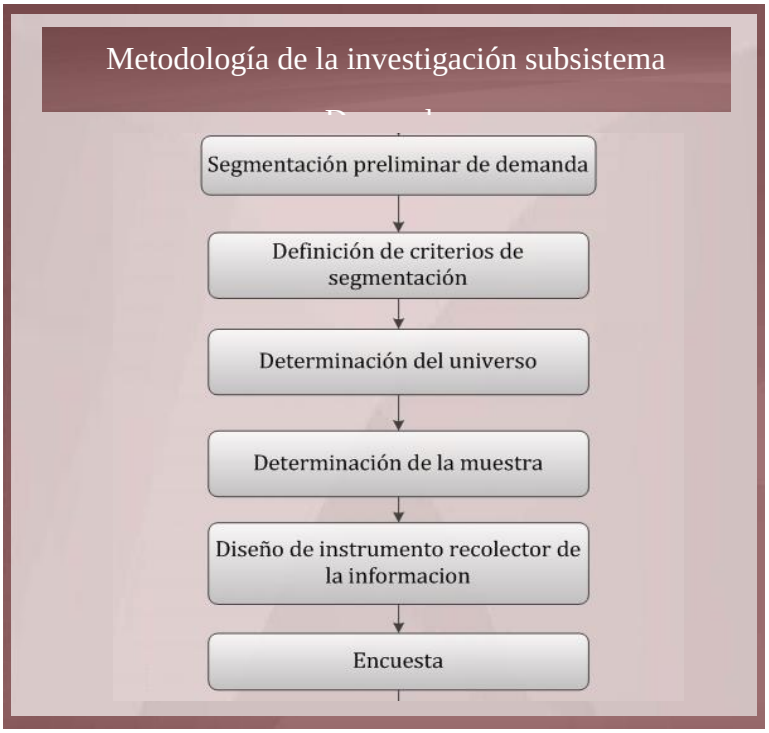
Instrumento	Descripción	Objeto
Encuesta	Estas se dirigirán al turista nacional, de esta manera poder conocer sus opiniones, expectativas, recomendaciones, etc., acerca de los servicios prestados en las rutas turísticas nacionales, así como también de otros elementos de interés para la investigación	Conocer los gustos y preferencias del Mercado Turístico Nacional con respecto a Rutas Turísticas.
Cuestionario para entrevista al Alcalde	Esta se llevará a cabo a las personas que tienen conocimientos especializados y que trabajan directamente con los sectores en estudio, los cuales fueron detallados anteriormente, consistirá en buscar respuesta a preguntas previamente diseñadas y que irán de acuerdo al puesto que desempeña cada uno de los entrevistados, ya sea personal d administrativo u operativo.	Recopilar información general de los municipios, así como de iniciativas municipales de apoyo al turismo y al sector artesano.
Cuestionario para los productores artesanales		Determinar su disponibilidad a integrarse a la Iniciativa de Desarrollo Turístico en la zona.
Fichas de Inspección	Sera un instrumento que complemente la observación directa, ya que en esta se podrá recolectar y documentar información de interés para los atractivos, recursos, y sitios turísticos, además de la infraestructura del municipio.	Recopilar información de la situación actual de los distintos servicios turísticos y de la capacidad turística de la zona.
Observación Directa	Se llevará a cabo al desarrollar la investigación de campo, en los atractivos, recursos y sitios turísticos, ya que es una forma de verificar la información recopilada por medio de entrevistas, cuestionarios, encuestas, etc., ya que se hace presencia física en el lugar donde se ejecutan las actividades.	Recopilar información de forma directa y completar la información dada por los otros instrumentos de recolección utilizados.

Tabla 36: Descripción de instrumentos de recolección de información

Fuente: Elaboración Propia.

3.5. INVESTIGACIÓN SUB SISTEMA DEMANDA

3.5.1. METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN SUB-SISTEMA DEMANDA



Esquema 23: metodología de la investigación sub sistema Demanda.

Fuente: Elaboración propia.

3.5.2. SEGMENTACIÓN PRELIMINAR DE LA DEMANDA

Tipo de turismo al que está dirigido el estudio

Actividades preferidas por los turistas

Preferencias de los turistas	**Porcentaje**
Actividades de alto riesgo	5.5
Actividades educativas	5.5
Conocer cultura nacional	19.5
Acampar	13.9

Ferias artesanales y comida típica	13.9
Observar flora y fauna, paisajes naturales	19.5
Conocer actividades agrícolas	5.5
Visitar cuevas y ruinas, ríos. Entre otros.	16.7
Total	100

Tabla 37: Actividades preferidas por los turistas.

Fuente: Vieytez, 2013, ministerio de Turismo.

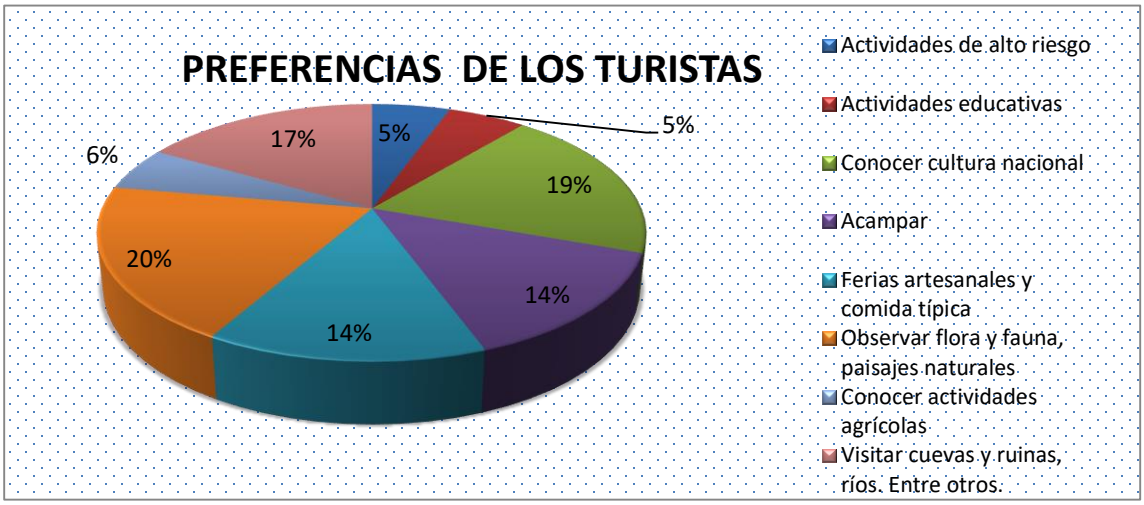


Grafico 11: Demanda de servicios turísticos.

Fuente Boletín estadístico CORSATUR 2014

Por lo que se reconocen como principales tipos de turismo en estudio los que siguen:

Turismo cultural

Se reconoce de acuerdo con la tabla 16 de este documento como turismo cultural al que practican individuos en función de manifestaciones culturales, dentro de las que se destacan actos religiosos, festivales y ferias artesanales y comidas típicas, enfocadas a conocer y vivenciar los actos de trascendencia de la cultura ya sea nacional o municipal.

Turismo Natural:

Se reconoce como ya se menciona antes en la tabla 16, el turismo ecológico como sub división del turismo natural, encaminado a la observación y visita de la naturaleza y todas sus expresiones de flora y fauna, incluye las actividades agrícolas.

3.5.3. SEGMENTACIÓN Y CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA NACIONAL

En el curso de la investigación, como mercado objetivo se entenderá a aquel conformado por todos los posibles usuarios de los servicios turísticos que residen en del país. El primer paso para la elaboración de la investigación de la demanda es definir los criterios que se utilizarán para la especificar el perfil del cliente del servicio turístico.

Criterios utilizados para la segmentación geográfica:

a) Ubicación Geográfica

Se ha determinado que la investigación del mercado objetivo se realizará en los municipios que conforman el Área Metropolitana de San Salvador ya que la población que los conforman transita con frecuencia la zona de la carretera panamericana a la altura del Valle de Jiboa, además de los departamentos de la zona Oriental del país que transitan por la carretera panamericana y deben de pasar por la zona del Valle de Jiboa, estos departamentos son: La Unión, San Miguel, Morazán, San Vicente, Usulután. Se excluyen los departamentos del occidente del país debido a su lejanía con el objeto de estudio.

Criterios utilizados para la segmentación demográfica:

a) Edad

El límite inferior de la edad será aquella en la que legalmente una persona se convierte en ciudadano, es decir a los 18 años, esto porque se considera que estas personas tienen una mayor libertad para la elección y movilización para fines turísticos donde ya no se requiere un permiso firmado por los tutores para abandonar el territorio Nacional.

b) Ingresos

Para el año 2014 el costo de la CBA[44], en el área urbana, para un hogar tipo promedio de 3.59 miembros es de $177.81 y de la CBA ampliada es de $355.62 El costo de la CBA en el área rural, para un hogar tipo promedio de 3.96 miembros es de $121.69 y de la CBA ampliada es de $243.38. A nivel nacional un 31.8% de los hogares se encuentran en pobreza[45]; de estos el 7.6% se encuentra en pobreza extrema; mientras que el 24.3% están en pobreza relativa.

Criterios utilizados para la segmentación psicográfica:

Personas que gusten de actividades turísticas relacionadas a conocer cultura nacional, visitar ferias artesanales y comida típica, observar flora y fauna y paisajes naturales, conocer actividades agrícolas, visitar cuevas, ruinas, ríos entre otros.

3.5.4. CALCULO DEL UNIVERSO A ESTUDIAR

Calculo del promedio de personas por hogar en la zona de estudio, la edad y la situación de pobreza se obtiene el total de personas que conforman el universo a investigar.

Habitantes por zona en estudio:

Departamento	Hogares por departamento	% de hogares no pobres	Total de hogares no pobres
San Miguel	130,096	67.64	87,997
La Unión	65,220	64.42	42,015
Morazán	48,932	55.21	27,015
Usulután	101,180	62.53	63,268

[44] Canasta Básica Alimentaria.

[45] Según la encuesta de hogares y propósitos múltiples 2014, http://www.digestyc.gob.sv/index.php/temas/des/ehpm/publicaciones-ehpm.html

San Vicente	47,163	63.08	29,750
Zona Metropolitana de SS	503,643	78.71	396,417

Departamento	Total de población	Menores de 18 años	% de menores de 18 años
San Miguel	484,479	150,410	0.3105
La Unión	260,883	87,063	0.3337
Morazán	196,866	67,541	0.3431
Usulután	364,536	109,344	0.3000
San Vicente	178,216	53,481	0.3001
Zona Metropolitana de SS	1,760,057	437,900	0.2489

Departamento	Total de hogares no pobres	Personas por hogar	Total población
San Miguel	87,997	3.72	225,707
La Unión	42,015	4.00	111,978
Morazán	27,015	4.02	71,340
Usulután	63,268	3.60	159,435
San Vicente	29,750	3.78	78,708
Zona Metropolitana de SS	396,417	3.49	$1_1$039,144
Total de la población			$1_1$686,313

Tabla 38: **Hogares por departamento en estudio**.

Fuente: Porcentajes no pobres, mayores de 18 años y personas por hogar, Según la encuesta de hogares y propósitos múltiples 2014

Del total de la población se tomara en cuenta según la tabla 38 de actividades preferidas por los turistas del ministerio de turismo 2013 solo el porcentaje de la población que gusta de las actividades a las que está dirigido el estudio, según la tabla 38 y la suma de porcentajes que competen será en total de 75.1% de la población.

Total de población en estudio

$(1_1686{,}313 * 0.751) \cong 1_1266{,}421$ Personas

3.5.5. CALCULO DE LA MUESTRA

Como el universo es de $1_1$686,313 personas, valor que se considera como una población finita. Por tanto, la muestra será calculada haciendo uso de la ecuación de muestreo aleatorio simple para este tipo de población.

$$n = \frac{z^2 \cdot Npq}{e^2(N-1) + z^2pq}$$

z= valor critico corresponde a un determinado coeficiente de confianza

p= proporción poblacional de la ocurrencia de un evento

q= (1-p)= proporción de población de la no ocurrencia del evento.

N= Tamaño de la población.

Determinación de los valores para el cálculo de la muestra

p: Probabilidad de éxito. Se considerará como éxito: "que el consumidor esté dispuesto a participar de la ruta turística".

q: probabilidad de fracaso, se considerará como fracaso: "que el consumidor no esté dispuesto a participar de la ruta turística".

Para poder determinar el valor de "p", se realizó una prueba piloto de 15 encuestas con dos preguntas a pobladores salvadoreños considerando su lugar de residencia, los resultados arrojados fueron los siguientes:

Pregunta 1: ¿En su tiempo libre usted gusta de practicar actividades turísticas?		
Si	14	93.33
No	1	6.67
Pregunta 2: ¿Estaría dispuesto a realizar turismo en la zona de la microrregión del Valle de Jiboa?		
Si	13	92.85
No	1	7.14

Tabla 39: Preguntas para establecer los valores preliminares de p y q de la muestra.

Fuente: Elaboración Propia.

Por lo que los valores de p y q correspondientes serán los que siguen:

p= 0.92

q=0.07

Nivel de confianza	Z_{alfa}
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

Tabla 40: Nivel de confianza.

Fuente: Elaboración Propia.

z: Para este estudio se establece una Incertidumbre de 95%, teniendo un valor de z = 1.9696.

E: Error muestral; está relacionado con la posible respuesta a recibir de parte del consumidor, considerando que la zona de estudio tratada en la encuesta comprende municipios poco conocidos en el sector turístico, se establece el valor de 5%.

Por lo tanto: Z = 1.96 de la curva normal; para un nivel de confianza del 95%, considerado un nivel aceptable de confianza.

p = 86% proporción de la población que se esperada responda positivamente a participar en la nueva ruta turística.

q = 14% proporción poblacional que responda negativamente a participar en la nueva ruta turística.

e = 5 % margen de error.

Al sustituir datos en la formula se obtiene:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 1266421 \cdot 0.92 \cdot 0.07}{0.05^2(1266421-1)+1.96^2 \cdot 0.92 \cdot 0.07} = 119.95 \cong 120 \text{ Personas a encuestar}$$

3.5.6. DATOS PARA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO INTERNACIONAL

Segmentación geográfica según región y país de procedencia

Región de residencia	2009	2010	2011	2012	2013	Variación porcentual 13/12	Cuota de mercado 2013
Centroamérica	673,324	739,843	734,796	740,698	708,541	-4.3%	55.2%
Norteamérica	371,280	356,608	368,641	443,075	482,211	8.8%	37.6%
Suramérica	19,861	23,704	33,249	32,897	46,337	40.9%	3.6%
Europa	18,842	19,919	33,891	25,744	32,344	25.6%	2.5%
Asia	3,265	4,927	7,504	5,848	5,699	-2.5%	0.4%
Otros	4,354	4,560	6,416	6,462	7,659	18.5%	0.6%
Total	**1090,926**	**1149,561**	**1184,497**	**1254,724**	**1282,792**	**2.2%**	**100.0%**

Tabla 41: Llegada de turistas por región de procedencia.

Fuente: Boletín estadístico Corsatur 2014.

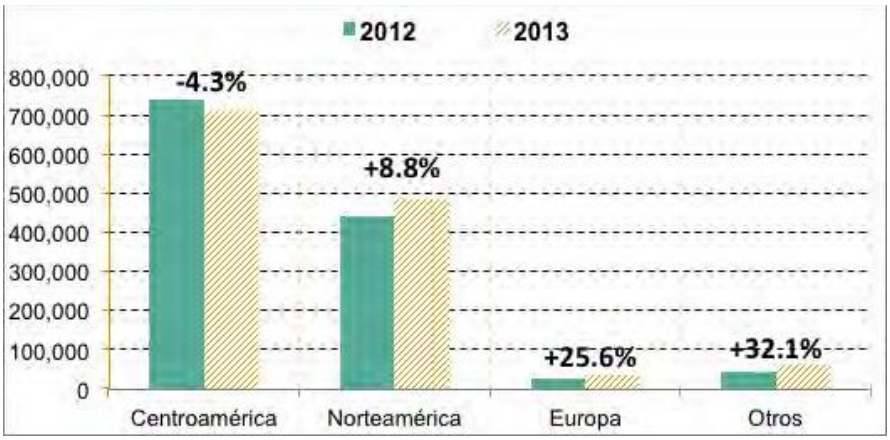


Grafico 12: Demanda de servicios turísticos.

Fuente: Boletín estadístico Corsatur 2014

Basados en el gráfico 12 y la tabla 41 ilustradas en la parte anterior se puede observar que las regiones con mayor índice de procedencia son Centroamérica y Norteamérica con 59% y 35.3% respectivamente.

Para el presente estudio se tomara en cuenta únicamente la región de Centroamérica ya que este tiene mayor participación porcentual con respecto a las demás regiones del mundo.

Nacionalidad	***Llegada de turistas por año***	
	2012	***2013***
Guatemala	537,612	465,055
Honduras	136,451	171,736
Nicaragua	32,566	32,936
Costa Rica	20,300	20306
Total	726,929	690,033

Tabla 42. Llegada de turistas por año según país de residencia de Centroamérica.

Fuente: Boletin estadistico Corsatur 2014.

Según los datos de la tabla 42 se observa que los países con mayor participación de turismo en El Salvador, provienen del área de Centroamérica, en el cual los de mayor ingreso son Guatemala, Honduras, Nicaragua y Costa Rica, respectivamente, para la presente investigación se tomará

únicamente el país de Guatemala ya que representa el 67.40% del total de llegada de turistas de Centroamérica.

Lo que se perfila como el mercado meta en ámbito internacional, tomando en cuenta los motivos por los cuales los turistas visitan nuestro país según se pueden observar en la siguiente tabla:

Motivo de viaje turistas 2009-2013	2009	2010	2011	2012	2013	% participación 2013
Negocios	167,984	178,571	158,713	154,790	146,344	11.4%
Educación	1,121	2,726	782	629	1,330	0.1%
Visita a familiares o amigos	463,585	446,733	369,119	509,158	500,211	39.0%
Tratamiento de salud	6,392	11,365	13,374	16,144	15,815	1.2%
Religioso	21,609	24,082	46,217	34,511	53,754	4.2%
Ocio	409,381	461,878	554,431	501,357	493,067	38.4%
Otros motivos	20,854	24,207	41,862	38,135	72,271	5.6%
Total	**1090,926**	**1149,562**	**1184,498**	**1254,724**	**1282,792**	**100.0%**

Tabla 43: Motivos de Viajes de turistas por año.

Fuente: Boletín estadístico Corsatur 2014.

Según la Tabla 43 se puede observar que existen motivos de viaje que no repercuten en el turismo interno como lo son los viajes de negocio, tratamientos de salud, educación, etc. Por lo cual se analizará únicamente los viajes de ocio y visitas a familiares y amigos.

3.5.7. ELABORACIÓN DE INSTRUMENTO RECOLECTOR DE INFORMACIÓN.

a. Encuesta

Este será el medio que se utilizara para recolectar la información el cual es de carácter común para toda la población (Ver anexo 1). Para el presente estudio se hará uso de este instrumento con el fin de indagar las características del cliente potencial, en cuanto a sus exigencias, conocimientos, y motivaciones que lo llevan a elegir el producto turístico.

Los pasos mediante los cuales se elaboró el cuestionario son los siguientes:

a. Se determinaron las variables claves a medir con forme a los objetivos planteados.
b. Se formularon las preguntas para obtener la información necesaria.
c. Se decidió sobre el orden de las preguntas y sobre el esquema físico del cuestionario.

d. Se realizó una prueba piloto para probar el cuestionario con respecto a omisiones, ambigüedades y otros.
e. Se corrigieron los problemas encontrados.

b. Perfil de los Encuestados

- Hombres y Mujeres. El sexo es indiferente.
- Con edades entre los 18 – 59 años.
- Personas que se encuentren en el AMSS, en los departamentos de San Miguel, San Vicente, Morazán, La Unión, Usulután.
- Clase Social: Media y Alta.
- Consideren el turismo como una actividad alternativa para realizar en el tiempo libre.

3.5.8. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA DE ADMINISTRACIÓN DEL INSTRUMENTO A UTILIZAR

Plan de muestreo para la muestra nacional

El plan de muestreo para asignar la cantidad de encuestas a realizar en cada zona seleccionada será de forma porcentual según la cantidad de personas de cada uno de las zonas que conforman el universo en esta investigación. Así:

Departamento	Total de Población	%	Total de Encuestas	Encuestas por departamento
San Miguel	484,479	14.9	99	15
La Unión	260,883	8.0		9
Morazán	196,866	6.1		6
Usulután	364,536	11.2		13
San Vicente	178,216	5.5		6
Zona Metropolitana de SS	1,760,057	54.24		51

Tabla 44: Plan de muestreo para encuesta clientes potenciales nacional.

Fuente: Elaboración Propia.

El método seleccionado para realizar la recopilación de información es la entrevista personal. En la que se contratarán con tres colaboradores, que serán los encargados de entrevistar a la cantidad de personas determinadas por la muestra.

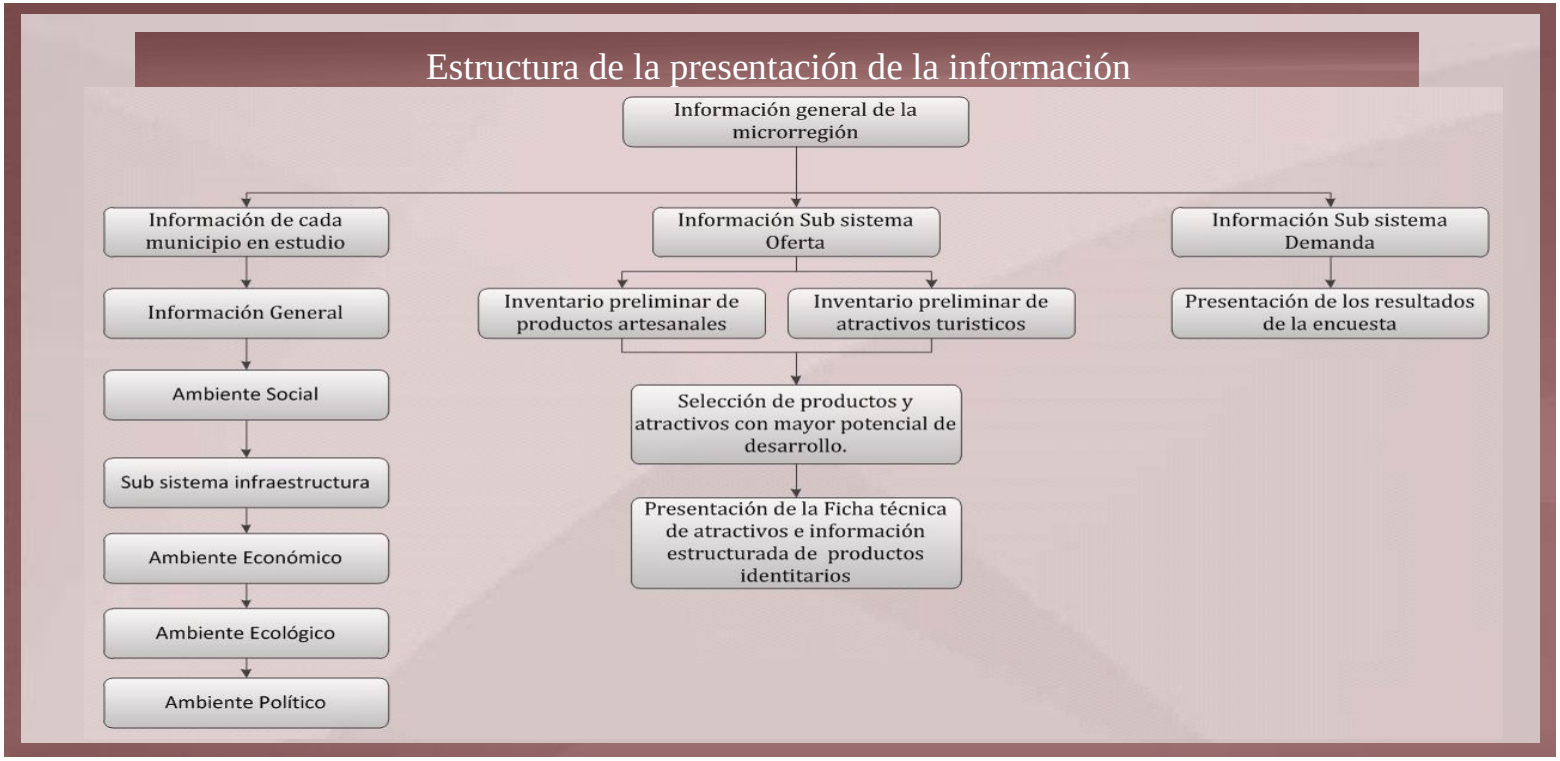
La metodología a seguir será la siguiente:

1. Arribo de los colaboradores a los lugares establecidos, seleccionados como puntos estratégicos para realizar entrevistas.
2. Selección aleatoria de posibles encuestados al azar.
3. El entrevistador deberá saludar respetuosamente a la persona a la que ha decidido entrevistar, identificándose y explicando el motivo de la encuesta, preguntándole seguidamente si tiene la disponibilidad de tiempo necesario para contestar una encuesta de mercadeo.
4. En el caso de que el encuestado acceda a realizar la encuesta, el entrevistador le proporcionará los recursos necesarios siendo estos el cuestionario electrónico; en el caso de que no acceda se le darán las gracias simplemente.
5. Cuando el encuestado este desarrollando la encuesta el entrevistador se mantendrá cerca para aclarar dudas sobre las preguntas, realizando aclaraciones generales de estas teniendo siempre el cuidado de evitar el influir en las respuestas.
6. Al terminar de responder el cuestionario el entrevistador dará las gracias cordialmente por la valiosa información que se ha brindado, permitiendo sentir al entrevistado que está haciendo un aporte muy importante para la realización del estudio, el cuestionario será guardado inmediatamente para brindar seguridad al encuestado por sus respuestas y no incomodar a este.

El cuestionario utilizado en el estudio se encuentra en el Anexo 1.

4. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACION DE DIAGNOSTICO

4.1. ESTRUCTURA DE LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN



Esquema 24: Metodología de la presentación de la información.

Fuente: Elaboración Propia.

4.2. INFORMACIÓN GENERAL DE LA MICRORREGIÓN

Hablar del Valle del Jiboa es referirse a un territorio lleno de bellezas escénicas, moliendas, tradiciones culinarias, recursos naturales, gente emprendedora, festivales identitarios y un fuerte componente musical y artístico.

Este valle representa el 5.8% del territorio salvadoreño y se caracteriza por el imponente Volcán Chichontepec que da la bienvenida al turista que busca experiencias únicas en los municipios que conforman la región.

En la región paracentral de El Salvador se localiza el Valle de Jiboa, uno de los territorios más Fértiles con los que cuenta el país en términos de producción primaria, Sus actividades productivas se basan en el cultivo e industria artesanal de la caña de azúcar, café, hortalizas en pequeña escala y en la manufactura artesanal.

4.2.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Ilustración 7: Municipios que componen la Microrregión del Valle de Jiboa

Fuente: Alcaldía Municipal de San Vicente.

El Valle de Jiboa está ubicado a 60 Km de San Salvador. Lo integran 14 municipios que son: Apastepeque, San Vicente, Santa Clara, San Esteban Catarina, San Cayetano Istepeque, Tepetitán, Verapaz, Guadalupe, San Lorenzo, San Sebastián, San Idelfonso, y Santo Domingo en el departamento de San Vicente; así como Jerusalén y Mercedes la Ceiba en el departamento de La Paz. La microrregión tiene una extensión de 87.05 Km2. El río Jiboa, con una longitud de 63 Km, sirve de límite natural de la microrregión en la parte noroeste (límite municipal de Jerusalén, 6 Km).

Al norte, La microrregión es atravesada por la carretera internacional CA-1 (por el municipio de San Cayetano Istepeque) y una vía férrea (de la Compañía Ferrocarriles Nacionales de El Salvador, FENADESAL) atraviesa la parte central de la microregión sobre los municipios de Tepetitán y San Cayetano Istepeque. En la parte sur limita con el volcán de San Vicente (Chichontepec), que presenta elevaciones de 2,105.00 y 2,181.74 msnm.

Al oeste con la zona cafetalera de San Salvador contigua al Lago de Ilopango, y al este con la ciudad de San Vicente (cabecera departamental). Otras ciudades importantes, cercanas a la microregión son Cojutepeque y Zacatecoluca.

Ilustración 8: Ubicación Geográfica de la Microrregión en El Salvador

Fuente: Alcaldía Municipal de San Vicente.

4.2.2. CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD

Esta zona se interconecta con el resto del país y países vecinos a través de la carretera panamericana (CA-1), que atraviesa el territorio nacional de occidente a oriente, permitiendo la conexión con el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) y otras centralidades con las que se relaciona como San Vicente, Cojutepeque y Zacatecoluca.

La accesibilidad sur-norte de la microrregión es difícil por la escasez de infraestructura vial adecuada, condicionada por los accidentes geográficos de la zona, contándose con la carretera panorámica que bordea el lago de Ilopango y con la carretera San Vicente-Zacatecoluca. La carretera panorámica juega un rol fundamental en el desarrollo de la microrregión al establecer la conexión entre la carretera del litoral (CA-2) y la carretera panamericana (CA-1), mediante la antigua carretera a Zacatecoluca y San Pedro Masahuat, contando a su vez con un gran potencial escénico y paisajístico. La carretera que une Zacatecoluca con San Vicente no se encuentra en buen estado. Existen otras vías de penetración sur-norte a la microrregión que presentan una infraestructura precaria e ineficiente. Entre ellas podemos mencionar la calle que conecta Zacatecoluca con Guadalupe, pasando por el Cantón El Chile, y la calle que conecta San Pedro Nonualco, Santa María Ostuma y Guadalupe.

Vía de comunicación	Estado	Carriles	Material	Población más importante que intercomunica
Carretera Panamericana	Bueno	2 y 4	Concreto Asfalto	AMSS, San Martin, Cojutepeque, San Vicente, Mercedes Umaña
Vía de comunicación intermunicipales	Bueno	2	Asfalto y tierra	Verapaz, Tepetitán, Guadalupe, San Cayetano Istepeque
Vías de comunicación interdepartamentales	Regular	2	Tierra	Mercedes la Ceiba y Jerusalén

Tabla 45: Principales vías de conectividad Vial en la Microrregión del Valle de Jiboa.

Fuente: Tomado de Diagnóstico del departamento de San Vicente, http://www.sanvicenteproductivo.org

4.2.3. CLIMA Y VEGETACIÓN

El clima en la microrregión es predominantemente cálido; sin embargo, hacia el sureste el clima se torna fresco, debido a la elevación que adquiere el territorio por la existencia del volcán de San Vicente. El monto pluvial en la microrregión es alto y presenta tres zonas de precipitación: en la parte norte es de 1800 a 2000 mm, en la parte media y sobre gran parte del municipio de Guadalupe la precipitación es de 2000 a 2200 mm y en la parte sur este de los municipios de Guadalupe, Tepetitán y San Cayetano Istepeque la precipitación varía de 2200 a 2400 mm. El sistema de zonas de vida de Holdridge para clasificar formaciones naturales en la microrregión indica la presencia de bosque húmedo subtropical y bosque muy húmedo subtropical con algunas zonas de transición a bosques tropical y húmedo. Esta clasificación define ciertos rangos en donde pueden existir formaciones vegetales particulares definidas por la combinación de parámetros como: precipitación (isoyetas), elevación (curvas de nivel) y temperatura (isotermas).

Las especies arbóreas más notables son: sincahuite, istaten, botoncillo, ojushte, papaturro, conacaste, zopilocuavo, tambor, níspero, cedro, ceiba, bálsamo, nol, morro, pepeto, madrecacao, nance, chaparro, pino de ocote, roble, capulín, mulo, ciprés, copinol, cortez negro, volador, eucalipto, caoba, guayabo y guachipilín.

4.2.4. SISTEMA DE CUENCAS

El 69.1 % del territorio de la microrregión pertenece a la cuenca hidrográfica del Jiboa y el restante 30.9 % a la cuenca del río Lempa. Los municipios de Jerusalén, Mercedes La Ceiba y gran parte de los municipios de Verapaz y Guadalupe pertenecen a la cuenca del Jiboa; Tepetitán y San Cayetano, Istepeque se encuentran en la cuenca del Lempa.

A continuación, se detallan los principales ríos de la microrregión por municipio:

Jerusalén	**Jiboa, Chorrerón**
Mercedes la Ceiba	Chorrerón, Chanjute
Guadalupe	San Antonio y Verapaz

Verapaz	Jiboa, Borbollón, Verapaz,
Tepetitán	Agua Caliente, Acahuapa, San Antonio
San Cayetano Istepeque	Acahuapa, Ixtepeque, Antón Flores

Tabla 46: Principales Ríos de la microrregión

Fuente: Tomado de Diagnóstico del departamento de San Vicente.

4.2.5. RUTEO DE BUSES

Ruta de buses	*Recorrido*	*Costo*	*Tiempo*
110	San Salvador, Santo Domingo San Sebastián	$1.00	1 hora y 40 min
116- O	San Vicente	$0.90	2 hora y 10 min
116- SE	San Vicente	$2.00	1 hora y media
301	San Salvador a San Miguel	Entre $1.00 y $1.50	1 hora y 45min
304	San Salvador a La Unión	Entre $1.00 y $1.50	1 hora y 45min
306	San Salvador a Santa Rosa de Lima	Entre $1.00 y $1.50	1 hora y 45min
191	San Vicente, Tepetitán, San Cayetano	$0.90	1 hora y media
160	Guadalupe, Verapaz, Tepetitán, San Cayetano	$1.00	1 hora y media

Tabla 47: Ruteo de buses Microrregión del Jiboa.

Fuente: Tomado de Diagnóstico del departamento de San Vicente.

4.2.6. POBLACIÓN Y EXTENSIÓN TERRITORIAL

El recurso humano y el territorio constituyen el activo más importante de una zona, es por ello que para efectos de este estudio se han considerado sus valores correspondientes, proveyendo una panorámica inicial de la zona.

Municipio	Extensión en km^2	Población	% población rural
Apastepeque	120.56	20,603	73.51
Guadalupe	21.51	6,208	32.17
San Cayetano Istepeque	17.01	6,048	68.45
Santa Clara	124.46	5,559	82.50
San Esteban Catarina	78.14	5,996	55.36
San Lorenzo	18.71	6,834	65.96
San Vicente	267.25	59,936	31.03
Tepetitán	12.81	4,221	49.19
Verapaz	21.31	7,044	60.76
Jerusalén	10.61	2,875	82.57
Mercedes La Ceiba	6.50	663	23.86
Santo Domingo	16.41	7,653	65.54
San Sebastián	61.83	15,540	54.53
San Ildefonso	136.37	8,150	72.02
Total	913.48	157,340	51.32

Tabla 48: Población y extensión territorial por municipio de la Microrregión del Jiboa.

Fuente: Tomado de Lineamientos para una estrategia integral de desarrollo integral y atención de la vulnerabilidad en el valle de Jiboa.

4.2.7. ÍNDICES SOCIALES Y ECONÓMICOS[46]

Pobreza total

Un 61.85% de la población se ve afectada por la pobreza

Pobreza extrema

La tasa promedio de pobreza extrema en el Valle de Jiboa es del 29.56%; Siendo los municipios de Santa clara y San Esteban Catarina, a donde la pobreza alcanza niveles mayores.

IDH

El índice de desarrollo humano promedia el 0.6826 en todo el territorio.

Escolaridad

La escolaridad promedio en el área urbana es de 5.96% años, mientras que en el área rural es de 4.46 años.

Alfabetismo

En el área urbana es el 82.87%, mientras que en el área rural es de 74.78%.

Agua potable

En el área urbana el 73.34% tienen acceso a agua potable, y en el área rural el 54.80%.

Saneamiento

En el área urbana el 17.66% de los hogares tienen acceso a saneamiento por alcantarillado y en el área rural solo el 1.78% tienen este servicio.

Energía Eléctrica

En el área Urbana el 91.55% de los hogares tienen acceso a la energía eléctrica, mientras que en el área urbana el 81.48% cuenta con el servicio.

[46] Fuente Digestic VI censo de población y vivienda 2007.

En el Anexo 7 se encuentra detallada la información de los principales Índices de los municipios de la zona.

4.3. SEGURIDAD EN LA ZONA

Municipio	**2015**			
	Asesinatos	***Robos***	***Secuestros***	***Extorciones***
Apastepeque	11	2	0	2
Guadalupe	2	0	0	4
San Cayetano Istepeque	1	2	0	2
San Esteban Catarina	3	0	0	0
San Ildefonso	1	0	0	1
San Lorenzo Sv	2	0	0	2
San Sebastián	3	0	0	2
San Vicente	19	10	1	52
Santa Clara	2	0	0	1
Santo Domingo	1	3	0	2
Verapaz	1	0	0	4
Tepetitán	1	2	0	1
Jerusalén	1	0	1	1
Mercedes La Ceiba	1	0	0	0

Tabla 49: Delincuencia por municipio y tipo de delito.

Fuente: Tomado del informe Policía Nacional Civil 2009-2015

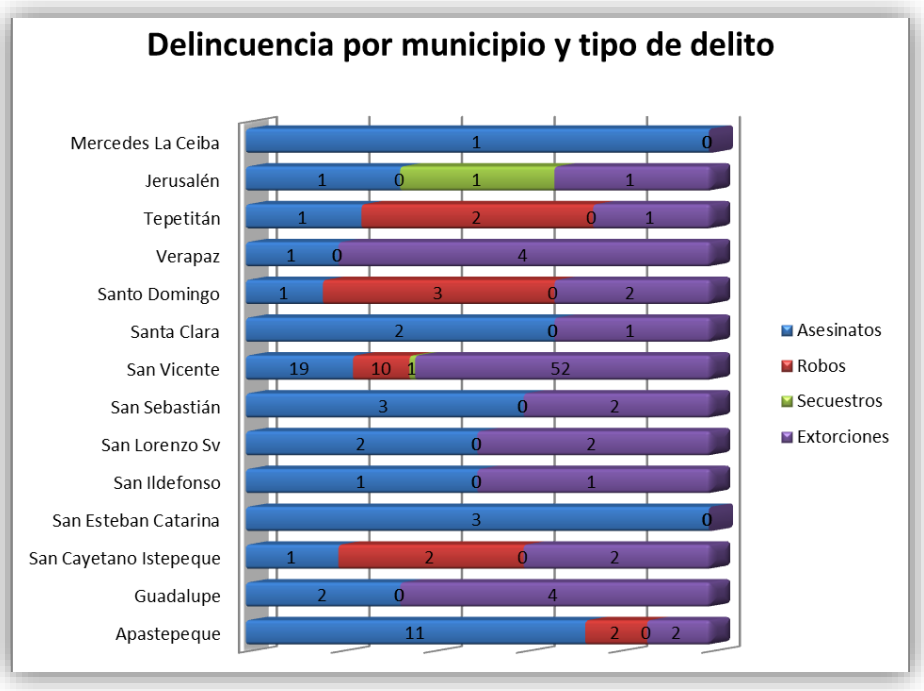


Grafico 13: Delincuencia por municipio y tipo de delito en la MIJIBOA.

Fuente: Elaboración Propia.

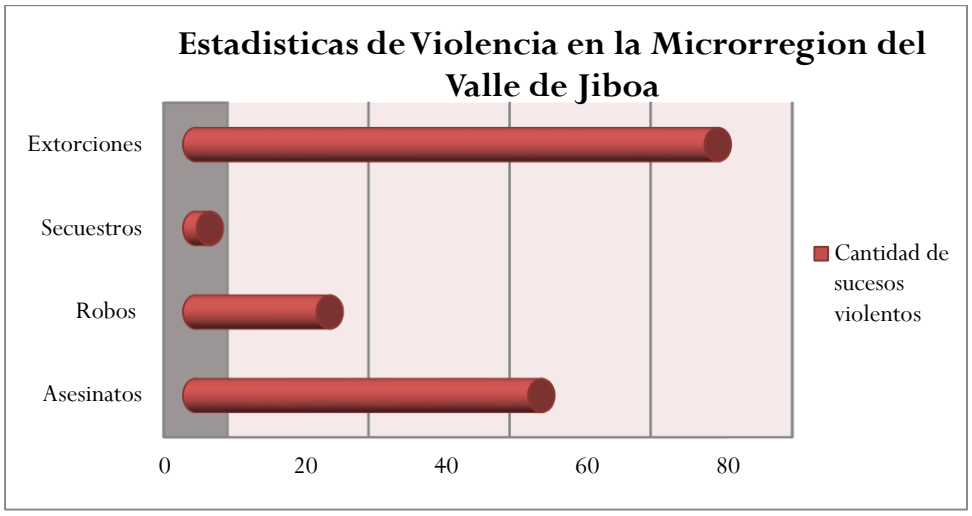


Grafico 14: Estadísticas de Violencia en la microrregión del Valle de Jiboa.

Fuente: Elaboración propia

4.4. ESTIMACIÓN DE INGRESOS

Con base a la información de ingresos percibidos y la tendencia histórica que ocurre con respecto al FODES 2013 se presenta los criterios de estimación de ingresos proyectados para el período 2014-2019: Para la proyección de ingresos de impuestos, tasas y derechos, se considera para esta estrategia que quedara a discreción de cada municipio el uso de los mismos para la inversión por ser muy desiguales en términos de recaudación en los 11 municipios. Para la proyección de ingresos corrientes del FODES 25% y transferencias de capital 75% FODES provenientes del gobierno central, se estima la designación para financiar el Plan estratégico micro regional a destinar el 5% anual para proyectos territoriales, con respecto al 75% que perciben para la administración y ejecución de los proyectos a medida se obtengan recursos frescos de la gestión que establezca la UTI.

No	Departamento	Municipio	Funcionamiento 25% Mensual Ene - Nov.	Inversión 75% Mensual Ene - Nov.	Propuesta de Inversión 5% Anual
1	LA PAZ	JERUSALEN	9.231,69	27.695,07	16.617,04
2		MERCEDES LA CEIBA	7.091,20	21.273,58	12.764,15
3	SAN VICENTE	SAN VICENTE	51.694,56	155.083,66	93.050,20
4		APASTEPEQUE	33.306,42	99.919,24	59.951,54
5		SAN ESTEBAN CATARINA	11.855,41	35.566,21	21.339,73
6		SANTA CLARA	14.283,74	42.851,23	25.710,74
7		SAN LORENZO	15.349,36	46.048,08	27.628,85
8		VERAPAZ	15.287,20	45.861,58	27.516,95
9		GUADALUPE	14.260,31	42.780,94	25.668,56
10		SAN CAYETANO ISTEPEQUE	13.744,15	41.232,44	24.739,46
11		NUEVO TEPETITAN	11.629,13	34.887,37	20.932,42
Gran Total			197.733,17	593.199,40	355.919,64

Tabla 50: Aporte del FODES por Municipio. 2013.

Fuente: Tomado de "DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARTICIPATIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA MICRORREGIÓN DEL VALLE DEL JIBOA, (MIJIBOA), SAN VICENTE, EL SALVADOR". MARZO-AGOSTO 2014"

4.5. COMITÉS DE DESARROLLO TURÍSTICO

Los Comités de Desarrollo Turístico, por sus siglas, CDT, son figuras de participación ciudadana que tienen su base legal en la Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo[47], (Art. 2 literal e) que tiene como finalidad el desarrollo del sector turismo, en consecuencia le corresponde ejecutar la Política y el Plan Nacional de Turismo que determine el Ministerio de Turismo, a través de las siguientes actividades: Fomentar la integración y funcionamiento de Comités de Desarrollo Turístico por departamento y por municipio; los cargos asignados en dichos comités serán de carácter ad honorem; por lo que el reglamento de esta Ley regulará la constitución y operación de dichos comités.

Están conformados por personas de una localidad que se organizan dentro de una determinada circunscripción territorial. En este proceso pueden llegar a formar alianzas con distintas dependencias públicas, personas particulares, Asociaciones de Desarrollo Comunal, asociaciones y fundaciones sin fines de lucro, organismos de cooperación internacional u otros, con la finalidad de fomentar el turismo en la localidad.

Para el caso de la región del Valle del Jiboa se cuenta con 16 CDT, siendo los pioneros a nivel nacional en la conformación del Primer CDT Departamental de San Vicente.

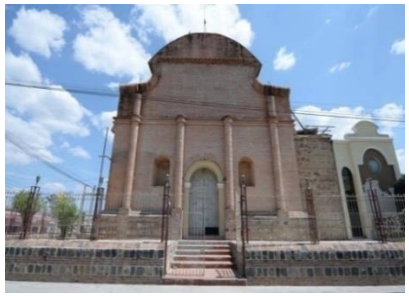
1. CDT Apastepeque
2. CDT San Cayetano Istepeque
3. CDT San Vicente
4. CDT Guadalupe
5. CDT Tepetitán
6. CDT Verapaz
7. CDT Jerusalén
8. CDT Mercedes la Ceiba
9. CDT San Esteban Catarina
10. CDT San Idelfonso

[47] Ver Capítulo I, Numeral 8.2 “Instrumentos de desarrollo” en este documento.

11. CDT San Lorenzo
12. CDT San Sebastián
13. CDT Santa Clara
14. CDT Santo Domingo
15. Asociación de Turismo CODESTUR Santo Domingo
16. CDT DEPARTAMENTAL DE SAN VICENTE.

4.6. PRESENTACIÓN DE ELEMENTOS SISTEMICOS POR MUNICIPIO

4.6.1. MUNICIPIO DE APASTEPEQUE

<table>
<tr><th colspan="5">MUNICIPIO DE APASTEPEQUE</th></tr>
<tr><td rowspan="15">
 
 </td><td>Fundación del municipio</td><td>Extensión del municipio</td><td>Elevación</td><td>Accesibilidad</td></tr>
<tr><td>15 de Enero de 1543 por los españoles.</td><td>120.56 Km^2</td><td>590 msnm</td><td>Carreteras pavimentadas: desde CA-1W en el desvió a San Vicente Carretera a Apastepeque, desde CA-1W desde desvió a Santa Clara, desde San Vicente Carretera antigua a Apastepeque.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Límites geográficos</td></tr>
<tr><td colspan="4">Limita al norte con el municipio de San Esteban Catarina, al noreste con el municipio de Santa Clara, al este u oriente con el municipio de San Ildefonso, al sur con la Ciudad de San Vicente y al oeste o poniente con el municipio de San Cayetano Istepeque.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Clima</td></tr>
<tr><td>Temperatura:</td><td>22º - 26ºC</td><td>Precipitación fluvial:</td><td>1600 -2000 mm</td></tr>
<tr><td>Población</td><td>Densidad demográfica</td><td>Distancia desde San Salvador</td><td>Distancia desde San Vicente</td></tr>
<tr><td>20,603 Hab.</td><td>170.89 Hab./ Km^2</td><td>58 Km</td><td>6 Km</td></tr>
<tr><td colspan="2">División política</td><td colspan="2">Circuitos turísticos a los que pertenece</td></tr>
<tr><td colspan="2">10 Cantones, 48 caseríos y 5 Barrios.</td><td colspan="2">Caminos de Arte y Tradición</td></tr>
<tr><td colspan="4">Orígenes y etimología</td></tr>
<tr><td colspan="4">En lengua nahuatl "Apastepeque", significa “Cerro del Alabastro”, pues proviene de Apast, alabastro; y Tepic, cerro.”(Alabastro= Piedra caliza trasparente y poco dura). En nahuatl "Saguayapa" significa “Ríos de ranas y arenas”, pues procede de las raíces sa o shal, arena; guay, rana (batracio sagrado entre los antiguos Toltecas); y apa, río, laguna.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Costumbres y folklore</td></tr>
<tr><td colspan="4">Las fiestas patronales son celebradas del 16 al 25 de julio en honor a Santiago Apóstol</td></tr>
<tr><td colspan="4">Atractivos turísticos del municipio</td></tr>
<tr><td colspan="4">Turicentro Laguna de Apastepeque, Parque central José María Canales, Iglesia Catedral, Iglesia El Calvario, Mayordomía de Santiago Apóstol, Talleres de Artesanías en Madera.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Productos identitarios</td></tr>
<tr><td colspan="4">Artesanías en madera, y productos derivados de la caña de azúcar.</td></tr>
</table>

INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE APASTEPEQUE

Apastepeque es uno de los 13 municipios pertenecientes al departamento de San Vicente. Está localizado a 58 kilómetros al este de la capital y a 6 km de la cabecera departamental, al sureste de la zona central del país a una altura de 590 msnm. Limita al norte con el municipio de San Esteban Catarina, al noreste con el municipio de Santa Clara, al este con el municipio de San Ildefonso, al sur con la ciudad de San Vicente y al oeste con el municipio de San Cayetano Istepeque. Su jurisdicción territorial comprende una superficie de 120.56 km2. Se divide administrativamente en 10 cantones, 48 caseríos y 5 barrios.

Usos de Suelo

Los tipos de suelos existentes son: regosoles y litosoles; entisoles, fase de tobas consolidadas onduladas, fuertemente alomadas; andisoles, fase ondulada a montañosa muy accidentada; entisoles, arcilloso rojosos; y litosoles[48].

Apastepeque posee un sistema de tierras con vocación para labranza semi-intensiva, constituido por la integración de tierras clase II, III y IV, con dominio de esta última en el sector norte del municipio. En menor escala cuenta con tierras clase VIII.

División Política Del Municipio

El municipio de Apastepeque ubicado en el departamento de San Vicente se divide en 10 Cantones, 48 caseríos y 5 Barrios[49]. Los Cantones que pertenecen a Apastepeque son:

1. Calderas
2. El Guayabo
3. Las Minas
4. Cutumayo
5. San Juan de Merino

[48] Plan de competitividad municipal de Apastepeque 2012-2016

[49] Plan de competitividad municipal de Apastepeque 2012-2016

6. San Nicolás
7. San Felipe
8. San Jacinto
9. San Pedro
10. San José Almendros

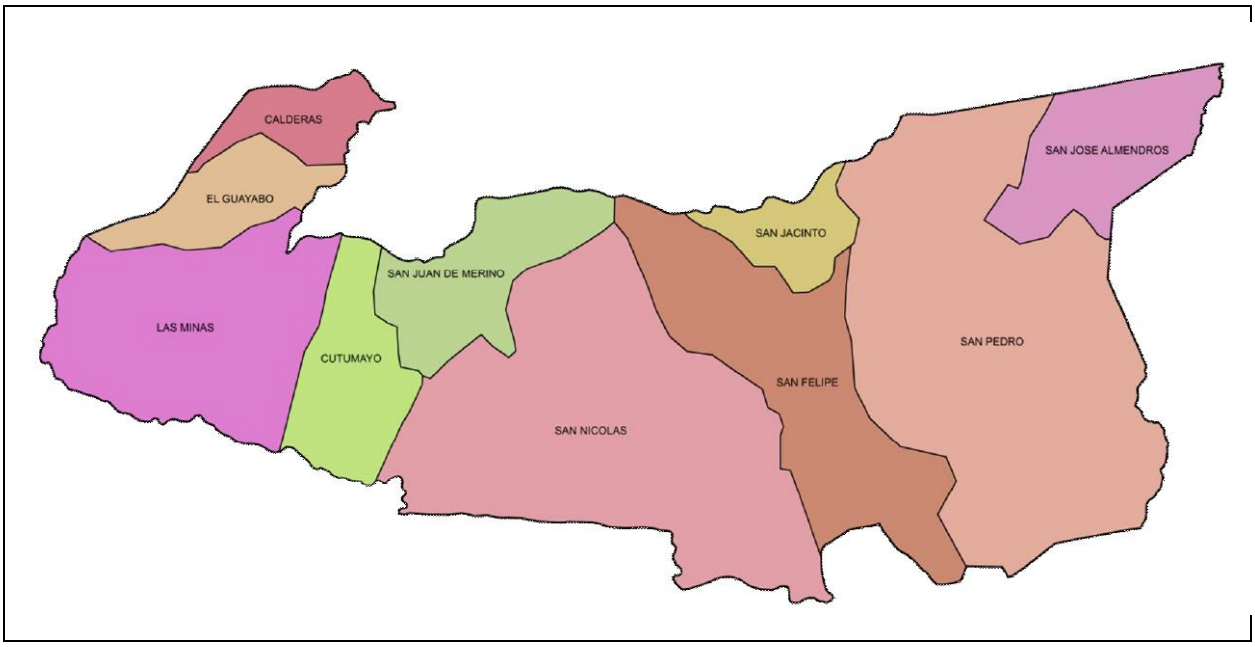


Ilustración 9. Mapa de División político administrativa del municipio de Apastepeque.

Fuente: Plan de competitividad municipal de Apastepeque 2012-2016

AMBIENTE SOCIAL

SERVICIOS BÁSICOS

Educación

La ciudad de Apastepeque tiene acceso a la educación formal desde Parvulario hasta Bachillerato; además mencionar que el Instituto Nacional de Apastepeque y el Centro Escolar "Mercedes Novoa", cuentan con un sistema informático para el uso interno de la institución. La ciudad también tiene educación nocturna, educación a distancia (EDUCAME) y programas de Alfabetización.

Los centros educativos[50] del municipio son los siguientes:

- Escuela de Educación Parvulario"Marta Carbonell de Quiteño"
- Centro Escolar "Agustín Sánchez"
- Centro Escolar "Mercedes Novoa"
- Centro Escolar Católico "Santa María del Camino"
- Instituto Nacional de Apastepeque (INAP)

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
76.89%	86.4%	298	324	48	5

Tabla 51. Principales Indicadores de Educación del municipio de Apastepeque

Fuente: VI Censo de Población y V Vivienda 2007. Tomo IV Población, Volumen II-Municipios: Características educativas y económicas.

El 76.9% de la población de 15 años o más, sabe leer y escribir, lo cual representa una leve mejora comparada a la tasa del 2005 (75.6%)8. Así también, el indicador de alfabetismo en jóvenes de 15 a 24 años ha mejorado significativamente: mientras que en el 2005 era de 87.6%, en el 2009 la tasa de alfabetismo aumentó al 91%, lo que ubica al municipio a un punto porcentual de la tasa departamental y a 2.3 puntos porcentuales por debajo del promedio nacional, en el rango de edad señalado (Ministerio de Educación, MINED, 2009).

En lo que respecta a la tasa neta de cobertura, los indicadores son un poco más favorables para el municipio, el MINED reportó que Apastepeque cuenta con una tasa de cobertura neta del 65.8% para la educación parvularia; 88.3% en el nivel de primaria; 77.4% en el de tercer ciclo; y 48.2%

[50] Trabajo de grado: Incidencia de las instituciones educativas gubernamentales y no gubernamentales existentes en la ciudad de Apastepeque departamento de San Vicente, en la formación integral de los/as jóvenes y adolescentes en el periodo 2008-2009

para educación media. Esto pone al municipio por encima de los promedios departamentales de 64.4%, 87.5%, 76.9% y 48.0%, respectivamente, para cada nivel (Ministerio de Educación, MINED, 2009).

Salud

El municipio de Apastepeque cuenta con siete unidades de Salud[51], ubicadas en el casco urbano y en los distintos cantones del municipio, Las unidades son las siguientes:

- Unidad de Salud casco urbano de Apastepeque
- Ecos Cantón Calderas
- Ecos Cantón Las Minas
- Ecos Cantón San Felipe
- Ecos Cantón San Jacinto
- Ecos Cantón San Nicolás
- Ecos Cantón San Pedro

Seguridad

La Policía Nacional Civil (PNC) en la Ciudad de Apastepeque, es la institución que se encarga de brindar seguridad las 24 horas del día, además de realizar patrullajes en el día y la noche en los barrios y colonias de la ciudad de Apastepeque. Cabe mencionar que se involucran en las distintas actividades: como Charlas preventivas a los Centros Educativos.

INFRAESTRUCTURA

Como todo municipio en su afán de mejorar este presenta cierta calidad en infraestructura y sobre los servicios que ofrece tanto para los turistas como para su población. Es por ello que se presenta a continuación las condiciones que posee el municipio con respecto a su infraestructura, así como los servicios que ofrece:

[51] Mapa Sanitario del Ministerio de Salud 2014

Servicio	*Hogares*		*% Distribución*		*% Cobertura*	
	Cantidad	**% con respecto al total**	**Urbano**	**Rural**	**Urbano**	**Rural**
Telefonía fija	908	22.3	62.4	37.6	47.7	11.6
Telefonía celular	2,559	62.7	27.0	73.0	58.2	63.7
Internet	19	0.5	63.2	36.8	1.0	0.2
Alumbrado eléctrico	3,654	88.6	31.1	68.9	95.7	85.8
Agua potable	1,146	27.8	68.2	31.8	65.8	12.4
Alcantarillado	602	14.6	94.0	6.0	47.6	1.2
Recolección de basura	839	20.4	94.4	5.6	66.6	1.6

Tabla 52. Municipio de Apastepeque, cobertura de los servicios básicos.

Fuente: Plan de Competitividad Municipal de Apastepeque 2012 – 2016, VI Censo de población y V de Vivienda 2007.

INFRAESTRUCTURA VIAL

El municipio de Apastepeque cuenta con excelentes vías de acceso y de conectividad con la cabecera departamental y municipios aledaños como San Esteban Catarina, San Ildefonso, San Cayetano Istepeque y Tecoluca, lo cual favorece la salida de la producción hacia centros poblacionales importantes en los departamentos de San Vicente, San Salvador y Cabañas. Otra ventaja, es que se puede acceder al municipio por las dos carreteras principales del país: Panamericana y Carretera del Litoral, que conectan además al municipio con los principales puertos y aeropuertos del país.

Municipio	*Tipo de Carretera*	*Distancia*
San Vicente	Calle pavimentada en buen estado	5 Km

San Esteban Catarina	Calle pavimentada en buen estado	4.5 Km
San Ildefonso	Calle pavimentada en buen estado	43.5 Km
San Cayetano Istepeque	Calle pavimentada y adoquinada en buen estado	7 Km

Tabla 53. Vías de Acceso y conectividad del municipio de Apastepeque.

Fuente: Plan de Competitividad municipal de Apastepeque 2012-2016.

AMBIENTE ECONÓMICO

PEA[52]	**Actividad Económica**
36%	Agropecuaria

Tabla 54: PEA y Actividad Económica principal del municipio de Apastepeque.

Fuente: Elaboración Propia.

Productos identitarios	
Producto	**Cantidad de productores**
Artesanías en Madera	3
Productos derivados de la caña de azúcar	4

Tabla 55: Principales productos identitarios del municipio de Apastepeque.

Fuente: Elaboración Propia.

[52] Población económicamente Activa

Actividades Agrícolas

La principal fuente de empleo en el municipio es la actividad agrícola, existen 2,749 productores, que representa el 13.6% del total de productores del departamento de San Vicente y, además, ubica al municipio en el segundo lugar en total de productores[53]. De los 2,749 productores encuestados, el 39% son productores que cuentan con producción solo de patio.

De acuerdo al Mapa de Uso del Suelos, y tomando de base el Censo Agropecuario 2008, se puede constatar que la mayor parte de la superficie cultivada del municipio la ocupan los cultivos de maíz (3,644 Mz), frijol (1,648 Mz), maicillo (1127.19 Mz) y la caña de azúcar (291 Mz). Las áreas para pastos naturales también ocupan un porcentaje importante del territorio, especialmente en el cantón de San Felipe. Apastepeque aporta el 48.8% del arroz producido en el departamento de San Vicente, con un área sembrada de 196.01 Mz, siendo esta actividad fomentada por el Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA).Del total de productores de Apastepeque, el 9% son productores comerciales (es el productor que destina la mayor parte de su producción para la venta) y el 91% son pequeños productores (es el productor que consume la mayor parte de lo que produce y vende el excedente de la producción, con el fin de suplir necesidades de subsistencia). En términos de cultivos y producción, la siguiente tabla muestra un resumen de las actividades agrícolas en el municipio y su nivel de producción.

	Productores	Superficie Sembrada (Mz)	Cantidad
Caña de Azúcar	30	291.51	18,731 Tc
Maíz	2,652	3,644.06	172,092 QQ
Maicillo	464	1,127.19	13,138 QQ
Frijol	2,036	1,648.72	19,155 QQ
Arroz	115	196.01	11,512 QQ
Hortalizas		6.23	1,266 QQ
Frutas		1.36	313 QQ

Tabla 56. Actividades Agrícolas en el municipio de Apastepeque.

Fuente: Censo Agropecuario 2007-2008.

[53] Lineamientos para una estrategia de desarrollo integral y atención de la vulnerabilidad en el Valle del Jiboa.

El cuadro anterior muestra que la mayoría de los agricultores produce maíz y frijol. Así también, la superficie sembrada de maíz es más del doble del área destinada a la siembra de frijol.

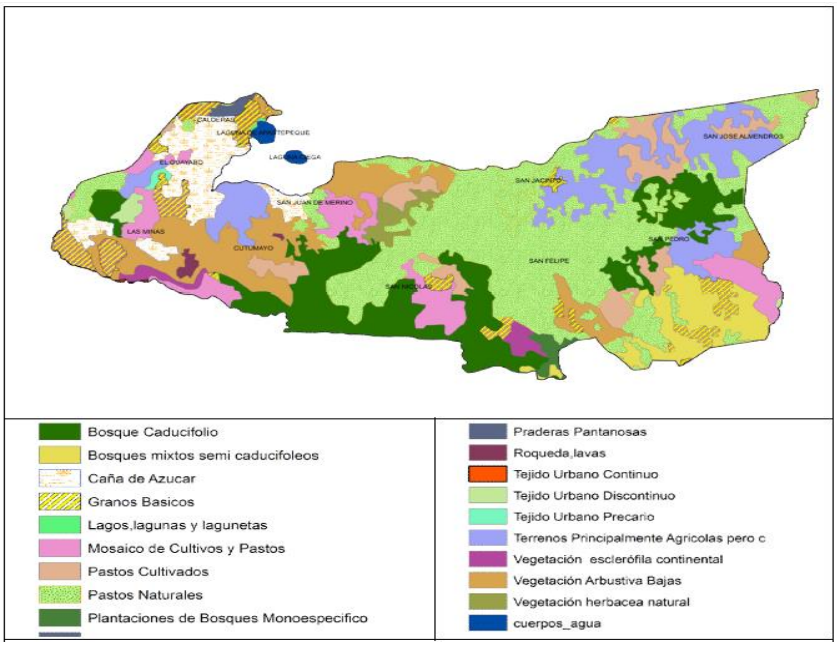


Ilustración 10. Mapa de usos de suelo del municipio de Apastepeque.

Fuente: SIG-FUNDE 2011.

La producción de maíz y frijol representa el 16.9% y 17.7% del total que se produce en el departamento, respectivamente, lo cual ubica al municipio como uno de los mayores productores de granos básicos del departamento, únicamente debajo de la cabecera departamental. Con respecto a la caña de azúcar, su participación es del 4% del total que se produce en el departamento. Por otra parte, Apastepeque es el mayor productor de arroz del departamento, ya que aporta el 48.1% del total de la producción departamental.

Actividades Ganaderas

Sobre la actividad ganadera[54], se tiene conocimiento que está concentrada principalmente en los cantones San Jacinto, San Nicolás, San Pedro, Putumayo y San Felipe; aproximadamente se maneja un hato ganadero en todas las jurisdicciones de 3,882 reses. Tomando como base el Censo

[54] Plan de Competitividad municipal de Apastepeque 2012-2016.

Agropecuario, este hato representa el 34.9% del ganado total del municipio, que ascendía para el periodo 2007-2008 a 11,134 cabezas. Esto representa el 16.0% del total departamental, ubicando al municipio de Apastepeque en tercer lugar, por debajo de Tecoluca y San Vicente, que concentran el 29.9% y 19.9% respectivamente.

Sector Agroindustrial

En términos de su estructura desarrollada en minifundios, adquiere importancia local el sistema que funciona como agroindustria artesanal de la panela[55].

La cadena productiva de la panela está compuesta por eslabones productivos y comerciales. Los actores directos son los productores de caña panelera, los procesadores de caña o beneficiadores de la caña panelera (trapiches) y los intermediarios del sistema de transporte de la caña. Los eslabones comerciales de la cadena están constituidos por mercados mayoristas locales, municipales y regionales, cuyos agentes directos son comerciantes mayoristas. El mercado al menudeo es cubierto por tiendas rurales y urbanas; los tenderos son, entonces, agentes directos de la mayor importancia, que colocan una buena parte del producto al consumidor final.

La panela puede dirigirse al mercado para consumo final en panela en bloque, granulada o en polvo; también como insumo de la industria de alimentos para consumo humano o de alimentos concentrados para animales.

ÁMBITO ECOLÓGICO

Flora

La flora[56] del municipio de Apastepeque cuenta con especies de árboles entre los que resaltan Almendros de rio, Aceitunos, Madre cacao, Pepeto, Tamarindo, Carao, Chaperno, Paraíso, Conacaste, Pino, Nance, Guayaba, Maquilishuat, San Andrés, Laurel, Zapote, Capulín, Matasano, Mango, Marañón, Jocote, Copinol, Zungano, Mamey, entre otros.

[55] Plan de Competitividad municipal de Apastepeque 2012-2016.

[56] Diagnóstico Ambiental Participativo de San Vicente 2012.

Fauna

La fauna[57] del municipio está compuesta en su mayoría por: Conejo de monte, Ardilla Parda, Cusuco, Gato Zonto, Rata casera, Mucielago de las frutas, Tacuazín Blanco, Zorillo mofeta, Taltuza.

En cuanto a los anfibios y reptiles: Garrobo, Sapo abonero, Rana, Zumbadora, Charchón, Tamagás, Lagartija Escamosa, Masacuate.

Las aves que destacan en el municipio son: Paloma ala blanca, paloma morada, Urraca, Tucán, Torogoz, Gorrión doméstico, Zanate mayor, pijuyo, Gavilan rastrero, Pericón, entre otros.

Recursos hídricos

El municipio se encuentra rodeado de diferentes cuerpos de agua entre los cuales destacan los ríos[58]:

- Ismataco
- San Felipe
- Sisimico
- El Amate.

Asimismo, cuenta con la laguna de Apastepeque y La Poza Azul.

[57] Diagnóstico Ambiental Participativo de San Vicente 2012.

[58] Plan de Competitividad municipal de Apastepeque 2012-2016.

4.6.2. MUNICIPIO DE SAN CAYATENO ISTEPEQUE

<table>
<tr><th colspan="5">MUNICIPIO DE SAN CAYETANO ISTEPEQUE</th></tr>
<tr><td rowspan="14">
 </td><td>Fundación del municipio</td><td>Extensión del municipio</td><td>Elevación</td><td>Accesibilidad</td></tr>
<tr><td>1958 como Villa.</td><td>17.01 Km^2</td><td>510 msnm</td><td>Esta población posee dos accesos: uno principal por el municipio de San Vicente (Calle Álvaro Quiñonez de Osorio), y otro por el municipio de Verapaz (calle Andrés Hernández), Ambos por carretera pavimentadas en buenas condiciones</td></tr>
<tr><td colspan="4">Límites geográficos</td></tr>
<tr><td colspan="4">Limita al norte con el municipio de San Lorenzo y San Esteban Catarina; al oeste con el municipio de Tepetitán; al sur con el municipio de San Vicente; y al este con el municipio de Apastepeque.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Clima</td></tr>
<tr><td>Temperatura:</td><td colspan="2">22º - 26ºC</td><td>Precipitación fluvial: 2200 mm (promedio)</td></tr>
<tr><td>Población</td><td>Densidad demográfica</td><td>Distancia desde San Salvador</td><td>Distancia desde San Vicente</td></tr>
<tr><td>6,193 Hab.</td><td>364.08 Hab./ Km^2</td><td>65 Km</td><td>3.8 Km</td></tr>
<tr><td colspan="2">División política</td><td colspan="2">Circuitos turísticos a los que pertenece</td></tr>
<tr><td colspan="2">3 Cantones, y 2 Barrios.</td><td colspan="2">Caminos de Arte y Tradición</td></tr>
<tr><td colspan="4">Orígenes y etimología</td></tr>
<tr><td colspan="4">Ixtepeque es una población yaqui o pipil precolombina y marcaba en la antigua provincia de Cuzcatlan la mayor penetración hacia los pueblos de idioma Nahuat. Ixtepeque significa en este idioma “Cerro de Obsidianas”, pues proviene de Itz (obsidiana o vidrio volcánico) y Tepec (cerro, montaña, localidad).</td></tr>
<tr><td colspan="4">Costumbres y folklore</td></tr>
<tr><td colspan="4">Las fiestas patronales son celebradas del 5 al 7 de Agosto en honor a San Cayetano.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Atractivos turísticos del municipio</td></tr>
<tr><td colspan="4">Parque central de San Cayetano Istepeque, Templo Parroquial de San Cayetano Istepeque, Cueva del sitio, Cascada el salto, Infiernillos ciegos, Volcán Chinchontepec, Ruinas de la presa hidroeléctrica istepecana.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Productos identitarios</td></tr>
<tr><td colspan="4">Artesanías en madera, Artesanías en barro y productos derivados de la caña de azúcar.</td></tr>
</table>

INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE SAN CAYETANO ISTEPEQUE

El nombre del municipio de San Cayetano Istepeque es un nombre de origen indígena que significa "Frente al Cerro", pueblo muy antiguo, asiento de un viejo cacicazgo. Istepeque es una población pipil precolombino y marcaba en la antigua provincia de Cuscatlán la mayor penetración hacia los pueblos de idioma Náhuatl. Fundado en el año de 1958 como Villa, ubicado a 1.8 Km al poniente de la Ciudad de San Vicente.

Así mismo San Cayetano Istepeque en los antepasados contó con una Presa Hidroeléctrica que fue construida en los años 1500 y 1600 en la época de la colonización española; en el año de 1980 todavía estuvo funcionando y generaba energía eléctrica al municipio; la guerra y la inclemencia de los años la deterioraron y hoy está en desuso, pero es un importante patrimonio arqueológico del municipio. Por consiguiente, San Cayetano Istepeque es un municipio del departamento de San Vicente, su altitud es de 510 metros sobre el nivel del mar; con una población de 6,193 habitantes, que principalmente se dedica al cultivo de la caña de azúcar y a la cría de ganado vacuno; limita al Norte con el municipio de San Lorenzo y San Esteban Catarina; al Oeste con el municipio de Tepetitán; al Sur con el municipio de San Vicente; y al Este con el municipio de Apastepeque.

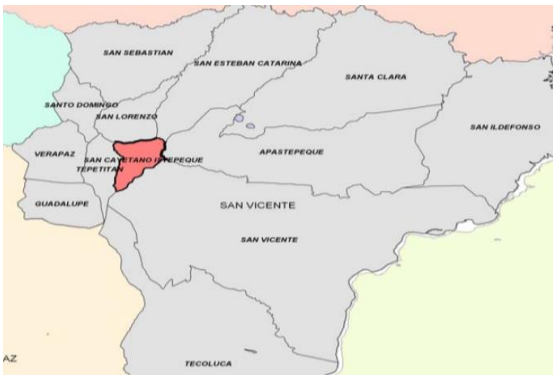


Ilustración 11. Mapa de Ubicación de San Cayetano Istepeque.

Fuente: Plan de Uso de Tierras para el Municipio de San Cayetano Istepeque, Departamento de San Vicente.

En la actualidad, San Cayetano Istepeque tiene separadas dos iglesias parroquiales, sus barrios se encuentran a medio kilómetro de distancia, un parque recreativo donde se levanta su monumento conocido como la torre del reloj. Con respecto a lo recreativo hay canchas de futbol, dos parques:

uno en el Barrio de San Cayetano y el segundo en el Barrio Istepeque unas de sus calles principales son pavimentadas, sus calles vecinales son de cemento, entre ambos barrios existe un pequeño río que es visitado por sus pobladores para lavar ropa o tomar un baño, como en otras ciudades, son las señoras las encargadas de esta actividad, a la cual llevan a sus hijos.

División política del municipio

El municipio está dividido en dos barrios: San Cayetano e Istepeque, en 10 caseríos y en tres cantones: Candelaria Arriba, Candelaria Abajo y Cerro Grande[59]. Por otra parte, San Cayetano Istepeque posee una extensión territorial de 14.78 Kms2 aproximadamente, de los cuales 0.90 Kms2 corresponden al área urbana y 13.87 Kms2 corresponden al área rural.

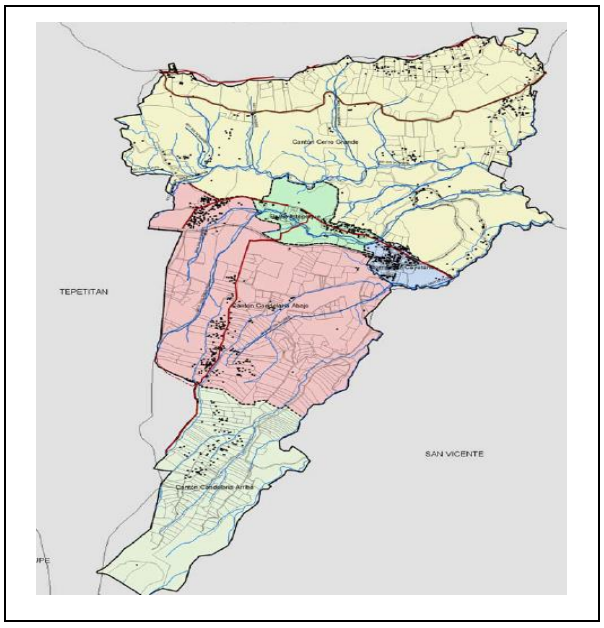


Ilustración 12. Mapa de División política de San Cayetano Istepeque.

Fuente: Plan de Uso de Tierras para el Municipio de San Cayetano Istepeque, Departamento de San Vicente.

[59] Plan de Uso de Tierras para el Municipio de San Cayetano Istepeque, Departamento de San Vicente.

SERVICIOS BÁSICOS

Educación

El municipio de San Cayetano Istepeque cuenta con una escuela en la zona urbana y ocho escuelas en la zona rural. A continuación, se muestran los Índices de educación más relevantes:

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
77.66%	33%	23	96	20	1

Tabla 57. Principales Indicadores de Educación del municipio de San Cayetano Istepeque.

Fuente: VI Censo de Población y V Vivienda 2007. Tomo IV Población, Volumen II-Municipios: Características educativas y económicas.

Los principales Centros escolares del municipio son los siguientes:

- Centro Escolar Dr. Justo Aguilar.
- Centro Escolar David Galindo.
- Centro Escolar Cantón San José Cerro Grande.
- Centro Escolar Cantón Candelaria Arriba.
- Centro Escolar Cantón Candelaria Abajo.
- Centro Escolar Lotificación La Entrevista.
- Centro Escolar Caserío Santa Elena
- Centro Escolar Caserío en Soyatero.

El actual Complejo Educativo del municipio “Dr. Justo Aguilar” consta con una infraestructura de 2 edificios que contienen 11 aulas utilizadas para impartir clases, un pequeño edificio en donde está ubicada la dirección, subdirección, biblioteca y el aula de apoyo, 14 servicios sanitarios, 6 de maestros/tras y otros para estudiantes, tiene un auditórium que tiene doble laboratorio de inglés. En el 2002 la alcaldía municipal dio un comodato un terreno aledaño al costado norte del complejo,

en la cual están 2 aulas provisionales una donde se imparten clases y otra utilizada para bodega. En el año 2007, se construyeron dos aulas gracias a la ayuda de VISION MUNDIAL, Se asignó un aula para laboratorio de ciencias, encaminado al conocimiento práctico de los estudiantes.

Salud

El municipio de San Cayetano Istepeque cuenta con una unidad de Salud ubicada en el casco urbano[60]. La Unidad de Salud brinda los servicios de:

- Consulta Médica General,
- Vacunación,
- Control de Niño Sano,
- Control Prenatal,
- Planificación familiar,
- Curaciones,
- Inyectables,
- Terapia Respiratoria
- Odontología.

Principales Causas de Morbilidad y Mortalidad

- Infección respiratoria aguda
- Neumonía
- Diarrea y gastroenteritis aguda
- Conjuntivitis Infecciones Respiratorias Agudas.
- Diarrea Enteritis y Gastroenteritis
- Neumonía
- Conjuntivitis Bacteriana Aguda.
- Escabiasis
- Amibiasis Intestinal
- Trastorno de Ansiedad

[60] Mapa Sanitario del Ministerio de Salud 2014.

Seguridad

El municipio de San Cayetano Istepeque cuenta con un puesto de la Policía Nacional Civil (PNC), ubicado contiguo a la unidad de salud del municipio, la institución que se encarga de brindar seguridad las 24 horas del día, además de realizar patrullajes en el día y la noche en los barrios y cantones del municipio.

Infraestructura

Como todo municipio en su afán de mejorar este presenta cierta calidad en infraestructura y sobre los servicios que ofrece tanto para los turistas como para su población. Es por ello que se presenta a continuación las condiciones que posee el municipio con respecto a su infraestructura asi como los servicios que ofrece.

El casco urbano consolidado (barrios), cuenta con una cobertura alta del servicio de energía eléctrica, agua potable y tren de aseo. El servicio de transporte se ve favorecido por la vía de acceso principal pavimentada que los comunica con San Vicente, San Cayetano Istepeque y Verapaz.

Los buses circulan varias veces al día permitiendo a la población comunicarse y realizar actividades de intercambio, con la cabecera departamental, cantones, caseríos y otros municipios.

La zona urbana carece de un diseño integral de red de drenajes de aguas pluviales y negras. Las aguas corren de forma superficial sobre las calles y avenidas, sin ningún tipo de control.

Grupo	Nombre	Barrios		Lotificación
		San Cayetano	Istepeque	La Entrevista
Abastecimiento de Agua	Nacimientos de agua	--	--	100%
	Cantarera	20%	20%	--
	Agua potable Domiciliar	80%	80%	--
Red de:	Agua potable	80%	80%	--
	Aguas negras	--	--	--

	Aguas lluvias	--	--	--
	Energía Eléctrica	95%	98%	100%
	Tren de Aseo	80%	85%	--
Comunicaciones	Teléfonos de Línea Fija	60%	40%	30%
	Teléfonos celulares	80%	50%	20%
Transporte publico	Buses	X	X	X

Tabla 58. Servicios Básicos, Zona Urbana de San Cayetano Istepeque.

Fuente: Plan de Uso de Tierras para el Municipio de San Cayetano Istepeque, Departamento de San Vicente.

En la zona rural se tiene que la cobertura de servicios básicos es casi total, se tiene que mayoritariamente el abastecimiento de agua potable domiciliar es a través de cañería y que no existe el suministro por medio de pozos artesanales, cantareras o nacimientos de agua. En algunas construcciones que se ubican cerca de laderas inestables, la falta de red de aguas negras y pluviales, aumentan la saturación de agua en los suelos, lo que los vuelve débiles, provocando socavaciones en las fundaciones de las viviendas. Las vías de acceso se deterioran en el invierno debido a la erosión causada por la escorrentía lo que los vuelve intransitables.

Grupo	**Nombre**	**Cantones**		
		Candelaria Arriba	**Candelaria Abajo**	**Cerro Grande**
Abastecimiento de Agua	Nacimientos de agua	--	--	100%
	Pozo Artesanal	--	--	--
	Cantarera	--	--	--
	Agua potable Domiciliar	100%	100%	50%
Red de:	Agua potable	80%	80%	--

	Aguas negras	--	--	--
	Aguas lluvias	--	--	--
	Energía Eléctrica	95%	98%	100%
Comunicaciones	Teléfonos de Línea Fija	5%	80%	5%
	Teléfonos celulares	70%	90%	35%
Transporte publico	Buses	X	X	X
	Pick ups			X
	Taxis			X

Tabla 59. Servicios Básicos, Zona Urbana de San Cayetano Istepeque
Fuente: Plan de Uso de Tierras para el Municipio de San Cayetano Istepeque, Departamento de San Vicente.

Infraestructura Vial

El municipio de San Cayetano Istepeque posee dos accesos: uno principal por el municipio de San Vicente y otro por el municipio de Verapaz, ambos por carretera pavimentada en buenas condiciones.

Municipio	Tipo de Carretera	Distancia
San Vicente	Calle pavimentada en buen estado	3.8 Km
Verapaz	Calle pavimentada en buen estado	7.4 Km
Tepetitán	Calle pavimentada en buen estado	3.3 Km

Tabla 60. Vías de Acceso y conectividad de San Cayetano Istepeque.
Fuente: Elaboración propia.

AMBIENTE ECONÓMICO

PEA	Actividad Económica
43.12%	Agrícola

Tabla 61. PEA y Actividad Económica principal de San Cayetano Istepeque.

Fuente: Elaboración Propia.

Productos identitarios	
Producto	**Cantidad de productores**
Artesanías en Madera	1
Artesanías en Barro	1
Productos derivados de la caña de azúcar	4

Tabla 62. Principales productos identitarios de San Cayetano Istepeque.

Fuente: Elaboración Propia.

Actividades Agrícolas

Una de las principales actividades económicas del municipio es la agricultura, a continuación, se detalla el número de productores y las actividades productivas más importantes:

Número de productores	776
Granos básicos	1,234 Mz
Hortalizas	24.12 Mz
Caña de Azúcar	309 Mz
Frutales	2.25 Mz
Café	44.15 Mz

Tabla 63. Principales actividades agrícolas de San Cayetano Istepeque.

Fuente: IV Censo Agropecuario, El Salvador (2007-2008).

ÁMBITO ECOLÓGICO

Flora

La flora[61] del municipio de San Cayetano Istepeque cuenta con especies de árboles entre los que resaltan Almendros de rio, Aceitunos, Madre cacao, Pepeto, Tamarindo, Carao, Chaperno, Paraíso, Conacaste, Pino, Nance, Guayaba, Maquilishuat, San Andrés, Laurel, Zapote, Capulín, Matasano, Mango, Marañón, Jocote, Copinol, Zungano, Mamey, entre otros.

Fauna

La fauna[62] del municipio está compuesta en su mayoría por: Conejo de monte, Ardilla Parda, Cusuco, Gato Zonto, Rata casera, Mucielago de las frutas, Tacuazín Blanco, Zorillo mofeta, Taltuza.

En cuanto a los anfibios y reptiles: Garrobo, Sapo abonero, Rana, Zumbadora, Charchón, Tamagás, Lagartija Escamosa, Masacuate.

Las aves que destacan en el municipio son: Paloma ala blanca, paloma morada, Urraca, Tucán, Torogoz, Gorrión doméstico, Zanate mayor, pijuyo, Gavilan rastrero, Pericón, entre otros.

Suelos más comunes

Los tipos de suelos que se encuentran en el municipio son[63]:

- Andasoles y Regosoles
- Incetisoles y Entisoles.

Cuencas hidrográficas

Riegan al municipio los ríos[64]:

[61] Diagnóstico Ambiental Participativo de San Vicente 2012.

[62] Diagnóstico Ambiental Participativo de San Vicente 2012.

[63] Plan de Uso de Tierras para el Municipio de San Cayetano Istepeque, Departamento de San Vicente.

[64] Plan de Uso de Tierras para el Municipio de San Cayetano Istepeque, Departamento de San Vicente.

- Acahuapa
- Istepeque
- Antón Flores

También pasan tres quebradas:

- Baila Huevos
- Infiernillo ciego
- Los Tres Tubos.

4.6.3. MUNICIPIO DE SAN ESTEBAN CATARINA

MUNICIPIO DE SAN ESTEBAN CATARINA			
Fundación del municipio	**Extensión del municipio**	**Elevación**	**Accesibilidad**
1,827 como pueblo.	78.14 Km^2	770 msnm	Carretera principal frente a desvió de san Vicente en la carretera panamericana (CA-1W).
Límites geográficos			
Limita al norte con el municipio de San Isidro (Dpto. Cabañas); al oeste con el municipio de San Sebastián y con San Lorenzo; al sur con el municipio de Apastepeque y San Cayetano Istepeque; y al este con el municipio de Santa Clara.			
Clima			
Temperatura:	22.5 ºC (Promedio anual)	**Precipitación fluvial**:	1878 mm (promedio anual)
Población	**Densidad demográfica**	**Distancia desde San Salvador**	**Distancia desde San Vicente**
5,996 Hab.	76.73 Hab./ Km^2	60 Km	7.6 Km
División política		**Circuitos turísticos a los que pertenece**	
7 Cantones y 16 caseríos		Tierra de colores y sabores artesanales	
Orígenes y etimología			
San Esteban Catarina fue fundado como pueblo en 1,827; recibió el título de villa en 1871. Conocido nacionalmente como la ciudad de los Globos, las Melcochas y la Música.			
Costumbres y folklore			
L as fiestas patronales de San Esteban Catarina se celebran del 24 al 26 de diciembre, en honor de San Esteban y Santa Catarina. Una de las celebraciones tradicionales de este municipio es el Festival de Globos que se realiza en el mes de mayo cada año, también se realiza el festival de la melcocha en el mes de noviembre.			
Atractivos turísticos del municipio			
Poza los cubos, poza la estaca.			
Productos identitarios			
Productos derivados de la Caña de Azúcar (Melcochas)			

INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE SAN ESTEBAN CATARINA

Ubicación geográfica

San Esteban Catarina limita al norte con San Isidro, del departamento de cabañas y San Sebastián; al este, con Santa Clara; al sur con Apastepeque, San Cayetano Istepeque y San Lorenzo y al oeste, con San Lorenzo y San Sebastián. Tiene una altitud de 770 Mts. sobre el nivel del mar, con una distancia a San Salvador de 60 Kms.

Tabla 64. Mapa de Ubicación de San Esteban Catarina en el Departamento de San Vicente.

Fuente: Plan de Emergencia sanitario local Unidad de Salud San Esteban Catarina.

División político-administrativa

Extensión territorial:

- Área Rural: 77.84 kms2
- Área Urbana: 0.33 kms2

Para su administración el municipio se divide en 7 cantones, 29 caseríos y 4 barrios; detallados a continuación: Barrio El Centro, Barrio El Calvario, Barrio El Carmen y Barrio Concepción. Las colonias son Colonia Nuevo Calvario y Colonia Buena Vista[65].

[65] Plan de Emergencia sanitario local Unidad de Salud San Esteban Catarina.

Cantones	Caseríos
Amatitan Abajo	El carao, La Cenicera (No Habitada)
Amatitan Arriba	Santa Rita
San Jacinto la Cruz	El rincón, Nueva Guadalupe, La Angostura (No Habitada)
San Esteban	San Esteban, San José (No Habitado)
San Ildefonso	Calderita, El Coyol (No Habitada), EL moreno, El chilio
Cerros de San Pedro	
Santa Catarina	Ayalita, Santa Elena (No Habitada), La Hacienda arriba (No habitada), La Hacienda abajo (No habitada)

Tabla 65. Cantones y Caseríos de San Esteban Catarina

Fuente: Elaboración propia.

AMBIENTE SOCIAL

SERVICIOS BÁSICOS

Educación

El municipio de San Esteban Catarina cuenta con cuatro Centro educativos en el casco urbano y Una escuela de Bellas artes, Además de 7 centros educativos en la Zona Rural. A continuación, se muestran los Índices de educación más relevantes:

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
75.83%	89.8%	35	153	12	2

Tabla 66: Principales Indicadores de Educación del municipio de San Esteban Catarina.

Fuente: VI Censo de Población y V Vivienda 2007. Tomo IV Población, Volumen II-Municipios: Características educativas y económicas.

Los centros educativos ubicados en el Casco Urbano del municipio son los siguientes:

- Centro Escolar Dr. Adrián García
- Escuela de Educación Parvularia Sor Ángela Panameño
- Complejo Educativo Católico Presbítero Higinio Torres
- Instituto Nacional Dr. Pedro Miguel Rivera Damas
- Escuela de Música de San Esteban Catarina

Salud

El municipio de San Esteban Catarina cuenta con una unidad de Salud ubicada en el casco urbano y otra unidad de Salud ubicada en el cantón San Jacinto[66].

Las Unidades de Salud del Municipio son la única prestadora de servicios sanitarios, entre los que están:

- Consulta médica general,
- Consulta odontológica,
- Consulta materno infantil,
- Servicio de salud sexual y reproductiva,
- Servicio de laboratorio clínico,
- Servicio de atención al medio.

Principales Causas de Morbilidad y Mortalidad

<u>Morbilidad</u>:

- Infecciones respiratorias agudas
- Diarreas y gastroenteritis
- Conjuntivitis Bacteriana
- Lumbalgias

[66] Plan de Emergencia sanitario local Unidad de Salud San Esteban Catarina.

- Parasitismo Intestinal
- Tricomoniasis Vaginal
- Anemia Ferropriva
- Mordidos por Animal Transmisor de Rabia
- Candidiasis Vaginal
- Trastorno de Ansiedad

Mortalidad:

- Accidente Cerebro-Vascular
- Insuficiencia Cardiaca Congestiva
- Asfixia por Ahogamiento
- Alcoholismo Crónico
- Neoplasias

Seguridad

El municipio de San Esteban Catarina cuenta con un puesto de la Policía Nacional Civil (PNC), la institución que se encarga de brindar seguridad las 24 horas del día, además de realizar patrullajes en el día y la noche en los barrios y cantones del municipio.

INFRAESTRUCTURA

Como todo municipio en su afán de mejorar este presenta cierta calidad en infraestructura y sobre los servicios que ofrece tanto para los turistas como para su población. Es por ello que se presenta a continuación las condiciones que posee el municipio con respecto a su infraestructura asi como los servicios que ofrece:

Servicio	Distribución
Telefonía fija	28%
Telefonía celular	75%
Internet	75%

Energía Eléctrica	82.6%
Agua potable	69.2%
Alcantarillado	--
Recolección de basura	32%

Tabla 67. Cobertura de Servicios básicos de San Esteban Catarina

Fuente: Censo de población, vivienda y socio económico del municipio de San Esteban Catarina.

Infraestructura vial

En el área urbana existe el servicio de transporte público con buses, microbuses y pickup; en el área rural solo existe un bus de la ruta 176 con servicio limitado a dos viajes por día. Se cuenta con dos vías principales de acceso que son: la que conduce del desvío de San Vicente, con una longitud de 5 Km. y el acceso de entrada por el Cantón Las Animas, del Municipio de Santo Domingo; ambas vías están en buen estado.

Existen vías alternas de ingreso al Municipio, como las provenientes de los Municipios de San Isidro, Sensuntepeque del Departamento de Cabañas, San Sebastián, San Lorenzo, del Departamento de San Vicente; todas estas vías de acceso son de terracería las cuales se deterioran en épocas lluviosas.

Municipio	Tipo de Carretera	Distancia
San Vicente	Calle pavimentada en buen estado	5 Km
Santo Domingo	Calle pavimentada en buen estado	10 Km

Tabla 68. Vías de acceso y conectividad de San Esteban Catarina

Fuente: elaboración propia

AMBIENTE ECONÓMICO

Dentro de las actividades económicas primarias del municipio está la Agricultura, principalmente: Maíz, frijol, Maicillo, Caña de Azúcar, Verduras, dentro de las actividades económicas secundarias están: Elaboración artesanal de dulces y melcochas Elaboración artesanal de globos de aire

caliente, dentro de las actividades económicas terciarias están; el comercio informal reflejado en ventas ambulantes de comida, además de cafetines y tiendas de productos de consumo básico.

PEA	Actividad Económica
41.07%	Agrícola

Tabla 69: PEA y Actividad Económica principal de San Esteban Catarina

Fuente: Elaboración Propia.

Productos identitarios	
Producto	**Cantidad de productores**
Productos derivados de la caña de azúcar (Melcochas)	**7**

Tabla 70: Principales productos identitarios de San Esteban Catarina

Fuente: IV Censo Agropecuario, El Salvador (2007-2008).

Actividades Agrícolas

Una de las principales actividades económicas del municipio es la agricultura, a continuación se detalla el número de productores y las actividades productivas más importantes:

Número de productores	881
Granos básicos	2,315 Mz
Hortalizas	7.75 Mz
Caña de Azúcar	118 Mz
Frutales	0.47 Mz

Tabla 71: Principales actividades agrícolas de San Esteban Catarina.

Fuente: Elaboración Propia.

ÁMBITO ECOLÓGICO

Flora

La flora[67] del municipio de San Esteban Catarina cuenta con especies de árboles entre los que resaltan Almendros de rio, Aceitunos, Madre cacao, Pepeto, Tamarindo, Carao, Chaperno, Paraíso, Conacaste, Pino, Nance, Guayaba, Maquilishuat, San Andrés, Laurel, Zapote, Capulín, Matasano, Mango, Marañón, Jocote, Copinol, Zungano, Mamey, entre otros.

Fauna

La fauna[68] del municipio está compuesta en su mayoría por: Conejo de monte, Ardilla Parda, Cusuco, Gato Zonto, Rata casera, Mucielago de las frutas, Tacuazín Blanco, Zorillo mofeta, Taltuza.

En cuanto a los anfibios y reptiles: Garrobo, Sapo abonero, Rana, Zumbadora, Charchón, Tamagás, Lagartija Escamosa, Masacuate.

Las aves que destacan en el municipio son: Paloma ala blanca, paloma morada, Urraca, Tucán, Torogoz, Gorrión doméstico, Zanate mayor, Pijuyo, Gavilán rastrero, Pericón, entre otros.

Cuencas hidrográficas

Las principales cuencas hidrográficas del municipio son:[69]

- **Río Titihuapa:** Situado a 18.5 Km. al noreste del municipio, atraviesa los cantones de Amatitan Arriba, Amatitan Abajo, sus afluencias son de los ríos Machacal, El Molino y Santa Cruz.
- **Río Machacal:** Situado a 7 Km. al norte del municipio, atraviesa los cantones de Santa Catarina y Cerros de San Pedro, sus afluencias son los ríos los naranjos, el rion y el pital, desemboca en el río Machacal y sirve de línea limítrofe con el municipio de San Sebastián.

[67] Diagnóstico Ambiental Participativo de San Vicente 2012.

[68] Diagnóstico Ambiental Participativo de San Vicente 2012.

[69] Plan de Emergencia sanitario local Unidad de Salud San Esteban Catarina.

- **Río Machacalito:** Situado a 1.8 Km. al noroeste del municipio, atraviesa el cantón Santa Elena, su afluencia es el río el Mojón, desemboca en el río Machacal y sirve de línea limítrofe con el municipio de San Lorenzo.
- **Río El Pital y el Rión:** Situados a 7 y 7.5 Km. respectivamente al noreste del municipio, atraviesan el cantón San Jacinto la Burrera y desembocan en el río Machacal.
- **Laguna de Chalchuapa o Laguna Bruja:** Situada a 5 Km. del municipio y ubicada en el cantón San Ildelfonso en el caserío Calderitas.

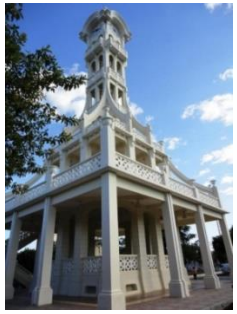
Orografía: (Principales elevaciones del Municipio)

Las principales elevaciones del municipio son[70]:

- **Cerró Santa Catarina o "Las Delicias":** situado en el área urbana, con una elevación de 870 msnm, considerado como principal sitio turístico por su abundante vegetación.
- **Cerro Tizhuital:** situado a 1.8 Km. al Norte del Municipio, perteneciente al Cantón San Esteban, con una elevación de 770 msnm.
- **Cerro de Jaltepeque:** situado a 5 Km. al Norte del Municipio, perteneciente al Cantón San Jacinto, con una elevación de 674 msnm.
- **Cerro El Orégano:** Situado a 11 Km. del Noreste del Municipio, entre los Cantones Amatitan Arriba y Amatitan Abajo, con una elevación de 467 msnm.
- **Cerro La Mina:** situado a 6.8 Km. al Noreste del Municipio, perteneciente al Cantón Santa Catarina, con una elevación de 460 msnm.
- **Cerro de san Pedro:** situado al Norte del Municipio, perteneciente al Cantón Cerros de San Pedro, con una elevación de 440 msnm.

[70] Plan de Emergencia sanitario local Unidad de Salud San Esteban Catarina.

4.6.4. MUNICIPIO DE SAN VICENTE

<table>
<tr><th colspan="5">MUNICIPIO DE SAN VICENTE</th></tr>
<tr><td rowspan="14"> 

 </td><td>Fundación del municipio</td><td>Extensión del municipio</td><td>Elevación</td><td>Accesibilidad</td></tr>
<tr><td>26 de Diciembre de 1,635.</td><td>267.25 Km^2</td><td>390 msnm</td><td>Por carretera panamericana y luego carretera a San Vicente desde desvió a Apastepeque; Por Autopista a Comalapa/RN-5 y CA-2. Ambas carreteras en buen estado.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Límites geográficos</td></tr>
<tr><td colspan="4">Limita al Norte por los Municipios de Apastepeque y San Idelfonso, al Sur por el Municipio de Tecoluca, al Este por Estanzuelas, Mercedes Umaña, Berlín y San Agustín (del Departamento de Usulután), y al Oeste por los Municipios de Tecoluca, Tepetitán y San Cayetano Istepeque.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Clima</td></tr>
<tr><td>Temperatura:</td><td>20º - 38ºC</td><td>Precipitación fluvial:</td><td>1900-2000 mm</td></tr>
<tr><td>Población</td><td>Densidad demográfica</td><td>Distancia desde San Salvador</td><td>Distancia desde San Vicente</td></tr>
<tr><td>59,936 Hab.</td><td>224.27 Hab./ Km^2</td><td>62 Km</td><td>NA</td></tr>
<tr><td colspan="2">División política</td><td colspan="2">Circuitos turísticos a los que pertenece</td></tr>
<tr><td colspan="2">26 Cantones, 7 Barrios y 35 caseríos</td><td colspan="2">Caminos de Arte y Tradición</td></tr>
<tr><td colspan="4">Orígenes y etimología</td></tr>
<tr><td colspan="4">El 26 de diciembre de 1635, medio centenar de familias fundaron bajo un árbol de Tempisque y a orillas del río Acahuapa la aldea que tuvo por nombre San Vicente de Lorenzana, en honor de San Vicente abad o San Vicente de León.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Costumbres y folklore</td></tr>
<tr><td colspan="4">Las fiestas patronales de la capital de la cumbia San Vicente son celebradas del 10 al 31 de Agosto en honor a San Vicente Abad y Mártir. También se celebra la Feria de los Santos en el mes de Noviembre y en el mes de Junio se realiza el festival del Camote.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Atractivos turísticos del municipio</td></tr>
<tr><td colspan="4">Dulcería Villalta, Torre de San Vicente, Amapulapa, Árbol del Tempisque, Árbol de los Lamentos, Iglesia Colonial Nuestra señora del Pilar, Catedral de San Vicente, Volcán Chinchontepec.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Productos identitarios</td></tr>
<tr><td colspan="4">Dulces Artesanales. Vinos artesanales.</td></tr>
</table>

INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE SAN VICENTE

El Municipio de San Vicente se encuentra ubicado en el Departamento de San Vicente, sus puntos límites son: al Norte por los Municipios de Apastepeque y San Idelfonso, al Sur por el Municipio de Tecoluca, al Este por Estanzuelas, Mercedes Umaña, Berlín y San Agustín (del Departamento de Usulután), y al Oeste por los Municipios de Tecoluca, Tepetitán y San Cayetano Istepeque.

Ilustración 13. Mapa de Ubicación del municipio de San Vicente.

Fuente: Plan de mitigación y uso de tierras de San Vicente**.**

Posee una extensión territorial de 267 Km^2 aproximadamente de los cuales 3.79 Kms^2 corresponde al área Urbana y el resto corresponde al área Rural.

División Política/Administrativa

El Municipio de San Vicente ha sufrido cambios en su composición y cada día se agregan nuevos asentamientos humanos a nivel del casco urbano y de algunas zonas de los cantones[71].

Sin embargo, en la actualidad para su administración, el municipio se divide en 26 cantones (10 no habitados) y la Zona Urbana, los que se presentan a continuación con sus respectivos caseríos, barrios y parcelaciones o lotificaciones:

ZONA URBANA			
BARRIOS	COLONIA	LOTIFICACIONES/ COMUNIDADES	
El Santuario	Ana Guerra de Jesús (IVU)	Zelaya	California
San Francisco	Caridad	San Luis	Santa Fe
San Cristóbal	Jiboa	San Antonio	Los Ángeles
San Juan de Dios	Santa Elena	Santa Rosa	Navarra
El Calvario	Vías del Tempisque	Bonanza	Jordán
El Centro	Espiga de Oro	Pio XII	San Antonio
Concepción	Santa Lucía	Divina Providencia	La Esperanza
	2 de Septiembre	Primavera	La Florida
	Agua Caliente	San Jacinto	La Najarro
	Centro América	San Benito	La Shallón
	San Roque	San Fernando	El Carmen
	San Antonio	San Cristóbal 1 y 2	García
	Chinchontepec	Los Ángeles	El Milagro
		Durán	Remaguisa
		Vaquerano	Santa Cecilia
		El Milagro	Las Flores
		Palma	La Jovel
		La Jazmín	La Ribera
		Las Margaritas	Los Najarros
		Altos del Bosque	Los Hércules
		Cornejo 1 y 2	Díaz
		Dos Puentes	Alta Vista
		Los Elías	

Tabla 72. División Político/Administrativa de la Zona Urbana del municipio de San Vicente

Fuente: Plan de Mitigación y uso de tierras de San Vicente.

[71] Plan de mitigación y uso de tierras de San Vicente.

ZONA RURAL			
CANTONES	*CASERIOS*	*CANTONES*	*CASERIOS*
Antón Flores	Colonias : La Gloria San José San Ignacio Obrera	San Francisco Chamoco	San Francisco Chamoco La Galera Cristo Rey Valle Nuevo El Junquillal
Dos Quebradas	Las Lomas	Llanos de Achichilco	Los Obrajes
Chucuyo	Cinco nuevos sectores después de los terremotos de enero y febrero de 2001	San Antonio Caminos	Jiboa 1 y 2
San Diego	La Mascota Cruz Verde 1 y 2 Agricania Comunidad Mandinga	Parras Lempa	Parras Lempa El Coyolar Río Frío Las Flores
El Marquezado		San Antonio Tras el Cerro	
Obrajuelo Lempa	Casas Viejas El Pedregal La Quesera El Guarumo	El Rebelde	Los Jobos San Juan Buena Vista San Francisco Mira Lempa
San Bartolo Chanmico	Motingo San Romero	La Joya	
La Soledad y Volcán Opico	* Geográficamente le pertenece a San Vicente, pero todo los servicios es dado por el Municipio de Tecoluca.		

Tabla 73. División Político/Administrativa de la Zona Rural del municipio de San Vicente.

Fuente: Plan de Mitigación y uso de tierras de San Vicente.

AMBIENTE SOCIAL

SERVICIOS BÁSICOS

Educación

Servicios de Educación básica y educación media[72]: San Vicente requiere de un gran número de centros escolares para atender a las poblaciones en edad escolar. Para ello, con base a la

[72] Diagnóstico ambiental participativo del municipio de San Vicente 2012.

información proporcionada por el MINED, se cuenta en el municipio entre el área rural y urbana con 61 centros educativos de los cuales 52 proveen servicios educativos en educación básica y 8 ofrecen también servicios de educación media, ya sea como complejos educativos o centros de estudios especializados para bachillerato y se reporta un C.E inactivo. Además, es importante señalar que la población escolar atendida en el municipio asciende a 16,500 alumnos, de estos, 14,517 se atienden en educación básica y 1,983 en educación media.

Servicios de educación superior[73] : En el municipio se cuenta con dos entidades de educación superior, una de naturaleza privada (Universidad Panamericana) y la Universidad de El Salvador, a través de la facultad multidisciplinaria Paracentral, las cuales ofertan la formación de profesionales en diferentes ramas.

A continuación, se muestran los Índices de educación más relevantes:

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
79.91%	85.6%	35	153	658	26

Tabla 74. Principales Indicadores de Educación del municipio de San Vicente.

Fuente: VI Censo de Población y V Vivienda 2007. Tomo IV Población, Volumen II-Municipios: Características educativas y económicas.

Salud

En cuanto a los servicios de atención que se prestan en salud en el municipio están: El servicio de atención de primer nivel, que se desarrolla a través de la unidad comunitaria de salud familiar periférica de San Vicente. Además, se cuenta con el servicio de segundo nivel, a través del Hospital Nacional Santa Gertrudis, que cuenta con servicio de atención especializada[74].

Primeras causas de morbilidad

- Infecciones respiratorias agudas

[73] Diagnóstico ambiental participativo del municipio de San Vicente 2012.

[74] Diagnóstico ambiental participativo del municipio de San Vicente 2012.

- Enfermedades Diarreicas
- Ansiedad
- Hipertensión Arterial
- Amibiasis
- Neumonía
- Varicela
- Candidiasis
- Mordido por animal
- Influenza

Primeras causas de mortalidad

- Cardiopatías
- Insuficiencia renal crónica
- Accidente cerebro vascular
- Alcoholismo
- Politraumatismo
- Herida por Arma de fuego
- Diabetes
- Trauma cráneo encefálico severo

Seguridad

La cabecera departamental de San Vicente cuenta con distintos puestos policiales ubicados en los diferentes cantones, barrios y colonias del municipio; así como también cuenta con un Cuerpo de Agentes Metropolitanos (CAM), que se encargan también de brindar seguridad en el casco urbano de san Vicente.

INFRAESTRUCTURA

Como todo municipio en su afán de mejorar este presenta cierta calidad en infraestructura y sobre los servicios que ofrece tanto para los turistas como para su población. Es por ello que se presenta

a continuación las condiciones que posee el municipio con respecto a su infraestructura así como los servicios que ofrece:

Servicio	Distribución
Telefonía fija	Más de 75%
Telefonía celular	Más de 75%
Internet	Más de 75%
Energía Eléctrica	82.6%
Agua potable	89.2%
Alcantarillado	Más de 50%
Recolección de basura	Más de 50%

Tabla 75: Cobertura de Servicios básicos de San Vicente

Fuente: VI Censo de población y V de Vivienda 2007.

Infraestructura Vial

Las principales vías de comunicación existentes en el municipio son la carretera asfaltada principal de interconexión con los municipios de Tecoluca, San Cayetano Istepeque, Apastepeque tipo Mixto y caminos vecinales de tierra. Como se describe en el mapa de la red vial del municipio.

La ciudad de San Vicente se comunica por carretera asfaltada con la carretera Panamericana (CA-1), la red vial de los municipios vecinos se encuentra actualmente en condiciones asfaltadas.

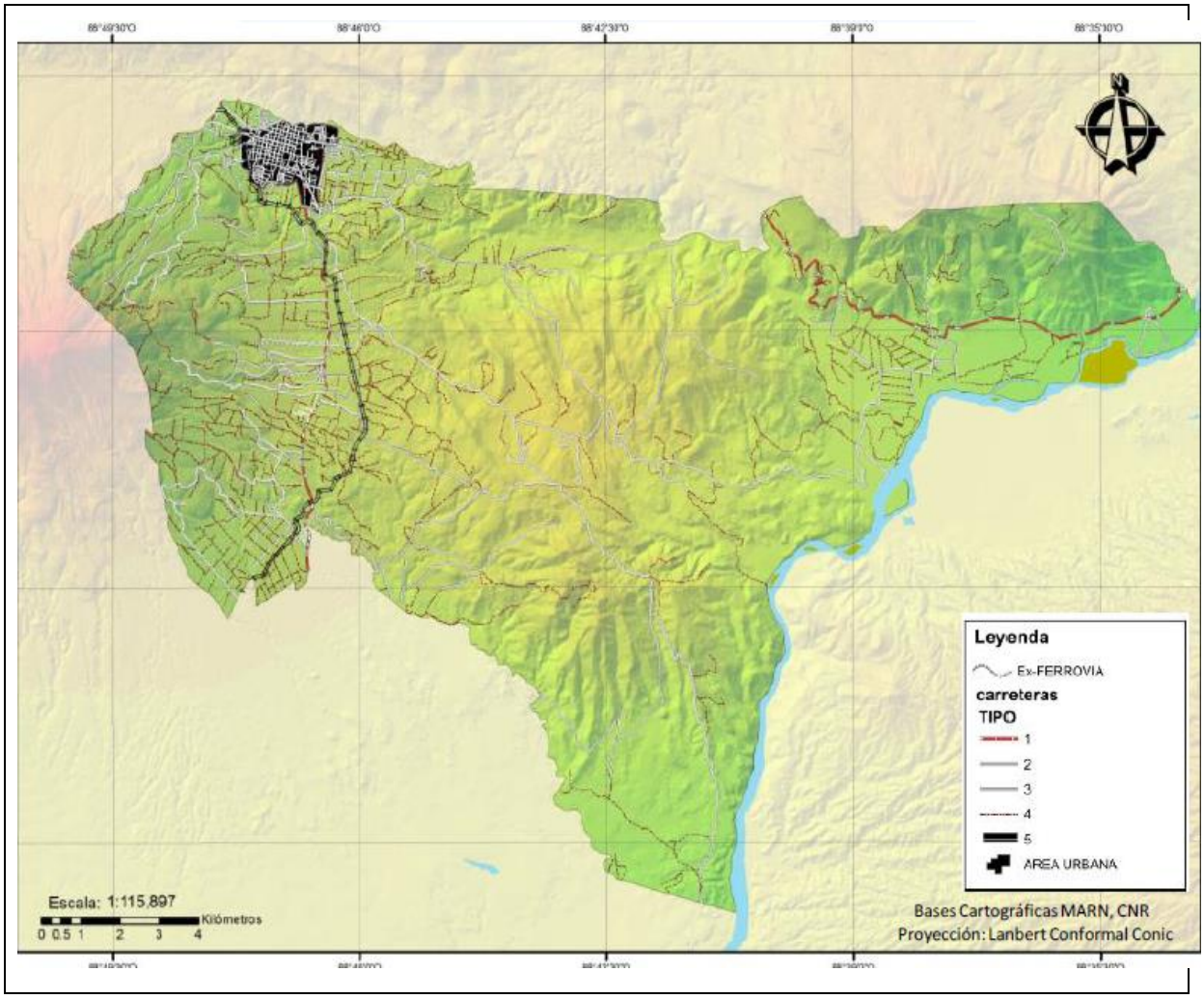


Ilustración 14. Red vial del municipio de San Vicente

Fuente: Diagnóstico ambiental participativo del municipio de San Vicente 2012.

AMBIENTE ECONÓMICO

Principales actividades económicas

San Vicente en la zona rural cuenta con una población de agricultores, los productos de mayor cultivo son granos básicos y la caña de azúcar que son los de mayor importancia y abarcan la mayor extensión territorial, representan un gran potencial para el municipio tanto en lo económico como en lo ambiental.

PEA	Actividad Económica
48.14%	Agropecuaria

Tabla 76: PEA y Actividad Económica principal de San Vicente.

Fuente: Elaboración Propia.

Productos identitarios	
Producto	**Cantidad de productores**
Productos derivados de la caña de azúcar (Dulces artesanales-Dulcería Villalta)	**1**

Tabla 77: Principales productos identitarios de San Vicente.

Fuente: Elaboración Propia.

Las actividades de intercambio se dan en el centro de la ciudad de San Vicente, donde se encuentra el mercado central y la plaza de granos básicos, lugar que es utilizado por los agricultores y comerciantes para vender sus productos. Existe también un tiangue.

Fuentes de Empleo y de ingresos

San Vicente es un punto de gran importancia comercial, donde se encuentran radicados grandes almacenes, centros comerciales, bancos, restaurantes, talleres automotrices, supermercados, ferreterías, distribuidoras de agroquímicos, y tiendas con productos de primera necesidad. En la industria se encuentran el Ingenio Central Azucarero Jiboa, donde se procesa la caña de azúcar y Granjas Avícolas.

Una buena parte de la población de los municipios aledaños, tienen sus centros de trabajo en la ciudad de San Vicente, como también una buena parte de la población de esta ciudad se traslada a los municipios aledaños, principalmente a San Salvador a realizar sus labores.

Cabe mencionar que el aporte de las remesas familiares les permite subsistir a muchos, pero a la vez se genera dependencia económica, que les imposibilita incorporarse a la vida productiva.

Número de productores	4,619
Granos básicos	8,857 Mz
Hortalizas	355.99 Mz
Caña de Azúcar	1,437 Mz
Frutales	107.11 Mz
Café	388 Mz

Tabla 78: Principales actividades agrícolas del municipio de San Vicente.

Fuente: IV Censo Agropecuario, El Salvador (2007-2008).

AMBIENTÉ ECOLÓGICO

Flora

La flora[75] del municipio de San Vicente cuenta con especies de árboles entre los que resaltan Almendros de rio, Aceitunos, Madre cacao, Pepeto, Tamarindo, Carao, Chaperno, Paraíso, Conacaste, Pino, Nance, Guayaba, Maquilishuat, San Andrés, Laurel, Zapote, Capulín, Matasano, Mango, Marañón, Jocote, Copinol, Zungano, Mamey, entre otros.

Fauna

La fauna[76] del municipio está compuesta en su mayoría por: Conejo de monte, Ardilla Parda, Cusuco, Gato Zonto, Rata casera, Murciélago de las frutas, Tacuazín Blanco, Zorrillo mofeta, Taltuza.

En cuanto a los anfibios y reptiles: Garrobo, Sapo abonero, Rana, Zumbadora, Charchón, Tamagás, Lagartija Escamosa, Masacuate.

Las aves que destacan en el municipio son: Paloma ala blanca, paloma morada, Urraca, Tucán, Torogoz, Gorrión doméstico, Zanate mayor, pijuyo, Gavilan rastrero, Pericón, entre otros.

[75] Diagnóstico ambiental participativo del municipio de San Vicente 2012.

[76] Diagnóstico ambiental participativo del municipio de San Vicente 2012.

Orografía.

Los rasgos fisiográficos más importantes del municipio están conformados por volcanes, cordilleras, llanuras, y valles fluviales entre los que se encuentran los siguientes[77]:

El volcán de San Vicente o Chinchontepec es su rasgo orográfico más importante, cerros como Ramírez, Jaltepeque, el pilón, Buena Vista, Los tres cerros, la laguna, los chivos, mocholo, mocholito, El salitre, malacara, chachacasno, tomacayo y campana. La fisiografía ha sido modificada y formada por las actividades de los Volcanes de San Vicente, San Salvador, La Caldera de Ilopango, Colados de lava y por las fuerzas erosivas de su sistema de drenaje.

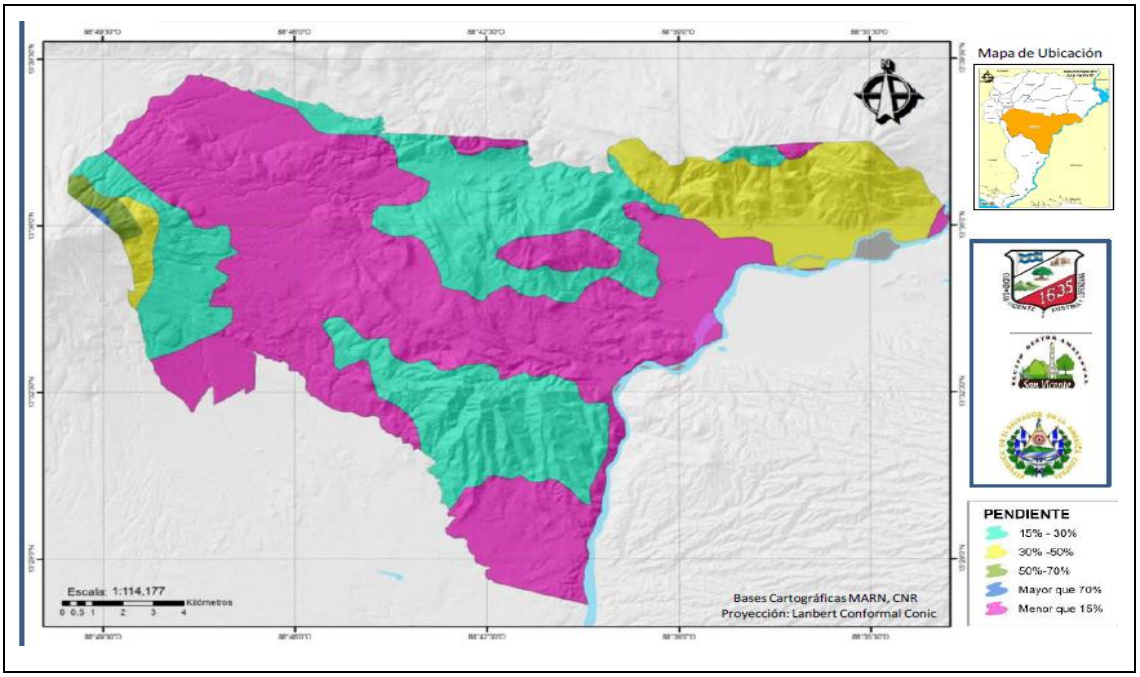


Ilustración 15. Mapa de pendientes del municipio de San Vicente

Fuente: Diagnóstico ambiental participativo del municipio de San Vicente 2012.

[77] Diagnóstico ambiental participativo del municipio de San Vicente 2012.

Red hídrica del municipio de San Vicente

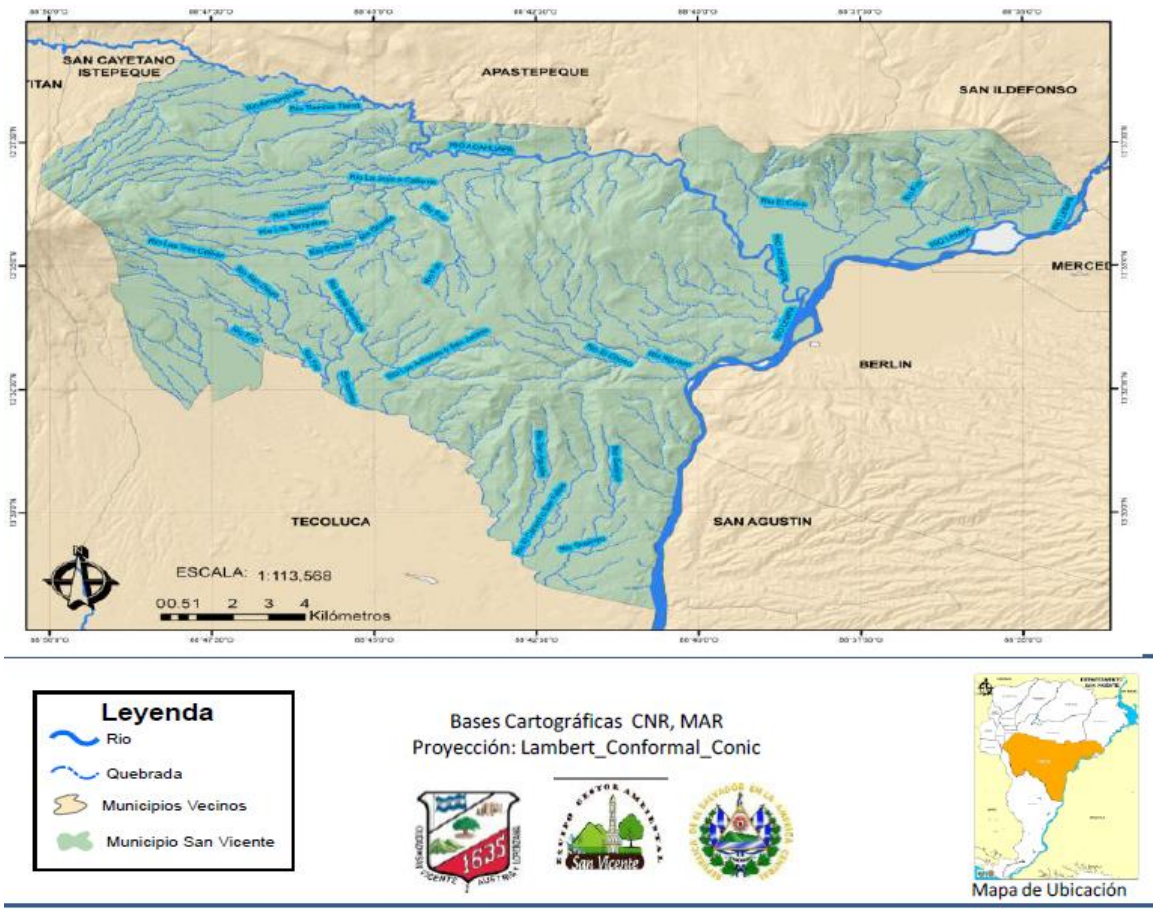


Ilustración 16: Red Hidrográfica en el municipio de San Vicente.

Fuente: Diagnóstico ambiental participativo del municipio de San Vicente 2012.

Los principales afluentes que se encuentran dentro del territorio del municipio son[78]:

- Rio Amapupulta
- Rio Amapulapa
- Rio TiemblaTtierra
- Rio La Joya o Caliente
- Rio Frio
- Rio Grande

[78] Diagnóstico ambiental participativo del municipio de San Vicente 2012.

- Rio Achichilco
- Rio Los tempates
- Rio La ceiba
- Rio San Diego
- Rio Santa Gertrudis
- Rio Los Achotes o San Jacinto
- Rio El Chorro Rio Higuayo

Áreas Naturales protegidas en el municipio de San Vicente

En el municipio de San Vicente existen dos áreas naturales protegidas que son: La Joya con una extensión de 954.54 hectáreas (1,365 Mz), y Parras Lempa, que cuenta con 21.5 hectáreas (30 Mz). Ambas áreas pertenecen a su vez al área de conservación San Vicente Norte, que abarca desde el Volcán de San Vicente hasta Nuevo Edén de San Juan, en el departamento de San Miguel.

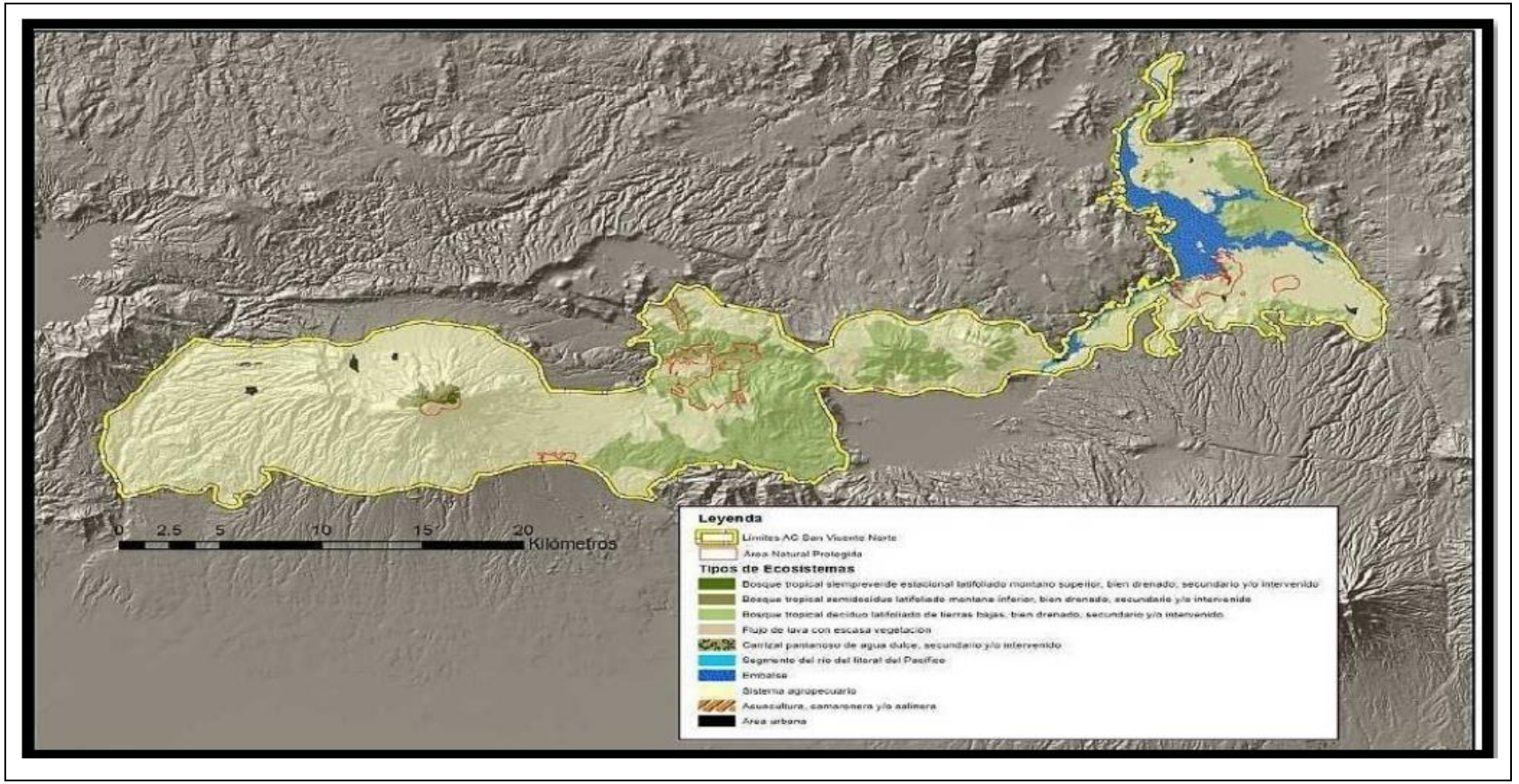
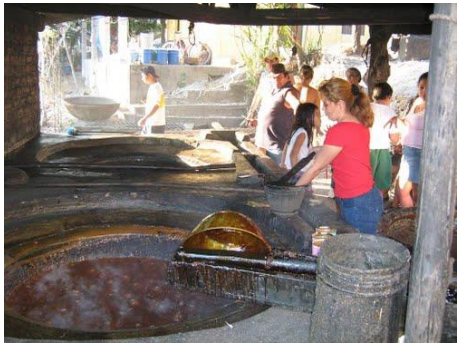


Ilustración 17: Mapa de Áreas Naturales protegidas en el municipio de San Vicente.

Fuente: Diagnóstico ambiental participativo del municipio de San Vicente 2012.

4.6.5. MUNICIPIO DE MERCEDES LA CEIBA



MUNICIPIO DE MERCEDES LA CEIBA			
Fundación del municipio	**Extensión del municipio**	**Elevación**	**Accesibilidad**
1882 como pueblo.	6.50 Km^2	570 msnm	Por carretera panamericana (CA-1W) luego en Km 51 toma desvió carretera a Verapaz.
Límites geográficos			
Mercedes La Ceiba es un municipio del departamento de La Paz. . Los límites del municipio de Mercedes La Ceiba con otros municipios es al norte con Jerusalén, al nor-oriente con Guadalupe, al sur con Santa María Ostuma y al nor-poniente con el rió Jiboa.			
Clima			
Temperatura:	22º - 26ºC	**Precipitación fluvial:**	1600-2000 mm
Población	**Densidad demográfica**	**Distancia desde San Salvador**	**Distancia desde San Vicente**
663 Hab.	102 Hab./ Km^2	62 Km	19 Km
División política		**Circuitos turísticos a los que pertenece**	
2 Cantones, y 2 caseríos		180º del Chinchontepec	
Orígenes y etimología			
Para mediados del siglo XIX, el caserío La Ceiba era un importante poblado del área jurisdiccional de Santa María Ostuma. Junto a los cantones de Zizimite y Estanzuelas, fue erigido como pueblo el año 1882 como parte del distrito de Zacatecoluca. Sin embargo, estas dos aldeas formaron la localidad de Jerusalén en 1912.			
Costumbres y folklore			
Las fiestas patronales de Mercedes La Ceiba se celebran del 22 al 30 de noviembre en honor a la Virgen de la Merced.			
Atractivos turísticos del municipio			
Centro turístico Los Nacimientos			
Productos identitarios			
Productos de Bambú y Productos derivados de la Caña de Azúcar			

INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE MERCEDES LA CEIBA

Mercedes La Ceiba tiene una extensión territorial de 6.50 kilómetros cuadrados, tiene una población de más de 663 habitantes y se encuentra a 570 metros de altura sobre el nivel del mar.

Posee el título de Pueblo, concedido en 1882 y se encuentra a una distancia de 62 kilómetros de San Salvador.

Para mediados del siglo XIX, el caserío La Ceiba era un importante poblado del área jurisdiccional de Santa María Ostuma. Junto a los cantones de Zizimite y Estanzuelas, fue erigido como pueblo el año 1882 como parte del distrito de Zacatecoluca. Sin embargo, estas dos aldeas formaron la localidad de Jerusalén en 1912.

Mercedes La Ceiba es un municipio del departamento de La Paz en El Salvador. Los límites del municipio de Mercedes La Ceiba con otros municipios es al norte con Jerusalén, al nor-oriente con Guadalupe, al sur con Santa María Ostuma y al nor-poniente con el rió Jiboa.

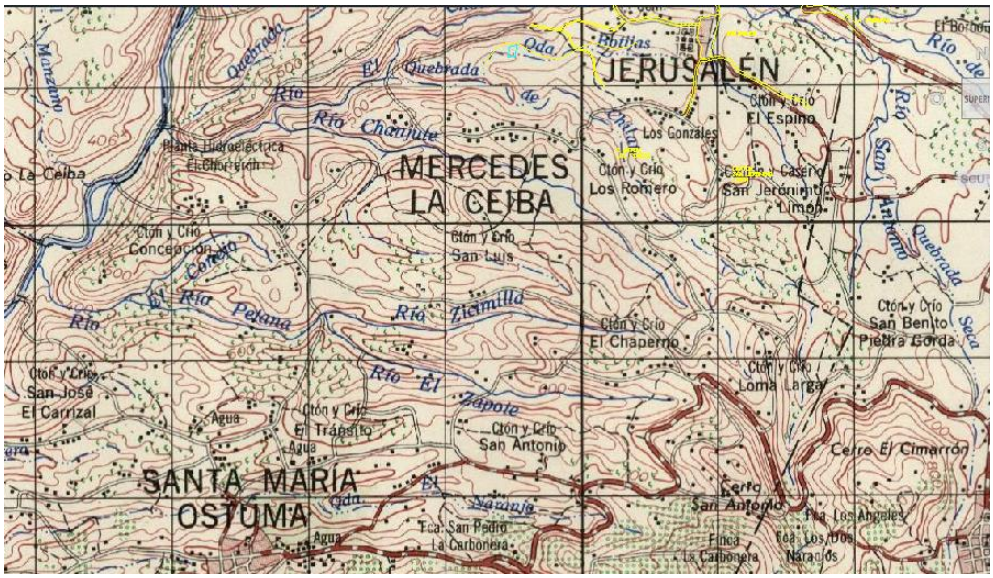


Ilustración 18: Ubicación del Municipio de Mercedes la ceiba en el Departamento de La Paz.

Fuente: Plan de emergencia sanitario local unidad de salud de Mercedes la Ceiba.

División Política

El pueblo tiene únicamente los barrios: El Centro y El Calvario; que conforman el casco urbano; en el área rural formada por El Cantón San Antonio y El Cantón San Luis, este último conformado

por los caseríos de San Luis Arriba y San Luis Abajo[79]; sus calles son de fraguado mixto y otras empedradas.

AMBIENTE SOCIAL

SERVICIOS BÁSICOS

Educación

El municipio cuenta con un centro educativo, Escuela "Urbana Mixta Mercedes la Ceiba" del primero al noveno grado con una matrícula promedio de dos cientos treinta alumnos.

A continuación se muestran los Índices de educación más relevantes:

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
80.41%	88.5%	19	10	4	0

Tabla 79: Principales Indicadores de Educación de Mercedes la Ceiba.

Fuente: VI Censo de Población y V Vivienda 2007. Tomo IV Población, Volumen II-Municipios: Características educativas y económicas.

Salud

El municipio de Mercedes la Ceiba cuenta con unidad de Salud en el casco urbano[80]. La Unidad de Salud de Mercedes La Ceiba cuenta con una capacidad local de atención primaria con: médico general, enfermera graduada y promotora en salud comunitaria todos de carácter permanente y de forma eventual inspector de saneamiento ambiental y odontólogo.

[79] Plan de emergencia sanitario local unidad de salud de Mercedes la Ceiba.

[80] Mapa Sanitario de Salud 2014

Principales Causas de Morbilidad y Mortalidad:

Según datos tomados del reporte epidemiológico, las primeras causas de morbilidad en orden descendente son:

1. Infecciones Respiratorias Agudas.
2. Gastroenteritis Agudas.
3. Conjuntivitis Bacteriana.
4. Trastornos de Ansiedad.
5. Mordedura por Animal Trasmisor de Rabia.
6. Amibiasis.
7. Lumbago.
8. Varicela.
9. Depresión.
10. Giardiasis.

Seguridad

El municipio de Mercedes la Ceiba cuenta con un puesto de Policía Nacional Civil, que es la encargada de brindar seguridad a los habitantes del municipio, con un promedio de ocho agentes, además el municipio no presenta índices de Criminalidad, ni de ningún tipo de delincuencia.

INFRA ESTRUCTURA

Como todo municipio en su afán de mejorar este presenta cierta calidad en infraestructura y sobre los servicios que ofrece tanto para los turistas como para su población. Es por ello que se presenta a continuación las condiciones que posee el municipio con respecto a su infraestructura así como los servicios que ofrece:

Servicio	Distribución
Telefonía fija	Más de 50%
Telefonía celular	Más de 75%

Internet	Más de 50%
Energía Eléctrica	81.3%
Agua potable	64.8%
Alcantarillado	---
Alumbrado público zona urbana	100%
Recolección de basura	Más de 50%

Tabla 80. Cobertura de Servicios básicos de Mercedes la Ceiba.

Fuente: VI Censo de población y V de Vivienda 2007

Infraestructura Vial

Las vías de trasporte en general son malas; en cuanto a las vías de acceso ya que solo existen dos carreteras de tipo rustico que comunican con el municipio: una al nororiente con Guadalupe y la otra al norte con Jerusalén. Vías de transporte público muy deficiente porque solo se puede salir por la mañana y al mediodía; y para entrar solamente al mediodía.

AMBIENTE ECONÓMICO

Dentro de las actividades económicas primarias, la mayoría de la población es eminentemente agrícola sobre todo en el cultivo de granos básicos, tales como : maíz y frijoles en segundo plano ; el fuerte agrícola depende del cultivo de caña de azúcar originando así una industria de tipo artesanal en la producción, distribución y venta de “ dulce de panela “ durante la época seca de los meses de Noviembre a Marzo, originando así cierto número de empleos temporales para el sostenimiento de la población, ya que los ingresos económicos por otros tipos de trabajos es baja ya que no se cuenta con ninguna industria.

PEA	Actividad Económica
41.39%	Agrícola

Tabla 81. PEA y Actividad Económica principal de Mercedes la Ceiba.
Fuente: Elaboración Propia.

Productos identitarios	
Producto	**Cantidad de productores**
Productos de Bambú	1
Productos derivados de la caña de azúcar (Moliendas-Dulce de Panela)	5

Tabla 82. Principales productos identitarios de Mercedes la Ceiba.

Fuente: Elaboración Propia.

Actividades Agrícolas

Una de las principales actividades económicas del municipio es la agricultura, a continuación se detalla el número de productores y las actividades productivas más importantes:

Número de productores	135
Granos básicos	93 Mz
Hortalizas	0.33 Mz
Caña de Azúcar	43 Mz
Frutales	--
Café	--

Tabla 83. Principales actividades agrícolas de Mercedes la Ceiba.

Fuente: IV Censo Agropecuario, El Salvador (2007-2008).

ÁMBITO ECOLÓGICO

Flora

La flora[81] del municipio de Mercedes la Ceiba cuenta con especies de árboles entre los que resaltan Almendros de rio, Aceitunos, Madre cacao, Pepeto, Tamarindo, Carao, Chaperno, Paraíso, Conacaste, Pino, Nance, Guayaba, Maquilishuat, San Andrés, Laurel, Zapote, Capulín, Matasano, Mango, Marañón, Jocote, Copinol, Zungano, Mamey, entre otros.

Fauna

La fauna[82] del municipio está compuesta en su mayoría por: Conejo de monte, Ardilla Parda, Cusuco, Gato Zonto, Rata casera, Mucielago de las frutas, Tacuazín Blanco, Zorillo mofeta, Taltuza.

En cuanto a los anfibios y reptiles: Garrobo, Sapo abonero, Rana, Zumbadora, Charchón, Tamagás, Lagartija Escamosa, Masacuate.

Las aves que destacan en el municipio son: Paloma ala blanca, paloma morada, Urraca, Tucán, Torogoz, Gorrión doméstico, Zanate mayor, pijuyo, Gavilan rastrero, Pericón, entre otros.

Suelos más comunes

El municipio carece de grandes elevaciones orográficas y presente un terreno relativamente plano, con una ligera inclinación al norte.

Cuencas hidrográficas

El municipio cuenta con los ríos[83]: Chorrerón, Chanjute y Los Nacimientos; y la quebrada El Chilate. El rió principal es El Chorrerón que nace a las afueras de Mercedes La Ceiba y comienza a formar parte de 0.1 kms. Dentro del municipio, después de recibir afluencia de la quebrada El Chilate, que corre de este a oeste y desemboca en el rió Chanjute.

[81] Diagnóstico ambiental participativo de San Vicente.

[82] Diagnóstico ambiental participativo de San Vicente.

[83] Diagnóstico ambiental participativo de San Vicente.

4.6.6. MUNICIPIO DE SAN ILDEFONSO

MUNICIPIO DE SAN ILDEFONSO			
Fundación del municipio	**Extensión del municipio**	**Elevación**	**Accesibilidad**
12 de Abril de 1889 como municipio.	136.37 Km^2	190 msnm	Por carretera panamericana (CA-1W) luego en 1/2Km antes de Rio Lempa toma desvió carretera a San Ildefonso, recorriendo 13 Km desde el desvió.
Límites geográficos			
Limita al Norte con Ciudad Dolores municipio del departamento Cabañas, al Sur con San Vicente, al Este con El Río Lempa, y al Oeste con Santa Clara, todos estos últimos municipios pertenecientes al departamento de San Vicente.			
Clima			
Temperatura:	22º - 39ºC	Precipitación fluvial:	1600-1800 mm
Población	**Densidad demográfica**	**Distancia desde San Salvador**	**Distancia desde San Vicente**
8,150 Hab.	59.76 Hab./ Km^2	103 Km	50 Km
División política		**Circuitos turísticos a los que pertenece**	
6 Cantones, 4 Barrios y 36 caseríos		Tierra de colores y sabores artesanales	
Orígenes y etimología			
Entre las más importantes haciendas de la parroquia de San Vicente en 1770, el arzobispo don Pedro Cortés y Larraz menciona a la de San Ildefonso. En 1807, según el corregidor intendente don Antonio Gutiérrez y Ulloa, dicha hacienda pertenecía a los herederos de don Juan Díaz. Por Orden Legislativa de 28 de febrero de 1839, expedida a solicitud del licenciado don Juan José Guzmán, las haciendas de San Francisco, Candelaria Lempa y San Ildefonso se segregaron de la jurisdicción de San Vicente y se incorporaron en la de la villa de Dolores Titihuapa. Por Acuerdo Legislativo de 6 de marzo de 1854, expedido a solicitud de los dueños y colonos de las tres haciendas prenotadas, éstas se segregaron de la jurisdicción de Dolores Titihuapa y se reincorporaron en la de la ciudad de San Vicente, "a donde han pertenecido desde tiempo inmemorial"			
Costumbres y folklore			
Las fiestas patronales de San Ildefonso se realizan del 20 al 23 de enero en honor a San Ildefonso, Feria ganadera celebrada en el mes de Agosto.			
Atractivos turísticos del municipio			
Presa 15 de Septiembre, Rio Lempa, Rio Titihuapa.			
Productos identitarios			
Productos Lácteos y Quesadillas.			

INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE SAN ILDEFONSO

San Ildefonso pertenece al Departamento de San Vicente, se encuentra localizado a 50 km al noreste de la ciudad de San Vicente; posee una extensión territorial es de 136.37 Km^2 y se encuentra a 190 metros sobre el nivel del mar.

Esta ciudad limita geográficamente al norte con Ciudad Dolores (Cabañas), al sur con San Vicente, al este con el Rio Lempa y al Oeste con Santa Clara; el municipio posee una población de 8,150 habitantes.

División Política del municipio de San Ildefonso

En su zona urbana San Ildefonso se divide en los Barrios San Antonio, Candelaria, Concepción y El Centro; en su zona rural sus cantones son Candelarias Lempa, Lajas y Canoas, Guachipilín, San Francisco, San Lorenzo y San Pablo Cañales, posee los siguientes caseríos[84]:

- **San Lorenzo:** Quebracho, Puente, Guaruma, La Charca La Peñiza, El Campanario, Plan de Venado, Carreto, Barrio Nuevo y Jicaro.
- **Lajas y Canoas:** Buena vista, Las Conchas, Las Lajas, El volcán, El Limón y Canoas.
- **Candelarias Lempa:** Maradiaga, Divisadero, Jocote, Palmeras, Seivillas, Chiquero de Piedra, Rosario y Cumiste.
- **San Francisco:** Concepción, Portillo, Guacita, Linderos, Ahogadas y Calera.
- **San Pablo Cañales:** San Pablo Cañales, Almendros y El Sitio.
- **Guachipilin:** San Francisco La Cruz, Shiguapetepeque y Guachipilin.

A continuación, se muestra el mapa del municipio de San Ildefonso con la ubicación de sus cantones:

[84] Plan de emergencia Sanitario local Unidad de Salud San Ildefonso.

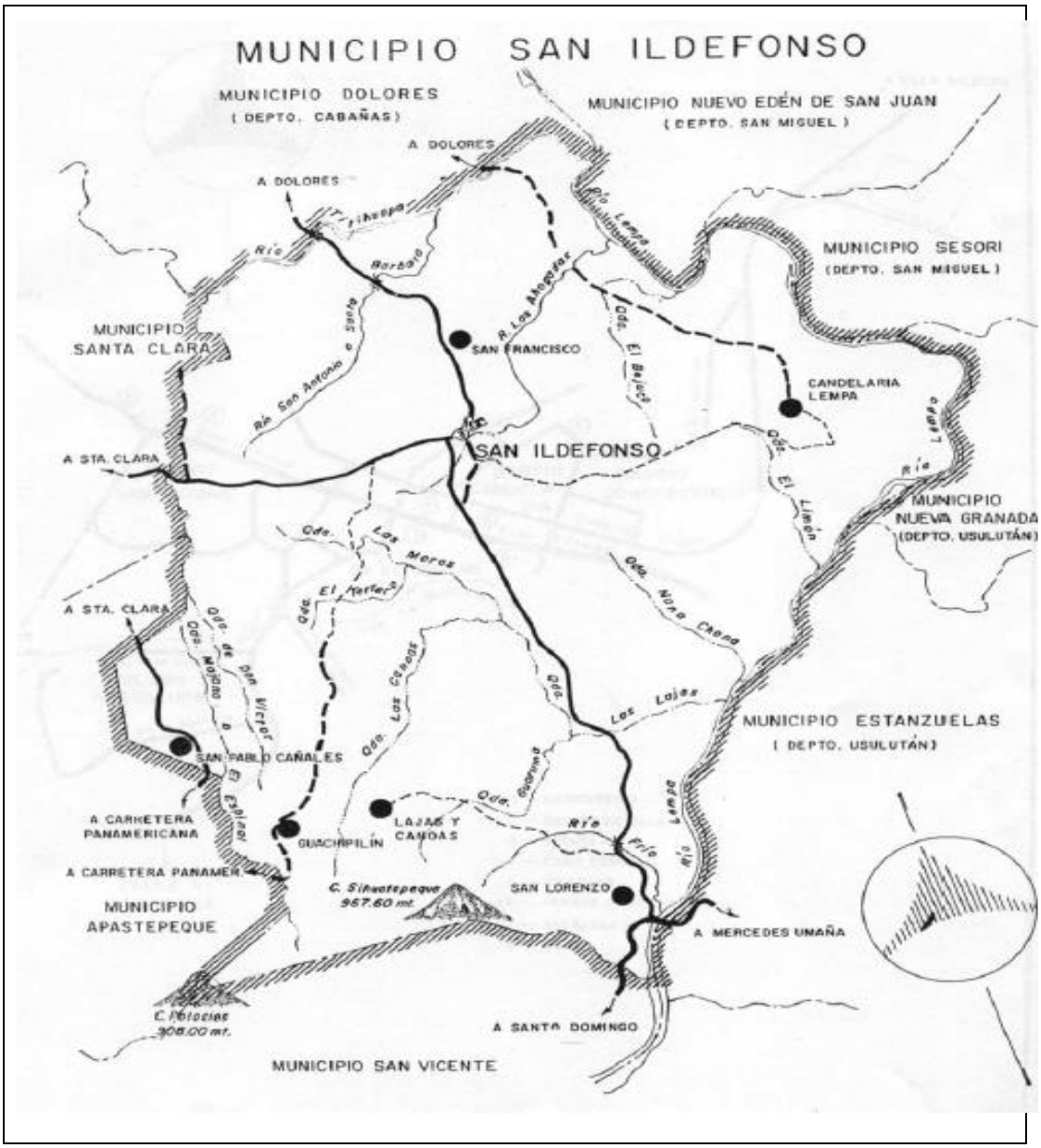


Ilustración 19: Mapa del municipio de San Ildefonso.

Fuente: Plan de Emergencia sanitario local unidad de salud de San Ildefonso.

SERVICIOS BÁSICOS

Educación

El municipio cuenta con centros educativos tanto en la zona urbana como en la zona rural del municipio, incluso cuenta con un centro de educación media en el casco del municipio, en total se cuenta con 17 centros educativos, los centros educativos del municipio son los siguientes:

Centro educativo	Ubicación
Instituto Nacional de San Ildefonso	Barrio San Antonio
Centro Escolar María Luisa Viuda de Marín	Barrio San Antonio
Centro Escolar La Presa	Cantón San Lorenzo
Centro Escolar San Pablo Cañales	Cantón San Pablo Cañales
Centro Escolar Cantón Guachipilin	Cantón Guachipilin
Centro Escolar Caserío la Guacita	Cantón San Francisco
Centro Escolar Caserío Las Ahogadas	Cantón San Francisco
Centro Escolar Caserío San Francisco de la Cruz	Cantón Guachipilin
Centro Escolar Caserío Los Almendros	Cantón San Pablo Cañales
Centro Escolar Caserío Plan de Venado	Cantón San Lorenzo
Centro Escolar Cantón Candelaria Lempa	Cantón Candelaria Lempa
Centro Escolar Caserío las Canoas	Cantón Lajas y Canoas
Centro Escolar Caserío El Jicaro	Cantón San Lorenzo
Centro Escolar Caserío El Limón	Cantón Lajas y Canoas
Centro Escolar Caserío Las Lajas	Cantón Lajas y Canoas
Centro Escolar Caserío El Sitio	Cantón San Pablo Cañales
Complejo Educativo Caserío Maradiaga	Candelaria Lempa

Tabla 84: Centros escolares del municipio de San Idelfonso. Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestran los Índices de educación más relevantes:

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
68.01%	71.5%	14	44	16	3

Tabla 85. Principales Indicadores de Educación de San Ildefonso.

Fuente: VI Censo de Población y V Vivienda 2007. Tomo IV Población, Volumen II-Municipios: Características educativas y económicas

Salud

El municipio de San Ildefonso cuenta con tres unidades de salud, ubicadas en el casco urbano del municipio, Cantón Guachipilin y cantón San Lorenzo[85].

En las distintas unidades de Salud se ofrecen los siguientes servicios[86]:

- Consulta general
- Consulta odontológica
- Controles infantiles
- Controles prenatales
- Control de planificación familiar
- Programa escuela saludable
- Vacunación infantil.

Seguridad

El municipio de San Ildefonso cuenta con un puesto de Policía Nacional Civil, que es la encargada de brindar seguridad a los habitantes del municipio, ubicada dos cuadras al norte del parque central en Barrio Candelaria.

[85] Mapa sanitario del Ministerio de Salud 2014.

[86] Plan de emergencia Sanitario local Unidad de Salud San Ildefonso.

INFRAESTRUCTURA

Como todo municipio en su afán de mejorar este presenta cierta calidad en infraestructura y sobre los servicios que ofrece tanto para los turistas como para su población. Es por ello que se presenta a continuación las condiciones que posee el municipio con respecto a su infraestructura asi como los servicios que ofrece:

Servicio	Distribución
Telefonía fija	Más de 50%
Telefonía celular	Más de 75%
Internet	Más de 50%
Energía Eléctrica	82%
Agua potable	72.4%
Alcantarillado	---
Recolección de basura	Más de 50%

Tabla 86. Cobertura de Servicios básicos de San Ildefonso

Fuente: VI Censo de población y V de Vivienda 2007.

Además, el municipio cuenta con un puesto de la PNC ubicada dos cuadras al norte de parque central en Barrio Candelaria, Alcaldía Municipal ubicada en el Barrio El Centro frente al parque central, Casa comunal ubicada en Barrio Candelaria junto al local de PNC, Instituto Nacional en Barrio San Antonio, Unidad de Salud en Barrio San Antonio, A continuación se muestra el mapa de la zona urbana del municipio, y la ubicación de las distintas instancias mencionadas anteriormente:

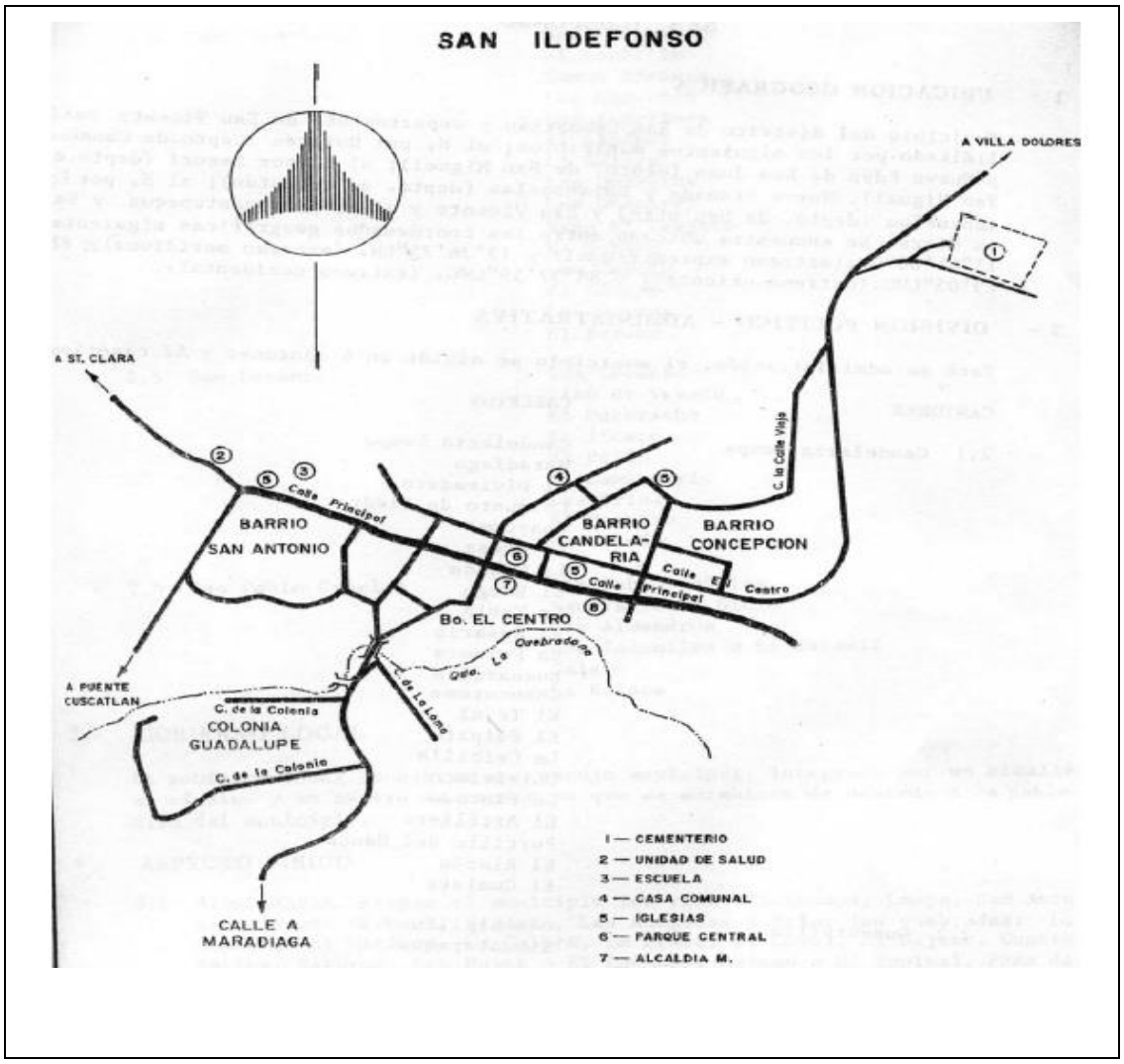


Ilustración 20. Mapa del Casco Urbano de San Ildefonso.

Fuente: Alcaldía de San Idelfonso

Infraestructura vial

De panamericana a municipio hay 13 kilómetros de carretera pavimentada, de municipio a diferentes cantones calles de tierra en mal estado. Cuenta con servicio de Autobús, Ruta 195 hacia San Vicente realiza recorrido en 2 horas sus salidas son: 6:00am, 7:30 a.m., 9:30 a.m., 11:00 a.m., 12:30 p.m. y 3:30 p.m.; Ruta de Autobús 511 hacia San Salvador su salida es de 5:30 a.m., realiza el recorrido en 3 horas, Vías de acceso hacia puente Cuscatlán y Entrada por municipio de Santa Clara y entrada por Sensuntepeque.

AMBIENTE ECONÓMICO

Dentro de las actividades económicas primarias, la mayoría de la población es eminentemente agrícola sobre todo en el cultivo de granos básicos, tales como: maíz, arroz y frijoles; asi como también buena parte de su población se dedica a la ganadería, y de esto se deriva la elaboración de productos lácteos.

PEA	Actividad Económica
41.39%	Agropecuaria

Tabla 87. PEA y Actividad Económica principal de San Idelfonso.
Fuente: Alcaldía de San Idelfonso

Productos identitarios	
Producto	**Cantidad de productores**
Productos lácteos y sus derivados	3
Quesadillas	4

Tabla 88. Principales productos identitarios de San Idelfonso.
Fuente: Elaboración Propia.

Actividades Agrícolas

Una de las principales actividades económicas del municipio es la agricultura, a continuación se detalla el número de productores y las actividades productivas más importantes:

Número de productores	1,282
Granos básicos	2,961 Mz
Hortalizas	9.84 Mz
Caña de Azúcar	--
Frutales	--
Café	--

Tabla 89: Principales actividades agrícolas de San Idelfonso.
Fuente: IV Censo Agropecuario, El Salvador (2007-2008).

ÁMBITO ECOLÓGICO

Flora

La flora[87] del municipio de San Ildefonso cuenta con especies de árboles entre los que resaltan Almendros de rio, Aceitunos, Madre cacao, Pepeto, Tamarindo, Carao, Chaperno, Paraíso, Conacaste, Pino, Nance, Guayaba, Maquilishuat, San Andrés, Laurel, Zapote, Capulín, Matasano, Mango, Marañón, Jocote, Copinol, Zungano, Mamey, entre otros.

Fauna

La fauna[88] del municipio está compuesta en su mayoría por: Conejo de monte, Ardilla Parda, Cusuco, Gato Zonto, Rata casera, Mucielago de las frutas, Tacuazín Blanco, Zorillo mofeta, Taltuza. En cuanto a los anfibios y reptiles: Garrobo, Sapo abonero, Rana, Zumbadora, Charchón, Tamagás, Lagartija Escamosa, Masacuate.

Las aves que destacan en el municipio son: Paloma ala blanca, paloma morada, Urraca, Tucán, Torogoz, Gorrión doméstico, Zanate mayor, pijuyo, Gavilan rastrero, Pericón, entre otros.

Suelos más comunes y Cuencas hidrográficas

Los tipos de suelos más comunes en San Ildefonso[89] son: de tipo Arcilloso, Rocoso con capas de limo Orgánico. Las principales cuencas hidrográficas con las que cuenta el municipio son:

- Río Titihuapa
- Rio Lempa

[87] Diagnóstico ambiental participativo de San Vicente.

[88] Diagnóstico ambiental participativo de San Vicente.

[89] Plan de emergencia Sanitario local Unidad de Salud San Ildefonso.

4.6.7. MUNICIPIO DE SANTO DOMINGO

<table>
<tr><td colspan="5">MUNICIPIO DE SANTO DOMINGO</td></tr>
<tr><td rowspan="11">

 </td><td>Fundación del municipio</td><td>Extensión del municipio</td><td>Elevación</td><td>Accesibilidad</td></tr>
<tr><td>A finales del siglo XVIII. Probablemente
En 1,871 como villa.</td><td>16.41 Km^2</td><td>670 msnm</td><td>Por carretera panamericana (CA-1W), Entrada exactamente en Km 45.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Límites geográficos</td></tr>
<tr><td colspan="4">Limita al norte con San Sebastián; al oeste con San Rafael Cedros, El Carmen y San Cristóbal (departamento de Cuscatlán); al sur con Verapaz y Tepetitán; y al este con San Lorenzo.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Clima</td></tr>
<tr><td>Temperatura:</td><td>18º - 25ºC</td><td>Precipitación fluvial:</td><td>1600-2200 mm</td></tr>
<tr><td>Población</td><td>Densidad demográfica</td><td>Distancia desde San Salvador</td><td>Distancia desde San Vicente</td></tr>
<tr><td>7,653 Hab.</td><td>466.36 Hab./ Km^2</td><td>45 Km</td><td>13 Km</td></tr>
<tr><td colspan="2">División política</td><td colspan="2">Circuitos turísticos a los que pertenece</td></tr>
<tr><td colspan="2">4 Cantones, y 22 caseríos</td><td colspan="2">Tierra de colores y sabores artesanales</td></tr>
<tr><td colspan="4">Orígenes y etimología</td></tr>
<tr><td colspan="4">Esta población fue fundada a finales del siglo XVIII, y, de acuerdo al Intendente Antonio Gutiérrez y Ulloa, Santo Domingo era pueblo de indios y algunos ladinos, y pertenecía al Partido de Cojutepeque. El 12 de junio de 1824 pasó a formar parte del departamento de San Salvador; y en 1835 pasó a Cuscatlán. Para 1859 tenía una población de 824 habitantes. Es probable que el año 1871 obtuviera el título de villa. El año 1873 Santo Domingo fue anexado al distrito de San Sebastián, en el departamento de San Vicente.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Costumbres y folklore</td></tr>
<tr><td colspan="4">Las fiestas patronales de Santo Domingo se celebran del 1 al 4 de agosto, en honor a Santo Domingo de Guzmán.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Atractivos turísticos del municipio</td></tr>
<tr><td colspan="4">Rio El Machacal, Poza El Playón, Rio Trompillo y Rio Grande.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Productos identitarios</td></tr>
<tr><td colspan="4">Dulces Artesanales y Canastos</td></tr>
</table>

INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE SANTO DOMINGO

Este pueblo fue fundado en el transcurso del último Siglo XVIII, pues no existía todavía cuando en 1770 pasó por el territorio salvadoreño el Arzobispo Don Pedro Cortez Llarazo. Según el Corregidor Intendente Don Antonio Gutiérrez y Ulloa, Santo Domingo era pueblo de indios y de algunos ladinos que pertenecían en lo político administrativo al Partido de Cojutepeque, en el eclesiástico al curato de San Vicente. El 12 de junio de 1824 este municipio quedó incorporado en el departamento de San Salvador. De Febrero de 1828 a enero de 1830 formó parte del efímero Distrito de Ilobasco en el departamento de San Vicente. A partir del 22 de mayo de 1835 dejó de pertenecer al departamento de San Salvador y entró a formar parte del departamento de Cuscatlán. Siempre como pueblo del distrito de Cojutepeque en 1859 tenía 824 habitantes, 21 casas de teja y 79 de paja. En 1890 la villa de Santo Domingo tenía 2530 habitantes. Por Decreto Legislativo No.316 el día 4 de Junio de 1998 bajo el mandato del Señor Alcalde Jorge Argueta Maldonado se le otorgó el título de ciudad.

Santo Domingo es un Municipio del departamento de San Vicente, posee una elevación de 670 msnm, está ubicado a 44 Km de San Salvador y a 13 Km de San Vicente. Limita al Norte con San Rafael Cedros (Cuscatlán) y San Sebastián, al Este por San Sebastián y San Lorenzo, Al Sur por Tepetitán y Verapaz, y al Oeste por San Cristóbal, El Carmen y San Rafael Cedros.

División política del municipio de Santo Domingo

El municipio se divide Administrativamente en 4 Cantones y 22 caseríos[90], los cuales son los siguientes:

- **Cantón los Rodríguez**: San José, Rió Grande, Los Rodríguez, Los Chotos, Lotificación Las Colinas, Caserío Jiboita.
- **Cantón La Refugio**: El Chorizo, La Ermita, La Escuela.
- **Cantón Iscanales:** La Escuela, Los Mejías, Estación Vieja, El Molino, Línea Férrea, Carretera, El Rotulo.

[90] Plan de emergencia Sanitario local Unidad de Salud Santo Domingo.

- **Cantón Talpetates:** Los Hernández, Los Campos, Los Esquíveles, Los Molina. Los Chávez, La Escuela.

A continuación, se muestra el mapa del municipio de Santo Domingo con la ubicación de sus cantones:

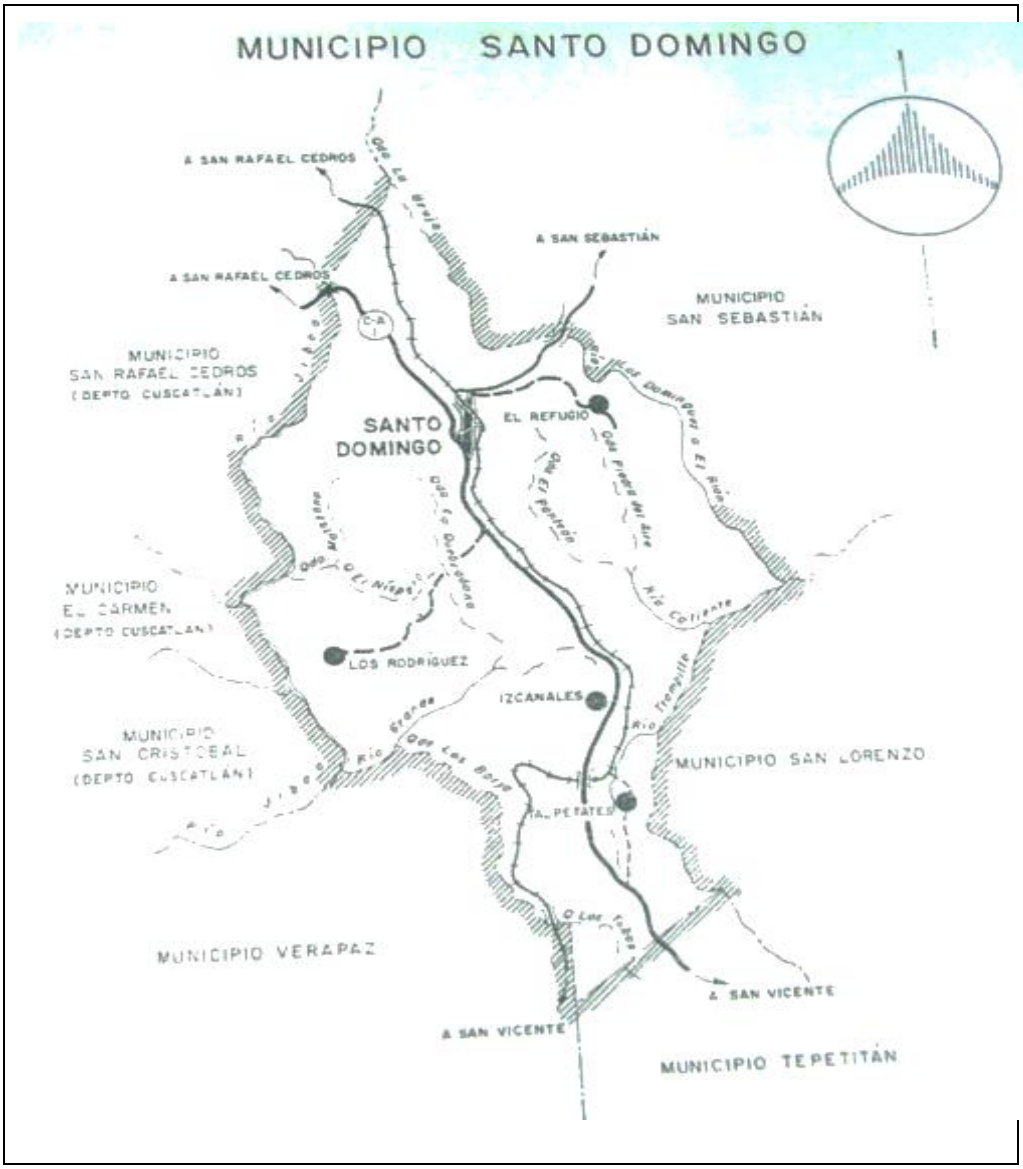


Ilustración 21. Mapa del municipio de Santo Domingo.

Fuente: Plan de Emergencia Sanitario Local Unidad de Salud Santo Domingo.

SERVICIOS BÁSICOS

Educación

El municipio de Santo Domingo cuenta con nueve Centros Educativos, cinco en el área urbana y cuatro en el área rural del municipio:

Área urbana:

- C.E Dr. Esteban Castro.
- C.E Ana Guerra de Jesús.
- Colegio Privado Ana Guerra de Jesús.
- Instituto Nacional Santo Domingo
- Kínder Garden Santo Domingo.

Área rural:

- C.E Cantón El Refugio.
- C.E Cantón Talpetates.
- C.E Cantón Ixcanales.
- C.E Cantón Los Rodríguez

A continuación, se muestran los Índices de educación más relevantes:

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
81.73%	88.3%	51	156	34	2

Tabla 90. Principales Indicadores de Educación del municipio de Santo Domingo.

Fuente: VI Censo de Población y V Vivienda 2007. Tomo IV Población, Volumen II-Municipios: Características educativas y económicas.

Salud

El municipio de Santo Domingo cuenta con una unidad de salud en su casco urbano, brindado servicios como los siguientes[91]:

- Consulta médica general
- Consulta odontológica
- Programas preventivos (Maternos infantiles, planificación familiar, programa de tuberculosis, PROES.)
- Vacunación infantil
- Pequeña cirugía
- Inyectable
- Curaciones
- Toma de citología

Seguridad

El municipio de San Ildefonso cuenta con un puesto de Policía Nacional Civil, que es la encargada de brindar seguridad a los habitantes del municipio, ubicada en el casco urbano del municipio.

INFRA ESTRUCTURA

Como todo municipio en su afán de mejorar este presenta cierta calidad en infraestructura y sobre los servicios que ofrece tanto para los turistas como para su población. Es por ello que se presenta a continuación las condiciones que posee el municipio con respecto a su infraestructura asi como los servicios que ofrece:

Servicio	Distribución
Telefonía fija	80%
Telefonía celular	Más de 75%
Internet	Más de 50%
Energía Eléctrica	95%

[91] Plan de emergencia Sanitario local Unidad de Salud Santo Domingo.

Agua potable	67.5%
Alcantarillado	---
Recolección de basura	100% área urbana

Tabla 91. Cobertura de Servicios básicos de Santo Domingo.
Fuente: VI Censo de población y V de Vivienda 2007

Infraestructura vial

El municipio cuenta con acceso directo desde el Desvío de Santo Domingo sobre Carretera Panamericana,(Pavimentada en excelentes condiciones) hay transitabilidad durante todo el año.

Las Rutas de transporte público que ofrece sus servicios hacia Santo Domingo son las siguientes:

- Rutas orientales (301, 306, 304 entre otras)
- Rutas Vicentinas (116)
- Ruta a San Sebastián (110 y microbuses 176 G)

El tiempo de recorrido de San Salvador a Santo Domingo es de 45 minutos y de Santo Domingo a San Vicente es de 15 minutos.

AMBIENTE ECONÓMICO

Dentro de las actividades económicas primarias, la mayoría de la población es eminentemente agrícola sobre todo en el cultivo de granos básicos, tales como: Cultivo de maíz, frijol y caña de azúcar, así como también el municipio es conocido por la elaboración de diferentes tipos de dulces artesanales.

PEA	Actividad Económica
28.5%	Agrícola

Tabla 92. PEA y Actividad Económica principal de Santo Domingo.
Fuente: Elaboración Propia.

Productos identitarios	
Producto	**Cantidad de productores**
Dulces artesanales	**60**
Canastos	**1**

Tabla 93. Principales productos identitarios de Santo Domingo.

Fuente: IV Censo Agropecuario, El Salvador (2007-2008).

Actividades Agrícolas

Una de las principales actividades económicas del municipio es la agricultura, a continuación se detalla el número de productores y las actividades productivas más importantes:

Número de productores	703
Granos básicos	891 Mz
Hortalizas	15.04 Mz
Caña de Azúcar	43 Mz
Frutales	2.81 Mz
Café	19.47 Mz

Tabla 94: Principales actividades agrícolas de Santo Domingo.

Fuente: Elaboración Propia.

AMBIENTE ECOLÓGICO

Flora

La flora[92] del municipio de Santo Domingo cuenta con especies de árboles entre los que resaltan Almendros de rio, Aceitunos, Madre cacao, Pepeto, Tamarindo, Carao, Chaperno, Paraíso,

[92] Diagnóstico ambiental participativo de San Vicente.

Conacaste, Pino, Nance, Guayaba, Maquilishuat, San Andrés, Laurel, Zapote, Capulín, Matasano, Mango, Marañón, Jocote, Copinol, Zungano, Mamey, entre otros.

Fauna

La fauna[93] del municipio está compuesta en su mayoría por: Conejo de monte, Ardilla Parda, Cusuco, Gato Zonto, Rata casera, Mucielago de las frutas, Tacuazín Blanco, Zorillo mofeta, Taltuza.

En cuanto a los anfibios y reptiles: Garrobo, Sapo abonero, Rana, Zumbadora, Charchón, Tamagás, Lagartija Escamosa, Masacuate.

Las aves que destacan en el municipio son: Paloma ala blanca, paloma morada, Urraca, Tucán, Torogoz, Gorrión doméstico, Zanate mayor, pijuyo, Gavilan rastrero, Pericón, entre otros.

Suelos más comunes y Cuencas hidrográficas

Los tipos de suelos más comunes en Santo Domingo[94] son: de tipo Arcilloso, Rocoso con capas de limo Orgánico.

Las principales cuencas hidrográficas con las que cuenta el municipio son: Río Machacal

- Rio Jiboa
- Rio El Chorrón
- Rio El Trompillo
- Rio EL Caliente

[93] Diagnóstico ambiental participativo de San Vicente.

[94] Plan de emergencia Sanitario local Unidad de Salud Santo Domingo.

4.6.8. MUNICIPIO DE SAN SEBASTIÁN

MUNICIPIO DE SAN SEBASTIAN			
Fundación del municipio	**Extensión del municipio**	**Elevación**	**Accesibilidad**
1,874 como Villa	61.83 Km²	664 msnm	Carreteras pavimentada: desde CA-1W entrando por Santo Domingo en el Km 44, Toma Carretera a San Sebastián recorriendo 6 Km.
Límites geográficos			
Al Norte con Ilobasco y San Isidro (del departamento de Cabañas); al sur con San Lorenzo y Santo Domingo, al Oriente con San Esteban Catarina y al Poniente con San Rafael Cedros (del departamento de Cuscatlán).			
Clima			
Temperatura:	18º - 33ºC	**Precipitación fluvial:**	1800-2000 mm
Población	**Densidad demográfica**	**Distancia desde San Salvador**	**Distancia desde San Vicente**
15,540 Hab.	251.01 Hab./ Km²	50 Km	22 Km
División política		**Circuitos turísticos a los que pertenece**	
9 Cantones, 41 caseríos y 4 Barrios.		Tierra de colores y sabores artesanales.	
Orígenes y etimología			
El arzobispo don Pedro Cortés y Larraz en 1770, dice que en el curato de San Vicente, además de la villa de este nombre y de los pueblos de Ixtepeque y Apastepeque, existían dos valles: el de los Indios, difícil de identificar, y el de San Sebastián. En 1807, según el corregidor intendente don Antonio Gutiérrez y Ulloa, San Sebastián era "Pueblo numeroso de Ladinos con unos 2,300 individuos de todas edades y sexos, los más de los vecinos dedicados al cultivo de granos y muy pocos a la cosecha del añil".			
Costumbres y folklore			
San Sebastián, es un pueblo pintoresco caracterizado por la elaboración de textiles como hamacas, manteles, colchas y cubrecamas. Celebra sus fiestas patronales del 18 al 28 de Enero, en honor a San Sebastián.			
Atractivos turísticos del municipio			
Rio El Machacal			
Productos identitarios			
Artesanías en Textiles			

INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE SAN SEBASTIÁN

San Sebastián es uno de los 13 municipios del departamento de San Vicente, se encuentra ubicado a 50 km. de San Salvador y está limitado por los siguientes municipios al Norte con Ilobasco y San Isidro (del departamento de Cabañas); al sur con San Lorenzo y Santo Domingo, al Oriente con San Esteban Catarina y al Poniente con San Rafael Cedros.

San Sebastián posee una población de 15,540 habitantes, se encuentra a una altitud de 664 metros sobre el nivel del mar, su clima es cálido y pertenece al tipo de tierra caliente. Tiene una extensión de 61.83 km^2, el área urbana es de 1.79 km2 y se divide en los barrios El Tránsito, Guadalupe, San José y San Antonio; su zona rural es de 60.04 km^2.

Es un pueblo pintoresco caracterizado por la elaboración de textiles como hamacas, manteles, colchas y cubrecamas. Las festividades en este municipio de El Salvador se celebran del 18 al 28 de enero en honor a su patrono, San Sebastián mártir.

Lo interesante de los telares es la gama de diseños que los pobladores han creado para sus finos productos. El tamaño de los telares puede variar, desde muy pequeños (como una bolsa de mano) hasta muy grandes (como para obtener un enorme cubrecama). San Sebastián está colmado de tiendas en las que se venden los rollos de estas bellísimas telas.

Ilustración 22: Telares de San Sebastián en el departamento de San Vicente.

Fuente: Imagen Tomada en visita de campo por Equipo de Trabajo de Grado

División Política territorial del municipio

Cuenta con los siguientes cantones y caseríos[95]:

- **San José La Labor:** al rumbo oeste a 8 Km del municipio, cuenta con los caseríos El Centro, Los Rivera, El Cerro Los Molina, La Chácara y María Auxiliadora.
- **El Porvenir Aguacayo:** a 5 Km al oeste, cuenta con los caseríos El Porvenir, Aguacayo y Los Domínguez y al sur con el caserío Buena Vista.
- **Los Laureles:** a 6 Km al noroeste de la ciudad, con los caseríos Los Laureles, El Valle, Los Aguilar y los Molina.
- **Santa Teresa:** a 4 Km al norte de la ciudad, con los caseríos Santa Teresa, El Tablón, Mula Vieja, Los Palacios, La Loma y Los Argueta.
- **San Francisco:** a 9 Km al norte y sus caseríos San Francisco y La Cebadilla.
- **El Paraíso:** a 4 Km al este de la ciudad con los caseríos, El Centro, Los Hernández, Los Palacios, Los Meléndez y La Cotorra.
- **Las Rosas:** a 8 Km al noroeste de la ciudad con los caseríos El Tablón, La Joya y el Rincón.
- **Santa Elena:** a 9 Km al este de San Sebastián, cuenta con los caseríos Santa Elena y el Desmonton.
- **La Esperanza:** a 11 Km al este de la ciudad, cuenta con los caseríos El Centro, Las Vueltas y El Canelo.

[95] Plan de emergencia sanitario local unidad de salud San Sebastián.

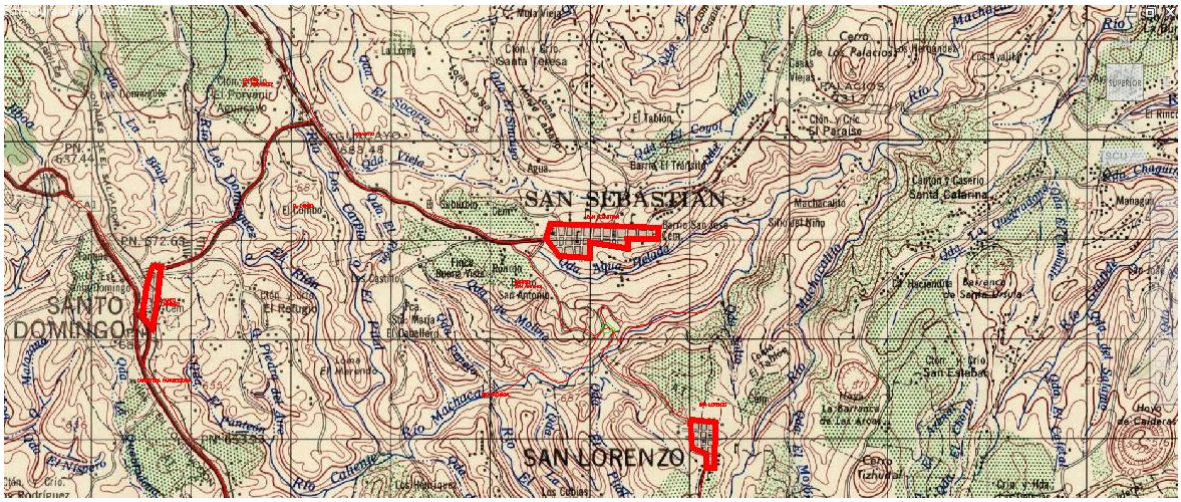


Ilustración 23. Mapa del municipio de San Sebastián con sus límites.

Fuente: Ministerio de Obras públicas.

AMBIENTE SOCIAL

SERVICIOS BÁSICOS

Educación

El municipio de San Sebastián cuenta con 19 Centros Educativos, cinco en el área urbana y catorce en el área rural del municipio:

Escuela	Ubicación	Capacidad (Alumnos)
Kínder nacional 75	Calle Arrieta Gallegos, Bo. San Antonio	75
C. E. Sta. Familia	Calle Arrieta gallegos, Bo. Guadalupe	170
C. E Federico González	Final Av. 14 de julio, Bo. Guadalupe	604
C. E San Sebastián 2	Final Av. 14 de julio, Bo. Guadalupe	277
Inst. Nac. San Sebastián	final 8 Av. Norte, Bo El Transito	277
C. E. La Labor	Caserío El Centro, Cantón La Labor	130
C. E. Ma. Auxiliadora	Cantón La Labor	15
C. E. Los Rivera	Caserío Los Rivera, Cantón La Labor	10

C. E. Los Laureles	Caserío El Valle, Cantón Los Laureles	40
C. E. Aguacayo	Caserío El Centro, Cantón Aguacayo	50
C. E. los Domínguez	Caserío Los Domínguez, Cantón Aguacayo	20
C. E. Sn. Francisco	Caserío el centro, Cantón San Francisco	30
C. E. La cebadilla	Caserío La Cebadilla, Cantón San Francisco	15
C. E. Santa Teresa	Caserío El Centro, Cantón Santa Teresa	50
C. E. El paraíso	Caserío El Centro, Cantón Santa Teresa	40
C. E. Santa Elena	Cantón Santa Elena	30
C. E. El Tablón	Caserío el Tablón, Cantón Las Rosas	50
C. E. El Rincón	Caserío el rincón, Cantón Las Rosas	10
C. E. La Esperanza Caserío El Centro	Caserío El Centro, Cantón La Esperanza	40

Tabla 95. Centros Educativos del Municipio de San Sebastián.

Fuente: Elaboración Propia.

A continuación, se muestran los Índices de educación más relevantes:

Tasa de alfabetismo	**Asistencia escolar**	**Educación superior (Núm. De personas)**		**Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)**	
		Técnico Universitario	**Superior universitario**	**Ingles**	**Otros**
86.1%	92%	118	474	124	5

Tabla 96. Principales Indicadores de Educación de San Sebastián.

Fuente: VI Censo de Población y V Vivienda 2007. Tomo IV Población, Volumen II-Municipios: Características educativas y económicas.

Salud

El municipio de San Sebastián cuenta con una unidad de Salud en el casco Urbano, y está equipada con una Ambulancia.

Principales causas de Morbilidad

Se presentan las principales causas de Morbilidad de acuerdo al Reporte Epidemiológico del municipio[96]:

Causa de Morbilidad	Nº de Personas
IRA (Infecciones Respiratorias Agudas)	4,399
Infección Intestinal	416
Amibiasis	342
Conjuntivitis Bacteriana	240
Teniasis	105
Mordido por animal Transmisor de Rabia	104
Lumbalgia	100
Giardiasis	99
Trastorno de Ansiedad	65
Neumonías	46

Tabla 97. Principales causas de Morbilidad en San Sebastián.

Fuente: Plan de emergencia sanitario local unidad de salud San Sebastián

Seguridad

El municipio de San Sebastián cuenta con un puesto de Policía Nacional Civil, que es la encargada de brindar seguridad a los habitantes del municipio, ubicada en el casco urbano del municipio.

INFRA ESTRUCTURA

Como todo municipio en su afán de mejorar este presenta cierta calidad en infraestructura y sobre los servicios que ofrece tanto para los turistas como para su población. Es por ello que se presenta

[96] Plan de emergencia sanitario local unidad de salud San Sebastián.

a continuación las condiciones que posee el municipio con respecto a su infraestructura así como los servicios que ofrece:

Servicio	Distribución
Telefonía fija	Más de 75%
Telefonía celular	Más de 75%
Internet	Más de 50%
Energía Eléctrica	89.8%
Agua potable	58.5%
Alcantarillado	---
Recolección de basura	100% área urbana

Tabla 98. Cobertura de Servicios básicos de San Sebastián.

Fuente: VI Censo de población y V de Vivienda 2007.

Infraestructura Vial

La ciudad de San Sebastián, cuenta con accesos por la carretera panamericana, ya que cuenta con carretera pavimentada desde la capital con una distancia de 50 km y el cual cuenta con tres vías de acceso la principal por el desvió de San Sebastián, pasando Santo Domingo. la primera vía de acceso en la ciudad de San Rafael Cedros a la altura de la minuta, desviándose por el cantón San José la Labor, calle rural encementada, luego hasta el desvió del nance. La tercera vía es a la altura del km 51 entrando por Ánimas para llegar a la ciudad de San Lorenzo, con calle pavimentada hasta la ciudad de San Lorenzo y posteriormente calle polvosa pasando por el río Machacal hasta llegar a la entrada de la ciudad de San Sebastián en la cruz del Padre.

AMBIENTE ECONÓMICO

Dentro de las actividades económicas primarias, la mayoría de la población es eminentemente agrícola sobre todo en el cultivo de granos básicos, tales como: Cultivo de maíz y frijol, asi como también el municipio es conocido por la elaboración de diferentes artesanías en Textiles.

PEA	Actividad Económica
38.39%	Agrícola, Artesanías en Textiles

Tabla 99. PEA y Actividad Económica principal de San Sebastián.

Fuente: Elaboración Propia.

Productos identitarios	
Producto	**Cantidad de productores**
Artesanías en Textiles	8 Talleres Artesanales

Tabla 100. Principales productos identitarios de San Sebastián.

Fuente: Elaboración Propia.

Actividades Agrícolas

Una de las principales actividades económicas del municipio es la agricultura, a continuación se detalla el número de productores y las actividades productivas más importantes:

Número de productores	1,625
Granos básicos	2,961 Mz
Hortalizas	9.84 Mz
Caña de Azúcar	146 Mz
Frutales	2.44 Mz
Café	18.1 Mz

Tabla 101. Principales actividades agrícolas del municipio de San Sebastian.

Fuente: IV Censo Agropecuario, El Salvador (2007-2008).

AMBIENTE ECOLÓGICO

Flora

La flora[97] del municipio de San Sebastián cuenta con especies de árboles entre los que resaltan Almendros de rio, Aceitunos, Madre cacao, Pepeto, Tamarindo, Carao, Chaperno, Paraíso, Conacaste, Pino, Nance, Guayaba, Maquilishuat, San Andrés, Laurel, Zapote, Capulín, Matasano, Mango, Marañón, Jocote, Copinol, Zungano, Mamey, entre otros.

Fauna

La fauna[98] del municipio está compuesta en su mayoría por: Conejo de monte, Ardilla Parda, Cusuco, Gato Zonto, Rata casera, Mucielago de las frutas, Tacuazín Blanco, Zorillo mofeta, Taltuza. En cuanto a los anfibios y reptiles: Garrobo, Sapo abonero, Rana, Zumbadora, Charchón, Tamagás, Lagartija Escamosa, Masacuate. Las aves que destacan en el municipio son: Paloma ala blanca, paloma morada, Urraca, Tucán, Torogoz, Gorrión doméstico, Zanate mayor, pijuyo, Gavilan rastrero, Pericón, entre otros.

Cuencas hidrográficas

El municipio de San Sebastián cuenta con varios ríos[99], los cuales son:

- Titihuapa
- El Machacal
- El Rión, Los Carpio
- El Guancil

Siendo el más cercano a la ciudad, el río Machacal. Además cuenta con las quebradas:

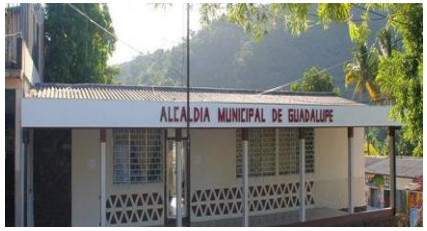
- El Fierro Seco
- El Chorro
- Quebrada Vieja
- Las Gallinas
- La Ceiba
- El Jutal.

[97] Diagnóstico ambiental participativo de San Vicente.

[98] Diagnóstico ambiental participativo de San Vicente.

[99] Plan de emergencia sanitario local unidad de salud San Sebastián.

4.6.9. MUNICIPIO DE GUADALUPE



MUNICIPIO DE GUADALUPE			
Fundación del municipio	**Extensión del municipio**	**Elevación**	**Accesibilidad**
21 de febrero de 1837.	21,51 km²	735 msnm	El municipio se une por carretera con las poblaciones de Verapaz (9 km), Teptitán, San Vicente y San Cayetano Istepeque; a los cantones y caseríos se une por caminos vecinales.
Límites geográficos			
Esta limitado por los siguientes municipios: al norte, por Verapaz; al este por Guadalupe; al sur por Zacatecoluca y San Juan Nonualco (del departamento de la Paz) y al oeste, por Santa María Ostuma y San Pedro Nonualco del departamento de la Paz)			
Clima			
Temperatura:	23º - 25.2ºC	**Precipitación fluvial:**	2200 mm -2400 mm
Población	**Densidad demográfica**	**Distancia desde San Salvador**	**Distancia desde San Vicente**
5886 Hab.	273.64 Hab./ Km²	61.6 Km	14.8 Km
División política		**Circuitos turísticos a los que pertenece**	
4 Cantones, 9 caseríos.		180 grados del Chinchontepec	
Orígenes y etimología			
El 10 de mayo de 1920, Guadalupe obtuvo el título de ciudad en virtud de su importancia agrícola y comercial, su densidad de población y por llenar los demás requisitos que exige la Ley del Ramo Municipal.			
Costumbres y folklore			
Las fiestas patronales de Guadalupe se celebran el 12 de diciembre, en honor a la Virgen de Guadalupe.			
Atractivos turísticos del municipio			
Volcán Chinchontepec, Infiernillos, Fincas de Café, Parque Acuático de Guadalupe. Murales del casco urbano, Petrograbados. Polideportivo.			
Productos identitarios			
Café, Miel de abeja, Mascarilla natural de azufre, Comales tradicionales.			

INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO

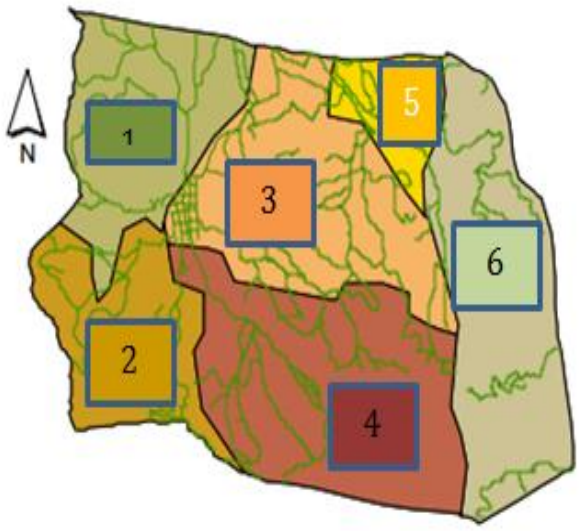


Ilustración 24: Mapa del municipio de Guadalupe.

Fuente: Alcaldía Municipal de Guadalupe.

1: San Benito

2: San José Carbonera

3: San Emigdio

4: Joya de Munguía

5: San Antonio Los Ranchos

6: San Francisco Agua Agria

AMBIENTE SOCIAL

SERVICIOS BÁSICOS

Agua potable	Tren de aseo	Energía Eléctrica
89.4%	**23.09%**	**85.0%**

Tabla 102: Servicios básicos de Guadalupe

Fuente: Elaboración propia

El municipio cuenta con servicios de: telecomunicaciones, correo, alumbrado eléctrico, un instituto nacional mixto de educación media, una escuela urbana mixta, tres escuelas rurales mixtas, Iglesia, Juzgado de Paz, Comandancia Local (Policía Nacional Civil), una unidad de salud, abastecimiento de agua potable en el área urbana.

EDUCACIÓN

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
85.8%	86.7%	20	110	32	1

Tabla 103: Educación, Municipio de Guadalupe.

Fuente: elaboración propia

SALUD

El municipio de Guadalupe cuenta con una Unidad de Salud, ubicada en la cabecera municipal, tiene una cobertura de habitantes, correspondientes a 4,778 pobladores del área urbana y 3,402 habitantes de 10 caseríos del área rural. La unidad también presta el servicio de forma indirecta al resto de caseríos. El personal médico de la unidad de salud lo componen 1 médico, 1 estudiante de medicina, 8 promotores de salud, 1 inspector de saneamiento ambiental, 1 odontólogo, 1 despachador de farmacia, 1 auxiliar administrativo, 1 enfermera graduada, 1 auxiliar de enfermería, 1 enfermera de unidad móvil, 1 motorista, 1 ordenanza, 1 responsable de laboratorio clínico.

INFRA ESTRUCTURA

El municipio se une por carretera con las poblaciones de Verapaz, Teptitán, San Vicente y San Cayetano Istepeque; a los cantones y caseríos se une por caminos vecinales.

El sistema vial del municipio está constituido por 38 kms. de caminos, en su mayoría carretera pavimentada la cual comunica con Verapaz y , el 24% constituyen la red primaria, el 37%(14 kms) la red secundaria y el 39 % (15 kms) la terciaria.

Red Primaria: La constituye la carretera que conduce al municipio de Verapaz y, comprendiendo un tramo aproximado de 9 Km., Esta carretera ha sido recarpeteada y fue construida en 1999.

La carretera es de gran utilidad para el municipio de GUADALUPE, al facilitar la comunicación con la cabecera departamental y otros municipios como Santa Maria Ostuma y San Pedro Nonualco ambos del departamento de La Paz; Es transitable en invierno y verano.

Red Secundaria: Está compuesta por las caminos mejorados que permiten la comunicación con las comunidades rurales, representan el 37 % de la red vial del municipio.

Red Terciaria: La red terciaria está compuesta por 15 kms. de caminos vecinales que sólo son transitables durante el verano y conectan a las comunidades rurales con la red secundaria y primaria. Existen cuatro puentes que permiten la comunicación de los municipios de Verapaz y Santa Maria Ostuma.

Red Urbana: La cabecera municipal tiene una red de aproximadamente 7 cuadras. La calle principal la constituye 6 cuadras concreteadas que atraviesan a la ciudad de norte a sur, se han adoquinado 3 cuadras y en otras se ha realizado encunetado , significando una cobertura de 60 % de las calles. Siendo las principales avenidas Timoteo lievano y Salvador Platero. Además cuentan con servicio de tren de aseo. Por su ubicación geográfica y las vías de acceso, cuentan con servicio de transporte público de buses es cual es fluido permitiendo la comunicación y actividades de intercambio, con cantones, caseríos y otros municipios.

AMBIENTE ECONÓMICO

PEA	Actividad Económica	Productos identitarios	
		Producto	**Cantidad de productores**
27.78%	Agropecuaria	Café	1
	Comercio	Productos derivados de la caña de azucar	5
		Miel de abeja	2

Tabla 104: Económico, municipio de Guadalupe.

Fuente: elaboración propia

La principal actividad económica del municipio es esencialmente agrícola, con claro predominio del cultivo son granos básicos, maíz, fríjol, maicillo, caña de azúcar que es el cultivo de mayor importancia y hortalizas. En el rubro pecuario hay crianza de ganado, bovino, porcino, equino y aves de corral, con una importante orientación al autoconsumo y a un mediano desarrollo de la agroindustria. Existen además actividades que provienen de la industria y el comercio, entre las cuales se desarrolla el procesamiento de la caña de azúcar a través de diversas moliendas distribuidas en el municipio; dentro del comercio local existen tiendas, almacenes, agro servicios, bazares, cafetines, pupuserías, comedores, y otros pequeños negocios. Realizando la comercialización en las cabeceras municipales de San Vicente, Jerusalén, y Verapaz.

AMBIENTE ECOLÓGICO

Recursos hídricos:

El municipio de Guadalupe no cuenta con ninguna corriente de agua permanente (río) el drenaje es limitado a la época de lluvia por medio de quebradas de invierno, entre las cuales las principales son; Quebrada Seca, Piedra Pacha, El Manguito, El Callejón, El Amate Blanco, El Derrumbo, La Quebradona, El Ujushte, De Paniagua y la quebrada del Muerto. La longitud del sistema de drenaje es de 64.2 Kilometros.

Recursos geológicos:

En el municipio de Guadalupe se encuentran diferenciadas dos formaciones geológicas; la más reciente la Formación San Salvador compuesta por Efusivas andesiticas y basálticas e intercalaciones de piroclastitas (63.0%) las cuales corresponden a los productos volcánicos del Chinchotepec, en las faldas del volcán se encuentran productos piroclasticos (15.8%) al suroeste del municipio se encuentra la Formación El Balsamo (9.2%) y (2.4%) la mas antigua en la zona la cual esta compuesta por pirocalstitas, epiclastitas y corrientes de lavas intercaladas y al norteoeste se ubica la formación Cuscatlán compuesta por pirocalstitas acidas y epiclastitas y tobas (9.6%).

Vulnerabilidad:

El Municipio de Guadalupe es vulnerable frente a flujos de escombros o flujos de lava en el peor de los casos en especial los habitantes del sector de Santa Rosa.

4.6.10. MUNICIPIO DE VERAPAZ

<table>
<tr><th colspan="5">MUNICIPIO VERAPAZ</th></tr>
<tr><td rowspan="11">

</td><td>Fundación del municipio</td><td>Extensión del municipio</td><td>Elevación</td><td>Accesibilidad</td></tr>
<tr><td>18 de febrero de 1841</td><td>24.31 km²</td><td>610 msnm</td><td>Limita al norte con Santo Domingo y San Cristóbal (departamento de Cuscatlán); al oeste con Jerusalén y San Cristóbal; al sur con Guadalupe y al este con Tepetitán.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Límites geográficos</td></tr>
<tr><td colspan="4">Esta ciudad limita al Norte con el municipio de Santo Domingo y San Cristóbal (Dpto. Cuscatlán); al Oeste con el municipio de Jerusalén (Dpto. La Paz) y Santa María Ostuma (Dpto. La Paz); al Sur con el municipio de Guadalupe, al Este con el municipio de Tepetitán.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Clima</td></tr>
<tr><td>Temperatura:</td><td>20º - 30.6ºC</td><td>Precipitación fluvial:</td><td>1120 mm -1800 mm</td></tr>
<tr><td>Población</td><td>Densidad demográfica</td><td>Distancia desde San Salvador</td><td>Distancia desde San Vicente</td></tr>
<tr><td>6.257 Hab.</td><td>257.38Hab./ Km^2</td><td>85 Km</td><td>11.2 Km</td></tr>
<tr><td colspan="2">División política</td><td colspan="2">Circuitos turísticos a los que pertenece</td></tr>
<tr><td colspan="2">8 Cantones, 11 caseríos.</td><td colspan="2">180 grados del Chinchontepec</td></tr>
<tr><td colspan="4">Orígenes y etimología</td></tr>
<tr><td colspan="4">El topónimio antiguo de Verapaz fue Akiski que significa El carrete. Verapaz fue fundada en las postrimerías de la República Federal de Centro América, siendo erigido como pueblo del distrito y departamento de San Vicente en el año 1838. Obtuvo el título de villa en 1872</td></tr>
<tr><td colspan="4">Costumbres y folklore</td></tr>
<tr><td colspan="4">Las fiestas patronales de Verapaz se celebran del 15 al 20 de marzo en honor a San José.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Atractivos turísticos del municipio</td></tr>
<tr><td colspan="4">Algunos lugares recomendados a visitar en este municipio son los ríos Verapaz, San Antonio y Borbollón, un sitio arqueológico y la Ruta de las Moliendas.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Productos identitarios</td></tr>
<tr><td colspan="4">Productos derivados de la caña de azucar</td></tr>
</table>

Ilustración 25: División política del municipio de Verapaz.
Fuente: alcaldía de Verapaz

Para su administración, el municipio se divide en 8 cantones y el Casco Urbano, los que se presentan a continuación con sus respectivos caseríos, barrios y colonias:

Casco urbano	Cantones	Caseríos	Cantones	Caseríos
Barrios **Las mercedes** **El rosario** **El Calvario** **San Miguelito**	El Carmen	El Carmen	San Jeronimo limón	San Jerónimo Limón El espino San Luis
Colonias	Molineros	Molineros	San Jose Borja	San Jose Borja
Santo domingo de guzman	San Antonio Jiboa	San Antonio Jiboa	San juan buena vista	San juan buena vista
Salamanca	San isidro	San isidro	San pedro agua caliente	San pedro agua caliente

Tabla 105: División política del municipio de Verapaz.
Fuente: elaboración propia.

SERVICIOS BÁSICOS

Agua potable	Tren de aseo	Energía Eléctrica
88.3%	24.8%	86.2%

Tabla 106: Servicios básicos del municipio de Verapaz.

Fuente: elaboración propia.

El municipio cuenta con servicios de: telecomunicaciones, correo, alumbrado eléctrico, instituto nacional mixto de educación media, una escuela urbana mixta, doce escuelas rurales mixtas, Iglesia, Juzgado de Paz, Comandancia Local (Policía Nacional Civil), una unidad de salud, abastecimiento de agua potable en el área urbana.

EDUCACIÓN

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
83.3%	90.6%	58	108	27	1

Tabla 107: educación de Verapaz.

Fuente: elaboración propia.

La delegación del Ministerio de Educación (MINED) del municipio cuenta con 12 centros escolares en el sector rural, dedicados a la enseñanza a nivel primario, secundario y preescolar.

SALUD

El municipio, cuenta con una Unidad de Salud, ubicada en la cabecera municipal, tiene una cobertura de 7,099 habitantes, correspondientes a 4,146 pobladores del área urbana y 2,953 habitantes de 7 caseríos del área rural. La unidad también presta el servicio de forma indirecta al

resto de caseríos. El personal médico de la unidad de salud lo componen 1 médico, 1 estudiante de medicina, 8 promotores de salud, 1 inspector de saneamiento ambiental, 1 odontólogo, 1 despachador de farmacia, 1 auxiliar administrativo, 1 enfermera graduada, 1 auxiliar de enfermería, 1 enfermera de unidad móvil, 1 motorista, 1 ordenanza, 1 responsable de laboratorio clínico.

SUBSISTEMA ECONÓMICO

PEA	Actividad Económica	Productos identitarios	
		Producto	Cantidad de productores
25.94	Agricultura	Productos derivados de la caña de azúcar	16

Tabla 108: Economía de Verapaz.

Fuente: elaboración propia.

Actividad económica

Verapaz es una población de agricultores, los productos de mayor cultivo son granos básicos, caña de azúcar (que es el cultivo de mayor importancia), hortalizas y frutas. Hay crianza de ganado vacuno, porcino, caballar, mular y aves de corral.

Existen actividades provenientes de la industria y el comercio, entre las actividades industriales que desarrollan están el procesamiento de la caña de azúcar a través de diversas moliendas que se encuentran distribuidas en todo el municipio, en el comercio local existen tiendas, cafetines, comedores, bazares, pupuserías y otros. Su comercialización la realizan en las cabeceras municipales de San Vicente, Guadalupe, Jerusalén, y Tepetitán.

Las fuentes de empleo en la zona rural son la agricultura y las actividades industriales específicamente la relacionada con el procesamiento de la caña de azúcar, que es la principal actividad que se desarrolla en la zona. En el casco urbano la principal actividad de la economía es el comercio, tanto formal como informal. Los ingresos promedio familiar mensual, calculados para

el área rural son de $223.88 y en el área urbana es de $506.741, montos estimados antes de los terremotos.

Muchas de las familias del municipio se dedican a otras actividades que son desarrolladas fuera del municipio, desplazándose a municipios cercanos y a San Salvador para poderlos desarrollar.

AMBIENTE ECOLÓGICO

FLORA Y FAUNA

El municipio de Verapaz cuenta con una variedad de especies animales y especies vegetales, y que debido al crecimiento poblacional, tala de bosques, u otras, muchas de las especies se encuentran amenazadas de peligro de extinción y otras que ya se encuentran extintas, tanto especies vegetales como animales.

Las especies existentes en la zona con relación a la vegetación es muy amplia y muchas de estas son utilizadas en el consumo ya sea como fruta o como alimento de subsistencia como es el caso de la flor de izote, el pito, lorocos, café entre otros, además de ser utilizadas como barreras vivas, medicinales, de uso cotidiano como la leña y para elaborar mangos para las herramientas de cultivo y más. Cabe mencionar que algunas de estas especies vegetales se encuentran en extinción en la zona debido a la deforestación y uso indiscriminado.

Las especies de reptiles y anfibios son de las más abundantes y de rápida reproducción en la zona, siendo la predominante los sapos y ranas debido a la acumulación de agua en quebradas y desagües.

VULNERABILIDAD

Entre los riesgos y peligros predominantes en el municipio identificados por la CM son los siguientes:

- Riesgo de deslaves en el Cantón San Juan Buena Vista por la carretera panorámica y en el centro de la comunidad.
- Vulnerabilidad de las viviendas del Cantón Jiboa en el centro de la comunidad.
- Deslaves del volcán ocasionadas por las grietas que quedaron de los terremotos.

- Parcelas agrietadas que siguen siendo habitadas en muchas de las zonas.
- Carreteras agrietadas en: cantón San Isidro, de Verapaz a Jerusalén, El Carmen, Jiboa, San Juan Buena Vista, de San Juan a San Ramón.

4.6.11. MUNICIPIO DE SANTA CLARA

MUNICIPIO SANTA CLARA			
Fundación del municipio	**Extensión del municipio**	**Elevación**	**Accesibilidad**
23 de septiembre de 1842	124.46 km²	525 msnm	Por la Carretera Panamericana, pasar unos 5 minutos adelante del desvío hacia la Ciudad de San Vicente y a la izquierda encontrará la carretera hacia la zona urbana.
Límites geográficos			
Santa Clara limita al norte con los municipios de San Isidro, Sensuntepeque y Villa Dolores del Departamento de Cabañas; al noreste limita con el municipio de San Idelfonso; al sureste con el municipio de Apastepeque y al oeste con en municipio de San Esteban Catarina, estos últimos tres del Departamento de San Vicente.			
Clima			
Temperatura:	36º - 39ºC	**Precipitación fluvial:**	1120 mm -1800 mm
Población	**Densidad demográfica**	**Distancia desde San Salvador**	**Distancia desde San Vicente**
5.349 Hab.	42.93 Hab./ Km²	65 Km	14.4 Km
División política		**Circuitos turísticos a los que pertenece**	
5 Barrios, 6 Cantones, 36 caseríos.		Circuito Tierra de Colores y Sabores Artesanales	
Orígenes y etimología			
El valle denominado El Amatillo, en jurisdicción del pueblo de San Esteban, reunía las condiciones de poseer en abundancia aguas saludables, un bello clima, ventajosa posición para el comercio, numerosa población y terrenos fértiles en sus inmediaciones para repastos de ganado y toda clase de labores. Los vecinos de este valle ocurrieron a los poderes públicos y manifestaron que, por la distancia que los separaba del pueblo de San Esteban, se encontraban en imposibilidad de prestar sus servicios municipales. Al mismo tiempo solicitaron la erección de un municipio con base en el valle de El Amatillo.			
Costumbres y folklore			
Sus fiestas patronales se celebran entre el 2 al 12 de agosto en honor a Santa Clarita de Asís.			
Atractivos turísticos del municipio			
Laguna de Apastepeque, Poza Agua Caliente, Poza de los Cubos, Poza de La Estaca, Cementerio Municipal			
Productos identitarios			
Quesadillas			

Ilustración 26: Localización del municipio de Santa clara.

Fuente: Alcaldía Municipal de Santa Clara

El municipio de Santa Clara en su área rural está dividida en 5 Barrios (El Centro, Los Ángeles, San Antonio, Concepción y Barrio Nuevo); en su zona rural se divide en 6 cantones y 36 caseríos, siendo ellos:

- **Agua Helada**: Agua Helada, Plan de Ramos, La Laguna y El Coyol
- **El Rosario:** El Rosario, San Diego, Llano Verde, La Guaza, El Perical, Peña Caida y Vado del Padre.
- **El Tortuguero**: El Tortuguero, El Salitre, El Trapecio, Los Iraheta, Los Ruiz, Catarinita y San Juan del Padre.
- **San Juan de Merino**: El tablón, Montano y Chimilile.
- **San Jerónimo:** San Jerónimo, Las Gradillas, El Junquillo, Santa Rosita, San José Palo Grande y Las Guayabillas.

- **Santa Rosa:** Santa Rosa, Nacaspilo, El Sombrerito, San Jorge, Las Guarumas, Aguajal, Pila de Caballo o Valle Nuevo y Cupido.

AMBIENTE SOCIAL

SERVICIOS BÁSICOS

Agua potable	Tren de aseo	Energía Eléctrica
53.2%	19.4%	79.2%

Tabla 109: Servicios básico de Santa Clara.

Fuente: Elaboración Propia

El municipio cuenta con servicios de: telecomunicaciones, correo, alumbrado eléctrico, un instituto nacional mixto de educación media, seis escuela mixtas, Iglesia, Juzgado de Paz, Comandancia Local (Policía Nacional Civil), una unidad de salud, abastecimiento de agua potable en el área urbana.

EDUCACIÓN

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
83.3%	90.6%	2	32	44	1

Tabla 110: educación municipio de Santa Clara. Elaboración propia.

Fuente: Elaboración Propia.

SALUD

La unidad también presta el servicio de forma indirecta al resto de caseríos. El personal médico de la unidad de salud lo componen 3 médicos, promotores de salud, inspector de saneamiento ambiental, 1 odontólogo, 1 despachador de farmacia, 1 auxiliar administrativo, 1 enfermera graduada, 3 enfermeras, 1 motorista, 1 ordenanza, 1 responsable de laboratorio clínico.

ECONÓMICO

PEA	Actividad Económica	Productos identitarios	
		Producto	Cantidad de productores
22.55	Agrícola	Quesadillas	5

Tabla 111: Economía Municipio de Santa Clara.

Fuente: elaboración propia**.**

Actividad económica: comercio variado y cultivos de granos básicos: arroz, frijol, maíz.

ECOLÓGICO

FLORA Y FAUNA

El municipio cuenta con una variedad de especies animales y especies vegetales. Las especies existentes en la zona con relación a la vegetación es muy amplia y muchas de estas son utilizadas en el consumo ya sea como fruta o como alimento de subsistencia como es el caso del maíz, el frijol.

Las especies de reptiles y anfibios son de las más abundantes y de rápida reproducción en la zona, siendo la predominante los sapos y ranas debido a la acumulación de agua en quebradas y desagües.

4.6.12. MUNICIPIO DE SAN LORENZO

<table>
<tr><th colspan="5">MUNICIPIO SAN LORENZO</th></tr>
<tr><td rowspan="13"> </td><td>Fundación del municipio</td><td>Extensión del municipio</td><td>Elevación</td><td>Accesibilidad</td></tr>
<tr><td>10 de febrero de 1873</td><td>18,7 km²</td><td>690 msnm</td><td>Para llegar a San Lorenzo debe viajar por la Carretera Panamericana, después del desvío hacia Santo Domingo, a pocos metros, a la izquierda, encuentra la carretera que lo conduce a dicha ciudad</td></tr>
<tr><td colspan="4">Límites geográficos</td></tr>
<tr><td colspan="4">San Lorenzo limita al Norte con el municipio de San Sebastián, al Oeste con el municipio de Santo Domingo; al Sur con el municipio de Tepetitán y San Cayetano Istepeque; al Este con el municipio de San Esteban Catarina.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Clima</td></tr>
<tr><td>Temperatura:</td><td>36º - 39ºC</td><td>Precipitación fluvial:</td><td>1120 mm -1800 mm</td></tr>
<tr><td>Población</td><td>Densidad demográfica</td><td>Distancia desde San Salvador</td><td>Distancia desde San Vicente</td></tr>
<tr><td>6,055 Hab.</td><td>323.79Hab./ Km²</td><td>63.7 Km</td><td>12.3 Km</td></tr>
<tr><td colspan="2">División política</td><td colspan="2">Circuitos turísticos a los que pertenece</td></tr>
<tr><td colspan="2">4 Cantones</td><td colspan="2">Circuito Tierra de Colores y Sabores Artesanales</td></tr>
<tr><td colspan="4">Orígenes y etimología</td></tr>
<tr><td colspan="4">En 1807, según el corregidor intendente don Antonio Gutiérrez y Ulloa, San Lorenzo era una de las haciendas situadas en el extenso partido de San Vicente y a la sazón propiedad de don José María Rodríguez. En esa hacienda se formó un caserío o valle que se erigió en pueblo, según versiones tradicionales, por el año de 1830. El nuevo municipio quedó incorporado desde su fundación en el departamento y distrito de San Vicente, y como cantón electoral de El Salvador figura en la Ley de 18 de febrero de 1841.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Costumbres y folklore</td></tr>
<tr><td colspan="4">Las fiestas patronales en esta ciudad son celebradas del 4 al 10 de agosto en honor a San Lorenzo Mártir</td></tr>
<tr><td colspan="4">Atractivos turísticos del municipio</td></tr>
<tr><td colspan="4">Rio El Machacal, Cerro El Brujo, Cerro Grande, Pozo el Salto</td></tr>
<tr><td colspan="4">Productos identitarios</td></tr>
<tr><td colspan="4">Artesanos en madera, productos derivados de la caña de azucar, champoo, vinos,</td></tr>
</table>

INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO

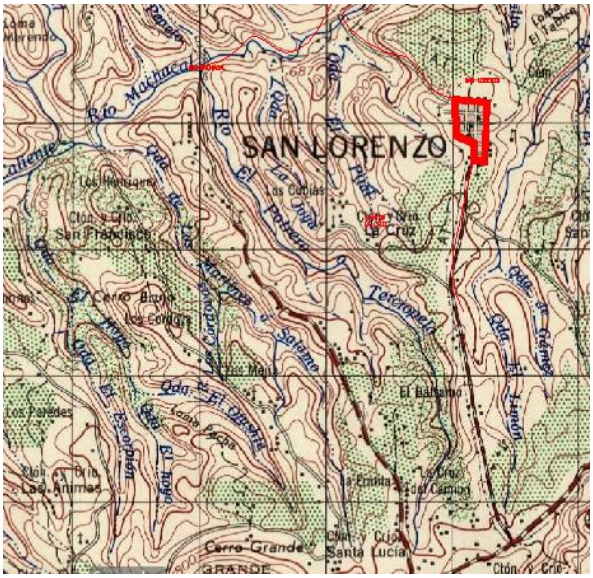


Ilustración 27: División política de San Lorenzo

Fuente: Mapa de Cuadrantes por departamento, CNR

- El municipio de San Lorenzo se divide en 4 cantones y sus caseríos, siendo ellos:
- Cantón La Cruz: La Cruz de Caminos, los Cabías y Machacal.
- Cantón San Francisco: Los Cordovas, Los Martines, Los Lejía, Los Montano, San Francisquito.
- Cantón Santa Lucia: Santa Lucia, Centro, El Rincón del Sapo.
- Cantón las Animas: Los Chirinos, Los Hernández

AMBIENTE SOCIAL

SERVICIOS BÁSICOS

Agua potable	Tren de aseo	Energía Eléctrica
53.2%	17.8%	79.2%

Tabla 112: Servicios básicos de San Lorenzo.

Fuente: elaboración propia

El municipio cuenta con servicios de: telecomunicaciones, alumbrado eléctrico, un instituto nacional mixto de educación media, doce escuela urbana mixta, Iglesia, Juzgado de Paz,

Comandancia Local (Policía Nacional Civil), una unidad de salud, abastecimiento de agua potable en el área urbana.

EDUCACIÓN

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
83.3%	90.6%	31	41	19	4

Tabla 113: Educación municipio de San Lorenzo.

Fuente: elaboración propia.

SALUD

La unidad también presta el servicio de forma indirecta al resto de caseríos. El personal médico de la unidad de salud lo componen 4 médicos, 8 promotores de salud, 1 inspector de saneamiento ambiental, 1 odontólogo, 1 despachador de farmacia, 1 auxiliar administrativo, 4 enfermeras, 1 motorista, 1 ordenanza, 1 responsable de laboratorio clínico.

ECONÓMICO

PEA	Actividad Económica	Productos identitarios	
		Producto	Cantidad de productores
29.81%	Agropecuario	Artesanía en madera	1

Tabla 114: Economía municipio de San Lorenzo.

Fuente: Elaboración Propia.

Actividad económica:

Sus habitantes que se dedican a la agricultura, los productos de mayor cultivo son los granos básicos y frutas. Hay crianza de ganado vacuno, caballos, mulas y aves de corral. Existen además actividades provenientes de la industria y el comercio, entre las actividades industriales que se desarrollan esta la elaboración de tejados manuales y el procesamiento de la caña de azúcar. En el

comercio existen también, bazares, pupuserías, comedores y molinos. El comercio se realiza en las cabeceras departamentales de San Cayetano Istepeque, San Esteban Catarina, Apastepeque y Cojutepeque.

AMBIENTE ECOLÓGICO

FLORA Y FAUNA

En el municipio de San Lorenzo ha habido una recuperación relativa de la flora y fauna del sector ha crecido un bosque con un predominio de especies de árbol como tihuilote, mango llano, izcanal y caulote. También existen áreas extensivas de pastos naturales y matorrales. Si bien es cierto que existen animales como el venado, la recuperación de la vida silvestre se nota más en las especies menores como iguanas, tacuazines, cuzucos, etc.

4.6.13. MUNICIPIO DE TEPETITÁN

<table>
<tr><th colspan="5">MUNICIPIO TEPETITAN</th></tr>
<tr><td rowspan="15"> </td><td>Fundación del municipio</td><td colspan="2">Extensión del municipio</td><td>Elevación</td><td>Accesibilidad</td></tr>
<tr><td>5 de noviembre de 1694</td><td colspan="2">15.39 Km</td><td>590msnm</td><td>Por Carretera panamericana desde kilómetro 51 toma carretera hacia Verapaz y desde Verapaz toma desvió hacia Tepetitan</td></tr>
<tr><td colspan="5">Límites geográficos</td></tr>
<tr><td colspan="5">se encuentra ubicado al oeste del mismo, sus límites son: al Norte por los Municipios de San Lorenzo y Santo Domingo, al Sur por los Municipios de San Vicente y Guadalupe, al Este por el Municipio de San Cayetano Istepeque y al Oeste por los Municipios de Guadalupe y Verapaz</td></tr>
<tr><td colspan="5">Clima</td></tr>
<tr><td>Temperatura:</td><td colspan="2">36º - 39ºC</td><td>Precipitación fluvial:</td><td>1200 mm -1800 mm</td></tr>
<tr><td>Población</td><td colspan="2">Densidad demográfica</td><td>Distancia desde San Salvador</td><td>Distancia desde San Vicente</td></tr>
<tr><td>5.349 Hab.</td><td colspan="2">347.56 Hab./ Km^2</td><td>65 Km</td><td>14.4 Km</td></tr>
<tr><td colspan="3">División política</td><td colspan="2">Circuitos turísticos a los que pertenece</td></tr>
<tr><td colspan="3">2 Barrios, 3 Cantones</td><td colspan="2">Circuito 180 grados del Chinchontepec</td></tr>
<tr><td colspan="5">Orígenes y etimología</td></tr>
<tr><td colspan="5">Esta población fue fundada por indios yaquis o pipiles en la época precolombina. En idioma náhuat, Tepetitán significa "lugar entre cerros", pues proviene de tepet, cerro; ti, entre, y tan, sufijo locativo; y en efecto la primitiva población se hallaba situada entre el Chichontepec o volcán de San Vicente y el Cerro Grande o Hueytepec.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Costumbres y folklore</td></tr>
<tr><td colspan="5">Celebran sus Fiestas patronales del 14 al 15 de agosto, en honor de la Virgen del Tránsito</td></tr>
<tr><td colspan="5">Atractivos turísticos del municipio</td></tr>
<tr><td colspan="5">Rio Alcaguata, Cañon de Anastacio Aquino, Iglesia, Placela.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Productos identitarios</td></tr>
<tr><td colspan="5">Vino de arroz</td></tr>
</table>

INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO

El municipio se divide en los barrios El Centro, San Agustín y San José (Antiguo Tepetitán) y en la zona rural en los cantones Loma Alta, Concepción de Cañas y La Virgen.

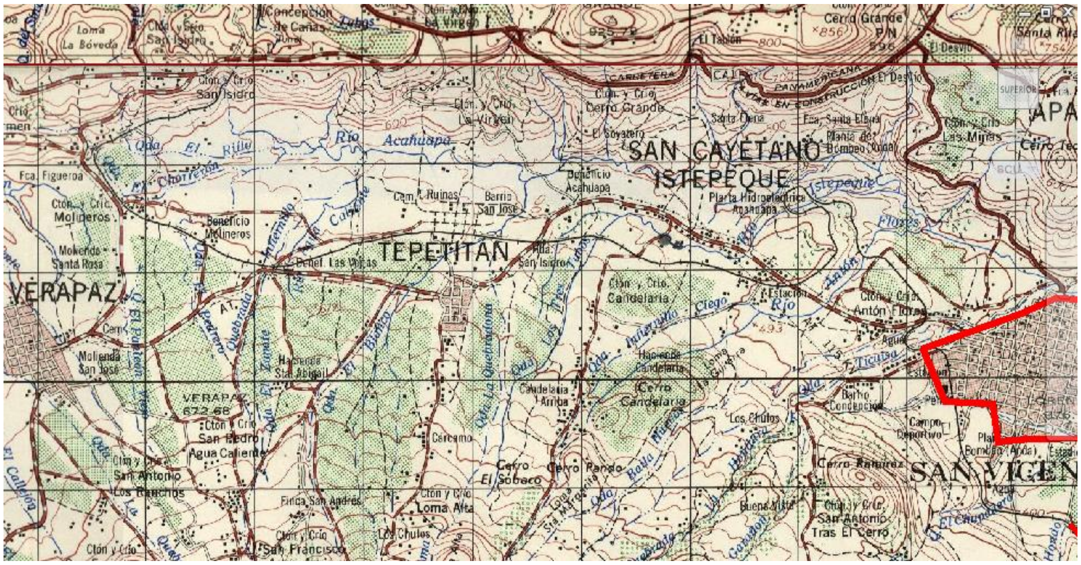


Ilustración 28: Municipio de Tepetitán.

Fuente: Mapa de Cuadrantes por departamento, CNR

AMBIENTE SOCIAL

SERVICIOS BÁSICOS

Agua potable	Tren de aseo	Energía Eléctrica
53.2%	14.8%	79.2%

Tabla 115: Servicios básicos municipio de Tepetitán.

Fuente: Elaboración propia.

El municipio cuenta con servicios de: telecomunicaciones, correo, alumbrado eléctrico, un instituto nacional mixto de educación media, una escuela urbana mixta, tres escuelas rurales mixtas, Iglesia, Juzgado de Paz, Comandancia Local (Policía Nacional Civil), una unidad de salud, abastecimiento de agua potable en el área urbana.

EDUCACIÓN

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
83.3%	90.6%	26	114	17	7

Tabla 116: Educacion, municipio de Tepetitan.

Fuente: Elaboracion propia

SALUD

La unidad también presta el servicio de forma indirecta al resto de caseríos. El personal médico de la unidad de salud lo componen 1 médico, 1 estudiante de medicina, 8 promotores de salud, 1 inspector de saneamiento ambiental, 1 odontólogo, 1 despachador de farmacia, 1 auxiliar administrativo, 1 enfermera graduada, 1 auxiliar de enfermería, 1 enfermera de unidad móvil, 1 motorista, 1 ordenanza, 1 responsable de laboratorio clínico.

ECONÓMICO

PEA	Actividad Económica	Productos identitarios	
		Producto	Cantidad de productores
20.11%	Gastronómica	Vino de arroz	1

Tabla 117: Economía municipio de Tepetitán.

Fuente: Elaboracion propia

Actividad económica:

Beneficio Las Vegas. Dos moliendas de caña, las cuales producen dulce de panela, batidos. Tiendas, Librerías, fabricación de flores. Las fuentes de empleo urbano: asalariados, profesores, enfermeras, empleados de alcaldías, empleados del juzgado, de la unidad de salud, de la policía

nacional. En la zona rural las fuentes de trabajo: agricultura, cortas de café, procesamiento de caña de azúcar. También se observan ventas de alimentos (comedores) y ventas ambulantes.

AMBIENTE ECOLÓGICO

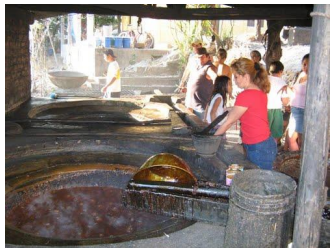
FLORA Y FAUNA

Predominantes en la actualidad se encuentran los cultivos de caña de azúcar, granos básicos, café, pastos, cereales, frutas y hortalizas; así mismo, la crianza de ganado vacuno, aves de corral, entre otros.

VULNERABILIDAD

El Beneficio de Acahuapa es fuente de contaminación al dejar ir el aguamiel en el río, ocasionando daño en la flora y fauna. Agreguemos a esto la pulpa de café, que si no es tratada a tiempo, es el medio adecuado para la proliferación de vectores como la mosca. en Cantón La Virgen, Caserío Los Montanos una zona propensa a derrumbes. En Loma Alta observamos un terreno irregular, más la deforestación de la que ha sido objeto.

4.6.14. MUNICIPIO DE JERUSALÉN



MUNICIPIO DE JERUSALEN			
Fundación del municipio	**Extensión del municipio**	**Elevación**	**Accesibilidad**
21 de febrero de 1892,	10.61 km²	560 msnm	Carreteras pavimentadas: desde CA-1W en el desvió a Verapaz Km 51, desde CA-1W desde desvió a Verapaz, pasando hasta Jerusalén siguiendo la calle principal.
Límites geográficos			
Limita al norte con San Ramón y San Cristóbal (departamento de Cuscatlán), al sur con Mercedes La Ceiba y Santa María Ostuma, al este con Verapaz (departamento de San Vicente), al oeste con Santa Cruz Analquito (departamento de Cuscatlán).			
Clima			
Temperatura:	22º - 26ºC	Precipitación fluvial:	1600 -2000 mm
Población	**Densidad demográfica**	**Distancia desde San Salvador**	**Distancia desde San Vicente**
2,875 hab.	270.97 Hab./ Km²	79 Km	15.2 Km por Verapaz 20.0 Km por la Carretera Panamericana
División política		**Circuitos turísticos a los que pertenece**	
5 Cantones y 6 caseríos		180° del Chinchontepec	
Orígenes y etimología			
Algunos afirman que procede de las palabras hebreas yeru, (casa) y shalem o shalom (paz), por lo que Jerusalén significaría literalmente «casa de la paz» Fue erigido pueblo por Decreto Legislativo del 7 de abril de 1892, tomando como base los cantones Estancuelas y Sisimiles que pertenecían al municipio de La Ceiba; quedó incorporado al distrito de Zacatecoluca, después fue anexado desde el 10 de abril de 1912.			
Costumbres y folklore			
Las fiestas patronales son celebradas de 25 de marzo en honor a Jesús del Triunfo.			
Atractivos turísticos del municipio			
Rio Jordán Cascada del Chorreron, Iglesia Parroquial, 10 Moliendas			
Productos identitarios			
Pintura en lienzo y en hojas, Pintura en manteles.			

Ilustración 29: escudo de alcaldía en Jerusalén.

Fuente: Facebook oficial de Alcaldía.

Ilustración 30: Mapa de límites geográficos del municipio.

Fuente: página oficial municipio Página oficial de la alcaldía: http://www.alcaldiajerusalen.epizy.com

Ilustración 31: Casco urbano municipio de Jerusalén.

Fuente, página oficial municipio.

Límites: Políticamente limita con los siguientes municipios

Norte: Puli y Quipile. Por el sur: Guataqui y Nariño

Oriente: Tocaima, Rafael Reyes (Apulo) y Anapoima

Occidente: Guataqui y Beltran

El municipio se encuentra conformado por 4 cantones, 2 barrios y 17 veredas

- **Cantones:** El Conacaste, El Espino, Los Romero, Veracruz.
- **Barrios:** La inmaculada y Centro.
- **Veredas**: Alto del Roble, Alto del Trigo, Andora, Anones, El bebedero, La Buitrera, El Cafetero, Cerro del Gusano, Cotoma, Gallinazo, El Hatillo, La Libertad, La Parada, San Jose, Santuario, E Tabaco y La Victoria.

SERVICIOS BÁSICOS

Agua potable	Tren de aseo	Energía Eléctrica
90.10%	**23.09%**	**78.00%**

Tabla 118: Servicios Básicos de Jerusalén.

Fuente: Elaboración Propia.

EDUCACIÓN

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
		Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
84.5%	88.4%	19	37	13	0

Tabla 119: Tasas de Educación de Jerusalén.

Fuente: Elaboración Propia.

El municipio de Jerusalén cuenta con 13 escuelas para la educación básica primaria, cuyas instalaciones se encuentran en buen estado. Además cuenta con 1 colegio Departamental donde se ofrece la educación secundaria donde los jóvenes que viven en zona rural son transportados por un servicio de ruta municipal.

SALUD

Jerusalén cuenta con un establecimiento de salud, o una unidad de salud, la que presta su servicios a lo población de lunes a viernes e horarios de 8:00 a.m. a 4:00 p.m., la ubicación esta al norte del casco urbano, de fácil acceso de cualquiera de sus cantones y caseríos, el terreno es bastante óptimo, amplio y cuenta con todos los servicios como agua potable, energía eléctrica y el trato de los desechos a través de fosa séptica. Se usa para para atender emergencias y estabilizar enfermos

para su posterior traslado a al hospital especializados de San Vicente, a 15Km, no se posee ambulancia.

SEGURIDAD

El municipio cuenta con niveles bajos de delincuencia que describen para 2015 solo un asesinato, un secuestro y un hurto como los únicos reportes delincuenciales de la zona.

SUBSISTEMA INFRAESTRUCTURA

No hay infra estructura de servicios financieros en el municipio por lo que se debe viajar hasta San Vicente para acceso a este servicio.

Uno de los edificios más antiguos de Jerusalén lo constituye la iglesia parroquial de dicha ciudad. Esta iglesia data de 1680, fue construida en su sitio actual otorgándosele el nombre de Iglesia de sagrado corazón de Jesús. El terremoto del 19 de marzo de 1873 destruyó casi completamente el templo, luego el terreno de 2001 la derriba en su totalidad, actualmente solo ha quedado recuerdo y en algunos registros históricos.

En el caso de la red eléctrica es un caso similar al de la compañía de telecomunicaciones, ya que es muy completa con sus dos servicios, primaria y segundaria. Así como sus cuatro cantones cuentan con el servicio de electricidad, careciendo con red telefónica, lo que a su vez es sustituida por la actual red inalámbrica, conocida como red celular.

AMBIENTE ECONÓMICO

PEA	Actividad Económica	Productos identitarios	
		Producto	Cantidad de productores
41.73%	Agropecuaria	Pinturas en lienzos	2
		Pinturas en Hojas naturales	1
		Pinturas en manteles	1

Tabla 120: Productos Identitarios de Jerusalén.

Fuente: Elaboración Propia.

La principal fuente de empleo en el municipio es la actividad agrícola, ganadería y minería; seguido del sector de la construcción y ornamentación; y por último se encuentra el sector turístico el cual es relativamente escaso ya que no existe aún una actividad turística desarrollada.

La agricultura es la rama de la actividad económica que absorbe la mayor cantidad de mano de obra tanto a nivel general como por género masculino, con un índice del 72.88% y 83.01% respectivamente; en relación al género femenino prevalecen las actividades de servicio, con un porcentaje del 36.59%. En cuanto a la segunda actividad en importancia, son los servicios los que ocupan dicha posición, en términos totales y por género masculino con índices del 12.84% y del 8.70%; en relación al género femenino, corresponde al servicio doméstico con un porcentaje del 17.07%.

AMBIENTE ECOLÓGICO

Flora

En el municipio la Flora está constituida por bosques húmedos subtropicales. Las especies arbóreas más notables son: cedro, bálsamo, copinol, cortés negro, sincahuite, botoncillo, volador, Ceiba, eucalipto, caoba y conacaste.

Fauna

La fauna del municipio está compuesta en su mayoría por: Murciélago de frutas, Rata casera, Raton casero, Gato Zonto, Taltuza, Tacuacín Blanco, Conejo de monte, Ardilla Parrada, Cotuza, Zorrillo mofeta.

En cuanto a los anfibios y reptiles: Rana, Rana vareteada, Ranita, Sapo Abonero, Garrobo, Lagartija escamosa, Cascabel, Bejucillo Café, Zumbadora, Masacuata.

Las aves que destacan en el municipio son: Urraca, Cenzontle, Chiltota, Paloma Morada, Paloma alas blancas, Tórtola Colilarga, Cocoyo, Pijuyo, Cheje, Pericón, Tucan, Codorniz.

Hidrografía

Ríos: Jibia, El Chanjute y El Chorrerón o Verapaz.

Las quebradas: Jiboita, El Quebrado, Botijas y El Chilate.

Orografía

Lomas: Bolaños y Chanape.

4.7. INFORMACIÓN SUB-SISTEMA OFERTA

4.7.1. OFERTA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

INVENTARIO PRELIMINAR DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MICRORREGIÓN DEL VALLE DE JIBOA

N°	Municipio	Atractivo	Desarrollo de la zona	Acceso	Seguridad	Accesibilidad a la gestión	observaciones
1	Apastepeque	Laguna de Apastepeque	Zona con comercio semi formal de comida	Calle asfaltada	si	De acuerdo	Posee viveros de tilapias,
		Mayordomía de Santiago Apóstol	Casco urbano	Calle adoquinada	si	De acuerdo	Historia y tradición católica
		Posa el Sísmico	No hay	Poco accesible	Se debe brindar seguridad	----	Acceso por quebradas y en época seca, es dificultoso
2	Guadalupe	Los Infiernillos	No hay	Calle de polvo	Si	De acuerdo	Hay proyectos de desarrollo
		Finca ecoturística	Infraestructura y logística desarrolladas	Calle asfaltada	si	De acuerdo	Se brindan camitas y venta de hortalizas
		Sitios Arqueológicos	No hay	Calle de polvo	Si	De acuerdo	Posee petrograbados, orquesta municipal andina y buenas épocas
3	San Cayetano	Cubas El Sitio	No hay	Calle Mixta empedrada y polvo	Si	De acuerdo	----

		Cascada El Salto	No hay	Camino de tierra	Si	De acuerdo	A ½ km del casco urbano
		Infiernillos ciegos	No hay	Calle de tierra	Si	De acuerdo	Se pueden cocer sus propios legumbres en los ausoles
		Volcán Chinchontepec	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	Si	De acuerdo	Recorrido de 8 horas
4	Santa Clara	Pozas agua caliente	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	si	De acuerdo	A 1 km del casco urbano
5	San Sebastián	Poza Los Cubos	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	Si	De acuerdo	A 12 km del casco urbano, acceso en 4X4
		Poza La Estaca	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	Si	De acuerdo	A 13 km del casco urbano, acceso en 4X4
		Iglesia El calvario	Infraestructura parroquial	Calle Asfaltada	Si	De acuerdo	Casco urbano
		Santuario de la virgen de Guadalupe	Infraestructura parroquial	Calle Asfaltada	Si	De acuerdo	Casco urbano
		La Piedra Pintada	No hay	Calle de tierra	Si	De acuerdo	Historia y tradicion
		Poza El salto	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	Si	De acuerdo	Poza compartida por municipios
6	San Lorenzo	Poza El salto	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	Si	De acuerdo	

		Rio El Machacal	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	Si	De acuerdo	Acceso por San Sebastián
		Cerro grande	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	Si	De acuerdo	Vista panorámica de todo El Valle
		Cerro El Brujo	No hay	Calle asfaltada	si	De acuerdo	Historia del brujo, excelentes vistas
7	San Vicente	Volcán chinchontepec	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	si	De acuerdo	Caminatas en terreno con pendientes muy prolongadas
		La Poza azul	No hay	Calle de polvo	si	De acuerdo	
		Árbol de los lamentos	Comercio informal	Calle mixta	si	De acuerdo	Historia colonial
		Iglesia colonial Nuestra Señora del pilar	Comercio formal e informal	Calle asfaltada	si	De acuerdo	Historia colonial
8	Tepetitan	Cooperativas agrícolas	Desarrollo de infraestructura y recorridos	Calle mixta polvo y empedrada	Si	De acuerdo	
		Rio Acaguapa	Comercios de comida	Calle empedrada	Si	De acuerdo	
		Mirados	Infraestructura de mirador	Calle de polvo	Si	De acuerdo	Km 51, en proyecto ejecutándose
		Ruinas de iglesia colonial	Desarrollo de infraestructura y recorridos	Calle empedrada	Si	De acuerdo	----
9	Verapaz	Las Moliendas	Desarrollo rustico	Calle de polvo	Si	De acuerdo	----

		Monumento a la vida	Casco urbano	Calle adoquinada	si	De acuerdo	---
		Mirador	Infraestructura de mirador	Calle de polvo	Si	De acuerdo	---
		Rio los encuentros	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	Si	De acuerdo	---
		Rio Las Vegas	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	Si	De acuerdo	---
		La cueva del Duende y Rio Jiboa	No hay	Calle rustica de piedra y tierra	Si	De acuerdo	---
10	Jerusalén	Rio Jordán Cascada del Chorreron	No hay	Pavimentada	si	De acuerdo	A 1 ½ de camino
		Iglesia Parroquial	Comercio formal del casco urbano	Pavimentada	si	De acuerdo	Tradición católica
		Molienda de Mancho	Desarrollo rustico	Calle de polvo	si	De acuerdo	Funcionan de noviembre a febrero
		Molienda Los Alvares	Desarrollo rustico	Calle de polvo	si	De acuerdo	Funcionan de noviembre a febrero
		Molienda El Sótano	Desarrollo rustico	Calle de polvo	si	De acuerdo	Funcionan de noviembre a febrero
		Molienda Hugo	Desarrollo rustico	Calle de polvo	si	De acuerdo	Funcionan de noviembre a febrero

		Molienda Don Gando	Desarrollo rustico	Calle de polvo	si	De acuerdo	Funcionan de noviembre a febrero
		Molienda Don Alfredo	Desarrollo rustico	Calle de polvo	si	De acuerdo	Funcionan de noviembre a febrero
		Molienda Previo al Limón	Desarrollo rustico	Calle de polvo	si	De acuerdo	Funcionan de noviembre a febrero
		Molienda El panteón	Desarrollo rustico	Calle de polvo	si	De acuerdo	Funcionan de noviembre a febrero
		Molienda Al otro lado del Rio	Desarrollo rustico	Calle de polvo	si	De acuerdo	Funcionan de noviembre a febrero
		Molienda Los Cheles	Desarrollo rustico	Calle de polvo	si	De acuerdo	Funcionan de noviembre a febrero
11	Mercedes La Ceiba	No posee atractivos con potencial a desarrollar	---	---	---	----	-----
12	Santo Domingo	Poza El Playón	No hay	Calle de polvo	si	De acuerdo	
		Rio Trompillo	No hay	Calle de polvo	si	De acuerdo	
		Rio Grande	No hay	Calle de polvo	si	De acuerdo	
13	San Esteban	La Laguna Bruja	Comercio informal	Calle de polvo	si	De acuerdo	
		Cerro San Pedro	No hay	Calle de polvo	si	De acuerdo	

14	San Idelfonso	Presa 15 de Septiembre	Infraestructura de mirador	Calle pavimentada	si	De acuerdo	Lejano a la parte céntrica de la microrregión
		Feria Ganadera	---	pavimentada	si	De acuerdo	Lejano a la parte céntrica de la microrregión/ mes de agosto

Tabla 121: Inventario Preliminar de atractivos turísticos.
Fuente: Elaboración Propia.

4.7.2. SELECCIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS PARA LEVANTAMIENTO DE FICHAS TÉCNICAS

N°	Lista de chequeo oferta atractivos turísticos	Valoración total	Completamente	Poco	Nunca
1	Municipio al que representa	2	2	2	2
2	Tipo de atractivo	2	2	2	2
3	Desarrollo de servicios complementarios	12	12	8	4
4	Estado de Calle de acceso	15	15	10	5
5	Seguridad	30	30	20	10
6	Acceso a la gestión	18	18	12	6
7	Distancia del casco urbano	21	21	14	7

Copia de Tabla 29: Metodología de la investigación.

N°	Municipio	Atractivo	Desarrollo	Acceso	Seguridad	Accesibilidad a la gestión	Distancia del casco urbano	Total
1	Apastepeque	Laguna de Apastepeque	12	15	30	18	21	100
		Mayordomía de Santiago Apóstol	12	15	30	18	21	100
		Poza Azul	12	15	30	18	21	100
2	Guadalupe	Los Infiernillos	12	15	30	18	21	100
		Finca ecoturística	8	10	20	18	14	74
		Sitios Arqueológicos	4	5	10	18	7	48
		Cerro el Cimarrón	12	15	30	18	21	100
3	San Cayetano	Cuevas El Sitio	4	10	10	18	14	58
		Cascada El Salto	4	10	10	18	7	53
		Infiernillos ciegos	4	10	10	12	14	54
4	Santa Clara	Pozas agua caliente	4	10	20	18	7	63
5		Poza Los Cubos	12	15	30	18	21	100
		Poza La Estaca	4	5	20	18	14	65
	San Sebastián	Iglesia El calvario	12	10	20	18	21	85
		Santuario de la virgen de Guadalupe	12	10	20	18	21	85
		La Piedra Pintada	4	10	20	18	7	63
		Rio El Machacal	12	15	30	18	21	100
6	San Lorenzo	Rio El Machacal	12	15	30	18	21	100
		Cerro grande	12	15	30	18	21	100
		Cerro El Brujo	12	15	30	18	21	100
7	San Vicente	Volcán Chichontepec	12	15	30	18	21	100
		Árbol de los lamentos	8	15	20	18	21	86
		Iglesia colonial Nuestra Señora del pilar	12	15	30	18	21	100
		La Torre de San Vicente	12	15	30	18	21	100
		Amapulapa	12	15	30	18	21	100
		Área natural protegida La Joya	12	15	30	18	21	100
8	Tepetitán	Cooperativas agrícolas	8	10	10	18	14	54
		Rio Acahuapa	4	5	10	18	14	55

		Mirador	4	15	10	18	14	65
		Ruinas de iglesia colonial	8	15	10	18	21	76
		Turicentro municipal	12	15	30	18	21	100
		Cañón de Anastasio Aquino	12	15	30	18	21	100
9	Verapaz	Las Moliendas	12	15	30	18	21	100
		Monumento a la vida	12	15	30	18	21	100
		Mirador	8	15	20	18	21	86
		Rio los encuentros	8	10	20	18	14	74
		Rio Las Vegas	8	10	20	18	14	74
		La cueva del Duende y Rio Jiboa	4	10	20	18	7	63
10	Jerusalén	Rio Jordán Cascada del Chorrerón	4	10	20	18	14	66
		Iglesia Parroquial	8	15	30	18	21	96
		Molienda Moncho	4	10	20	18	14	70
		Molienda Los Alvares	4	10	20	18	14	70
		Molienda El Sótano	4	10	20	18	14	70
		Molienda Hugo	4	10	20	18	14	70
		Molienda Don Gando	4	10	20	18	14	70
		Molienda Don Alfredo	4	10	20	18	14	70
		Molienda Previo al Limón	4	10	20	18	14	70
		Molienda El panteón	4	10	20	18	14	70
		Molienda Al otro lado del Rio	4	10	20	18	14	70
		Molienda Los Cheles	4	10	20	18	14	70
11	Mercedes La Ceiba	No posee atractivos con potencial a desarrollar	-	-	-	-	-	-
12	Santo Domingo	Poza El Playón	12	15	30	18	21	100
		Rio Trompillo	8	5	10	18	14	59
		Rio Grande	4	5	10	18	14	55
13	San Esteban	La Laguna Bruja	12	15	30	18	21	100

		Cerro San Pedro	8	10	20	18	7	67
		Cerro las Delicias	12	15	30	18	21	100
14	San Idelfonso	Presa 15 de Septiembre	8	15	20	18	7	72
		Feria Ganadera	8	15	30	18	7	82
		Rio Titihuapa	8	15	30	18	7	82

Tabla 122: Tabla de valoración y Selección de atractivos turísticos.

Fuente: Elaboración propia.

4.7.3. FICHAS TÉCNICAS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS SELECCIONADOS

<table>
<tr><th colspan="3">RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO</th></tr>
<tr><td rowspan="20">

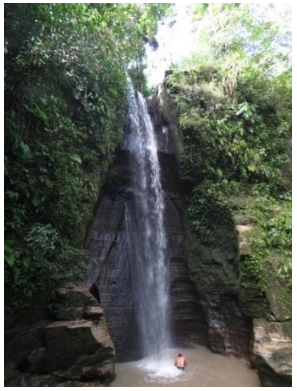
 </td><td>Municipio:</td><td>Departamento:</td></tr>
<tr><td>San Lorenzo</td><td>San Vicente</td></tr>
<tr><td>Nombre del atractivo/recurso:</td><td>Teléfono:</td></tr>
<tr><td>Rio El Machacal</td><td>2349-5807</td></tr>
<tr><td>Tipo de atractivo:</td><td>Direccion:</td></tr>
<tr><td>Natural</td><td>Carretera Ruta Alterna San Lorenzo-San Sebastián, Exactamente sobre el puente que pasa sobre este rio (División de ambos municipios).</td></tr>
<tr><td>Tiempo desde San Salvador al municipio:</td><td>Tiempo desde el casco urbano del municipio:</td></tr>
<tr><td>1 hr</td><td>5 min</td></tr>
<tr><td>Clase:</td><td>Distancia desde San Salvador al municipio:</td></tr>
<tr><td>Ecoturismo</td><td>57 Km</td></tr>
<tr><td>Elevación:</td><td>Distancia desde el casco urbano del municipio:</td></tr>
<tr><td>598 msnm</td><td>3 Km</td></tr>
<tr><td>Acceso:</td><td>Condiciones de Acceso:</td></tr>
<tr><td>Carretera Ruta Alterna San Lorenzo-San Sebastián, Exactamente sobre el puente que pasa sobre este rio.</td><td>Carretera Pavimentada en buenas condiciones</td></tr>
<tr><td>Negocios/Lugares alrededor :</td><td>Ofrece:</td></tr>
<tr><td>----</td><td>----</td></tr>
<tr><td>Capacidad:</td><td>Indefinida</td></tr>
<tr><td>Propietario:</td><td>Municipalidad</td></tr>
<tr><td>Administración:</td><td>Publica</td></tr>
<tr><td>Tipo de vehículo recomendado:</td><td>Todo tipo de Vehículo</td></tr>
<tr><td>Señalización en el sitio</td><td>No existe señalización en el sitio, solo desde carretera panamericana indica cuantos Km hay hasta el sitio.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Descripción del lugar: El rio El Machacal, sirve de división entre varios municipios del departamento de San Vicente, entre ellos los municipio de San Sebastián y San Lorenzo, Exactamente en la carretera alterna que conduce de San Sebastián a San Lorenzo, debajo del puente se encuentra una poza donde poder disfrutar de un baño en sus agradables aguas, el lugar no cuenta con ningún tipo de infraestructura.</td></tr>
</table>

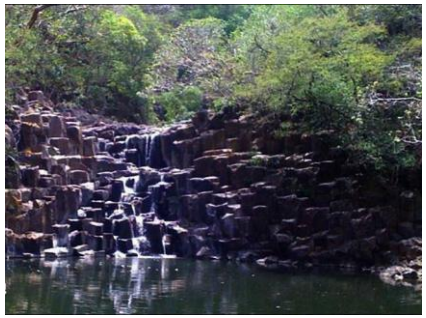
<table>
<tr><th colspan="3">RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO</th></tr>
<tr><td rowspan="19">

 </td><td>Municipio:</td><td>Departamento:</td></tr>
<tr><td>San Lorenzo</td><td>San Vicente</td></tr>
<tr><td>Nombre del atractivo/recurso:</td><td>Teléfono:</td></tr>
<tr><td>Cerro el Brujo</td><td>2349-5807</td></tr>
<tr><td>Tipo de atractivo:</td><td>Dirección:</td></tr>
<tr><td>Natural</td><td>Cantón San Francisco</td></tr>
<tr><td>Tiempo desde San Salvador al municipio:</td><td>Tiempo desde el casco urbano del municipio:</td></tr>
<tr><td>1 hr</td><td>15 min</td></tr>
<tr><td>Clase:</td><td>Distancia desde San Salvador al municipio:</td></tr>
<tr><td>Ecoturismo</td><td>57 Km</td></tr>
<tr><td>Elevación:</td><td>Distancia desde el casco urbano del municipio:</td></tr>
<tr><td>760 msnm</td><td>8 Km</td></tr>
<tr><td>Acceso:</td><td>Condiciones de Acceso:</td></tr>
<tr><td>Carretera hacia cantón San Francisco, se sigue la carretera principal sin desviarse al casco urbano de San Lorenzo</td><td>Carretera Pavimentada en excelentes condiciones</td></tr>
<tr><td>Negocios/Lugares alrededor :</td><td>Ofrece:</td></tr>
<tr><td>----</td><td>----</td></tr>
<tr><td>Capacidad:</td><td>Indefinida</td></tr>
<tr><td>Propietario:</td><td>Municipalidad</td></tr>
<tr><td>Administración:</td><td>Publica</td></tr>
<tr><td>Tipo de vehículo recomendado:</td><td>Todo tipo de Vehículo</td></tr>
<tr><td>Señalización en el sitio</td><td>No existe señalización en el sitio</td></tr>
<tr><td colspan="2">Descripción del lugar: El Cerro el Brujo cuenta con una leyenda, tenía 2 pozas, En donde llegaba un brujo desde Cojutepeque, este se metía por una poza y salía por la otra poza con Tamales pisques, en dicho lugar se puede disfrutar de excelentes vistas panorámicas hacia el Valle del Jiboa y disfrutar de un agradable clima.</td></tr>
</table>

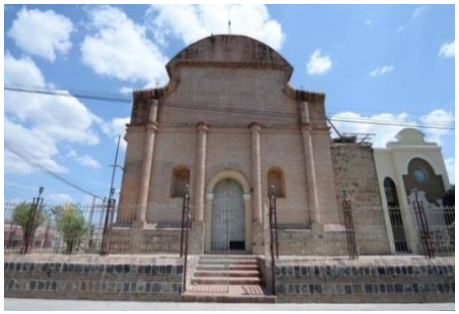
<table>
<tr><th colspan="3">RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO</th></tr>
<tr><td rowspan="20">

 </td><td>Municipio:</td><td>Departamento:</td></tr>
<tr><td>San Lorenzo</td><td>San Vicente</td></tr>
<tr><td>Nombre del atractivo/recurso:</td><td>Teléfono:</td></tr>
<tr><td>Cerro el Grande</td><td>2349-5807</td></tr>
<tr><td>Tipo de atractivo:</td><td>Direccion:</td></tr>
<tr><td>Natural</td><td>Cantón San Francisco</td></tr>
<tr><td>Tiempo desde San Salvador al municipio:</td><td>Tiempo desde el casco urbano del municipio:</td></tr>
<tr><td>1 hr</td><td>10 min</td></tr>
<tr><td>Clase:</td><td>Distancia desde San Salvador al municipio:</td></tr>
<tr><td>Ecoturismo</td><td>57 Km</td></tr>
<tr><td>Elevación:</td><td>Distancia desde el casco urbano del municipio:</td></tr>
<tr><td>850 msnm</td><td>5 Km</td></tr>
<tr><td>Acceso:</td><td>Condiciones de Acceso:</td></tr>
<tr><td>Carretera hacia cantón San Francisco, se sigue la carretera principal sin desviarse al casco urbano de San Lorenzo</td><td>Carretera Pavimentada en excelentes condiciones</td></tr>
<tr><td>Negocios/Lugares alrededor :</td><td>Ofrece:</td></tr>
<tr><td>----</td><td>----</td></tr>
<tr><td>Capacidad:</td><td>Indefinida</td></tr>
<tr><td>Propietario:</td><td>Municipalidad</td></tr>
<tr><td>Administración:</td><td>Publica</td></tr>
<tr><td>Tipo de vehículo recomendado:</td><td>Todo tipo de Vehículo</td></tr>
<tr><td>Señalización en el sitio</td><td>No existe señalización en el sitio</td></tr>
<tr><td colspan="2">Descripción del lugar: En El Cerro el Grande se puede disfrutar de las mejores vistas panorámicas hacia el valle de Jiboa, este es el cerro más alto que se ubica en todo el valle de Jiboa y disfrutar de un agradable clima en armonía con la naturaleza que rodea el lugar.</td></tr>
</table>

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	**Municipio:**	**Departamento:**
	Santo Domingo	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Cascada El Playón	2349-2000
	Tipo de atractivo:	**Direccion:**
	Natural	Cantón Talpetate
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	50 min	25 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	42 1/2 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	590 msnm	5 1/2 Km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Carretera Panamericana Km 46 ½ , Toma desvió hacia cantón Talpetate recorriendo 1 1/2 Km.	Carretera Mixta: Carretera pavimentada en excelentes condiciones hasta Km 46 1/2, Calle Polvosa hacia cantón Talpetate recorriendo 1 1/2 Km. Luego se camina 15 min hasta la cascada.
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	----	**----**
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Municipalidad
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	4x4
	Señalización en el sitio	No existe señalización en el sitio
	Descripción del lugar: La Cascada de El Playón es una caída de agua desde una altura de 12 Mts. Aproximadamente, en lugar existe una poza. La zona está rodeada de abundante vegetación, al bajar a la poza se puede disfrutar de una caminata de unos 15 min alrededor de la poza	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	Santa Clara	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Poza de los Cubos	2314-2600
	Tipo de atractivo:	**Direccion:**
	Natural	Cantón El Rosario
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr:10 min	35 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	66 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	400 msnm	6 1/2 Km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Carretera hacia Cantón el Rosario	Carretera Polvosa
	**Negocios/Lugares alrededor :**	**Ofrece:**
	----	**----**
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Municipalidad
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	4x4
	Señalización en el sitio	No existe señalización en el sitio
	Descripción del lugar: Luego de caminar un aproximado de 15 min sobre veredas a la par del rio San José, se llega a La caída de agua de la Poza de los Cubos. En este lugar se puede disfrutar de una estancia agradable y una frescura, en donde se encuentran hermosas formaciones rocosas fielmente talladas por la naturaleza en forma de cubos, razón por la cual proviene su nombre.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	Apastepeque	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Laguna de Apastepeque	7988-0949
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Natural	Carretera hacia Santa Clara
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	4 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	58 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	590 msnm	6 1/2 Km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Desde Carretera panamericana toma desvió hacia Santa clara recorriendo 1.5 km, Toma desvió hacia Turicentro recorriendo 150 mts por calle polvosa.	Carretera Mixta en buenas condiciones
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Turicentro Laguna de Apastepeque	Piscinas, Restaurante, miradores, cabañas, mesas, Hamacas.
	Capacidad:	---
	Propietario:	ISTU
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo Tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	Existe señalización hacia el sitio en buen estado
	Descripción del lugar: La Laguna de Apastepeque es un remanente de agua natural de origen volcánico rodeado de frondosos árboles. Se puede de las comodidades que da la naturaleza, de aire fresco, de aguas tranquilas y de la fauna local, rodeados de una espesa vegetación. Y si se desea se pueden preparar alimentos a la intemperie o comprar platillos para degustar. Este Turicentro tiene como principal atractivo un muelle flotante que se adentra en la laguna.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	**Municipio:**	**Departamento:**
	Apastepeque	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Iglesia Colonial de Apastepeque	7988-0949
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Ubicada en el centro del casco urbano de Apastepeque
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	----
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Turismo Cultural	58 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	590 msnm	----
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Desde Km 56 desvió a San Vicente toma carretera hacia el centro de Apastepeque recorriendo 2 km hasta llegar al centro del casco urbano de Apastepeque	Carretera Pavimentada en Excelentes condiciones
	Negocios/Lugares alrededor:	**Ofrece:**
	Restaurante, Cafeterías, Comedores, Parque central de Apastepeque, Alcaldía Municipal	Café, Antojitos, Almuerzos, desayunos.
	Capacidad:	---
	Propietario:	Parroquia Santiago Apóstol
	Administración:	Privada
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo Tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	Existe señalización hacia el centro del municipio
	Descripción del lugar: Tiene una infraestructura mitad colonial y mitad contemporánea, ya que las bases fueron construidas en épocas de la colonia en el año de 1670, sin embargo, en el año de 1930 se le hizo una reparación para hacerla más altas y tuvieron que renovar los pilares y la torres. Con los temblores sufridos en marzo de 1999, sufrió algunos daños y sus paredes se han agrietados, ya con el terremoto del 13 de febrero de 2001 sufrió graves daños que tuvo que declararse inhabitable y luego ser reparada.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	Apastepeque	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	La Poza Azul	7988-0949
	Tipo de atractivo:	**Direccion:**
	Natural	Caserío Santa Paula, Cantón San Nicolás
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	30 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	58 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	590 msnm	18 Km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Desde Km 65 de carretera panamericana toma calle hacia el Caserío Santa Paula, Cantón San Nicolás recorriendo 6 km, luego se caminan 150 Mts para bajar a la poza	Carretera Mixta: Carretera Pavimentada en excelentes condiciones y calle polvosa en estado regular
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Municipalidad
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	En Invierno 4x4 y en verano sencillo
	Señalización en el sitio	No existe ningún tipo de señalización turística
	Descripción del lugar: En la barranca del Sisimico, se encuentra la poza azul, es una pequeña caída de agua color turquesa, recibe el nombre de la poza azul por la coloración natural que presentan sus iluminadas y refrescantes aguas.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	San Esteban Catarina	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Cerro las Delicias	
	Tipo de atractivo:	**Direccion:**
	Natural	Casco Urbano de San Esteban Catarina
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr :10 min	5 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	800 msnm	700 Mts
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Desde Parque central de San Esteban Catarina Toma la Calle Dr. Adrián García hacia el oriente recorriendo 700 Mts	Carretera pavimentada en excelentes condiciones
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Municipalidad
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	Desde el casco urbano hasta el sitio
	Descripción del lugar: El cerro las delicias esta ubica al extremo oriente del casco urbano de San Esteban Catarina a unos 700 Mts de distancia, es una pequeña elevación de unos 40 Mts de altura en donde se puede disfrutar de una pequeña caminata para llegar hasta la cima del cerro y contemplar excelentes vistas panorámicas y un agradable clima. En el lugar se pueden apreciar una cantidad de árboles de cerezo y se cuentan con pequeños kiosquitos.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	San Esteban Catarina	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	La Laguna Bruja	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Natural	Caserío Calderitas, Cantón San Ildefonso
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr :10 min	30 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	770 msnm	3 km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Se toma la calle hacia el Caserío Calderitas, Cantón San Ildefonso recorriendo 3 Km, lego se realiza una caminata de 20 min hasta la laguna	Carretera polvosa en buenas condiciones
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Municipalidad
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	Desde el casco urbano hasta el sitio
	Descripción del lugar: La laguna bruja o también llamada laguna de Chalchuapa, llamada así por los habitantes debido a una leyenda que dice que unos brujos de Nicaragua se robaron el agua de otro lugar conocido como “Hoyos de la caldera”, pero que en el viaje por los aires se les cayó el agua, lo que formó la laguna Bruja. Al llegar al lugar se puede disfrutar de una pequeña caminata en el lugar para bajar hacia la laguna, ahí se pueden observar Patos silvestres.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	San Vicente	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	La Torre	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Parque central de San Vicente
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	---
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Histórico	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	390 msnm	---
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Se toma la calle hacia San Vicente desde el Km 54 de la Carretera panamericana, recorriendo 6 Km hasta el centro de la ciudad	Carretera pavimentada en buenas condiciones
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Bancos, Restaurantes, Cafeterías.	Servicios alimenticios, servicios financieros
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Municipalidad
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículos
	Señalización en el sitio	Existe señalización turística en buen estado
	Descripción del lugar: La Torre cuenta con una altura de 40 Mts, consta de 6 niveles, 131 escalones, en el último nivel de la torre se pueden observar vistas espectaculares de la ciudad de San Vicente. Dicha infraestructura soporto el terremoto de la fatídica noche del 19 de diciembre de 1936, pero no el terremoto de la mañana del 13 de febrero de 2001, ya que sufrió daños severos, que la mantuvieron inactiva durante 7 años, hasta el 2007 que inicio su reconstrucción, y se reaperturo el 24 de diciembre de 2009.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	San Vicente	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Basílica Nuestra Señora del Pilar	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Frente a Plazuela Álvaro Quiñonez de Osorio
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	---
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Religioso	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	390 msnm	200 Mts.
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Se toma la calle hacia San Vicente desde el Km 54 de la Carretera panamericana, recorriendo 6 Km hasta la Plazuela Álvaro Quiñonez de Osorio	Carretera pavimentada en buenas condiciones
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Bancos, Restaurantes, Cafeterías.	Servicios alimenticios, servicios financieros
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Parroquia Nuestra Señora del Pilar
	Administración:	Privada
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículos
	Señalización en el sitio	Existe señalización turística en buen estado
	Descripción del lugar: Es un tesoro arquitectónico de la ciudad de San Vicente, se encuentra situada al frente de la Plazuela Álvaro Quiñonez de Osorio, fundador del departamento de San Vicente. En 1762 inició la construcción de la basílica del pilar, y finalizo en 1769. Es importante manifestar que en la cripta de este templo fue sepultado el 4 de marzo de 1838 el Rector de la Universidad San Carlos de Guatemala, Prócer de la independencia y diputado constituyente en 1823-1824, José Simeón Cañas.	

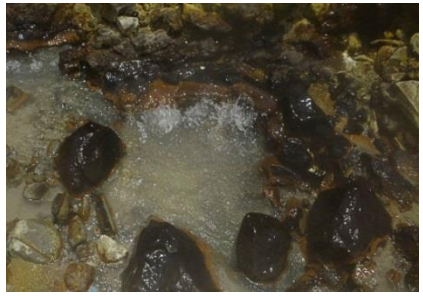
RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	San Vicente	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Turicentro Amapulapa	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Carretera de San Vicente hacia Tecoluca
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr :10min	---
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	390 msnm	5 Km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Se toma la calle que conduce de San Vicente hacia Tecoluca, recorriendo 5 Km aproximadamente desde el centro de San Vicente, encontrara el desvió hacia el Turicentro.	Carretera pavimentada en buenas condiciones
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Restaurantes, Merenderos, Cabañas, Canchas	Desayunos, Almuerzos, Antojitos, entre otros
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	ISTU
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículos
	Señalización en el sitio	Existe señalización turística en buen estado
	Descripción del lugar: Es una alternativa turística que ofrece turismo en contacto directo con la naturaleza. Según los pobladores de San Vicente, el parque acuático Amapulapa se Formó en 1774, por un deslave del Volcán Chinchontepec, y fue hasta en 1954 que se inauguró y abrió sus puertas a todos los turistas. Su nombre se deriva del Nahuat cuyo significado es “Rio donde se hunden los Amates”, con más de 33Mz de extensión territorial, donde se puede disfrutar de refrescantes aguas generadas por los afluentes naturales de origen volcánico.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	San Vicente	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Volcán de San Vicente o Chinchontepec	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Natural	-----
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	3hr
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	2,173 msnm	18 km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Se toma la calle hacia la Joya, llegando hasta una de las fincas que se encuentra en el Volcán, luego se realiza una caminata de 2 hr: 30 min.	Carretera pavimentada hasta las fincas con pendientes pronunciadas.
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Municipalidad
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	4x4
	Señalización en el sitio	Existe señalización turística hacia el volcán.
	Descripción del lugar: El Volcán chinchontepec significa cerro de los dos pechos, Consta de dos elevaciones: la más alta de 2.173 msnm con una depresión en medio, reminiscencia de lo que fue un cráter; la otra, de 2.083 msnm, que tiene forma de cono con un cráter abierto hacia el este. En el volcán se puede observar de una variada Flora y Fauna, además se puede disfrutar de un clima muy fresco, en las faldas del volcán se encuentran fincas dedicadas al cultivo del café.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	San Vicente	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Área natural protegida La Joya-Sisimico	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Natural	Colonia la Joya
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	20 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	20-490 msnm	5 km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Se toma la 5ª calle oriente hacia La colonia La Joya	Carretera mixta: Pavimenta y calle balastreada en buenas condiciones
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	Señalización turística en buenas condiciones
	Descripción del lugar: La Joya cuenta con más de 1400 Mz de terreno en las cuales se puede encontrar más de 100 especies de árboles, arbustos, palmas y más de 140 especies de aves. Cuenta con 5 equipos de guarda recursos, casetas cómodas ubicadas dentro del bosque natural, poza de aguas perfectas para bañarse y diversas rutas o senderos para los amantes del turismo ecológico, se realizan cabalgatas y caminatas con excelentes vistas hacia el volcán Chinchontepec. Cuenta con restos y fósiles del periodo paleontológico más rico del país.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	Verapaz	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Monumento a La Vida	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Barrio las Mercedes, Casco Urbano de Verapaz
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	5 min (Caminando)
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Histórico	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	610 msnm	700 Mts
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Desde el parque central se toma la Av. Encarnación de Molina, luego la 6ª Calle Ote y la 2ª Av. Sur.	Carretera mixta: Pavimenta y calle empedrada en buenas condiciones
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Municipalidad
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	No existe señalización
	Descripción del lugar: El monumento a la Vida está ubicado en el Barrio las Mercedes del casco Urbano de Verapaz, Dicho monumento es un Homenaje dedicado hacia las personas que fallecieron a causa de un Deslave proveniente del Volcán Chinchontepec como consecuencia de las fuertes lluvias que afectaron al país en el año 2009 provocadas por la Tormenta Ida.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	Guadalupe	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Cerro El Cimarrón	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Natural	Cantón San Benito Piedra Gorda
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	30 min (Caminando)
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	70 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	791 msnm	1 Km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Desde el parque central tomar la calle a cantón la carbonera (3 cuadras)	Senderos
	Negocios/Lugares alrededor:	**Ofrece:**
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Municipalidad
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	-----
	Señalización en el sitio	No existe señalización
	Descripción del lugar: El Cerro El Cimarrón se encuentra al costado poniente del casco urbano de Guadalupe. El Cerro El Cimarrón es una elevación pequeña ideal para realizar una caminata entre la naturaleza y un clima agradable, en la cima se pueden disfrutar de unas excelentes vistas hacia el casco urbano de Guadalupe y el resto del Valle del Jiboa.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	**Municipio:**	**Departamento:**
	Guadalupe	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Los Infiernillos	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Natural	Cantón San Francisco Agua Agria
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	15 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	70 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	835 msnm	6 Km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Acceso desde Verapaz, Se toma la calle hacia el cantón San Francisco Agua Agria, 2 cuadras hacia el sur desde el parque del cantón, se encuentran las fumarolas de los infiernillos	Calle Empedrada en condiciones regulares
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Capacidad:	Indefinida
	Propietario:	Municipalidad
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	-----
	Señalización en el sitio	No existe señalización
	Descripción del lugar: Los Infiernillos son una serie de Ausoles que son parte de los respiraderos del Volcán Chinchontepec, Aquí ser originan unas fumarolas de vapor caliente y una pequeña quebrada producto del nacimiento de agua caliente de los ausoles, en el sitio se puede encontrar Barro volcánico rico en azufre y otros minerales que excelentes propiedades medicinales para la piel. Además cuenta con una gran vegetación y excelentes vistas hacia el Valle del Jiboa.	

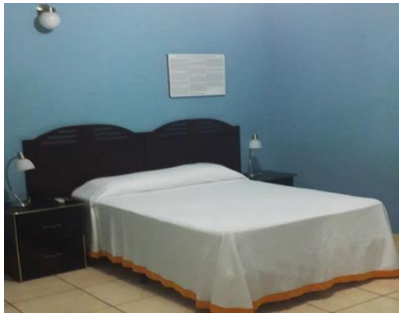
RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	Tepetitán	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Cañón de Anastasio Aquino	2393-6279
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Casco urbano
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	---
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Histórico	61 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	580 msnm	---
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Desde Km 51 de CA-1, Toma carretera hacia Tepetitán, llegando hasta el centro del casco urbano, el Complejo Educativo Pedro Pablo Castillo se encuentra a un costado de la Alcaldía municipal y frente al parque central.	Calle Pavimentada en buenas Condiciones
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Chalet's	Comida, Antojitos.
	Capacidad:	
	Propietario:	Complejo Educativo Pedro Pablo Castillo
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	No Existe señalización
	Descripción del lugar: en la dirección del Complejo Educativo Pedro Pablo Castillo de la ciudad de Tepetitán, se encuentra la que se considera una pieza de gran valor histórico, el cañón con el que Anastasio Aquino peleó en algunas de sus batallas. El cañón, al que le falta un parte del tubo para disparar, ha estado en ese centro escolar desde 1982. El indio Anastasio Aquino llegó a la población de Tepetitán el 16 de febrero de 1833. Allí fue proclamado "comandante general de las armas libertadoras" y también proclamó su decreto de Tepetitán, en el que regulaba el homicidio, el robo y la vagancia, y que tenía un apartado destinado a la protección de las mujeres.	

RECURSO/ATRACTIVO TURISTICO IDENTIFICADO		
	Municipio:	**Departamento:**
	Tepetitán	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Turicentro municipal de Tepetitán	2393-6279
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Complejo Educativo Pedro Pablo Castillo
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1hr	---
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Ecoturismo	61 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	580 msnm	---
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Desde Km 51 de CA-1, Toma carretera hacia Tepetitán, llegando hasta el casco urbano.	Calle Pavimentada en buenas Condiciones
	Negocios/Lugares alrededor :	**Ofrece:**
	Capacidad:	indefinida
	Propietario:	Municipalidad
	Administración:	Publica
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	No Existe señalización
	Descripción del lugar: Tepetitán cuenta con un Turicentro administrado por la municipalidad, este posee áreas verdes, 2 piscinas, 1 cancha y quioscos para que las personas puedan realizar actividades de recreación. El costo de entrada es de $1.00 para personas adultas y $0.50 para la niñez.	

4.7.4. FICHAS TECNICAS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS OBSERVADOS EN LA MICRORREGIÓN DEL JIBOA

<table>
<tr><th colspan="3">PARQUE ACUATICO EL CAMINANTE</th></tr>
<tr><td rowspan="15">

 </td><td>Municipio:</td><td>Departamento:</td></tr>
<tr><td>Santo Domingo</td><td>San Vicente</td></tr>
<tr><td>Nombre del atractivo/recurso:</td><td>Teléfono:</td></tr>
<tr><td>Parque Acuático El Caminante</td><td>2349-2000</td></tr>
<tr><td>Tipo de atractivo:</td><td>Dirección:</td></tr>
<tr><td>Artificial</td><td>Km 45 Carretera Panamericana</td></tr>
<tr><td>Tiempo desde San Salvador al municipio:</td><td>Tiempo desde el casco urbano del municipio:</td></tr>
<tr><td>45 min</td><td>3 min</td></tr>
<tr><td>Clase:</td><td>Distancia desde San Salvador al municipio:</td></tr>
<tr><td>Parque Acuático</td><td>44 Km</td></tr>
<tr><td>Elevación:</td><td>Distancia desde el casco urbano del municipio:</td></tr>
<tr><td>590 msnm</td><td>1 Km</td></tr>
<tr><td>Acceso:</td><td>Condiciones de Acceso:</td></tr>
<tr><td>Se encuentra a la orilla de la carretera panamericana en el Km 45</td><td>Carretera Pavimentada en excelentes Condiciones</td></tr>
<tr><td colspan="2">Servicios que ofrece: Piscinas, Servicio de Restaurante y Bar, Alquiler de local para eventos sociales.</td></tr>
<tr><td>Capacidad:</td><td>40 mesas, 160 asientos.</td></tr>
<tr><td>Propietario:</td><td></td></tr>
<tr><td>Administración:</td><td>Privada</td></tr>
<tr><td>Tipo de vehículo recomendado:</td><td>Todo tipo de Vehículo</td></tr>
<tr><td>Señalización en el sitio</td><td>No Existe señalización</td></tr>
<tr><td colspan="2">Descripción del lugar: El Parque acuático “El Caminante” se encuentra ubicado a un costado de la carretera Panamericana a la altura del km 45 del Municipio de Santo Domingo. Además, el lugar cuenta con Piscinas, áreas verdes, área de restaurante y discoteca.</td></tr>
</table>

CENTRO DE SERVICIOS HOTEL DON PABLITO TESAK		
	**Municipio:**	**Departamento:**
	San Vicente	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	HOTEL DON PABLITO TESAK	2393-0112
	Tipo de atractivo:	**Direccion:**
	Artificial	Urbanización Vaquerano, Calle a Amapulapa # 25 San Vicente.
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1 hr	3 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Hotel de Ciudad	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	390 msnm	1.5 Km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Urbanización Vaquerano, Calle a Amapulapa # 25 San Vicente.	Carretera Pavimentada en buenas Condiciones
	Servicios que ofrece: Hotel, Restaurante, Banquetes, Salones para eventos empresariales y sociales.	
	Capacidad:	34 Habitaciones para alojar a 81 personas.
	Propietario:	
	Administración:	Privada
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	No Existe señalización
	Descripción del lugar: El Hotel de “Don Pablito Tesak” cuenta con 34 habitaciones de tipo individual, matrimonial, doble, triple, cuádruple, quíntuple y una De luxe. Todas las habitaciones cuentan con: Baño privado, Closet, Televisor plasma con cable, Aire acondicionado, y Conexión ilimitada a Internet. El Restaurante “Dinora & Ildikó” pone a disposición diferentes platillos de carne de res, aves y mariscos, acompañados de sus tortillitas recién hechas y refrescos naturales; así como deliciosos platillos de comida típica.	

HOTEL "POSADA BELEN"		
	Municipio:	**Departamento:**
	San Vicente	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	HOTEL "POSADA BELEN"	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Sobre la 12calle oriente, barrio san francisco, una cuadra arriba de la iglesia de los amositos
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1 hr	2 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Hotel de Ciudad	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	390 msnm	1 Km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Sobre la 12calle oriente, barrio san francisco, una cuadra arriba de la iglesia de los amositos.	Carretera Pavimentada en buenas Condiciones
	Servicios que ofrece: Habitaciones sencillas, dobles.	
	Capacidad:	
	Propietario:	
	Administración:	Privada
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	No Existe señalización
	Descripción del lugar: Es un hotel que ofrece habitaciones sencillas y dobles, con acceso a baños privados, aire acondicionado, TV con cables entre otros servicios.	

HOSTAL Y RESTAURANTE MI PUEBLO		
	Municipio:	**Departamento:**
	Apastepeque	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	HOSTAL Y RESTAURANTE MI PUEBLO	7657-5759
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Barrio Santa Rosa
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1 hr	----
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Hostal y Restaurante	58 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	590 msnm	---
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Avenida 14 de Diciembre, Barrio Santa Rosa, Apastepeque	Carretera Pavimentada en buenas Condiciones
	Servicios que ofrece: Habitaciones Dobles y sencillas con todas las comodidades.	
	Capacidad:	
	Propietario:	
	Administración:	Privada
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	No Existe señalización
	Descripción del lugar: Es un hostal que ofrece habitaciones sencillas y dobles, con acceso a baños privados, aire acondicionado, TV con cables entre otros servicios. Además, cuenta con restaurante donde se puede disfrutar de platillos típicos.	

EL PORTAL HOSTAL & CAFFE LOUNGE		
	Municipio:	**Departamento:**
	Apastepeque	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	EL PORTAL HOSTAL & CAFFE LOUNGE	7691-5470
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Centro del casco urbano de Apastepeque
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1 hr	----
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Café Y Restaurante	58 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	590 msnm	---
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Frente a parque central de Apastepeque	Carretera Pavimentada en buenas Condiciones
	Servicios que ofrece: Servicio de Restaurante Y Bar, Café.	
	Capacidad:	
	Propietario:	
	Administración:	Privada
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	No Existe señalización
	Descripción del lugar: Es Restaurante y Café, Sirviendo Platillos nacionales e internacionales, con especialidad en comida mexicana, además cuenta con Bar, ofreciendo una variedad de bebidas nacionales e internacionales.	

FLOWERS INN HOTEL		
	Municipio:	**Departamento:**
	Santo Domingo	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Flowers Inn Hotel	2333-0298
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Km 45 Carretera Panamericana
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	45 min	3 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Hotel	44 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	590 msnm	1 Km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Toma Desvió en la carretera panamericana en el Km 45, El hotel esta frente a Parque acuático EL Caminante.	Carretera Pavimentada en buenas Condiciones
	Servicios que ofrece: Habitaciones Sencillas y Dobles, Piscinas, Servicio de Restaurante, Alquiler de local para eventos sociales.	
	Capacidad:	
	Propietario:	
	Administración:	Privada
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	Existe señalización
	Descripción del lugar: Cuenta con amplias habitaciones dobles y sencillas que poseen: Aire acondicionado, Servicio a la habitación, Televisión con cable, Baño y Servicio de lavandería. Además cuenta con servicio de restaurante con un delicioso menú típico, piscina, parqueo privado e internet.	

CENTRO DE CONVENCIONES BAR Y RESTAURANTE CADILLAC		
	Municipio:	**Departamento:**
	San Vicente	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Centro de convenciones Bar y Restaurante Cadillac	2312-7774
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Barrio San Francisco, San Vicente
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1 hr	2 min
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Bar y Restaurante	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	390 msnm	1 Km
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Desde parque central de San Vicente recorre la Av. Crescencio Miranda, hasta #38 Barrio San Francisco.	Carretera Pavimentada en buenas Condiciones
	Servicios que ofrece: Servicio de restaurante a la Carta y Bar, Alquiler de local para todo tipo de eventos sociales.	
	Capacidad:	
	Propietario:	
	Administración:	Privada
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	No existe señalización
	Descripción del lugar: el restaurante y bar Cadillac, ofrece un variado menú a la carta con platillos nacionales e internacionales, asi mismo su bar ofrece bebidas nacionales e internacionales, cuenta con karaoke. También presta sus servicios para todo tipo de evento social.	

RESTAURANTE CASA BLANCA		
	Municipio:	**Departamento:**
	San Vicente	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Restaurante Casa Blanca	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Centro de San Vicente
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1 hr	---
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Bar y Restaurante	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	390 msnm	--
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	Calle en buenas condiciones frente a parque central de San Vicente.	Carretera Pavimentada en buenas Condiciones
	Servicios que ofrece: Servicio de restaurante a la Carta y Bar, Alquiler de local para todo tipo de eventos sociales.	
	Capacidad:	
	Propietario:	
	Administración:	Privada
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	No existe señalización
	Descripción del lugar: Restaurante y Bar Casa Blanca ofrece deliciosos platillos tradicionales salvadoreños, así como platillos internacionales, además ofrece bebidas nacionales e internacionales a sus clientes. Cuenta con amplias instalaciones en el propio centro de San Vicente, ofrece baño de piscinas gratis a los niños.	

RESTAURANTE JARRO CAFÉ		
	Municipio:	**Departamento:**
	San Vicente	San Vicente
	Nombre del atractivo/recurso:	**Teléfono:**
	Restaurante Jarro Café	
	Tipo de atractivo:	**Dirección:**
	Artificial	Centro de San Vicente
	Tiempo desde San Salvador al municipio:	**Tiempo desde el casco urbano del municipio:**
	1 hr	---
	Clase:	**Distancia desde San Salvador al municipio:**
	Bar y Restaurante	60 Km
	Elevación:	**Distancia desde el casco urbano del municipio:**
	390 msnm	--
	Acceso:	**Condiciones de Acceso:**
	3ª Calle poniente frente a parque central de San Vicente.	Carretera Pavimentada en buenas Condiciones
	Servicios que ofrece: Servicio de restaurante a la Carta y Bar con Bebidas nacionales e internacionales.	
	Capacidad:	
	Propietario:	
	Administración:	Privada
	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de Vehículo
	Señalización en el sitio	No existe señalización
	Descripción del lugar: Restaurante y Bar Jarro Café ofrece deliciosos platillos tradicionales salvadoreños, así como platillos internacionales, además ofrece bebidas nacionales e internacionales a sus clientes. Cuenta con amplias instalaciones en el propio centro de San Vicente frente a la Torre y parque central de San Vicente.	

4.7.5. OFERTA PRODUCTOS IDENTITARIOS POR MUNICIPIO

INVENTARIO DE PRODUCTOS IDENTITARIOS DE LA MICRORREGIÓN DEL VALLE DE JIBOA

N°	Municipio	Categoría del producto identitario	Producto identitario	Encargado	Actitud de emprendimiento empresarial	Se abastece en la zona
1	Apastepeque	Artesanía en madera	Artículos varios de madera	Sabas Gómez	Alto nivel de emprendedurismo	si
			Artículos varios de madera	Cándido Pineda	Mediano nivel de organización emprendedora	si
			Artículos varios de madera	Jairo Hernández	Mediano nivel de organización emprendedora	si
2	Guadalupe	Proceso del café de forma artesanal	Café empacado	____	Alto nivel de emprendedurismo	si
		Proceso de forma artesanal de la miel	Mil de abeja	_____	Alto nivel de emprendedurismo	si
		Producción de derivados del azufre	Mascarillas de azufre	_____	Alto nivel de emprendedurismo	si
		Artesanía en madera	Artículos varios de madera	Juan Carlos	Alto nivel de emprendedurismo	si

		Artesanos en barro	Comales	____	Mediano nivel de organización emprendedora	si
		Calzado en cuero	Calzado tradicional en cuero	____	Mediano nivel de organización emprendedora	si
3	San Cayetano	Molienda el Cerrón Grande	Productos derivados de la caña de azúcar	____	Alto nivel de emprendedurismo	si
		Artesanías en madera				
		Productos de barro				
4	Santa Clara	Producción artesanal de Quesadillas	Quesadillas	____	Mediano nivel de organización emprendedora	si
5	San Sebastián	Artesanías en textiles	Bolsos, manteles, mantas, hamacas	Grupo artesanal		si
6	San Lorenzo	Artesanía en madera	Marcos y artículos varios de cocina	Oliverio Rivas	Alto nivel de emprendedurismo	si
		Artesanos en barro	Cantaros, comales, paisajes	Grupo artesanal 5 personas	Alto nivel de emprendedurismo organizado	si

		Artesanos en pintura	Pintura en artículos ya formado	Grupo artesanal 5 personas	Alto nivel de emprendedurismo organizado	no
		Proceso de vino Artesanal	Vino de Jamaica	----	Mediano nivel de organización emprendedora	si
		Productos artesanales de Zapuyul	Shampo de Zapuyulo y zanahoria	Asociación de mujeres activas Contacto: Maira Morales	Alto nivel de emprendedurismo organizado	si
7	San Vicente	Dulces artesanales	Dulces artesanales	Familia Villalta	Alto nivel de emprendedurismo organizado	si
8	Tepetitán	Productos de arroz	Vino de arroz	Gerardo Arsenio	Mediano nivel de organización emprendedora	si
		Productos de Bambú	Muebles de bambú	Gustavo Alfaro	Mediano nivel de organización emprendedora	si
9	Verapaz	Productos de yute	Bolsos de yute	Yessenia Guadalupe Argueta	Mediano nivel de organización emprendedora	Si
		Productos de yute	Artesanías de bagazo	Héctor Antonio Paniagua	Mediano nivel de organización emprendedora	Si

		Productos de mimbre	Cestos	Daniel González	Mediano nivel de organización emprendedora	No
		Artesanías en textiles	Bolsos de tela	Enrique Palacios	Mediano nivel de organización emprendedora	No
		Artesanías en piedra	Estructuras en piedra	Alfredo Zepeda	Mediano nivel de organización emprendedora	Si
10	Jerusalén	Pintura en lienzo y en hojas	Pinturas	------	Alto nivel de emprendedurismo organizado	Si
		Pintura en manteles	Manteles decorativos	-------	Alto nivel de emprendedurismo organizado	si
11	Mercedes La Ceiba	Productos de Bambú	Cestos de Bambú	Magdaleno Hernández	Baja organización emprendedora	si
12	Santo Domingo	Producción de canastos	Canastos	-----	Alto nivel de emprendedurismo organizado	Si
13	San Esteban	Productos derivados de la caña de azúcar	Melcochas	----	Alto nivel de emprendedurismo organizado	si

14	San Idelfonso	Productos lácteos	Quesos y quesillos	Carlota Ruiz	Baja organización emprendedora	si
		Artesanos en barro	Comales	Miguel Antonio Cornejo	Mediano nivel de organización emprendedora	si

Tabla 123: Principales Productos Identitarios por Municipios de la MIJIBOA.

Fuente: Elaboración Propia.

4.7.6. SELECCIÓN DE PRODUCTOS IDENTITARIOS POR MUNICIPIO

N°	Lista de chequeo oferta productos artesanales	Valoración total	Completamente	Poco	Nunca
1	Municipio al que representa	2	2	2	2
2	Categoría del producto	2	2	2	2
3	Nombre del producto	3	3	3	3
4	Nombre del encargado	3	3	3	3
5	Actitud empresarial emprendedora y organizada	18	6	12	18
6	Abastecimiento de MP de la zona	24	24	16	8
7	El municipio se identifica con el producto	30	30	20	10

8	Actitud hacia proyectos de desarrollo	18	18	12	6

Copia de tabla 28: Asignación de valores para escogitación de productos artesanales.

Fuente: Elaboración Propia.

N°	Municipio	Categoría del producto identitario	Producto identitario	7. El municipio se identifica con el producto	5. Actitud hacia proyectos de desarrollo	8. Actitud de emprendimiento empresarial	6. Se abastece en la zona	Total
1	Apastepeque	Artesanía en madera	Artículos varios de madera	30	18	18	24	100
		Productos derivados de la caña de azúcar	Dulce de Panela	20	18	18	24	90
2	Guadalupe	Café de forma artesanal	Café empacado	30	18	18	24	100
		Miel de Abeja	Miel de Abeja	30	18	18	24	100
		Productos de derivados del azufre	Mascarillas de azufre	30	12	6	24	72
		Artesanía en madera	Artículos varios de madera	30	18	18	24	100

		Artesanos en barro	Comales	30	18	18	24	100
		Artesanos en pintura	Pinturas	30	18	18	24	100
		Calzado en cuero	Calzado tradicional en cuero	10	12	12	24	68
3	San Cayetano	Productos derivados de la caña de azúcar	Dulce de Panela	20	18	18	24	90
		Artesanías en madera		10	12	12	16	60
		Productos de barro		30	18	18	24	100
4	Santa Clara	Producción artesanal de Quesadillas	Quesadillas	30	18	18	24	100
		Vinos Artesanales	Vinos Frutales	30	18	18	24	100
		Miel de Abeja	Miel de Abeja	30	18	18	24	100
5	San Sebastián	Artesanías en textiles	Bolsos, manteles, mantas, hamacas	30	18	18	24	100
6	San Lorenzo	Artesanía en madera	Marcos y artículos varios de cocina	30	18	18	24	100

		Artesanos en barro	Cantaros, comales, paisajes	30	18	18	24	100
		Artesanos en pintura	Pintura en artículos ya formado	30	18	18	24	100
		Vino Artesanal	Vino de Jamaica	20	12	12	24	78
		Productos artesanales de Zapuyul	Shampo de Zapuyulo y zanahoria	30	18	18	24	100
7	San Vicente	Dulces artesanales	Dulces artesanales	30	18	18	24	100
8	Tepetitán	Vinos Artesanales	Vino Frutales	30	18	18	24	100
		Productos de Bambú	Muebles de bambú	30	18	18	24	100
9	Verapaz	Productos de yute	Bolsos de yute	20	12	12	24	78
		Productos derivados de la caña de azúcar	Dulce de Panela	30	18	18	24	100
		Productos de yute	Artesanías de bagazo	30	18	18	24	100

		Productos de mimbre	Cestos	20	12	12	8	62
		Artesanías en textiles	Bolsos de tela	20	12	12	8	62
		Artesanías en piedra	Estructuras en piedra	20	12	12	24	78
10	Jerusalén	Pintura en lienzo y en hojas	Pinturas	10	18	18	24	80
		Pintura en manteles	Manteles decorativos	30	18	18	24	100
11	Mercedes La Ceiba	Productos de Bambú	Cestos de Bambú	30	18	18	24	100
12	Santo Domingo	Producción de canastos	Canastos	30	18	18	24	100
		Dulces Artesanales	Conservas Frutales	30	18	18	24	100
13	San Esteban	Productos derivados de la caña de azúcar	Melcochas	30	18	18	24	100
14	San Idelfonso	Productos lácteos	Quesos y quesillos	30	18	18	24	100
		Artesanos en barro	Comales	10	12	12	24	68

Tabla 124: Tabla de valoración y selección de productos artesanales.

Fuente Elaboración propia.

4.7.7. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES IDENTITARIOS

Municipio	Categoría del Producto Identitario	Productos Identitarios	Descripción	Volumen de Producción	Disponibilidad durante todo el año
Apastepeque	Artesanías en Madera	Artículos varios de Madera	Artículos tallados a mano de múltiples formas en madera, La madera se talla mediante un proceso de desgaste y pulido, con el propósito de darle una forma determinada, que puede ir desde artículos muy pequeños hasta artículos muy grandes.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si
Guadalupe	Proceso Artesanal de extracción de Miel de Abeja	Miel de Abeja	La miel de abeja es un producto que las abejas producen a partir de la transformación del néctar de las flores. Es utilizada principalmente para endulzar y preparar algunos alimentos, pero el principal beneficio de la miel se encuentra en sus propiedades antibacterial, anti-inflamatorias, antisépticas y calmantes.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si

	Artesanías en Madera	Artículos Varios de Madera	Madera tallada mediante un proceso de desgaste y pulido, con el propósito de darle una forma determinada, que puede ir desde artículos muy pequeños hasta artículos muy grandes.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si
	Artesanías en Barro	Comales	Los Comales con forma de plato llano, son elaborados de barro cocido, es utilizado para preparar varios tipos de platillos tradicionales, en particular, las tortillas de maíz y los derivados del maíz.	Mediano Nivel de Volumen de Producción	Si
	Artesanías en Pinturas	Pinturas en cuadros	Pinturas artísticas trazadas en lienzos o madera, con distintos paisajes, creaciones y expresiones. La pintura se lleva a cabo a través de pinceles y brochas. Entre los pigmentos, los más comunes son las acuarelas, témperas, acrílicos, etc.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si

San Cayetano Istepeque	Artesanías en Barro	Artículos varios de Barro	Son artículos elaborados de barro crudo, en donde se le da la forma deseada a mano o ya se en una especie de torno, posteriormente son cocidos en un horno, en algunos casos después de haberse cocido son pintados y decorados.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si
Santa Clara	Quesadillas Artesanales	Quesadillas	La quesadilla es una especie de pan elaborado a base de Maíz o Arroz con varios productos lácteos como el queso, Mantequilla o cuajada (de ahí proviene su nombre), los cuales sirven para la preparación de este pan esponjoso y húmedo que aparte de ser conocido como un plato típico, también es un postre tradicional**.**	Mediano Nivel de Volumen de Producción	Si
	Vinos Artesanales	Vinos frutales	El vino de frutas es una bebida obtenida a partir de fermentación alcohólica del zumo de frutas como: Piña, Uva, Manzana Roja, Manzana verde, Rosa de Jamaica, Fresa y papaya.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si

	Proceso Artesanal de Extracción de Miel de Abeja	Miel de Abeja 	La miel de abeja es un producto que las abejas producen a partir de la transformación del néctar de las flores. Es utilizada principalmente para endulzar y preparar algunos alimentos, pero el principal beneficio de la miel se encuentra en sus propiedades antibacterial, anti-inflamatorias, antisépticas y calmantes.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si
San Sebastián	Artesanías en Textiles	Bolsos, manteles, mantas, hamacas 	Se elaboran majestuosas hamacas, colchas, cubrecamas, manteles para mesa, tortilleros, pequeños pero coloridos morrales y prendas de vestir, a partir de urdimientos de hilos que es primer paso para tejer, Este proceso consiste en enrollar hebras de diferentes colores en barras de madera que forman un círculo; cada color tiene 24 hilos por manojo y cada hilo es enrollado 102 veces en el tubo, sin equivocarse. Plegar es la siguiente etapa y se trata de poner el hilo urdido en el telar, se requiere de varias manos para poder hacerlo por el pesor y tamaño que esto tiene, luego viene la pegada del hilo, que es unirlo para que todo quede igual, mientras que otras personas están elaborando las famosas canillas o cañones.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si

San Lorenzo	Artesanías en Madera	Marcos y artículos varios de cocina	Son piezas de madera talladas a mano, desde marcos y artículos de cocina como cucharas y tenedores entre otros.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si
	Artesanías en Barro	Cantaros, comales.	Son artículos elaborados de barro crudo, en donde se le da la forma deseada a mano y posteriormente son cocidos en un horno. Los comales pueden ser utilizados para cocer tortillas y derivados del maíz, y los cantaros son utilizados para almacenar agua, que debido a sus características, el agua permanece siempre fresca; o pueden ser utilizados simplemente como adornos.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si
	Artesanías de Pintura	Pintura en artículos ya formados	Son pinturas realizadas sobre piezas de barro o cerámicas, previamente elaboradas. En dichas piezas pueden plasmarse innumerables formas de expresiones artísticas.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si

	Productos artesanales de Zapuyul y de Zanahoria	Shampo de Zapuyulo y Zanahoria	Son Shampo's elaborados orgánicamente a base de Zapuyulo y Zanahoria. Este tipo de Shampo orgánico ayuda a estimular el crecimiento del cabello, evita la caída del cabello, dándole brillo y suavidad, lo más importante que como es un producto orgánico no irrita la piel ni le hace ningún tipo de daño.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si
San Vicente	Dulces Artesanales	Dulces Frutales	Su elaboración es más una artesanía que una industria, primero porque se emplea mucha creatividad y hay contacto muy estrecho entre el artesano y el producto. Surgiendo de esa imaginación los quesitos de almendra, los dulces de nance, las cocadas, los zapotillos, la leche de burra, el dulce de chilacayote, las tartaritas, espumillas, mazapanes y "borrachitos" a base de marquesote y licor, así como las conservas y jaleas de frutas.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si
	Vinos Artesanales	Vinos Frutales	El vino de frutas es una bebida obtenida a partir de fermentación alcohólica del zumo de frutas como: Camote, Jocote, Piña, Uva, Manzana,, Rosa de Jamaica, Fresa, papaya entre otros. Cabe destacar que El Chentillo, que es vino elaborado a base de Camote, es la bebida más popular que distingue a la Ciudad de San Vicente.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si

Tepetitán	Productos de Bambú	Muebles de Bambú 	Son Sillas, Sillones, y Mesas elaborados de Bambú, los artesanos miden, cortan y unen las piezas para formar estos hermosos y finos muebles con detalles.	Mediano Nivel de Volumen de Producción	Si
Verapaz	Productos derivados de la Caña de Azúcar	Dulce de Panela 	La elaboración del dulce de panela, comienza cuando la caña de azúcar llega a las moliendas, en donde es triturada por "trapiches", para sacarle todo su jugo a la caña, posteriormente se pone a cocer este jugo por varias horas, luego de su cocimiento se coloca en unos moldes la jalea ya cocida, en donde se deja secar un tiempo, posteriormente el dulce de panela es envuelto en tuza seca. Este dulce se utiliza en la cocina para elaborar diferentes recetas y platillos tradicionales salvadoreños.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si
		Artesanías de Bagazo 	Estas artesanías se elaboran del bagazo que quedo de la caña en las moliendas que elaboran dulce de panela. El primer paso es formar y poner a secar la pieza por unos cinco días, posteriormente esta queda lista para que sobre ella pueda se pueda pintar y decorarse.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si

Jerusalén	Pintura en Manteles	Manteles decorativos	Son Manteles decorativos, en donde se pintan diferentes expresiones artísticas.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si
Mercedes La Ceiba	Productos de Bambú	Cestos de bambú	Son Canastos elaborados de Bambú, de diferentes formas y tamaños, su uso puede ser variado, ya sea para poner el pan o las tortillas sobre la mesa, o asi como para guardar ropa.	Bajo Nivel de Volumen de producción	Si
Santo Domingo	Productos de Mimbre	Canastos	Son Canastos elaborados de Mimbre, de diferentes formas y tamaños, su uso puede ser variado, ya sea para poner el pan o las tortillas sobre la mesa, o asi como para guardar ropa.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si

	Dulces Artesanales	Dulces Frutales de Ferias	Su elaboración es más una artesanía que una industria, primero porque se emplea mucha creatividad y hay contacto muy estrecho entre el artesano y el producto. Surgiendo de esa imaginación los quesitos de almendra, los dulces de nance, las cocadas, los zapotillos, la leche de burra, el dulce de chilacayote, las tartaritas, espumillas, mazapanes y "borrachitos" a base de marquesote y licor, así como las conservas y jaleas de frutas. Cada uno con un proceso diferente y, por supuesto, con los secretos de familia para obtener el punto adecuado para conservarlos y darles un mejor sabor.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si
San Esteban Catarina	Productos derivados de la Caña de Azúcar	Melcochas	La melcocha es un dulce muy representativo de San Esteban Catarina, y es elaborado de forma artesanal a partir de una mezcla de agua y azúcar o elaborada a base de panela, la cual se deja espesar y que con el contacto del aire se vuelve maleable.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si

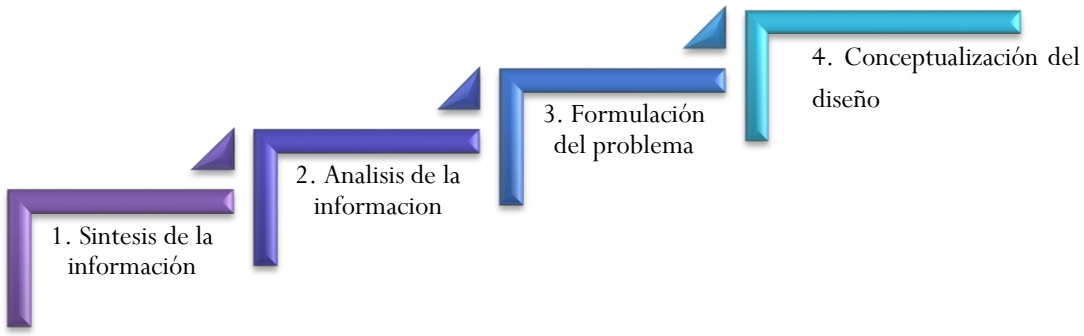
San Ildefonso	Productos Lácteos	Quesos y Quesillo	El queso y el quesillo son los productos que más representan al municipio de San Ildefonso, El Queso se elabora a partir del cuajo de la leche, este se coloca sobre una prensa con unos cinchos y se deja secar por algunos días, mientras que el quesillo se elabora mediante un proceso de cocción. El quesillo es uno de los ingredientes fundamentales para la elaboración del plato típico salvadoreño “las Pupusas”.	Alto Nivel de Volumen de Producción	Si

Tabla 125: Descripción de Productos Artesanales Identitarios.

Fuente: Elaboración Propia.

5. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El diagnóstico de la información se presenta estructurado de la siguiente manera:



Esquema 25: Diagnostico de la situación Turística y artesanal de La Microrregión del Jiboa

Fuente: Elaboración Propia.

5.1. SÍNTESIS DE LOS COMPONENTES SISTÉMICOS TURÍSTICOS EN ESTUDIO

5.1.1. INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA

Para la investigación se han considerado dos mercados meta para turismo y para comercio que constituyen la demanda: el mercado nacional y el mercado internacional, dichos mercados se definieron de acuerdo al lugar de origen. Para la recopilación de la información referente a estos dos mercados se utilizó:

a) La encuesta, como fuente primaria, para el turista nacional y
b) El Informe estadístico de Turismo, como fuente secundaria, para el turista internacional.

Los resultados permiten cualificar y cuantificar la demanda nacional e internacional. A demás permiten medir como un primer parámetro la demanda turística para sobre esta determinar las preferencias del comercio artesanal ofertado por la Microrregión del Jiboa. A continuación, se muestra los datos obtenidos de manera resumida:

5.1.2. TURISTA NACIONAL

Los resultados obtenidos de la investigación de campo, obtenidos a través de la encuesta diseñada, se presentan en el Anexo B: Resultados de la Encuesta, donde se trataron varios tópicos de turismo nacional. Recordando que se tuvo como meta una muestra de 120 personas seleccionadas aleatoriamente en: AMSS, San Vicente, San Miguel, La Unión, Usulután, Morazán, La Paz. Tanto el departamento de San Vicente como La Paz conforman la zona de estudio, por su parte los departamentos de la Zona oriental antes citados representa un mercado significativo por su cercanía geográfica en el caso de La Unión y el AMSS por poseer una demanda potencial de importancia para la zona.

Para la tabulación de los resultados se utilizó el software Microsoft Excel, así como el editor de bases de datos de Google que permite la realización del cruce y filtros de variables para un análisis más profundo de las respuestas obtenidas.

5.1.3. TURISTA INTERNACIONAL

Debido a la dificultad que entrañaría realizar la investigación directamente sobre la demanda de turistas internacionales, para la realización de la investigación de este mercado, se utilizarán las fuentes secundarias disponibles, que corresponden a los informes estadísticos que el Ministerio de Turismo realiza cada año, y en el que se incluyen datos concernientes a los turistas internacionales.

5.2. SÍNTESIS DE LA INFORMACIÓN DEL ESTUDIO DE LA DEMANDA

5.2.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA[100]

- De acuerdo a los resultados de las encuestas podemos decir que: Del total del universo, 1 266,421, el 53.3% correspondiente al 675,002 practica Ecoturismo, así mismo el 65.8% del total del universo, es decir 833,305 practica el turismo Rural, el 44.2% que corresponde al 559,758 gusta practicar turismo Cultural.
- Los turistas prefieren salir con familiares o amigos a realizar actividades turísticas, teniendo esta respuesta el 53% y el 28% respectivamente. De las personas que

[100] Ver Anexo 2.

contestaron a la encuesta, correspondiente esto a un total de 671,203 para el número de personas que gustan de práctica turismo en familia y de 354,597 personas que gustan de practicar turismo acompañados por grupos de amigos. La tercera opción en compañía en preferencia es de 202,627 que corresponde al número de personas que practican turismo en pareja.

- El medio de transporte preferido es el vehículo particular con un 60% correspondiente a 759,852 personas. También el 62% de las personas dijeron les gustaría adquirir paquetes para realizar las actividades turísticas.
- Los turistas nacionales practican el turismo dos veces al año con un nivel de participación de 32% en la respuesta, seguido de cerca por el 28% alcanzado en la respuesta que sugiere que los encuestados practican turismo cuatro veces o más al año. Solamente el 20% correspondiente a 253,284 personas dijeron que realizaban turismo una vez al año. En cuanto a las fechas en que mayoritariamente practican turismo se obtuvieron las siguientes conclusiones: el 79.2% practica turismo los fines de semana correspondiente a $1_1$230,961 personas, seguido de un 70.8% que dicen practicar turismo en vacaciones de verano.
- Los servicios complementarios que los turistas preferirían brindaran los lugares de visita son de acuerdo a la muestra 80% servicios de alimentación correspondiente a un $1_1$013,136 personas del universo, Ventas Artesanales 67.5% que corresponde a un total de 854,834 personas, seguidos de servicios de Guías turísticos con un 60.8% correspondiente a 769,983 personas.
- Con respecto al gasto promedio de la última visita realizado por los turistas la alternativa con mayor participación es el 48% es decir gastos entre $26 a $50 por persona o por grupo familiar.
- La medición de la demanda de comercio de artículos identitarios de las zonas a visitar refleja que el 83% manifiesta comprar al menos un producto en sus visitas lo que corresponde a un total de $1_1$051,129 personas.
- La medición de la preferencia de los productos identitarios que ofrece la microrregión deja ver el gusto de los turistas por la compra artesanías en madera y la compra de dulces artesanales con una participación de respuesta de 68.8% y 67.7%,

respectivamente. Además, se puede ver que la mayoría gasto en promedio entre $6 y $10 en el consumo de dichos artículos.

5.2.2. CRUCES DE INFORMACIÓN PARA ANÁLISIS

TIPO DE TURISMO	PARTICIPACION	
Turismo Rural	75	62.50%
Turismo de sol y playa	74	61.70%
Ecoturismo	61	50.83%
Turismo de Aventura	56	46.66%
Turismo cultural	52	43.33%
Turismo arqueológico	30	25.00%

Tabla 126: Participación por tipo de turismo, según encuesta de demanda.

Fuente: Elaboración propia

Dentro de la encuesta de demanda se midieron seis tipos de turismo, los que se desarrollan en Sol y playa, así como el arqueológico, no son incluidos en el análisis por la falta de atractivos en la microrregión, pese a que el turismo de sol y playa tiene mucha aceptación entre el público de demanda con un 21% de participación. El siguiente análisis se desarrolla para los turismos Rural, Aventura, Ecoturismo y cultural.

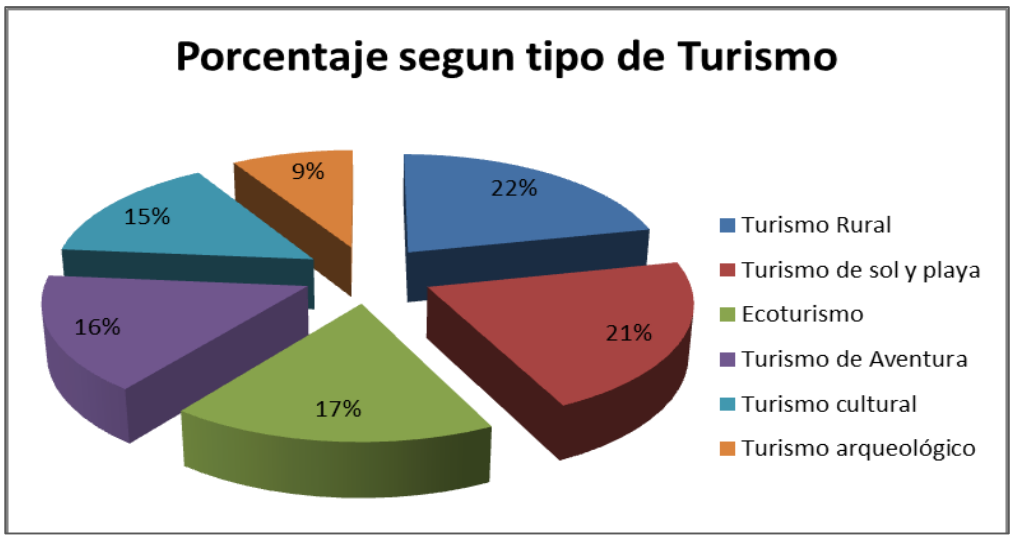


Grafico 1: Porcentaje según tipo de turismo en encuesta de demanda

Fuente: Elaboración Propia.

Participación Por Tipo De Turismo Y Rangos De Edad

Clasificación	Turismo Rural	Ecoturismo	Turismo de Aventura	Turismo cultural
18 a 24	26.66%	36.07%	50.00%	34.62%
25 a 30	38.67%	36.07%	42.86%	25.00%
31 a 35	13.33%	9.84%	5.36%	15.38%
más de 35	21.34%	18.03%	1.79%	19.23%

Tabla 127: participación según rango de edad t tipo de turismo.

Fuente: Elaboración Propia.

La tabulación de información de la demanda permite ver en el grafico 15 que el 50% de los jóvenes con edades entre 18 a 24 años prefieren el turismo de aventura, seguido en porcentajes de participación con el 36.07% y el 34.62%, de ecoturismo y turismo cultural respectivamente, cerca de la cuarta parte de la participación de este rango de edad la constituye el turismo rural con solo un 26.66% de jóvenes que practican este tupo de turismo.

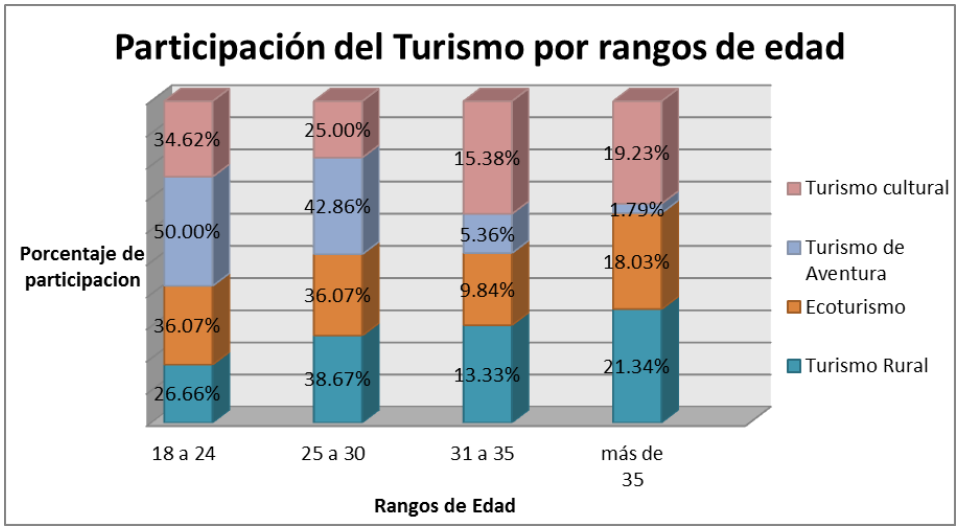


Grafico 2: Participación del turismo por rangos de edad.

Fuente: Elaboración Propia.

Los números según el porcentaje de participación se homogenizan en el rango de edades de 25 a 30 años, como se muestra en el grafico 16 sin embargo el turismo de aventura continua con una ligera ventaja frente a las otras tres opciones con un 42.86%.

Para los rangos de edad entre 31 y 35 años la inclinación por la práctica de turismo de aventura se ve disminuida y tiende a tomar fuerza los turismos cultural y rural, para los turistas mayores de 35 años prefieren mayoritariamente el turismo rural.

Participación Por Tipo De Turismo, Rangos De Edad y Género

Clasificación		**Turismo Rural**	**Ecoturismo**	**Turismo de Aventura**	**Turismo cultural**
18 a 24	M	13.33%	19.67%	23.21%	15.38%

	F	13.33%	16.39%	26.79%	19.23%
25 a 30	M	22.67%	21.31%	32.14%	11.54%
	F	16.00%	14.75%	10.71%	13.46%
31 a 35	M	9.33%	8.20%	1.79%	13.46%
	F	4.00%	1.64%	3.57%	1.92%
más de 35	M	10.67%	11.48%	0.00%	17.31%
	F	10.67%	6.56%	1.79%	1.92%

Tabla 128: Participación del turista según tipo de turismo, género y rango de edad.

Fuente: Elaboración Propia.

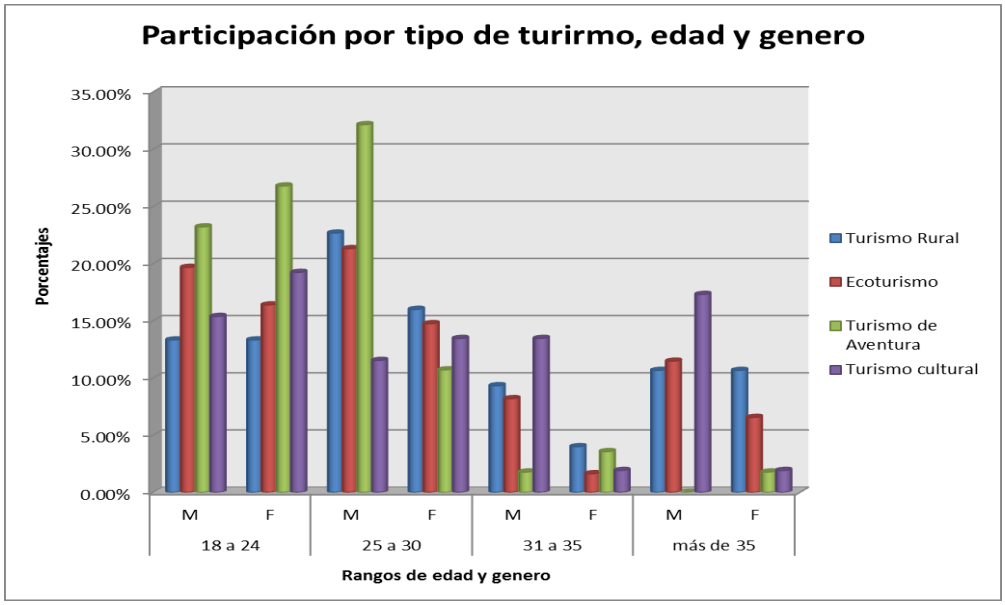


Grafico 3: Participación por tipo de turismo, edad y género.

Fuente: Elaboración Propia.

El análisis de género y rangos de edad deja a la vista la preferencia de los Adultos jóvenes entre 25 y 30 años, específicamente los hombres gustan de turismo de aventura con un 32.14% de participación, seguidos por la categoría de edades entre 18 y 24 años que muestran una preferencia muy similar en cuanto a tipos de turismo y géneros.

Participación según tipo de turismo y nivel de ingresos

TIPO DE TURISMO	NIVEL DE INGRESOS			
	$200 a $300	*$301 a $500*	*$501 a $800*	*más de $800*
Turismo Rural	49.33%	22.67%	16.00%	12.00%
Ecoturismo	44.26%	26.23%	16.39%	13.11%
Turismo de Aventura	50.00%	21.43%	19.64%	8.93%
Turismo cultural	40.38%	26.92%	23.08%	9.62%

Tabla 129: Porcentajes de participación según tipo de turismo y nivel de ingreso.

Fuente: Elaboración Propia.

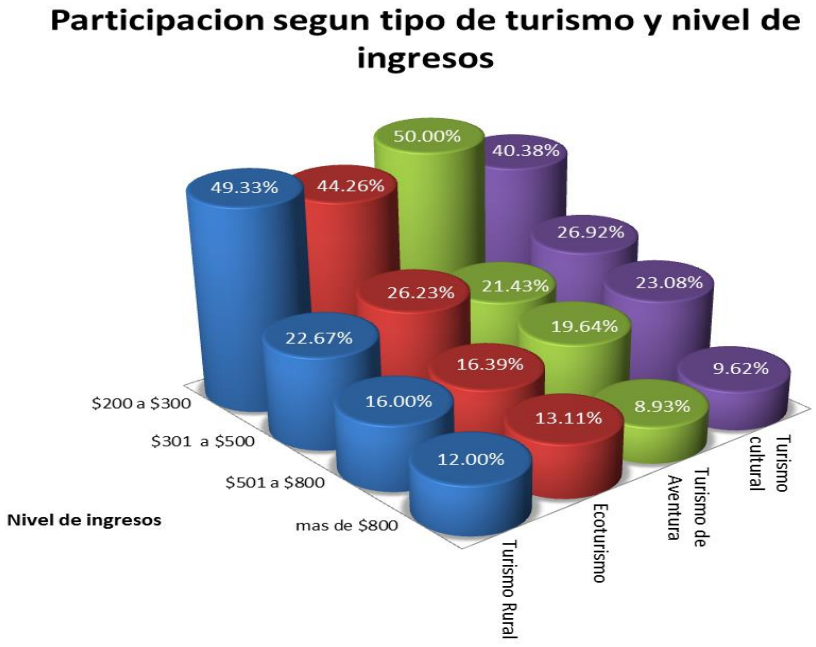


Grafico 4: Participación según tipo de turismo y nivel de ingreso.

Fuente: Elaboración Propia.

5.2.3. PERFIL DEL TURISTA NACIONAL

De acuerdo a los datos obtenidos a través de la aplicación de la encuesta, los puntos más importantes que definen el perfil del turista nacional son los siguientes:

Turismo Cultural

- El ingreso se encuentra en un rango de $200 a $300.
- Prefiere realizar actividades turísticas En familia.
- Gusta de comprar paquetes turísticos.
- Utiliza para el turismo su vehículo propio
- El gasto promedio diario es de $26 a $50
- Practica turismo principalmente en vacaciones de verano, o fines de semana.
- Hace uso de redes sociales para informarse de ofertas turísticas
- Espera principalmente servicios complementarios de restaurante y comercio artesanal

Turismo Rural

- El ingreso se encuentra en un rango de $200 a $300.
- Prefiere realizar actividades turísticas En familia.
- Gusta de comprar paquetes turísticos.
- Utiliza para el turismo su vehículo propio
- El gasto promedio diario es de $26 a $50
- Practica turismo principalmente en vacaciones de verano, o fines de semana.
- Hace uso de redes sociales para informarse de ofertas turísticas
- Espera principalmente servicios complementarios de restaurante y comercio artesanal

5.2.4. PERFIL DEL TURISTA INTERNACIONAL

Según lo expuesto en el capítulo II, y el sub tema Estadísticas de turismo en El Salvador Los principales puntos que se pueden utilizar para definir el perfil del turista extranjero son los siguientes:

Según datos de las encuestas de turismo receptor, realizadas en el 2014, el 67% de los encuestados son de género masculino y el 33% del género femenino.

Por grupos de edades, el 71.75% del total de encuestados tienen edades que oscilan entre el rango de 25 a 44 años de edad, 19.10% son mayores y el 5.70% corresponde a personas menores de 25 años.

Según el nivel de estudios el 87.13% ha realizado estudios superiores, un 11.86% posee estudios secundarios y solo un 1.04% ha realizado estudios primarios, preescolares o no posee.

Características del viaje

El 79.25% de los turistas organizaron su viaje por cuenta propia y solo el 20.75% utilizo paquete turístico. El 53.58% de los viajeros encuestados vienen en grupo al país y el 46.43% viajan solos. El principal medio de alojamiento utilizado por los turistas son hoteles o establecimientos similares 51.10%, seguido de vivienda de familiares y amigos con 43.83%, 3.55% en propiedad o en alquiler, y el 1.54% en otro tipo de alojamiento. Vía de acceso principal es terrestre con un porcentaje de participación de 56.04% de turistas que ingresan al país por esta vía.

Motivo de viaje

El principal motivo de viaje del turista que visito El Salvador en el 2014 se debió a visita a familiares y amigos con 39.7% y ocio con el 38.1%.

5.2.5. PROYECCIONES DE LA DEMANDA DEL TURISMO INTERNACIONAL

De acuerdo a los datos oficiales presentados por el MITUR, retomados de tabla 19 de este documento y basándose únicamente en datos estadísticos, a continuación se presentan proyecciones de crecimiento de la demanda, así como el impacto esperado que esta tendrá sobre la economía del país. Los números en Rojo corresponden a las proyecciones.

De las que la primera columna es el número total de turistas internacionales, mientras que la segunda es el porcentaje sobre la primera que corresponde a los turistas que visitan el país por turismo religioso 5.3%, o visita a sus familiares con el 39.7%, que en total suman el 45%, estos dos rubros son los más representativos para el estudio.

Año	Número de turistas		
2009	1,090,926	490917	Datos estadísticos
2010	1,149,561	517302	
2011	1,184,497	533024	
2012	1,254,724	564626	
2013	1,282,792	577256	
2014	1,345,165	605324	
2015	**1,392,056**	626425	
2016	**1,440,387**	648174	Proyecciones
2017	**1,491,985**	671393	
2018	**1,538,450**	692303	
2019	**1,591,847**	716331	

Tabla 130: Proyecciones de llegadas de turistas.

Fuente Elaboración propia.

El número potencial de turistas que podrían visitar la zona de estudio en los próximos años Se calcula a continuación.

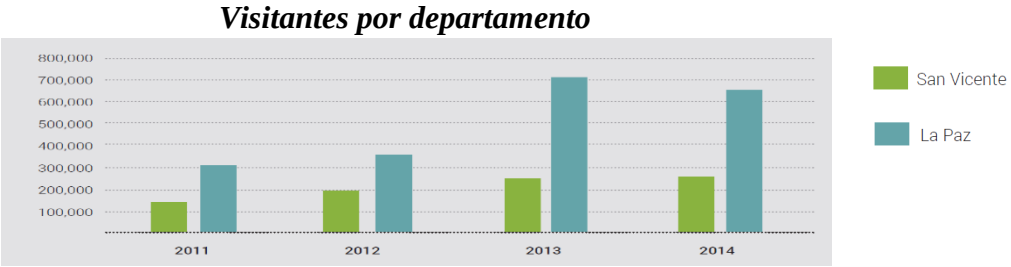


Grafico 5: Llegada de turistas por departamento.

Fuente: microrregión del Valle de Jiboa

El nivel de organización y evolución del territorio ha favorecido el incremento de estadísticas de visitación en los departamentos de La Paz y San Vicente; el gráfico No. 19 muestra el incremento de visitación en cada uno de los departamentos en el período 2011 a 2014; donde el incremento mayoritario de visitantes se ha dado en el departamento de La Paz, debido a que

cuenta con las playas de la Costa del Sol, que es uno de los destinos más visitados por turistas nacionales y extranjeros. En el departamento de San Vicente durante el año 2011 ingresaron 131,206 visitantes; en el 2012 fueron 200,012; durante el 2013 fueron 250,838; y para el 2014 se registraron 260,672; por tanto la tendencia en los cuatro años ha sido incremental en la visitación.

En La Paz, durante el 2011 se recibieron 309,896 visitantes, 362,122 en el 2012, 718,992 en el 2013 y 657,312 en el 2014. Al realizar un comparativo del primer semestre del calendario en los últimos cinco años, se puede visualizar una tendencia de crecimiento en la cantidad de visitantes, situación que se mantiene en el primer bimestre del año 2015 en ambos departamentos.

Departamento	1° Semestre 2011	1° Semestre 2012	1° Semestre 2013	1° Semestre 2014	1° Semestre 2015
San Vicente	52,918	104,590	141,564	143,409	149,643
La Paz	152,225	207,810	452,133	322,085	342,407
Total	205,143	312,400	593,697	465,494	492,050

Tabla 131: Visitantes por trimestre departamentos de la Paz y San Vicente.

Fuente: Microrregión del Jiboa.

A continuación, Se muestran las Proyecciones de turistas por departamento:

Año	Número de turistas San Vicente	
2011	131,206	Datos estadísticos
2012	200,012	
2013	250,838	
2014	260,672	
2015	**320,488**	**Proyecciones**
2016	**364,410**	

2017	**408,333**	
2018	**445,006**	
2019	**487,399**	

Tabla 132: Proyecciones de turistas por departamento de San Vicente.

Fuente: Elaboración Propia.

Año	**Número de turistas La Paz**	
2011	309,896	Datos estadísticos
2012	362,122	
2013	718,992	
2014	657,312	
2015	**861,860**	**Proyecciones**
2016	**1,001,772**	
2017	**1,141,684**	
2018	**1,285,693**	
2019	**1,387,205**	

Tabla 133: Proyecciones de turistas por departamento de La Paz.

Fuente: Elaboración Propia.

5.2.6. IMPACTO SOBRE LA ECONOMÍA DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Los arribos de turistas, ya sea por motivos de placer o negocios, y el uso de los atractivos y servicios turísticos, se espera que tengan un efecto positivo en la economía, para el presente año y los años siguientes se espera que exista un aumento en dicha entrada de divisas. Así las proyecciones son como siguen:

Año	Gasto Turismo internacional	
2012	885.84	Datos estadísticos
2013	771.55	
2014	983.84	
2015	861,860	
2016	**861,864**	**Proyecciones**
2017	**1,120,168**	
2018	**1,378,473**	
2019	**1,728,639**	

Tabla 134: proyecciones del gasto turístico internacional.

Fuente: Elaboración Propia.

Para una visión más completa del impacto que cada turista internacional tiene sobre la economía, es necesario analizar los factores que marcan el total del gasto que un turista realiza en un país que visita, estos son: El promedio de gasto diario, y el número de días que dura su visita. Siguiendo los datos del MITUR, la tendencia que se percibe para estos datos es la siguiente:

Año	Gasto promedio por persona	Estadía promedio	
2010	73.5	4.6	Datos estadísticos
2011	89.2	4.4	
2012	89.7	4.2	
2013	100.9	5.2	
2014	100.2	5.6	
2015	**106.05**	**6.0**	**Proyecciones**
2016	**111.30**	**6.7**	

2017	**116.13**	**7.3**	
2018	**120.97**	**7.9**	
2019	**124.60**	**8.3**	

Tabla 135: Gasto promedio y estadía promedio por turista extranjero

Fuente: Elaboración Propia.

5.2.7. IMPACTO DEL MERCADO DE TURISTAS SALVADOREÑOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR

Con los datos obtenidos de la demanda Internacional sabemos que:

El 16.3% de los arribos de turistas internacionales corresponden a salvadoreños residentes en el exterior.

El 83.7% de los arribos de turistas internacionales corresponden a extranjeros no residentes.

Sin embargo, también conocemos que debido al número de días de estadía promedio en el país, así como al monto del gasto turístico promedio diario de cada tipo de turista, el peso que cada tipo de turista tiene en los ingresos en el turismo es el siguiente.

Tipo de turista	Monto total	participación
Nacionalidad Salvadoreña no residentes	$45,050,252.4	40.68%
Extranjeros no residentes	$36,035,773.2	32.54%
Excursionistas	$29,656,975.4	26.78%
Total para 2014	1_1$107,430.0	100%

Tabla 136: participación del gasto turístico por tipo de turista.

Fuente: Boletín Estadístico CORSATUR.

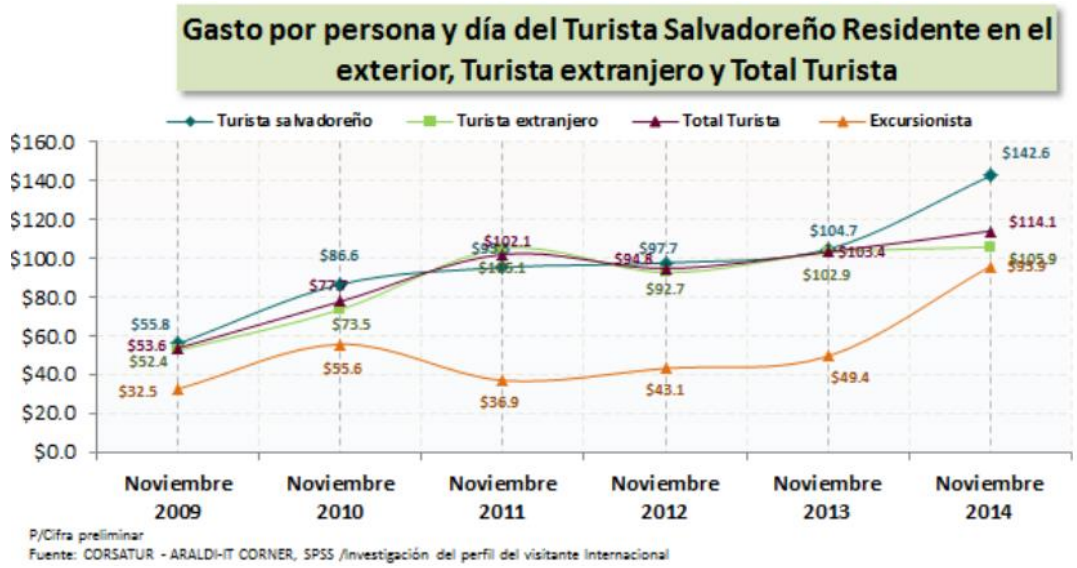


Grafico 6: Participación del gasto turístico según el tipo de turista.

Fuente: Boletín Corsatur https://api.gobiernoabierto.gob.sv/documents.

Como se puede observar, los salvadoreños no residentes a pesar de representar menos del 16.3% de las llegadas al país, tienen un peso muy importante, pues tienen una participación del 40.68% en el gasto turístico.

Debido a esto se puede elaborar una estrategia que permita llevar a la zona de estudio a los salvadoreños residentes en el extranjero que visitan el país, sean o no originarios de la misma. Para ello se deben utilizar los destinos presentes en la zona de estudio y que tienen mayor porcentaje de preferencia, que como ya ha sido mencionado, son los Pueblos y ciudades y el turismo Cultural.

Con respecto a los salvadoreños no residentes, el mayor impacto en la zona de estudio se espera que provenga de aquellos pobladores originarios de la zona que en estos momentos viven en el exterior , esto porque de acuerdo al estudio de la demanda internacional, los salvadoreños residentes en el exterior utilizan como alojamiento preferido las casas de amigos y familiares en un total del 74.02% de los casos; Las viviendas en propiedad son utilizadas en un 6.2% de los casos[101], asumiendo que las personas prefieran tener viviendas en propiedad

[101] De acuerdo con el boletín estadístico 2014 de CORSATUR, pag46.

en sus lugares de origen, es necesario conocer el número de salvadoreños habitantes en el exterior procedente de la zona en estudio.

Municipio	Población	Porcentaje respecto a la población en el extranjero total de la zona de estudio
Apastepeque	1141	12.09
Guadalupe	259	2.75
San Cayetano Istepeque	345	3.66
San Esteban Catarina	540	5.72
San Ildefonso	431	4.57
San Lorenzo Sv	561	5.95
San Sebastián	1422	15.07
San Vicente	2863	30.34
Santa Clara	432	4.58
Santo Domingo	497	5.27
Verapaz	336	3.56
Tepetitán	164	1.74
Jerusalén	21	0.22
Mercedes La Ceiba	423	4.48
Total	9435	100.00

Tabla 137: Población residentes en el exterior por municipio de salida.

Fuente: V Censo de población y vivienda 2009 Tomo. V pag. 293

5.2.8. PROYECCIONES PARA TURISMO NACIONAL

Para el turista nacional el dato obtenido de las encuestas nos indique que el mercado potencial de acuerdo al universo establecido para el estudio es igual a1 54.44% que corresponde a las personas que practican el turismo cultural, el rural y el ecoturismo. Correspondiente a 689,440

turistas nacionales, basándonos en los resultados de las encuestas. La proyección de turistas para los próximos años utilizando el índice de crecimiento poblacional para El Salvador en 2015 proporcionado por La Digestyc que es de 5.7%, las proyecciones son las siguientes:

Año	Proyecciones de población	Turistas nacionales potenciales
2016	1,266,421	689,440
2017	1,338,607	728,738
2018	1,414,908	770,276
2019	1,495,557	814,181
2020	1,580,804	860,590

Tabla 138: Proyecciones demanda Nacional.

Fuente: elaboración propia.

5.2.9. ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas, las fechas en que los turistas dicen practicar el turismo son en las fiestas o vacaciones nacionales, así Semana Santa o vacaciones de verano, vacaciones de agosto, y Fines de semana tienen, respectivamente 70.8%, 54.2% y 79.2% de la preferencia en el número de llegadas. El gráfico que describe la estacionalidad de la demanda de turistas nacionales es la siguiente:

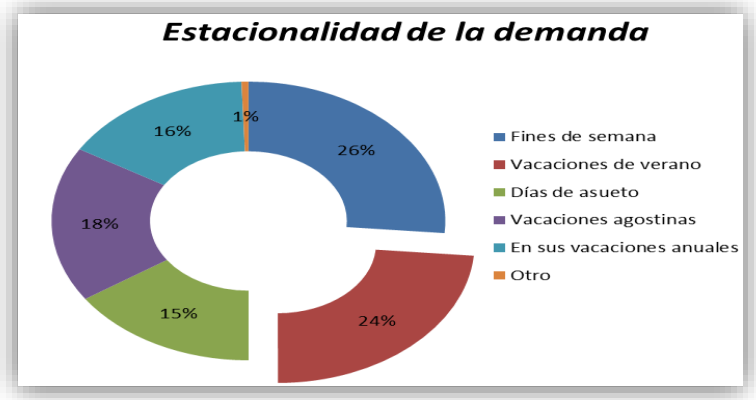


Grafico 7: Estacionalidad de la demanda. Fuente: Elaboración propia.

Para investigar la estacionalidad de la demanda de los turistas internacionales, se utilizarán los datos estadísticos procedentes del informe estadístico 2014 del CORSATUR, y a partir de estos se planteará el pronóstico de llegadas de turistas por periodo, según estos datos, la estacionalidad de la demanda es como sigue:

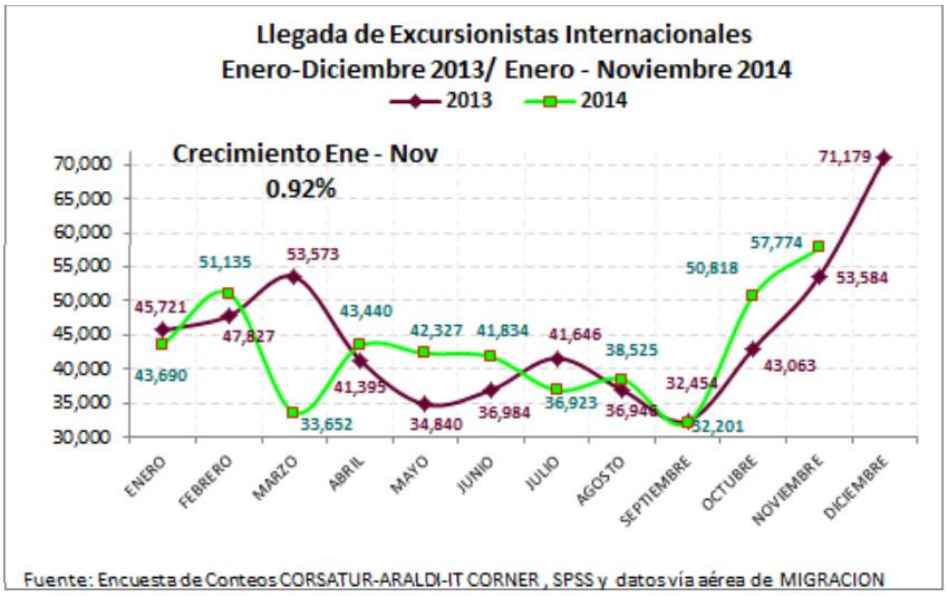


Grafico 8: Estacionalidad de la demanda internacional.

Fuente Boletín estadístico Corsatur 2014.

El grafico 22 muestra los meses críticos de atención a la demanda en los meses de septiembre a diciembre, manteniéndose baja los meses de Abril a Septiembre.

5.3. RESULTADOS DEL SUBSISTEMA DEMANDA

5.3.1. POTENCIALIDAD DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS PRESENTES EN LA ZONA

La potencialidad de los productos turísticos se entenderá como la capacidad que los productos tienen de ser explotados debido a la demanda que los productos tienen por parte de los turistas. Para ello se analizará la potencialidad que los productos tienen para los turistas nacionales así como para los turistas provenientes del extranjero.

Para evaluar la potencialidad de los productos en los turistas internacionales, se hará uso de los datos del perfil del turista extranjero, específicamente se utilizará los apartados

correspondientes a el motivo de viaje, así como a los destinos visitados; esto se realizará de esta forma ya que no existe una pregunta en específico que permita saber qué tipos de producto turístico son lo que los turistas prefieren. Los productos turísticos encontrados en la zona de estudio son los siguientes:

- Turismo Cultural
- Turismo Ecológico (Ecoturismo)
- Turismo Rural
- Turismo de Aventura
- Agroturismo
- Turismo Religioso
- Turismo Arqueológico

Asignándole a cada producto turístico un valor de acuerdo con el porcentaje de personas que selecciono cada opción.

Tipo de turismo	Cantidad	Porcentaje
Ecoturismo	64	53.3%
Turismo de Aventura	60	50%
Turismo de Sol y Playa	74	61.7%
Turismo Cultural	53	44.2%
Turismo Rural	79	65.8%
Turismo Arqueológico	30	25%

Tabla 139: Productos turísticos y preferencias de los turistas nacionales.

Fuente Elaboración propia.

Tipo de turismo	Porcentaje
Ecoturismo	38.1%
Turismo de Aventura	
Turismo de Sol y Playa	

Turismo Arqueológico	
Turismo Cultural	39.7%
Turismo Rural	

Tabla 140: productos turísticos y referencias de los turistas Internacionales.

Fuente Elaboración propia.

Para el dato de Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Sol y playa se usara el dato de la tabla 26 “Motivo de viaje de turistas”, en el rango de ocio que es del 38.1%, mientras que el turismo cultural y el rural sea toma con una participación de 39.7% que corresponde al porcentaje que viaja para visitar familia y amigos. El restante 22.2% pertenece a categorías de negocio, Salud y educación como razones de visitas.

El monto total que cada tipo de turismo tiene es el siguiente:

- Turismo nacional: 33.95 millones
- Turismo internacional: 1073.49 millones

Así el porcentaje de participación y el peso a signarle a cada tipo de turismo es el siguiente:

- Turismo nacional: 3.06%
- Turismo internacional: 96.93%

La potencialidad de cada tipo de turismo además estará relacionada con la cantidad de destinos turísticos existentes en la zona de estudio. La cantidad de cada destino presente en el área es la siguiente:

- Ecoturismo 36
- Turismo de Aventura 2
- Turismo de Sol y Playa 0
- Turismo Cultural 19
- Turismo Rural 20
- Turismo Arqueológico 2

Con estos datos se procederá a calcular el potencial de cada tipo de producto turístico, es decir que tan factible será practicar el turismo de acuerdo a la preferencia de cada turista, los

beneficios económicos del mismo y a la cantidad de destinos presentes en la zona. El procedimiento de evaluación se realizará multiplicando el número de destinos por la preferencia ponderada, en base al peso del gasto turístico de cada tipo de turista.

$$Pt = \big((P_n \times G_n) + (P_i \times G_i)\big)n$$

Donde

Pt: Potencialidad de cada producto turístico

Pn: Porcentaje de preferencia del tipo de turismo en el turista nacional

Gn: Peso económico del turista nacional

Pi: Porcentaje de preferencia del tipo de turismo en el turista internacional

Gi: Peso económico del turista internacional

n: Número de destinos del tipo de producto turístico.

La forma de interpretar los resultados es que mientras más alto es el número obtenido, mayor es el potencial del tipo de turismo para ser explotado en la zona de estudio. Los resultados obtenidos de la evaluación es la siguiente:

Tipo de turismo	Potencialidad	Potencialidad para turista internacional	Potencialidad para turista nacional
Turismo Arqueológico	**0.75**	**0.7**	**0.02**
Ecoturismo	**13.88**	**13.3**	**0.59**
Turismo de Aventura	**0.77**	**0.7**	**0.03**
Turismo de Sol y Playa	**0.00**	**0.0**	**0.00**
Turismo Cultural	**7.57**	**7.3**	**0.26**
Turismo Rural	**8.10**	**7.7**	**0.40**

Tabla 141: Potencial de los productos turísticos presentes en la zona.

Fuente Elaboración propia.

Los datos presentados en rojo son los datos de los tipos de turismos con mayor potencial para el presente estudio.

5.3.2. DEMANDA DE PRODUCTOS IDENTITARIOS

El 83% de los encuestados compra artículos identitarios de los lugares turísticos que visita, para poder tener un recuerdo de la visita o bien para regalar.

El 67.5% de los encuestados dijeron esperar servicios complementarios de ventas de artesanías. Siendo la artesanía que tiene más demandada las artesanías en madera con el 68.8%, seguido de cerca de los Dulces artesanales con una participación del 67%, mientras que las artesanías textiles y los productos en bambú cuentan con un 40.6% y 46.9% de participación respectivamente.

5.4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

5.4.1. ATRACTIVOS TURÍSTICOS NO EXPLOTADOS

A través de la investigación de las fuentes primarias y secundarias se ha logrado identificar que existe potencial turístico en la zona, considerando que se tiene un 47% de recursos/atractivos no utilizados, los cuales corresponden a los productos turísticos preferidos por el turista nacional e internacional. Estos productos son: turismo rural, turismo de aventura y turismo cultural. Lo anterior representa una oportunidad para la zona en estudio, considerando que existe una tendencia al alza de las llegadas de turistas pasando de 648,174 en 2016 a 716,331 para el 2019. Para lograr atraer esa demanda potencial a la zona en estudio, es necesario desarrollar los factores que los turistas consideran importantes y requieren como parte de su experiencia turística.

De acuerdo a la información recolectada y presentada, lo que los turistas evalúan mejor de su experiencia turística en el país es: el trato con las personas y la gastronomía, factores que pueden ser utilizados para la mejora de la zona como destino turístico.

Una de las fortalezas de la zona es que por estar localizada en una zona de desarrollo cercana a una de las carreteras principales del país, sus municipios están interconectados por carreteras secundarias en buen estado y que ofrecen espectaculares vistas del Valle de Jiboa. Otro

aspecto importante a considerar es la diversidad de productos turísticos con los que cuenta, ya que se contabilizan 5 tipos diferentes, que van desde Volcanes y saltos de agua hasta cuevas y pueblos de gran riqueza cultural. Dicha diversidad unida a la cercanía geográfica entre los municipios que conforman la zona en estudio y las condiciones de la red vial intermunicipal, propician la posibilidad de que la zona pueda ser ofertada como una nueva alternativa para el turismo nacional.

Dentro de las oportunidades de mejora, se identificaron: los precios, estado de los accesos hacia los atractivos/ recursos existentes, así como información turística de los atractivos. Se debe entonces encontrar una manera de explotar ese 47% de destinos no utilizados en los municipios; de modo que tomando en cuenta los requerimientos de la demanda, se vuelvan destinos atractivos para los turistas, propiciando así el interés por invertir en la zona y generando nuevas ideas de negocios que permitirán mejorar no sólo la experiencia para los turistas, sino que también tendrán un impacto positivo en la generación de empleo en la zona.

5.4.2. ANÁLISIS DE SUBSISTEMA OFERTA TURÍSTICA

- En la zona de estudio se han identificado 4 servicios de alojamiento, los cuales están distribuidos de la siguiente manera: 2 Hoteles en San Vicente, 1 Hotel en Santo Domingo y 1 Hostal en Apastepeque.
- Se han identificado 7 restaurantes en la zona de estudios, los cuales están distribuidos de la siguiente manera: 4 Restaurantes en San Vicente, 2 restaurantes en Apastepeque, y 1 Restaurante en Santo Domingo.
- Los municipios de San Vicente, Apastepeque y Santo Domingo, son los referentes en servicios turisticos para la zona, ya que el 100% de la oferta de estos servicios se encuentra en dichos municipios.
- El 79% de los municipios (11/14 municipios) de la zona de estudio, carece de servicios turísticos como alojamiento y gastronomía, sólo cuentan con establecimientos que tienen un enfoque para los pobladores locales.
- Cada uno de los 14 municipios cuentan con al menos un producto artesanal que los identifique.

- Los municipios que conforman la Microrregión del Valle del Jiboa cuentan con distintas clases de productos artesanales que identifican a sus municipios, cuentan con 17 tipos de productos artesanales diferentes.
- Más del 80% de puntos de Venta de productos artesanales o de Talleres artesanales, no cuentan con espacio suficiente y no cumplen las condiciones necesarias para recibir turistas.
- No existe ningún oferente de servicios turísticos registrado en el RNT.
- Todos los municipios están incluidos en al menos un circuito turístico, tres de ellos pertenecen al circuito Caminos de Arte y tradición, 6 de ellos al circuito 180 grados del Chichontepec, y los restantes 5 al circuito tierra de colores y sabores artesanales.

5.4.3. ANÁLISIS SUBSISTEMA INFRAESTRUCTURA

- La Infraestructura comprende Las carreteras que intercomunican los municipios de la Microrregión del Valle del Jiboa, cuenta con 1 Carretera principal que es la Carretera Panamericana en Excelentes condiciones, además cuenta con una carretera intermunicipal pavimentada en buenas condiciones en el norte del departamento de San Vicente y otra carretera intermunicipal pavimentada en buenas condiciones en el sur del departamento de San Vicente.
- El 55% de los sitios turísticos cuentan con carreteras de acceso Balastreada en condiciones regulares (Siendo el 30 % calles polvosas y 25% calles mixtas en regulares condiciones), y el 45% de los sitios turísticos cuentan con carreteras de acceso pavimentadas en buenas condiciones.
- El 55% de los sitios turísticos no cuenta con señalización turística en el lugar, ni ningún tipo de señalización que lo dirija hacia el sitio.
- Solo el municipio de San Vicente cuenta con diversos centros de servicios financieros, mientras que en 11 de los restantes municipios solo cuentan con Fede puntos (Cajeros Automáticos del Sistema Fede Crédito).
- Todos los municipios que integran la Microrregión del Valle del Jiboa cuentan con puestos de La Policía Nacional Civil, solo el municipio de San Vicente cuenta con Cuerpo de Agentes Municipales.

- El 90% de los sitios turísticos no cuenta con seguridad en el lugar, solo el 10% de los atractivos turísticos cuentan con seguridad al lugar, que son los parques pertenecientes al ISTU.
- Solo el municipio de San Vicente, con iniciativa de la alcaldía municipal, cuenta con una caseta de información al turista.
- De acuerdo a la información recolectada, la cobertura de los servicios básicos en los municipios de la Microrregión del Valle del Jiboa es la siguiente: Energía Eléctrica (mayor a 75% de cobertura), Telefonía (mayor a 75% de cobertura), Internet (mayor a 50% de cobertura), Agua potable (Mayor a 60%), Desechos sólidos (mayor a 50% de cobertura).
- En la zona en estudio se determinó que las principales actividades económicas de la zona son; la agricultura, ganadería, por otro lado, existen talleres en donde se elaboran distintas clases de artesanías.
- En la zona de estudio, se determinó que la mayoría de la población tiene un nivel de educación media.

5.4.4. DIAGNÓSTICO DE LA MICRORREGIÓN DEL VALLE DEL JIBOA

Para realizar el diagnostico se utilizará la herramienta análisis FODA, con el objetivo de visualizar de manera ordena en debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas los hallazgos de la investigación. En la Tabla 142, se presenta el desarrollo del FODA.

FODA SECTOR TURISMO Y ARTESANAL	
FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
1. Riqueza de flora y fauna virgen en la que se pueden apreciar hermosos paisajes. 2. Interés de la comunidad por desarrollar el turismo. 3. Recursos humanos con vocación de servicio. 4. Diversidad de Platillos en la oferta de los restaurantes	1. Calles de acceso a los sitios turísticos en malas condiciones; 2. Delincuencia en algunos sitios turísticos zona y poca presencia policial. 3. Falta de señalización turística en las vías de acceso. 4. Poca publicidad a los sitios turísticos de los municipios de la Microrregión del Valle del Jiboa.

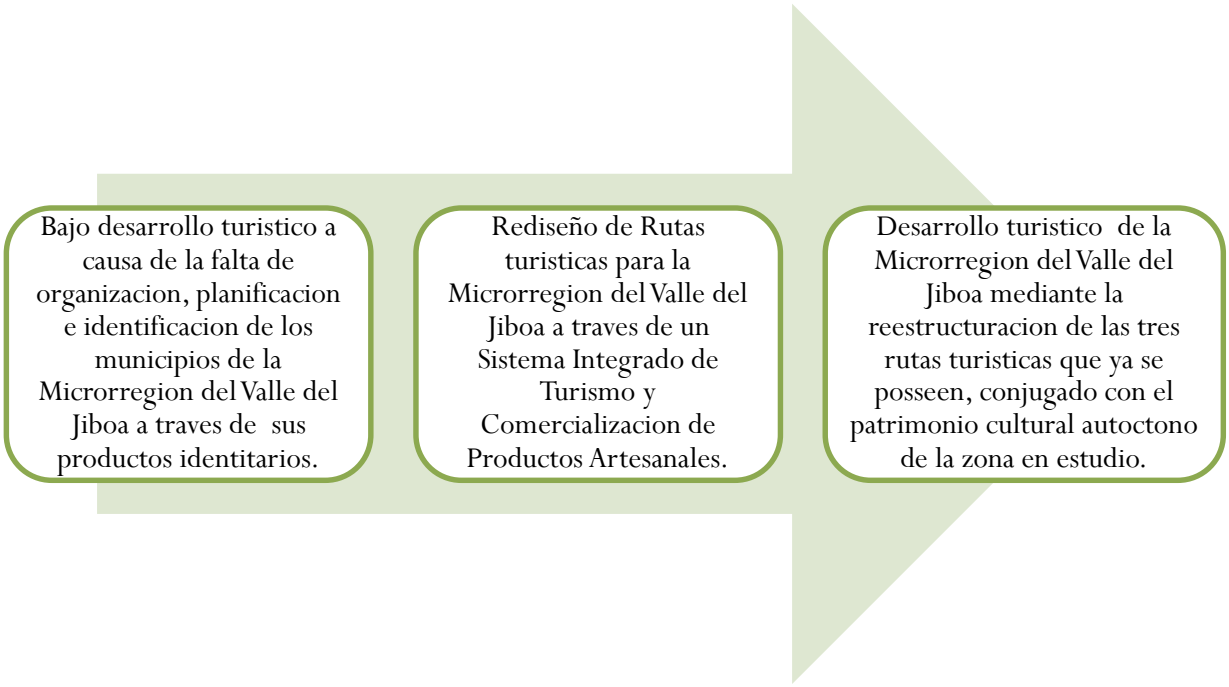
5. Cercanía de los municipios de la Mijiboa con la ciudad capital con buen acceso por la carretera panamericana. 6. Diversidad de manifestaciones artesanales de gran colorido y calidad. 7. Numerosos Talleres Artesanales en los municipios de la MIJIBOA. 8. Grupos de Mujeres y Jóvenes Emprendedores dedicados a la elaboración de productos artesanales 9. Esfuerzos municipales por creación de centros artesanales. 10. Incipiente surgimiento de tiendas de artesanía de calidad, tiendas antenas. 11. Diversidad de puntos de venta de artesanías en la ciudad. 12. El sector es una fuente de creación de empleo. 13. Sitios turísticos con gran potencial de ser explotados	5. El potencial Artesanal no está siendo explotado turísticamente. 6. La mayoría de municipios de la Microrregión tiene un nivel de pobreza severa extrema. 7. Poca diferenciación de la oferta Hotelera. 8. Falta de desarrollo de infraestructura turística básica de apoyo en zonas no urbanas. 9. Tarifas hoteleras relativamente altas. 10. Baja oferta de mano de obra calificada en el sector. 11. Escaso desarrollo de los servicios turísticos. 12. Poca preparación de los guías que atienden a los turistas. 13. Poco desarrollo de los servicios básicos. 14. Falta de recursos para el desarrollo de la actividad del artesano. 15. Poco espíritu cooperativo en el gremio Artesano. 16. Falta de diferenciación en la venta de los productos artesanales de los municipios de la MIJIBOA con respecto a otros municipios. 17. Falta de orientación de los negocios Artesanos hacia la atención a turistas. 18. Grandes superficies de venta de productos artesanales presentan deficiencias para recibir turistas. 19. Crisis de ideas en la creación de artesanías. 20. Falta de conocimientos y recursos para el desarrollo de la actividad del artesano. 21. Falta de espíritu cooperativo en el gremio. 22. Falta de diferenciación en la venta de los productos nacionales de los de otros países. 23. Falta de orientación de los negocios hacia la atención a turistas.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Unificación y organización del gremio Artesanal en la MIJIBOA. 2. Se identificaron 20 sitios turísticos con potencial para desarrollarse turísticamente. 3. Todas las alcaldías municipales de la MIJIBOA están en disposición de apoyar el desarrollo turístico de la zona 4. Artesanos de todos los municipios están dispuestos a apoyar proyectos de desarrollo turístico en la zona. 5. Establecimiento de mesas artesanales en la región. 6. Asistencia financiera y técnica de entidades internacionales para la promoción de los microempresarios. 7. Promoción de MITUR a la artesanía salvadoreña. 8. Identidad cultural identificada sin explotar y presente en toda la microrregión del Jiboa. 9. Promoción de la cobertura de POLITUR a todos los municipios que integran la zona de estudio.	1. Competencia de municipios de otros departamentos con mayor oferta de restaurantes, mejor infraestructura hotelera y acceso, y mayor posicionamiento como destinos turísticos. 2. Hoteles y Hostales turísticos con índices muy bajos de ocupación entre semana. 3. Economía en recesión. 4. Pérdida de identidad de la artesanía salvadoreña. 5. Pérdida de identidad de la artesanía salvadoreña. 6. Pérdida de interés de las nuevas generaciones por el trabajo artesanal. 7. Mercados competidores mejor organizados en municipios cercanos. 8. Inseguridad en los puntos de venta, distantes de las zonas urbanas. 9. Falta de seguimiento y control de iniciativas de desarrollo comercial y turístico de la zona en estudio.

Tabla 142: Diagnostico de la situación actual Turística y Artesanal de la Microrregión del Valle de Jiboa.

Fuente: Elaboración Propia.

6. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



Esquema 26: **Planteamiento del Problema relacionado al Desarrollo Turístico de la Microrregión del Valle del Jiboa, por el método de Crick.**

Fuente: Elaboración Propia.

Las variables de solución están relacionadas con las características que el Sistema de turismo tendrá tanto en sus áreas principales como en las de apoyo. Las variables que se considerarán están relacionadas con las siguientes áreas:

Variables de Entrada	Descripción
Cantidad de Recursos y Atractivos Turísticos de la zona en estudio	Se toman en consideración los atractivos turísticos artificiales y naturales preseleccionados de la etapa de diagnóstico, por lo que los atractivos que posee la microrregión del Jiboa y que han sido preseleccionados se toman mediante un inventario de atractivos y recursos de la zona.
Capacidad en Servicios Turísticos	La capacidad de los servicios turísticos de mayor formalidad y que ofrecen sus servicios en la zona de estudio.
Potencialidad de los Productos Turísticos identificados en la zona	La Cuantificación del potencial de los atractivos turísticos identificados en la zona.

	Para establecer el tipo de turismo más recomendable.
Cantidad de productores artesanales con los productos más representativos en la zona	Se hace uso del inventario de productores artesanales, así como la valoración de aquellos productos que mejor representan a cada municipio.
Nivel de Organización de los Municipios que integran la zona	Se considera como variable la organización turística que tengan los municipios, de igual manera la forma en que organizan la asociatividad y el emprendedurismo de la población artesanal por municipio.
Disponibilidad de Mano de Obra	Se evalúa la Capacidad de la mano de obra disponible en la zona, capacitaciones orientadas, mejorar y formar en turismo y comercio artesanal a los más jóvenes en la zona de estudio.

Tabla 143: Variables de Entrada para el Problema en Estudio.

Fuente: Elaboración Propia.

Variables de Salida	Descripción
Oferta Turística de la zona en estudio	Desarrollo de mejoras en los Atractivos y Recursos Identificados y seleccionados.
Oferta de Productos artesanales de la zona	Todos los municipios que integran la zona serán tomados en cuenta con sus productos artesanales que más los identifiquen
Cantidad y Calidad de Servicios Turísticos	Gestión para que los Servicios Turísticos estén inscritos en el Registro Nacional de Turismo.
Nivel de Organización de los Municipios que integran la zona	Todos los municipios que integran la zona deben tener un nivel de organización mínimo requerido
Productos Turísticos Consolidados	Turismo Natural y Turismo Cultural

Tabla 144 Variables de Salida para el Problema en Estudio.

Fuente: Elaboración Propia.

Variables de Solución

Las variables de solución están relacionadas con las herramientas que utilizadas de forma adecuada permitirán el logro del desarrollo turístico mostrado en el estado deseado del Planteamiento del Problema.

Las variables a utilizar están relacionadas con las siguientes áreas:

Organización y Métodos	Dirigida al diseño de la organización que dará soporte al desarrollo turístico
Normalización	Para el diseño de los requerimientos de aquellas partes que necesiten una normativa de infraestructura adecuada para brindar el servicio turístico.
Calidad	La cual se utilizara para que los servicios turísticos actuales o potenciales brinden la adecuada calidad turística a los visitantes.
Costeo	Se utilizará Costear todo los insumos materiales, así como también el recurso humano a utilizar en el proyecto.
Impacto ambiental	Evaluando el impacto que el proyecto tendrá sobre el medio ambiente de la zona, así como la legislación existente en el tema.

Tabla 145 Variables de Solución para el Problema en Estudio.

Fuente: Elaboración Propia.

7. ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA Y PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS

El desarrollo para establecer estrategias parte de un análisis FODA de acuerdo a las necesidades identificadas en el presente estudio se hace a través del estudio de los factores internos y externos involucrados del cual se definen las 6 estrategias que constituyen los pilares en los que se fundamenta el diseño de las alternativas de solución y que al ser realizadas permitirán el desarrollo de la zona como un destino turístico y comercial para productos identitarios, estas estrategias son:

Factores Internos ***Factores*** ***Externos***	***Fortalezas***	***Debilidades***
Oportunidades	***Estrategias para maximizar tanto Oportunidades como Fortalezas*** E_1: Creación del Componente turístico (O_3, F_{13}, F_{14}) E_2: Creación del Componente de comercialización y publicidad (F_6, F_7,F_8,F_9,F_{10},F_{11},O_1,O_5,O_6,O_7)	***Estrategias para maximizar Oportunidades y minimizar Debilidades.*** E_4: Creación del Componente de financiamiento (D_{14}, D_6, D_{20}, A_4,A_5).
Amenazas	***Estrategias para maximizar las fortalezas y minimizar Amenazas.*** E_3: Creación del Componente de emprendedurismo (F_2,F_3,F_4,A_1,A_3,A_6)	***Estrategias para minimizar Amenazas y minimizar Debilidades.*** E_5: Creación del Componente de Seguridad (D_2,A_9) E_6: Creación Componente de seguimiento y control de avance (A_{10},A_8,D_{25})

Tabla 146: Análisis de la Matriz FODA y Planteamiento de Estrategias.

Fuente: Elaboración Propia.

7.1. DESCRIPCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS GENERADAS EN EL ANÁLISIS DE MATRIZ FODA

E_1: Creación del componente turístico

Plantea los ejes estratégicos y las actividades que serán necesarias para maximizar la oportunidad que presenta el que todas las alcaldías de La MIJIBOA estén dispuestas a apoyar el desarrollo turístico. Así como maximizar el aprovechamiento de una gran cantidad de sitios turísticos con los que cuenta la MIJIBOA, dentro de este Componente se concibe la inclusión y mejora de la señalización turística en la zona, la reestructuración y mejora de las tres rutas

turísticas que ya existen, creando sinergia con el interés de la comunidad por desarrollar el turismo.

E_2: Creación del Componente de comercialización y publicidad

Plantea los ejes estratégicos y las actividades que serán necesarias para la creación de espacios que faciliten la comercialización de productos identitarios, maximizando la vocación de servicio de los habitantes de la zona de estudio, además de generar oportunidades para las mujeres y los jóvenes emprendedores de la zona, dentro de este Componente se considera la necesidad de aumentar la promoción y la publicidad de los productos artesanales que se elaboran en la MIJIBOA.

E_3: Creación del Componente del emprendedurismo

Plantea los ejes estratégicos y las actividades que serán necesarias para maximizar el interés de la comunidad por desarrollar el potencial turístico, aprovechando la vocación de servicio que se distingue en la población de estudio, sumado a la gran cantidad de iniciativas de producción artesanal que están presentes en todos los municipios de la microrregión.

E_4: Creación del Componente de financiamiento

Plantea los ejes estratégicos y las actividades que serán necesarias para proveer los recursos a los emprendedores y comerciantes de actividades turísticas, minimizando la debilidad que enfrentan en la zona estudiada ya que la Microrregión tiene un alto nivel de pobreza sebera, y supliéndola falta de conocimiento y acceso a fuentes de financiamiento.

E_5: Creación del Componente de seguridad

Plantea los ejes estratégicos y las actividades que serán necesarias minimizar la debilidad que enfrentan los municipios de la microrregión debido a la delincuencia y a la poca presencia policial, así como la inseguridad de los puntos de ventas artesanales en zonas distantes de las zonas de estudio.

E_6: Creación del Componente de seguimiento y control de avance

Plantea los ejes estratégicos y las actividades que serán necesarias para dar el seguimiento a las estrategias planteadas y a las actividades que se desarrollan en cada Componente del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales.

8. CONCEPTUALIZACIÓN DE DISEÑO

Conceptualizar, puede ser considerado como el desarrollo o construcción de ideas abstractas a partir de la experiencia y de nuestra comprensión consciente.

Es por ello que se ha utiliza el esquema de sistema turístico (Ver Esquema 22), tomando en cuenta los factores con eje problemático se han definido seis temáticas que engloban las necesidades y acciones a desarrollar para el desarrollo turístico en la Microrregión del Valle del Jiboa.

REDISEÑO DE RUTAS TURISTICAS PARA LA MICRORREGION DEL VALLE DE JIBOA

Esquema 27: Conceptualización de diseño. "Rediseño de rutas turísticas para la MIJIBOA"

Fuente: Elaboración Propia.

A continuación, se presentan los Componentes que integraran el Sistema Turístico:

Componente	En que consiste	Objetivos	Resultados
1. Componente Turístico	Un Componente en el que se definan aquellas variables que permitan la utilización sostenible de los productos turísticos incluidos en cada ruta turística, al mismo tiempo que se mejora la cobertura de los servicios turísticos dotándolos también de un enfoque de sostenibilidad. Está basado en la configuración simple del Sistema turístico, compuesto por 3 áreas principales: Infraestructura, Servicios complementarios y accesibilidad, todo esto de la mano con la promoción de la identidad de la microrregión a través del turismo. Un Componente que se defina basado en el uso de buenas prácticas de turismo los lineamientos básicos para el funcionamiento de los servicios a dichas prácticas.	Dotar a la utilización de los recursos y atractivos encontrados, así como al incremento de los servicios turísticos de un enfoque de sostenibilidad que permita al mismo tiempo la explotación y la protección para las futuras generaciones del medio ambiente. Identificar estrategias que faciliten la accesibilidad-circulación de turistas dentro y hacia los destinos turísticos.	Estrategias y actividades que permitan el desarrollo sostenible del turismo a través de la utilización de recursos y expansión de servicios turísticos. Incorporación de estrategias para el desarrollo de una infraestructura vial adecuada para la actividad turística en la zona, así como estrategias dirigidas a la operación del Transporte Turístico

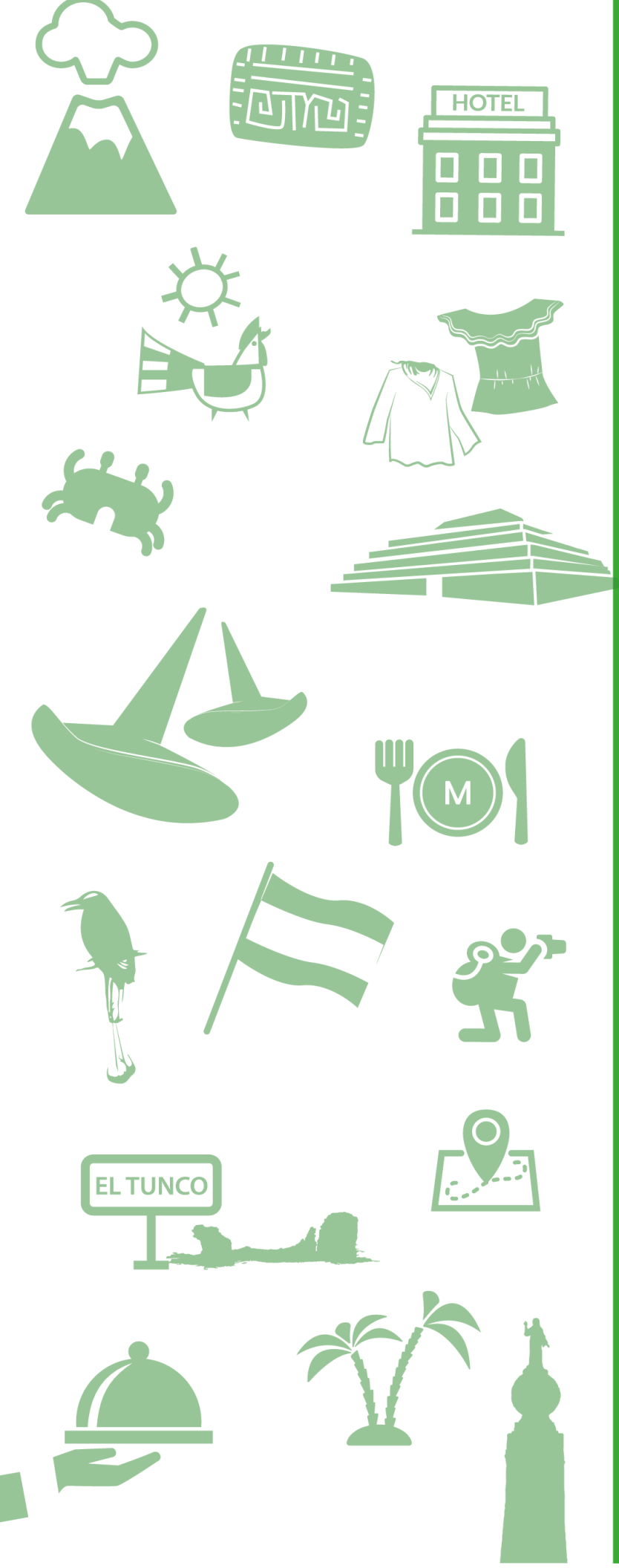
2. Componente de Seguridad:	La realización de estrategias que permitan mejorar la situación de seguridad en la zona para la práctica del turismo.	Diseñar estrategias en el área de seguridad para la zona en estudio de manera que los turistas que la visitan se sientan seguros.	Establecimiento de una Mesa Intersectorial como responsable de la toma de decisiones relacionadas a la Seguridad Turística de la zona. Mayor participación de POLITUR en los municipios con mayor presencia delincuencial, enfocándose sobre todo en la seguridad de los atractivos turísticos.
3. Componente de Emprendedurismo	Capacitar a las personas en aquellas áreas de conocimiento necesarias para la realización y aumento de la probabilidad de éxito de los emprendimientos enfocándose sobre todo en el área de turismo y en la comercialización de productos artesanales.	Ayudar a las personas mediante capacitaciones para que estas logren llevar a la realidad emprendimientos relacionados al área de turismo y en la comercialización de productos artesanales.	Diseño de contenidos importantes para la realización de emprendimientos Realización de un programa de capacitaciones.

4. Componente de comercialización y Publicidad	Consiste en la definición del proceso de publicidad, así como las estrategias de promoción más adecuadas que permitan el posicionamiento del destino, los productos artesanales y servicios turísticos en el mercado objetivo. .	Informar y persuadir al mercado objetivo acerca de los productos y servicios turísticos de la zona y que a su vez pretenden crear una demanda para los municipios de que no son visitados actualmente además de incrementar la demanda en aquellos que ya son visitados.	Establecimiento de Estrategias que potencien la promoción de la Oferta Turística. Determinación de los medios más eficientes para la realización de la publicidad. Determinación del proceso de publicidad y promoción más adecuada. Definición de elementos de apoyo a la Publicidad/Promoción de la zona (Señalización Turística)
5. Componente de Financiamiento	Un documento que permita definir Procedimientos para acceder a las fuentes de financiamiento Banco de datos de fuentes de financiamiento. Áreas sujetas a financiamiento.	Facilitar el acceso a fuentes de financiamiento para nuevas iniciativas que se pudieran generar en el área de turismo, para el incremento de la oferta de servicios, la mejora de los atractivos y recursos identificados o de la experiencia turística en los mismos.	Estrategias para la identificación del área de impacto de las iniciativas, con lo que se pueden determinar los posibles entes que podrían financiarlas. Base de datos de los requisitos que se deben cumplir para el logro del apoyo de las agencias de cooperación y entes de financiamiento.

6. Componente de Control del Avance del Desarrollo Turístico	La medición del avance del desarrollo turístico a través de la utilización de indicadores y el logro de objetivos.	Evaluar el avance en la aplicación del Sistema turístico, así como el desarrollo turístico en la zona en estudio.	Indicadores de medición del avance de aplicación de los planes Objetivos de avance del Sistema turístico.

Tabla 147: **Descripción de los Planes que forman parte de la propuesta del Sistema turístico de la esquematización de la solución**

Fuente: Elaboración Propia



CAPITULO V

DISEÑO DEL SISTEMA INTEGRADO DE TURISMO Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ARTESANALES

CAPITULO V: DISEÑO DEL SISTEMA INTEGRADO DE TURISMO Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ARTESANALES

1. OBJETIVOS DE LA ETAPA DE DISEÑO

1.1. OBJETIVO GENERAL DE DISEÑO

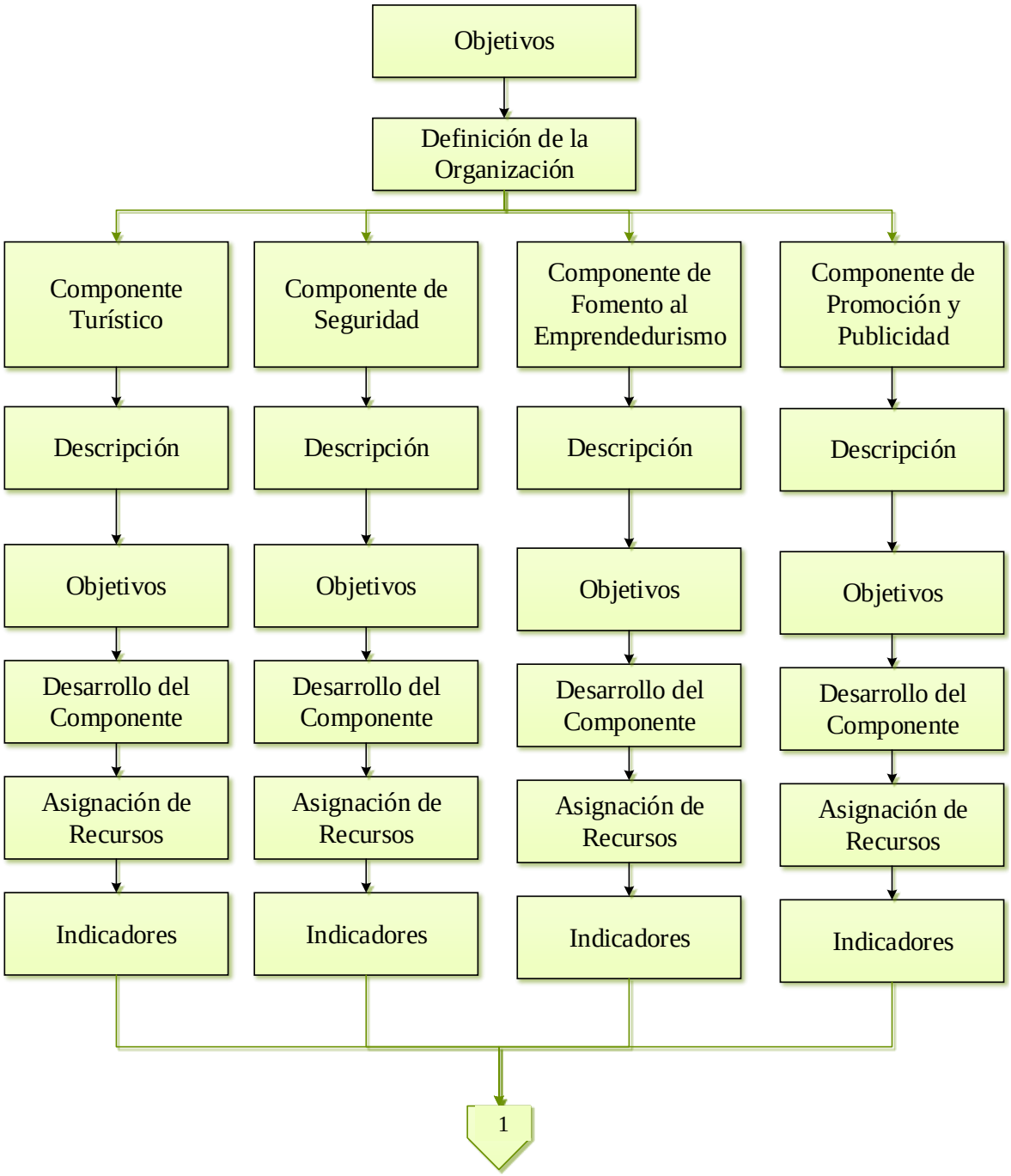
Diseñar un sistema integrado de turismo y comercialización de productos artesanales para la MIJIBOA, que permita a los municipios que integran dicha microrregión lograr un desarrollo turístico sostenible, a través de la mejora de los tres circuitos turísticos que conforman los municipios del Valle de Jiboa, dinamizando la actividad económica y potenciando el desarrollo socioeconómico para la Comunidad Local.

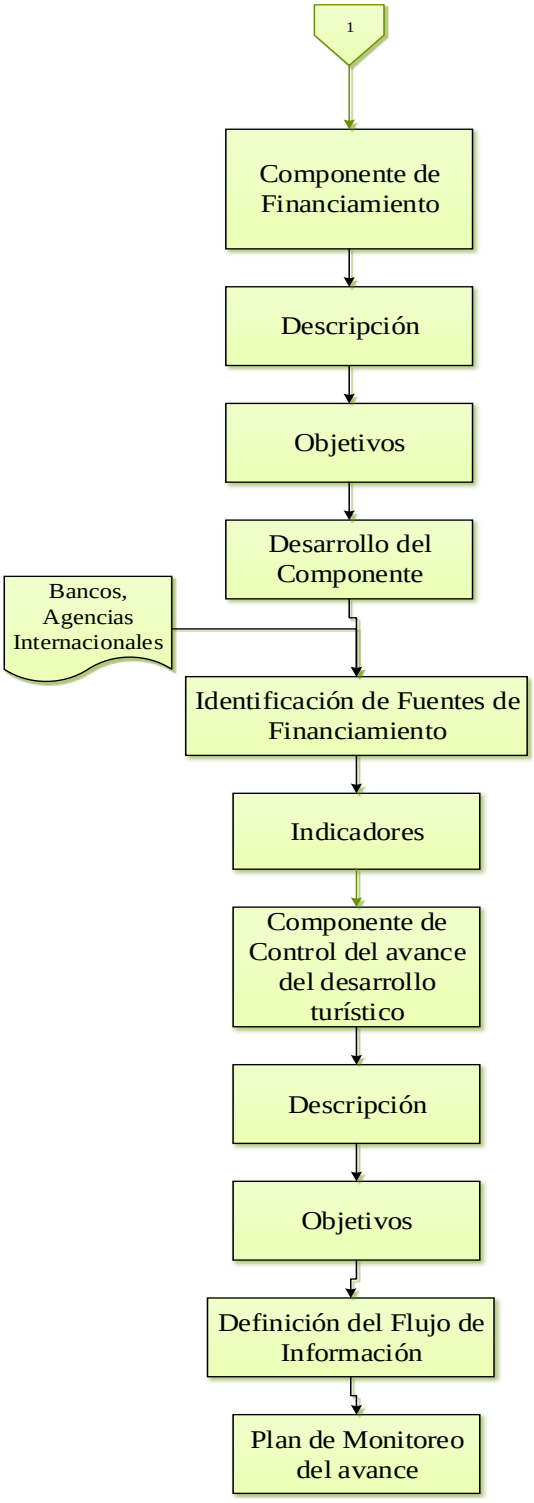
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE DISEÑO

- Definir la organización del sistema integrado de turismo, necesaria para la aplicación el rediseño y mejora de productos turísticos en la zona de estudio.
- Diseñar un sistema que permita la gestión sostenible de los recursos y atractivos presentes en la zona, a través de la aplicación un enfoque de sostenibilidad que comprenda el ámbito medioambiental, social y cultural.
- Diseñar un Componente Turístico que promueva el desarrollo de los productos turísticos identificados en la zona de estudio mediante una estructura que facilite tanto el flujo turístico de la demanda como el desarrollo de una Oferta que represente una ventaja competitiva para el sector.
- Diseñar un Componente de Seguridad que incluya estrategias encaminadas al desarrollo turístico de la zona mediante la inclusión de elementos de seguridad, esto para lograr una imagen atrayente hacia la demanda.
- Diseñar un Plan Componente de Emprendedurismo de empresas turísticas que incluya un plan de capacitación técnica a las personas con iniciativas de negocios para que generar un impacto social positivo asociado al desarrollo turístico.

- Diseñar un Componente de comercialización y Publicidad que indique el curso de acción adecuado para dar a conocer la zona como un nuevo destino turístico a nivel nacional atrayendo turistas e incrementando la demanda de forma sostenible.
- Diseñar un Componente de Acceso a Fuentes Financiamiento que identifique las diferentes oportunidades de financiamiento, así como los elementos críticos requeridos por las diferentes organizaciones y cooperantes para proveerlo, de manera que se impulse la actividad turística en los catorce Municipios en estudio.
- Diseñar un Componente de Control que mediante el establecimiento de indicadores y un sistema monitoreo se pueda definir el avance del desarrollo turístico de los municipios, facilitando la toma de decisiones en cuanto a la realización de medidas correctivas o preventivas necesarias para su realización adecuada.

2. METODOLOGÍA DE DISEÑO





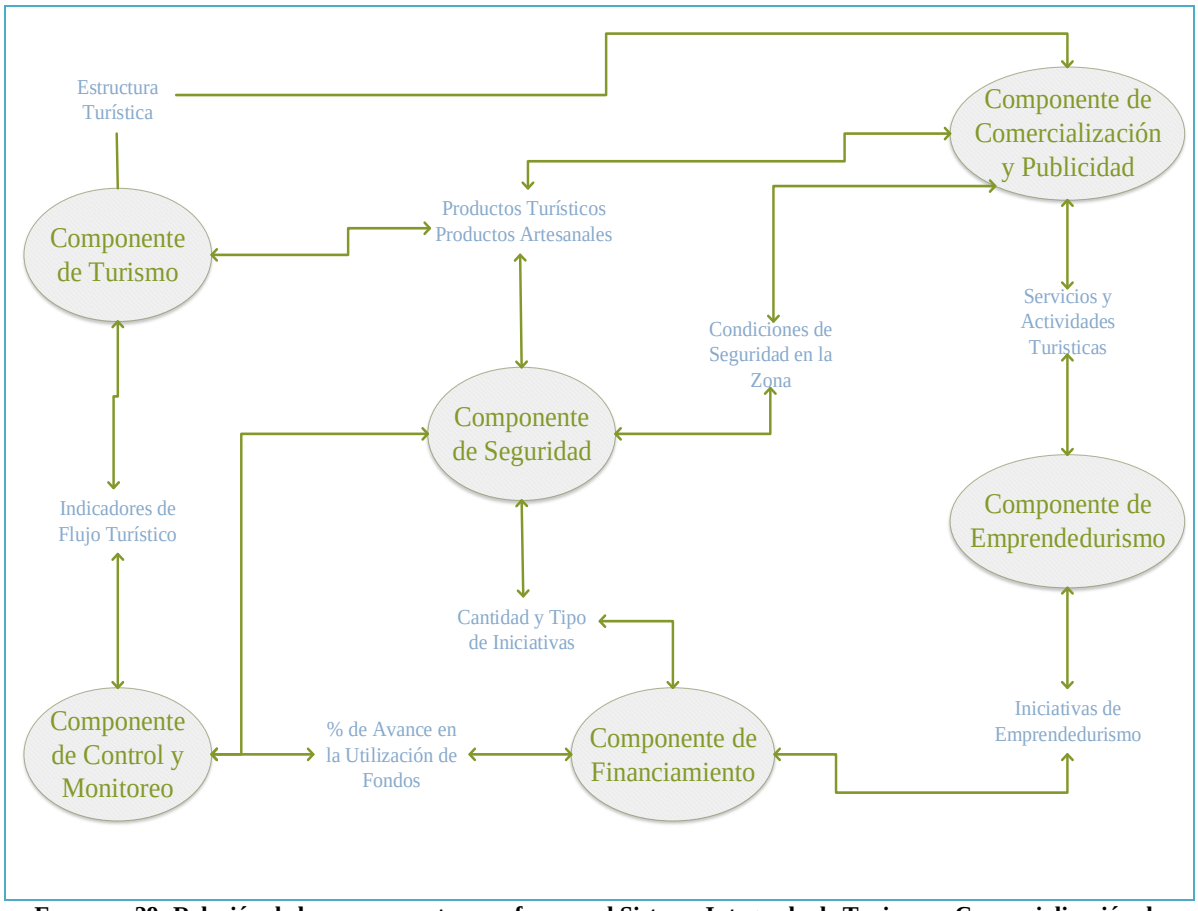
Esquema 28: Estructura de la etapa de Diseño.

Fuente: Elaboración Propia.

3. ESQUEMATIZACIÓN DE LA SOLUCIÓN

Identificación y Relación de los Componentes que forman el Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales

Se presenta el Diseñó del Sistema integrado de turismo y comercialización de productos artesanales para la MIJIBOA, formado por el Componente de Turismo, Componente de Promoción y Comercialización, Componente de Seguridad, Componente de Emprendedurismo, Componente de Financiamiento y el Componente de Control y Monitoreo del Desarrollo Turístico; con los cuales se pretende lograr un desarrollo turístico sostenible, a través de la mejora de los tres circuitos turísticos que conforman los municipios del Valle de Jiboa, dinamizando la actividad económica y potenciando el desarrollo socioeconómico para la Comunidad Local.



Esquema 29: Relación de los componentes que forman el Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales.

Fuente: Elaboración Propia.

Componente de Turismo: se presenta como una herramienta para el desarrollo de estrategias de fomento para la competitividad turística de la zona, a través del fortalecimiento de iniciativas locales relacionadas al establecimiento de Actividades Turísticas.

Componente de Comercialización y Publicidad: se pretende atraer a los visitantes, tanto nacionales como internacionales a los municipios en la zona en estudio, buscando la relación entre los mejores productos turísticos y la mejor manera de dar a conocer los mismos a los turistas.

Componente de Seguridad: conduce a la aplicación de estrategias y programas concretos en los planos local y municipal, garantizando la seguridad física de los turistas y contribuyendo en el mejoramiento de la imagen y de la calidad de los destinos turísticos.

Componente de Emprendedurismo: se diseña con la intensión de brindar una herramienta de apoyo para los Actuales o futuros empresarios relacionados con las actividades turísticas de los municipios, reuniendo información técnica necesaria para las mejoras de negocios o poder acceder a financiamientos e iniciar nuevos emprendimientos turísticos.

Componente de Financiamiento: tiene como objetivo describir la manera y los lugares que los encargados de realizar los programas contenidos en el Sistema Integrado de Turismo y Comercialización se deben avocar, para la búsqueda de los fondos necesarios para la realización de los mismos.

Componente de Control y Monitoreo: el propósito principal es el de proveer una visión objetiva del estado actual del proyecto que se desarrollara, y determinar las posibles desviaciones a fin de tomar las correcciones del caso.

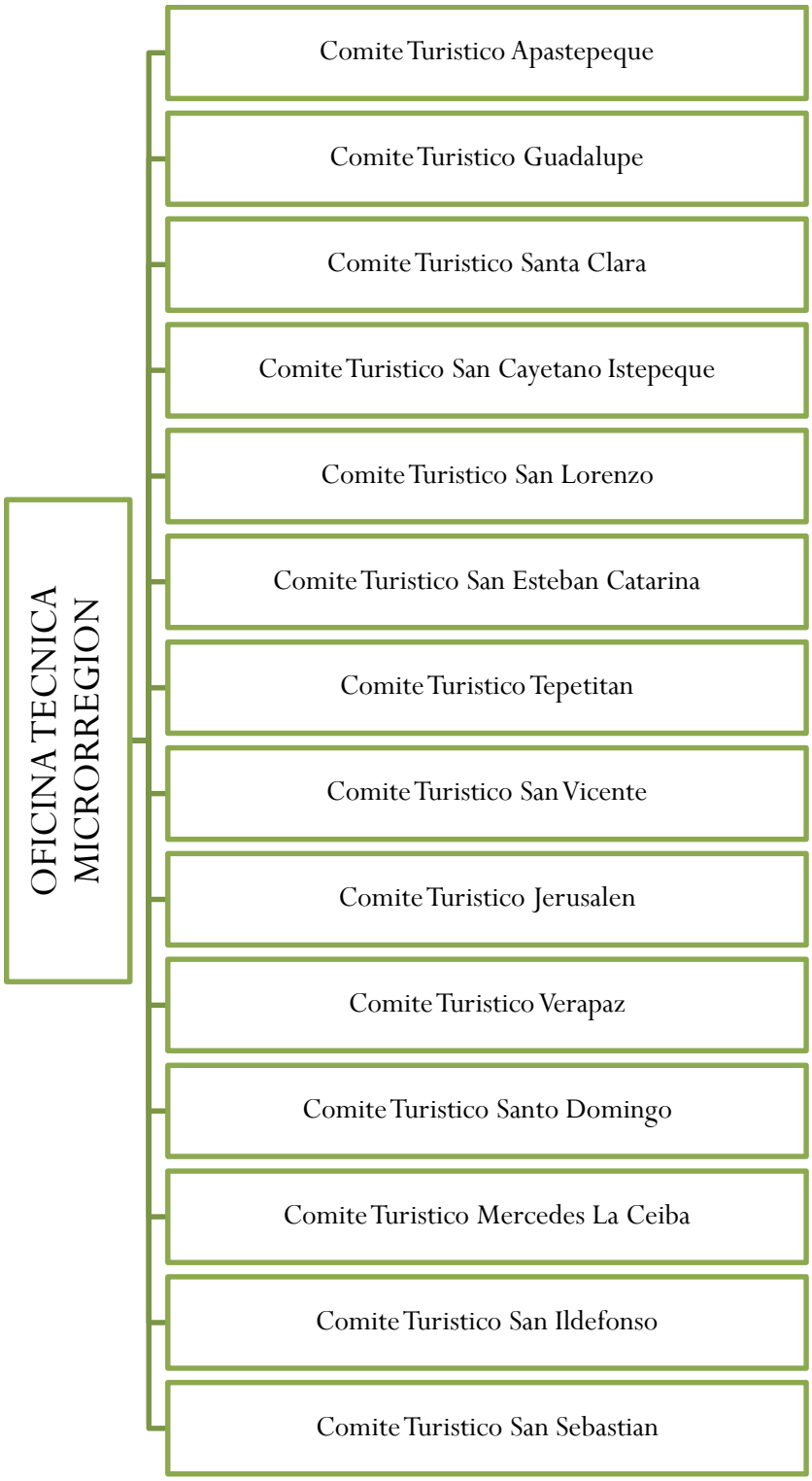
4. DEFINICION DE LA ORGANIZACIÓN QUE SE APLICARA EN LA INICIATIVA DE ESTUDIO

La organización se refiere a un sistema integrado por diferentes Recursos que interactúan bajo una estructura de coordinación teniendo como meta el cumplimiento de objetivos.

Es decir, la Organización es la coordinación de los diferentes recursos (personas, etc.) que integran la entidad turística con el propósito de obtener el máximo aprovechamiento posible de elementos materiales, técnicos y humanos, en la realización de los fines que la entidad persigue.

Para la ejecución y coordinación de los componentes que conforman el Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales se ha decidido realizar una doble Organización, esto debido a la necesidad de brindar mayor respaldo y por los requerimientos que imponen muchos cooperantes para accesar a fuentes de financiamiento. Para ello, es necesario y más eficiente el trato de un conjunto de municipios como una MICROREGIÓN, por ello en primer lugar se debe generar una organización central que será la encargada de velar por el desarrollo del turismo en la MICROREGIÓN, la cual debe estar respaldada por los distintos alcaldes de los municipios en la zona en estudio, es por esto que la mejor forma de buscar este respaldo es que los alcaldes sean los presidentes de los comités de cada municipio, y que luego ellos mismos sean los que conformen la microrregión.

Después, cada municipio debe tener una organización propia que se encargue de realizar los proyectos locales de cada municipio, de manera que para el Desarrollo de los Componentes que integran el Sistema de turismo y comercialización de productos artesanales la organización es la siguiente:

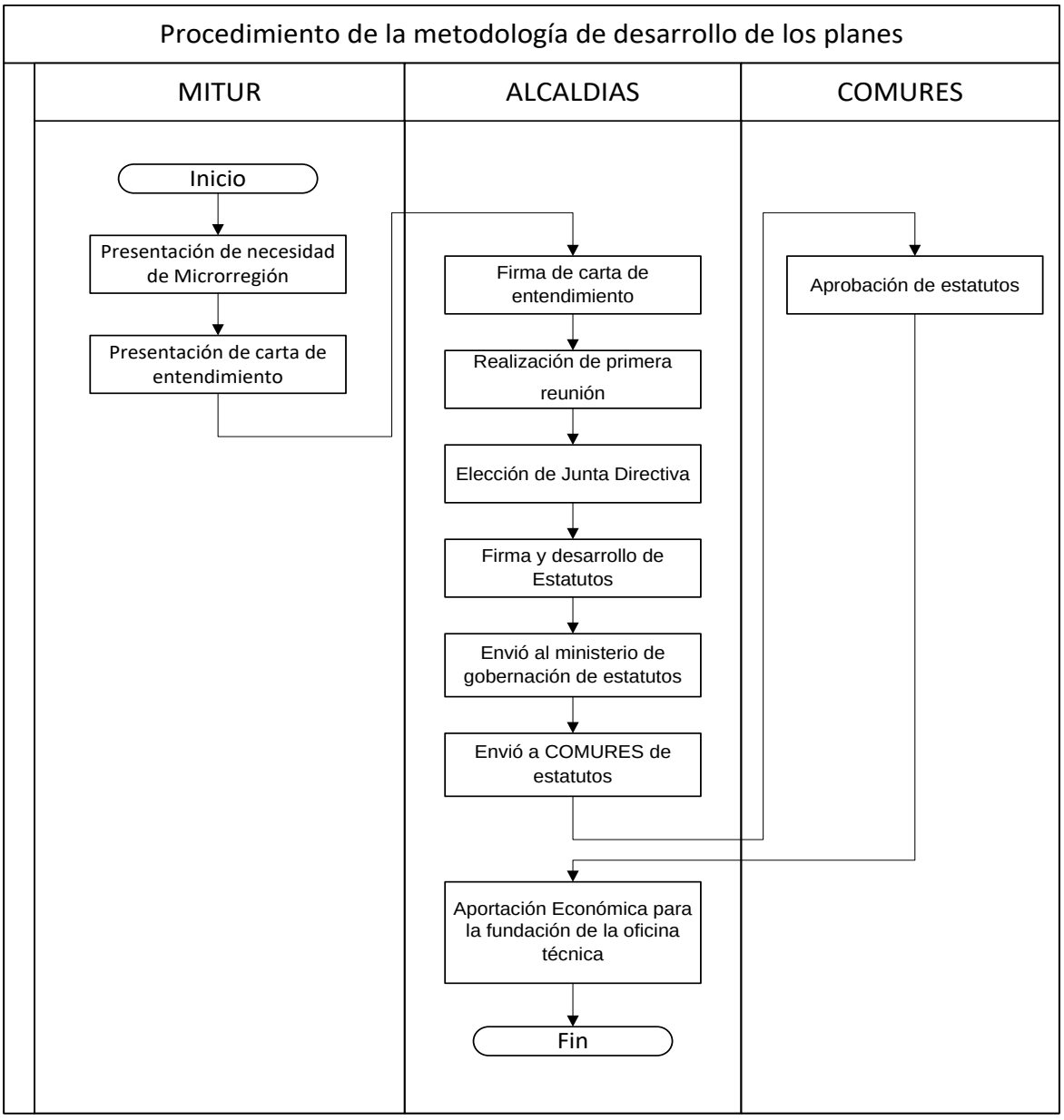


Esquema 30: Estructura organizativa para el desarrollo de los Componentes del Sistema turístico.

Fuente: Elaboración Propia.

4.1. MICRORREGIÓN

El desarrollo de la oficina técnica tiene que ver con el desarrollo de la microrregión, esto porque tras la formación de la microrregión y la carta de entendimiento y acuerdo entre los alcaldes, es que se podrá desarrollar la oficina técnica. El proceso de formación de una microrregión es el siguiente:



Esquema 31: Procedimiento para la formación de la asociatividad entre la Microrregión y el Comité Turístico.

Fuente: Elaboración Propia.

La oficina técnica tendrá como principales funciones:

- Consecución de fondos para la realización de proyectos en la zona en estudio.
- Desarrollo y Revisión Constante de perfiles de proyecto para apoyo de los planes de desarrollo Turístico.
- Desarrollo del plan de Comercialización con un enfoque regional que implique la totalidad de la zona.
- Coordinación con los comités de cada municipio para desarrollar Visitas de Reconocimiento Técnico.

4.2. DEFINICIÓN DEL MARCO LEGAL DE LA MICRORREGIÓN

Debido a las exigencias de parte de cooperantes, se debe tener en cuenta que se debe de tener una legalidad total de parte de la microrregión. La personería más adecuada para este tipo de organización es el de Asociaciones y organizaciones sin fines de lucro. Esta organización tendrá en principio dos fuentes de ingreso de fondos:

- Fondos provenientes de la alcaldía, de acuerdo a los niveles actuales, las alcaldías aportan 2% de su presupuesto a las oficinas de las microrregiones.
- La cooperación de agencias internacionales, que a través de sus programas de asistencia pueden ayudar al desarrollo de los planes de desarrollo, así como actividades encaminadas al desarrollo de la microrregión.

Los pasos para la constitución de la organización son los siguientes (Ver Anexo.5)**:**

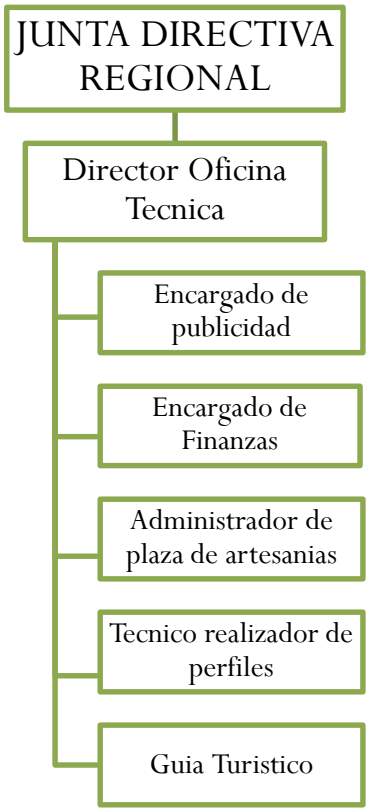
1) Convocatoria del Técnico de MITUR a los presidentes de los Comités
2) Acuerdo en cuanto a fecha y hora de Reunión
3) Constituir los estatutos que regirán la institución
4) Ya aprobados se procederá a otorgar la Escritura de la Constitución
5) Elaborar nómina de miembros que integran la Entidad
6) Elegir la Primera Junta Directiva
7) Preparar Libros Contables, Libros de Registros de Actas y de miembros.

Para el registro de la asociación se deben seguir los siguientes pasos (Ver Anexo.5)**:**

1) Solicitud dirigida a Ministerio de Gobernación (la cual será firmada por el presidente de la Asociación).
2) Dos testimonios de Escritura Matriz de Constitución de la Asociación o Fundación de que se trate, en que consten, además, la aprobación de los Estatutos, la elección de la primera Junta Directiva u organismo directivo de la misma, acompañada de tres copias.
3) Tres copias de los Estatutos con separación de artículos.
4) Constancia de Nómina de personas que integran la entidad, consignando su nacionalidad y el documento de identificación de cada uno.
5) Certificación del Acta de Elección de los miembros de la Junta Directiva.
6) Los libros en los cuales se asentarán las Actas de Asamblea General de la Junta Directiva y el Registro de Miembros, y libros contables.

4.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA MICRORREGIÓN

La estructura organizativa estará relacionada en un primer momento con las funciones que la misma deberá desempeñar durante el proceso de realización de los Componentes de desarrollo turístico. Así la Estructura propuesta es la siguiente:



Esquema 32: Estructura Organizativa de la Microrregión.

Fuente: Elaboración Propia.

4.4. MISIÓN Y VISIÓN DE LA MICRORREGIÓN

4.4.1. MISIÓN

"Ser un ente integrado de los esfuerzos de los municipios de Apastepeque, Guadalupe, San Cayetano Istepeque, Santa Clara, San Esteban Catarina, San Lorenzo, San Vicente, Tepetitán, Verapaz, Jerusalén, Mercedes La Ceiba, Santo Domingo, San Sebastián, San Ildefonso en la búsqueda del desarrollo conjunto económico y Social."

4.4.2. VISIÓN

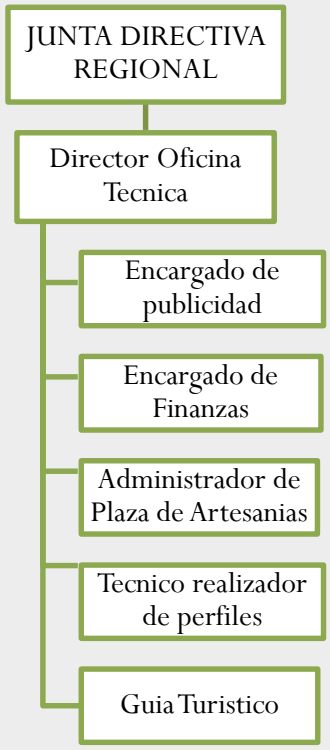
"Lograr el desarrollo turístico de la microrregión, y al mismo tiempo el desarrollo económico en un tiempo de 5 años a partir de la conformación de esta organización"

MANUAL DE ORGANIZACIÓN DE LA MICRORREGIÓN

4.5. MANUAL DE ORGANIZACIÓN DE LA MICRORREGIÓN

INTRODUCCION
La microrregión es el ente encargado de la búsqueda y canalización de los fondos a utilizarse en los planes de desarrollo turístico, así mismo también se encargará de las tareas de promoción y publicidad de la zona turística en coordinación con los comités de desarrollo turístico de cada municipio. Aunque esta asociación estará formada por los presidentes de cada comité, los cuales conformarán la junta directiva; también deberá contar con fondos para la contratación de profesionales en las áreas de Publicidad, Financiamiento y Creador de perfiles. **El funcionamiento de esta microrregión deberá estar detallado en los estatutos de la misma, y su funcionamiento se apega a la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro de El Salvador.**
MISION
“Ser un ente integrado de los esfuerzos de los municipios de Apastepeque, Guadalupe, San Cayetano Istepeque, Santa Clara, San Esteban Catarina, San Lorenzo, San Vicente, Tepetitán, Verapaz, Jerusalén, Mercedes La Ceiba, Santo Domingo, San Sebastián, San Ildefonso en la búsqueda del desarrollo conjunto económico y Social.”
VISIÓN
“Lograr el desarrollo turístico de la microrregión, y al mismo tiempo el desarrollo económico en un tiempo de 5 años a partir de la conformación de esta organización”

ORGANIGRAMA



FUNCIONES DE LOS PUESTOS

FUNCIONES DE LOS PUESTOS	Fecha de Elaboración: Feb - 2017
	Fecha de Modificación:
Nombre del puesto:	Director Oficina Técnica de la microrregión.
Bajo mando de:	Junta Directiva.
A mando de:	Encargado de Publicidad, Encargado de Financiamiento, Administrador de Plaza de Artesanías, Técnico Realizador de Perfiles.
Propósito:	Es el principal encargado de realizar los planes planteados por la microrregión, deberá llevar un control de las actividades de la misma y presentársela a la Junta Directiva.

Funciones:

- **Llevar un control de los avances de los proyectos de la microrregión.**
- **Presentar los avances a la Junta Directiva.**
- **Realizar la planificación de los proyectos a desarrollar en la microrregión.**
- **Convocar a la Junta Directiva a reuniones normales y extraordinarias.**

FUNCIONES DE LOS PUESTOS	Fecha de Elaboración: Feb - 2017
	Fecha de Modificación:

Nombre del puesto:	Encargado de promoción y comercialización
Bajo mando de:	Director
A mando de:	
Propósito:	Llevar a cabo las actividades de promoción y publicidad de la zona como destino turístico.

Funciones:

- **Utilizar los medios adecuados para la difusión de la publicidad de los municipios.**
- **Contratar a profesionales de la publicidad para la realización de la publicidad de los municipios, bajo autorización de la junta directiva.**
- **Coordinar junto a los encargados de publicidad de cada municipio las visitas de Reconocimiento Técnico.**

FUNCIONES DE LOS PUESTOS	Fecha de Elaboración: Feb - 2017
	Fecha de Modificación:

Nombre del puesto:	Encargado de Finanzas
Bajo mando de:	Director
A mando de:	
Propósito:	Es el encargado de llevar a cabo el levantamiento de las actas de las juntas, con el fin de mantener un registro de las resoluciones tomadas por el comité.

Funciones:

- **Recibir y depositar los fondos en una cuenta bancaria que la junta directiva seleccione.**
- **Llevar los libros de control de contabilidad del comité.**
- **Autorizar junto al presidente las erogaciones de fondos que se deban realizar.**
- **Preparar los informes estado contable del comité.**
- **Llevar el libro de balance presentado en el registro de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro.**
- **Administrar los fondos que el comité obtenga de los entes externos al mismo.**
- **Respaldar las erogaciones de fondos**

FUNCIONES DE LOS PUESTOS		Fecha de Elaboración: Feb - 2017
		Fecha de Modificación:
Nombre del puesto:	Administrador de Plaza de Artesanías.	
Bajo mando de:	Director	
A mando de:		
Propósito:	Dirigir, Coordinar y controlar las operaciones y funcionamiento de la plaza de las artesanías.	

Funciones:

- **Orientar y apoyar al director sobre los aspectos técnicos y administrativos requeridos para el cumplimiento de los objetivos y metas planteados.**
- **Organizar Ferias y Festivales Artesanales**
- **Gestionar los recursos necesarios para el buen funcionamiento de la plaza de las artesanías**
- **Tomar y ejecutar decisiones programadas y no programadas**

FUNCIONES DE LOS PUESTOS		Fecha de Elaboración: Feb - 2017 Fecha de Modificación:
Nombre del puesto:	Técnico Desarrollador de Perfiles	
Bajo mando de:	Director	
A mando de:		
Propósito:	Desarrollar los perfiles de los proyectos para ser presentados a los cooperantes internacionales, se refiere principalmente a los proyectos propios de la microrregión.	

Funciones:

- **Desarrollar los perfiles que se encuentren dentro de la planificación de la microrregión.**
- **Conocer los requisitos fundamentales para la elaboración de perfiles, así como los procedimientos de los cooperantes internacionales.**

FUNCIONES DE LOS PUESTOS	Fecha de Elaboración: May - 2017
	Fecha de Modificación:

Nombre del puesto:	Guía Turístico
Bajo mando de:	Director
A mando de:	
Propósito:	Eencargado de dar Asistencia y brindar información a las personas durante su viaje a los diversos sitios que ellos requieran.

Funciones:

- **Guiar y conducir la visita turística.**
- **Brindar información sobre los puntos de interés en el recorrido y explicar el atractivo.**
- **Orientar y Asesorar al Turista.**
- **Asistir al turista en caso de Emergencia.**

4.6. COMITÉ TURÍSTICO MUNICIPAL

El estudio de la Organización en la zona de estudio se aborda de la siguiente manera:

1) Descripción General del Comité.
2) Metodología para la conformación del comité turístico.
3) Definición del Marco Legal del Comité.
4) Definición de la Estructura Organizativa del Comité.
5) Requisitos para pertenecer al Comité del Desarrollo Turístico.
6) Establecimiento de las Funciones y Responsabilidades del Comité.
7) Manual de Organización del Comité Turístico.
8) Manual de Puestos del Comité Turístico.

4.7. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL COMITÉ DE TURISMO MUNICIPAL

El comité turístico es la entidad que actúa como el principal impulsor de las iniciativas turísticas en el municipio en conjunto con la alcaldía.

Para que el desarrollo turístico se dé en todos los municipios de la región en estudio, es necesario que exista una organización que trabaje en exclusiva con este fin, asimismo debe de incluir a la población de los municipios, así como a las personas que por tener algún negocio o iniciativa de negocio relacionada al turismo muestre interés de formar parte en esta entidad.

Por ello se ha decidido impulsar la creación de los distintos comités de desarrollo turístico para los municipios que conforman la zona en estudio.

A continuación, se presentan los entes cuya participación es necesaria para las actividades de los comités de turismo, ya que son quienes forman la Asamblea General del Comité:

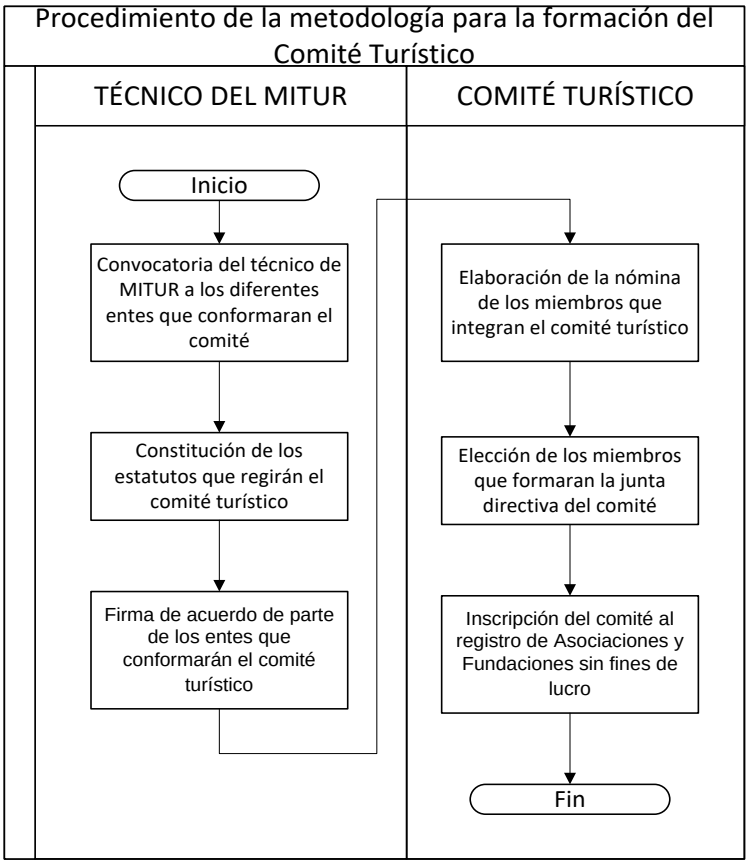
1) **Líderes comunales:** sobre todo en aquellas comunidades que presentan mayor potencial de desarrollo por la posesión de recursos explotables turísticamente, y que haciendo uso de su posición de liderazgo ayuden a impulsar el turismo en sus comunidades. Para ello es necesario que las personas que entran a formar parte del comité sean concientizadas acerca de la importancia y sobre las oportunidades que el desarrollo turístico representa para sus comunidades.

2) **Comerciantes y Artesanos:** que conscientes del beneficio que el desarrollo turístico representa para sus negocios, sean partícipes de las iniciativas del comité.
3) **Representante Municipal:** ya sea a través de una dirección permanente de turismo o a través de la dirección social y de medio ambiente como funciona en algunas alcaldías, hacer partícipe a las municipalidades como medio de apoyo y que permita la coordinación de los esfuerzos de desarrollo. Así mismo en caso de existir agentes municipales de seguridad coordinar los esfuerzos en la conservación de todas aquellas propiedades que sean parte del patrimonio cultural e histórico que se encuentren en posesión de la alcaldía. También se espera que a través de la municipalidad y con la participación de los comités de turismo, se realicen los planes que permitan el desarrollo turístico. Para brindar un mayor respaldo a los comités turísticos, se aconseja que los presidentes de los comités de turismo sean los alcaldes de cada municipio.
4) **Policía Nacional Civil:** para coordinar los esfuerzos para la provisión de seguridad a los turistas que visitan los municipios, así como en los lugares que se estén explotando turísticamente.
5) **Empresarios:** que inyecten dinero a través de inversiones al desarrollo turístico del municipio. Con la ayuda de los empresarios se espera crear la planta de servicios turísticos suficientes para la atención de la demanda que se genere en los municipios. Se espera que estas inversiones tengan un impacto positivo generando empleos, o la entrada de dinero a las comunidades.
6) **Hospitales y/o Unidades de salud:** Encargadas de brindar salud a los turistas que visitan los municipios, así mismo deben llevar a cabo la labor de controlar que los negocios que se abran cumplan con los requerimientos de higiene necesarios.
7) **Casas de la cultura:** En los municipios en los que exista casa de la cultura es necesario hacer partícipe de esta en la labor de difusión de la cultura y tradiciones de los municipios a través de actividades que hagan participe a la comunidad, por ello es necesario hacer partícipe a esta entidad en el comité de turismo.

Estas son las entidades que deben formar parte del comité de turismo municipal, cada una de ellas forma parte de una esfera distinta de la vida en los municipios y cada una de estas puede aportar algo diferente para el logro del desarrollo turístico.

Para que todas las actividades que realice el comité se vean respaldadas legalmente, es necesario llevar a cabo la legalización y registro de la nueva sociedad creada. A continuación, se presentan los requisitos mínimos legales, así como el tipo de sociedad elegida para llevar a cabo el diseño de los comités de turismo municipal.

4.8. METODOLOGÍA PARA LA CONFORMACIÓN DEL COMITÉ TURÍSTICO.



Esquema 33: Procedimiento para la formación del comité turístico.

Fuente: Elaboración Propia.

4.9. FUNCIONES DEL COMITÉ TURÍSTICO

La creación de un comité turístico en cada uno de los municipios que integran la zona en estudio funcionara como un organismo público descentralizado de colaboración municipal y auxiliar de las autoridades de turismo, en la conservación, protección, creación, mejoramiento y aprovechamiento de los recursos turísticos con el objeto de fomentar el desarrollo económico y social a través del turismo. El Comité de Turismo tendrá las siguientes atribuciones:

1) Formular programas anuales para fomentar el desarrollo del turismo en la Comunidad.
2) Actuar como órgano de consulta tanto de las autoridades como de las particulares, en materia turística, cuando se solicite.
3) Estimular la corriente turística, con el objeto de incrementar su afluencia al Municipio, difundiendo entre los visitantes nuestras costumbres, cultura y tradiciones, así como nuestros recursos y atractivos turísticos.
4) Promover y fomentar ferias y convenciones de carácter nacionales y municipales, así como exposiciones de artesanías y artes populares.
5) Impulsar el desarrollo de los centros de capacitación y adiestramiento para preparar personal especializado en todas las ramas relacionadas con el Turismo dentro del municipio.
6) Proponer a las autoridades competentes proyectos de construcción de obras y reconstrucciones, encaminadas al embellecimiento del Municipio, para el efecto de crear atractivos de índole turística.
7) Impulsar un desarrollo turístico sostenible
8) Volver atractivo al municipio a través de la realización de campañas de limpieza o de señalización turística
9) Diseñar mecanismos para beneficiar aquellos negocios que cumplan con las normativas turísticas existentes o propuestas como parte del proceso de estandarización.
10) Fomentar la participación de las comunidades en la actividad turística.
11) Fomentar la utilización sostenible de los atractivos turísticos identificados en los municipios

12) Realizar actividades de promoción del municipio
13) Vigilar el cumplimiento de las normas de funcionamiento mínimas para los negocios turísticos.

Como se puede observar el comité de Turismo posee actividades marcadamente de apoyo para el turismo. Para el desarrollo de sus actividades se recomienda que el comité posea una personería jurídica de acorde a las leyes del país. Por ello a continuación se presentan los tipos de sociedades de acuerdo a las cuales se pueden inscribir asociaciones de personas en el país.

4.10. MARCO LEGAL DEL FUNCIONAMIENTO DEL COMITÉ DE TURISMO MUNICIPAL

Como primer paso en este apartado, se debe decidir el tipo de organización del que será parte el comité, esto con el fin de saber los requisitos legales que se deben cumplir, así como para garantizar un funcionamiento óptimo por parte del mismo. Por ello es necesario conocer entonces las funciones que los Comités de Desarrollo Turístico deben poseer para cumplir con un rol determinante en el turismo de sus municipios.

Esquema 34: Procedimiento para la formación del comité turístico.
Fuente: Elaboración Propia.

Las sociedades con fines de lucro buscan las ganancias monetarias derivadas de la realización de sus actividades. Las asociaciones sin fines de lucro buscan generar un impacto social en la realización de sus actividades, canalizando fondos o impulsando proyectos sociales.

4.10.1. CARACTERIZACIÓN DE LOS TIPOS DE ASOCIACIONES QUE CONFORMAN EL COMITÉ

Sociedades de personas

Se dividen en:

- Sociedad en nombre colectivo o Sociedades Colectivas
- Sociedad en comandita simple o sociedades comanditas simples
- Sociedad de Responsabilidad Limitada

Su principal característica es que deben estar constituidas únicamente por personas naturales, y sus participaciones dentro de la sociedad están representadas por acciones, deben reportar sus participaciones en otras sociedades, y responden ilimitada y solidariamente.

Sociedades de Capital

Se dividen en:

- Las sociedades anónimas.
- Las sociedades en comandita por acciones o sociedades comanditarias por acciones.

Se pueden conformar por personas tanto naturales como jurídicas, la participación es por medio de acciones que al contrario de las de la sociedad de personas, pueden no tener el mismo valor. La responsabilidad está limitada al valor de las acciones.

Asociación Cooperativa

Las participaciones y las decisiones en este tipo de sociedad se deben realizar de forma democrática, además estas cooperativas también deben permitir la libre adhesión y el retiro voluntario, asimismo debe mantener su neutralidad religiosa y política. Se dividen principalmente en:

- Cooperativas de producción;
- Cooperativas de vivienda;

- Cooperativas de servicio

Se pueden asociar distintas cooperativas en federaciones y confederaciones. Las sociedades anteriores pueden obtener ganancias de la realización de sus actividades.

A continuación, se presentan las características de las asociaciones que no tienen como fin la obtención de lucro.

Sociedades sin fines de Lucro

Como su nombre lo indica este tipo de sociedades no persiguen el lucro de sus miembros. Las características principales de este tipo de asociación que deben ser cumplidas de acuerdo a las leyes de El Salvador[102] son las siguientes:

- No persiguen el lucro de sus miembros.
- No se reparten beneficios, remanentes o utilidades entre los miembros.
- Las asociaciones o fundaciones no podrán ser fiadoras o avalistas de obligaciones.

Las entidades sin fines de lucro pueden ser de dos tipos, Fundaciones y Asociaciones, siendo la principal diferencia que las asociaciones nacen de la agrupación de personas que se asocian para el desarrollo permanente de actividades, mientras las fundaciones, son entidades creadas para la administración de un patrimonio con fines públicos.

Cooperativa sin Fines de Lucro

Puede estar conformada por miembros que tengan el común denominador de una actividad económica practicada, o un mismo interés, y su principal actividad es la promoción de la realización de proyectos en beneficio social.

Las decisiones se toman de acuerdo a los principios democráticos. La neutralidad religiosa y la igualdad de derechos de los asociados se mantienen.

[102] Ley de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro.

4.10.2. EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DEL TIPO DE EMPRESA A SER UTILIZADO EN EL MODELO DE COMITÉ PROPUESTO

Recordando las funciones que el comité turístico debe cumplir en funcionamiento, podemos inferir que el comité debe poseer características tales como:

- **Flexibilidad:** que permita a la organización atender las diversas áreas que el comité atenderá.
- **Involucramiento:** permitiendo a los interesados en la conformación del comité la identificación con el mismo de forma que vean el trabajo en el comité como una manera de trabajar en conjunto para el bien de todos los involucrados.
- **Durabilidad:** referida al tiempo que se espera que la organización se mantenga en funcionamiento, para el caso de los comités se espera que se convierta en una organización permanente.
- **Despersonalización de los fondos:** ya que los fondos que manejará el comité serán utilizados para la realización de los proyectos del mismo y no para beneficio de los asociados.
- **Financiamiento de entidades de desarrollo**: esto porque las agencias de cooperación internacional pueden apoyar tanto económicamente como a través de capacitaciones a la nueva entidad.

De acuerdo a estas características a continuación se realiza una evaluación de los tipos de sociedad evaluados y su pertinencia, evaluando cada punto con la siguiente tabla, se realizará la elección del tipo de sociedad que más se apegue a las características esperadas.

Evaluación	Valor	Descripción
No aplica	0	El tipo de organización descrita no aplica para la característica evaluada pues por definición o por limitantes legales no la puede realizar.
Aplica con Limitantes	3	La característica se cumple por la organización evaluada, pero existen limitantes legales para su cumplimiento.
Aplica	5	La característica se puede cumplir por la organización sin ningún tipo de inconveniente.

Tabla 148: Descripción de criterios para selección de la asociación.

Fuente: Elaboración Propia.

	Flexibilidad	Involucramiento	Durabilidad	Despersonalización de fondos	Financiamiento Externo	Total
Sociedades de personas	3	5	5	0	0	13
Sociedades de capitales	3	5	5	0	0	13
Asociaciones Cooperativas	5	3	5	5	3	21
Sociedad sin fines de lucro	5	5	5	5	5	25
Cooperativas sin fines de lucro	5	3	5	5	0	18

Tabla 149: Evaluación de las sociedades de acuerdo a las características que debe cumplir el comité.

Fuente: Elaboración Propia.

Como se puede ver el tipo de asociación que más se apega a las características que se buscan para el comité es la de las sociedades sin fines de lucro con un puntaje total de 25 puntos. Por ello este tipo de organización será el que se desarrolle como el tipo de entidad legal recomendada para los comités de desarrollo turístico. Para la constitución, es decir la fundación de una nueva organización de este tipo es necesario cumplir con algunos requisitos que se muestran a continuación (Ver Anexo.5):

1) Constituir los Estatutos que regirán la Asociación.
2) Ya aprobados los estatutos por los miembros fundadores, se procederá a otorgar la escritura de Constitución.
3) Elaborar nómina de miembros que integran la entidad.
4) Elegir la primera Junta Directiva, de acuerdo como se establezca en los Estatutos.
5) Preparar Libros contables, libros de registro de actas y de miembros, estos se deberán presentar al Registro, para que sean legalizados junto con la escritura de constitución de asociación.

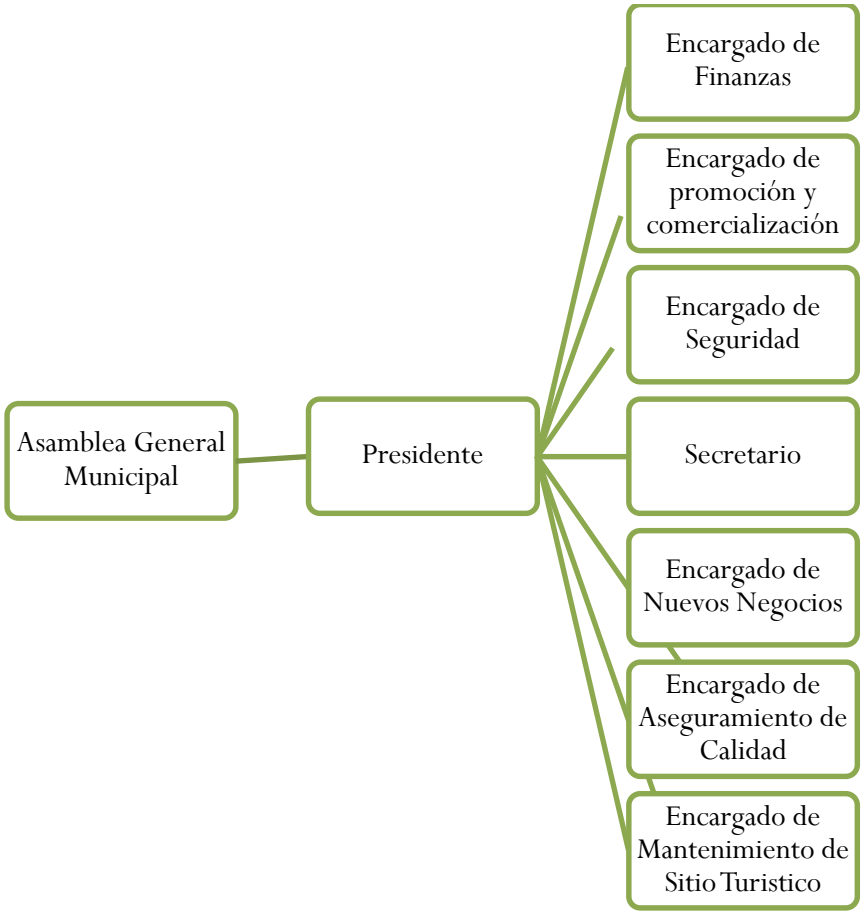
Los comités turísticos que se conformen en los municipios deben de inscribirse en el Registro de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro esto para que, de acuerdo a la ley, adquieran la personalidad y existencia jurídica; para ello deben de cumplir una serie de requisitos los cuales a continuación se presentan (Ver Anexo.5):

1) Solicitud dirigida a Ministerio de Gobernación (la cual será firmada por el presidente de la Asociación).
2) Dos testimonios de Escritura Matriz de Constitución de la Asociación o Fundación de que se trate, en que consten, además, la aprobación de los Estatutos, la elección de la primera Junta Directiva u organismo directivo de la misma, acompañada de tres copias.
3) Tres copias de los Estatutos con separación de artículos.
4) Constancia de Nómina de personas que integran la entidad, consignando su nacionalidad y el documento de identificación de cada uno.
5) Certificación del Acta de Elección de los miembros de la Junta Directiva.
6) Los libros en los cuales se asentarán las Actas de Asamblea General de la Junta Directiva y el Registro de Miembros, y libros contables.

4.11. DEFINICIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL COMITÉ DE TURISMO MUNICIPAL

De acuerdo a la ley establecida en la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro, la administración de las asociaciones estará sujeta a la decisión de los miembros fundadores, y plasmada en los estatutos de constitución del comité. El MITUR ha realizado una guía para la

elaboración de este tipo de comité, en el cual propone estructura que se considera como obligatoria para el funcionamiento de este tipo de asociaciones es la Asamblea General de la cual forman parte la totalidad de los miembros fundadores, bajo este organismo se erige la junta directiva que es elegida durante las Asambleas Generales y se encargará de la administración y dirección de la asociación. La estructura organizativa que se utilizará dentro de los comités es la siguiente:



Esquema 35: Estructura organizativa para los comités turísticos.

Fuente: Elaboración Propia.

La Asamblea General es el órgano principal de la sociedad, conformada por aquellos miembros inscritos en el libro correspondiente. Estará constituida por:

1) Representantes de instituciones públicas como: Ministerio de Turismo, Ministerio de Educación, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, PNC-POLITUR, Unidad de Desarrollo Ambiental y Social de la Alcaldía Municipal, Casa de la Cultura.

2) ONG´s de apoyo al Sector, líderes de las diferentes comunidades que se encuentran organizadas en el municipio y
3) Representantes de la Empresa Privada: Empresarios de servicios turísticos o de apoyo al sector presentes en los municipios, emprendedores (artesanos, comerciantes, etc.).

Las decisiones que serán competencia de la Asamblea están referidas a:

1) Formulación de programas anuales que incluyan actividades que fomenten el desarrollo del turismo en la Comunidad.
2) Aprobación de Proyectos relacionados a Mejora de Infraestructura, Promoción y Publicidad, Actividades Turísticas como Festivales Gastronómicos, de Artesanías, es decir todos aquellos que estimulen el desarrollo turístico en cada uno de los municipios.
3) Estimular la corriente turística a través del fortalecimiento de iniciativas locales de desarrollo turístico, con el objeto de incrementar la demanda a los diferentes Municipios, difundiendo entre los visitantes costumbres, cultura y tradiciones, así como recursos y atractivos turísticos.
4) Promover y fomentar ferias y convenciones de carácter nacionales y municipales, así como exposiciones de artesanías y artes populares.
5) Impulsar el desarrollo de los centros de capacitación y adiestramiento para preparar personal especializado en todas las ramas relacionadas con el Turismo dentro del municipio.
6) Proponer a las autoridades competentes: Proyectos de Construcción de Obras y Reconstrucciones, encaminadas al embellecimiento de los Municipios, para el efecto de crear atractivos de índole turística.
7) Impulsar el Desarrollo Turístico Sostenible mediante el fortalecimiento de políticas en las dimensiones social, económica y ambiental.
8) Volver atractivo a los diferentes municipios a través de la realización de Campañas de Limpieza y Ornato.
9) Diseñar mecanismos que promuevan el cumplimiento de las Normas de Calidad Turística en los Servicios Turísticos identificados en cada uno de los municipios.
10) Fomentar la Participación de las comunidades en la actividad turística.

La Junta directiva del Comité de Turismo Municipal está conformada por el presidente y los distintos encargados de los proyectos del comité, se encargará de llevar a cabo la misión y visión de la organización. De acuerdo la ley de Asociaciones sin fines de lucro, las labores de administración pueden ser delegadas a personas de la forma en que se decida y plasme en los estatutos. Así entre las personas que conforman la Asamblea General se puede llevar a cabo la elección de las personas que se harán cargo de la administración del comité.

4.12. REQUISITOS PARA PERTENECER AL COMITÉ DEL DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL

Para formar parte del comité de desarrollo turístico, es necesario sentar algunos requisitos que garanticen el mejor trabajo en apoyo al comité. Los requisitos son los siguientes:

- Residir o ser originario del municipio en que se forma el comité.
- Ser mayor de edad.
- Estar en goce de sus derechos civiles.
- No tener historial delictivo.

4.13. ESTABLECIMIENTO DE LAS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL COMITÉ DE TURISMO MUNICIPAL.

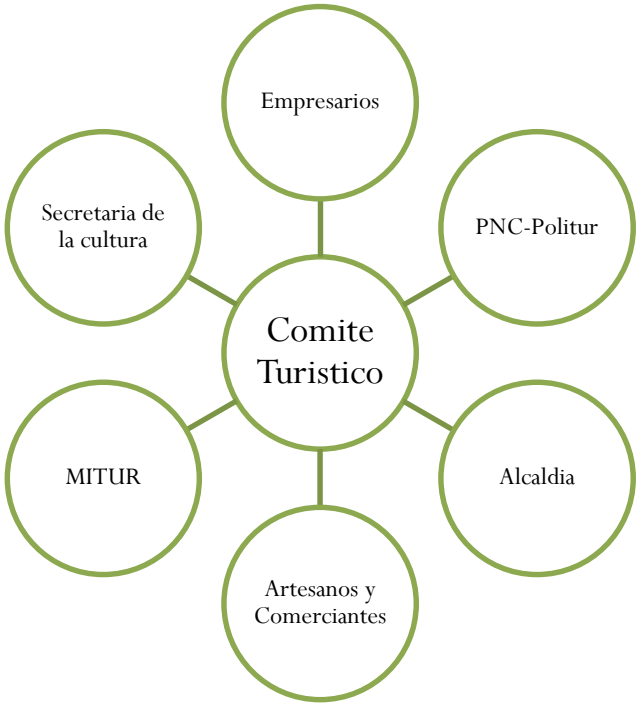
La parte principal que conforma el comité de turismo es la Junta Directiva la cual se encarga, en esencia, de cumplir con la Coordinación de las Actividades del qué hacer turístico del Municipio al que pertenece.

4.14. FUNCIONES DEL COMITÉ DE TURISMO MUNICIPAL

- Desarrollo de las actividades necesarias para el logro de los fines del Comité de Turismo.
- Velar por la administración eficiente y eficaz del patrimonio del comité.
- Elaborar la memoria de labores de la Asociación.
- Promover la elaboración de planes, programas, proyectos y presupuestos.
- Convocar a sesiones ordinarias y extraordinarias a la sociedad.
- Decidir sobra las solicitudes de incorporación de nuevos miembros.

4.15. INTERRELACIÓN DEL COMITÉ TURÍSTICO MUNICIPAL CON OTRAS ENTIDADES

Uno de los factores importantes del comité turístico será la relación que exista con otras organizaciones, lo que ayudará a fomentar la cooperación en las iniciativas de turismo en los diferentes municipios. A continuación, se presenta las diferentes entidades y organización que puede interactuar de dicha manera con el comité turístico:



Esquema 36: Estructura organizativa para los comités turísticos.
Fuente: Elaboración Propia.

ORGANIZACIÓN	TIPO DE INFORMACION
MITUR	Información necesaria para el uso sostenible de los recursos y atractivos turísticos nacionales y promoviendo de esta manera al turismo como medio de desarrollo económico y social para algunas zonas en el país.
Artesanos y Comerciantes/ Empresarios	Informar acerca de los tipos de productos a comercializar, así como el interés por obtener fuentes de financiamiento o capacitaciones que ayuden a mejorar el servicio o productos que se pueden ofrecer a los turistas.

Alcaldía	Informar y detallar la cantidad de recursos entre financieros, humanos y materiales disponibles para proyectos y programas de apoyo al sector turístico (ferias, festivales, etc.).
PNC- Politur	Proporcionar y garantizar la seguridad de los turistas en cada uno de los lugares turísticos.
Secretaria de la cultura	Requerimientos acerca de la conservación y protección de centros históricos y bienes culturales a nivel nacional.

Tabla 150: Entes relacionados con el comité turístico.
Fuente: Elaboración Propia.

4.15.1. FORMA DE OPERACIÓN DEL COMITÉ TURISTICO

Comité turístico	
Función del comité	El comité deberá reunirse periódicamente para tratar temas relacionadas al qué hacer turístico del Municipio. Su función principal consiste en la Coordinación de los Planes de Desarrollo Turístico propuesto para cada uno de los municipios en estudio, en lo que respecta a la Gestión de los Recursos, Desarrollo de los Productos Turísticos, Seguridad, Publicidad y Promoción, Iniciativas de Emprendedurismo.
Forma de operación	➢ La operación del Comité se basará en los acuerdos tomados en las Reuniones que se realicen. ➢ El presidente del Comité es el responsable de Convocar y dirigir cada una de las Reuniones. ➢ El establecimiento de la Agenda será desarrollado por el Secretario del Comité, así como los Acuerdos que se establezcan en la Reunión. ➢ Cada coordinador de área presentará un informe, donde expondrán resultados del avance de cada área, así como las necesidades detectadas y las tomas de decisiones asociadas. En caso necesario, el Comité deberá tomar decisiones con respecto a medidas preventivas o correctivas de algún proceso que lo requiera. ➢ Al finalizar cada reunión se deberán generar Planes de Acción donde se definan para cada acción a tomar, tiempos y responsables.

Tabla 151: Forma de operación del comité turístico.

Fuente: Elaboración Propia.

4.16. MANUAL DE ORGANIZACIÓN DEL COMITÉ TURÍSTICO MUNICIPAL

Debido a la dificultad que entrañaría la realización de los manuales de organización de los comités Turísticos de los 14 municipios en la zona en estudio, se ha decidido que se realizará un ejemplo de los contenidos del manual de Organización, el cual pueda ser utilizado por los comités de todos los municipios como modelo de contenido.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN DEL COMITÉ TURISTÍCO MUNICIPAL

INTRODUCCIÓN

El Manual de Organización es un documento de control administrativo que tiene como propósito, orientar a los miembros del Comité de Desarrollo Turístico en la ejecución de las labores asignadas a cada puesto definido dentro de la estructura del comité; asimismo, delimitar responsabilidades, evitar duplicidades e identificar omisiones; además, sirve como instrumento de apoyo para el control, evaluación y seguimiento de los objetivos institucionales, así como medio de orientación e información al público en general.

El presente Manual tiene como objetivo presentar la estructura organizativa, así como las funciones de los distintos que conforman el Comité de Desarrollo Turístico, y podrá ser utilizado por todos los miembros de la Asamblea General, así como por los miembros de la Junta Directiva, poniendo especial énfasis en aquellos nuevos miembros que deseen conocer el funcionamiento interno del comité.

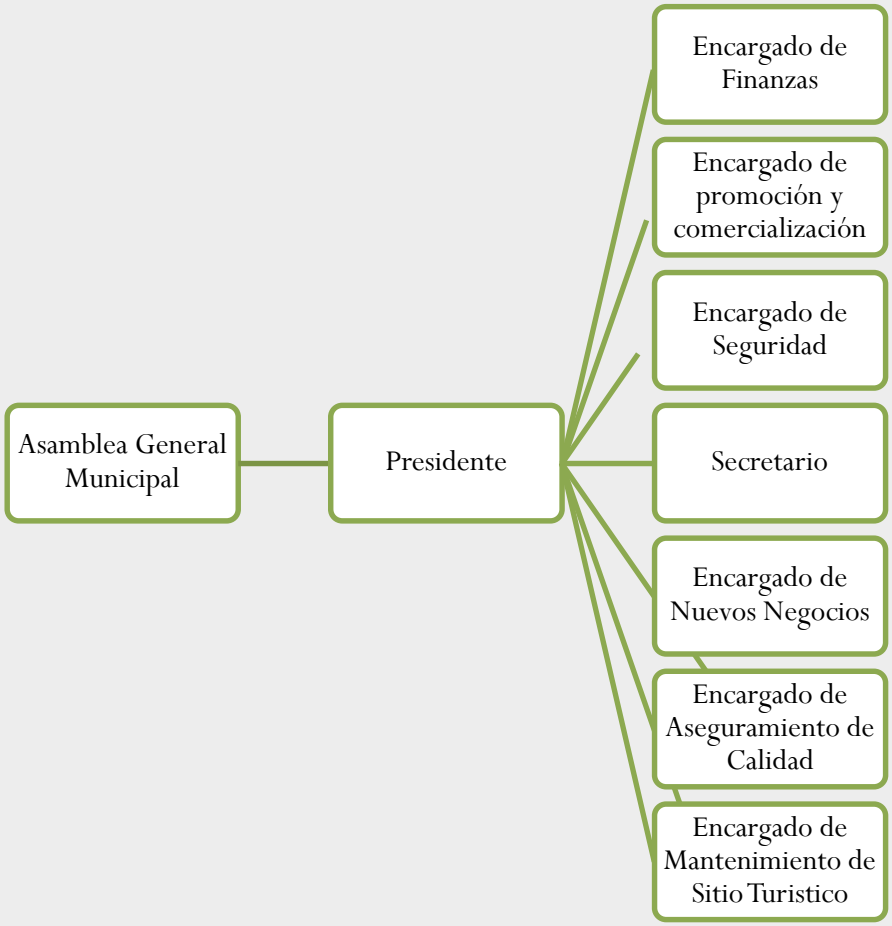
MISIÓN

Ayudar al crecimiento turístico del municipio a través del trabajo en conjunto de los sectores representados en el comité con el fin de lograr un beneficio social procedente de la actividad turística.

VISIÓN

Convertir al municipio en un atractivo para los turistas nacionales e internacionales, aplicando políticas adecuadas de sostenibilidad que no pongan en riesgo los recursos naturales existentes en el municipio.

ORGANIGRAMA



FUNCIONES DE LOS PUESTOS

FUNCIONES DE LOS PUESTOS	Fecha de Elaboración: Feb - 2017
	Fecha de Modificación:
Nombre del puesto:	Presidente
Bajo mando de:	Junta Directiva.
A mando de:	Secretario, Encargado de finanzas, Encargado de seguridad, Encargado de nuevos negocios, Encargado de aseguramiento de la calidad, Encargado de promoción y comercialización
Propósito:	Puesto más alto dentro de la junta directiva. Es el encargado de brindar los informes a la Asamblea General.

Funciones:

- **Presidir las sesiones ordinarias y extraordinarias del comité.**
- **Velar por el cumplimiento de los acuerdos y resoluciones.**
- **Convocar a sesiones ordinarias y extraordinarias.**
- **Presentar la memoria de labores de la asociación, así como los informes requeridos para el funcionamiento de la misma.**

FUNCIONES DE LOS PUESTOS	Fecha de Elaboración: Feb - 2017
	Fecha de Modificación:
Nombre del puesto:	Encargado de nuevos negocios
Bajo mando de:	Presidente
A mando de:	
Propósito:	Encargado de coordinar las reuniones necesarias para los interesados en abrir un nuevo negocio en el área turística.

Funciones:

- **Coordinar las capacitaciones a los interesados en abrir nuevos negocios.**
- **Buscar la adhesión de los nuevos empresarios al comité.**
- **Facilitar a los emprendedores que lo soliciten la información de los requerimientos legales para el montaje de su negocio.**

FUNCIONES DE LOS PUESTOS	Fecha de Elaboración: Feb - 2017
	Fecha de Modificación:
Nombre del puesto:	Secretario
Bajo mando de:	Presidente
A mando de:	
Propósito:	Es el encargado de llevar a cabo el levantamiento de las actas de las juntas, con el fin de mantener un registro de las resoluciones tomadas por el comité.

Funciones:

- **Llevar los libros de actas de las sesiones del Comité Turístico.**
- **Llevar a cabo el archivo de documentos y registros de los miembros del Comité.**
- **Extender las certificaciones que fueran solicitadas al Comité.**
- **Hacer y enviar las convocatorias a los miembros del Comité.**
- **Ser el órgano de comunicación del comité.**

FUNCIONES DE LOS PUESTOS	Fecha de Elaboración: Feb - 2017
	Fecha de Modificación:
Nombre del puesto:	Encargado de Finanzas
Bajo mando de:	Presidente
A mando de:	
Propósito:	Es el encargado de llevar a cabo el levantamiento de las actas de las juntas, con el fin de mantener un registro de las resoluciones tomadas por el comité.

Funciones:

- **Recibir y depositar los fondos en una cuenta bancaria que la junta directiva seleccione.**
- **Llevar los libros de control de contabilidad del comité.**
- **Autorizar junto al presidente las erogaciones de fondos que se deban realizar.**
- **Preparar los informes estado contable del comité.**
- **Llevar el libro de balance presentado en el registro de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro.**
- **Administrar los fondos que el comité obtenga de los entes externos al mismo.**
- **Respaldar las erogaciones de fondos**

FUNCIONES DE LOS PUESTOS	Fecha de Elaboración: Feb - 2017
	Fecha de Modificación:
Nombre del puesto:	Encargado de Aseguramiento de la Calidad
Bajo mando de:	Presidente
A mando de:	
Propósito:	Asegurarse que los nuevos negocios posean las características necesarias para que cumplan con las expectativas de los turistas, al tiempo que sean sostenibles, así como impulsar estas características entre los negocios ya existentes.

Funciones:

- **Facilitar los requerimientos necesarios para montar un negocio que cumpla con los estándares establecidos en su rubro.**
- **Asegurarse que los nuevos negocios, así como los existentes posean políticas de sostenibilidad para la realización de sus actividades.**
- **Servir como apoyo para llevar a cabo la función de vigilancia del cumplimiento de las normas mínimas definidas para el funcionamiento de los negocios turísticos.**

FUNCIONES DE LOS PUESTOS	Fecha de Elaboración: Feb - 2017
	Fecha de Modificación:
Nombre del puesto:	Encargado de promoción y Comercialización
Bajo mando de:	Presidente
A mando de:	
Propósito:	Llevar a cabo las actividades de promoción y publicidad del municipio como destino turístico.

Funciones:

- **Utilizar los medios adecuados para la difusión de la publicidad del municipio.**
- **Contratar a profesionales de la publicidad para la realización de la publicidad del municipio, bajo autorización de la junta directiva.**
- **Apoyar al encargado de publicidad de la microrregión en la recopilación de datos sobre los atractivos del municipio.**

FUNCIONES DE LOS PUESTOS	Fecha de Elaboración: Feb - 2017
	Fecha de Modificación:
Nombre del puesto:	Encargado de Seguridad
Bajo mando de:	Presidente
A mando de:	
Propósito:	Llevar a cabo los contactos con los cuerpos de seguridad, tanto para actividades turísticas como para la realización de charlas sobre seguridad.

Funciones:

- **Coordinar la realización de charlas sobre prevención de delitos y violencia.**
- **Gestionar los cuerpos de seguridad que se presenten en las actividades turísticas.**
- **Participar en el comité municipal de emergencia de manera que se puedan coordinar los esfuerzos de gestión de riesgos con los de seguridad.**
- **Crear conciencia entre la población acerca de la importancia de la seguridad para el turismo.**

4.17. MANUAL DE PUESTOS DEL COMITÉ DE TURISMO MUNICIPAL

Debido a la dificultad que entrañaría la realización de los manuales de puestos de los comités Turísticos de los 14 municipios en la zona en estudio, se ha decidido que se realizará un ejemplo de los contenidos del manual de Puestos el cual pueda ser utilizado por los comités de todos los municipios como modelo de contenido.

MANUAL DE PUESTOS DEL COMITÉ TURISTÍCO MUNICIPAL

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO MUNICIPAL	
MANUAL DEL PUESTO	
Fecha de Elaboración: __Feb – 2017___	**Hoja:** _____1/7_____
Fecha de Modificación: _____	**Aprobó:** _____
Elaboro: _____	**Cantidad de plazas:** _____1_____
Nombre del puesto: __Presidente_____	

Jefe Inmediato: _____Ninguno_____

Subordinados: Encargado de nuevos negocios, encargado de finanzas, encargado de aseguramiento de la calidad, secretario, encargado de promoción y comercialización, encargado de seguridad.

PROPOSITO DEL PUESTO

Identificar las diferentes funciones que debe realizar el presidente del comité de desarrollo turístico, las cuales ayudaran a desempeñar de la mejor manera ese cargo. El presidente del comité se seleccionará de entre los mismos miembros que conforman el comité, para ello se realizara una votación y seleccionando de esta manera al candidato ganador.

PERFIL DEL PUESTO

Conocimientos Necesarios:

- Conocimientos en paquete de Microsoft Office.
- Conocimiento en la elaboración de planes de trabajo.

Características Personales Requeridas

- Sexo: Masculino o Femenino
- Buenas relaciones interpersonales
- Capacidad de liderazgo
- Responsable
- Analítico
- Dinámico
- Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presión

FUNCION A DESEMPEÑAR

- Organizar las reuniones y convocar a los miembros del comité turístico.
- Planificar y organizar los diferentes proyectos de inversión.
- Administrar correctamente los recursos asignados para los proyectos.
- Representar al Comité turístico antes otras instituciones que apoyan el turismo de la zona

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO MUNICIPAL	
MANUAL DEL PUESTO	
Fecha de Elaboración: __Feb – 2017___	**Hoja:** _____2/7_____
Fecha de Modificación: _____	**Aprobó:** _____
Elaboro: _____	**Cantidad de plazas:** _____1_____
Nombre del puesto: __Encargado de nuevos negocios__	
Jefe Inmediato: _____Presidente_____	
Subordinados:	

PROPOSITO DEL PUESTO

Encargado de coordinar las reuniones necesarias para los interesados en abrir un nuevo negocio en el área turística.

PERFIL DEL PUESTO

Conocimientos Necesarios:

- Conocimientos en paquete de Microsoft Office.

Características Personales Requeridas

- Sexo: Masculino o Femenino
- Buenas relaciones interpersonales
- Capacidad de liderazgo
- Responsable
- Analítico
- Dinámico
- Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presión

FUNCION A DESEMPEÑAR

- Coordinar las capacidades a los interesados en abrir nuevos negocios
- Buscar la adhesión de los nuevos empresarios al comité
- Facilitar a los emprendedores la información necesaria para empezar sus negocios

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO MUNICIPAL	
MANUAL DEL PUESTO	
Fecha de Elaboración: __Feb – 2017___	**Hoja:** _____3/7_____
Fecha de Modificación: _____	**Aprobó:** _____
Elaboro: _____	**Cantidad de plazas:** _____1_____
Nombre del puesto: __Encargado de Finanzas	
Jefe Inmediato: _____Presidente _____	
Subordinados:	

PROPOSITO DEL PUESTO

Es la persona encargada en realizar el levantamiento de las actas de juntas y de mantener el registro de las transacciones.

PERFIL DEL PUESTO

Conocimientos Necesarios:

- Conocimientos en paquete de Microsoft Office.
- Conocimiento de contabilidad y finanzas.

Características Personales Requeridas

- Sexo: Masculino o Femenino
- Buenas relaciones interpersonales
- Capacidad de liderazgo
- Responsable
- Analítico
- Dinámico
- Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presión

FUNCION A DESEMPEÑAR

- Recibir y depositar los fondos en una cuenta bancaria los fondos adquiridos por junta directiva.
- Llevar los libros de contabilidad y preparar los estados financieros del comité.
- Llevar los libros de balance presentado en el registro de asociaciones y fundaciones sin fines de lucro.
- Autorizar junto con el presidente todas las erogaciones a cualquier miembro del comité.

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO MUNICIPAL	
MANUAL DEL PUESTO	
Fecha de Elaboración: __Feb – 2017___	**Hoja:** _____4/7_____
Fecha de Modificación: _____	**Aprobó:** _____
Elaboro: _____	**Cantidad de plazas:** _____1_____
Nombre del puesto: __Encargado de aseguramiento de la Calidad__	
Jefe Inmediato: _____Presidente_____	
Subordinados:	

PROPOSITO DEL PUESTO

Identificar las actividades que son específicas para las personas encargadas de la calidad y las buenasprácticas de turismo en la zona de desarrollo turístico.

PERFIL DEL PUESTO

Conocimientos Necesarios:

- Conocimientos en paquete de Microsoft Office.
- Conocimientos de normas de calidad en empresas.

Características Personales Requeridas

- Sexo: Masculino o Femenino
- Buenas relaciones interpersonales
- Capacidad de liderazgo
- Responsable
- Analítico
- Dinámico
- Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presión

FUNCION A DESEMPEÑAR

- Facilitar de los requerimientos básicos de calidad para la iniciativa de nuevas empresas en turismo.
- Asegurarse que los nuevos negocios, así como los existentes posean políticas de calidad y sostenibilidad para la realización de sus actividades.
- Brindar apoyo para llevar a cabo la función de vigilancia sobre el cumplimiento de las normas de calidad

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO MUNICIPAL

MANUAL DEL PUESTO

Fecha de Elaboración: __Feb – 2017____ **Hoja:** _____5/7_____

Fecha de Modificación: _____ **Aprobó:** _____

Elaboro: _____ **Cantidad de plazas:** _____1_____

Nombre del puesto: ____Secretario_____

Jefe Inmediato: _____Presidente _____

Subordinados:

PROPOSITO DEL PUESTO

Organizar las actividades de las cuales estará a cargo la junta directiva.

PERFIL DEL PUESTO

Conocimientos Necesarios:

- Conocimientos en paquete de Microsoft Office.
- Conocimientos en la elaboración de actas y de informes.

Características Personales Requeridas

- Sexo: Masculino o Femenino
- Buenas relaciones interpersonales
- Capacidad de liderazgo
- Responsable
- Analítico
- Dinámico
- Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presión

FUNCION A DESEMPEÑAR

- Elaboración del acta que contenga los acuerdos y planes que se generaron, firmada por cada uno de los miembros del Comité de desarrollo turístico.
- Organizar y actualizar el registro de los miembros que asisten a las reuniones y los puntos a tratar.

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO MUNICIPAL	
MANUAL DEL PUESTO	
Fecha de Elaboración: __Feb – 2017___	**Hoja:** _____6/7_____
Fecha de Modificación: _____	**Aprobó:** _____
Elaboro: _____	**Cantidad de plazas:** _____1_____
Nombre del puesto: _Encargado de Promoción y Comercialización_	
Jefe Inmediato: _____Presidente_____	
Subordinados:	

PROPOSITO DEL PUESTO

Llevar a cabo las actividades de promoción y publicidad dentro del municipio.

PERFIL DEL PUESTO

Conocimientos Necesarios:

- Conocimientos en paquete de Microsoft Office.

Características Personales Requeridas

- Sexo: Masculino o Femenino
- Buenas relaciones interpersonales
- Responsable
- Analítico
- Dinámico
- Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presión

FUNCION A DESEMPEÑAR

- Utilizar los medios adecuados para la difusión de la publicidad del municipio.
- Contratar a profesionales de la publicidad para la realización de la publicidad del municipio, bajo autorización de la junta directiva.
- Apoyar al encargado de publicidad de la microrregión en la recopilación de datos sobre los atractivos del municipio.

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO MUNICIPAL	
MANUAL DEL PUESTO	
Fecha de Elaboración: __May – 2017___	**Hoja:** _____7/7_____
Fecha de Modificación: _____	**Aprobó:** _____
Elaboro: _____	**Cantidad de plazas:** _____1_____
Nombre del puesto: Encargado de Mantenimiento de Sitios Turísticos	
Jefe Inmediato: _____Presidente_____	
Subordinados:	
PROPOSITO DEL PUESTO	
Encargado del mantenimiento, limpieza e higiene de los distintos sitios turísticos.	
PERFIL DEL PUESTO	
Conocimientos Necesarios: ➢ Conocimiento sobre utensilios de limpieza ➢ Experiencia: no requerida **Características Personales Requeridas** ➢ Sexo: Masculino o Femenino ➢ Buenas relaciones interpersonales ➢ Responsable ➢ Honestidad ➢ Honradez ➢ Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presión	
FUNCION A DESEMPEÑAR	
➢ Limpieza de Zonas de Descanso, áreas verdes y área de Juegos ➢ Limpieza de los baños. ➢ Velar porque se cuente con los insumos requeridos de limpieza. ➢ Velar porque en los servicios sanitarios siempre tenga jabón, toallas, y servilletas dentro del baño. ➢ Vaciar los basureros de todo el sitio turístico y reunir la basura para ser llevada fuera de él. ➢ Realizar podas de Jardín, Árboles y arbustos ➢ Limpieza del sistema de captación Pluvial ➢ Velar por el buen funcionamiento del sistema de captación pluvial y sistema de aguas residuales	

4.18. RELACIÓN ENTRE LA MICRORREGIÓN Y COMITÉ TURÍSTICO MUNICIPAL

El elemento principal en la relación de la Microrregión y el Comité Turístico Municipal está relacionado a la naturaleza de las decisiones y a los procesos en los cuales estarán involucrados. Considerando la función principal de la Microrregión en cuanto a la Gestión de los Fondos y que está compuesto por el cuerpo de alcaldes de los municipios involucrados, es importante destacar la participación que también tienen los diferentes sectores involucrados y representados en el Comité Turístico municipal, en la toma de decisiones en cuanto a la Definición de los Proyectos Turísticos y la Gestión de Fondos.

Esquema 37: Relación entre la Microrregión y comités turísticos.

Fuente: Elaboración Propia.

5. COMPONENTE TURISTICO

5.1. DESCRIPCIÓN DEL COMPONENTE TURISTICO

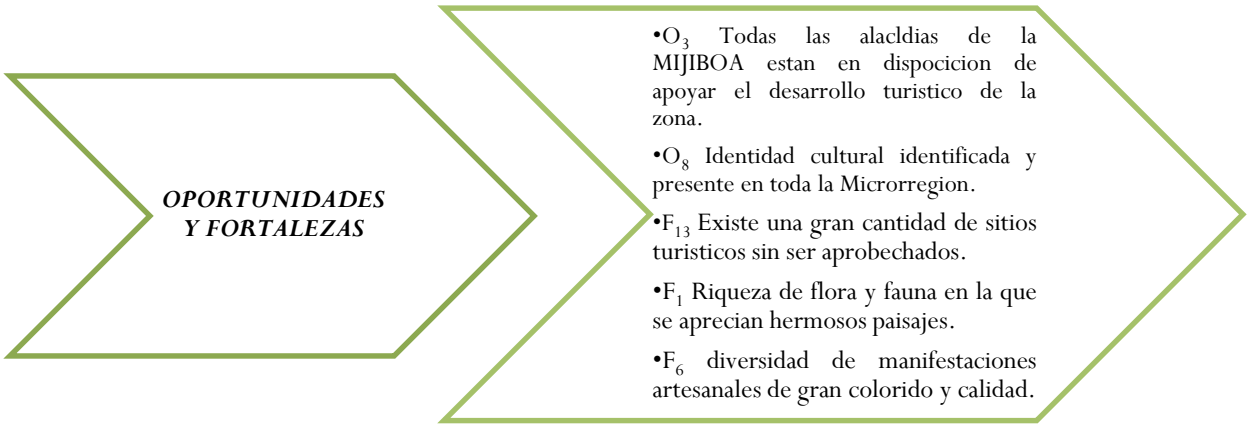
El Componente Turístico define aquellas variables que permitan la utilización sostenible de los atractivos turísticos y de los servicios incluidos en cada circuito turístico, al mismo tiempo que se mejora la cobertura de los servicios turísticos dotándolos también de un enfoque de sostenibilidad.

Este Componente está basado en la configuración simple del Sistema Turístico, compuesto por 3 áreas principales: ***Infraestructura, Servicios complementarios y accesibilidad***, todo esto de la mano con la promoción de la identidad de la microrregión a través del turismo.

Este Componente que se define basado en el uso de buenas prácticas de turismo atendiendo los lineamientos básicos para el funcionamiento de los servicios y la promoción cultural de los municipios que componen la zona de estudio.

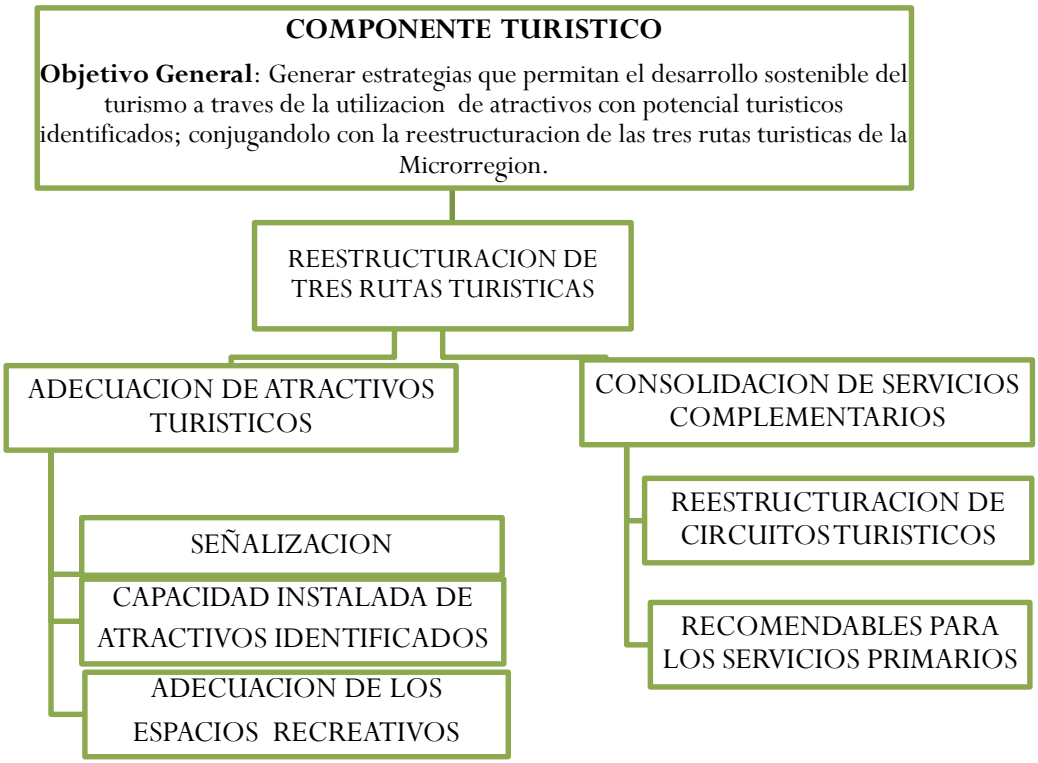
5.2. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES EN BASE A ETAPA DE DIAGNOSTICO.

Como parte de los resultados de la etapa de diagnóstico se obtuvo el siguiente panorama de las oportunidades, fortalezas, debilidades, y amenazas del proyecto que se mencionan a continuación y que se han utilizado para diseñar las directrices estratégicas y actividades que integraran al Componente de Turismo.



Esquema 38: Oportunidades y Fortalezas tomadas de matriz FODA.
Fuente: Elaboración propia.

5.3. ESTRUCTURA GENERAL Y EJES ESTRATÉGICOS DEL COMPONENTE TURISTICO



Esquema 39: Estructura General del Componente Turístico.
Fuente: Elaboración Propia.

Del análisis FODA se obtuvo la siguiente estrategia.

E_1: Creación del Componente Turístico

Plantea los ejes estratégicos y las actividades que serán necesarias para maximizar la oportunidad que presenta el que todas las alcaldías de La MIJIBOA estén dispuestas a apoyar el desarrollo turístico. Así como maximizar el aprovechamiento de una gran cantidad de sitios turísticos con los que cuenta la MIJIBOA, dentro de este componente se concibe la inclusión y mejora de la señalización turística en la zona, la reestructuración y mejora de las tres rutas turísticas que ya existen, creando sinergia con el interés de la comunidad por desarrollar el turismo.

5.4. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

COMPONENTE TURISTICO			
OBJETIVO GENERAL			
Proponer estrategias que contribuyan al aumento de la demanda de los destinos turísticos, así como de los servicios y actividades turísticas existentes en la microrregión del Jiboa adecuándolos a las expectativas del mercado meta identificado en el diagnóstico.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS		**RESULTADOS ESPERADOS**	**METAS**
COD.	**OBJETIVO**		
1.A	Diseñar estrategias que permitan mejorar la señalización turística de la zona de estudio.	Que los accesos que llevan a los principales atractivos estén señalizados desde una carretera principal	Señalizar al menos el 80% de la ruta que componen a los circuitos de la zona de estudio.
1.B	Diseñar una propuesta de adecuación a la capacidad instalada en cada atractivo a promover	Que se diseñe una propuesta para la adecuación de los atractivos y se conozca la capacidad instalada de cada atractivo a promover para conocer la oferta que está disponible en cada circuito.	Conocer la oferta generada por los diferentes circuitos turísticos.

1.C	Generar estrategias para la dinamización de los circuitos turísticos identificados	Que se diseñe una propuesta atractiva para el mercado meta de los servicios turísticos existentes en la MIJIBOA, que genere aumento en el flujo de visitantes.	Aumentar la Visita de turistas en la MIJIBOA en un 10% anual

Tabla 152: Componente Turístico, Objetivos.

Fuente: Elaboración Propia.

5.5. ESTABLECIMIENTO DE ACTIVIDADES

COD. OBJETIVOS	**PROGRAMAS**			**ACTIVIDADES**
	COD.		**COD.**	
1.A	1.A.1	Señalización de atractivos turísticos y rutas de acceso desde las carreteras primarias.	1.A.1.A	-Fabricación, Diseño de arte, y colocación de señalización de circuitos, atractivos y servicios turísticos para colocar en carretera.
1.B	1.B.1	Diseño y adecuación de zonas comunes para la recreación.	1.B.1.A	-Calculo de capacidad instalada de las zonas comunes
			1.B.1.B	-Adecuación de zonas de recreación
1.C	1.C.1	Diseño de una nueva estructura que fomente el flujo de demanda turística.	1.C.1.A	- Reestructuración de los circuitos turísticos
			1.C.1.B	- Reestructuración de itinerarios para circuitos
			1.C.1.C	- Adecuación de transporte para recorrido circuito turístico

Tabla 153: Establecimiento de actividades. Fuente: Elaboración Propia.

5.6. DEFINICIÓN DE METODOLOGÍAS/PROCEDIMIENTOS

Desarrollo de actividades del Objetivo 1.A

5.6.1. DEFINICIÓN DE REQUERIMIENTOS DE SEÑALIZACIÓN

Para esta actividad se propone la Sub-contratación de una empresa con experiencia en el Diseño y Montaje de Vallas Publicitarias, sin embargo, se definen los requerimientos mínimos que deben considerarse para su elaboración.

Es importante establecer que el responsable de la coordinación de esta actividad con respecto a la señalización local es el Encargado de Promoción y Publicidad del Comité Turístico en cada Municipio y el Encargado de Promoción y Publicidad de la Microrregión las que competen a la zona de forma Global.

Dentro de los Requisitos básicos que se proponen deben considerarse para la elaboración de ellos se mencionan:

1. Los materiales utilizados para la señalización deberán respetar las edificaciones del lugar, por lo tanto, éstos tienen que presentar una armonía con los colores y las texturas de las edificaciones y la vegetación que lo rodean. Para la base de las señales se recomienda la utilización de madera o tubos de acero pintados con acabado rústico en colores mate.
2. Las señales deberán ser colocadas en las principales vías de acceso a los Atractivos Turísticos y Servicios Turísticos y a lo largo de las Rutas Turísticas definidas.
3. La altura de las señales deberá de oscilar entre los 1.90 y 2.00 mts., que es el rango utilizado por publicistas que asegura que éstas sean advertidas por el campo visual de las personas que manejan en auto a una distancia prudencial.
4. La señalización vial consistirá en colocar señales con diseños llamativos que evoquen la imagen de los Municipios que integran las Rutas como un paraje turístico y cultural.
5. Este tipo de señal deberá de combinar tanto la parte vial de la señal (indicando el sentido y la dirección a seguir para acceder a la Región) como la parte de diseño (que sea atractivo desde el punto de vista del turista).

A continuación, se presentan los Requerimientos de Señalización Propuestas para la Zona, así como el detalle de los costos estimados respectivos:

Tipos de señales	Cantidad	Competencia
Señales Centros de Información Turística CIT	3	Global
Señales para cada atractivo turístico	36	Local
Señales para restaurantes	3	Local
Señales para hostales	1	Local
Señales para festival gastronómico	14	Local
Señales promocionales para circuitos	5	Global
Señales de los circuitos para puntos de salida	4	Global

Tabla 154: Requerimiento de señalización turística.

Fuente: Elaboración Propia.

5.6.2. COSTO DE SEÑALIZACIÓN

Tipos de señales	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Señales Centros de Información Turística CIT	3	60	180
Señales para cada atractivo turístico	36	60	2160
Señales para restaurantes	3	60	180
Señales para hostales	1	60	60
Señales para festival gastronómico	14	60	840
Señales promocionales para circuitos	5	180	900
Señales de los circuitos para puntos de salida	4	60	240
		Total	$4560.00

Tabla 155: Requerimiento de señalización turística.

Fuente: Elaboración Propia.

Costos de servicios por diseño de señalización	
Tipos de artes a diseñar	**Costo ($)**
Centros de Información Turística CIT	35.00
Atractivo turístico	660.00
Hostales y restaurantes	55.00
Festivales gastronómicos	35.00
Señal de los circuitos	200.00
Total	$985.00

Tabla 156: Costos de señalización turística. Fuente:
Elaboración Propia.

A continuación, se procede al Desarrollo de actividades del Objetivo 1.B.

5.7. CALCULO DE CAPACIDAD INSTALADA DE LAS ZONAS COMUNES

Se sugiere para esta parte el diseño y adecuación por sub contrato de áreas comunes en los atractivos turísticos que sean de la misma naturaleza.

El diseño de estas áreas así como su adecuación será responsabilidad directa de los integrantes del comité de turismo de cada municipio a donde se desarrollen.

Se propone la siguiente disposición para los espacios comunes para zonas de camping o zonas de recreación como cerros o áreas verdes:

5.7.1. DISPOSICIÓN PARA ATRACTIVOS CON ÁREAS VERDES TIPO CERROS

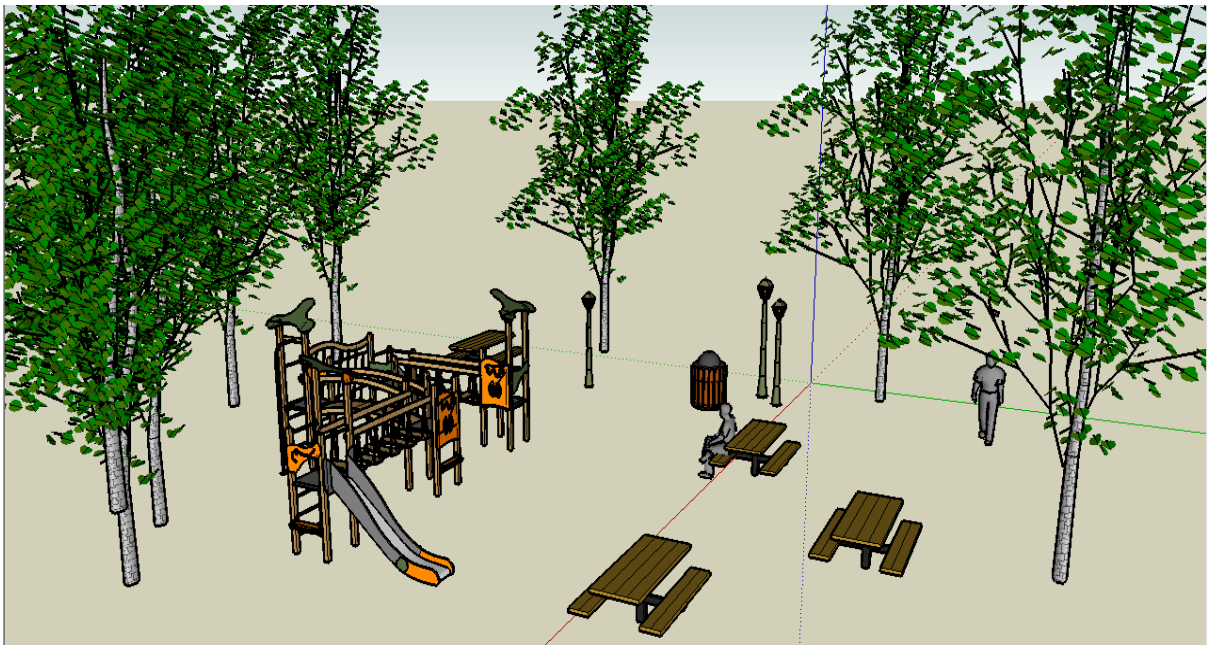


Ilustración 32: Adecuación de Áreas verdes.
Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 33: Adecuación de Áreas verdes.
Fuente: Elaboración Propia.

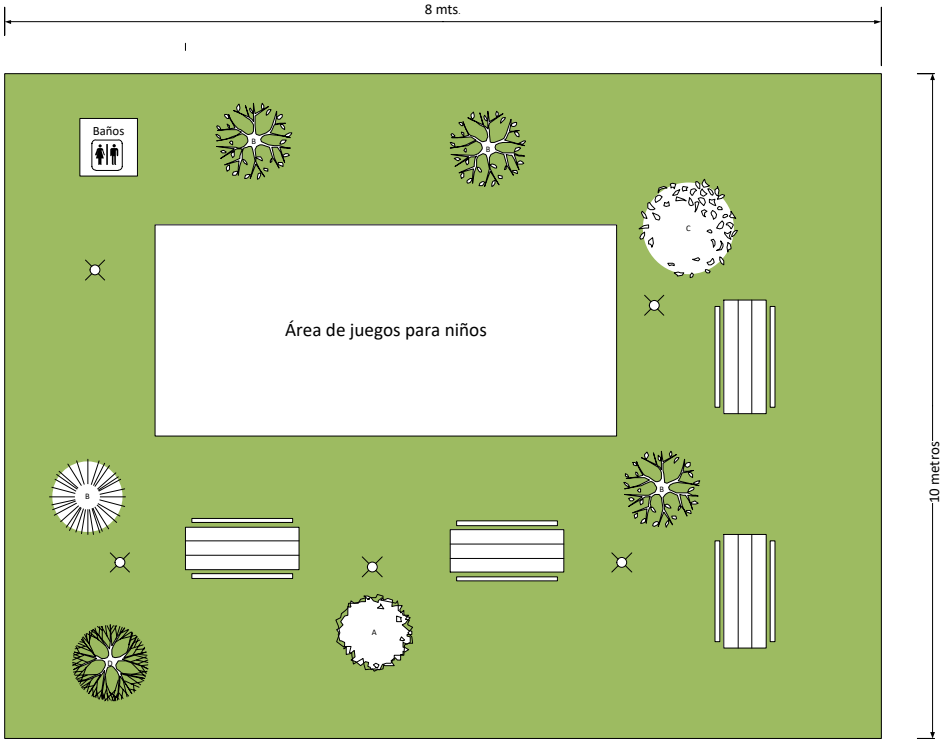


Ilustración 34: Adecuación de Áreas verdes.
Fuente: Elaboración Propia.

Calculo de capacidad instalada para este tipo de atractivo turístico.

Se eligió el método de Cifuentes (1999) debido a que considera principalmente variables cuantitativas, realiza un análisis combinado de las categorías naturales y sociales del atractivo turístico, y reduce al mínimo los juicios de valores que pueden presentarse en el transcurso del estudio.

Este método establece tres etapas vinculadas entre sí: La capacidad de carga física (CCF), la capacidad de carga real (CCR) y finalmente la capacidad de carga efectiva (CCE), que representa la cifra aproximada de visitantes que puede recibir diariamente el destino turístico.

Capacidad de carga física

$$CCF = (S/SP*NV)$$

Dónde:

S = superficie disponible en metros lineales para cada sitio

SP = Superficie usada por una persona.
NV = Número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día, la fórmula empleada es: NV= Hv/Tv
Dónde:
Hv: horario de visita
Tv: tiempo necesario para visitar o recorrer cada sitio
Los supuestos generales para el cálculo de CCF de cada uno de los sitios evaluados:

1. Flujo de visitantes en doble sentido en todos los senderos o áreas comunes
2. Espacio requerido por persona para moverse libremente (1 m^2).
3. Se tomó en cuenta 1m lineal, porque el ancho del sendero fue inferior a 2m.
4. Se consideró un horario de visita de 6 horas diarias en los senderos y áreas generales ya que el Turista puede hacer uso de las instalaciones el tiempo que así lo estime durante su estadía por un día.

$$CCF = \frac{100}{1\left(\frac{6}{1}\right)} \cong 16.67$$

Capacidad de carga Real

Para el cálculo de la CCR se sometió la CCF a una serie de factores de corrección, entre estos tenemos los siguientes:

- Factor de erodabilidad (FCero)
- Factor de accesibilidad (FCacc)
- Factor de precipitación (FCpre)
- Factor de anegamiento (FCane)
- Factor de brillo solar (FCsol)

- Factor biológico (FCbio)
- Factor vegetación (FCveg)

Estos factores se calculan en cero considerándolos no representativos de las disposiciones de los lugares turísticos

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Representa el número máximo de visitas que se puede permitir en los sitios de la zona de uso público, para su cálculo se consideró la capacidad de manejo del mismo.

$$CCE = CCR * CM$$

CCE: Capacidad de Carga Efectiva

CCR: Capacidad de Carga Real

CM: Capacidad de Manejo expresada en el porcentaje del óptimo

Capacidad de manejo (CM)

Para la medición de la CM, se tomó en cuenta tres variables (Personal, Infraestructura y equipamiento). Para el cálculo se empleó la siguiente formula:

$$CM = \frac{\text{Infraestructura + Equipo + Personal}}{3} * 100$$

$$CM = \frac{0.95+0.75+0.85}{3} * 100 = 0.85$$

Entonces:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 16.66(0.85) =$$

$$14.16 \text{ personas}$$

$$15 \text{ personas}$$

5.7.2. COSTO DE ADECUACIÓN

Descripción	Cantidad	Costo unit.	Costo total
Mesas	4	$130.00	$520.00
Lámparas	5	$130.00	$650.00
Juegos de madera para niños	1	$300.00	$300.00
Nivelación y adecuación de terreno	1	$500.00	$500.00
Caseta para baños	1	$1200.00	$1200.00
		Total	$3,170.00

Tabla 157: Costos de Adecuación.
Fuente: Elaboración Propia

Diseño de áreas verdes para picnic $600.00.

5.7.3. DISPOSICIÓN PARA ATRACTIVOS CON ÁREAS VERDES TIPO RÍOS

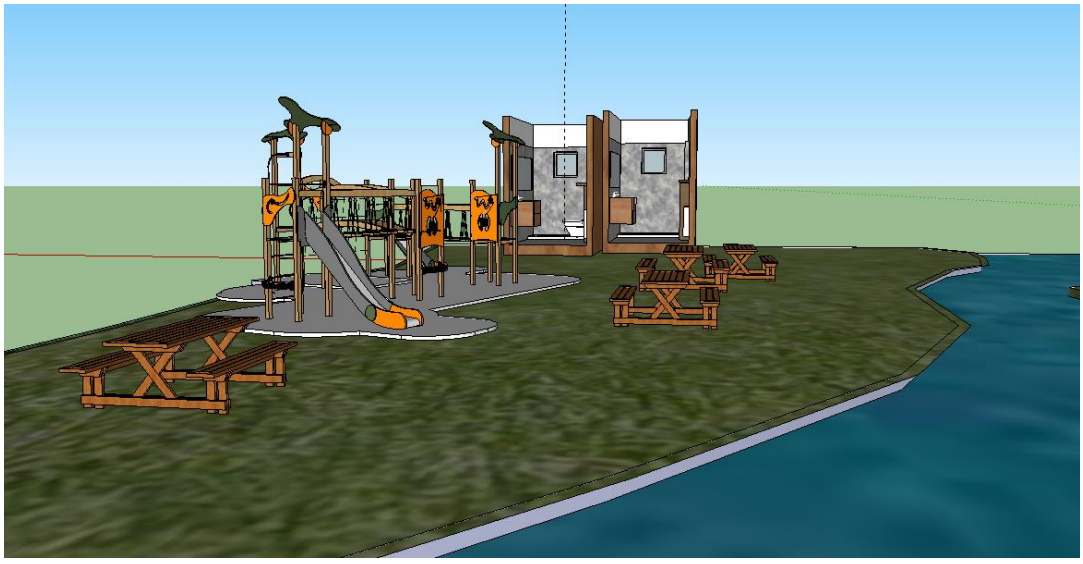


Ilustración 35: Adecuación de Áreas verdes.
Fuente: Elaboración Propia.

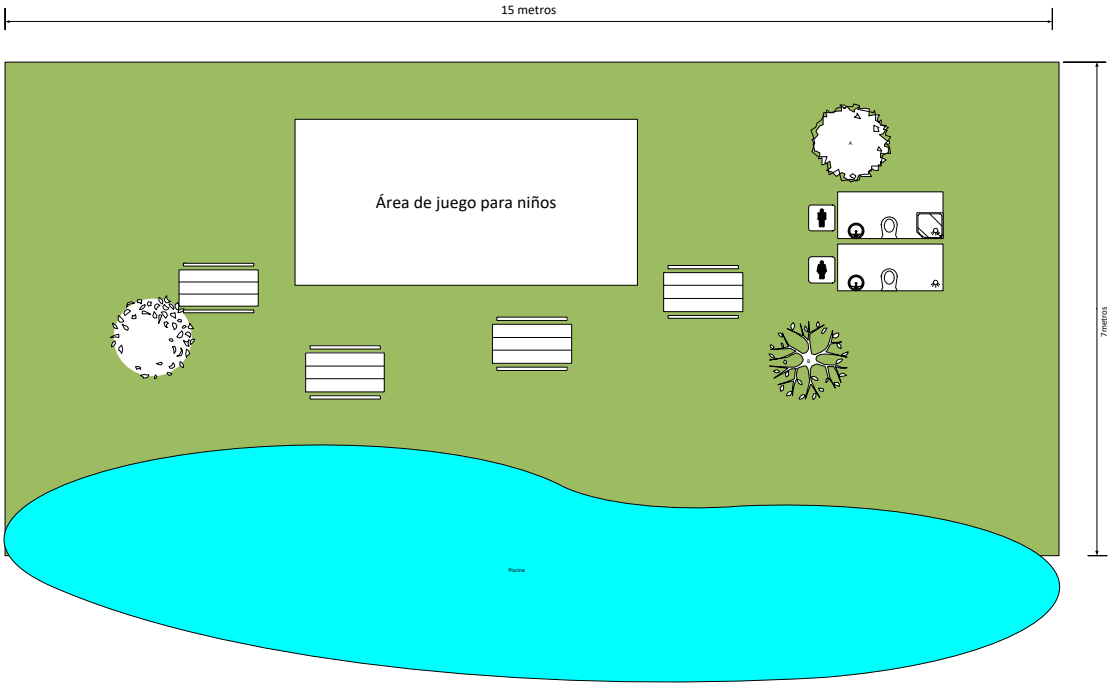


Ilustración 36: Adecuación de Áreas verdes.
Fuente: Elaboración Propia.

Calculo de capacidad instalada para este tipo de atractivo turístico.

Se eligió el método de Cifuentes (1999) debido a que considera principalmente variables cuantitativas, realiza un análisis combinado de las categorías naturales y sociales del atractivo turístico, y reduce al mínimo los juicios de valores que pueden presentarse en el transcurso del estudio.

Este método establece tres etapas vinculadas entre sí: La capacidad de carga física (CCF), la capacidad de carga real (CCR) y finalmente la capacidad de carga efectiva (CCE), que representa la cifra aproximada de visitantes que puede recibir diariamente el destino turístico.

Capacidad de carga física

$$CCF = (S/SP*NV)$$

Dónde:

S = superficie disponible en metros lineales para cada sitio

SP = Superficie usada por una persona.

NV = Número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día, la fórmula empleada es: NV= Hv/Tv

Dónde:

Hv: horario de visita

Tv: tiempo necesario para visitar o recorrer cada sitio

Los supuestos generales para el cálculo de CCF de cada uno de los sitios evaluados:

1. Flujo de visitantes en doble sentido en todos los senderos o áreas comunes
2. Espacio requerido por persona para moverse libremente (1 m^2).
3. Se tomó en cuenta 1m lineal, porque el ancho del sendero fue inferior a 2m.
4. Se consideró un horario de visita de 6 horas diarias en los senderos y áreas generales ya que el cliente puede hacer uso de las instalaciones el tiempo que así lo estime durante su estadía por un día.

$$CCF = \frac{105}{1\left(\frac{6}{1}\right)} \cong 17.5$$

Capacidad de carga Real

Para el cálculo de la CCR se sometió la CCF a una serie de factores de corrección, entre estos tenemos los siguientes:

- Factor de erodabilidad (FCero)
- Factor de accesibilidad (FCacc)
- Factor de precipitación (FCpre)
- Factor de anegamiento (FCane)
- Factor de brillo solar (FCsol)
- Factor biológico (FCbio)

- Factor vegetación (FCveg)

Estos factores se calculan en cero considerándolos no representativos de las disposiciones de los lugares turísticos

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Representa el número máximo de visitas que se puede permitir en los sitios de la zona de uso público, para su cálculo se consideró la capacidad de manejo del mismo.

$$CCE = CCR * CM$$

CCE: Capacidad de Carga Efectiva

CCR: Capacidad de Carga Real

CM: Capacidad de Manejo expresada en el porcentaje del óptimo

Capacidad de manejo (CM)

Para la medición de la CM, se tomó en cuenta tres variables (Personal, Infraestructura y equipamiento). Para el cálculo se empleó la siguiente formula:

$$CM = \frac{\text{Infraestructura + Equipo + Personal}}{3} * 100$$

$$CM = \frac{0.95+0.75+0.85}{3} * 100 = 0.85$$

Entonces:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 17.5(0.85) =$$

$$14.87 \text{ personas}$$

$$15 \text{ personas}$$

5.7.4. COSTO DE ADECUACIÓN

Descripción	Cantidad	Costo unit	Costo total
Mesas	4	$130.00	$520.00
Fosa para séptica y sistema de agua	1	$850.00	$650.00
Juegos de madera para niños	1	$300.00	$300.00
Nivelación y adecuación de terreno	1	$500.00	$500.00
Caseta para baños	1	$600.00	$600.00
Dragado	1	$400.00	$400.00
		Total	$3170.00

Tabla 158: Costos de Adecuación.
Fuente: Elaboración Propia.

Costo de diseño

Diseño de áreas verdes para Rio $600.00

5.7.5. BUENAS PRACTICAS DE TURISMO

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el Turismo Sostenible es aquél que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida.

Las Buenas prácticas de Turismo [103] son una herramienta que facilita a las iniciativas comunitarias adoptar acciones concretas que les permitan orientar su gestión hacia la práctica de un turismo sostenible.

Hacer del turismo sostenible una realidad, conlleva la adopción de “buenas prácticas”, que son aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión operación de las empresas turísticas. Estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible, que se mejora la calidad del

[103] Manual de Formulación y Operación de Proyectos ecoturísticos, Ministerio de Turismo.

producto turístico, así como su imagen frente al turista. La implementación de Buenas Prácticas de Turismo abarca factores como los que se muestran a continuación. (Ver Anexo 6. Programa de Mantenimiento de Sitios Turísticos):

Vegetación

Para mantener una buena vegetación en la zona donde se desarrollará el producto turístico de la iniciativa es importante tomar en cuenta lo siguiente:

- Capacitar al personal sobre el buen uso de los recursos naturales.
- Establecer un programa de revisión y mantenimiento de áreas naturales para verificar que la vegetación de la zona se encuentre en las mejores condiciones.
- Un uso adecuado del fuego en áreas protegidas como en otros espacios forestales para evitar dañar seriamente el ecosistema.
- No talar deliberadamente árboles para la construcción porque genera deforestación.
- Realizar siembra de árboles o de otro tipo de flora para enriquecer las áreas naturales o compensar las que se han utilizado para recursos complementarios de la zona.
- Evitar la excesiva acumulación de Basura porque además de ser un impacto visual negativo, y alterar otros elementos de la naturaleza, cambia la condición de los nutrientes, según el tipo de basura, y en ocasiones bloquea el paso del aire y la luz, generando alteraciones en la vegetación.
- Controlar el tráfico peatonal y de vehículos, así como las áreas de descanso para no generar pérdidas de vegetación por pisoteo y/o compactación.
- No usar agroquímicos. Averiguar con especialistas y personas nativas métodos naturales para controlar plagas.
- Incentive y participe en los programas de limpieza y mantenimiento de las áreas naturales.
- Incentive a los turistas a visitar el entorno natural de una manera responsable y respetuosa con el medio ambiente.
- Construya los senderos sin afectar al entorno.
- Señalice los senderos y establezca una guía de interpretación (auto guiada o guiada).

- Tenga en cuenta el tamaño de los grupos y edades y elabore un código de conducta para el visitante.
- Conecte su área con otras áreas cercanas por medio de corredores biológicos.

Calidad del Agua

El agua es uno de los principales elementos de nuestro planeta y es un recurso cada vez más escaso. Es por eso responsabilidad de todos cuidarlas a través de las siguientes recomendaciones:

- Sensibilizar y capacitar al personal sobre la importancia del agua y su correcto uso.
- Usar jabones que no requieren mucha agua para disolverse (espumas, jabones líquidos, entre otros).
- Establecer planes de revisión y mantenimiento. Capacitar al personal para detectar fugas, informar y/o dar solución al problema.
- Llevar registros de consumo mensual de agua por áreas y listas de verificación de mantenimiento.
- Colocar anuncios en las oficinas, habitaciones y/o servicios higiénicos para cerrar el chorro, detectar fugas de agua, etc.
- Instalar filtros para purificar y moderar el agua.
- Si se cuenta con amplios jardines que requieren riego, dejar esta labor para el final de la tarde o noche para reducir el desperdicio por evaporación. Tratar de no usar agua potable, usar agua de los ríos más cercanos.
- Aproveche el agua de lluvia construyendo tanques de almacenamiento y úselas en servicios sanitaros, jardín, aseos, etc.

Manejo de Desechos

La basura es uno de los principales problemas en la actividad turística. Su acumulación da un aspecto desagradable y es un riesgo para la salud y el ambiente. Lo más importante es disminuir la basura y separarla para facilitar su reutilización.

A continuación, se presentan algunas recomendaciones:

- Gestionar la basura mediante su recogida selectiva con diferentes recipientes diferenciados por colores y carteleras, que estén colocados en zonas claves al uso de todos.
- Informar a los turistas sobre la forma de separar la basura. Colocar anuncios o informar a través del personal.
- Imprimir sólo lo necesario y reutilizar el papel usado por una cara para anotaciones, libretas de apuntes, etc.
- Colocar anuncios que incentiven a los turistas a botar la basura en los lugares correspondientes.
- Colocar los recipientes de basura en zonas visibles y en cantidades moderadas para no opacar el atractivo del lugar.
- Para aguas negras instalar tanques sépticos y pozos de filtración.
- No arrojar papel higiénico y en ningún caso toallas higiénicas o basura a la taza del inodoro.
- No Echar los desagües ni la basura a los ríos, Lagos, Lagunas, etc.

Consumo de Energía

El mal uso de la Energía puede elevar significativamente los costos de los productos turísticos, a continuación, se presentan medidas para prevenir un alto consumo energético.

- Sensibilizar y capacitar al personal para reducir el consumo de energía.
- Colocar anuncios en zonas claves para apagar luces innecesarias.
- Utilizar en la medida de lo posible sistemas solares de energía.
- Elaborar registros para consumo mensual de electricidad, listas de verificación, de operativos y/o de mantenimiento, para tomar medidas que ayuden a disminuir el consumo de energía
- Colocar láminas transparentes en los techos para aprovechar la luz solar durante el día.

Abastecimiento de Agua

Sistema de Captación Pluvial

Estos sistemas de captación de agua de pluvial consisten en la recolección o acumulación y el almacenamiento de agua precipitada, para ser utilizada posteriormente en las necesidades básicas. Es ideal para ser usado en las zonas rurales donde no se cuenta con cobertura de agua potable. Para la propuesta en estudio se recomienda este sistema de captación de agua para la realización de distintas necesidades básicas, debido a que la mayoría de sitios turísticos se encuentran en zonas rurales y distantes de las principales carreteras, este sistema deberá colocarse en las diferentes áreas techadas en los sitios turísticos; Además de ser un método económico, es de fácil aplicación y su recolección es sencilla, no requiere de ningún otro método para estar Bombeando el agua limpia, caso contrario si el agua se recolectara de ríos o lagunas en los sitios turísticos que cuentan con estos atractivos. En este caso se recomienda usar un sistema de captación con capacidad de 5000 Lts.

Un sistema básico de captación de agua de lluvia está compuesto por: Módulo de captación, recolección – conducción y almacenamiento. Desde luego la viabilidad y alcances del sistema dependerán de la cantidad de lluvia o precipitación de la zona de captación y del uso que se le dé al recurso. El encargado de Mantenimiento de Sitios Turísticos, será la persona que velara por el buen funcionamiento del sistema, de acuerdo a las instrucciones de uso establecidas en el manual del sistema de captación pluvial.

Elementos y Funcionamiento de un Sistema de Captación de Aguas Pluviales. (Ver Imagen)

- **Módulo de recolección (1).** En el módulo de recolección debemos adaptar el techo para optimizar la recolección, una superficie lisa y libre de obstáculos permitirá una buena recolección. La cantidad de agua que se pueda recolectar dependerá de la amplitud de la cubierta u azotea, así como de la cantidad de precipitación pluvial. Se debe tratar de mantener el techo o la cubierta lo más limpia posible para evitar que el agua se contamine y se tape el sistema de conducción del agua.

- **Módulo de conducción (2).** El sistema o red de conducción se encarga de transportar toda el agua recolectada a los recipientes de almacenamiento donde a partir de ahí otra red se encarga de distribuir el agua a las zonas donde se utilizará (baños, lavabos, etc). En estos casos los canales o canaletas de desagüe son el método más sencillo de transportar el agua, la pendiente de estos canales de desagüe por lo general se recomienda que sea de entre el 2 y 5%.

- **Almacenamiento (3).** Los tanques y cisternas son la forma más sencilla de almacenar el agua, se debe proteger de la luz solar directa y debe estar debidamente cerrado para evitar que se contamine el agua con basura o que pueda ser nido de mosquitos que puedan transmitir enfermedades graves como el dengue. Para el tipo de actividades que se realizaran se recomienda un tanque con capacidad de 5000 Lts.
- **Sistema de distribución (4).** Los sistemas de distribución llevan el agua almacenada desde el almacenamiento hasta donde se requiera su uso, para ello puede usarse una bomba o puede ser también por gravedad, esto depende de caso en particular.
- **Sistema de filtración (5).** Este sistema es importante ya que permitirá tener un agua más limpia y de mejor calidad, existen filtros especiales para instalar en sistemas de captación de aguas pluviales, en caso de que el agua vaya a ser utilizada para sistemas de riego o jardinería entonces necesitaremos un mayor nivel de filtración para evitar tapar los aspersores o tuberías. En la mayoría de los casos los filtros consisten en una trampa para sólidos o sedimentos.

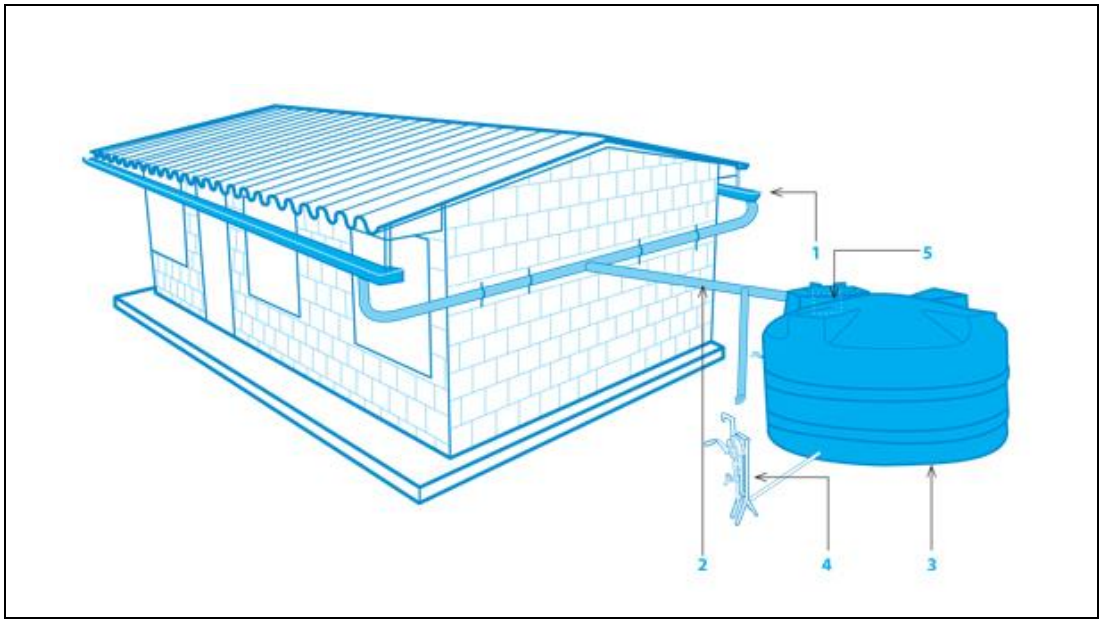


Ilustración 37: Elementos y Funcionamiento del Sistema de Captación de Agua Pluviales.
Fuente: Elaboración Propia.

Manejo de Desechos

Gestión de la Basura

Los sitios turísticos producen grandes cantidades de basura generadas en función de la ocupación, desde envases hasta sobras de comidas y materiales de limpieza y mantenimiento que, en algunos casos, son tóxicos. Una mala gestión de los residuos además de dañar la imagen del establecimiento, puede ser una fuente de polución del agua y el suelo como consecuencia del filtrado de sustancias contaminantes a través de los montones de basura.

La gestión de la basura recae en la municipalidad, debido a que la mayoría de sitios turísticos se encuentran en zonas rurales y distantes de las principales carreteras, se debe gestionar con las distintas municipalidades para su debida recolección distintos puntos de recolección. El Encargado de Mantenimiento de sitios turísticos será la persona responsable de llevar los desechos hasta el punto de recolección donde los desechos serán recogidos por la municipalidad; para realizar esta tarea se debe proporcionar el equipo necesario al Encargado de mantenimiento de Sitios Turísticos. Este procedimiento de recolección de desechos deberá realizarse todos los días.

Sin embargo, se puede aportar a dicha gestión realizando actividades de limpieza y recolección, teniendo recipientes de almacenamiento temporal con tapas y en los que la basura no tiene contacto con el suelo. Para facilitar la identificación de estos recipientes, utiliza colores diferentes para cada uno de ellos.

Ilustración 38: Clasificación de distintos tipos de desechos.
Fuente: Elaboración Propia.

A continuación, se describe que tipo de desechos se pueden clasificar en cada uno de ellos:

- **Papel y Cartón:** Papel de impresión y Escritura, Papel continuo, Sobres, Catálogos, guías, Publicidad, Periódicos y revistas, Envases y embalajes de papel y cartón.
- **Metal:** Tapas metálicas de botes y botellas, Latas de bebidas y de conservas, Envoltorios de Aluminio, Envases tipo Brick.

- **Vidrio:** Envases de vidrio de cualquier color y tamaño (botellas, tarros, botes, etc.)
- **Plástico:** Envoltorios de Plástico, Botellas y botes Plásticos, Tapas de botes y botellas.
- **Materia Orgánica:** Restos de alimentos sin envases, Papeles de Cocina manchados, Excrementos de animales, Restos de poda y jardinería, Pelos y papeles impregnados.

Aguas Residuales

Como toda actividad humana el ecoturismo hace uso de recursos naturales como el agua, la cual debe ser aprovechada de manera sustentable, por lo que las aguas residuales provenientes de los servicios sanitarios y de distintas necesidades básicas, deben ser tratadas para no contaminar los ríos y lagunas. Uno de los métodos más económicos para tratar las aguas residuales es la fosa séptica, que para proyectos ecoturísticos es recomendable la utilización de fosas sépticas de fibra de vidrio, mismas que son fáciles de trasladar a lugares de acceso difícil.

Fosa séptica

Una fosa séptica es un artilugio para el tratamiento primario de las aguas residuales. En ella se realiza la separación y transformación físico-química de la materia orgánica contenida en esas aguas. Se trata de una forma sencilla y barata de tratar las aguas residuales y está indicada (preferentemente o en algunos casos exclusivamente) para zonas rurales o zonas situadas en parajes aislados. Sin embargo, el tratamiento no es tan completo como en una estación depuradora de aguas residuales.

Ilustración 39: Fosa Séptica y pozo de filtración.
Fuente: Elaboración Propia.

Hasta un 50 por ciento de los sólidos que se acumulan en el tanque se descomponen; el resto se acumula como lodo en el fondo y debe ser retirada cada cierto tiempo (cada uno o dos años) y transportada a un lugar donde pueda ser tratada totalmente.

Esta descomposición es importante, pues reduce la cantidad de materia orgánica, y en cerca del 40% la demanda biológica de oxígeno que se precisa para esta necesidad, y así el agua puede devolverse a la naturaleza con menor perjuicio para ella.

El diseño de una Fosa Séptica depende del número de usuarios, la cantidad de agua usada por individuo, la temperatura promedio anual, la frecuencia de bombeo y las características de las aguas residuales. El tiempo de retención debe ser de 48 horas para alcanzar un tratamiento moderado. Para este caso debido a las actividades que se realizaran se recomiendo la instalación de una fosa séptica con capacidad de 5000 Lts.

Recomendaciones para la Instalación

- Los Tanques Sépticos y Pozos de filtración deben estar por lo menos a 50 metros de aguas subterráneas, ríos, lagos, etc.
- De forma general, el equipo debe instalarse cerca de la edificación, preferentemente a menos de 10 m.
- La pendiente del conducto de conexión debe ser de entre el 2 y el 4 %.
- Nunca debe instalarse el equipo dentro de un local cerrado.
- No habrá árboles de raíces fuertes y profundas al lado de la obra de instalación.
- La excavación se debe realizar de manera que el equipo, una vez colocado, quede a unos 50 cm de las paredes de la excavación.
- Las paredes de la excavación deberán quedar libres de cantos cortantes.
- Cuando el terreno sea de buena resistencia mecánica, el equipo se situará en el fondo de la excavación, sobre un lecho de arena compactada a fin de evitar cualquier daño estructural o problema de estabilidad.
- Si el terreno es de escasa resistencia mecánica, el equipo se colocará sobre una solera de hormigón que reunirá las siguientes características mínimas: hormigón armado de resistencia HA-25; espesor 20 cm; mallazo superior e inferior con diámetro 12 mm y cuadro 30 x 30 cm. La solera de hormigón deberá colocarse sobre una capa de hormigón de limpieza.

- Si el terreno presenta una capa freática que puede alcanzar el fondo de la excavación, se construirán unos muros perimetrales que absorberán el empuje lateral del terreno y protegerán el equipo. El equipo no se anclará a dichos muros, para evitar que posibles movimientos provoquen la ruptura de los depósitos.
- La excavación se debe rellenar de acuerdo con las instrucciones técnicas proporcionadas por el fabricante.
- Las conexiones de entrada y salida serán flexibles (juntas de caucho o de elastómero) para prevenir los asentamientos. Con el ajuste final de las conexiones de todas las tuberías, la instalación debe resultar estanca.
- Los equipos generan gases a causa de la fermentación biológica que pueden producir olores desagradables y que, además, son corrosivos. Por este motivo, dichos gases deben evacuarse mediante una ventilación eficaz por encima de la edificación.
- En el caso en que se realice una losa superior, esta deberá disponer de aberturas de acceso cómodas para el control y para la extracción de los fangos.
- Además de las mencionadas recomendaciones, se deberán tener en cuenta las instrucciones indicadas por escrito por el fabricante.

Mantenimiento del sistema de Depuración

Los equipos de depuración compactos deberán estar provistos del correspondiente Manual de Instrucciones, en el que se reflejan las tareas necesarias para el correcto funcionamiento del equipo, como:

- Periodicidad (estimada) de extracción de fangos (estimada). De acuerdo al flujo de personas y según las instrucciones de uso del sistema.
- Periodicidad de sustitución de elementos que sufren deterioración (estimada). Según las instrucciones de uso del sistema.
- Limpieza periódica de elementos.
- Listado exhaustivo de incidencias y relación de elementos afectados.
- Instrucciones para la sustitución de elementos deteriorados y averiados.
- Cuanta otra información se considere necesaria para la realización de las tareas de mantenimiento.

Los profesionales encargados del mantenimiento deberán atenerse a las indicaciones proporcionadas por el Manual de Instrucciones del equipo a instalar. No deberán utilizarse manuales de otros equipos, ni realizarse tareas diferentes a las indicadas en el correspondiente manual.

Capacitaciones en buenas prácticas de turismo

Se debe capacitar al personal operativo, así como también al personal de encargado del mantenimiento de los sitios turísticos en Buenas prácticas de turismo, estas capacitaciones se impartirán al inicio del proyecto. A continuación, se proponen las temáticas a impartir:

CAPACITACIÓN	TEMAS	CONTENIDO
Capacitación para personal Operativo y de Mantenimiento	Buenas Prácticas de Turismo para personal Operativo y de Mantenimiento	✓ Control del consumo de recursos (agua, Energía, etc.). ✓ Manejo de Recursos Naturales ✓ Códigos de conducta y buenas prácticas. ✓ Manejo de basura. ✓ Prevención y atención de emergencias. ✓ Procesos ecoeficientes. ✓ Reparación y Mecánica (Aplica solo para Personal de mantenimiento)

Tabla 159: Contenido propuesto para Capacitación de Personal operativo y de mantenimiento.

Fuente: Elaboración propia.

Se realizará un grupos de capacitaciones de 8 horas para 15 personas en salones de la alcaldía, se asignan costos de $30 para gasolina para movilizar a las personas de en la capacitación, se usará el equipo brindado por alcaldía Cañón Laptop, etc.

A continuación, se presenta la respectiva carta didáctica para impartir estas temáticas de Buenas Prácticas de Turismo:

<table>
<tr><th colspan="2">Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje</th></tr>
<tr><td>Capacitación: Buenas Prácticas de Turismo para personal Operativo y de Mantenimiento.</td><td>Tiempo: 12 horas clase; 8 horas de laboratorio</td></tr>
<tr><td colspan="2">Nombre de la Unidad: Buenas Prácticas de Turismo para personal Operativo y de Mantenimiento.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Objetivo de unidad: Dar al personal operativo y de mantenimiento una visión clara de la aplicación de buenas prácticas de turismo y sus beneficios.</td></tr>
<tr><td>Contenidos Conceptuales</td><td>Indicadores de logro:</td></tr>
<tr><td>• Control del consumo de recursos (agua, Energía, etc.).
• Manejo de Recursos Naturales
• Códigos de conducta y buenas prácticas.
• Manejo de basura.
• Prevención y atención de emergencias.
• Procesos ecoeficientes.
• Reparación y Mecánica (Aplica solo para Personal de mantenimiento)</td><td>• Comprende con claridad la Aplicación de Buenas Prácticas de Turismo.
• Desarrolla Con Habilidad los casos prácticos.
• Más del 80% del personal aprueben los casos y las evaluaciones a desarrollar.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Sugerencias metodológicas</td></tr>
<tr><td colspan="2">• Se recomienda leer bibliografía de los temas sugeridos.
• Motivar a los alumnos acerca del uso recurrente e importante que tienen las técnicas de estudio.
• Pedir que, en equipos de trabajo, presenten diversas aplicaciones de las temáticas.</td></tr>
<tr><td>Diagnóstica:
− Se desarrollará una evaluación individual, a través de un laboratorio escrito, para conocer el manejo de conceptos básicos.
Formativa:
− La integración en equipos de trabajo para el desarrollo de ejercicios y su participación propositiva.
Sumativa:
1. Entrega grupal de 2 actividades cortas. 30%
2. Prueba escrita individual. 40%
3. Exposición de las aplicaciones. 30%</td><td>Criterios de evaluación Actividades cortas:
- Contenido completo 40%
- Solución correcta 60%
Criterios de evaluación prueba escrita Individual:
- Dominio de los conceptos 100%
Criterios de Ev. Exposiciones:
- Creatividad 40%
- Claridad y dominio del tema 40%
- Orden y aseo 20%</td></tr>
</table>

Tabla 160: Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje.

Fuente: Elaboración Propia.

5.8. REESTRUCTURACIÓN DE LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS

A partir del FODA podemos observar que se puede aprovechar la diversidad de atractivos, sobre todo aquellos pertenecientes a los productos turísticos más demandados para desarrollar la zona como un destino turístico, aprovechando la cercanía de los mismos, así como el buen estado de las carreteras de la zona y el hecho que muchos de los destinos se encuentran sobre una vía que los comunica.

Sin embargo, se debe tomar en cuenta que muchos de los municipios de la zona no se conocen ni utilizan en la actualidad como destinos turísticos, por lo que no cuentan con servicios turísticos, y los atractivos presentes en los mismos no cuentan con la estructura adecuada para el desarrollo de la actividad turística, además que en algunos municipios de la zona se tiene peligro por inundaciones, y en las partes montañosas se tiene el peligro de derrumbes aun sobre la carretera.

Por ello se debe de buscar una estrategia para el desarrollo del turismo en la zona, para la explotación ordenada de los atractivos presentes en la zona se propone la creación de circuitos turísticos, que permita aprovechar la inter conectividad entre los municipios, así como la cercanía de los mismos.

Circuito 1 "Caminos de arte y tradición"

Hora	*Actividad*	*Municipio*	*Descripción*
8:00 a.m	*Salida desde Plaza de las Artesanías hacia San Vicente, Pasando por Mirador del valle del Jiboa*	*Santo Domingo*	*Inicio del circuito, Salida hacia mirador del Valle del Jiboa*
8:10 a.m	*Llegada a Mirador del Valle del Jiboa*	*San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5)*	*Avistamiento del valle de Jiboa y sus alrededores, Toma de Fotografías.*
8:30 a.m	*Salida hacia San Vicente*	*San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5)*	*Salida hacia San Vicente*
8:40 a.m	*Llegada a Ciudad de San Vicente*	*San Vicente*	*Visita del casco urbano de la ciudad de San Vicente: La Torre, Iglesia Basílica Nuestra señora del Pilar y alrededores; Degustación de dulces Artesanales.*
11:00 a.m	*Salida hacia Apastepeque*	*San Vicente*	*Salida hacia Apastepeque*
11:10 a.m	*Llegada a municipio de Apastepeque*	*Apastepeque*	*Visita al Casco urbano del municipio de Apastepeque: Parque central, Iglesia Colonial Santiago Apóstol*
12:00 p.m	*Almuerzo*	*Apastepeque*	*Almuerzo en lugar de elección del Turista*
1: 30 p.m	*Visita de Museo de Artes*	*Apastepeque*	*Exposición de Pinturas y esculturas*
2: 45 p.m	*Salida hacia Laguna de Apastepeque*	*Apastepeque*	*Salida hacia Laguna de Apastepeque*
2: 50 p.m	*Llegada a Laguna de Apastepeque*	*Apastepeque*	*Visita de turicentro Laguna de Apastepeque: Avistamiento de la laguna y de aves, Toma de Fotografías, etc.*
4: 50 p.m	*Salida hacia Plaza de las Artesanías*	*Apastepeque*	*Salida hacia Plaza de las Artesanías*
5: 00 p.m	*Llegada a Plaza de las Artesanías*	*Santo Domingo*	*Fin del circuito*

Circuito 2 "Aventura dulce y Tradiciones"

Hora	***Actividad***	***Municipio***	***Descripción***
8:00 a.m	*Salida desde Plaza de las Artesanías hacia municipio de San Lorenzo*	*Santo Domingo*	*Inicio del circuito*
8:20 a.m	*Llegada a municipio de San Lorenzo*	*San Lorenzo*	*Visita de casco urbano del municipio: Iglesia, Parque central y Árbol de Ceiba (Explicación Histórica)*
9:30 a.m	*Salida hacia Cerro El Brujo*	*San Lorenzo*	*Salida hacia Cerro El Brujo*
9:50 a.m	*Llegada a Cerro El Brujo*	*San Lorenzo*	*Visita del Cerro el Brujo (Explicación Histórica): Caminata sobre pequeños senderos, Vistas panorámicas, Toma de Fotografías, etc.*
11:20 a.m	*Salida hacia San Esteban Catarina*	*San Lorenzo*	*Salida hacia San Esteban Catarina*
11:45 a.m	*Llegada a San Esteban Catarina: Almuerzo*	*San Esteban Catarina*	*Llegada a San Esteban Catarina: Almuerzo*
1: 00 p.m	*Degustación de Melcohas y derivados*	*San Esteban Catarina*	*Observación del proceso de elaboración de Melcochas/ Degustación de Melcochas*
1: 40 p.m	*Elevación de Globos artesanales*	*San Esteban Catarina*	*Observación del Proceso Artesanal de Globos/ Elevación de Globos*
2: 30 p.m	*Visita de Cerro las Delicias*	*San Esteban Catarina*	*Caminatas cortas sobre pequeños senderos, Avistamiento de Aves, Vistas panorámicas, Toma de fotografías, etc.*
3: 00 p.m	*Salida hacia Laguna La Bruja*	*San Esteban Catarina*	*Salida hacia Laguna La Bruja*
3: 20 p.m	*Llegada a Laguna La Bruja*	*San Esteban Catarina*	*Explicación histórica del lugar, Avistamiento de Aves, Caminatas por senderos, Toma de Fotografías, Etc.*
4: 20 p.m	*Salida hacia Mirador del Valle del Jiboa*	*San Esteban Catarina*	*Salida hacia Mirador del Valle del Jiboa*
4:40 p.m	*Llegada a Mirador del Valle del Jiboa*	*San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5)*	*Avistamiento del valle de Jiboa y sus alrededores, Toma de Fotografías.*
4: 55 p.m	*Salida hacia Plaza de las Artesanías*	*San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5)*	*Salida hacia Plaza de las Artesanías*
5: 00 p.m	*Llegada a Plaza de las Artesanías*	*Santo Domingo*	*Fin del circuito*

Circuito 3 "Caminos de moliendas y Ausoles"

Hora	***Actividad***	***Municipio***	***Descripción***
8:00 a.m	*Salida desde Plaza de las Artesanías hacia municipio de Tepetitán, pasando por mirador del Valle del Jiboa*	*Santo Domingo*	*Inicio del circuito, Salida hacia mirador del Valle del Jiboa*
8:10 a.m	*Llegada a Mirador del Valle del Jiboa*	*Verapaz*	*Avistamiento del valle de Jiboa y sus alrededores, Toma de Fotografías.*
8:30 a.m	*Salida hacia Tepetitán*	*Verapaz*	*Salida hacia Tepetitán*
8:40 a.m	*Llegada a municipio de Tepetitán*	*Tepetitán*	*Visita del casco urbano de Tepetitán: parque central y Cañón de Anastasio Aquino ubicado en Complejo Educativo Pedro Pablo Castillo (Explicación Histórica)*
10:00 a.m	*Salida hacia Moliendas de Verapaz*	*Verapaz*	*Salida hacia Moliendas de Verapaz*
10:15 a.m	*Llegada a Moliendas de Verapaz*	*Verapaz*	*Visita a Moliendas de Dulce de Panela y derivados: Observación de proceso de elaboración artesanal/ y degustación de dulce de panela.*
11:20 a.m	*Visita a Casco urbano de Verapaz*	*Verapaz*	*Visita de parque central y Monumento a la Vida (Explicación Histórica)*
12:00 p.m	*Almuerzo*	*Verapaz*	*Almuerzo en Verapaz*
1: 25 p.m	*Salida hacia Ausoles de los Infiernillos*	*Verapaz*	*Salida hacia Ausoles de los Infiernillos*
1: 40 p.m	*Llegada a Ausoles de los Infiernillos*	*Guadalupe*	*Visita a los Ausoles de los Infiernillos: Caminata sobre senderos, Vistas panorámicas, Toma de Fotografías, etc.*
3: 15 p.m	*Salida hacia Guadalupe*	*Guadalupe*	*Salida hacia Guadalupe*
3: 35 p.m	*Llegada a Guadalupe*	*Guadalupe*	*Visita del casco urbano del municipio de Guadalupe /y observación del proceso de elaboración artesanal de café*
4: 45 p.m	*Salida hacia Plaza de las Artesanías*	*Guadalupe*	*Salida hacia Plaza de las Artesanías*
5: 00 p.m	*Llegada a Plaza de las Artesanías*	*Santo Domingo*	*Fin del circuito*

Circuito 4 "Tejidos de magia y color"

Hora	***Actividad***	***Municipio***	***Descripción***
8:00 a.m	*Salida desde Plaza de las Artesanías hacia municipio de San Sebastián*	*Santo Domingo*	*Inicio del circuito*
8:20 a.m	*Llegada a Municipio de San Sebastián*	*San Sebastián*	*Visita de casco Urbano: Parque central Iglesia*
8:50 a.m	*Visita a Telares de la Ciudad*	*San Sebastián*	*Visita a Talleres artesanales de la ciudad, Observación del proceso de elaboración de Telares, Hamacas, Colchas, etc.*
10:10 a.m	*Salida hacia Rio El Machacal*	*San Sebastián/ San Lorenzo*	*Salida hacia Rio El Machacal*
10:20 a.m	*Llegada a Rio El Machacal*	*San Sebastián/ San Lorenzo*	*Visita a Rio El Machacal (Historia)*
11:00 a.m	*Salida hacia San Lorenzo*	*San Lorenzo*	*Salida hacia San Lorenzo*
11:10 a.m	*Llegada a municipio de San Lorenzo*	*San Lorenzo*	*Visita de casco urbano del municipio: Iglesia, Parque central y Árbol de Ceiba (Explicación Histórica)*
12:00 p.m	*Almuerzo en San Lorenzo*	*San Lorenzo*	*Almuerzo en San Lorenzo*
1: 30 p.m	*Salida hacia Cerro El Grande*	*San Lorenzo*	*Salida hacia Cerro El Grande*
1: 45 p.m	*Llegada a Cerro El Grande*	*San Lorenzo*	*Visita del Cerro El Grande (Explicación Histórica) : Caminata sobre pequeños senderos, Vistas panorámicas hacia el Valle del Jiboa, Toma de Fotografías, etc.*
3:15 p.m	*Salida hacia Moliendas de San Lorenzo*	*San Lorenzo*	*Salida hacia Moliendas de San Lorenzo*
3:30 p.m	*Llegada a Moliendas de San Lorenzo*	*San Lorenzo*	*Visita a Moliendas de Dulce de Panela y derivados: Observación de proceso de elaboración artesanal/ y degustación de dulce de panela.*
4: 40 p.m	*Salida hacia Plaza de las Artesanías*	*San Lorenzo*	*Salida hacia Plaza de las Artesanías*
5: 00 p.m	*Llegada a Plaza de las Artesanías*	*Santo Domingo*	*Fin del circuito*

Circuito 5 "Dulces Sabores de mi tierra"

Hora	***Actividad***	***Municipio***	***Descripción***
8:00 a.m	*Salida desde Plaza de las Artesanías hacia el casco urbano Santo Domingo*	*Santo Domingo*	*Inicio del circuito*
8:10 a.m	*Llegada a Municipio de Santo Domingo*	*Santo Domingo*	*Visita de casco Urbano: Parque central Iglesia, Observación del proceso de elaboración de Dulces Artesanales/Degustación de Dulces*
9:40 a.m	*Salida hacia Cascada El Playón*	*Santo Domingo*	*Salida hacia Cascada El Playón*
10:10 a.m	*Llegada a Cascada El Playón*	*Santo Domingo*	*Caminata sobre senderos, Toma de Fotografías, etc.*
11:30 a.m	*Salida hacia San Lorenzo*	*Santo Domingo*	*Salida hacia San Lorenzo*
12:00 p.m	*Llegada a municipio de San Lorenzo: Almuerzo*	*San Lorenzo*	*Almuerzo en San Lorenzo*
1: 30 p.m	*Visita de casco urbano de San Lorenzo*	*San Lorenzo*	*Visita de casco urbano del municipio: Iglesia, Parque central y Árbol de Ceiba (Explicación Histórica)*
2: 30 p.m	*Salida hacia Moliendas de San Lorenzo*	*San Lorenzo*	*Salida hacia Moliendas de San Lorenzo*
2:50 p.m	*Llegada a Moliendas de San Lorenzo*	*San Lorenzo*	*Visita a Moliendas de Dulce de Panela y derivados: Observación de proceso de elaboración artesanal/ y degustación de dulce de panela.*
4:20 p.m	*Salida hacia Mirador del Valle del Jiboa*	*San Lorenzo*	*Salida hacia Mirador del Valle del Jiboa*
4: 30 p.m	*Llegada a Mirador del Valle del Jiboa*	*San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5)*	*Avistamiento del valle de Jiboa y sus alrededores, Toma de Fotografías.*
4: 50 p.m	*Salida hacia Plaza de las Artesanías*	*San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5)*	*Salida hacia Plaza de las Artesanías*
5: 00 p.m	*Llegada a Plaza de las Artesanías*	*Santo Domingo*	*Fin del circuito*

5.8.1. DISEÑO SERVICIOS PARA LOS CIRCUITOS PROPUESTOS

El turismo se caracteriza por ser una industria incipiente y en expansión, dado que uno de los objetivos del desarrollo turístico es incrementar el nivel del gasto. Por ende se compite por calidad e innovación los servicios que se propone ofrezca la microrregión del Valle de Jiboa es el siguiente:

Servicios Recreativos:

Este servicio incluye todas las actividades recreativas que ofrecerá La microrregión del Valle de Jiboa siendo este el elemento diferenciador e innovador de los circuitos turísticos.

- Canopy
- Mitología y turismo los globos de los deseos

Servicio de Información

Este servicio incluye facilitar la información a los usuarios de todos los recursos turísticos con o sin prestación de otros servicios complementarios a través de letreros colocados en puntos estratégicos.

- Letreros

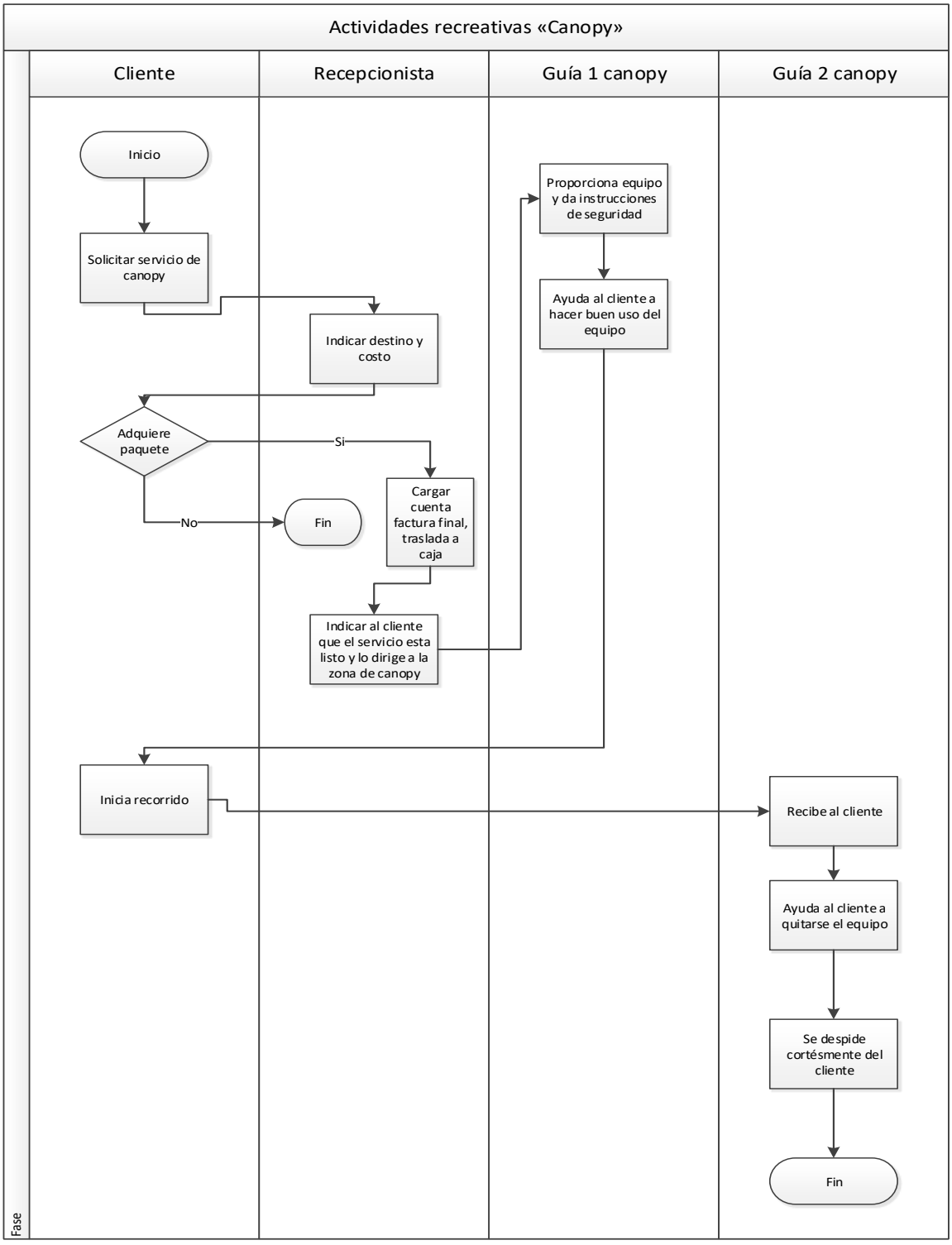
Procesos de Prestación de Servicios

Procesos Principales

1. *Servicio de actividades recreativas: Servicio de Canopy*

El proceso que se lleva a cabo el servicio de Canopy para atender al cliente incluye las siguientes actividades:

- Indicar destino y costo
- Proporcionar equipo y dar instrucciones de seguridad
- Ayudar al cliente a hacer buen uso de equipo
- Recibir y guardar equipo



Esquema 40: Metodología de prestación de prestación de servicios recreativos de Canopy.
Fuente: Elaboración Propia.

Responsabilidades

De la Empresa

Para la empresa el cumplimiento de las disposiciones y requisitos jurídicos vigentes, y su correcta operación es un compromiso serio.

Por tal motivo es su obligación tener políticas claras y específicas, procedimientos operativos, contar con personal calificado, los equipos que utiliza sean certificados, dar mantenimiento permanente preventivo y de reposición al sistema de cables, de la infraestructura y mantener los servicios sanitarios en perfectas condiciones para esta actividad.

De los Guías

Es responsabilidad de los guías conducir el recorrido de acuerdo con las disposiciones y de la empresa. Mostrando seriedad y profesionalismo que se requieren, demostrando su destreza y de acuerdo con el entrenamiento recibido y los estándares para los guías de Canopy.

Los guías son responsables durante el tour de la seguridad y el bienestar de los consumidores, de la misma forma es obligación de los guías y del personal el apego a las disposiciones y procedimientos establecidos en el Reglamento Técnico de Canopy, manuales de la empresa, documentos diseñados para la operación.

Requisitos para el Desarrollo de la Actividad

Para el desarrollo de las actividades de Canopy, tirolesa o arborismo, se debe cumplir con los requisitos mínimos generales, de gestión, calidad y de competencias siguientes:

Requisitos de organización

Toda persona natural o jurídica que ofrezca el servicio guiado de canopy, tirolesa o arborismo, debe tener una organización mínima que le permita:

a) Tener y publicitar una dirección física (lugar donde se contratan los servicios u oficinas relacionadas donde la persona o empresa puede ser ubicada.
b) Mantener en esta dirección física el mínimo de facilidades que permitan la realización y tratamiento de las reservas y contratación de servicios mediante comunicaciones telefónicas, correo postal y/o electrónico y que permita procesar todos los documentos necesarios para el buen desempeño de la actividad.

c) Poseer un organigrama básico de funcionamiento y división de responsabilidades cuando su personal sea mayor o igual a tres personas.
d) Asegurarse de contar con el personal adecuado y necesario para el desarrollo de las actividades en terreno.
e) Mantener al personal informado y capacitado, de acuerdo a sus necesidades y cargos.
f) Desarrollar la actividad, de manera adecuada, pertinente y dentro de los parámetros de la norma así como de acuerdo a lo ofrecido al cliente.
g) Tener y desarrollar políticas propias respecto de temas, tales como, respeto del medio ambiente, resolución de conflictos, calidad de servicios, relación con prestadores de servicios, planes de mantenimiento y presentación de equipos y materiales y similares, conservando los registros y hojas de vida correspondientes.
h) Mantener en buen estado operativo los equipos y materiales necesarios para el desarrollo de la actividad.
i) Asegurarse que toda la logística para la actividad se encontrará disponible en el momento y lugar adecuado.
j) Mantener, en caso de ser propietarios, los vehículos en condiciones de calidad y seguridad de acuerdo a la normativa vigente, para el transporte de personas y/o equipos desde y hacia los lugares predestinados para realizar la actividad, así como de acuerdo a los parámetros requeridos para el desarrollo de la actividad.
k) Asegurarse que la calidad y seguridad de todo servicio contratado a terceros, corresponde a los parámetros de lo ofrecido para la actividad.
l) Asegurarse que el personal que realiza el guiado de las actividades de canopy, tirolesa o arborismo, cumpla con los requisitos de la Norma Salvadoreña NSR 03.55.01:08 Guias de Turismo. Especificaciones para el desempeño.
m) Acoger adecuadamente a sus clientes observando los procedimientos escritos de recepción,
n) Evaluar la actividad y responder reclamos en los casos que corresponda dentro de un tiempo razonable.

Requisitos Específicos para la Realización de la Actividad

Toda persona natural o jurídica que ofrezca el servicio de Canopy, tirolesa o arborismo debe cumplir con los requisitos mínimos específicos siguientes:

Programas

Debe tener para cada actividad una ficha técnica descriptiva que consigne la información mínima siguiente, según corresponda:

a) Duración de la actividad (horas).
b) Posición geográfica de la actividad.
c) Época del año.
d) Condiciones meteorológicas del lugar.
e) Número de participantes mínimo y máximo.
f) Limitaciones y/o restricciones de la actividad (condición física, edad, salud, uso de joyas y otros).
g) Descripción y objetivos de la actividad.
h) Variedad de la actividad (canopy, tirolesa, arborismo).
i) Medios de transporte terrestre.
j) Equipos y materiales incluidos y no incluidos.
k) Otros servicios incluidos y no incluidos.
l) Sugerencia de ropa y equipo a utilizar.
m) Información de seguros.
n) Tarifas y condiciones de éstas.
o) Realizar una evaluación sistematizada de las actividades o programas.
p) Dar seguimiento de forma sistematizada a las quejas, reclamos y sugerencias de los clientes

Documentación Contractual

Antes de la realización de la actividad, se debe para cada cliente, consignar la información mínima siguiente:

a) Nombre, edad, DUI o pasaporte y nacionalidad.

b) Actividad, fecha y lugar donde se realizará la actividad.
c) Datos de contacto, de la persona con la que se debe comunicar en caso de emergencia.
d) Declaración de salud (alergias, medicamentos contraindicados, régimen especial, operaciones recientes, embarazo, afecciones cardiacas y otros) de acuerdo a las exigencias de la actividad.}

Seguros

La persona natural o jurídica que ofrezca el servicio guiado de canopy, tirolesa o arborismo, debe contar como mínimo con un seguro de accidentes personales para las actividades de turismo aventura o equivalentes, el cual debe incluir a clientes y guía(s) e informar explícitamente las restricciones que impone el seguro sobre la cobertura, tales como límites de edad, enfermedades preexistentes u otros.

Nota 1. Este requisito podrá no aplicarse en caso el cliente demuestre poseer un seguro antes indicado. El operador de turismo podrá decidir si lo exceptúa.

Prevención y Manejo de Riesgos

Se debe tener un plan de manejo de riesgos documentado para la actividad guiada ofrecida, que debe incluir como mínimo lo siguiente:

a) Identificación y evaluación de los riesgos asociados al diseño del circuito de canopy, tirolesa o arborismo, según corresponda.
b) Identificación y evaluación de los riesgos asociados al medio de transporte terrestre utilizado.
c) Definición de criterios para evaluar el nivel de riesgo, condiciones y factores asociados a la práctica de la actividad, tanto para los guías como para los clientes.
d) Identificación y evaluación de los riesgos asociados a las caminatas a realizar.
e) Definir un lenguaje sencillo y claro para dar las indicaciones técnicas y códigos de comunicación a los clientes.
f) Zonas de práctica para entrenamiento del personal.
g) Los elementos que pueden afectar el nivel de riesgo (condiciones meteorológicas, grado de dificultad para acceder a equipos de emergencia y similares).

h) Condiciones relativas a la práctica de la actividad (número de participantes, variedad de la actividad, idioma que se maneja u otros).
i) Caracterización del cliente (edad mínima, salud, condiciones físicas, experiencia u otros).
j) Evaluación del nivel de riesgo atribuido a la actitud y comportamiento de los clientes.
k) Evaluación del nivel de riesgo atribuido a la actitud y comportamiento del o los guía (s).
l) Instrucciones mínimas entregadas a los clientes.
m) Criterios para suspender la actividad.
n) Provisión de equipos de seguridad y de primeros auxilios.
o) Política de mantenimiento de equipos (incluye los vehículos).
p) Verificación diaria y regular (apreciación del cliente, evaluación de las condiciones meteorológicas y similares).
q) Equipos de comunicación.
r) Historial de incidentes y accidentes.
s) Procedimiento de análisis final de la actividad, que incluya el comportamiento de los clientes según su nivel de esfuerzo y exigencias técnicas pedidas, y que en caso de accidente y/o incidente, incluya las particularidades del caso.
t) Política de mantenimiento del equipo utilizado para la actividad y vehículos de transporte.

El plan de manejo o administración de riesgos debe ser revisado anualmente y cada vez que ocurra algún evento que lo amerite (cambio en la legislación, en la organización de la empresa u otros).

Debe llevarse una bitácora de incidentes y accidentes ocurridos durante el desarrollo del programa.

Mantener registros que evidencien la aceptación de los riesgos y exoneración de responsabilidades al operador de turismo, debidamente firmados por los clientes.

Respuestas a las Emergencias

Se debe contar con un plan de respuesta a situaciones de emergencia que debe incluir como mínimo lo siguiente:

a) Identificación de las personas responsables de la aplicación del plan de emergencia (jefe de guía, guía u otro).
b) Roles del personal implicado en el plan de respuesta a las emergencias.
c) Equipos de comunicación.
d) Primeros auxilios.
e) Evacuaciones de emergencia, incluyendo los medios para trasladar a una persona enferma o accidentada a un establecimiento de salud local.
f) Identificación y ubicación de los organismos y personas a contactar en caso de emergencia (rescatistas, ambulancia, Cuerpo de Socorro u otros).
g) Procedimientos de rescate.
h) Gestión y manejo básico de crisis.
i) Medidas de seguridad en caso de catástrofes naturales (incendios forestales, erupciones u otros).

El plan de respuesta a las emergencias, debe ser revisado anualmente y cada vez que ocurra algún evento que lo amerite.

Se debe mantener una política activa de información al cliente de las condiciones referidas a las respuestas de emergencia.

La organización debe tener un plan de entrenamiento (ejercicios, simulaciones) para que el personal conozca y sea capaz de reaccionar de acuerdo al plan de emergencia, manteniendo los registros correspondientes.

Requisitos de Equipamiento

Toda persona natural o jurídica que ofrezca el servicio guiado de canopy, tirolesa o arborismo, debe cumplir con los requisitos mínimos siguientes:

a) Contar con una adecuada planificación, selección y exigencia de equipo.
b) Contar con el equipamiento fijo mínimo siguiente, según corresponda:

c) Puntos de anclaje (árboles, torres u otros).
d) Cable de acero con alma de acero o polipropileno de 3/8 de pulgada o 9.5 mm o mayor o material equivalente, de calidad certificada.
e) Abrazaderas para el diámetro del cable, de calidad certificada; plataformas; tacones o tacos protectores; colchonetas de protección en las plataformas; anclajes para autoasegurarse.

Tener a disposición del cliente, los equipos y vestimenta técnica, en buen estado de funcionamiento y operatividad, y acordes a las medidas de los clientes.

a) Verificar todo equipo antes, durante y después de cada actividad, de acuerdo a la normativa aplicable; esta actividad es responsabilidad del guía de la actividad y debe incluir la verificación del equipamiento específico para el desplazamiento.
b) Retirar los equipos que han cumplido la vida útil y los defectuosos, los cuales deben ser inutilizados y/o eliminados para evitar su uso.
c) Llevar un botiquín de primeros auxilios en los medios de transporte terrestre y otro a disposición en algún punto del circuito.
d) Toda persona natural o jurídica que ofrezca el servicio guiado de canopy, tirolesa y arborismo, debe contar con equipos y vestimenta para sus clientes y guía(s), según corresponda, considerando como mínimo lo siguiente:

Equipo móvil del guía de canopy, tirolesa y arborismo

a) Mosquetones con seguro, de calidad certificada.
b) Estribo, de calidad certificada.
c) Cordines o cintas express, de calidad certificada;
d) Casco de montaña u otro adecuado para la actividad, de calidad certificada;
e) Arnés, de calidad certificada;
f) Equipo de comunicación con cobertura;
g) Polea para el cable del circuito, de calidad certificada;
h) Cinta para autoseguro, de calidad certificada;
i) Cinta de anclaje a la polea, de calidad certificada;
j) Mosquetón, de calidad certificada;

k) Ascendedores y descendedores, de calidad certificada;
l) Guantes adecuados para la actividad, de calidad certificada.

Equipo complementario del circuito de canopy, tirolesa y arborismo

a) Camilla de primeros auxilios;
b) Botiquín de primeros auxilios;
c) Cuerda estática de rescate de al menos 60 m de longitud y 9 mm de diámetro;
d) Equipo de comunicación con cobertura en toda el área de la actividad.

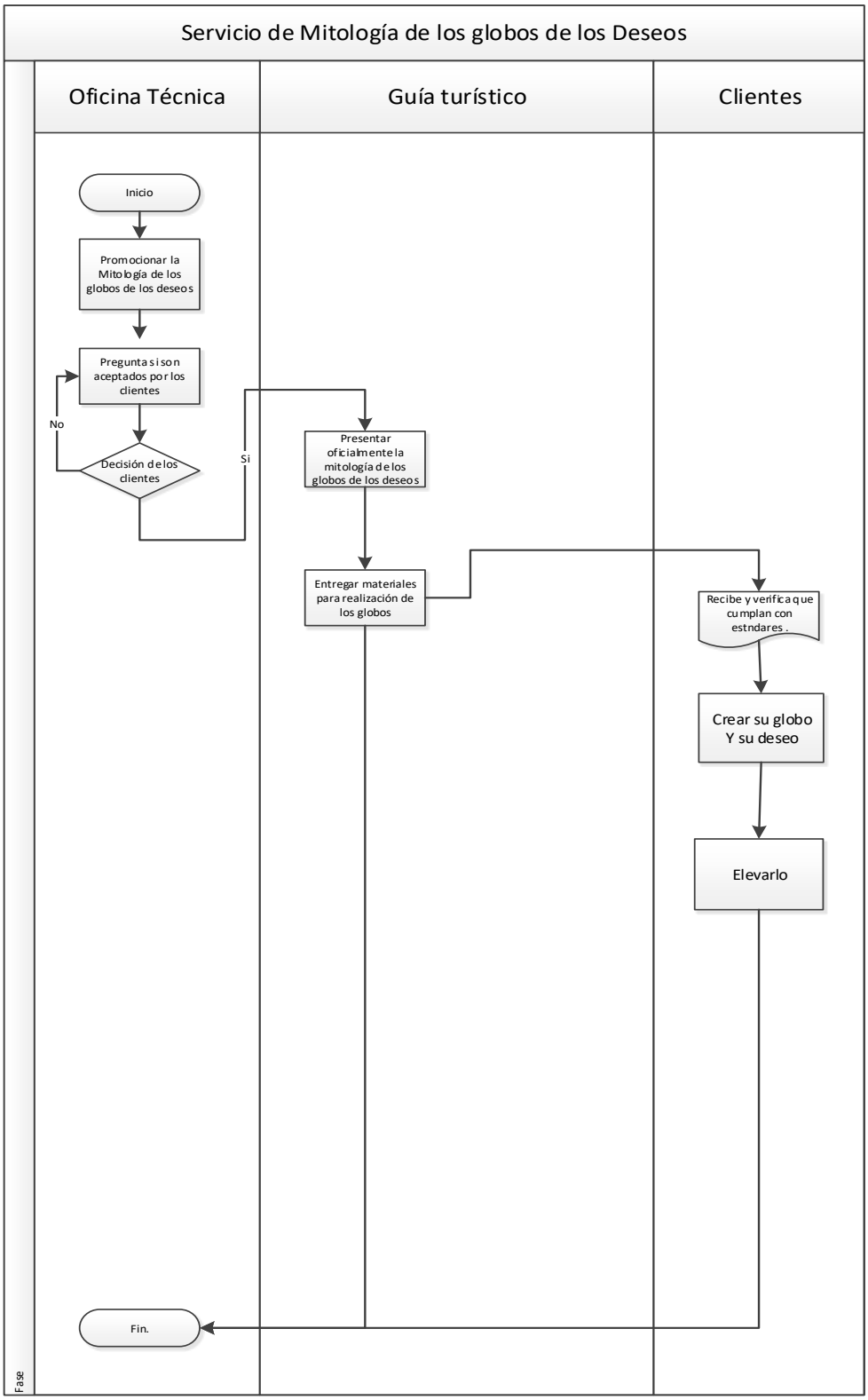
Se debe tener un plan de mantenimiento de equipos documentado, que debe incluir al menos los puntos siguientes:

a) Instrucciones o guía de uso y mantenimiento.
b) Periodicidad o frecuencia del mantenimiento.
c) Normativa que se aplica para el mantenimiento de los equipos.

2. Servicio de Mitología y turismo de los globos de los deseos

El proceso que se lleva a cabo el servicio de Mitología y turismo el globo de los deseos para atender al cliente incluye las siguientes actividades:

- Recibir clientes
- Explicación de la historia de nacimiento de la mitología de los globos de los deseos
- Entrega de materiales para la creación del globo
- Creación de los globos
- Escribir los deseos o pensamientos
- Elevar globos



Esquema 41: Metodología de prestación de prestación de servicio de Globos de los deseos.
Fuente: Elaboración Propia.

Recomendaciones Generales

Las expectativas de los usuarios son cada vez mayores: no se conforman con cualquier cosa, no son fáciles de contentar, porque están bien formados e informados. Tenemos que contar con ello, estar preparados.

El ideal de éxito y calidad, sin embargo, reside en superar esas expectativas, sorprender favorablemente. Ello no significa endosar información o instrucciones innecesarias, pero sí dar una respuesta adecuada, completa, rápida y fiable, que aporte valor adicional a lo que sería una solución de trámite.

Entre las expectativas del usuario actual pueden citarse:

- Eficacia: obtención real de resultados y respuestas.
- Rapidez: el tiempo es factor fundamental, siempre escaso y valioso.
- Facilidad: simplicidad, comodidad, ahorro de esfuerzo
- Autonomía: tendencia a preferir en lo posible sistemas autoservicio.
- Concentración: encontrar la respuesta completa en un sitio, por una sola vía.
- Fiabilidad: garantías sobre el valor y calidad de la información recibida.
- Trato individualizado: atención a las peculiaridades personales

Atención presencial

La atención presencial implica una comunicación inmediata: el empleado y el usuario intercambian mensajes de manera continuada, utilizando, además, el lenguaje no verbal. Por este motivo, es fundamental que el proceso de atención se desarrolle de la manera más adecuada y efectiva posible.

Para lograr que el proceso de atención presencial sea lo más satisfactorio posible tendremos en cuenta las siguientes consideraciones:

Intentar:

- Acoger y tratar al usuario de manera amable y cordial.
- Preguntar cuando no se está seguro de haber comprendido

Cómo acoger al usuario de entrada

La acogida es la llegada del usuario a nuestro trabajo y el inicio de la relación.

Produce una primera impresión en él que es fundamental para el posterior desarrollo de la comunicación. Ser y mostrarse accesible/disponible es el primer paso en un buen servicio. A ello contribuye la organización física y visual del entorno y nuestras actitudes o acciones (gesto expectante, mirada de reconocimiento, atención sin demora).

La prioridad es estar disponible para el público, ofreciendo la impresión de que el usuario jamás interrumpe, evitando transmitir la sensación de tener otra ocupación más importante.

La comunicación e interacción con el usuario

Con carácter general se deben tener en cuenta cuatro variables fundamentales que pueden afectar positiva o negativamente la interacción del personal de atención al público con el usuario:

a. Actitud corporal:

- Mirar a los ojos. El contacto visual indica que el canal de comunicación está abierto.
- Saludar con la mirada. Es la manera de informar al usuario de que somos conscientes de su presencia y estamos en disposición de atenderle.
- Sonreír y utilizar gestos que indiquen que estamos receptivos y abiertos. Ayuda y facilita la comunicación.
- Utilizar una buena postura. Indica nuestro grado de atención y disponibilidad. Evite cruzarse de brazos pues esto muestra un sentido de desinterés ante el usuario.

b. Expresión oral:

- Saludar. En la atención presencial es el inicio de la comunicación.
- Comunicarnos con claridad y simplicidad. Nuestra forma de expresarnos debe ser clara y sencilla para ayudar a la comprensión por parte del usuario.
- Usar un vocabulario fácilmente comprensible y ajustar, en la medida de lo posible, el lenguaje al nivel académico y circunstancias particulares del usuario
- Emplear un tono de voz adecuado. No es necesario hablar con un tono de voz alto para ser escuchado, tiene una connotación de autoridad que en servicio al usuario puede ser

contraproducente. Tampoco hablar muy bajo es la técnica correcta, esto refleja inseguridad. Si el ambiente lo permite, un tono de voz moderado es apropiado para que las personas escuchen sus palabras y las reciban adecuadamente.

- Hablar pausado y claro de forma que el usuario alcance a escuchar cada palabra.
- Utilizar siempre el "usted" como fórmula para dirigirnos a cualquier usuario en un primer momento, con independencia de su categoría, edad, condición etc.
- Dar mensajes claros, directos y coherentes.

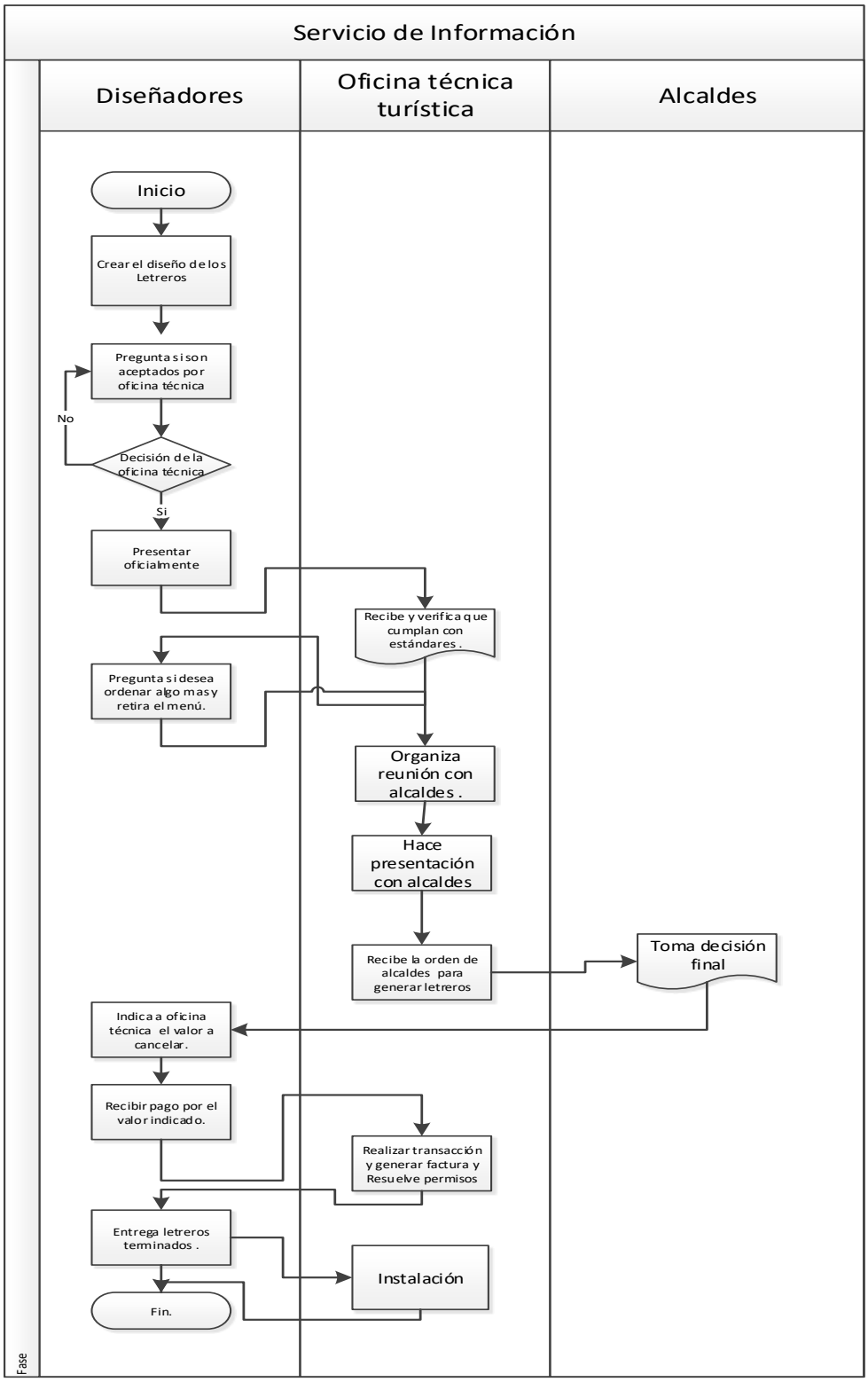
c. Escucha activa y asertividad

Una vez que el usuario empieza a hablar hay que poner en juego la Escucha activa. Hay que enterarse de lo que dice, no de lo que nos parece que dice.

3. Servicio de información

El proceso que se lleva a cabo para informar al cliente incluye las siguientes actividades:

- Presentar a alcaldes y autoridades el diseño de letreros para su aprobación y para su excepción de impuestos; bajo la normativa del ministerio de transporte terrestre.
- Instalar letreros en lugares estratégicos.
- Proporcionar la información al cliente diseñando letreros llamativos y acordes a cada servicio turístico de la zona.



Esquema 42: Metodología de prestación de prestación de servicio de Información.
Fuente: Elaboración Propia.

Recomendaciones generales para el servicio de Información

- Establecer criterios y estándares de letreros, que faciliten la orientación e información al usuario de los diferentes sitios turísticos de la zona.
- Establecer la clasificación y dimensiones de los letreros turísticos.
- Establecer los colores, formas y medidas de los letreros turísticos.
- Proporcionar criterios básicos para la señalización.
- Conocer el significado de las señales.

Señales de dirección

Su objetivo será brindar información respecto a las rutas de acceso o de orientación y localización de espacios de servicios o sitios turísticos. Las señales direccionales componen gran parte de la información a suministrar al usuario con letreros turísticos.

Ubicación de las Señales

La colocación de las señales se debe hacer de acuerdo a un análisis previo, tomando en cuenta las condiciones existentes en el lugar y considerando lo siguiente:

1. Las señales informativas se colocan en el lugar donde se necesite su uso, permitiendo que las personas tengan tiempo suficiente para captar el mensaje.
2. Las señales informativas se colocan en donde las personas tengan tiempo suficiente para captar el mensaje sin correr riesgo.
3. Las señales se deben ubicar en el lugar donde haya la pronta desviación a dicho sitio turístico señalada.

Mantenimiento

Los medios y dispositivos de señalización deben de ser mantenidos y supervisados de forma que conserven en todo momento sus cualidades intrínsecas y de funcionamiento.

Debería establecerse un programa de revisiones periódicas para controlar el correcto estado y aplicación de la señalización, teniendo en cuenta las modificaciones de los sitios turísticos

Dimensiones de los letreros

Las medidas generales de las señales de seguridad deberán ser tales que el área superficial "S" de la señal y la distancia máxima de observación "L", satisfagan la formula:

$$S \geq \frac{L^2}{2000}$$

Donde:

S = superficie de la señal en m2

L = distancia máxima de observación en metros.

2000= constante

1. Esta relación sólo se aplica para distancias de 5 m a 50 m.
2. Para distancias menores a 5m, el área de las señales será como mínimo de 125 cm^2
3. Para distancias mayores a 50m, el área de las señales será al menos 12500 cm^2

Tipografía

La tipografía seleccionada debe ser clara y no complicada, con la finalidad que los textos sean totalmente legibles.

Todos los letreros deben cumplir con todos los estándares acatados bajo la normativa del ministerio de transporte terrestre haciendo estos bajo una sub contratación.

Maquinaria y equipo de prestación de servicios

Actividades recreativas: Canopy

DESCRIPCION	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES	COSTO (C/U)
Casco	18	Debe tener correa para asegurarse a la barbilla, debe ser regulable/ajustable, tanto en el perímetro de la cabeza como en el barboquejo	$30.00

Arnes	18	Debe ser regulable/ajustable y de fácil colocación	$35.00
Guantes	18	Elaborados en material resistente a la fricción y a la abrasión	$20.16
Mosquetones con seguro	36	Resistencia mínima 25 KN	$8.52
Polea para el cable	12	Hecha de acero, Con mosquetón incluido	$20.87
Cinta para auto seguro	12	Mínimo 7 mm de ancho	$15.49
Cinta de anclaje a la polea	12	Correa plana de 1-3/4 de pulgada, de uso pesado, ajustable de 3 a 7 pies de largo.	$13.87
Ascendedores y descendedores	18	Bloqueo con palanca, permite pequeños ascenso, sistema de retroceso automático.	$49.00

Colchonetas para la protección en las plataformas	6	Espuma de poliuretano, inferior con perfil antideslizante, dimensiones 200X150X25 cm	$125
Cable	5	Mínimo 9,5 mm de diámetro, alma de acero o polipropileno, Alta resistencia al desgaste, oxidación, flexibilidad.	$300

Tabla 161: Equipo y herramientas para prestación de servicios de Canopy

Fuente: Elaboración Propia.

Actividades recreativas: Mitología de los deseos

EQUIPO Y MATERIALES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
Papel china	10 paquetes (100 unidades C/U)	$5.00
Alambre	Rollo de 100 Mts	$30.00
Algodón	10 paquetes	$2.00
Fosforo	10 paquetes	$1.00

Tijeras	20	$2.00
Pega	20 Botes 100 ml	$1.00
Lapiceros	10 Cajas (10 unidades C/U)	$1.50
Papel bond	4 Resmas	$4.00

Tabla 162: Equipo y Materiales para prestación de servicios de Globos de los Deseos.

Fuente: Elaboración Propia

5.9. ADECUACIÓN DE TRANSPORTE PARA RECORRIDO CIRCUITO TURÍSTICO

Se identifica la necesitada de un trasporte que permita realizar el recorrido de los circuitos turísticos, para comodidad de los pasajeros se sugiere la Subcontratación de microbuses con capacidad para 16 pasajeros.

Esquema 43: Toyota Hiace.

Se recomienda un Toyota Hiace por sus 17 espacios para pasajeros, sus especificaciones de seguridad que incluyen cinturones de seguridad para cada pasajero, es el trasporte más recomendado para el servicio turístico por la capacidad de manejo en terreno rustico y calles rurales.

5.10. ASIGNACIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE TURISTICO

Definición de Recursos:

Componente Turístico						
Cod.	**Actividad**	**Cant**	**Costo unitario**	**Sub. Total**	**Inversión**	**Costo Anual**
1.A.1.A	**Diseño y Colocación de Señalización Turística**				**$5,550.00**	**$0.00**
	Diseño y proceso creativo de nueva filosofía, línea gráfica y funcionamiento para la Microrregión del Valle de Jiboa.	1	$700.00	$700.00		
	Diseño gráfico de nuevo logotipo para la Microrregión del Valle de Jiboa, manual de marca, instrucción de comunicación específica.	1	$700.00	$700.00		
	Creación de nombre y logotipo para programas de pertenencia, Tours, Servicios, etc.	1	$1,150.00	$1,150.00		

	Diseño gráfico de banners institucionales de dimensiones variable	1	$800.00	$800.00		
	Diseño de material promocional para entregar a clientes, material pop, promocional, señalización de áreas, señales para programa de buenas prácticas de turismo.	1	$800.00	$800.00		
	Dirección creativa para sitio web, desarrollo de contenido y edición, dirección creativa de plataforma para redes sociales.	1	$800.00	$800.00		
	Inducción de nuevo concepto de la organización, presentación a colaboradores, y entes relacionados.	1	$100.00	$100.00		
	Diseño de stand promocional de participación en ferias. (4x4 o 2x2).	1	$500.00	$500.00		
1.B.1.A	**Calculo de Capacidad Instalada en zonas comunes: Implementación de Buenas Prácticas de Turismo**				**$3,015.00**	**$300.00**
	Pago de honorarios por cálculo de Capacidad Instalada en zonas comunes (Incluido en estudios previos)	1	$-	$-		
	Compra de equipo auxiliar para mantenimiento de sitios turísticos	1	$2,835.00	$2,835.00		
	Señalización de árboles y aves de avistamiento en cada sitio turístico	36	$5.00	$180.00		
	Programa de reforestación anual	1	$300.00	$300.00		
1.B.2.B	**Adecuación de Sitios Turísticos**				**$22,800.00**	**--**
	Mesas de madera para zona de comidas	32	$125.00	$4,000.00		

	Fosa séptica y sistema de agua	8	$850.00	$6,800.00		
	Juegos de madera para niños	8	$300.00	$2,400.00		
	Adecuación del terreno	8	$300.00	$2,400.00		
	Caseta para baños	8	$400.00	$3,200.00		
	Dragado de zona de ríos	3	$400.00	$1,200.00		
	Casetas de bienvenida y mesas interpretativas o puntos de información	16	$175.00	$2,800.00		
	Mantenimiento de zonas verdes y poda de árboles, arbustos (será responsabilidad del comité de desarrollo turístico municipal)	6	$300.00	$1,800.00		
1.C.1.A	**Reestructuración de circuitos Turísticos**				**$10,074.36**	**$500.00**
	Infraestructura Canopy	3	$1,500.00	$4,500.00		
	Equipo para Canopy	1	$5,574.36	$5,574.36		
	Renovación de equipo para Canopy	1	$500.00	$500.00		
	Contratación de personal Reestructuración de circuitos Turísticos (Investigación previa)	1	$-	0		
1.C.1.B	**Reestructuración de Itinerarios de circuitos Turísticos**				--	--
	Reestructuración de Itinerarios de circuitos Turísticos (Investigación previa)					
Sub-Total					**$41,439.36**	**$800.00**

Tabla 163: Costos del Componente Turístico.
Fuente: Elaboración Propia.

Matriz de Responsabilidades

Para el establecer el rol de los diferentes involucrados en cada una de las actividades se ha utilizado el siguiente cuadro con criterios:

ROL		DESCRIPCION
R	Subordinado	Este rol realiza el trabajo y es responsable por su realización. Debe existir sólo un R, si existe más de uno, entonces el trabajo debería ser subdividido a un nivel más bajo.
A	Responsable	Este rol se encarga de aprobar el trabajo finalizado y a partir de ese momento, se vuelve responsable por él.
C	Consultado	Este rol posee la información o capacidad necesaria para terminar el trabajo.
I	Informado	Este rol debe ser informado sobre el progreso y los resultados del trabajo.

Tabla 164: Descripción de roles.

Fuente: Elaboración propia.

MATRIZ DE RESPONSABILIDADES						
OBJ	**COMITÉ TURISTICO**	**ALCALDIA**	**COMUNIDAD LOCAL**	**MITUR**		**DISEÑADOR**
1.A	A, R	C, I	C, I	I		C
1.B	A, R	C, I	C, I	C, I		C
1.C	A, R	C, I	C, I	I		C

Tabla 165: Matriz de responsabilidades.

Fuente: Elaboración propia.

5.11. PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES COMPRENDIDAS EN EL COMPONENTE TURISTICO

CRONOGRAMA							
ACTIVIDAD	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**	**S5**	**S6**	**S7**
1.A.1							
1.B.2							
1.C.3							

5.12. DEFINICIÓN DE INDICADORES QUE CONTRALAN EL COMPONENTE TURISTICO

OBJ	NOMBRE	CALCULO		META ACTIVIDAD		MEDIO VERIFICADOR
		FORMULA	ELEMENTOS	VALOR ESTANDAR (%)	JUSTIFICACION	
1.A	Cantidad de Atractivos señalizados	= (ATS/TAT) *100	ATS; Atractivos Turísticos señalizados TAT; Total de Atractivos Turísticos	Lograr 80% de los atractivos estén señalizados		Visitas de campo a los atractivos turísticos.
1.B	Capacidad Instalada de los servicios turísticos	= (CIC/ TAR) *100	Capacidad Instalada Calculada; Total, de atractivos en los circuitos	Lograr determinar la capacidad instalada de los atractivos en los circuitos	Conocer cuántos visitantes puede recibir cada circuito	Reportes de Oficina de CT de las alcaldías.
	Adecuación de Zonas Verdes	-Adecuación de infraestructura de cada atractivo en el circuito				Reportes de Oficina de CT de las alcaldías
1.C	Nuevas rutas turísticas	-Diseño de nuevos circuitos turísticos.			Prepara los sitios turísticos para recibir a los turistas	Reportes de Oficina de CT de las alcaldías.
	Creación de Nuevos itinerarios	-Creación y diseño de itinerarios apegados a las nuevas rutas turísticas			Crear itinerarios para adecuar las visitas	Reportes de Oficina de CT de las alcaldías.

Tabla 166: Indicadores del componente turístico.

Fuente: Elaboración propia.

6. COMPONENTE DE SEGURIDAD

6.1. DESCRIPCIÓN DEL COMPONENTE E IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO DEL COMPONENTE DE SEGURIDAD DE ACUERDO AL DIAGNÓSTICO.

Considerando que la seguridad es una de las condiciones fundamentales para el fortalecimiento de la competitividad de la zona propuesta, es necesario que la prioridad de la gestión sea la de buscar los mecanismos de coordinación y de gestión que permitan articular medidas prácticas para que se consolide la actividad turística, se valore la importancia socioeconómica, se garantice la calidad y se le reconozca como factor de paz.

El Componente de Seguridad conduce a la aplicación de estrategias y programas concretos en los planos local y municipal, definiendo los principios, finalidades y objetivos de la seguridad de los turistas y las responsabilidades de los organismos nacionales en la ejecución del mismo e igualmente viabilizar los acuerdos sobre la asignación de recursos para el cumplimiento de los objetivos, garantizando la seguridad física de los turistas y contribuyendo en el mejoramiento de la imagen y de la calidad de los destinos turísticos.

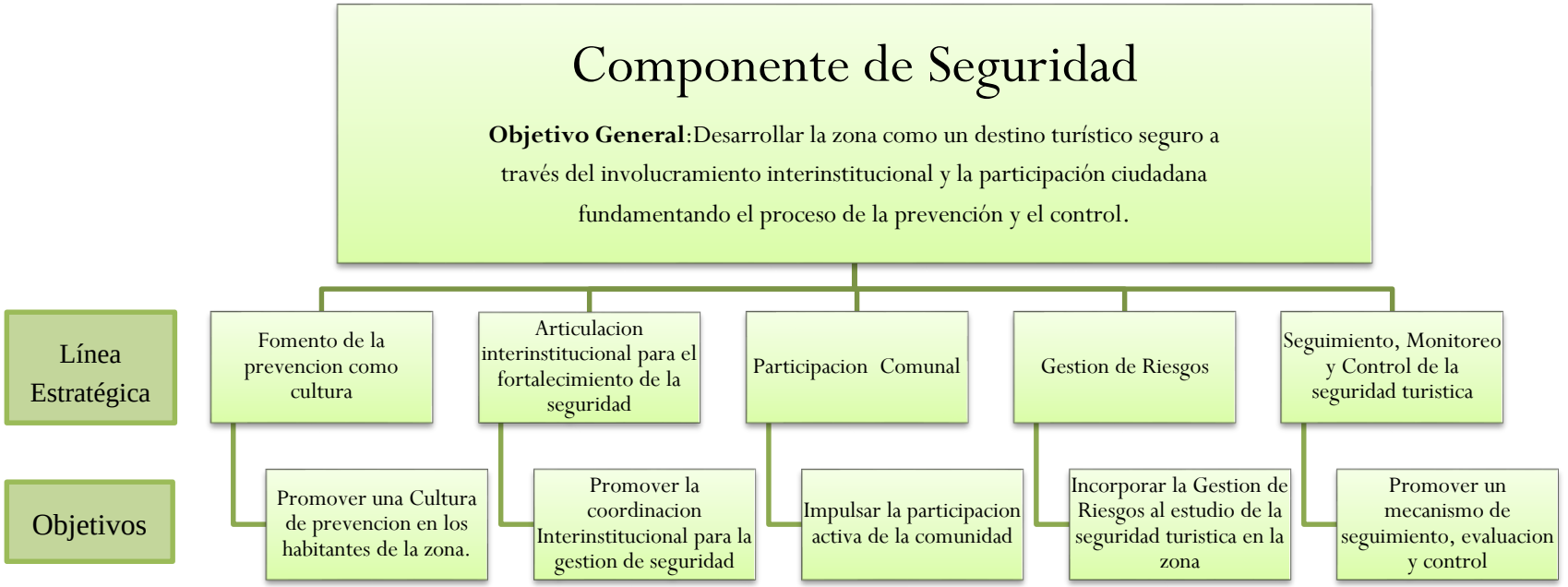
OPORTUNIDADES	Promoción de la cobertura de POLITUR a todos los municipios que integran la zona de estudio.
	Promover la sinergia entre instituciones claves vinculadas/responsables con la seguridad en la zona de estudio
	Fomento de un rol más participativo para las comunidades locales en el desarrollo de la seguridad de la zona en estudio.
	Impulso de la Prevención como factor clave en la Seguridad de la Zona en Estudio.
	Promoción de instrumentos de monitoreo de la delincuencia/violencia en la zona de estudio.

Tabla 167. Identificación de Oportunidades para la Definición del Componente de Seguridad.

Fuente: Elaboración propia.

6.2. ESTRUCTURA GENERAL DEL COMPONENTE DE SEGURIDAD

El Componente con enfoque a la seguridad está comprendido por 5 líneas estratégicas las cuales buscan desarrollarse a través de 5 Objetivos, de la siguiente manera:



Esquema 44: Estructura del Componente de Seguridad.

Fuente: Elaboración Propia.

6.3. DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL COMPONENTE DE SEGURIDAD

COMPONENTE DE SEGURIDAD TURISTICO			
OBJETIVO GENERAL			
Desarrollar la zona como un destino turístico seguro a través del involucramiento interinstitucional y la participación ciudadana fundamentando el proceso de la prevención y el control.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS		**RESULTADOS ESPERADOS**	**METAS**
COD.	**OBJETIVO**		
2.A	Utilizar la prevención como un método para la lucha contra la violencia, permitiendo no sólo convertir a la zona en un destino seguro, sino también en una zona segura para vivir.	Incorporación de la Prevención dentro de las Acciones prioritarias de la Gestión de Seguridad de manera que se fortalezca una Cultura de Prevención en la población de la zona.	-Lograr que las instituciones locales, tanto públicas o privadas brinden su apoyo a programas de prevención. - Lograr que las familias cercanas a los 21 destinos turísticos conozcan los efectos que genera la violencia y ayuden a controlar esta situación en la zona.
2.B	Fomentar la coordinación entre las distintas instituciones vinculadas al que hacer de la seguridad turística y local, de manera que se constituya una plataforma interinstitucional para la gestión integral de la seguridad turística en la zona de estudio.	Gestión de la Seguridad desde una perspectiva multilateral, de manera que se aborden de forma integral las diferentes necesidades identificadas.	-Establecimiento de una Política Integral de Seguridad Turística y Convivencia Social para la zona en estudio. -Conformación de una Mesa de Trabajo que garantice la coordinación interinstitucional necesaria para el desarrollo de la Política de Seguridad de la Zona. -Establecimiento de un Mecanismo de Comunicación Interna que permita el monitoreo

			de los resultados de cada una de las acciones desarrolladas por la Mesa de Trabajo.
2.C	Incorporar la Gestión de Riesgos al estudio del Desarrollo Turístico de manera que se puedan considerar los factores que pueden impactar negativamente el potencial turístico de la zona.	El Desarrollo turístico desde una perspectiva integral, preparación de una plataforma para el manejo adecuado de los riesgos.	-Incorporación de las Comisiones Municipales de Protección Civil en el Desarrollo Turístico. -Elaboración de Planes de Gestión Integral de Riesgos con el componente turístico. -Articulaciones de las Comisiones Municipales a la Departamental y Nacional de Protección Civil.
2.D	Fomentar un rol más participativo de las asociaciones comunales en la prevención y en el combate a la delincuencia, así como en la creación de un ambiente de paz para el desarrollo de la actividad turística.	Que las personas en las comunidades, así como las asociaciones comunales participen en la prevención de la violencia.	-En cinco años en las comunidades donde se inicia con el programa de participación, se ha reducido la delincuencia en un 50%. -En cinco años el número de comunidades en las que se ha iniciado con la participación ciudadana en la lucha contra la violencia cubre el 50% del territorio en estudio.
2.E	Crear y utilizar un sistema de monitoreo de la evolución del estado de la seguridad en la zona en estudio, que permita medir el avance e impacto que la aplicación de los otros pilares estratégicos de seguridad propuestos tiene sobre el mismo.	Que exista un control de los hechos delictivos, así como de las zonas en que ocurran para saber cómo y dónde enfocar esfuerzos, así como las zonas y programas que sean más efectivos para combatir el crimen.	-Crear un sistema de información que permita llevar el control de los hechos delictivos que ocurran en la zona. -En cinco años el número de comunidades en las que se ha iniciado con la participación ciudadana en la lucha contra la violencia cubre el 50% del territorio en estudio.

Tabla 168: Componente de seguridad turístico, Objetivos.

Fuente: Elaboración propia.

6.4. DESARROLLO DEL COMPONENTE DE SEGURIDAD

El establecimiento de actividades es de mucha importancia, ya que estas determinan todas las tareas que se tendrán que realizar para el cumplimiento de los programas y las cuales se podrán medir para su posterior comparación.

COD. OBJ.	**PROGRAMAS**			**ACTIVIDADES**
	COD.		**COD.**	
2.A	2.A.1	Programa de Prevención, Instituciones de seguridad apoyando la prevención de la violencia.	2.A.1.A	-Analizar las diferentes instituciones de apoyo y las acciones a realizar sobre la prevención de la violencia en el municipio.
2.B	2.B.1	Programa de Coordinación, Diseño de una Política Integral de Seguridad Turística y Convivencia Social para la zona en estudio.	2.B.1.B	-Definición del compromiso local de parte del Comité de Turismo del Municipio. -Monitorear la implementación de la política a fin de garantizar el cumplimiento del compromiso establecido.
	2.B.2	Creación de una Mesa Intersectorial integrada por diferentes entidades vinculadas al quehacer de la Seguridad en la zona de estudio.	2.B.2.B	-Establecimiento de una Mesa Intersectorial formada por un representante del Ministerio de Salud, de POLITUR, de la PNC, Comité de Protección Civil Municipal, y de ONG´s que estén presentes en el municipio vinculadas a la Gestión de la Seguridad de la zona. -Promover un involucramiento más activo de parte de las municipalidades en la gestión de la seguridad y la promoción de la convivencia ciudadana. - Asignación de roles que responda a la función que cada institución juega en la gestión de la seguridad.
	2.B.3	Desarrollo de un Plan de Trabajo de parte de la Mesa de Gestión	2.B.3.B	-Realizar análisis permanentes de Riesgos, situación de violencia y delincuencia en los municipios y en los Atractivos Turísticos

				Identificados como parte de la Zona en Estudio. -Promover la coordinación de metas e intereses y el establecimiento de objetivos comunes de todas las instituciones implicadas a través de un Plan de Trabajo.
	2.B.4	Establecimiento de un Mecanismo de Comunicación entre las organizaciones que permita el monitoreo de los resultados de cada una de las acciones desarrolladas por la Mesa de Trabajo.	2.B.4.B	-Una vigilancia territorial homogénea de parte de la mesa de trabajo, de forma que se coordine a los miembros de comunidades locales a formar grupos de trabajo integrados en el terreno. -Diseño de herramientas de comunicación entre las organizaciones. El sistema debe asegurar el intercambio permanente de información entre los diversos organismos del Estado en los ámbitos nacional y territorial. -Definición de Indicadores de desempeño y resultados comunes que permita a las instituciones del sector medir su contribución al logro de un objetivo común.
2.C	2.C.1	Integración de una Comisión de Turismo al Comité Comunal de Protección Civil.	2.C.1.C	-Organización de una Comisión de Turismo dentro de la Comisión Comunal de Protección Civil. -Vinculación al Comité Municipal de Protección Civil.
	2.C.2	Reducción de Riesgos y Vulnerabilidades potenciando el turismo.	2.C.2.C	-Identificación de Zonas con Potencial Turístico. -Identificación de Obras de Mitigación en la Zonas con Potencial Turístico. -Definición de un Diagnóstico Situacional con fines de Gestión de Riesgos. -Identificación de las Amenazas y Vulnerabilidades en Zonas con Potencial Turístico: Definición de un Estudio de Escenarios Pre-Desastres. -Establecimiento de la Gestión Estratégica.

	2.C.3	Sistema de Monitoreo y Seguimiento Permanente.	2.C.3.C	-Levantamiento de una Base de Datos Actualizada (RH, Censo de la Población Actualizado, Cantidad de Población y Ubicación de Comunidades, Cantones, Caseríos).
2.D	2.D.1	Programa de concientización.	2.D.1.D	-Elegir los receptores de la capacitación que garanticen que se obtendrá un impacto a largo plazo de la misma. -Capacitar de los receptores elegidos, de manera que el mensaje llegue a la mayor cantidad de personas.
	2.D.2	Charlas especializadas de prevención.	2.D.2.D	-Elegir de los receptores de la capacitación, de manera que la misma tenga un impacto a largo plazo -Buscar alianzas con los entes encargados de la charla. Búsqueda de la realización de las nuevas capacitaciones. -Impulsar la promoción del conocimiento adquirido de manera que más personas estén involucradas en la prevención.
2.E	2.E.1	Creación de un sistema de control de los delitos cometidos.	2.E.1.E	-Determinar de los factores a medir. -Determinar los indicadores que se controlarán. -Creación de una base de datos con los indicadores a controlar. -Determinación de las medidas correctivas a implementar.
	2.E.2	Creación de indicadores para el control de la situación de seguridad.	2.E.2.E	-Determinar los delitos y zonas a controlar. -Utilizar los indicadores creados en el sistema de control.

Tabla 169: Actividades del componente de seguridad.

Fuente: Elaboración Propia.

6.5. DESARROLLO DE LA METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS PARA EL DESARROLLO DEL COMPONENTE DE SEGURIDAD

A continuación, se presenta el desarrollo de actividades y programas que conforman la propuesta del Componente de seguridad turística:

6.5.1. PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA

1. Desarrollo de las actividades y programas correspondientes al objetivo 2.A

Como parte del desarrollo turístico de la zona se debe considerar la seguridad como factor importante tanto para la población como para los turistas, para ello se propone la prevención como medida de apoyo en el tema de seguridad. La prevención de la violencia servirá como medio de información para la población acerca de las consecuencias que dicha problemática conlleva, entre estas problemáticas podemos mencionar Hurtos, extorsiones entre otros, aspectos que no ayudarían al desarrollo turístico de la zona.

Con respecto al campo de Acción de la PNC, hay por lo menos 1 Delegación Policial en cada Municipio, pero no se cuenta con miembros de la POLITUR. Dentro de los Actos Delictivos más recurrentes se encuentran en un 34% Asesinatos, 14% Hurtos, 1% secuestros, 51% Extorsiones.

La prevención se puede lograr a través de charlas, talleres o capacitaciones que ayudaran a lograr este fin. Como primer paso se busca las instituciones que brindan servicio de capacitación en el municipio o fuera de él.

Entre las diferentes instituciones que brindan los servicios de capacitación tenemos las siguientes;

INSTITUCION	SERVICIOS	CONTACTO
MITUR	Proporciona información necesaria a turistas sobre los diferentes servicios turísticos y apoya al desarrollo turístico de los municipios, a través del personal que labora en la institución, desarrollando charlas, seminarios y talleres.	Edificio Carbonel #1, Colonia Roma, Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo, Pasaje Carbonel, San Salvador, El Salvador. Teléfonos: (503)2243-7835 (503)2241-3200 Fax: (503)2223-3200

PNC	Brindar seguridad y protección a todos los salvadoreños, además ejecuta proyectos sociales como charlas de seguridad entre otras para la comunidad. Brinda seguridad en diversos eventos	6ta. Calle Oriente entre 8va y 10ma Ave. Sur # 42 Barrio La Vega, San Salvador, El Salvador, C.A. Teléfono: (Conmutador) 2527-1000/2527- 1001.
POLITUR	División de la PNC dedicada a garantizar la seguridad y protección de los turistas nacionales y extranjeros en todos aquellos lugares en donde se practica cualquier tipo de turismo. Brinda charlas y seminarios a la población.	Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo Edificio y Pasaje Carbonel No 1 Col. Roma, Locales 4 y 7 San Salvador. Oficinas Centrales: 2511-8302 / 2511-8300 Telefax: 2511-8311.
MINED	Ministerio de Educación encargado de brindar el conocimiento y apoyo necesario para erradicar problemas de la sociedad a través de la educación, motivando de esta manera a los jóvenes a superarse académicamente.	Edificios A, Plan Maestro, Centro de Gobierno, Alameda Juan Pablo II y calle Guadalupe, San Salvador, El Salvador, América Central. Teléfonos: +(503) 2281-0274, +(503) 2537-2122, +(503) 2537-3117. Correo electrónico: educacion@mined.gob.sv
FEPADE	Su misión es Inspirar, orientar y articular el apoyo de la empresa privada al desarrollo del capital humano en El Salvador, a través del apoyo en el aumento de la cobertura y la calidad de la educación pública, la educación tecnológica superior y el fomento de la competitividad empresarial.	Dirección: Educativo, Calle El Pedregal contiguo a Escuela Militar, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador, Centroamérica. Teléfono: (503) 2212-1600, Fax: 2212- 1696
INSAFORP	El insaforp es una institución gubernamental encargada de la dirección y coordinación del Sistema Nacional de Formación Profesional para la capacitación y calificación de los recursos humanos.	Parque Industrial Santa Elena, Final Calle Siemens, Edificio INSAFORP, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador. PBX: 2244-1600 FAX: (503) 2289-9121

Tabla 170: Instituciones públicas y privadas que brindan servicios de capacitaciones y charlas.

Fuente: Elaboración Propia.

Como parte de las acciones a tomar para el cumplimiento de este objetivo tenemos:

- Motivar a los jóvenes a desarrollarse en actividades productivas
- Realizar talleres con jóvenes
- Realizar actividades deportivas y culturales
- Aumentar el monitoreo y vigilancia por parte de la policía
- Reforzar las leyes municipales
- Establecer alianzas estratégicas con ONG de la zona
- Buscar el apoyo del gobierno (MITUR, POLITUR) en el desarrollo del turismo de la zona

A parte de las acciones también se propone un contenido general de algunos temas de interés para la prevención de la violencia en el municipio, además se propone su respectiva carta didáctica;

CHARLA:	CONTENIDO:
PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA	La importancia de una buena convivencia social en la comunidad.
	La importancia de la denuncia ciudadana.
	Participación Ciudadana en la seguridad turística.
	Seguridad Turística para Prestadores de Servicios Turísticos.
	Implementación de Planes de Seguridad en Destinos Turísticos.

Tabla 171: Propuesta de contenido para las charlas de prevención de la violencia.

Fuente: Elaboración Propia.

Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje	
Charla: Prevención de la Violencia	**Tiempo**: 14 horas clase 6 horas de laboratorio
Nombre de la Unidad: Prevención de la Violencia	
Objetivo de unidad: Dar a los pobladores una visión general de la Implementación de Planes de Seguridad en los destinos turísticos y Fomentar la participación ciudadana en la seguridad turística.	
Contenidos Conceptuales	Indicadores de logro:
• La importancia de una buena convivencia social en la comunidad. • La importancia de la denuncia ciudadana. • Participación Ciudadana en la seguridad turística. • Seguridad Turística para Prestadores de Servicios Turísticos. • Implementación de Planes de Seguridad en Destinos Turísticos.	• Desarrolla Con Habilidad los casos prácticos. • Más del 50% de los Emprendedores aprueben los casos y las evaluaciones a desarrollar.
Sugerencias metodológicas	
• Se recomienda leer bibliografía de los temas sugeridos. • Motivar a los alumnos acerca del uso recurrente e importante que tienen las técnicas de estudio. • Pedir que, en equipos de trabajo, presenten diversas aplicaciones de las temáticas.	
Diagnóstica: − Se desarrollará una evaluación individual, a través de un laboratorio escrito, para conocer el manejo de conceptos básicos. **Formativa:** − La integración en equipos de trabajo para el desarrollo de ejercicios y su participación propositiva. **Sumativa:** **1. Entrega grupal de una actividad corta.** 30% **2. Prueba escrita individual.** 40% **3. Exposición de las aplicaciones.** 30%	**Criterios de evaluación Actividades cortas:** - Contenido completo 40% - Solución correcta 60% **Criterios de evaluación prueba escrita Individual:** - Dominio de los conceptos 100% **Criterios de Ev. Exposiciones:** - Creatividad 40% - Claridad y dominio del tema 40% - Orden y aseo 20%

Tabla 172: Temas de capacitación.

Fuente: Elaboración Propia.

El Programa de las Capacitaciones de Seguridad se impartirán en cuatro grupos de de 8 horas para 35 personas en salones de la alcaldía. Se asignan costos de $30 para gasolina para

movilizar a las personas de la capacitación, se usara el equipo brindado por alcaldía, Cañón, Laptop, etc.

6.5.2. DISEÑO DE UNA POLÍTICA INTEGRAL DE SEGURIDAD TURÍSTICA Y CONVIVENCIA SOCIAL PARA LA ZONA EN ESTUDIO

Desarrollo de las actividades y programas correspondientes al Objetivo 2.B

- ✓ ***Definición del compromiso local de parte del Comité de Turismo del Municipio:***

Como primer punto se plantea la propuesta de una política de seguridad para la zona en estudio;

POLITICA DE SEGURIDAD PARA LA ZONA DE LA MICRORREGION DEL VALLE DEL JIBOA:

"Mantener la seguridad de la zona a través de operativos y acciones que garanticen el pleno desarrollo de las actividades turísticas en la zona, además de favorecer a la inversión, a las oportunidades de empleo y al progreso familiar".

Para esto se requiere lo siguiente:

- Apoyo de las instituciones de gobierno (MINED, PNC, POLITUR).
- Programas educativos que induzcan a los jóvenes lo importante de ser productivos para la sociedad.
- Reformas en el marco legal para todos aquellos hechos ilícitos como ventas de drogas y alcohol, venta de armas, extorsiones.

Como se puede observar en la política, como la seguridad influye en las actividades económicas y sociales de la zona y el futuro desarrollo turístico de la misma, es por ello que todos los programas y actividades que se realicen deben de llevar la misma línea que plantea la política.

- ✓ ***Monitorear la implementación de la política a fin de garantizar el cumplimiento del compromiso establecido:***

Para poder medir la política de seguridad propuesta para la zona, es necesario crear estrategias que vayan acorde con dicha política, para ello podemos proponer algunas de ellas; Programas:

- Crear oportunidades que facilite la reinserción de los jóvenes deportados o actualmente en pandillas.
- Reformar y aplicar una Ley de Control y Regulación de Armas de Fuego.
- Revisión y fortalecimiento de los marcos legales e institucionales relacionados con la prevención de la violencia intrafamiliar.

Con los programas antes mencionados se pueden establecer una serie de indicadores que servirán para conocer el desarrollo de los mismos y como estos aportan a la política establecida; entre algunos de estos indicadores están:

INDICADOR	DESCRIPCION	FORMULA
Cumplimiento de la política	AD; Acciones desarrolladas en el plan de trabajo ADT; Acciones definidas en el plan de trabajo	(AD/ADT) *100
Cantidad de Organizaciones Involucradas	ORI; Organizaciones involucradas en el programa ORT; Total de organizaciones identificadas	(ORI/ORT) *100
Personas Involucradas	PA; Población participante PT; población local total	(PA/PT)*100

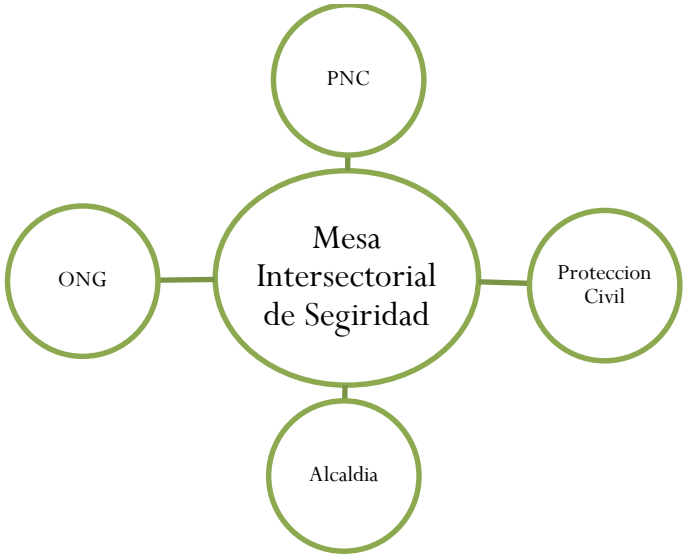
Tabla 173: Indicadores para monitorear el cumplimiento de la política de seguridad.

Fuente: Elaboración Propia.

6.5.3. CREACIÓN DE UNA MESA INTERSECTORIAL INTEGRADA POR DIFERENTES ENTIDADES VINCULADAS AL QUEHACER DE LA SEGURIDAD EN LA ZONA DE ESTUDIO

✓ **Establecimiento de una mesa intersectorial:**

La mesa intersectorial estará conformada por una persona de cada una de las organizaciones que se encuentran en los municipios, como lo son: PNC, protección civil, alcaldía y ONG (en algunos), la función de la mesa intersectorial será muy similar a las de la observación ciudadana, las cuales serán identificar y solucionar problemas de seguridad en la comunidad. A continuación, se presenta como estaría conformada la mesa intersectorial de seguridad:



Esquema 45: Conformación de la mesa intersectorial de Seguridad.
Fuente: Elaboración Propia.

La mesa estará conformada por 4 miembros, uno por cada institución involucrada, además habrá un coordinador y se seleccionará entre los mismos miembros de la mesa.

Entre las funciones de la mesa intersectorial de seguridad tenemos;

- Reducir lugares o zonas inseguras en los municipios, incluyendo aquellos en donde se realiza turismo
- Fomentar una cultura de respecto y de convivencia social
- Monitorear los tipos de negocios que se encuentran en el municipio
- Coordinar reuniones con los diferentes jefes comunales para conocer necesidades y amenazas
- Asegurar la vigilancia por parte de agentes policiales en todo el municipio.

- ✓ **Promover un involucramiento más activo de parte de las municipalidades en la gestión de la seguridad y la promoción de la convivencia ciudadana:**

  Para poder involucrar a la población del municipio se deberán de llevar a cabo charlas y campañas que fomenten la participación de los ciudadanos. A continuación, se proponen algunas de estas actividades:

  - Charlas sobre la prevención de la violencia familiar
  - Charlas sobre los efectos de la drogadicción en jóvenes
  - Charlas sobre la importancia de la denuncia ciudadana
  - Charlas sobre emprendedurismo en el municipio
  - Charlas acerca de la importancia del turismo en la zona

Esto y otro tipo de charlas o talleres servirán como medida de involucramiento de la población y garantizando de esta manera la convivencia social en el municipio.

- ✓ **Asignación de roles que responda a la función que cada institución juega en la gestión de la seguridad:**

Para mejores resultados se asignarán los roles que deben tener cada una de las organizaciones involucradas:

INSTITUCION	FUNCION
ALCALDIA	Garantizar que el municipio tenga condiciones adecuadas y velar por que se cumpla la legislación pertinente para lograr la convivencia social del municipio.
PNC	Garantizar la seguridad y el orden en todo el municipio y sus alrededores.
ONG	Apoyar el desarrollo de la comunidad a través de proyectos agropecuarios, sociales, turismo entre otros.
PROTECCION CIVIL	Informar sobre situaciones de riesgo en el municipio.

Tabla 174: Instituciones involucradas en la seguridad en la zona de estudio

Fuente: Elaboración propia.

6.5.4. DESARROLLO DE UN PLAN DE TRABAJO POR PARTE DE LA MESA DE GESTIÓN

La mesa tendrá que planear y programar sus actividades para ello es necesario que se realicen planes de trabajo para su posterior desarrollo. A continuación, se presenta los formatos de cómo se podrá organizar la información de las mesas intersectoriales:

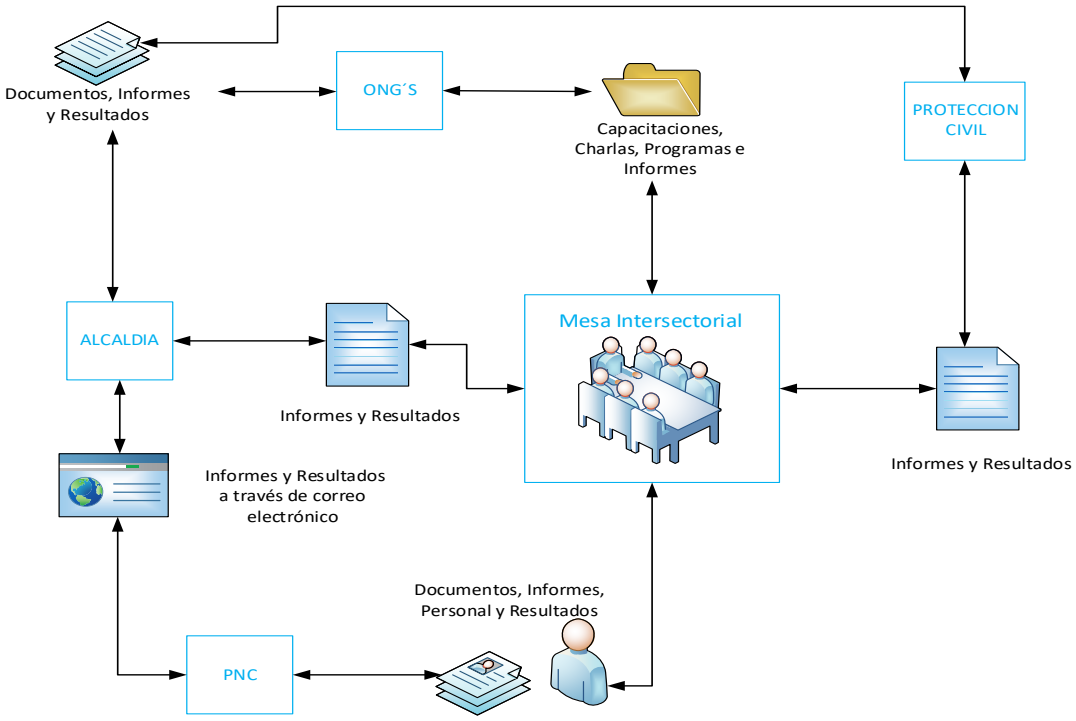
Acciones	**Fecha**		**Responsables**	**Costos**
	Inicio	**Final**		
Acc1	T1	T2	AA	$
Acc2	T3	T4	AB	$
Acc3	T5	T6	AC	$

Tabla 175: Propuesta de Formato para el Plan de Trabajo de la Mesa Intersectorial

Fuente: Elaboración propia.

6.5.5. ESTABLECIMIENTO DE UN MECANISMO DE COMUNICACIÓN ENTRE LAS ORGANIZACIONES QUE PERMITA EL MONITOREO DE LOS RESULTADOS DE CADA UNA DE LAS ACCIONES DESARROLLADAS POR LA MESA DE TRABAJO

Para poder comprender el mecanismo de comunicación entre las organizaciones se hace necesario presentar un diagrama de relaciones en el cual se establece el tipo información que fluye entre ellos:



Esquema 46: Flujo de información entre las diferentes instituciones que conforman la mesa intersectorial de seguridad.

Fuente: Elaboración propia.

Con toda la información que fluye entre las Instituciones y la mesa intersectorial se tomarán las decisiones que se deberán ejecutar en conjunto, garantizando de esta manera la convivencia social dentro del municipio. Para complementar el flujo de información entre los diferentes entes se proponen lo siguiente:

- Informes mensuales
- Correo electrónico por parte de la mesa intersectorial hacia las demás instituciones
- Evaluación de resultados entre los diferentes miembros
- Reuniones quincenales o mensuales.

6.5.6. INTEGRACIÓN DE UNA COMISIÓN DE TURISMO AL COMITÉ COMUNAL DE PROTECCIÓN CIVIL

Desarrollo de los programas y actividades correspondientes al Objetivo 2.C

- ✓ **Definición de una Política:**

Objetivos de la política: Evitar o reducir los efectos de los desastres (pérdidas de vidas humanas, visita de turistas y económicas, sociales y ambientales). Ello requiere:

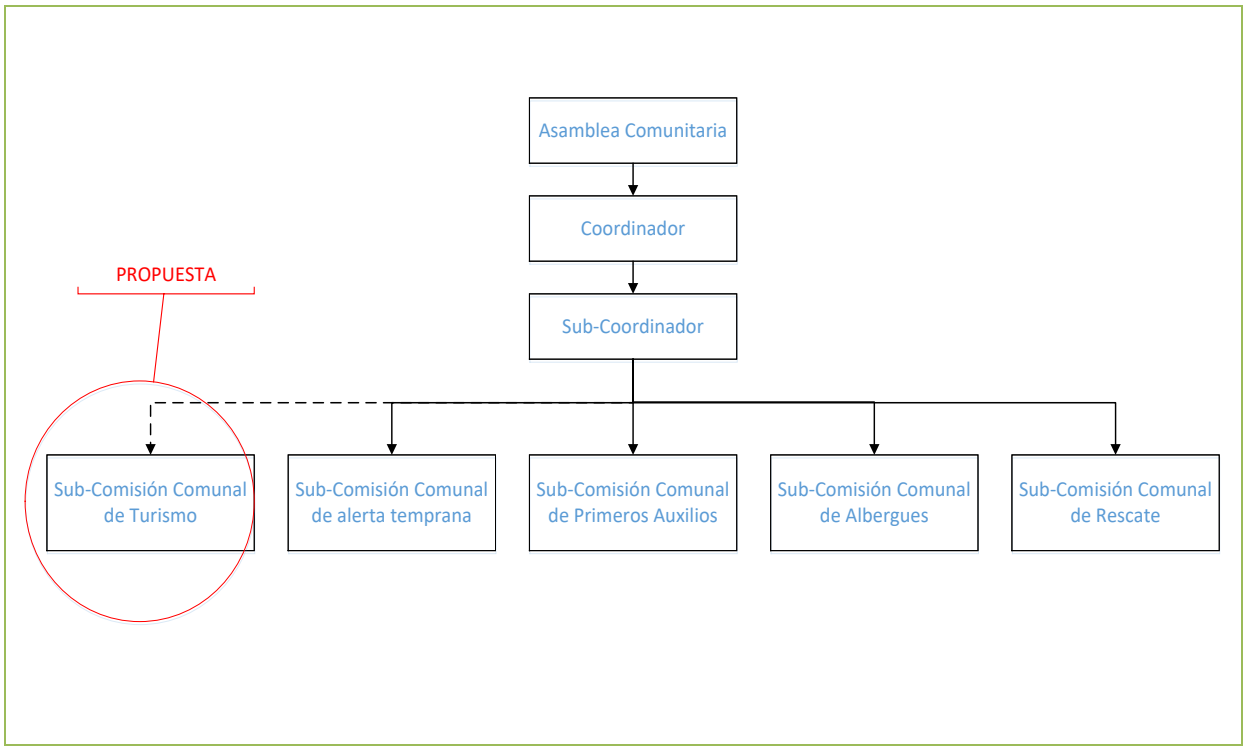
- Introducir y socializar la prevención dentro de la cultura por medio de la educación formal e informal.
- Permitir y aceptar la viabilidad de una convivencia adecuada con las amenazas, de acuerdo con un nivel "aceptable" de riesgo.
- Reducir el riesgo por medio de la mitigación de la vulnerabilidad y, cuando sea posible, atenuando sus causas naturales.
- Apoyar la gestión del riesgo dentro de los parámetros nacionales, regionales, locales y sectoriales para la planificación del desarrollo.
- Desarrollar la capacidad efectiva de respuesta ante las emergencias y desastres, recuperar la calidad de vida de la población afectada, y rehabilitar y reconstruir los bienes y servicios de manera rápida, eficiente y segura.
- Influir sobre los procesos de planificación para el desarrollo, sin generar procesos paralelos, mediante un enfoque transversal.

- ✓ **Organización de una Comisión de Turismo dentro de la Comisión Comunal de Protección Civil:**

Es importante sentar las bases de la Gestión de Riesgos con enfoque en el Turismo desde las Comunidades, ya que es en la Población donde se debe gestar una cultura de Prevención de Riesgos, así como de la Seguridad en General. El desarrollo operativo de una Gestión exitosa debe realizarse desde la Comunidad misma, la cual debe a su vez ir desarrollando cierto nivel de Autonomía que le permita tomar decisiones oportunas en momentos críticos.

Ahora bien, de acuerdo a lo que la Ley de Protección Civil establece con respecto a la Organización de Comisiones Comunales, Municipales y Departamentales para la Gestión de Riesgos, se ha considerado para la investigación proponer la incorporación de una Comisión de Turismo tanto a nivel Comunal como a nivel Municipal. Esto debido a la necesidad de incorporar dentro del análisis de riesgos tanto las amenazas como la vulnerabilidad que la zona en estudio presenta de manera que se pueda definir el nivel de impacto en la actividad Turística. El desarrollo de un análisis que involucre al componente turístico permitirá en alguna medida tomar las acciones pertinentes ya sean correctivas y en el mejor caso predictivas en pro del desarrollo de la zona en este sector.

La Organización Municipal y Comunal en la práctica, son similares, la diferencia radica en el alcance de sus funciones. A continuación, se presenta el modelo de la Organización Municipal y Comunal.



Esquema 47: Estructura Organizativa de la Comisión Comunal de Protección Civil

Fuente: Ley de Protección Civil, Prevención y Mitigación de Desastres y Comisión Nacional de Protección Civil de las Municipalidades.

Comisión Comunal de Protección Civil: Es la encargada de Planificar acciones y estrategias de prevención y mitigación de desastres en la comunidad, así como coordinar las acciones con la Comisión Municipal correspondiente[104].

El detalle da las funciones de los Miembros de la Comisión Comunal se detallan a continuación:

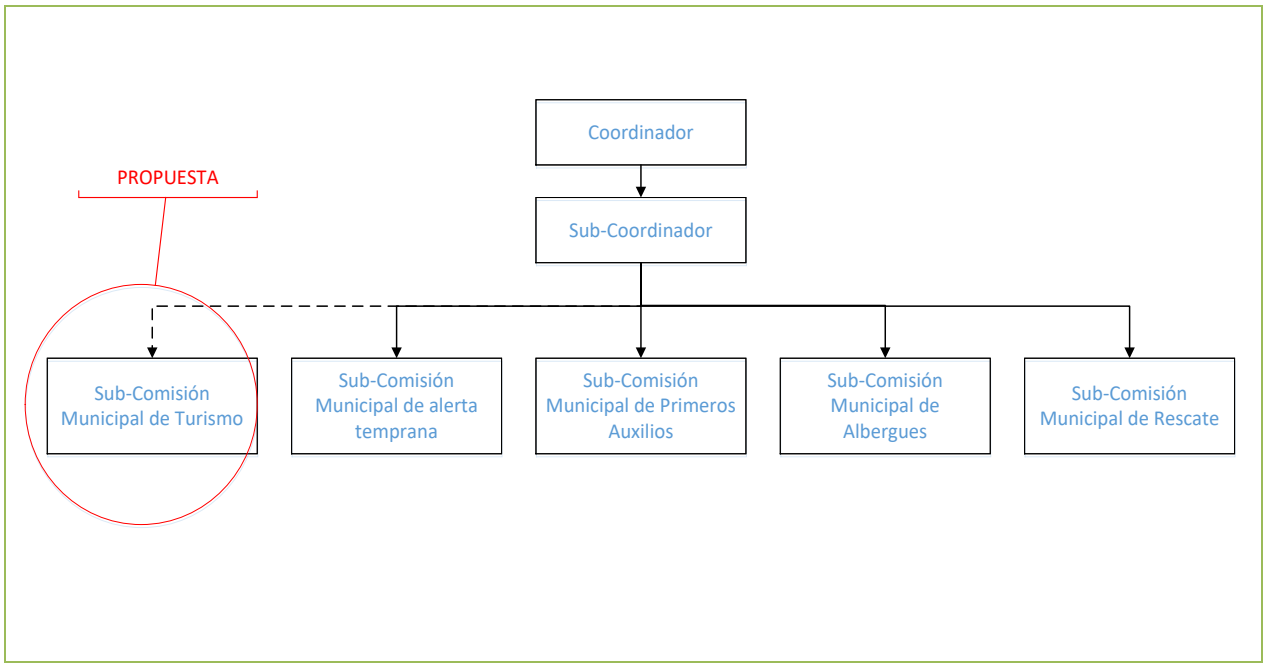
MIENBROS DE LA COMISION	FUNCIONES	CANTIDAD DE PUESTOS
Asamblea Comunitaria:	Elegir al Coordinador de la Comisión Comunal, validar los informes y el cumplimiento de los planes de trabajo realizados por la Comisión, participar en la toma de decisiones estratégicas relacionadas a la Gestión de Riesgos de la Comunidad.	Población de la Comunidad (>18 años)
Coordinador:	Dirigir las reuniones de la Comisión y tomar las decisiones en cuanto a la dirección del Comité.	1
Sub-Coordinador:	Coordinar las reuniones de la Comisión y soportar la toma de decisiones.	1
Sub-Comisión de Turismo:	Llevar a la agenda de trabajo de la Comisión el tema Turismo e involucrar dentro del Plan de Trabajo de la Comisión el Turismo, identificar los puntos de riesgo y obras de mitigación dentro de los Atractivos Turísticos de la zona de estudio, definir acciones correctivas y preventivas en las zonas de riesgo identificadas o en actividades turísticas extremas de iniciativas turísticas desarrolladas. Los miembros de este comité deben ser: líderes de comunidades que tengan interés en el turismo como forma de desarrollo y líderes de Asociaciones vinculadas que estén dentro de la Comunidad.	3
Sub-Comisión de Alerta Temprana:	Estar informada de los diferentes fenómenos que amenazan el municipio y poner en alerta a la población para que no ocurra un desastre.	3

[104] Ley de Protección Civil, Prevención y Mitigación de Desastres. Decreto Legislativo No 777. 31/08/2005

Sub-Comisión de Primeros Auxilios:	Contar con los recursos y los procedimientos necesarios para atender a la Población en casos de Emergencia.	3
Sub-Comisión de Albergues:	Coordinar los lugares de refugio y los implementos de ayuda (alimentación, ropa, entre otros.) para la Población que tiene que ser evacuada en casos de Emergencia.	3
Sub-Comisión de Rescates:	Coordinar y soportar a la PNC búsqueda y rescates de personas desaparecidas o en situaciones de riesgo debido a un desastre.	3

Tabla 176: Funciones de los miembros de la comisión comunal de protección civil.
Fuente: Elaboración Propia en base a Entrevista con miembros de las Alcaldías de la Zona de estudio.

Vinculación al Comité Municipal de Protección Civil



Esquema 48: Estructura organizativa de la Comisión Municipal de Protección Civil.
Fuente: Ley de Protección Civil, Prevención y Mitigación de Desastres y Comisión Nacional de Protección Civil de las Municipalidades.

Comisión Municipal de Protección Civil: Es la encargada de Planificar acciones y estrategias de prevención y mitigación de desastres en el Municipio, así como coordinar las acciones con la Comisión Departamental correspondiente. Además, vigilar el cumplimiento del plan nacional y las disposiciones del plan nacional en el municipio y en caso de Desastres

hacer evaluación de daños y necesidades y presentarlo a la Comisión Departamental correspondiente.

El detalle da las funciones de los Miembros de la Comisión Municipal se detallan a continuación:

MIENBROS DE LA COMISION	FUNCIONES	CANTIDAD DE PUESTOS
Coordinador (Alcalde):	Dirigir las reuniones de la Comisión y tomar las decisiones en cuanto a la dirección del Comité. Perfilar las acciones de la Comisión a las necesidades del Municipio.	1
Sub-Coordinador:	Coordinar las reuniones de la Comisión y soportar la toma de decisiones.	1
Sub-Comisión de Turismo:	Llevar a la agenda de trabajo de la Comisión el tema Turismo e involucrar dentro del Plan de Trabajo el Turismo, identificar los puntos de riesgo y obras de mitigación dentro de los Atractivos Turísticos de la zona de estudio, definir acciones correctivas y preventivas en las zonas de riesgo identificadas o en actividades turísticas extremas de iniciativas turísticas desarrolladas. Los miembros de este comité deben ser: Miembros del Comité Turístico Municipal del área de la Seguridad.	3
Sub-Comisión de Alerta Temprana:	Estar informada de los diferentes fenómenos que amenazan el municipio y poner en alerta a la población para que no ocurra un desastre.	3
Sub-Comisión de Primeros Auxilios:	Contar con los recursos y los procedimientos necesarios para atender a la Población en casos de Emergencia.	3
Sub-Comisión de Albergues:	Coordinar los lugares de refugio y los implementos de ayuda (alimentación, ropa, entre otros.) para la Población que tiene que ser evacuada en casos de Emergencia	3

Sub-Comisión de Rescates:	Coordinar y soportar a la PNC búsqueda y rescates de personas desaparecidas o en situaciones de riesgo debido a un desastre.	3

Tabla 177: Funciones de los miembros de la comisión Municipal de protección civil.
Fuente: Elaboración Propia en base a Entrevista con miembros de las Alcaldías de la Zona de estudio.

6.5.7. REDUCCIÓN DE RIESGOS Y VULNERABILIDADES POTENCIANDO EL TURISMO

- ✓ **Identificación de Zonas con Potencial Turístico:**

Para la formación de un Plan de Gestión de Riegos primero es necesario Identificar las Zonas del Municipio (o Comunidad) con Potencial Turístico, de manera que se establezca un inventario sobre el cual definir los puntos de riesgo correspondientes.

- ✓ **Identificación de Obras de Mitigación en las Zonas con potencial turístico:**

En este punto se debe considerar la realización e identificación de actividades tendientes a reducir el riesgo o consecuencias negativas de un desastre; es por lo tanto necesario consolidar un registro en base a la información que la Comisión de Protección Civil haya desarrollado para los diferentes puntos geográficos que serán objeto de la Actividad Turística.

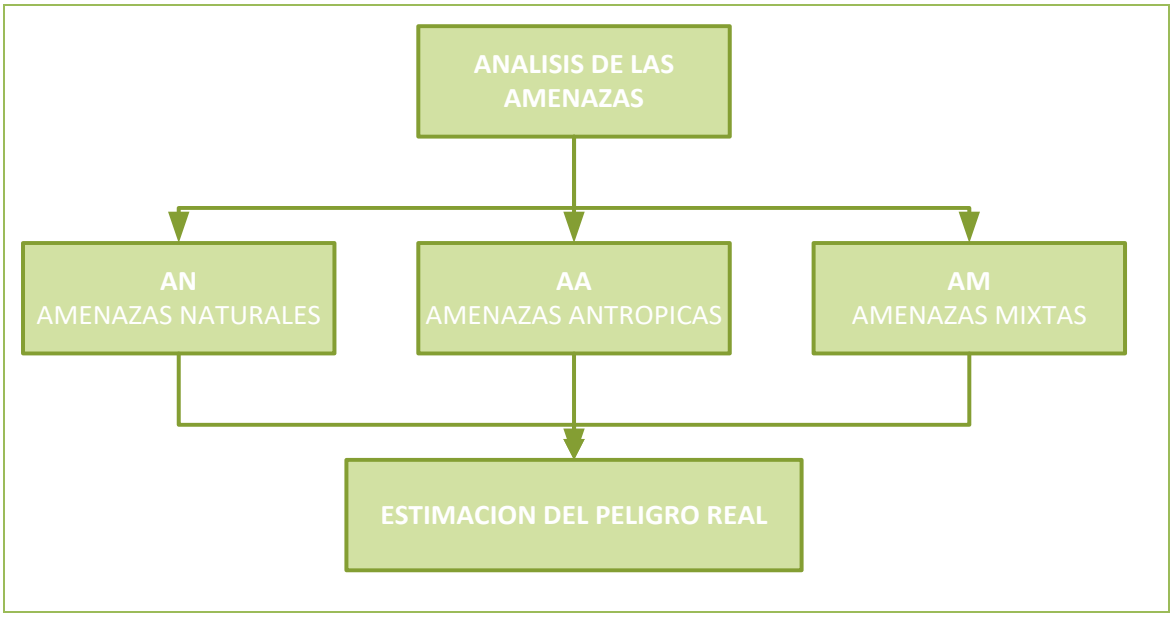
- ✓ **Definición de un Diagnóstico Situacional con fines de Gestión de Riesgos:**

La elaboración de un Diagnóstico Situacional con un enfoque en la Gestión de Riesgos es un aspecto que debe desarrollarse como antesala al Análisis de Riesgos como tal, la metodología para su realización se muestra a continuación:

- ✓ **Identificación de las Amenazas y Vulnerabilidades en Zonas con Potencial Turístico: Definición de un Estudio de Escenarios Pre-Desastres.**

a. Recuperación de la Memoria Histórica

Validar en base a los Registros Históricos, los diferentes eventos ya sean por causas Naturales, o causas Antrópicas. Ej. Inundaciones, Desbordamientos de Ríos, Terremotos, o Deslaves por construcciones, etc. que han ocurrido en el municipio.



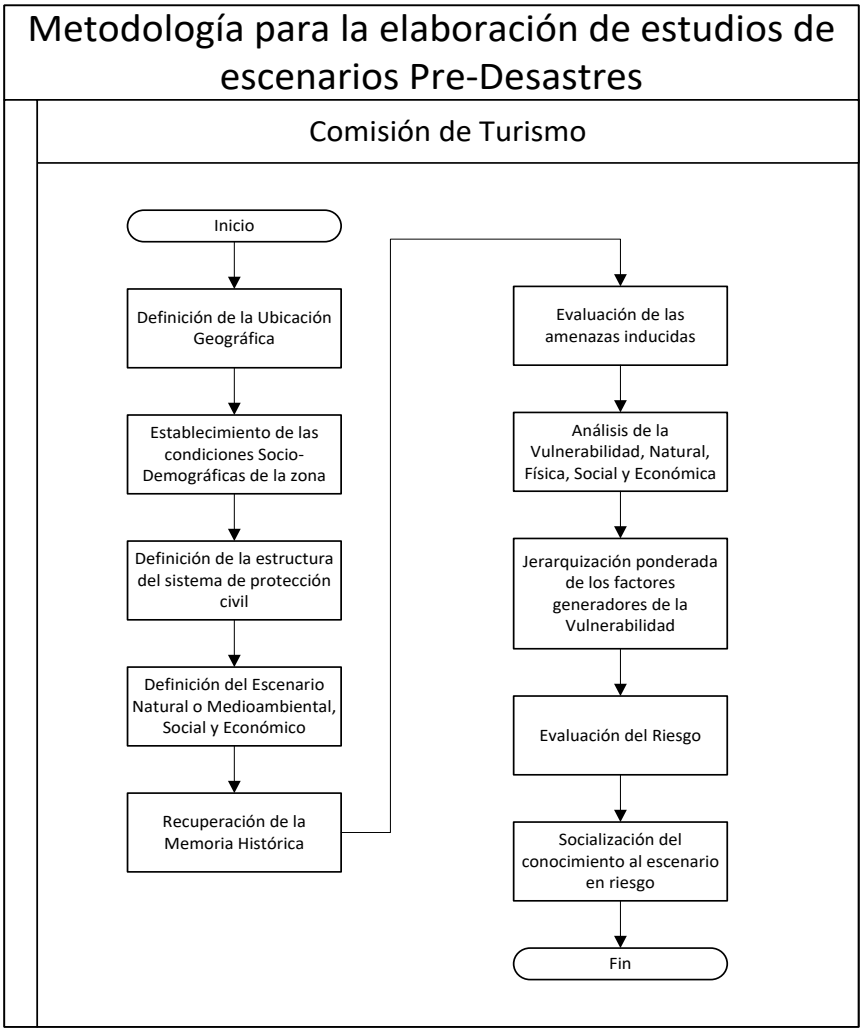
Esquema 49: Metodología del Análisis de las amenazas.
Fuente: Elaboración Propia.

b. Evaluación de Amenazas

Amenazas: Son los resultados de la exposición y la probabilidad de ocurrencia de un fenómeno. Las amenazas deben ser Identificadas, Estimadas, Analizadas, Monitoreadas y Comunicadas. Para su registro se propone el siguiente formato:

Ubicación Geográfica	Atractivo Turístico	Tipo de Amenaza			Valor	Fecha de Identificación	Fecha de Revisión	Próximas Acciones	Responsable
		Natural	Antrópica	Mixta					

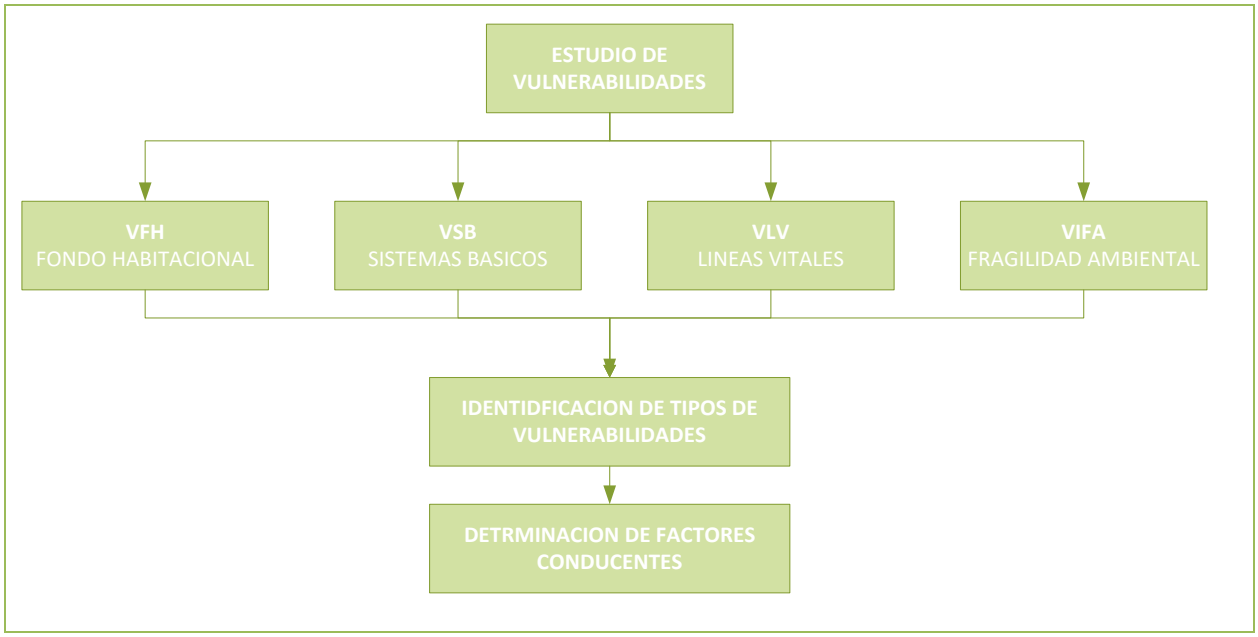
Tabla 178: Formato de Registro de los tipos de amenazas en el Destino.
Fuente: elaboración Propia.



Esquema 50: Metodología utilizada para la elaboración de estudios de Escenarios Pre-Desastres.
Fuente: Elaboración Propia.

c. Evaluación de la Vulnerabilidad

Vulnerabilidad: La vulnerabilidad es la incapacidad de resistencia cuando se presenta un fenómeno amenazante, o la incapacidad para reponerse después de que ha ocurrido un desastre. Por ejemplo, las personas que viven en la planicie son más vulnerables ante las inundaciones que los que viven en lugares más altos. La vulnerabilidad en la zona de estudio debe ser analizada desde los diferentes escenarios posibles: Medioambiental, Físico, Social y Económica; posterior a la definición de escenarios se debe realizar una Jerarquización en orden de importancia de los factores que presentan mayor vulnerabilidad ante un hecho de emergencia.



Esquema 51: Metodología del Análisis de Vulnerabilidades.
Fuente: Elaboración Propia.

Para la Identificación de la Vulnerabilidad se propone utilizar el siguiente formato:

Ubicación Geográfica	Atractivo Turístico	Factor Vulnerable				Pond eración	Fecha de Identificación	Fecha de Revisión	Próximas Acciones	Responsable
		Fondo Habitacional	Sistemas Básicos	Líneas Vitales	Ambiente					

Tabla 179: Formato de identificación de Vulnerabilidades en los destinos.
Fuente: elaboración Propia.

d. Evaluación del Riesgo

El riesgo puede entenderse como el factor resultante de *R=f (A*V)*. Cabe mencionar que:

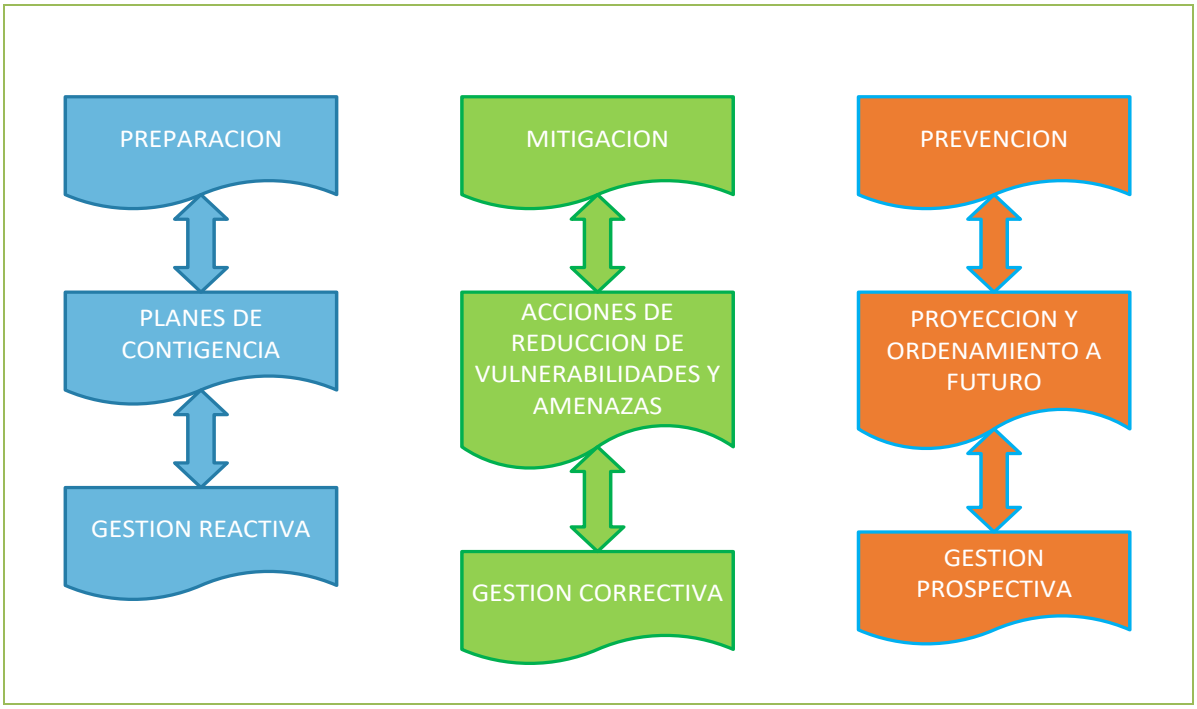
Gestión de Desastres: Evitar lo que ha pasado, visión EMERGENCIAL

Gestión de Riesgo: Evitar lo que podría ocurrir. Visión HOLÍSTICA

e. Socialización del Conocimiento al Escenario en Riesgo: Establecimiento de la Gestión Estratégica de Riesgos

La Gestión Estratégica de Riesgos tiene por objetivos, armonizar las acciones relacionadas con la gestión y administración de los Riesgos de Desastres en un escenario específico. Se calcula por:

Ge= F (Gr, Gc, Gp)
Ge=Gestión Estratégica
Gr=Gestión Reactiva
Gc=Gestión Correctiva
Gp=Gestión Prospectiva



Donde:

Gr. Gestión Reactiva.

- Es el modelo que ha imperado en la Región y el país.
- Basada en la Gestión de Emergencias y Crisis.
- Efectiva ante un Peligro inminente.
- Más aplicable a Amenazas de origen lento. (Huracanes).
- Permite minimizar el impacto de un Desastre.
- Se fundamenta en los Planes de Contingencias, la Capacidad de Respuesta, la Organización, la Planificación, Recursos y Entrenamiento.
- Tiene un efecto temporal.

Son básicos:

- Los Estudios de Escenarios Pre-desastres.

Gc. Gestión Correctiva. (Acción de PREVENCION).

- Basada en los análisis de Vulnerabilidad, las Evaluaciones de Riesgo y los Diagnósticos situacionales.
- Es determinante la identificación de los tipos de Vulnerabilidades y los factores conducentes.
- Jerarquización de los Factores de Vulnerabilidad y sus intervenciones.
- Adopción de un Programa de Mitigación.
- La Gestión correctiva es compleja, pues debe tener un Carácter integrador que permita identificar y tratar adecuadamente las Causas del Riesgo.
- Generalmente su alcance se ve obstaculizado por las barreras económicas, sin embargo, lo normativo, lo organizativo y lo funcional no requieren de grandes recursos para reducir su vulnerabilidad e influyen significativamente en la magnitud de los Desastres.

Gp. Gestión Prospectiva.

- Parte de la planificación de los Escenarios Futuros, a partir de los Escenarios reales, la tipificación de la exposición, el análisis de las trayectorias probables y la necesidad de dar respuesta a eventos severos y catastróficos.
- Exige la inserción de la Prevención en la Planificación del desarrollo.
- Requiere del análisis de los Riesgos en los Programas y Proyectos.
- El Riesgo se convierte en un atributo definitorio en los análisis de factibilidad económica y del proceso inversionista.
- Permite visualizar los modelos de transformación de un Escenario Real hacia un Escenario Seguro en el tiempo.
- Es una de las vías para la consolidación del desarrollo sostenible d nuestra Región y nuestro país.
- Es un componente principal para la adopción de los modelos de desarrollo.

6.5.8. PROGRAMA DE CONCIENTIZACIÓN

Desarrollo de las actividades y programas correspondientes al Objetivo 2.D

Este programa está conformado por las actividades 2.D.1.D

- ✓ **Elegir los receptores de la capacitación que garanticen que se obtendrá un impacto a largo plazo de la misma.**

Para garantizar el impacto de las charlas se debe llevar a cabo de la elección de las personas de acuerdo a la influencia que puedan ejercer desde su posición o desde su trabajo comunitario. Las personas que pueden convertirse en receptores de las charlas y cuyo efecto esperamos sea el adecuado son:

- Líderes de comunidad
- Directores de escuelas
- Alcaldes

La capacitación se recomienda que deba ser realizada por el encargado de Promoción y comercialización, o en caso de contar con fondos suficientes contratar un técnico externo. El MITUR también realiza este tipo de capacitaciones.

- ✓ **Capacitar de los receptores elegidos, de manera que el mensaje llegue a la mayor cantidad de personas.**

Este programa debe ser desarrollado por los miembros del comité turístico que son los primeros interesados en el impulso de la actividad turística. Los temas que se proponen se deben desarrollar durante las charlas son los siguientes:

- Importancia económica de la actividad turística
- Oportunidades debido al desarrollo de la actividad turística
- Importancia de la seguridad en la actividad turística.

Se realizará un grupo de capacitaciones de 8 horas para 15 personas en salones de la alcaldía, se asignan costos de $30 para gasolina para movilizar a las personas de en la capacitación, se usará el equipo brindado por alcaldía: Cañón, Laptop, etc.

PROGRAMA	MATERIALES	PERSONAS	TIEMPO	COSTOS
Elegir los receptores de la capacitación que garanticen que se obtendrá un impacto a largo plazo de la misma.	Papel, Censos	Encargado de promoción	1 mes	$450
Capacitar de los receptores elegidos, de manera que el mensaje llegue a la mayor cantidad de personas	Lugar para capacitación, Papel, Carpetas.	Encargado de promoción	1 semana	$250

Tabla 180: Programas de Concientización de la seguridad turística.
Fuente: Elaboración Propia.

6.5.9. CHARLAS ESPECIALIZADAS DE PREVENCIÓN:

- ✓ **Capacitación de las personas en las áreas de prevención**

Esta capacitación es brindada por personal de la Policía Nacional Civil. De existir en el municipio la presencia de agentes de la Policía, esta se encarga de realizar la capacitación. Los temas que se desarrollan durante la capacitación son los siguientes:

- Prevención del uso de drogas
- Prevención del delito

Se realizará un grupo de capacitaciones de 8 horas para 35 personas en salones de la alcaldía, se asignan costos de $30 para gasolina para movilizar a las personas de en la capacitación, se usará el equipo brindado por alcaldía: Cañón, Laptop, etc.

6.5.10. CREACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL DE LOS DELITOS COMETIDOS

Desarrollo de las actividades y programas correspondientes al Objetivo 2.E

Se deben medir aquellos factores que permitan definir la situación de seguridad en la zona de estudio, especialmente en las zonas donde se encuentran los atractivos turísticos, por ello se propone levantar por cantón de cada municipio los siguientes:

Delito	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOT
Cantón:													
Hurto													
Robo													
Lesiones													
Homicidio													
Extorsión													
Violación													
Homicidio Culposo													
Secuestro													
Otros													
TOTAL													

Tabla 181: Formato de Control de los Delitos establecidos.
Fuente: Elaboración Propia.

Una vez recolectados los datos de los delitos cometidos, se debe saber que tan importante es la incidencia de los crímenes en la población, para ello se debe obtener una razón de los crímenes totales contra una cantidad de población. Debido a que las poblaciones de la zona son pequeñas, se puede obtener la cantidad de crímenes por cada mil habitantes, para ello se realiza el siguiente cálculo:

$$Dx=(Ndx/P)\ (1000)$$

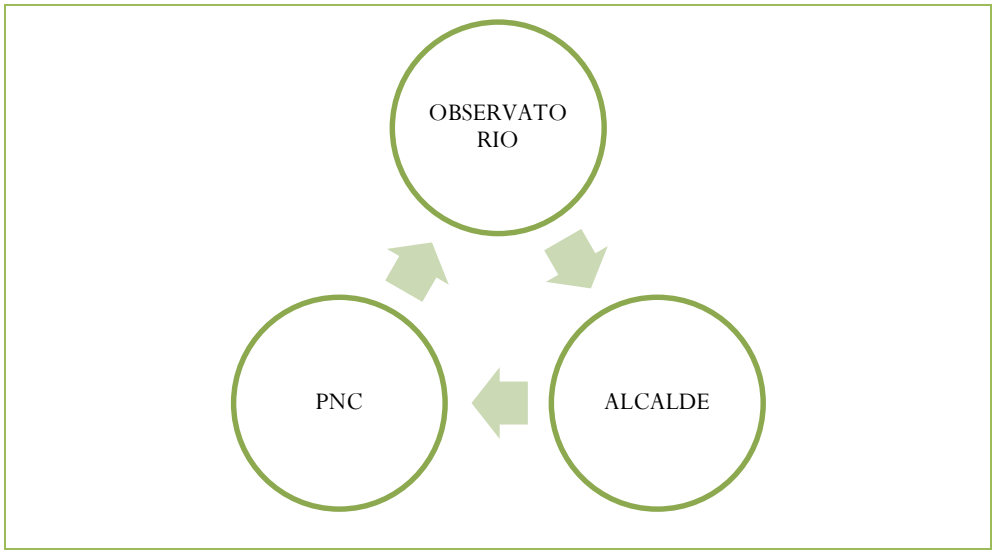
Donde:

- **Dx:** Razón por cada mil habitantes del delito x
- **Ndx:** Número de delitos x
- **P:** población total del municipio.

6.5.11. CREACIÓN DE UNA BASE DE DATOS CON LOS INDICADORES A CONTROLAR

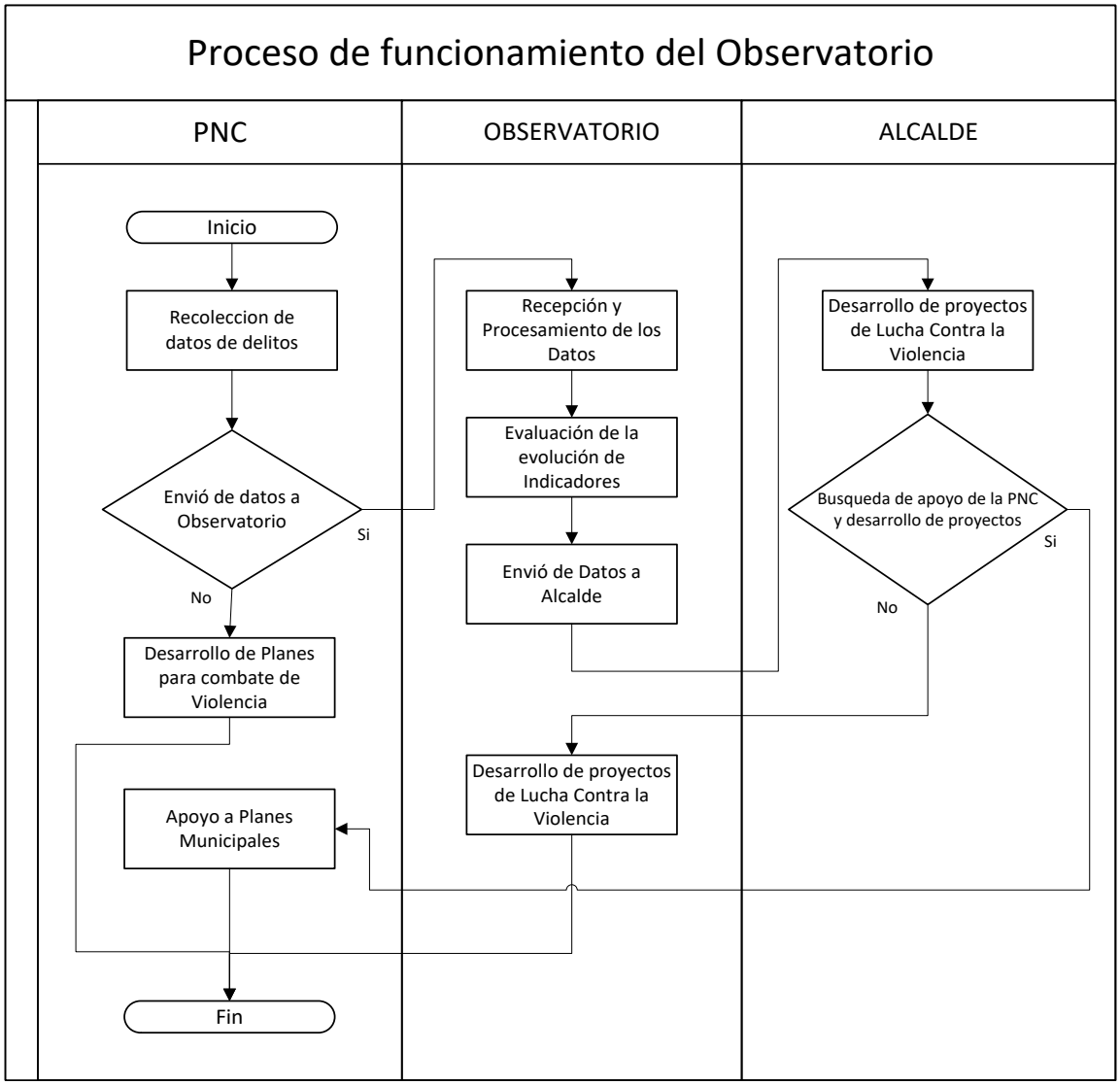
Se debe impulsar en los municipios la creación de un observatorio ciudadano de la violencia en las alcaldías municipales, en coordinación con la PNC. Estos observatorios tienen como objetivo conocer las zonas y delitos, así como informar a las autoridades competentes para que estas tomen las medidas necesarias para la mejora de la situación de seguridad en los

municipios. El observatorio debe mantener una comunicación constante con los entes que luchen contra la violencia en el municipio.



Esquema 52: Observatorio ciudadano en Coordinación con La Alcaldía y La PNC.
Fuente: Elaboración Propia.

Así mismo el proceso de funcionamiento es como sigue:



Esquema 53: Funcionamiento del Observatorio.
Fuente: Elaboración Propia.

- ✓ **Medidas para el combate de seguridad**

De acuerdo al comportamiento que los actos delictivos tengan en el municipio, se deben tomar medidas para evitar que estos puedan generar una mala imagen en el ámbito turístico. Las medidas para el combate pueden ser preventivas o correctivas, así el observatorio de la violencia puede proponer proyectos como:

- Proponer la creación de espacios de recreación para las comunidades en riesgo.
- Proponerla ayuda de cuerpos de agentes municipales a los agentes de la PNC (En aquellos municipios donde exista el cuerpo de agentes municipales).
- Prestar una mayor vigilancia a aquellos atractivos como miradores o áreas naturales que pueden estar alejadas de las zonas urbanas para impedir los delitos.
- Dar un mayor énfasis a las zonas donde se está desarrollando el turismo, sin olvidar prestar seguridad al resto de las zonas del municipio.

✓ **Coordinar el apoyo de la PNC en actividades turísticas**

El encargado de seguridad del comité de desarrollo turístico debe tramitar cuando sea necesario el apoyo de agentes de la PNC para el desarrollo de actividades turísticas dentro del municipio, para ello debe dirigir al puesto, delegación o subdelegación del municipio una carta donde se detallen:

- Horarios de realización del evento
- Tipo de evento
- Número de agentes necesarios para el evento

Si el encargado de seguridad es un miembro de la PNC, entonces el trámite se puede ver acortado.

6.6. ASIGNACIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DEL COMPONENTE DE SEGURIDAD

Definición de Recursos:

Componente de Seguridad Turística						
Cod.	**Actividad**	**Cant**	**Costo unitario**	**Sub. Total**	**Inversión**	**Costo Anual**
2.A.1.A	**Charlas y Programas de apoyo de Prevención de la Violencia**	**--**			**$ --**	**$188.12**
	Materiales consumibles	1	$68.12	$68.12		
	Honorarios Capacitadores (Brindadas por un Servidor público)	32	$-	$-		

	Gasolina para transporte	1	$120.00	$120.00		
2.B.1.B	**Diseño de Política de Seguridad Turística**	**--**			**$2,400.00**	**$ --**
	Servicios profesionales de diseño de política de seguridad turística	1	$2,400.00	$2,400.00		
2.B.2.B	**Creación de una Mesa Intersectorial de Seguridad**	**--**			**$520.02**	
	Charlas de gestión de la seguridad	1	$520.02	$520.02		
2.B.3.B	**Desarrollo del Plan de Trabajo para la mesa intersectorial de Seguridad**	**--**			**$-**	
	Desarrollo del Plan de Trabajo para la mesa intersectorial de Seguridad (incluido en 2. B.1.B)					
2.B.4.B	**Establecimiento de un mecanismo de Comunicación entre las Organizaciones de la Mesa de Seguridad**	**--**			**$-**	
	Establecimiento de un mecanismo de Comunicación entre las Organizaciones de la Mesa de Seguridad (incluido en 2.B.1.B)					
2.C.1.C	**Integración de una comisión de turismo al comité de protección civil**	**--**				
	Integración de una comisión de turismo al comité de protección civil (incluido en 2.B.1.B)					
2.C.2.C	**Reducción de Riesgos y Vulnerabilidades potenciando el Turismo**	**--**			**$1,920.00**	**$ --**
	Servicios profesionales estudio de escenarios predesastres	1	$1,920.00	$1,920.00		
2.D.1.D	**Programa de Concientización**	**--**			**$176.82**	
	Materiales consumibles	1	$26.82	$26.82		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
2.D.2.D	**Charlas Especializadas de Prevención de Violencia y Hechos delictivos**	**--**				
	Materiales consumibles	1	$30.62	$30.62		
	Honorarios Capacitadores	8	$6.00	$48.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
2.E.1.E	**Creación de un Sistema de Control de los Delitos Cometidos**	**--**			**0**	
	Creación de un Sistema de Control de los Delitos Cometidos (incluido en 2.B.1.B)					

2.E.2.E	**Creación de una base de datos con indicadores a controlar**	**--**			**0**	
	Creación de una base de datos con indicadores a controlar (incluido en 2.B.1.B)					
Sub-Total					**$5,016.84**	**$188.12**

Tabla 182: Costos del Componente de Seguridad Turística.
Fuente: Elaboración Propia.

Matriz de Responsabilidades

PROG.	RESPONSABLE	BENEFICIARIO
2.A.1	Alcaldía, encargado de seguridad del comité	Municipio
2.B.1	Alcaldía, CDT	Municipio
2.B.2	CDT	Municipio
2.B.3	Mesa intersectorial, CDT, alcaldía, PNC, MITUR	Municipio
2.B.4	Mesa intersectorial, CDT, alcaldía, PNC, MITUR	Municipio
2.C.1	Alcaldía, protección civil, CDT	Municipio
2.C.2	Alcaldía, protección civil, CDT	Municipio
2.C.3	Alcaldía, protección civil, CDT	Municipio
2.D.1	Miembros del CDT	Municipio
2.D.2	Miembros del CDT	Municipio
2.E.1	Encargado seguridad del comité turístico	Municipio
	Alcaldía, encargado de seguridad del comité	Municipio
2.E.2	Alcaldía, PNC	Municipio
	Encargado de seguridad del comité turístico	Municipio

Tabla 183: Responsabilidades.

Fuente: Elaboración Propia.

Para el establecer el rol de los diferentes involucrados en cada una de las actividades se ha utilizado el siguiente cuadro con criterios:

ROL		DESCRIPCION
R	Subordinado	Este rol realiza el trabajo y es responsable por su realización. Debe existir sólo un R, si existe más de uno, entonces el trabajo debería ser subdividido a un nivel más bajo.
A	Responsable	Este rol se encarga de aprobar el trabajo finalizado y a partir de ese momento, se vuelve responsable por él.
C	Consultado	Este rol posee la información o capacidad necesaria para terminar el trabajo.
I	Informado	Este rol debe ser informado sobre el progreso y los resultados del trabajo.

Tabla 184: Rol de Involucrados.

Fuente: Elaboración propia.

MATRIZ DE RESPONSABILIDADES						
OBJ	**COMITÉ TURISTICO**	**ALCALDIA**	**COMUNIDAD LOCAL**	**MITUR**	**PNC**	**CONSULTOR EXTERNO**
2.A	A, R	C, I	C, I	I	C, I	A
2.B	A, R	C, I	C, I	C, I	C, I	A
2.C	A, R	C, I	C, I	I	I	A
2.D	A, R	C, I	C, I	C, I	I	A
2.E	A, R	C, I	C, I	I	C, I	A

Tabla 185: Matriz de responsabilidades.

Fuente: Elaboración propia.

6.7. PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES COMPRENDIDAS EN E COMPONENTE DE SEGURIDAD

CRONOGRAMA												
ACTIVIDAD	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**	**S5**	**S6**	**S7**	**S8**	**S9**	**S10**	**S11**	**S12**
2.A.1												
2.B.1												
2.B.2												
2.B.3												
2.B.4												
2.C.1												
2.C.2												
2.C.3												
2.D.1												
2.D.2												
2.E.1												
2.E.2												

6.8. DEFINICIÓN DE INDICADORES QUE CONTRALAN EL PLAN DE SEGURIDAD

OBJ.	NOMBRE	CALCULO		META ACTIVIDAD		MEDIO VERIFICADOR
		FORMULA	ELEMENTOS	VALOR ESTANDAR (%)	JUSTIFICACION	
2.A/ 2.B	CANTIDAD DE ORGANIZACIONES INVOLUCRADAS	= (ORI/ORT) *100	ORI; Organizaciones involucradas en el programa ORT; Total de organizaciones identificadas	Lograr 70% de involucramientos entre instituciones públicas y privadas		Listados de participantes, Registros del CDT, Material Utilizado.
	PERSONAS INVOLUCRADAS	= (PA/PT) *100	PA; Población participante PT; población local total			
2.B	CUMPLIMIEN TO DE LA POLITICA	= (AD/ADT) *100	AD; Acciones desarrolladas en el plan de trabajo ADT; Acciones definidas en el plan de trabajo		Proporcionar a la zona de una política de seguridad	Check list que valide los ítems de la política.

	INDICE DE MEDICION DE LA INFORMACI O N	-Existencia de un Flujo de Comunicación Bilateral -Cantidad de Información Intercambiada -Miembros Activos (Envían y Reciben Información) -Cantidad de Acciones Pendientes, cuyos responsables son dos entes diferentes.				Cantidad de avisos en Medios de Comunicación Interna, (informes, resultados)
2.C	INDICE DE RIESGO EN EL MUNICIPIO	= (AR/RT) *100	AR; Acciones correctivas RT; Cantidad de riesgos identificados	Identificar el 90% de las zonas de riesgo en los municipios	Medida de desarrollo turístico en la zona	Registro de Riesgos y Actos Delictivos. Check list de acciones Correctivas Realizadas
	CUMPLIMIE NTO DEL PLAN DE ACCION	= (AD/ADT) *100	AD; Acciones desarrolladas en el plan de trabajo ADT; Acciones definidas en el plan de trabajo. Generación de Reportes de Vigilancia de parte de representantes comunales en los diferentes puntos que cuentan con Atractivos Turísticos.			Reportes de Vigilancia Comunales y Municipales.
2.D	CONTROL DE ASISTENCIA	= (N1/NT) * 100%	N1= la cantidad de personas que han puesto en práctica lo aprendido NT= Es la cantidad total de personas del municipio que asistieron a talleres, capacitaciones o charlas	100% de emprended ores conozcan como accesar a financiamie ntos	Resultado s obtenidos en la etapa de Diagnosti co, la población manifestó su interés en generar nuevos negocios	

	NUMERO DE PERSONAS CAPACITADA S	HC = Núm. de hombres capacitados MC = Núm. de mujeres capacitas	La población interesada la conformaran hombre y mujeres emprendedoras			
	DOCUMENTOS	DOC = Cantidad de documentos utilizados en las diferentes charlas, capacitaciones y talleres				
	NUEVOS NEGOCIOS	= (NGN / NGT) * 100%	NGN = Numero de nuevos negocios aperturados después de las charlas NGT = Numero de negocios actuales en la zona			
2.E	NÚMERO DE HOMICIDIOS POR CADA MIL HABITANTES	Dh=(Ndh/P) * 1000	Dh= tasa de homicidios Ndh: número de homicidios P: población del municipio		Cada uno de estos indicadores dice el estado de la seguridad en el municipio. Es un medio para que la alcaldía observe la evolución de la violencia y tome medidas	
	NÚMERO DE ROBOS POR CADA MIL HABITANTES	Dr=(Ndr/P) * 1000	Dr: tasa de robos Ndr: número de robos P: población del municipio			
	NÚMERO DE HURTOS POR CADA MIL HABITANTES	Dt=(Ndt/P) * 1000	Dt: Tasa de hurtos Ndt: Número de hurtos P: población del municipio			
	NÚMERO DE ROBOS DE AUTOS POR CADA MIL	Dv=(Ndv/P) * 1000	Dv: robos de vehículos Ndv: Número de robos de vehículos			

	HABITANTES		P: población del municipio			
	DESARROLLO DEL OBSERVATO RIO DE VIOLENCIA		Observatorio desarrollado			
	NÚMERO DE ACTIVIDADES CON APOYO DE LA PNC (NT)	NT=Aa/Ad*100	Ad: número de actividades turísticas desarrolladas Aa: número de actividades turísticas que contaron con apoyo de la PNC NT: Numero de actividades con apoyo de la PNC	100%	Todas las actividades turísticas del comité deben ser apoyadas para brindar un ambiente de seguridad	

Tabla 186: Indicadores del componente de seguridad.

Fuente: Elaboración propia.

7. COMPONENTE DE EMPRENDEDURISMO

7.1. DESCRIPCIÓN DEL COMPONENTE DE EMPRENDIMIENTO LOCAL

El Componente de emprendimiento local se diseña con la intensión de brindar una herramienta de apoyo para los empresarios actuales o futuros de los municipios, dicho Componente reúne la información técnica necesaria para las mejoras de negocios o poder acceder a financiamientos e iniciar nuevos emprendimientos.

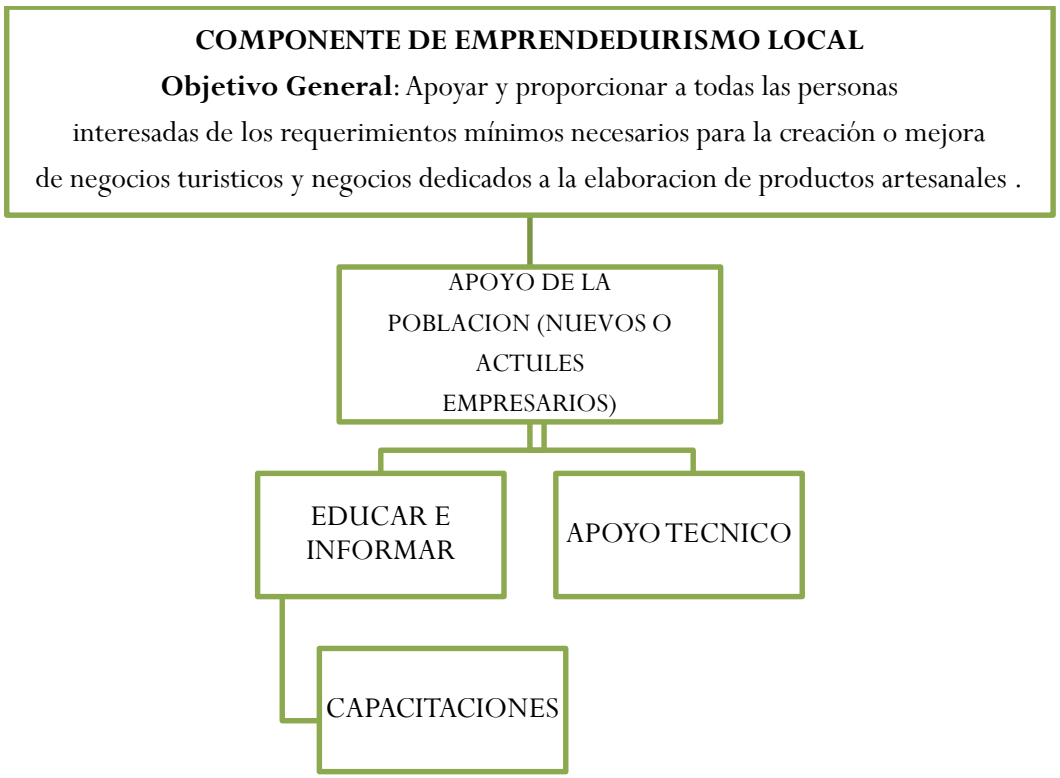
Debido a que la zona se presta a una gran variedad de negocios de productos artesanales y algunos negocios relacionados con las actividades turísticas, es necesario que cada uno de estos sea sostenible en el tiempo, por esa razón que este plan busca guiar y motivar a los pobladores en conocer una diversidad de herramientas y técnicas que le servirán para la adecuada administración de las empresas.

7.2. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES EN BASE A ETAPA DE DIAGNOSTICO.

Como parte de los resultados de la etapa de diagnóstico se obtuvieron las oportunidades del proyecto que mencionan a continuación y que se han utilizado para diseñar los programas y actividades que integraran al componente de emprendimiento local.

Esquema 54: Oportunidades Encontradas en la etapa de Diagnostico.
Fuente: Elaboración Propia.

7.3. ESTRUCTURA GENERAL DEL COMPONENTE DE EMPRENDIMIENTO LOCAL



Esquema 55: Estructura General del Componente de Emprendimiento Local
Fuente: Elaboración Propia.

Con el fin de garantizar el cumplimiento del Componente de emprendimiento local se han considerado las siguientes líneas estratégicas:

Apoyo de la población: Con esta acción se pretende motivar tanto a los pobladores que ya poseen un negocio como para aquellos que desean iniciar uno. De esta manera se proporcionará todas aquellas medidas que estas personas necesiten para concretar sus ideas a proyectos formales y los cuáles serán evaluados posteriormente ante las diferentes fuentes de financiamiento existentes y poder de esta manera obtener los recursos necesarios para ponerlos en marcha.

Educar e informar a los emprendedores: Enseñarles a los emprendedores acerca de herramientas o técnicas que les ayudaran a administrar sus negocios y perdurar en el tiempo.

7.4. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

El establecimiento de objetivos es fundamental para el desarrollo de los Sistema, ya que a través de ello se dan a conocer la situación o meta que se desea alcanzar, además se definen los resultados y metas a cumplir. A continuación, se muestra el objetivo general y específicos para el componente de emprendimiento local;

<table>
<tr><th colspan="4">COMPONENTE DE EMPRENDIMIENTO LOCAL</th></tr>
<tr><th colspan="4">OBJETIVO GENERAL</th></tr>
<tr><td colspan="4">Apoyar y proporcionar a todas las personas interesadas de los requerimientos mínimos necesarios para la creación o mejora de negocios turísticos y negocios dedicados a la elaboración de productos artesanales, y de esta manera ayudar a mejorar las condiciones sociales y económicas de las familias en la zona de estudio.</td></tr>
<tr><th colspan="2">OBJETIVOS ESPECIFICOS</th><th rowspan="2">RESULTADOS ESPERADOS</th><th rowspan="2">METAS</th></tr>
<tr><th>COD.</th><th>OBJETIVO</th></tr>
<tr><td>3.A</td><td>Clasificar los tipos de negocios actuales relacionados al qué hacer de la elaboración de productos artesanales identitarios y la actividad turística presentes en la zona.</td><td>Conocer las principales fuentes de negocios actuales para promover la modernización de los mismos y apertura de nuevos.</td><td>Conocer el 100% de negocios relacionados con la actividad turística y la elaboración de productos artesanales identitarios presentes en la zona de estudio</td></tr>
<tr><td>3.B</td><td>Buscar y acceder a las fuentes de financiamiento existentes en el país de</td><td>Que los emprendedores conozcan los requerimientos y condiciones necesarios</td><td>Lograr la capacidad técnica para buscar y acceder a las fuentes de financiamiento.</td></tr>
</table>

	manera que puedan iniciar sus negocios	para el acceso a fuentes de financiamiento en el país.	
3.C	Brindar a los emprendedores herramientas contables y administrativas para sus emprendimientos.	Lograr que los emprendedores de la zona utilicen herramientas administrativas y contables para el manejo eficiente sus futuros negocios procurando que estos sean sostenibles en el tiempo.	Lograr que más del 50% de los emprendedores aprueben las evaluaciones de las charlas y talleres de herramientas contables y administrativas.

Tabla 187: Objetivos del componente de emprendedurismo.
Fuente: Elaboración Propia.

7.5. ESTABLECIMIENTO DE ACTIVIDADES

Al igual que los objetivos el establecimiento de actividades es de mucha importancia, ya que estas determinan todas las tareas que se tendrán que realizar para el cumplimiento de los programas y las cuales se podrán medir para su posterior comparación.

COD. OBJETIVOS	PROGRAMAS			ACTIVIDADES
	COD.		COD.	
3.A	3.A.1	Modernización de negocios actuales	3.A.1.A	-Identificar los negocios actuales en la zona -Diseñar estrategias de mejoras al comercio
3.B	3.B.1	Capacitación sobre la elaboración de perfiles	3.B.1.B	Informar a los emprendedores de la zona sobre que es un proyecto de inversión y que elementos lo conforman.
	3.B.2	Capacitación sobre planes de negocios	3.B.2.B	Informar a la población sobre planes de negocios y su importancia
	3.B.3	Capacitación acerca de las fuentes de financiamiento existentes	3.B.3.B	Dar a conocer las diferentes fuentes de financiamiento que apoyan la zona en estudio
3.C	3.C.1	Utilización de herramientas administrativas para el manejo de empresas	3.C.1.C	- Charlas informativas sobre las diferentes herramientas administrativas y su utilización - Realización de

				talleres para poner en práctica lo aprendido
	3.C.2	Aplicación de sistema contable	3.C.2.C	- charlas sobre los elementos básicos de un sistema contable y su aplicación -Talleres prácticos sobre lo aprendido en las temáticas contables.

Tabla 188: Actividades del componente de emprendedurismo.

Fuente: Elaboración Propia.

7.6. DEFINICIÓN DE METODOLOGÍAS/PROCEDIMIENTOS

Para alcanzar cada uno de los objetivos planteados anteriormente, es necesario definir el ¿cómo? Y respuesta a ello es la elaboración de procedimientos o metodologías que se deben realizar para cumplir las metas.

7.6.1. IDENTIFICAR LOS NEGOCIOS ACTUALES DE LA ZONA

Desarrollo del objetivo 3.A

Para comenzar a conocer la zona y en especial el tipo de Emprendedurismo o negocios con los que actualmente cuenta, se hace necesario enlistarlos y conocer la realidad de los mismos y como este plan de Emprendedurismo local les ayudara a mejorar y tener negocios sostenibles en el tiempo. Entre los negocios relacionados con el que hacer de la actividad turística y la elaboración de productos artesanales identitarios que tenemos en la zona, En base a la selección que se realizó en la etapa de Diagnostico, podemos mencionar los que son más representativos de cada municipio de la zona en estudio:

Municipio	Tipo de Producto Identitarios	Negocios con servicios turísticos complementarios
Apastepeque	Artesanías en Madera	Restaurantes y Hostales
Guadalupe	Miel de Abeja	
	Artesanías en Madera	
	Artesanías en Barro	
	Artesanías en Pinturas	
San Cayetano Istepeque	Artesanías en Barro	
Santa Clara	Quesadillas Artesanales	
	Vinos Artesanales	

	Miel de Abeja	
San Sebastián	Artesanías en Textiles	
San Lorenzo	Artesanías en Madera	
	Artesanías en Barro	
	Artesanías de Pintura	
	Productos artesanales de Zapuyul y de Zanahoria	
San Vicente	Dulces Artesanales	Restaurantes y Hoteles
	Vinos Artesanales	
Tepetitán	Productos de Bambú	
Verapaz	Productos derivados de la Caña de Azúcar	
Jerusalén	Pintura en Manteles	
Mercedes La Ceiba	Productos de Bambú	
Santo Domingo	Productos de Mimbre	Restaurantes y Hoteles
	Dulces Artesanales	
San Esteban Catarina	Productos derivados de la Caña de Azúcar	
San Ildefonso	Productos Lácteos	

Tabla 189: Principales negocios por municipio.
Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar existe una gran variedad de negocios que funcionan actualmente en la zona, unos con condiciones más tradicionales que otros. La propuesta del Componente de Emprendedurismo local es motivar a los actuales dueños o posibles emprendedores a que desarrollen sus iniciativas de negocios, para ello se planteara más adelante dentro de este plan los requerimientos necesarios que estas personas puedan obtener financiamientos y poder mejorar o aperturar nuevas iniciativas.

7.6.2. DISEÑAR ESTRATEGIAS DE MEJORAS AL COMERCIO

También es necesario fomentar una cultura de armonía entre los comerciantes, esto puede conllevar a tener una calidad de turismo en la zona, para ellos se puede proponer estrategias que ayudaran a este propósito;

- Fomentar una cultura de cooperación entre comerciantes
- Realizar festivales gastronómicos o eventos que ayuden a todos los comercios de la zona
- Mantener conductas adecuadas antes los turistas

- Ofrecer precios justos y accesibles a los turistas de la diversidad de productos y servicios

Como se mencionó anteriormente el siguiente componente de Emprendedurismo local servirá de ayuda técnica para todas aquellas personas de la zona que deseen optar por un financiamiento y de esta manera mejorar sus negocios actuales o iniciar uno nuevo.

7.6.3. INFORMAR A LOS EMPRENDEDORES LOCALES SOBRE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Desarrollo del objetivo 3.B

El objetivo 3.B está integrado por 3 actividades, cuyo principal objetivo es informar a los emprendedores locales los requerimientos para iniciar sus empresas y como optar a financiamientos, es por ello que se han considerado realizar una serie de charlas y talleres con los cuales se lograría dicho fin.

La actividad 3.B.1.B. Considera de primera mano informar a los emprendedores locales sobre la elaboración de los perfiles, dicho documento representa la idea del nuevo negocio o servicio al cual le apuestan.

Se Realizará un grupo de capacitaciones de 8 horas para 35 personas en salones de la alcaldía, se asignan costos de $30 para gasolina para movilizar a las personas de la capacitación, se usará el equipo brindado por alcaldía: Cañón, Laptop, etc. A continuación, se presenta la propuesta de contenido y su respectiva carta didáctica para la charla sobre los elementos para la elaboración de perfiles;

COD. ACTIVIDAD	TEMAS	CONTENIDO
3.B.1. B.	CHARLA: PROYECTOS DE INVERSION	• Que es un proyecto • Los antecedentes del estudio • Objetivos del estudio • Los alcances y limitaciones del estudio • La importancia y justificación del estudio • Los resultados esperados • Metodología del estudio • Programación de actividades

Tabla 190: Contenido propuesto para charla; Proyectos de inversión.
Fuente: Elaboración propia.

<table>
<tr><th colspan="2">Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje</th></tr>
<tr><td>Charla: Elementos para la Elaboración de Perfiles</td><td>Tiempo: 12 horas clase
6 horas de laboratorio</td></tr>
<tr><td colspan="2">Nombre de la Unidad: Proyectos de Inversión</td></tr>
<tr><td colspan="2">Objetivo de unidad: Dar a los emprendedores una visión de los elementos más importantes a incluir para la elaboración de Perfiles de Proyectos de Inversión.</td></tr>
<tr><th>Contenidos Conceptuales</th><th>Indicadores de logro:</th></tr>
<tr><td>• Que es un Proyecto
• Los antecedentes del Estudio
• Objetivos del Estudio
• Los alcances y Limitaciones del Estudio
• La Importancia y Justificación del Estudio
• Los Resultados Esperados
• Metodología del Estudio
• Programación de Actividades</td><td>• Identifica con Claridad los elementos más importantes para la Elaboración de Perfiles.
• Desarrolla Con Habilidad los casos prácticos.
• Más del 50% de los Emprendedores aprueben los casos y las evaluaciones a desarrollar.</td></tr>
<tr><th colspan="2">Sugerencias metodológicas</th></tr>
<tr><td colspan="2">• Se recomienda leer bibliografía de los temas sugeridos.
• Motivar a los alumnos acerca del uso recurrente e importante que tienen las técnicas de estudio.
• Pedir que, en equipos de trabajo, presenten diversas aplicaciones de las temáticas.</td></tr>
<tr><td>Diagnóstica:
− Se desarrollará una evaluación individual, a través de un laboratorio escrito, para conocer el manejo de conceptos básicos.
Formativa:
− La integración en equipos de trabajo para el desarrollo de ejercicios y su participación propositiva.
Sumativa:
1. Entrega grupal de 3 actividades cortas. 30%
2. Prueba escrita individual. 40%
3. Exposición de las aplicaciones. 30%</td><td>Criterios de evaluación Actividades cortas:
- Contenido completo 40%
- Solución correcta 60%
Criterios de evaluación prueba escrita
Individual:
- Dominio de los conceptos 100%
Criterios de Ev. Exposiciones:
- Creatividad 40%
- Claridad y dominio del tema 40%
- Orden y aseo 20%</td></tr>
</table>

Tabla 191: Planificación de unidad de enseñanza para el componente de emprendedurismo.

Fuente: Elaboración Propia.

Informar a los emprendedores locales sobre los planes de negocio y su importancia:

La actividad 3.B.2.B trata sobre informar a la población sobre los planes de negocios y su importancia; Se Realizará un grupo de capacitaciones de 8 horas para 35 personas en salones de la alcaldía, se asignan costos de $30 para gasolina para movilizar a las personas de la capacitación, se usará el equipo brindado por alcaldía: Cañón, Laptop, etc. Para ello se utilizará charlas informativas para la población interesada y además se propone el contenido a desarrollar y su respectiva carta didáctica;

COD. ACTIVIDAD	TEMAS	CONTENIDO
3.B.2. B.	CHARLA: PLANES DE NEGOCIO Y SU IMPORTANCIA	• Que es un plan de negocios; Concepto y definición Los objetivos • Quienes necesitan un plan de negocios; MIPYMES • Para qué sirve un plan de negocios • Elementos que considera un plan de negocios

Tabla 192: Contenido propuesto para charla; Planes de negocio y su importancia.
Fuente: Elaboración propia.

Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje	
Charla: Planes de Negocio y su Importancia.	**Tiempo:** 8 horas clase 4 horas de laboratorio
Nombre de la Unidad: Planes de Negocio y su Importancia.	
Objetivo de unidad: Dar a los emprendedores una visión general de los elementos que componen un Plan de Negocios.	
Contenidos Conceptuales	**Indicadores de logro:**
• Que es un Plan de Negocios; Concepto y definición de los Objetivos • Quienes necesitan un Plan de Negocios; MIPYMES • Para que sirve un Plan de Negocios • Elementos que considera un Plan de Negocios	• Identifica con Claridad los elementos más importantes de los planes de negocios. • Desarrolla Con Habilidad los casos prácticos. • Más del 50% de los Emprendedores aprueben los casos y las evaluaciones a desarrollar.

Sugerencias metodológicas	
• Se recomienda leer bibliografía de los temas sugeridos. • Motivar a los alumnos acerca del uso recurrente e importante que tienen las técnicas de estudio. • Pedir que, en equipos de trabajo, presenten diversas aplicaciones de las temáticas.	
Diagnóstica: − Se desarrollará una evaluación individual, a través de un laboratorio escrito, para conocer el manejo de conceptos básicos. **Formativa:** − La integración en equipos de trabajo para el desarrollo de ejercicios y su participación propositiva. **Sumativa**: 1. Entrega grupal de 2 actividades cortas. 30% 2. Prueba escrita individual. 40% 3. Exposición de las aplicaciones. 30%	**Criterios de evaluación Actividades cortas:** - Contenido completo 40% - Solución correcta 60% **Criterios de evaluación prueba escrita Individual:** - Dominio de los conceptos 100% **Criterios de Ev. Exposiciones:** - Creatividad 40% - Claridad y dominio del tema 40% - Orden y aseo 20%

Tabla 193: Planificación de unidad de enseñanza para el componente de emprendedurismo.

Fuente: Elaboración propia.

7.6.4. DAR A CONOCER LAS DIFERENTES FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para desarrollar la actividad 3.B.3.B se enlistan a continuación la cantidad de fuentes financieras públicas o privadas que apoyan la zona en estudio, entre otras características;
Se Realizará un grupo de capacitaciones de 8 horas para 35 personas en salones de la alcaldía, se asignan costos de $30 para gasolina para movilizar a las personas de la capacitación, se usará el equipo brindado por alcaldía: Cañón, Laptop, etc.

Tabla 194: Diferentes fuentes de financiamiento a las que se puede acceder para un proyecto de emprendedurismo.
Fuente: Elaboración propia.

PRODUCTO/SERVICIO	INSTITUCION	FINALIDAD DEL SERVICIO	MERCADO OBJETIVO
Crédito para Micro, Pequeña y Mediana Empresa	**Banco Agrícola**	Satisfacer las necesidades de personas naturales o jurídicas que tienen como finalidad financiar actividades productivas	Micros y pequeños empresarios salvadoreños
	Banco de América Central	Créditos destinados a la formación de capital y capital de trabajo para proyectos ya existentes	Proyectos para pequeñas empresas y medianas que ya están operando. No se incluyen proyectos nuevos
	Banco de Fomento Agropecuario	Apoyar el desarrollo de la micro y pequeña empresa de El Salvador, mediante el financiamiento de los gastos corrientes de la operación, así como también de los gatos de formación de capital requerido en la compra de maquinaria y equipos necesarios en el desarrollo de proyectos productivos y/o de servicios.	Micros y pequeños empresarios salvadoreños
Crédito para Micro, Pequeña y Mediana Empresa	**Banco Hipotecario**	Proveer de recursos financieros a los pequeños y medianos empresarios de El Salvador	Pequeños y Medianos empresarios salvadoreños
	Banco Interamericano de Desarrollo	Créditos destinados a la información de capital y capital de trabajo para proyectos ya existentes	
	FEDECREDITO	Créditos destinados a la formación de capital y capital de trabajo para proyectos ya existentes	Micros, Pequeños y Medianos empresarios salvadoreños

	Promerica	Créditos destinados a la formación de capital y capital de trabajo para proyectos ya existentes	Pequeños y Medianos empresarios salvadoreños
	Pro Credit	Prestar servicios financieros completos a la micro, pequeña y mediana empresa	Micros, Pequeños y Medianos empresarios salvadoreños
Micro Créditos	**Banco de fomento Agropecuario**	Apoyar el desarrollo de la microempresa urbana y rural de El Salvador	Microempresarios Salvadoreños
	FEDECREDITO	Financiar todo tipo de actividad productividad en la economía informal, cuya concesión se basa en la confianza de los solicitantes y en la viabilidad del negocio, a la vez que se incorpora un ahorro programado y un seguro de amortización	Micros, y Pequeños empresarios salvadoreños
	Pro Credito	Prestar servicios financieros completos a la micro, pequeña y mediana empresa	Micros, Pequeños y Medianos empresarios salvadoreños

7.6.5. CHARLAS INFORMATIVAS SOBRE LAS DIFERENTES HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS Y SU UTILIZACIÓN:

Desarrollo del objetivo 3.C

Para el desarrollo de los programas 3. C.1 y 3.C.2 se deben de realizar las actividades 3.B.1.B y 3.B.2.B, las cuales constan de la utilización de herramientas administrativas y contables para un eficiente manejo de la empresa como resultado de emprendimiento en la zona, como a continuación se detalla;

Como parte de las temáticas a impartir en las charlas informativas, se tratarán algunas de las diferentes herramientas administrativas para el manejo de los futuros negocios.

Se Realizará un grupo de capacitaciones de 8 horas para 35 personas en salones de la alcaldía para cada temática, se asignan costos de $30 para gasolina para movilizar a las personas de la capacitación, se usará el equipo brindado por alcaldía: Cañón, Laptop, etc. A continuación, se propone el siguiente contenido y sus respectivas Cartas didácticas;

COD. ACTIVIDAD	TEMAS	CONTENIDO
3.C.1. C.	**CHARLA: ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**	• Conceptos básicos de Organización • Finalidad de la Organización • Fortalezas y debilidades de las organizaciones • Estructura orgánica básica de una empresa • Organización para el mercado.
	CHARLA: HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS PARA LAS EMPRESAS	• Planeación y estrategia. • Marketing. • Operaciones. • Gestión de personas. • Motivación y liderazgo. • Contabilidad y finanzas para emprendedores. • Aspectos esenciales de la gestión de proyectos.

Tabla 195: Contenido propuesto para charla; Organización empresarial y Herramientas administrativas para las empresas.

Fuente: Elaboración propia.

<table>
<tr><th colspan="2">Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje</th></tr>
<tr><td>Charla: Herramientas Administrativas.</td><td>Tiempo: 12 horas clase
6 horas de laboratorio</td></tr>
<tr><td colspan="2">Nombre de la Unidad: Organización Empresarial.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Objetivo de unidad: Dar a los emprendedores una visión general de los Conceptos básicos y elementos que componen la Organización.</td></tr>
<tr><td>Contenidos Conceptuales</td><td>Indicadores de logro:</td></tr>
<tr><td>• Conceptos Básicos de Organización
• Finalidad de la Organización
• Fortalezas y Debilidades de la Organización
• Estructura Orgánica básica de una empresa
• Proceso de Registro de Organizaciones
• Organización para el Mercado</td><td>• Identifica con Claridad los conceptos y elementos más importantes de la organización.
• Desarrolla Con Habilidad los casos prácticos.
• Más del 50% de los Emprendedores aprueben los casos y las evaluaciones a desarrollar.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Sugerencias metodológicas</td></tr>
<tr><td colspan="2">• Se recomienda leer bibliografía de los temas sugeridos.
• Motivar a los alumnos acerca del uso recurrente e importante que tienen las técnicas de estudio.
• Pedir que, en equipos de trabajo, presenten diversas aplicaciones de las temáticas.</td></tr>
<tr><td>Diagnóstica:
− Se desarrollará una evaluación individual, a través de un laboratorio escrito, para conocer el manejo de conceptos básicos.

Formativa:
− La integración en equipos de trabajo para el desarrollo de ejercicios y su participación propositiva.

Sumativa:
1. Entrega grupal de 3 actividades cortas. 30%
2. Prueba escrita individual. 40%
3. Exposición de las aplicaciones. 30%</td><td>Criterios de evaluación Actividades cortas:
- Contenido completo 40%
- Solución correcta 60%
Criterios de evaluación prueba escrita Individual:
- Dominio de los conceptos 100%
Criterios de Exposiciones:
- Creatividad 40%
- Claridad y dominio del tema 40%
- Orden y aseo 20%</td></tr>
</table>

Tabla 196: Planificación de unidad de enseñanza para el componente de emprendedurismo.

Fuente: Elaboración propia.

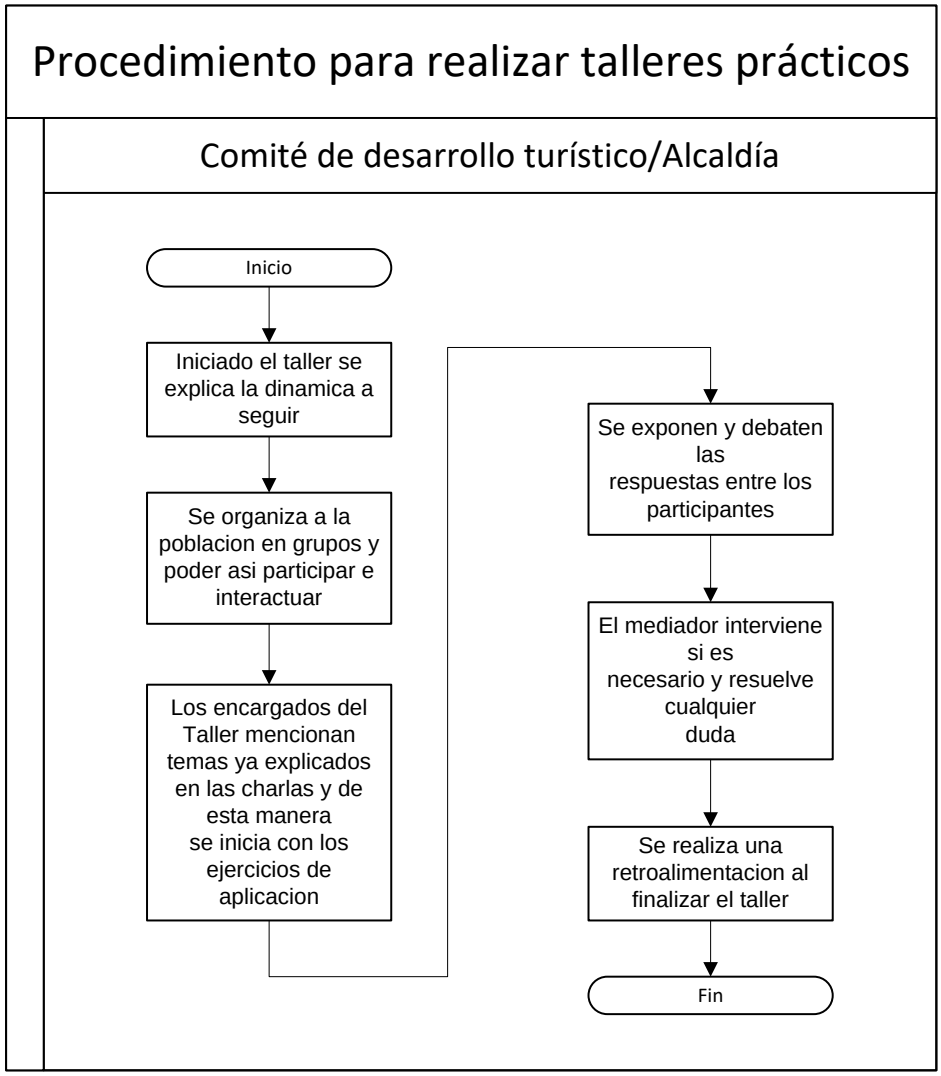
<table>
<tr><th colspan="2">Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje</th></tr>
<tr><td>Charla: Herramientas Administrativas.</td><td>Tiempo: 12 horas clase
6 horas de laboratorio</td></tr>
<tr><td colspan="2">Nombre de la Unidad: Herramientas Administrativas para las empresas.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Objetivo de unidad: Dar a los emprendedores una visión general de los Conceptos básicos y elementos que componen la Organización.</td></tr>
<tr><td>Contenidos Conceptuales</td><td>Indicadores de logro:</td></tr>
<tr><td>• Planeación y Estrategia.
• Marketing
• Operaciones
• Gestión de Personas
• Motivación y Liderazgo
• Contabilidad y Finanzas para Emprendedores
• Aspectos esenciales de la gestión de proyectos
• Planeación e implantación de negocios</td><td>• Identifica con Claridad los conceptos y elementos más importantes de la organización.
• Desarrolla Con Habilidad los casos prácticos.
• Más del 50% de los Emprendedores aprueben los casos y las evaluaciones a desarrollar.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Sugerencias metodológicas</td></tr>
<tr><td colspan="2">• Se recomienda leer bibliografía de los temas sugeridos.
• Motivar a los alumnos acerca del uso recurrente e importante que tienen las técnicas de estudio.
• Pedir que, en equipos de trabajo, presenten diversas aplicaciones de las temáticas.</td></tr>
<tr><td>Diagnóstica:
− Se desarrollará una evaluación individual, a través de un laboratorio escrito, para conocer el manejo de conceptos básicos.
Formativa:
− La integración en equipos de trabajo para el desarrollo de ejercicios y su participación propositiva.
Sumativa:
1. Entrega grupal de 3 actividades cortas. 30%
2. Prueba escrita individual. 40%
3. Exposición de las aplicaciones. 30%</td><td>Criterios de evaluación Actividades cortas:
- Contenido completo 40%
- Solución correcta 60%
Criterios de evaluación prueba escrita Individual:
- Dominio de los conceptos 100%
Criterios de Exposiciones:
- Creatividad 40%
- Claridad y dominio del tema 40%
- Orden y aseo 20%</td></tr>
</table>

Tabla 197: Planificación de unidad de enseñanza para el componente de emprendedurismo.

Fuente: Elaboración propia.

7.6.6. REALIZACIÓN DE TALLERES PARA PONER EN PRÁCTICA LO APRENDIDO

Para complementar las charlas se realizarán talleres, los cuales pretenden que las personas involucradas puedan comprender de manera práctica lo aprendido en las charlas, a través de ejercicios de aplicación. A continuación, se presenta el procedimiento a realizar en dichos talleres;



Esquema 56: Procedimiento para realizar talleres prácticos.
Fuente: Elaboración propia**.**

Los talleres de participación ciudadana permitirán que la población brinde el apoyo necesario hacia toda iniciativa de desarrollo, para ello se realizan dinámicas en las cuales los pobladores expresan sus dudas y debilidades sobre los temas expuestos en las charlas previas, toda la

información recolectada se utilizara posteriormente para retroalimentar el proceso de capacitación, charlas y talleres. Lo importante de realizar esta dinámica de talleres y charlas es para fomentar de una manera u otra la participación e involucramiento de la población, procurando en cierta medida que cada uno de los proyectos tenga siempre el apoyo de la población.

7.6.7. APLICACIÓN DE SISTEMA CONTABLE

Charlas sobre los elementos básicos de un sistema contable y su aplicación:

Para la aplicación del sistema contable para los futuros y actuales empresarios, se partirá desde la propuesta del contenido a exponer, con el cual se pretende informar conceptos y elementos básicos que deben de poseer todo negocio y de esta manera perdurar en el tiempo.

A continuación, se presenta el siguiente contenido para la charla y su respectiva carta didáctica:

COD. ACTIVIDAD	TEMAS	CONTENIDO
3.C.2. C.	**CHARLA: LA IMPORTANCIA DE UN SISTEMA CONTABLE**	• Fundamentos Básicos de Contabilidad. • El Ciclo Contable. • Estados Financieros. • Punto de Equilibrio. • Principales Razones Financieras. • Flujo de Caja con herramientas de trabajo

Tabla 198: Contenido propuesto para charla; La Importancia de un Sistema Contable.
Fuente: Elaboración propia

Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje	
Charla: Elementos básicos de un sistema contable y su aplicación.	**Tiempo:** 16 horas clase 10 horas de laboratorio
Nombre de la Unidad: La Importancia de un Sistema Contable.	
Objetivo de unidad: Dar a los emprendedores una visión general de los Elementos básicos que componen el Sistema Contable.	
Contenidos Conceptuales	**Indicadores de logro:**

• Fundamentos Básicos de Contabilidad • El Ciclo Contable • Estados Financieros • Punto de Equilibrio • Principales Razones Financieras • Flujo de Caja con Herramientas de trabajo	• Identifica con Claridad los conceptos y elementos más importantes de la organización. • Desarrolla Con Habilidad los casos prácticos. • Más del 50% de los Emprendedores aprueben los casos y las evaluaciones a desarrollar.
Sugerencias metodológicas	
• Se recomienda leer bibliografía de los temas sugeridos. • Motivar a los alumnos acerca del uso recurrente e importante que tienen las técnicas de estudio. • Pedir que, en equipos de trabajo, presenten diversas aplicaciones de las temáticas.	
Diagnóstica: − Se desarrollará una evaluación individual, a través de un laboratorio escrito, para conocer el manejo de conceptos básicos. **Formativa:** − La integración en equipos de trabajo para el desarrollo de ejercicios y su participación propositiva. **Sumativa:** 1. Entrega grupal de 3 actividades cortas. 30% 2. Dos Pruebas escritas individual. 50% 3. Exposición de las aplicaciones. 20%	**Criterios de evaluación Actividades cortas:** - Contenido completo 40% - Solución correcta 60% **Criterios de evaluación prueba escrita Individual**: - Dominio de los conceptos 100% **Criterios de Ev. Exposiciones:** - Creatividad 40% - Claridad y dominio del tema 40% - Orden y aseo 20%

Tabla 199: Planificación de unidad de enseñanza para el componente de emprendedurismo.

Fuente: Elaboración propia.

Como parte inicial de todo nuevo negocio es la organización del mismo, para ello es necesario establecer las áreas básicas que comprende empresa o negocio, se debe considerar que no todo nuevo o actual negocio cuenta con recursos humano ni financiero suficiente, esto debido a que son negocios de índole artesanal, familiar, micro y mediana empresa. Considerando lo anterior se puede desligar las responsabilidades entre los miembros del a organización o subcontratar, este último se puede considerar para la parte contable. A manera de ejemplo y de aplicación de la implementación del sistema contable se ha considerado los partes; primero como se mencionó anteriormente los elementos básicos que debe poseer un sistema contable; y segundo será el procedimiento del área contable, la cual estará a cargo de, el encargado de las cuentas, el dueño del negocio y un contador externo

7.6.8. SISTEMA CONTABLE

Los registros con los que debe contar por ley una empresa son;

Características del Sistema propuesto

- **Control:** Los controles internos se realizarán a través de los formatos de las tablas que posteriormente se presentan, con los cuales declararán los movimientos ejecutados diariamente. Para verificar que los formatos se estén llenando correctamente, el contador realizará visitas eventualmente y brindará las asesorías necesarias.
- **Flexibilidad:** El sistema podrá sufrir cambios según las situaciones que se vayan presentado. Se brindará los informes necesarios: Estado de Pérdidas y Ganancias y el Balance General, además de los libros correspondientes.

Libro de Gastos, compras y Ventas

En este libro se relacionan cinco registros entre sí, en los cuales se anota toda la información contable sobre el movimiento de las operaciones normales de la empresa. Entre los principales registros que forman el sistema simple de cuentas, se encuentran los siguientes:

- Cuenta de caja o efectivo
- Cuentas de ventas
- Cuentas de compra de materia prima
- Cuenta de gastos, entre otras.
- Inventarios
- Cuenta de caja o efectivo

Este registro permite conocer el total de ingresos y egresos de la empresa. Registra las entradas y salidas del dinero en efectivo y cheques que se tienen en la empresa. Con este registro se podrá saber cuánto se recibe en dinero, controlar retiros, estar seguro que toda entrada y salida de dinero quedará registrada, así mismo controlar la disponibilidad para pagar deudas. Esta cuenta contiene la siguiente información:

CUENTA DE CAJA O DE EFECTIVO				
FECHA	**DETALLE**	**ENTRADA**	**SALIDA**	**SALDO**
Día/Mes	Se debe registrar todo lo vendido, compras o pagos, estos deben poseer todos los datos necesarios; número de factura, nombre del cliente o proveedor, cantidad y otros.	Ingreso de dinero	Egreso de dinero	Saldo anterior más Entradas o menos Salidas

Tabla 200: Formato de cuenta de Caja o de Efectivo.
Fuente: Elaboración propia

Indicaciones Para El Uso De La Cuenta

Se iniciará esta cuenta con el dinero en efectivo que se tiene al momento de empezar a llevar los registros y se anotará en la columna de saldo. Al saldo se le suma si es entrada de dinero o se resta si es salida de dinero. El saldo anotado al final del día deberá compararse con el efectivo que se tiene en caja para verificar que sean iguales. Las anotaciones se deberán hacer al momento de realizar la entrada o salida de dinero para que no se olvide registrarlas.

Cuenta de venta

Esta cuenta permite a la empresa, conocer las ventas efectuadas, controlar las ventas ya sea al contado o al crédito, determinar los saldos de las cuentas por cobrar y conocer las fechas de vencimiento de las cuentas al crédito. Una forma de registrar las ventas es utilizando el siguiente formulario:

CUENTA DE VENTAS					
FECHA	**DETALLE**	**VALOR DE VENTA**	**ABONO**	**SALDO POR COBRAR**	**FECHA DE VENCIMIENTO**
Día/Mes/Año	Se debe registrar el número de factura, número de unidades, nombre del cliente, forma de pago	Se debe registrar el valor total de la venta	Abono del cliente	Se anota la cantidad que queda debiendo el cliente. En el balance general deberá aparecer en cuentas por cobrar	Aquí se registra la fecha en la cual debe pagar el cliente lo que ha pedido al crédito.

Tabla 201: Formato de cuenta de Ventas.
Fuente: Elaboración propia

Indicaciones Para El Uso De La Cuenta

El registro de esta cuenta se deberá realizar en el momento en que se entrega la mercancía. En la venta al crédito o al contado, el valor total de venta se registrará en la columna valor de la venta. En las ventas al contado el valor de la venta se registrará en la cuenta caja o efectivo como entrada, no así en las ventas al crédito que se deben registrar en la columna "fecha de vencimiento", en la cual se coloca la fecha en que se hará efectivo el cobro de deuda o abono a la misma. En las ventas al crédito pueden darse dos situaciones: la venta se puede efectuar sin abono o prima del cliente - el valor de esta venta se registra en la columna "saldo por cobrar" – o la venta se puede efectuar con abono o prima del cliente, - el valor de la cantidad recibida se registra en la columna "abono" y la deferencia en la columna "saldo por cobrar".

Cuenta de compra de materia prima

En esta cuenta se registran todas las compras de materia prima, materiales, mercaderías ya sea que fuesen al contado o al crédito, de manera que tengan relación con la producción en la empresa. Con esta cuenta se podrá establecer las condiciones de los inventarios y el pago puntual a los proveedores y bancos.

CUENTA DE COMPRA DE MATERIA PRIMA					
FECHA	**DETALLE**	**VALOR DE COMPRA**	**ABONO**	**SALDO POR PAGAR**	**FECHA DE VENCIMIENTO**
Día/Mes/Año	Se debe registrar el número de factura, número de unidades, forma de pago	Se debe registrar el valor total de la compra	Abono efectuado	Se anota la cantidad que se queda debiendo al proveedor. En el balance general deberá aparecer en cuentas por pagar	Aquí se registra la fecha en la cual se debe pagar al proveedor lo que se ha pedido al crédito

Tabla 202: Formato de cuenta de Compra de Materia prima.
Fuente: Elaboración propia

Indicaciones Para El Uso De La Cuenta

Las compras se deben anotar solo cuando se reciba la materia prima, así sea que se paguen de contado o al crédito. Si la compra se efectúa al contado, se anotará el valor de la compra en la columna "valor de la compra" no olvidándose de registrar dicho valor en la cuenta de caja o efectivo como salida. Si la compra es efectuada al crédito, dándose un abono se hará el movimiento siguiente: el valor de la compra en la columna "valor de compra", el abono en la columna "abono" y la diferencia a pagar en la columna "saldo por pagar". Registrando siempre el abono efectuado en la cuenta de caja como salida. Si la cuenta es al crédito se anotará en la columna "valor de compra" y en la fecha de vencimiento se coloca cuando de pagará. Al final del periodo - Mes, año- se podrá determinar las compras totales de materia prima realizadas, mediante la suma de la columna "valor de la compra", también podrá conocer el saldo total por pagar a proveedores en dicho periodo, el cual se obtendrá sumando la columna "saldo", pero mediante la selección de los saldos no cancelado a dichos proveedores de materia prima, etc. Y de las otras cuentas por pagar.

Cuenta de gastos

En esta cuenta se deberán anotar todos los gastos que se realicen en un periodo determinado que correspondan a sueldos, salarios, gastos personales y generales. Al final del periodo se estará en la capacidad de determinar qué cantidad de dinero se ha destinado para cada clase

de gasto y en base a esta información realizar las medidas correctivas para ajustar los gastos a la situación financiera real de la empresa. Con esta cuenta se podrá establecer la participación que tienen los salarios en el costo de los productos, el dinero necesario para pagar el personal al finalizar la semana o el mes, el valor de los anticipos que han realizado a los trabajadores, todos los gastos diferentes de la materia prima, así mismo, controlar los gastos que están por encima del nivel de producción y ventas.

Indicaciones Para El Uso De La Cuenta

Luego de registrar el gasto realizado de esta cuenta, se deberá registrar el valor pagado en la columna "salidas" de la cuenta caja o efectivo. Al finalizar el periodo – Mensual, trimestral, anual – se podrá sumar cada columna para conocer los gastos totales del periodo.

Libro Diario

Se registran contablemente todas las operaciones realizadas por la empresa en términos monetarios y en forma cronológica.

LIBRO DIARIO				
DIA	**CODIGO**	**DESCRIPCION**	**DEBE**	**HABER**
Día/Mes/Año	Se debe anotar el código de la cuenta que se está registrando	Se detallan los conceptos de todas las operaciones que se efectúan en la empresa diariamente	En las cuentas de activos se van registrando todas las operaciones que son a favor de la empresa	En las cuentas de activos se van registrando todas las operaciones de cancelación que hacen otras personas a la empresa
			En las cuentas de pasivo se van registrando todas las operaciones donde la empresa va cancelando todos sus compromisos y obligaciones	En las cuentas de pasivo se van registrando todas las obligaciones y compromisos que tienen la empresa

Tabla 203: Formato de Libro Diario.
Fuente: Elaboración propia

Inventarios

1. **Inventario de Insumos y materiales:**

   El control del valor contable de los insumos y los materiales se llevan de acuerdo con los reportes efectuados por el encargado de cuentas, el cual detalla las cantidades en existencia, los precios de los productos, a diferencia de la hoja de control de

inventarios en este formato se registran además de las cantidades los precios de los insumos y materiales adquiridos por la empresa, el control de Inventarios que se llevará es el método PEPS.

CONTROL DE EXISTENCIAS DE INSUMOS Y MATERIALES								
FECHA: (1)								
MATERIAL O INSUMO: (2)								
No (3)	**Fecha (4)**	**Entrada de material**		**Salida de material**		**Saldo**	**Observaciones**	
		(5)	**(6)**	**(7)**	**(8)**	**(9)**	**(10)**	**(11)**
Responsable: (12)								

Tabla 204: Formato de Control de Existencias de existencias de Insumos y Materiales.

Fuente: Elaboración propia

Indicaciones:

1. Fecha
2. Nombre del tipo de material/insumo
3. Número correlativo de la orden que se ha pedido para satisfacer las necesidades del inventario.
4. Fecha de entrada o salida de materiales/insumo
5. Cantidad de materiales/insumos que se carga al inventario, más el saldo del registro de la fecha anterior.
6. Costo de la materia prima / materiales en que se ha incurrido, que se carga al inventario, más el saldo de la fecha anterior.
7. Cantidad de materiales/insumo que sale de inventario
8. Costo de materiales / insumo que sale de inventario
9. Consiste en el resultado obtenido a partir de la suma cuando se compra materiales / insumo, o la resta cuando se incurre en requisiciones de materiales/insumos.
10. Es el resultado de la suma de los pagos cuando se compra materiales/insumos, o la resta de los pagos cuando se incurre a requisiciones de materiales/insumos.

11. Observaciones pertinentes
12. Firma del responsable de bodega que válida los resultados obtenidos.

Nota: debe de llevarse un registro por cada material o insumo.

2. **Inventario de Producto terminado: Control de Existencias de Producto Final.**

   Este control se llenará por el encargado de cuentas de la empresa, en la cual se especificarán las entradas y salidas de producto terminado.

CONTROL DE EXISTENCIA DE PRODUCTO TERMINADO					
FECHA: (1)					
No	**FECHA**	**ENTRADA**	**SALIDA**	**SALDO**	**OBSERVACIONES**
(2)	**(3)**	**(4)**	**(5)**	**(6)**	**(7)**
Responsable Bodega: (8)					
Responsable Pedido: (9)					

Tabla 205: Formato de Control de Existencias de Productos Terminados.
Fuente: Elaboración propia

Indicaciones:

1. Fecha en que se hizo la última actualización
2. Número correlativo para cada entrada o salida del Producto Terminado.
3. Fecha de entrada o salida del producto terminado
4. Cantidad de producto terminado que entra a inventario, más el saldo de la fecha anterior.
5. Cantidad del producto terminado que sale de inventario
6. Diferencia entre (4) y (5)
7. Observaciones pertinentes
8. Firma del responsable de bodega
9. Firma del responsable de pedido

Libro Mayor:

El libro mayor es uno de los instrumentos más valiosos de toda la empresa, por ello es necesario poder tener acceso a él todo el tiempo. En el libro mayor cada una de las cuentas se

trata independientemente, es decir que las cuentas de mayor registradas en el libro diario, al registrar las cuentas, estas se agrupan dentro de aquella de su misma clase. Generalmente las anotaciones en el libro diario se hacen al final del mes, pero si es posible llevar el libro actualizado es mucho mejor. Hay que tener en cuenta que dependiendo del tipo de cuenta así esta se debita o se acredita.

LIBRO MAYOR		
CUENTA	**DEBE**	**HABER**
Se registran los movimientos de una cuenta determinada con el día, mes y año en que se ha realizado ese movimiento en la cuenta. Es una recopilación de todos los movimientos que se han realizado en el mes de esa cuenta.		

Tabla 206: Formato de Libro Mayor.
Fuente: Elaboración propia

Libros de IVA:

Este libro está conformado de la siguiente manera: Libro de compra: el cual sirve para llevar un registro cronológico de todas las compras que la empresa hace durante un ejercicio económico. Ejemplo facturas, crédito fiscal. Libro de venta a contribuyente: aquí se registran todas las operaciones de venta relacionadas por la compra a sus clientes Libro de venta a consumidores: el cual registra todas las ventas a consumidores finales que no requieren debito fiscal. Estos libros de IVA, se tienen que declarar mensualmente, tanto para las ventas como para las compras efectuadas para determinar el impuesto por pagar.

Estados Financieros

Los estados financieros están compuestos principalmente por: Estado de pérdidas y ganancias y Balance General.

Balance General:

El balance general es el resumen, en una fecha determinada, de todo lo que tiene la empresa, lo que debe y lo que realmente le pertenece a su propietario. Las partes que componen el balance general son: Activo, Pasivo y Patrimonio.

- ***Activo*:** es la suma del valor de todos los bienes y derechos que posee el empresario para el logro de sus objetivos, y estos se clasifican en: Activo Circulante y Activo Fijo.

    1. **Activo circulante:** son los recursos con los que realizan directamente las operaciones propias del negocio como caja, cuentas por cobrar, inventarios. Se caracteriza por la facilidad de convertirse en dinero en efectivo de inmediato o dentro de un periodo corto.

    2. ***Activo fijo*:** está formado por los bienes que la empresa posee y que le sirven para realizar las actividades de la empresa. Principalmente el proceso de producción, ventas o prestación de un servicio, ejemplo: terrenos, maquinaria y equipo, vehículos, muebles, equipo de oficina.

- ***Pasivo*:** es el valor de las deudas contraídas por la empresa y se clasifica en: Pasivo circulante a corto plazo, pasivo a largo plazo y otros pasivos.

Entre las cuentas del pasivo circulante se tienen cuentas por cobrar, cuentas por pagar a proveedores, cuentas por pagar, obligaciones bancarias a corto plazo, anticipo, prestaciones por pagar. Entre las cuentas del pasivo a largo se tienen obligaciones bancarias a largo plazo, documentos por pagar. En la clasificación de otros pasivos entran las categorías de pasivos circulantes y pasivos a largo plazo, tales como arrendamiento recibido por anticipado.

BALANCE GENERAL			
AL_____DE_____DE_____			
ACTIVOS			$
CIRCULANTE		$	
Caja o Efectivo	$		
Inventario de insumos y materiales	$		
Inventario de producto terminado	$		
Cuentas por cobrar	$		
FIJO		$	
Activos tangibles	$		
Depreciación acumulada	$		
Activos intangibles	$		
Imprevistos	$		
PASIVOS			$
CIRCULANTE		$	
Cuentas por pagar	$		
FIJO		$	
Bancos	$		
CAPITAL			
Aportaciones de los socios	$		
Utilidades			
PASIVO MAS CAPITAL			$

F._____ F._____ F._____

_ _ _

Presidente de la Empresa Contador Tesorero de la Empresa

Tabla 207: Formato de Balance General.
Fuente: Elaboración propia

Para la elaboración del Balance General se pueden tomar en cuenta los siguientes elementos:

- **Encabezamiento:** Se inicia con el nombre de la empresa, seguido de la fecha de preparación, o sea, el día, mes y año en que se levantó la información.
- **Distribución:** El balance se divide en dos columnas: en la izquierda se colocan los activos y en la derecha los pasivos y el patrimonio con sus valores respectivos.
- **Elaboración:** El balance general, se elabora para una fecha determinada y se debe incluir todos los bienes y compromisos de la empresa a la fecha de su elaboración.

Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias, mide los resultados de las operaciones de la empresa durante un intervalo específico de tiempo, por ejemplo un mes, un trimestre o un año

indicando la ganancia o pérdida de la empresa. Los resultados del estado de pérdidas y ganancias permiten al empresario conocer y analizar la situación financiera en el futuro. Cuando los ingresos son mayores a los costos, se obtienen ganancias y cuando los costos y los gastos son mayores a los ingresos, se obtienen perdidas. Para elaborar el Estado de pérdidas y ganancias se deben considerar los siguientes elementos:

1. **Encabezamiento:** el estado de pérdidas y ganancias se encabeza con el nombre de la empresa, seguido de la fecha de preparación, o sea, el día, mes y año en que se analiza.
2. **Elaboración:** al frente de cada cuenta en el espacio señalado, se colocan los valores respectivos, como sigue:

- ✓ **Ventas:** se suman los valores anotados en la columna "Valor de la venta" de la cuenta "Ventas" para el periodo analizado, el total de ventas se debe separar en ventas al contado y ventas al crédito.
- ✓ **Costos de ventas:** a las ventas se le resta el costo de lo vendido en el periodo, para calcular esta cifra se debe conocer: el costo de la materia prima utilizada, costo de mano de obra, gastos de fabricación y costos de producción disponible.
- ✓ **Utilidad bruta:** a las ventas del periodo se le resta el costo de ventas, obteniendo la utilidad bruta.
- ✓ **Gastos de administración:** se coloca la sumatoria de los sueldos de empleados de administración, intereses, comisiones, gastos generales de oficina (papelería, útiles, etc.), depreciación de muebles enceres y vehículos.
- ✓ **Costos de Producción**: incluye los costos en los cuales incurre la empresa en materia prima y materiales para elaborar los productos, así como el valor de la depreciación de la maquinaria y equipo utilizados directamente en el procesamiento de los productos.
- ✓ **Utilidad liquida:** a la utilidad bruta se le restan los gastos de administración y se obtiene la utilidad liquida y neta.
- ✓ **Los excedentes que arroje el estado de resultados se distribuirán así:** 10 % para el Fondo de Previsión Social, 10% para el Fondo de Educación y 10% para Reserva Legal, estos rublos se han de considerar dependiendo de la magnitud de la empresa.
- ✓ **Distribución de los excedentes entre los Asociados,** en proporción a las operaciones que éstos realicen con las Asociaciones Cooperativas o a su participación en el trabajo común.

Ejemplo del Estado de Pérdidas y Ganancias es el siguiente;

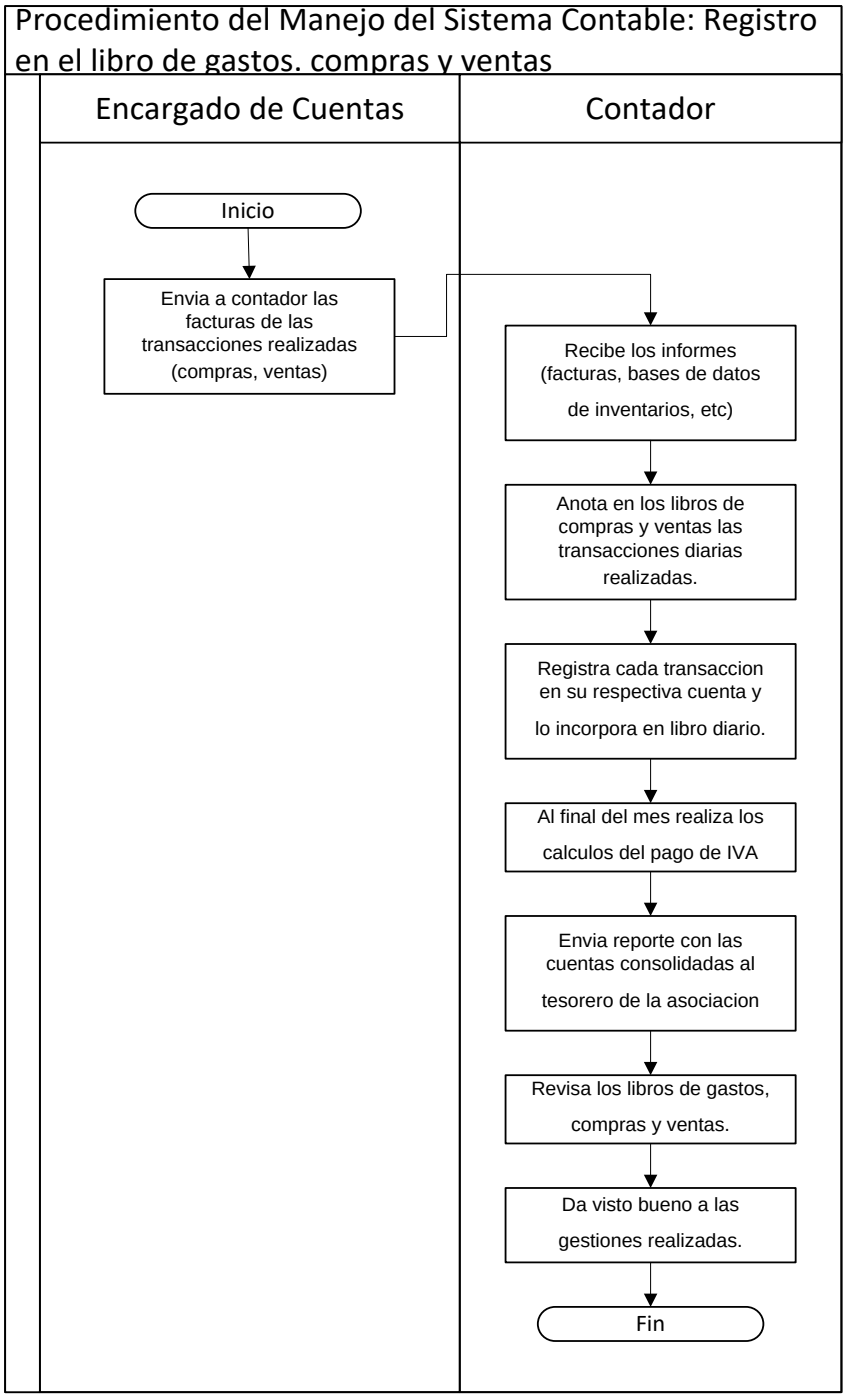
ESTADO DE RESULTADOS		
AL_____DE_____DE_____		
VENTAS		
TOTAL DE INGRESOS		$
Costos de Producción	$	
Costos de Administración	$	
Costos de Comercialización	$	
Costos Financieros	$	
Utilidad Bruta		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		$
Impuestos sobre la renta (%)	$	
Utilidad Neta después de impuestos	$	
Fondo de previsión social (10%)		
Reserva para educación (10%)		
Reserva legal (10%)		
UTILIDAD DEL PERIODO		$

F._____ F._____ F._____

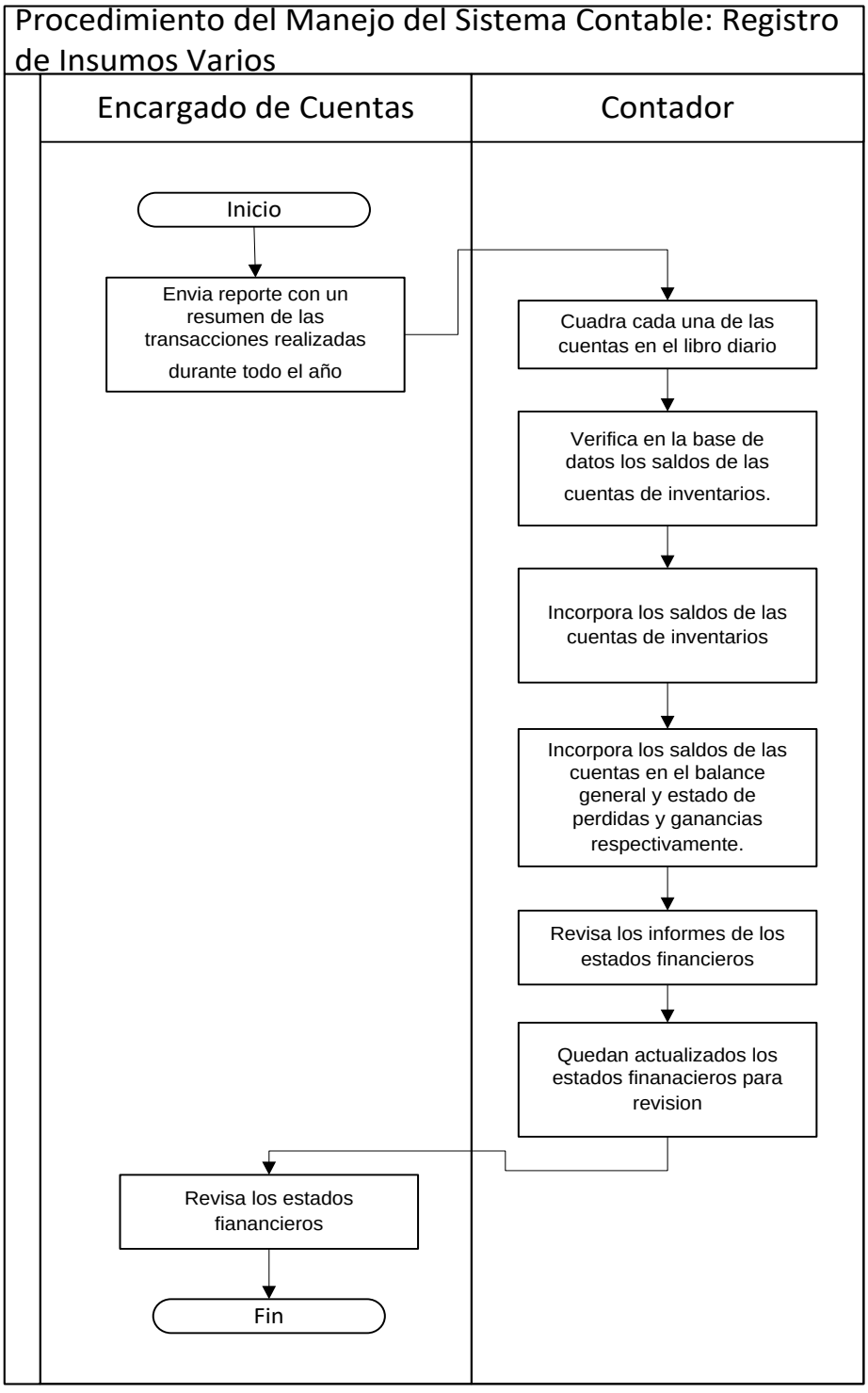
Presidente de la Empresa Contador Tesorero de la Empresa

Tabla 208: Formato de Estado de Resultados.
Fuente: Elaboración propia.

Luego de la propuesta del contenido del sistema contable y sus elementos básicos, se presentan a continuación algunos procedimientos importantes para la realización de estos:



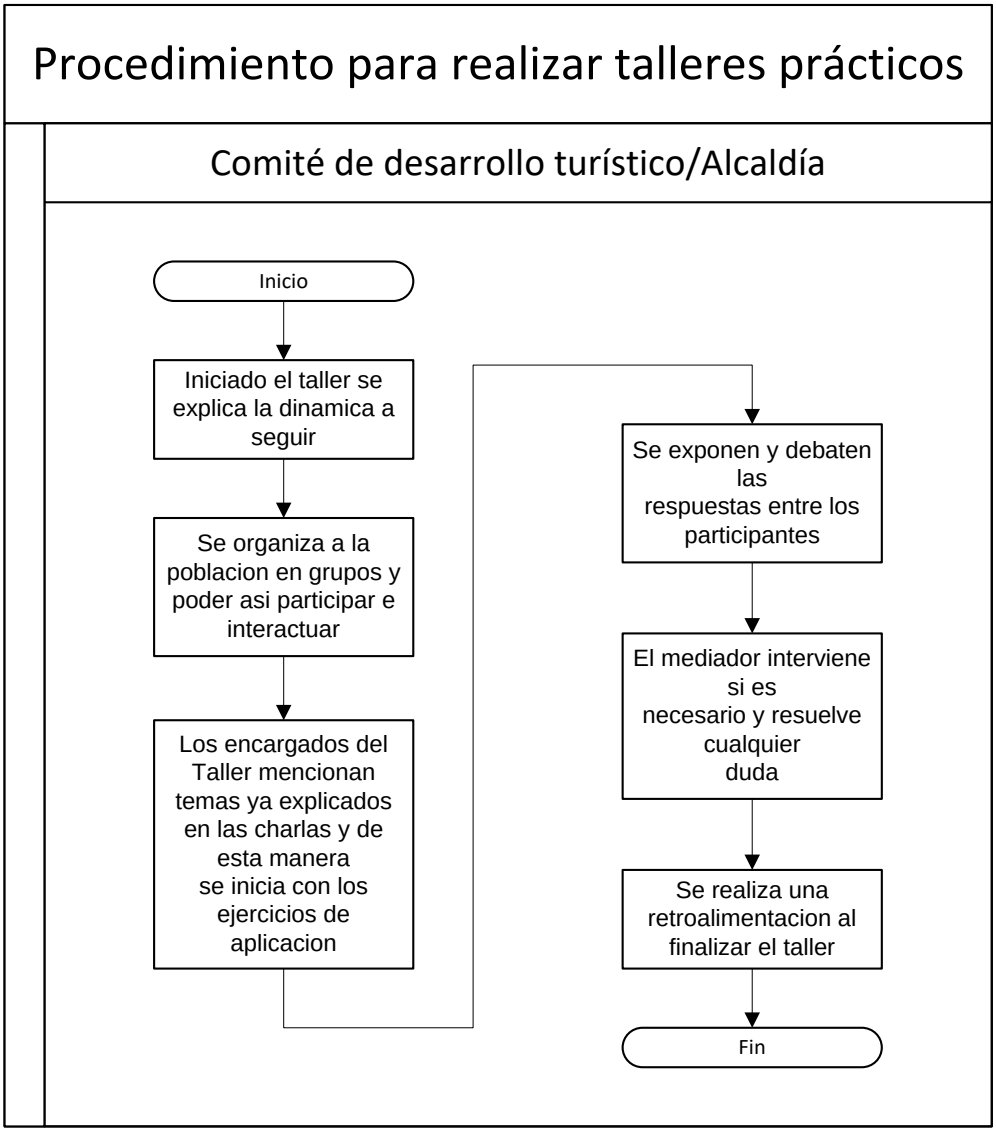
Esquema 57: Procedimiento Registro en el libro de gastos, compras y ventas.
Fuente: Elaboración propia.



Esquema 58: Procedimiento Registro de Insumos Varios.
Fuente: Elaboración propia.

Talleres prácticos sobre lo aprendido en las temáticas contables:

Para complementar las charlas se realizarán talleres, los cuales pretenden que las personas involucradas puedan comprender de manera práctica lo aprendido en las charlas, a través de ejercicios de aplicación. A continuación, se presenta el procedimiento a realizar en dichos talleres;



Esquema 59: Procedimiento para realizar talleres prácticos.

Fuente: Elaboración propia.

7.7. ASIGNACIÓN DE RECURSOS

Para la realización de cada uno de los objetivos, programas y actividades se hace necesario definir qué tipo de recursos utilizar y los responsables de cada uno de ellos, para esto se han diseñado dos formatos que tienen como fin último la fácil comprensión de cada uno de estos elementos;

1. Asignación de Recursos

Componente Emprendedurismo						
Cod.	**Actividad**	**Cant**	**Costo unitario**	**Sub. Total**	**Inversión**	**Costo Anual**
3.A.1.A	**Identificación de Negocios Actuales y Diseño de estrategias de mejora al Comercio**	**--**			**0**	
3.B.1.B	**Capacitaciones sobre Elaboración de Perfiles**	**--**			**$177.12**	
	Materiales consumibles	1	$27.12	$27.12		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
3.B.2.B	**Capacitaciones sobre Planes de Negocios**	**--**			**$177.12**	
	Materiales consumibles	1	$27.12	$27.12		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
3.B.3.B	**Capacitaciones sobre Fuentes de Financiamiento**	**--**			**$177.12**	
	Materiales consumibles	1	$27.12	$27.12		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
3.C.1.C	**Capacitación la Utilización de herramientas administrativas para el manejo de empresas**	**--**			**$177.12**	

	Materiales consumibles	1	$27.12	$27.12		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
3.C.2.C	**Capacitación sobre la Aplicación de Sistema Contable**	**--**			**$177.12**	
	Materiales consumibles	1	$27.12	$27.12		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
Sub-Total					**$885.60**	**$0.00**

Tabla 209: Asignación de recursos para el componente.

Fuente: Elaboración propia.

2. Matriz de responsabilidades

3. ACT.	RESPONSABLE	BENEFICIARIO
3.A.1.A	Comité de desarrollo turístico, alcaldía, ONG, PNC	Turistas y municipalidad
3.B.1.B	Comité de desarrollo turístico y alcaldía	Emprendedores locales y turistas
3.B.2.B	Comité de desarrollo turístico y alcaldía	Emprendedores locales y turistas
3.B.3.B	Comité de desarrollo turístico y alcaldía	Emprendedores locales y turistas
3.C.1.C	Comité de Desarrollo Turístico, Alcaldía, MITUR	Emprendedores locales y turistas
3.C.2.C	Comité de Desarrollo Turístico, Alcaldía, MITUR	Emprendedores locales y turistas

Tabla 210: Asignación de recursos para el Componente de Emprendedurismo Local.
Fuente: Elaboración propia

Para poder asignar a los responsables de cada una de las actividades, se considerará el potencial y experiencia del personal humano con los que se cuenta en las organizaciones involucradas, en caso contrario se optará por subcontratar el servicio con alguna institución que brinde el tipo de servicio necesario.

ROL		DESCRIPCION
R	**Subordinado**	Este rol realiza el trabajo y es responsable por su realización. Debe existir sólo un R, si existe más de uno, entonces el trabajo debería ser subdividido a un nivel más bajo.
A	**Responsable**	Este rol se encarga de aprobar el trabajo finalizado y a partir de ese momento, se vuelve responsable por él.
C	**Consultado**	Este rol posee la información o capacidad necesaria para terminar el trabajo.
I	**Informado**	Este rol debe ser informado sobre el progreso y los resultados del trabajo.

Tabla 211: Rol de cada uno de los responsables del componente.

Fuente: Elaboración propia.

MATRIZ DE RESPONSABILIDADES						
ACT.	**COMITÉ TURISTICO**	**ALCALDIA**	**COMUNIDAD LOCAL**	**MITUR**	**PNC**	**CONSULTOR EXTERNO**
3.A.1.A	A, R	C, I	I	C, I	I	
3.B.1.B	A, R	C, I	I	C, I	I	A
3.B.2.B	A, R	C, I	I	C, I	I	A
3.B.3.B	A, R	C, I	I	C, I	I	A
3.C.1.C	I	C, I	C, I	A, R	I	A
3.C.2.C	I	C, I	C, I	A, R	I	A

Tabla 212: Matriz de responsabilidades.

Fuente: Elaboración propia.

7.8. PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE COMPONEN EL PLAN

CRONOGRAMA												
ACTIVIDAD	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**	**S5**	**S6**	**S7**	**S8**	**S9**	**S10**	**S11**	**S12**
3.A.1.A												
3.B.1.B												
3.B.2.B												
3.B.3.B												
3.C.1.C												
3.C.2.C												

El plan de Emprendedurismo local tiene una duración de 12 semanas.

7.9. ESTABLECIMIENTO DE INDICADORES

Todo objetivo se debe medir, para ellos se deben diseñar o utilizar indicadores, los cuales nos ayudaran a visualizar y analizar de una forma practica el avance y desarrollo de los objetivos.

A continuación, se presentan los indicadores utilizados para poder medir los objetivos:

ACT	NOMBRE	CALCULO		META ACTIVIDAD		MEDIO VERIFICADOR
		FORMULA	ELEMENTOS	VALOR ESTANDAR (%)	JUSTIFICACION	
3.A.1.A	CANITDAD DE COMERCIOS ACTUALES	= (CT/C) *100	CT; comercios actuales en los municipios C; cantidad de comercios registrados		Motivar a los pobladores de la zona en mejorar sus negocios y de crear nuevos negocios	Registro de la alcaldía Censo
3.B.1.B 3.B.2.B 3.B.3.B	CONTROL DE ASISTENCIA	= (N1/NT) * 100%	N1= la cantidad de personas que han puesto en práctica lo aprendido NT= Es la cantidad total de personas del municipio que asistieron a talleres, capacitaciones o charlas	100% de emprendedores conozcan como accesar a financiamientos	Resultados obtenidos en la etapa de Diagnostico, la población manifestó su interés en generar nuevos negocios	Listado de participantes Memoria narrativa y fotográfica Material impreso utilizado Estadísticas de alcaldía con respecto a los comercios locales.
	NUMERO DE PERSONAS CAPACITADA S	HC = Núm. de hombres capacitados MC = Núm. de mujeres capacitas	La población interesada la conformaran hombre y mujeres emprendedoras			

	DOCUMENT OS	DOC = Cantidad de documentos utilizados en las diferentes charlas, capacitaciones y talleres				
	NUEVOS NEGOCIOS	= (NGN / NGT) * 100%	NGN = Numero de nuevos negocios aperturados después de las charlas NGT = Numero de negocios actuales en la zona			
3.C.1.C 3.C.2.C	CONTROL DE ASISTENCIA	= (N1/NT) * 100%	N1= la cantidad de personas que han puesto en práctica lo aprendido NT= Es la cantidad total de personas del municipio que asistieron a talleres, capacitaciones o charlas	Lograr que el 100% de los emprendedores conozcan de herramientas administrativas y contables para el manejo eficiente de sus emprendimientos	Resultados obtenidos en la etapa de Diagnostico, la población manifestó su interés en saber cómo manejar eficientemente sus negocios y de esta manera lograr la sostenibili	Listado de participantes Memoria narrativa y fotográfica Material impreso utilizado Registro de sistemas contables legales
	No. DE CHARLAS Y TALLERES AL AÑO		CH = número de charlas al año TLL = número de talleres al año			

	SISTEMAS CONTABLES LEGALIZADOS	= (SCL / TEM) * 100%	SCL = cantidad de sistemas contables legalmente inscritos TEM = total de empresas en la zona		dad de los mismos	
	DOCUMENTOS DE APOYOS	= (DOCA/ EVENT)*100 %	DOCA = cantidad de documentos de apoyo para las charlas, capacitaciones y talleres EVENT = cantidad de eventos en el año			

Tabla 213: Indicadores del Componente de Emprendedurismo.
Fuente: Elaboración Propia.

8. COMPONENTE DE COMERCIALIZACION Y PUBLICDAD

8.1. DESCRIPCIÓN DEL COMPONENTE DE COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD

El componente de comercialización y publicidad es la herramienta básica de gestión que toda empresa que quiera ser competitiva en el mercado debe utilizar.

El presente Componente de comercialización y publicidad se torna imprescindible, ya que proporciona una visión clara de los objetivos que se quieren alcanzar esto permite definir las estrategias, y acciones necesarias para su consecución en los plazos previstos.

El componente que continúa aborda dos componentes interrelacionados que son:

1. La comercialización de productos turísticos que identifiquen a La Microrregión del Valle de Jiboa y;

2. La publicidad de los cinco nuevos circuitos turísticos desarrollados en el plan de turismo, y que llevan inmersos en sí mismos la publicidad de los productos identitarios que requiera las estrategias de comercialización.

8.2. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES EN BASE A ETAPA DE DIAGNOSTICO.

Como parte de los resultados de la etapa de diagnóstico se obtuvieron las oportunidades del proyecto que mencionan a continuación y que se han utilizado para diseñar los programas y actividades que integraran al componente de comercialización y publicidad.

Esquema 60: Estructura General del Componente de Comercialización y publicidad
Fuente: Elaboración Propia.

8.3. ESTRUCTURA GENERAL DEL COMPONENTE DE COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD

Esquema 61: Estructura General del Componente de Comercialización y publicidad
Fuente: Elaboración Propia.

Con el fin de garantizar el cumplimiento del componente de comercialización y publicidad se han considerado las siguientes líneas estratégicas:

Generar en el cliente una experiencia de turismo diferente: Con esta acción se pretende motivar la oferta del servicio turístico como una experiencia que distinga las vivencias en los cinco circuitos promovidos.

Desarrollo regional e infraestructura: Dentro del componente de comercialización y publicidad se considera imprescindible definir estrategias que contribuyan a cerrar las brechas de desigualdad de recursos y capacidades éntrelos municipios que componen la microrregión. Promoviendo a través del componente el que se generen las bases para una infraestructura económica y productiva descentralizada en la MIJIBOA.

8.4. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

A continuación, se muestra el objetivo general y específicos para el componente de comercialización y publicidad;

COMPONENTE DE COMERCIALIZACION Y PUBLICIDAD			
OBJETIVO GENERAL			
Diseñar un Componente de Comercialización y publicidad por medio del Marketing Mix de servicios, con la finalidad de posicionar la microrregión como un destino turístico y de comercio.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS		**RESULTADOS ESPERADOS**	**METAS**
COD.	**OBJETIVO**		
4.A	Establecer el perfil de cliente al que está dirigido el servicio ofertado	Conocer las necesidades de los turistas que visitan la Microrregión del Valle de Jiboa, para establecer estrategias que potencien la atención de los servicios y productos turísticos demandados.	Conocer el perfil de los turistas nacionales e internacionales que visitan la microrregión del Jiboa y las necesidades de servicios complementarios
4.B	Generar espacios adecuados para la comercialización de productos identitarios de la zona en estudio.	Creación de espacios de comercialización de productos identitarios, que permitan acercar los productos identitarios a los turistas que transitan por la carretera panamericana.	Generar un espacio de comercialización que alberge a productores artesanales que representen a un producto artesanal por municipio.
4.C	Generar estrategias de comunicación y publicidad para dar a conocer la microrregión y sus atractivos turísticos.	Difusión de los nuevos circuitos turísticos, y de sus logos representativos, así como de los atractivos que componen a cada circuito.	Lograr el 100% de la identificación de los logos representativos de cada circuito y de la microrregión.

Tabla 214: Objetivos del componente de comercialización y publicidad.

Fuente: Elaboración propia.

8.5. ESTABLECIMIENTO DE ACTIVIDADES

Al igual que los objetivos el establecimiento de actividades es de mucha importancia, ya que estas determinan todas las tareas que se tendrán que realizar para el cumplimiento de los programas y las cuales se podrán medir para su posterior comparación.

COD. OBJETIVOS	PROGRAMAS			ACTIVIDADES
	COD.		COD.	
4.A	4.A.1	Establecimiento de Modelo de servicio Customer Experience	4.A.1.A	-Formación de personal de atención al turística basado en el modelo Customer Experience. -Taller de diseño de experiencias de compra atractivas con valor agregado para artesanos. -Creación de promociones de fidelización.
4.B	4.B.1	Crear espacios de conveniencia para la comercialización que hagan más accesible la oferta turística brindada y que genere comodidades para la satisfacción de los usuarios.	4.B.1.B	Diseño y Creación de La plaza de las artesanías.
4.C	4.C.1	Crear espacios de comunicación interactiva con los turistas.	4.C.1.C	- Utilizar los medios de comunicación adecuados para la promoción de los destinos turísticos. - Determinar una marca turística. - Diseño de Brochures publicitarios para circuitos turísticos.

Tabla 215: Actividades del componente de comercialización y publicidad.

Fuente: Elaboración propia.

8.6. DEFINICIÓN DE METODOLOGÍAS/PROCEDIMIENTOS

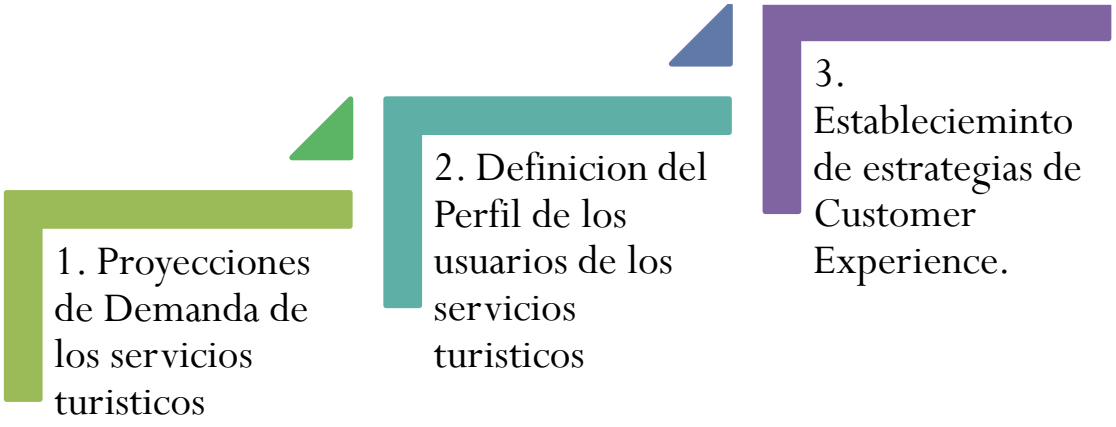
Para alcanzar cada uno de los objetivos planteados anteriormente, es necesario definir el ¿cómo? Y respuesta a ello es la elaboración de procedimientos o metodologías que se deben realizar para cumplir las metas.

A continuación, se procede a desarrollar del objetivo 4.A

8.7. ESTABLECIMIENTO DEL MODELO CUSTOMER EXPERIENCE

La aplicación de estrategias de Customer Experience es esencialmente basada en un tema de experiencia sobre el que se hace necesario el generar los más gratos momentos al desarrollar los servicios turísticos, en este sentido se persigue que cada persona que visite los servicios turísticos ofertados por la microrregión del Jiboa sea se lleve la impresión de haber disfrutado de un servicio por encima de la expectativa que tenía al momento de contratar el servicio.

Para esta es necesario establecer parámetros que dictaran el tipo de estrategias a abordar para generar la experiencia del cliente.



Esquema 62: Pasos para estrategias de Customer Experience.
Fuente: Elaboración Propia.

8.8. PROYECCIONES DE DEMANDA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

8.8.1. PROYECCIONES DE LA DEMANDA DEL TURISMO INTERNACIONAL

De acuerdo a los datos oficiales presentados por el MITUR, retomados de tabla 19 del Diagnóstico de este documento y basándose únicamente en datos estadísticos, a continuación se presentan proyecciones de crecimiento de la demanda, así como el impacto esperado que esta tendrá sobre la economía del país. Los números en Rojo corresponden a las proyecciones.

De las que la primera columna es el número total de turistas internacionales, mientras que la segunda es el porcentaje sobre la primera que corresponde a los turistas que visitan el país por turismo religioso 5.3%, o visita a sus familiares con el 39.7%, que en total suman el 45%, estos dos rubros son los más representativos para el estudio.

Año	**Número de turistas**		
2009	1,090,926	490917	Datos estadísticos
2010	1,149,561	517302	
2011	1,184,497	533024	
2012	1,254,724	564626	
2013	1,282,792	577256	
2014	1,345,165	605324	
2015	**1,392,056**	626425	Proyecciones
2016	**1,440,387**	648174	
2017	**1,491,985**	671393	
2018	**1,538,450**	692303	
2019	**1,591,847**	716331	

Tabla 216: Proyecciones de llegadas de turistas.
Fuente Elaboración propia.

El número potencial de turistas que podrían visitar la zona de estudio en los próximos años Se calcula a continuación.

Visitantes por departamento

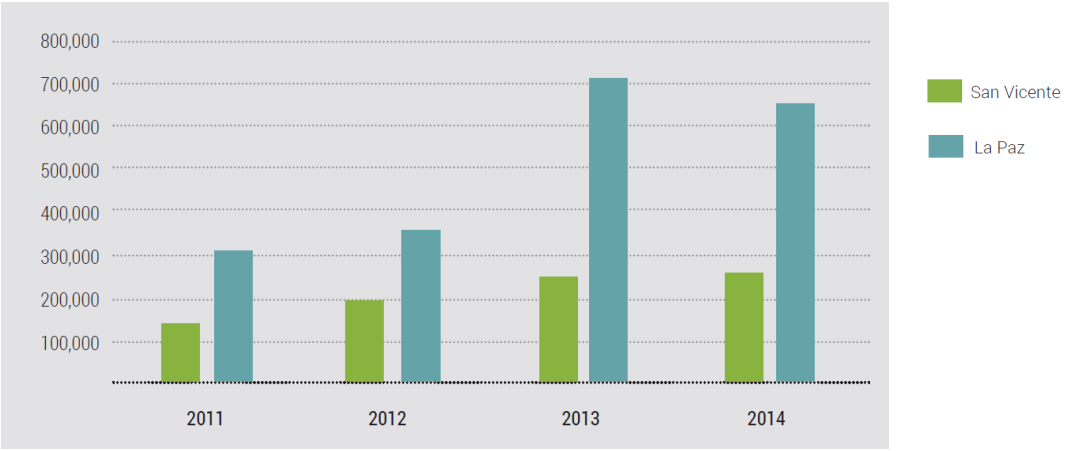


Grafico 9: Llegada de turistas por departamento.

Fuente: microrregión del Valle de Jiboa

El nivel de organización y evolución del territorio ha favorecido el incremento de estadísticas de visitación en los departamentos de La Paz y San Vicente; el gráfico No. 23 muestra el incremento de visitación en cada uno de los departamentos en el período 2011 a 2014; donde el incremento mayoritario de visitantes se ha dado en el departamento de La Paz, debido a que cuenta con las playas de la Costa del Sol, que es uno de los destinos más visitados por turistas nacionales y extranjeros. En el departamento de San Vicente durante el año 2011 ingresaron 131,206 visitantes; en el 2012 fueron 200,012; durante el 2013 fueron 250,838; y para el 2014 se registraron 260,672; por tanto, la tendencia en los cuatro años ha sido incremental en la visitación.

En La Paz, durante el 2011 se recibieron 309,896 visitantes, 362,122 en el 2012, 718,992 en el 2013 y 657,312 en el 2014.

Al realizar un comparativo del primer semestre del calendario en los últimos cinco años, se puede visualizar una tendencia de crecimiento en la cantidad de visitantes, situación que se mantiene en el primer bimestre del año 2015 en ambos departamentos.

Departamento	1° Semestre 2011	1° Semestre 2012	1° Semestre 2013	1° Semestre 2014	1° Semestre 2015
San Vicente	52,918	104,590	141,564	143,409	149,643
La Paz	152,225	207,810	452,133	322,085	342,407
Total	205,143	312,400	593,697	465,494	492,050

Tabla 217: Visitantes por trimestre departamentos de la Paz y San Vicente. Proyecciones de turistas por departamento.

Fuente: Microrregión del Jiboa.

8.8.2. PROYECCIONES DE TURISTAS POR DEPARTAMENTO

Año	Número de turistas San Vicente	
2011	131,206	Datos estadísticos
2012	200,012	
2013	250,838	
2014	260,672	
2015	**320,488**	**Proyecciones**
2016	**364,410**	
2017	**408,333**	
2018	**445,006**	
2019	**487,399**	

Tabla 218: Proyecciones de turistas por departamento de San Vicente.

Fuente: Elaboración propia

Año	Número de turistas La Paz	
2011	309,896	Datos estadísticos
2012	362,122	
2013	718,992	
2014	657,312	
2015	**861,860**	**Proyecciones**

2016	**1,001,772**	
2017	**1,141,684**	
2018	**1,285,693**	
2019	**1,387,205**	

Tabla 219: Proyecciones de turistas por departamento de La Paz.

Fuente: Elaboración propia

Los arribos de turistas, ya sea por motivos de placer o negocios, y el uso de los atractivos y servicios turísticos, se espera que tengan un efecto positivo en la economía, para el presente año y los años siguientes se espera que exista un aumento en dicha entrada de divisas. Así las proyecciones son como siguen:

Año	**Gasto Turismo internacional**	
2012	885.84	Datos estadísticos
2013	771.55	
2014	983.84	
2015	861,860	
2016	**861,864**	**Proyecciones**
2017	**1,120,168**	
2018	**1,378,473**	
2019	**1,728,639**	

Tabla 220: proyecciones del gasto turístico internacional.
Fuente: Elaboración Propia.

Para una visión más completa del impacto que cada turista internacional tiene sobre la economía, es necesario analizar los factores que marcan el total del gasto que un turista realiza en un país que visita, estos son: El promedio de gasto diario, y el número de días que dura su visita. Siguiendo los datos del MITUR, la tendencia que se percibe para estos datos es la siguiente:

Año	Gasto promedio por persona	Estadía promedio	
2010	73.5	4.6	Datos estadísticos
2011	89.2	4.4	
2012	89.7	4.2	
2013	100.9	5.2	
2014	100.2	5.6	
2015	**106.05**	**6.0**	**Proyecciones**
2016	**111.30**	**6.7**	
2017	**116.13**	**7.3**	
2018	**120.97**	**7.9**	
2019	**124.60**	**8.3**	

Tabla 221: Gasto promedio y estadía promedio por turista extranjero.
Fuente: Elaboración Propia.

8.8.3. PROYECCIONES PARA TURISMO NACIONAL

Para el turista nacional el dato obtenido de las encuestas nos indique que el mercado potencial de acuerdo al universo establecido para el estudio es igual a1 54.44% que corresponde a las personas que practican el turismo cultural, el rural y el ecoturismo. Correspondiente a 689,440 turistas nacionales, basándonos en los resultados de las encuestas. La proyección de turistas para los próximos años utilizando el índice de crecimiento poblacional para El Salvador en 2015 proporcionado por La Digestyc que es de 5.7%, las proyecciones son las siguientes:

Año	Proyecciones de población	Turistas nacionales potenciales
2016	1,266,421	689,440
2017	1,338,607	728,738
2018	1,414,908	770,276
2019	1,495,557	814,181
2020	1,580,804	860,590

Tabla 222: Proyecciones demanda Nacional.
Fuente: elaboración propia.

8.8.4. FLUJO VEHICULAR SOBRE CARRETERA PANAMERICANA EN SAN VICENTE

A continuación se muestra el transito promedio diario sobre la carretera panamericana en el departamento de San Vicente.

Transito promedio diario Anual año 2015		
Tramo de Carretera	**Auto**	**Pick-Up**
Dv- San Esteban Catarina – Dv- San Vicente	5,522	4,831
Dv- San Vicente – Dv- Santa Clara	2,849	3,334
Total	**16,536**	

Tabla 223: Tránsito Vehicular carretera panamericana.
Fuente: MOP.

8.8.5. ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas, las fechas en que los turistas dicen practicar el turismo son en las fiestas o vacaciones nacionales, así Semana Santa o vacaciones de verano, vacaciones de agosto, y Fines de semana tienen, respectivamente 70.8%, 54.2% y 79.2% de la preferencia en el número de llegadas. El gráfico que describe la estacionalidad de la demanda de turistas nacionales es la siguiente:

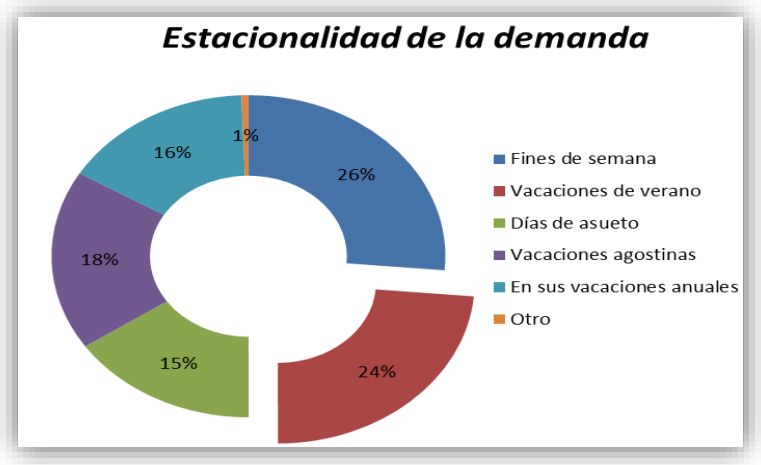


Grafico 10: Estacionalidad de la demanda.

Fuente: Elaboración propia.

Para investigar la estacionalidad de la demanda de los turistas internacionales, se utilizarán los datos estadísticos procedentes del informe estadístico 2014 del CORSATUR, y a partir de estos se planteará el pronóstico de llegadas de turistas por periodo, según estos datos, la estacionalidad de la demanda es como sigue:

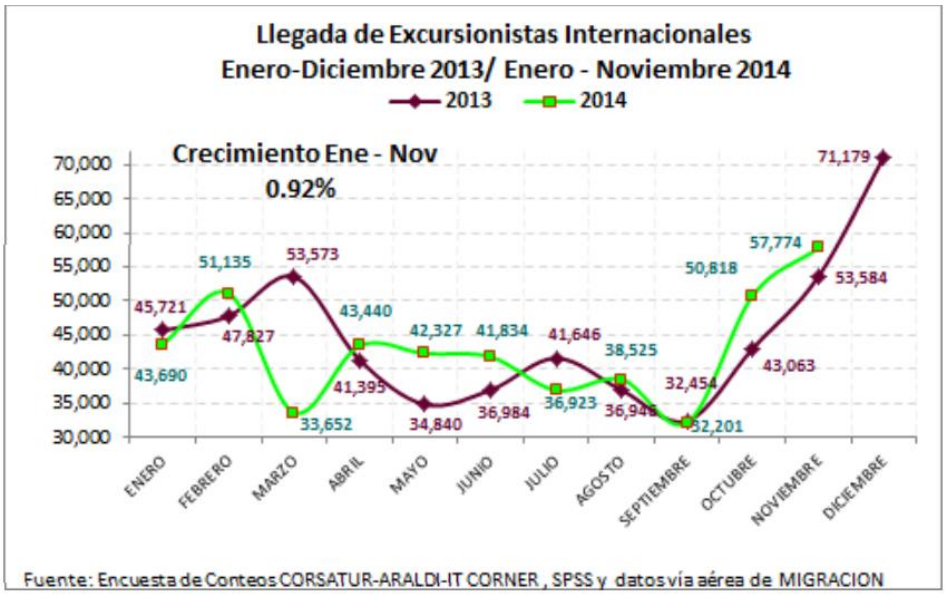


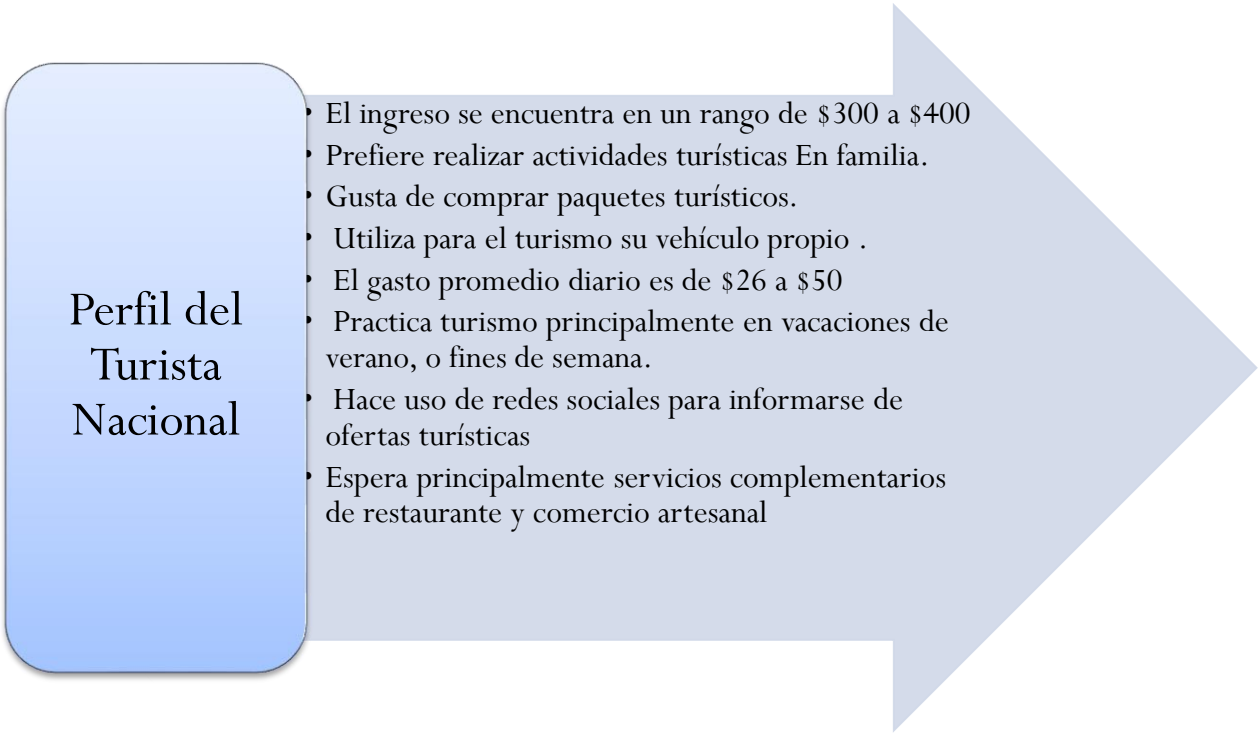
Grafico 11: Estacionalidad de la demanda internacional.

Fuente: Boletín estadístico Corsatur 2014

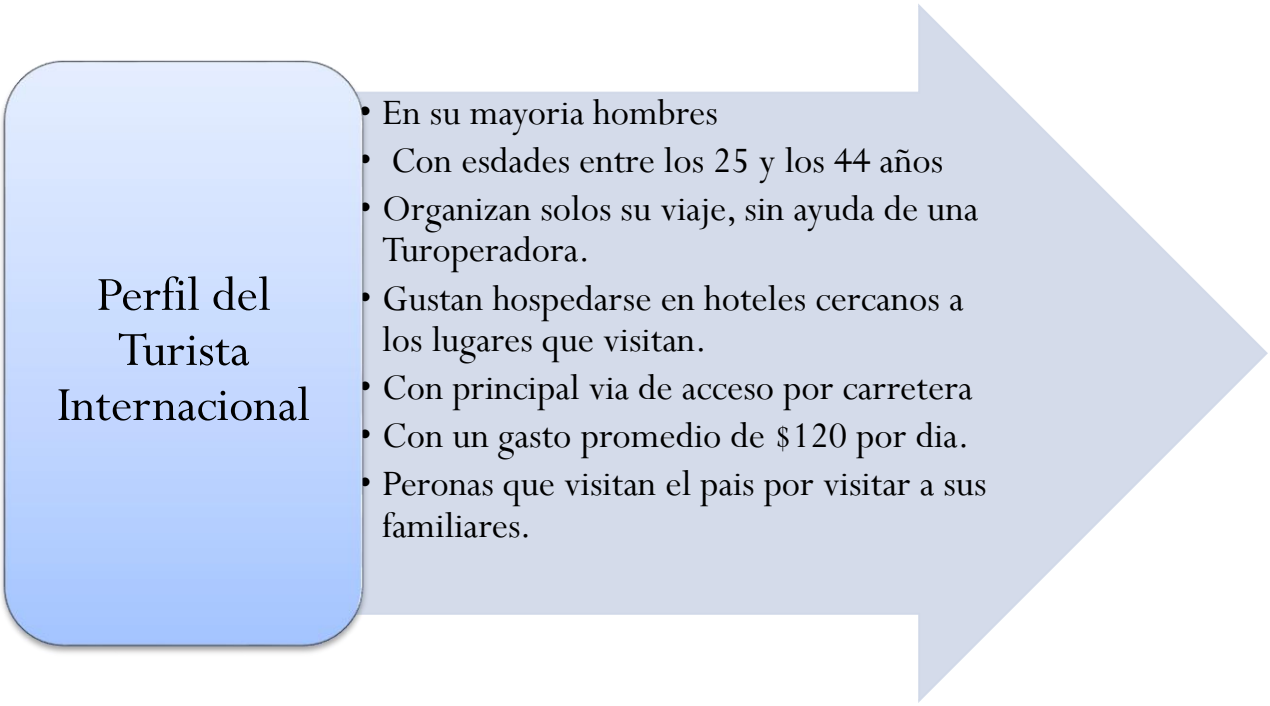
El grafico 25 muestra los meses críticos de atención a la demanda en los meses de septiembre a diciembre, manteniéndose baja los meses de abril a septiembre.

8.8.6. DEFINICION DEL PERFIL DE LOS USUARIOS DE LOS SERVICIOS TURISTICOS

En base a resultados obtenidos en la etapa de Diagnóstico y datos tomados del Boletín estadístico del Mitur, se logró establecer el perfil del turista nacional, así como el perfil del turista internacional, los cuales se muestran a continuación:



Esquema 63: Perfil del Turista Nacional
Fuente: Elaboración Propia.



Esquema 64: Perfil del Turista Internacional
Fuente: Elaboración Propia.

8.8.7. ESTABLECIMIENTO DE ESTRATEGIAS DE CUSTOMER EXPERIENCE

Formación de personal de atención al turista basado en el modelo Customer Experience.

La actividad 4.A.1.A. Considera de primera mano la formación de personal de atención al turista basado en el modelo de servicio Customer Experience. A continuación, se presenta la propuesta de contenido y su respectiva carta didáctica para las capacitaciones de formación de personal de atención al turista;

Se realizará un grupos de capacitaciones de 8 horas para 15 personas en salones de la alcaldía, se asignan costos de $30 para gasolina para movilizar a las personas de la capacitación, se usara el equipo brindado por alcaldía: Cañón, Laptop, etc.

COD. ACTIVIDAD	TEMAS	CONTENIDO
2.A.1. A.	CAPACITACION: Formación de personal de atención al turista	• Introducción al Customer Experience • Estrategia en la experiencia del cliente • Comprendiendo a los usuarios

	basado en el modelo de servicio Customer Experience	• La experiencia presencial • Diagnóstico de la experiencia del cliente • Innovación y Diseño de experiencias de Clientes • Metodología y Casos prácticos del Customer Journey

Tabla 224: Contenido propuesto para capacitación; Modelo de servicio Customer Experience.
Fuente: Elaboración propia.

Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje	
Capacitación: Modelo de Servicio Customer Experience	**Tiempo**: 12 horas clase 6 horas de laboratorio
Nombre de la Unidad: Modelo de Servicio Customer Experience	
Objetivo de unidad: Reconocer e Identificar los principales conceptos del Customer Experience, así como las principales claves del éxito en su aplicación.	
Contenidos Conceptuales	**Indicadores de logro:**
• Introducción al Customer Experience • Estrategia en la experiencia del cliente • Comprendiendo a los usuarios • La experiencia presencial • Diagnóstico de la experiencia del cliente • Innovación y Diseño de experiencias de Clientes • Metodología y Casos prácticos del Customer Journey	• Identifica con Claridad los elementos más importantes para aplicar el modelo de Customer Experience. • Desarrolla Con Habilidad los casos prácticos. • Más del 50% de las personas capacitadas aprueben los casos y las evaluaciones a desarrollar.
Sugerencias metodológicas	
• Se recomienda leer bibliografía de los temas sugeridos. • Motivar a los alumnos acerca del uso recurrente e importante que tienen las técnicas de estudio. • Pedir que, en equipos de trabajo, presenten diversas aplicaciones de las temáticas.	

Diagnóstica: − Se desarrollará una evaluación individual, a través de un laboratorio escrito, para conocer el manejo de conceptos básicos. **Formativa:** − La integración en equipos de trabajo para el desarrollo de ejercicios y su participación propositiva. **Sumativa:** 1. Entrega grupal de 3 actividades cortas. 30% 2. Prueba escrita individual. 40% 3. Exposición de las aplicaciones. 30%	**Criterios de evaluación Actividades cortas:** - Contenido completo 40% - Solución correcta 60% **Criterios de evaluación prueba escrita Individual:** - Dominio de los conceptos 100% **Criterios de Ev. Exposiciones:** - Creatividad 40% - Claridad y dominio del tema 40% - Orden y aseo 20%

Tabla 225: Planificación de Unidad de Enseñanza y Aprendizaje.

Fuente: Elaboración propia.

Experiencias de compra atractiva con valor agregado para artesanos.

El turismo experiencial es una estrategia de marketing turístico que tiene como objetivo conectar con las sensaciones y emociones de nuestro huésped, viajero o turista, dando vida intencionadamente a las promesas turísticas que ofrece cualquier destino o recurso turístico por medio de experiencias únicas, auténticas, memorables y sostenibles, en todo el proceso de compra, consumo y en todos contactos e interacciones posteriores.

Por consiguiente, el turismo experiencial es una oportunidad para la zona del Valle de Jiboa, ya que contempla la puesta en valor de sus recursos, cultura, productos identitarios, paisaje, historia y personas. Sólo hace falta transformar todos esos recursos en emociones y experiencias como conocer las historias, leyendas y fábulas de la zona, ver el paisaje con los ojos de las personas que viven en él, aprender alguna receta culinaria tradicional o un taller de artesanía local.

Hablar del Valle del Jiboa es referirnos a un territorio lleno de bellezas escénicas, moliendas, tradiciones culinarias, recursos naturales, gente emprendedora, festivales identitarios y un fuerte componente musical y artístico; y se caracteriza por el imponente Volcán Chichontepec que da la bienvenida al turista que busca experiencias únicas en los municipios que conforman la región. Cabe mencionar que dentro de la riqueza histórica y cultural de cada uno de los

municipios que integran la MIJIBOA, podemos encontrar ciudades que datan de más 300 años; así como diversas historias de interés nacional, que van desde la coronación de Anastasio Aquino en la Iglesia del Pilar (San Vicente); hasta músicos connotados y varios grupos musicales que han logrado obtener una excelente proyección a nivel nacional e internacional.

Las características identitarias de la oferta turística logran atraer a turistas nacionales e internacionales, ya que podrán encontrar una gran diversidad de recursos turísticos como la Laguna Apastepeque, la Laguna Bruja, las moliendas artesanales, los telares de San Sebastián, la Torre de San Vicente, el Volcán Chichontepec, los Infiernillos o ausoles en Guadalupe, entre otros. Además, las alegres fiestas patronales, donde se ofrecen diferentes artesanías y exponen sus costumbres, propias del territorio, como: las melcochas, los dulces típicos, conservas, hamacas, azúcar de panela, las alboradas decembrinas, el Festival del Globo, la Feria de la Panela. Desde enero hasta diciembre siempre se encuentra una buena razón para visitar el Valle de Jiboa.

Todas estas pequeñas cosas fáciles de gestionar y el contacto con las personas son lo que aporta estas experiencias inolvidables y crean un vínculo emocional del visitante con la destinación, haciendo que esta pase de ser un punto geográfico de El Salvador a uno de sus recuerdos más preciados. De esta manera, a la vez que el visitante adquiere nuevos conocimientos y nuevas experiencias, la destinación consigue fidelizarle y se beneficia la población entera directa o indirectamente. Este turista hablará maravillas en persona y en las redes sociales, cosa que es la mejor publicidad que cualquier destinación pueda tener. Pero lo más importante es la repercusión sobre la propia población que pasa a tener una cultura, paisaje y productos valorados, con lo que se van a identificar y creará un nuevo sentido de pertenencia y comunidad, el cual aportará una voluntad de conservación del paisaje, cultura y recursos propios del territorio y, por tanto, una mejor calidad de vida y bienestar para los pobladores de la zona.

En la zona de la microrregión del Valle de Jiboa se han certificado a diecisiete guías turísticos[105] locales con el apoyo de diferentes universidades y acompañados por la FUNDE,

[105] Dato según El Plan Maestro de Turismo del Valle de Jiboa - 2016

el Ministerio de Turismo y CORSATUR, por lo que se propone para los visitantes que lleguen a la plaza de las artesanías puedan conocer la historia y los diferentes atractivos turísticos de cada uno de los municipios que conforman la MIJIBOA, haiga una estación con un guía turístico (este guía tendrá que haber recibido la capacitación de Formación de personal de atención al turista basado en el modelo de servicio Customer Experience) y les brinde un tour ordenado por la plaza, teniendo la finalidad de presentar y conocer a los municipios que conforman la Mijiboa y a sus atractivos turísticos, y su cultura. Luego de finalizar este tour dentro de la plaza, los turistas podrán elegir cuál de los cinco circuitos turísticos visitar, donde podrán conocer de manera directa los municipios.

A continuación, se proponen unos pasos que ayudarán a tener un orden y eficacia al momento de realizar los distintos tours:

1) **Proporcionar información general del inicio del tour:** La información tiene que ser corta, precisa y bien clara.
2) **Dar un saludo de Bienvenida.**
3) **Proporcionar recomendaciones y sugerencias inmediatamente después del saludo o bienvenida:** Mencionar las cosas que los turistas no deben olvidar (cámara fotográfica, bloqueador, repelente contra insectos, traje de baño, gorra, etc.).
4) **Explicar el itinerario y mencionar los puntos de encuentro:** Definir y explicar detalladamente cada hora y visita en el programa del día. Además, mencionar los puntos de encuentro, información clave que permitirá coordinar los tiempos libres que aprovechan los visitantes para tomar fotografías, caminar por la ciudad, comprar artesanías, etc.
5) **Darle un fin a la reunión:** En este momento se establecen cuáles serán los puntos de encuentro para salir a determinado recorrido previamente presentado. También se establecen las últimas directrices (sugerencias de ropa, gorras, sombreros, gafas, etc.)
6) **Proporcionar una introducción:** Tiene que ser clara y precisa con un orden establecido previamente, sin embargo, debe ser tan adaptable cuanto sea posible por cualquier eventualidad o tema que no esté comprendido en el arranque del día de trabajo.

7) **Desarrollar el tour.** Desarrollar el tour en un orden cronológico, desde su inicio hasta su final.

Creación de promociones de fidelización.

Ahora más que nunca adquiere mayor importancia la fidelización de los clientes. En la actualidad se cuenta con gran cantidad de herramientas que facilitan esta labor, para este caso se han considerado las siguientes:

Descuentos

Se debe reducir el precio de venta de los servicios o productos turísticos para incentivar la compra de éstos. Esta estrategia de fidelización de clientes es apropiada ya que se estarán inaugurando las actividades y se necesitara de afluencia de clientes, pudiendo convertirse en una ventaja competitiva durante los primeros meses de actividad. Los clientes se verán atraídos por la reducción sustancial del precio.

Si un cliente necesita adquirir un producto que ha rebajado su precio puede hacer que su presupuesto se ajuste para la adquisición de otro producto o servicio del que tenía necesidad pero que no era prioritario, de esta manera se estarían aumentando las ventas cruzadas.

Es importante recalcar que el descuento es temporal para que los clientes no perciban esta reducción del precio como permanente, ya que tendría un resultado contraproducente. A la hora de planificar la acción hay que tener en cuenta el mercado objetivo para no perder volumen de negocio al finalizar la campaña de promoción.

Construir relaciones sociales

Actualmente, las redes sociales son la mejor forma para construir relaciones duraderas con los clientes, y para conseguir clientes nuevos.

Para que las redes sociales ayuden a fidelizar a los clientes, se tendrá que hacer lo siguiente en ellas:

- Establecer una red social para que los clientes comuniquen sus quejas, dudas o sugerencias. Pero para que esto funcione correctamente, se debe contestar a todos, y lo más rápido posible.

- Crear publicaciones con promociones o descuentos exclusivos.
- Permitir a los clientes que reserven sus servicios turísticos.
- Proponer un sorteo a los clientes desde la Fan Page, es una forma de reconocerlos y premiarlos, esta clase de propuestas son muy bienvenidas por parte de la gente. Se Puede anunciar un sorteo como parte de una ocasión especial, esto constituye a su vez una buena forma de dar a conocer los productos y servicios.

Regalos

El cliente recibe un regalo al realizar la compra de un producto o servicio, este regalo se le ofrece al cliente como muestra de agradecimiento por la compra o la utilización de los productos o servicios. Hay que tener en cuenta que los regalos hay que hacerlos de manera puntual para que el cliente no se cree la idea errónea de que la entrega de los regalos va a ser periódica y no entienda porque ha dejado de recibirlos.

8.9. DISEÑO Y CREACIÓN DE LA PLAZA DE LAS ARTESANÍAS

Desarrollo del Objetivo 4.b

A través del Diseño y creación de la plaza de las artesanías, se busca Crear espacios de conveniencia para la comercialización que hagan más accesible la oferta turística brindada, permitiendo acercar los productos identitarios a las personas que transitan por la carretera panamericana, generando comodidades para los usuarios a la hora de adquirir un producto, y de esta manera albergando a los productores artesanales de todos los municipios que conforman la Microrregión del Valle de Jiboa. Para ello primero se realizará un estudio de localización de la plaza, luego se establecerán los requerimientos de espacio físico y por último se presenta una simulación del diseño de la plaza de las artesanías.

8.9.1. LOCALIZACIÓN

Se le conoce como Estudio de localización a la selección del área donde se ubicará el proyecto.

MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto tiene su área de influencia en la Microrregión del Valle del Jiboa, Abarcando 14 municipios en total, que son: Apastepeque, San Vicente, Santa Clara, San Esteban Catarina, San Cayetano Istepeque, Tepetitán, Verapaz, Guadalupe, San Lorenzo, San Sebastián, San Idelfonso, y Santo Domingo en el departamento de San Vicente; así como Jerusalén y Mercedes la Ceiba en el departamento de La Paz.

Ilustración 40: Municipios que componen la Microrregión del Valle de Jiboa.
Fuente: Plan Maestro de turismo del Valle del Jiboa 2016.

Factores a considerar en la macrolocalización del proyecto

Los factores que influyen en la localización del proyecto son diversos, estos pueden ser de índole social y económica.

A continuación, se muestran los factores considerados:

1) **Abastecimiento:** Refiriéndose en este caso a los Productores de Artesanías.
2) **Mercado de Consumo:** Se busca estar cerca de los consumidores finales, ya que este caso parte del mercado objetivo transitara sobre la carretera panamericana.

3) **Servicios Básicos:** Asimismo, se tienen algunos factores secundarios que también afectan en la decisión de la localización de la plaza de las artesanías, denominados "servicios básicos", estos son los siguientes:

- **Disponibilidad y características de la mano de obra.** La disponibilidad de la mano de obra en cada alternativa de localización es conveniente considerar la cercanía al lugar debido que se reducen los costos de mano de obra y tiempo de llegada al lugar. Es importante también aspectos relacionados con la educación, entre otros.
- **Facilidades de transporte.** Accesibilidad de transporte para las diferentes regiones en función del producto terminado.
- **Servicios públicos diversos.** Disposiciones de servicios de teléfono, internet, comercio, transporte entre otros.
- **Fuentes de suministros de agua.** Se refiere a la accesibilidad de poseer una fuente de suministro de agua confiable.
- **Disponibilidad de energía eléctrica.** Se refiere a la disponibilidad de energía eléctrica existente en la zona.

A continuación, se presentan los pesos que se le asignaran a cada factor:

FACTOR	PESO
Abastecimiento	20%
Mercado Consumidor	30%
Disponibilidad de Mano de Obra	20%
Facilidades de trasporte	10%
Servicios públicos diversos, Energía Eléctrica y Agua	20%

Tabla 226: Factores de Calificación para la Macro localización.

Fuente: Elaboración Propia.

Escala de Calificación

Esta escala asigna un mayor puntaje a las alternativas que mejor satisfagan las necesidades de cada factor.

CRITERIO	RANGO
Excelente Localización	10
Muy buena Localización	8
Buena Localización	6
Regular Localización	4
Mala Localización	2

Tabla 227: Escala de Calificación para la Macro localización.
Fuente: Elaboración Propia.

Calificación de Alternativas

En base al peso de cada uno de los factores en el proyecto y las escalas que se desarrollaron pasamos a calcular la calificación que cada una de las alternativas de localización.

Factor	Abastecimiento	Mdo. Consumidor	Disponibilidad de M. de Obra	Facilidades de Transporte	Servicios Diversos	TOTAL
Peso	**20%**	**30%**	**20%**	**10%**	**20%**	**100%**
Apastepeque	8	8	10	10	10	
Valor	1.6	2.4	2.0	1.0	2.0	9.0
Guadalupe	4	4	10	8	10	
Valor	0.8	1.2	2.0	0.8	2.0	6.8
San Cayetano Istepeque	8	8	10	10	10	
Valor	1.6	3.0	2.0	1.0	2.0	**9.6**
Santa Clara	2	4	10	6	10	
Valor	0.4	1.2	2.0	0.6	2.0	6.2
San Esteban Catarina	6	4	10	6	10	
Valor	1.2	1.2	2.0	0.6	2.0	7.0
San Lorenzo	6	4	10	6	10	
Valor	1.2	1.2	2.0	0.6	2.0	7.0

San Vicente	6	8	10	10	10	
Valor	1.2	2.4	2.0	1.0	2.0	8.6
Tepetitán	6	6	10	6	10	
Valor	1.2	1.8	2.0	0.6	2.0	7.6
Verapaz	6	6	10	6	10	
Valor	1.2	1.8	2.0	0.6	2.0	7.6
Jerusalén	2	2	8	4	10	
Valor	0.4	0.3	1.6	0.4	2.0	4.7
Mercedes La Ceiba	2	2	8	4	10	
Valor	0.4	0.3	1.6	0.4	2.0	4.7
Santo Domingo	8	10	10	10	10	
Valor	1.6	3.0	2.0	1.0	2.0	**9.6**
San Sebastián	4	6	10	8	10	
Valor	0.8	1.8	2.0	0.8	2.0	7.4
San Ildefonso	2	4	8	6	10	
Valor	0.4	1.2	1.6	0.6	2.0	5.8

Tabla 228: Calificación de alternativas para la Macro localización.

Fuente: Elaboración Propia.

Analizando los resultados obtenidos podemos observar que existe un empate con el puntaje de los municipios de Santo Domingo y San Cayetano Istepeque en cuanto a macro localización, ambos municipios con 9.6 puntos.

MICROLOCALIZACIÓN

A continuación, se listan los factores a considerar para establecer la ubicación de la plaza de las Artesanías, los cuales han sido seleccionados de acuerdo a su grado de beneficio, tanto económico como social para el proyecto:

- Superficie Disponible
- Costo del terreno

- Topografía del terreno
- Proximidad a las vías de comunicación
- Disponibilidad de servicios básicos (energía eléctrica, agua, teléfono, etc.)
- Seguridad de la zona.

Factores relevantes en la microlocalización

FACTOR	IMPORTANCIA	PESO
Superficie Disponible	Se refiere a la cantidad del espacio físico necesario acorde con las características dimensionales requeridas para la construcción de la plaza y para futuras expansiones.	15%
Costo del Terreno	Este factor es muy importante ya que es el costo de adquisición del terreno ya que formara parte fundamental de la inversión fija tangible, por lo que debe ser acorde con las características que presenta el proyecto	20%
Topografía del Terreno	Es de considerar la estructura del terreno, si se encuentra en riesgo ya sea por derrumbes o inundaciones.	10%
Proximidad a las vías de comunicación	Este se refiere a que tan lejos se encuentra la vía de acceso a una calle pavimentada desde el lugar donde se encuentran ubicados la planta dentro del municipio.	20%
Disponibilidad de servicios básicos (Energía Eléctrica, Agua, Teléfono)	La Energía Eléctrica es necesaria para el funcionamiento de la plaza, así como el agua es necesaria para procurar la inocuidad y calidad de los productos y la higiene de las instalaciones, Finalmente la disponibilidad telefónica crea un vínculo de comunicación entre la plaza, los proveedores y los clientes.	20%
Seguridad de la zona	Debe considerarse una ubicación con bajo índice delincuencial para constatar la seguridad para las personas que visiten la plaza.	15%

Tabla 229: Factores de Calificación para la Micro localización.
Fuente: Elaboración Propia.

JUSTIFICACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DE MICRO LOCALIZACIÓN

FACTORES	MUNICIPIOS	
	Santo Domingo (Ubicado sobre Km 50.5 de la carretera panamericana; ½ Km después de la entrada al municipio de Santo Domingo, frente a Parque Acuático El Caminante)	**San Cayetano Istepeque** (Ubicado sobre Km 54 de la carretera panamericana; 1 km Antes del desvió hacia San Vicente y Apastepeque)
Costo del Terreno	Propiedad de la Alcaldía Municipal de Santo Domingo	Propiedad de la Alcaldía Municipal de San Cayetano Istepeque
Topografía del Terreno	Zona de Riesgo por derrumbe	Zona de alto Riesgo por derrumbe
Proximidad a las vías de comunicación	Se encuentra sobre la carretera panamericana, cobertura al 100% del servicio de transporte publico	Se encuentra sobre la carretera panamericana, cobertura al 100% del servicio de transporte publico
Disponibilidad de servicios básicos (Energía Eléctrica, Agua, Teléfono)	Al alcance de todos los servicios básicos	Al alcance de todos los servicios básicos
Seguridad de la zona	Bajos índices anuales de Delitos vinculados a robos, extorsiones y asesinatos	Bajos índices anuales de Delitos vinculados a robos, extorsiones y asesinatos

Tabla 230: Justificación de Alternativas para la Micro localización.

Fuente: Elaboración Propia.

EVALUACIÓN POR PUNTOS

La calificación ponderada se obtiene del producto peso de cada criterio multiplicado por la calificación de cada alternativa. La calificación va desde 2 hasta 10, en el cual 10 es la mejor calificación. Para proceder a la calificación de las alternativas, es necesario establecer una escala común de calificación, la cual se detalla a continuación:

CRITERIO	RANGO
Excelente Ubicación	10
Muy buena Ubicación	8
Buena Ubicación	6
Regular Ubicación	4
Mala Ubicación	2

Tabla 231: Escala de Calificación para la Micro localización.
Fuente: Elaboración Propia.

A continuación, se realiza una evaluación para las alternativas de los municipios de Santo Domingo y San Cayetano Istepeque, de acuerdo a los factores que han sido considerados de mayor relevancia para la localización de la plaza:

FACTORES	PESO	MUNICIPIOS			
		Santo Domingo (Ubicado sobre Km 50.5 de la carretera panamericana; ½ Km después de la entrada al municipio de Santo Domingo, frente a Parque Acuático El Caminante)		**San Cayetano Istepeque** (Ubicado sobre Km 54 de la carretera panamericana; 1 km Antes del desvió hacia San Vicente y Apastepeque)	
		Calificación	**Valor Ponderado**	**Calificación**	**Valor Ponderado**
Superficie Disponible	15%	10	1.5	6	0.9
Costo del Terreno	20%	10	2.0	10	2.0
Topografía del Terreno	10%	8	0.8	6	0.6
Proximidad a las vías de comunicación	20%	10	2.0	10	2.0
Disponibilidad de servicios	20%	8	1.6	8	1.6

básicos (Energía Eléctrica, Agua, Teléfono)					
Seguridad de la zona	15%	8	1.2	8	1.2
Total			**9.1**		**8.3**

Tabla 232: Evaluación para las alternativas de la Micro localización.

Fuente: Elaboración Propia.

Los resultados de la evaluación de la micro localización dictan como la zona más ventajosa para ubicar la plaza de las artesanías en el municipio de Santo Domingo, ya que este municipio cumple con mayor fidelidad los requerimientos de los factores establecidos.

A continuación, se presenta un mapa que representa el área seleccionada para la micro localización de la plaza.

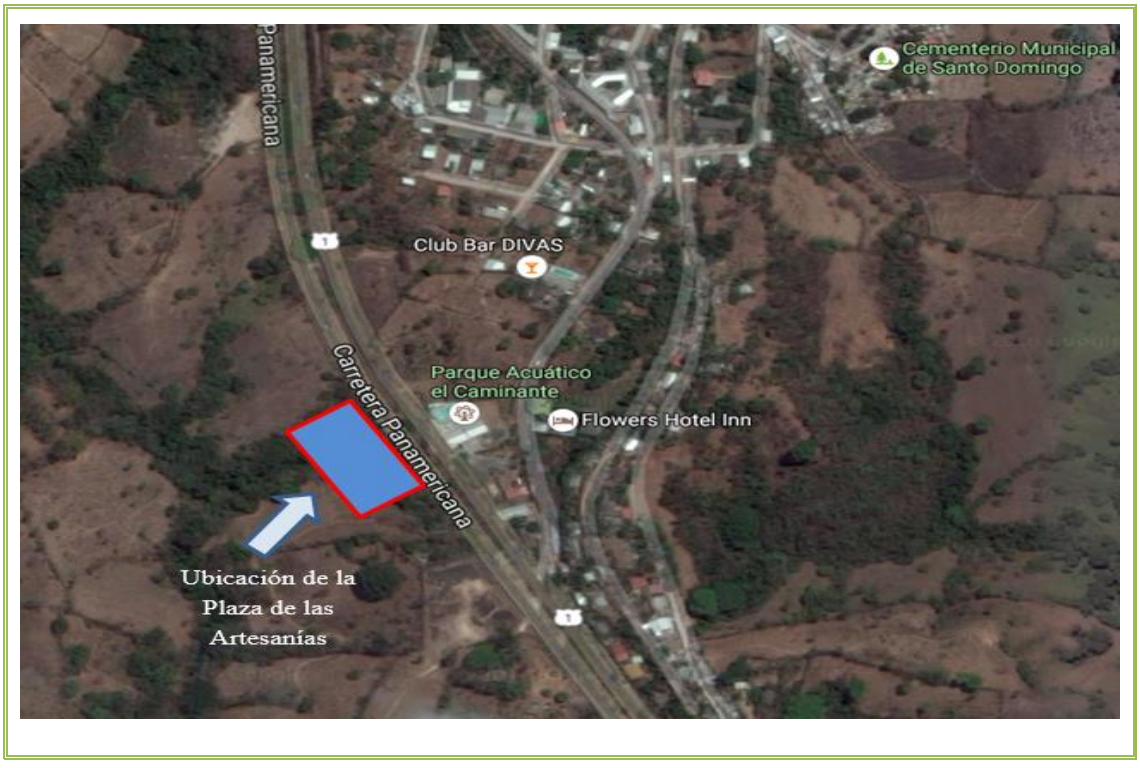


Ilustración 41: Ubicación de la Plaza de las Artesanías.

Fuente: Elaboración propia.

8.9.2. REQUERIMIENTO DE ESPACIO FÍSICO PARA LA PLAZA DE LAS ARTESANÍAS

Para que la plaza de las artesanías funcione de manera adecuada se debe de considerar la disposición de las áreas físicas de las instalaciones, considerando todas aquellas áreas que son indispensables para su funcionamiento y poder así ofrecer un mejor ambiente y atención adecuada a los clientes y turistas que la visiten.

Las áreas físicas requeridas para la plaza de las artesanías son:

- Espacios para ofertar productos artesanales identitarios (14)
- Oficina Administrativa (MIJIBOA)
- Área de Restaurante
- Área de Esparcimiento
- Servicios Sanitarios
- Estacionamiento

Estimación de espacio requerido

Área	**Requerimiento de espacio en metros**	**Total en m^2**
Espacios para ofertar productos artesanales identitarios (14)	4x4	224 m^2
Oficina Administrativa (MIJIBOA)	6x6	36 m^2
Área de Restaurante	12x20	240 m^2
Área de Esparcimiento	16x20	320 m^2
Servicios Sanitarios (8)	1.5x1.5	18 m^2
Estacionamiento (20)	2.5x5.5	275 m^2
Total		**1,113 m^2**

Tabla 233: Requerimientos de Espacios.
Fuente: Elaboración Propia.

El Costo Aproximado de la Plaza es de $90,000.00

8.10. CREAR ESPACIOS DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA CON LOS TURISTAS

Desarrollo de las actividades del Objetivo 4.C

8.10.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN ADECUADOS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS.

De acuerdo a los resultados del diagnóstico, los principales medios de comunicación que son utilizados por los turistas para enterarse de un destino turístico son los siguientes:

- Televisión/radio
- Internet (Redes Sociales)
- Recomendaciones de Terceros
- Periódicos

Por lo tanto, es necesario potenciar la publicidad de los circuitos turísticos a través de estos medios. Para ello se han decidido las siguientes estrategias a seguir:

- Se deben invitar los programas de turismo, especialmente aquellos que tienen difusión en Estados Unidos tales como "Orgullosamente salvadoreño" y "Mi País TV", promoviendo la zona como un nuevo destino turístico en forma de circuito turístico.
- Se deben crear Fan Page en las redes sociales donde se promuevan los atractivos de los circuitos turísticos.
- Se debe invitar a los medios escritos, por medio de un viaje de familiarización, especialmente a medios como El diario de Hoy, La prensa gráfica que son los de mayor circulación y tienen espacios reservados para este tipo de reportajes.
- Se debe implementar la estrategia del Customer Experiencie descrita en este plan, de esta manera, a la vez que el visitante adquiere nuevos conocimientos y nuevas experiencias, la destinación consigue fidelizarle y se beneficia la población entera directa o indirectamente. Este turista hablará maravillas en persona y en las redes sociales, cosa que es la mejor publicidad que cualquier destinación pueda tener.

8.10.2. DETERMINAR UNA MARCA TURÍSTICA.

Se entiende por marca todo signo susceptible de ser representado gráficamente, y que sirve para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras. Tales signos pueden ser:

- Las palabras o combinaciones de palabras, incluidas las que sirven para identificar a las personas.
- Las imágenes, figuras, símbolos y dibujos.
- Las letras, las cifras y sus combinaciones.
- Las formas tridimensionales entre las que se incluyen los envoltorios, los envases y la forma del producto o de su presentación.
- Los sonoros.
- Cualquier combinación de los signos anteriores

El proceso de construcción de la marca turística es el siguiente;

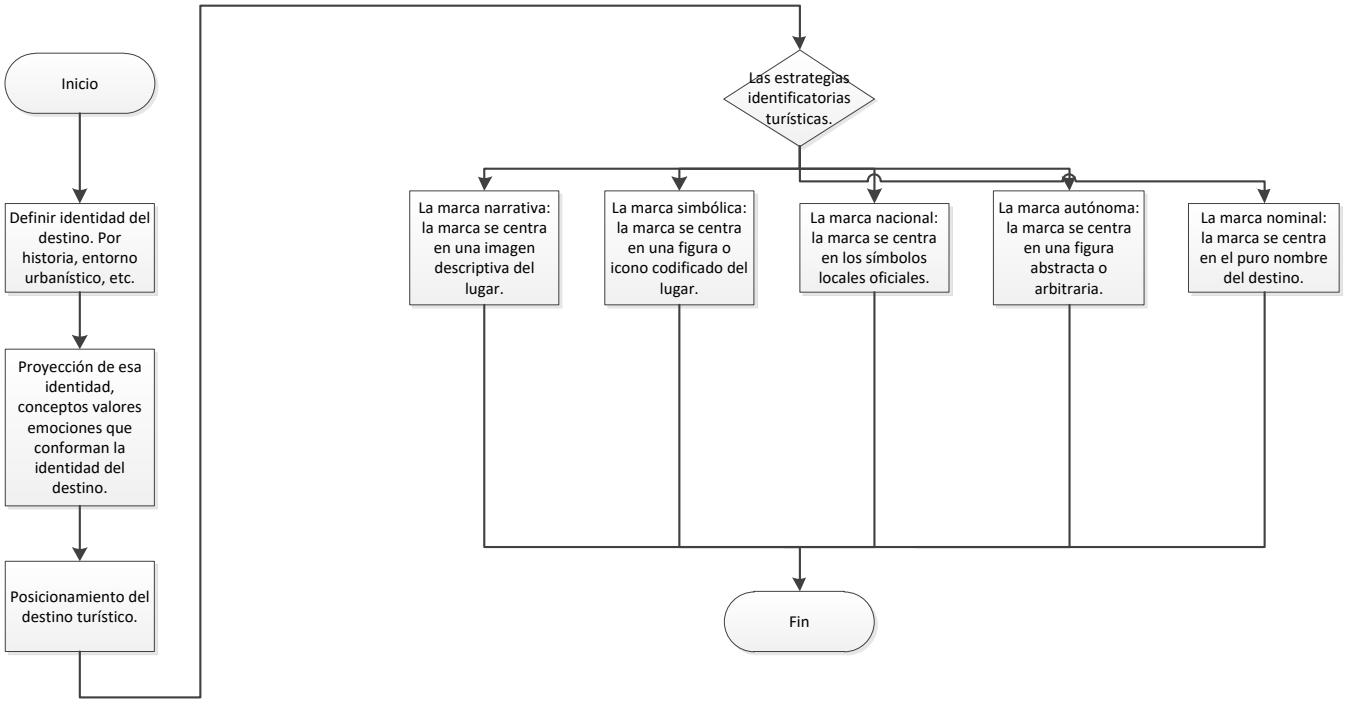


Ilustración 42: Construcción de una marca turística.
Fuente: Elaboración Propia.

Esta marca debe ser diseñada para el circuito completa, esto para mantener cierta independencia e identidad de las personas con la marca de su municipio, al tiempo que este se vende dentro del gran destino compuesto por la ruta turística. A continuación, se realiza la marca turística para los cinco circuitos del Valle de Jiboa:

1. Identidad del destino: Es un destino variado, tiene distintos tipos de destinos, y sus tradiciones son variadas.
2. Proyección de la identidad: Los destinos se caracterizan por un gran acercamiento a la naturaleza, belleza natural. Destaca entre sus actividades productivas la caña de azúcar, café, el maíz, así como artesanos con mucha tradición cultural.
3. Estrategia identificatorios, Optando por la marca narrativa, se puede ver que la ruta tiene una progresión lógica.

Ante esto se debe formar un mensaje permanente el cual consiste es una palabra o varias palabras, una frase de estilo publicitario, que sintetiza y sugiere las características y diferencias de la oferta turística general de la zona en estudio, mientras que la marca turística expresa su identidad corporativa y se convierte en el elemento central del recuerdo mental en el mercado, llegando a ser su activo intangible más importante. La marca y frase permanente es la siguiente para cada uno de los circuitos propuestos:

Marca	Municipios que lo Conforman
	Santo Domingo San Vicente San Cayetano Istepeque Apastepeque
	Santo Domingo San Lorenzo San Esteban Catarina San Cayetano Istepeque

	Santo Domingo Verapaz Tepetitán Guadalupe
	Santo Domingo San Sebastián San Lorenzo
	Santo Domingo San Lorenzo San Cayetano Istepeque

Tabla 234: Logos de los circuitos turísticos.
Fuente: Elaboración Propia.

8.10.3. CREACIÓN DE BROCHURES PARA LA PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS INCLUIDOS EN LOS CIRCUITOS.

El desarrollo de brochures tiene por objetivo ser utilizados como medios de promoción dentro de los centros de información, por lo que durante los periodos vacacionales se puede coordinar actividades de promoción también en las ferias y festivales.

Los elementos que se deben incluir en estos brochures son los destinos turísticos por cada municipio, así como una identificación con la ruta a la que pertenece. A continuación, se muestra el diseño de los Brochures para cada circuito turístico:

Caminos de Arte y tradición

CIRCUITO 1

8:00 a.m **Actividad** Salida desde Plaza de las Artesanías hacia San Vicente, Pasando por Mirador del valle del Jiboa **Municipio** Santo Domingo **Descripción** Inicio del circuito, Salida hacia mirador del Valle del Jiboa	**8:10 a.m** **Actividad** Llegada a Mirador del Valle del Jiboa **Municipio** San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5) **Descripción** Avistamiento del valle de Jiboa y sus alrededores, Toma de Fotografías.	**8:30 a.m** **Actividad** Salida hacia San Vicente **Municipio** San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5) **Descripción** Salida hacia San Vicente	**8:40 a.m** **Actividad** Llegada a Ciudad de San Vicente **Municipio** San Vicente **Descripción** Visita del casco urbano de la ciudad de San Vicente: La Torre, Iglesia Basílica Nuestra señora del Pilar y alrededores; Degustación de dulces Artesanales
11:00 a.m **Actividad** Salida hacia Apastepeque **Municipio** San Vicente **Descripción** Salida hacia Apastepeque	**11:10 a.m** **Actividad** Llegada a municipio de Apastepeque **Municipio** Apastepeque **Descripción** Visita al Casco urbano del municipio de Apastepeque: Parque central, Iglesia Colonial Santiago Apóstol	**12:00 a.m** **Actividad** Almuerzo **Municipio** Apastepeque **Descripción** Almuerzo en lugar de elección del Turista	**1:30 a.m** **Actividad** Visita de Museo de Artes **Municipio** Apastepeque **Descripción** Exposición de Pinturas y esculturas
2:15 a.m **Actividad** Salida hacia Laguna de Apastepeque **Municipio** Apastepeque **Descripción** Salida hacia Laguna de Apastepeque	**2:50 a.m** **Actividad** Llegada a Laguna de Apastepeque **Municipio** Apastepeque **Descripción** Visita de turicentro Laguna de Apastepeque: Avistamiento de la laguna y de aves. Toma de Fotografías, etc.	**4:50 a.m** **Actividad** Salida hacia Plaza de las Artesanías **Municipio** Apastepeque **Descripción** Salida hacia Plaza de las Artesanías	**5:00 a.m** **Actividad** Llegada a Plaza de las Artesanías **Municipio** Santo Domingo **Descripción** Fin del circuito

CIRCUITO 2

8:00 a.m
Actividad
Salida desde Plaza de las Artesanías hacia municipio de San Lorenzo

Municipio
Santo Domingo

Descripción
Inicio del circuito

8:20 a.m
Actividad
Llegada a municipio de San Lorenzo

Municipio
San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5)

Descripción
Avistamiento del valle de Jiboa y sus alrededores, Toma de Fotografías.

9:30 a.m
Actividad
Salida hacia Cerro El Brujo

Municipio
San Lorenzo

Descripción
Salida hacia Cerro El Brujo

9:50 a.m
Actividad
Llegada a Cerro El Brujo

Municipio
San Lorenzo

Descripción
Visita del Cerro el Brujo (Explicación Histórica): Caminata sobre pequeños senderos, Vistas panorámicas, Toma de Fotografías, etc.

11:20 a.m
Actividad
Salida hacia San Esteban Catarina

Municipio
San Lorenzo

Descripción
Salida hacia San Esteban Catarina

11:45 a.m
Actividad
Llegada a San Esteban Catarina: Almuerzo

Municipio
San Esteban Catarina

Descripción
Llegada a San Esteban Catarina: Almuerzo

1:00 p.m
Actividad
Degustación de Melcohas y derivados

Municipio
San Esteban Catarina

Descripción
Observación del proceso de elaboración de Melcochas/ Degustación de Melcochas

1:40 p.m
Actividad
Elevación de Globos artesanales

Municipio
San Esteban Catarina

Descripción
Observación del Proceso Artesanal de Globos/ Elevación de Globos

2:30 p.m
Actividad
Visita de Cerro las Delicias

Municipio
San Esteban Catarina

Descripción
Caminatas cortas sobre pequeños senderos, Avistamiento de Aves, Vistas panorámicas, Toma de fotografías, etc.

3:00 p.m
Actividad
Salida hacia Laguna La Bruja

Municipio
San Esteban Catarina

Descripción
Salida hacia Laguna La Bruja

3:20 p.m
Actividad
Llegada a Laguna La Bruja

Municipio
San Esteban Catarina

Descripción
Explicación histórica del lugar, Avistamiento de Aves, Caminatas por senderos, Toma de Fotografías, Etc.

4:20 p.m
Actividad
Salida hacia Mirador del Valle del Jiboa

Municipio
San Esteban Catarina

Descripción
Salida hacia Mirador del Valle del Jiboa

4:40 p.m
Actividad
Llegada a Mirador del Valle del Jiboa

Municipio
San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5)

Descripción
Avistamiento del valle de Jiboa y sus alrededores, Toma de Fotografías.

4:55 p.m
Actividad
Salida hacia Plaza de las Artesanías

Municipio
San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5)

Descripción
Salida hacia Plaza de las Artesanías

5:00 p.m
Actividad
Llegada a Plaza de las Artesanías

Municipio
Santo Domingo

Descripción
Fin del circuito

Aventura dulce
Y Tradiciones

8:00 a.m

Actividad
Salida desde Plaza de las Artesanías hacia municipio de Tepetitán, pasando por mirador del Valle del Jiboa

Municipio
Santo Domingo

Descripción
Inicio del circuito, Salida hacia mirador del Valle del Jiboa

8:10 a.m

Actividad
Llegada a Mirador del Valle del Jiboa

Municipio
Verapaz

Descripción
Avistamiento del valle de Jiboa y sus alrededores, Toma de Fotografías

8:30 a.m

Actividad
Salida hacia Tepetitán

Municipio
Verapaz

Descripción
Salida hacia Tepetitán

8:40 a.m

Actividad
Llegada a municipio de Tepetitán

Municipio
Tepetitán

Descripción
Visita del casco urbano de Tepetitán; parque central y Cañón de Anastasio Aquino ubicado en Complejo Educativo Pedro Pablo Castillo (Explicación Histórica)

10:00 a.m

Actividad
Salida hacia Moliendas de Verapaz

Municipio
Verapaz

Descripción
Salida hacia Moliendas de Verapaz

10:15 a.m

Actividad
Llegada a Moliendas de Verapaz

Municipio
Verapaz

Descripción
Visita a Moliendas de Dulce de Panela y derivados: Observación de proceso de elaboración artesanal/ y degustación de dulce de panela.

CIRCUITO 3

Caminos de Moliendas y Ausoles

11:20 a.m

Actividad
Visita a Casco urbano de Verapaz

Municipio
Verapaz

Descripción
Visita de parque central y Monumento a la Vida (Explicación Histórica)

12:00 p.m

Actividad
Almuerzo

Municipio
Verapaz

Descripción
Almuerzo en Verapaz

1: 25 p.m

Actividad
Salida hacia Ausoles de los Infiernillos

Municipio
Verapaz

Descripción
Salida hacia Ausoles de los Infiernillos

1: 40 p.m

Actividad
Llegada a Ausoles de los Infiernillos

Municipio
Guadalupe

Descripción
Visita a los Ausoles de los Infiernillos: Caminata sobre senderos, Vistas panorámicas, Toma de Fotografías, etc

3: 15 p.m

Actividad
Salida hacia Guadalupe

Municipio
Guadalupe

Descripción
Salida hacia Guadalupe

3: 35 p.m

Actividad
Llegada a Guadalupe

Municipio
Guadalupe

Descripción
Visita del casco urbano del municipio de Guadalupe /y observación del proceso de elaboración artesanal de café

4: 45 p.m

Actividad
Salida hacia Plaza de las Artesanías

Municipio
Guadalupe

Descripción
Salida hacia Plaza de las Artesanías

5:00 p.m

Actividad
Llegada a Plaza de las Artesanías

Municipio
Santo Domingo

Descripción
Fin del circuito

8:00 a.m

Actividad
Salida desde Plaza de las Artesanías hacia municipio de San Sebastián

Municipio
Santo Domingo

Descripción
Inicio del circuito

8:20 a.m

Actividad
Llegada a Municipio de San Sebastián

Municipio
San Sebastián

Descripción
Visita de casco Urbano: Parque central Iglesia

8:50 a.m

Actividad
Visita a Telares de la Ciudad

Municipio
San Sebastián

Descripción
Visita a Talleres artesanales de la ciudad. Observación del proceso de elaboración de Telares, Hamacas, Colchas, etc.

10:10 a.m

Actividad
Salida hacia Rio El Machacal

Municipio
San Sebastián/ San Lorenzo

Descripción
Salida hacia Rio El Machacal

10:20 a.m

Actividad
Llegada a Rio El Machacal

Municipio
San Sebastián/ San Lorenzo

Descripción
Visita a Rio El Machacal (Historia)

11:00 a.m

Actividad
Salida hacia San Lorenzo

Municipio
San Lorenzo

Descripción
Salida hacia San Lorenzo

11:10 a.m

Actividad
Llegada a municipio de San Lorenzo

Municipio
San Lorenzo

Descripción
Visita de casco urbano del municipio: Iglesia, Parque central y Árbol de Ceiba (Explicación Histórica)

12:00 p.m

Actividad
Almuerzo en San Lorenzo

Municipio
San Lorenzo

Descripción
Almuerzo en San Lorenzo

1: 30 p.m

Actividad
Salida hacia Cerro El Grande

Municipio
San Lorenzo

Descripción
Salida hacia Cerro El Grande

1: 45 p.m

Actividad
Llegada a Cerro El Grande

Municipio
San Lorenzo

Descripción
Visita del Cerro El Grande (Explicación Histórica) : Caminata sobre pequeños senderos. Vistas panorámicas hacia el Valle del Jiboa. Toma de Fotografías, etc.

3:15 p.m

Actividad
Salida hacia Moliendas de San Lorenzo

Municipio
San Lorenzo

Descripción
Salida hacia Moliendas de San Lorenzo

3:30 p.m

Actividad
Llegada a Moliendas de San Lorenzo

Municipio
San Lorenzo

Descripción
Visita a Moliendas de Dulce de Panela y derivadas: Observación de proceso de elaboración artesanal/ y degustación de dulce de panela.

4: 40 p.m

Actividad
Salida hacia Plaza de las Artesanías

Municipio
San Lorenzo

Descripción
Salida hacia Plaza de las Artesanías

5:00 p.m

Actividad
Llegada a Plaza de las Artesanías

Municipio
Santo Domingo

Descripción
Fin del circuito

CIRCUITO 4

TEJIDOS DE
MAGIA Y COLOR

TEJIDOS DE
MAGIA Y COLOR

DULCES SABORES DE MI TIERRA

CIRCUITO 5

8:00 a.m
Actividad
Salida desde Plaza de las Artesanías hacia el casco urbano Santo Domingo
Municipio
Santo Domingo
Descripción
Inicio del circuito

8:10 a.m
Actividad
Llegada a Municipio de Santo Domingo
Municipio
Santo Domingo
Descripción
Visita de casco Urbano: Parque central Iglesia. Observación del proceso de elaboración de Dulces Artesanales/Degustación de Dulces

9:40 a.m
Actividad
Salida hacia Cascada El Playón
Municipio
Santo Domingo
Descripción
Salida hacia Cascada El Playón

10:10 a.m
Actividad
Llegada a Cascada El Playón
Municipio
Santo Domingo
Descripción
Caminata sobre senderos, Toma de Fotografías, etc.

11:30 a.m
Actividad
Salida hacia San Lorenzo
Municipio
Santo Domingo
Descripción
Salida hacia San Lorenzo

12:00 p.m
Actividad
Llegada a municipio de San Lorenzo: Almuerzo
Municipio
San Lorenzo
Descripción
Almuerzo en San Lorenzo

1:30 p.m
Actividad
Visita de casco urbano de San Lorenzo
Municipio
San Lorenzo
Descripción
Visita de casco urbano del municipio: Iglesia, Parque central y Árbol de Ceiba (Explicación Histórica)

2:30 p.m
Actividad
Salida hacia Moliendas de San Lorenzo
Municipio
San Lorenzo
Descripción
Salida hacia Moliendas de San Lorenzo

2:50 p.m
Actividad
Llegada a Moliendas de San Lorenzo
Municipio
San Lorenzo
Descripción
Visita a Moliendas de Dulce de Panela y derivados: Observación de proceso de elaboración artesanal y degustación de dulce de panela.

4:20 p.m
Actividad
Salida hacia Mirador del Valle del Jiboa
Municipio
San Lorenzo
Descripción
Salida hacia Mirador del Valle del Jiboa

4: 30 p.m
Actividad
Llegada a Mirador del Valle del Jiboa
Municipio
San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5)
Descripción
Avistamiento del valle de Jiboa y sus alrededores, Toma de Fotografías.

4:50 p.m
Actividad
Salida hacia Plaza de las Artesanías
Municipio
San Cayetano Istepeque (Carretera Panamericana Km 54.5)
Descripción
Salida hacia Plaza de las Artesanías

5:00 p.m
Actividad
Llegada a Plaza de las Artesanías
Municipio
Santo Domingo
Descripción
Fin del circuito

DULCES SABORES DE MI TIERRA

8.11. ASIGNACIÓN DE RECURSOS

Componente de Comercialización y Publicidad						
Cod.	**Actividad**	**Cant**	**Costo unitario**	**Sub. Total**	**Inversión**	**Costo Anual**
4.A.1.A	**Formación de personal de atención al turista basado en el modelo Customer Experience**				**$1,177.12**	
	Experiencia de Compras atractivas con valor agregado para artesanos					
	Creación de Promociones de Fidelización					
	Materiales consumibles	1	$18.32	$27.12		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
	Presupuesto para promocionales	1	$1,000.00	$1,000.00		
4.B.1.B	**Diseño y Creación de la Plaza de Artesanías**				**$90,000.00**	
	Diseño y Creación de la Plaza de Artesanías	1	$90,000.00	$90,000.00		
4.C.1.C	**Utilización de medios de Comunicación para la promoción de destinos turísticos**					**$3,000.00**
	Presupuesto para utilización de medios de comunicación para promociones	1	$3,000.00	$3,000.00		

4.C.2.C	**Determinación de la Marca Turística (Incluido en componente 1.A.1.A)**				**0**	
4.C.3.C	**Diseño de Brochures publicitarios para circuitos turísticos (Incluido en componente 1.A.1.A)**				**0**	
Sub-Total					**$91,177.12**	**$3,000.00**

Tabla 235: Costos del componente de Comercialización.

Fuente: Elaboración propia.

8.12. PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE COMPRENDEN EL PLAN

Programa	s1	s2	s3	s4	s5	s6	s7	s8	s9	s10	s11	s12	s13	s14	s15	s16
2.A.1.																
2.B.1.																
2.C.1.																

Tabla 236: Programación de actividades que comprenden el Componente.

Fuente: Elaboración Propia.

8.13. ESTABLECIMIENTO DEL MECANISMO DE CONTROL A TRAVÉS DE INDICADORES

Programa	**Nombre**	**Calculo**		**Meta Actividad**	
COD	**Nombre**	**Formula**	**Elementos**	**Valor Estándar**	**Justificación**
2.C.1.	Definición de frase	-	Frase permanente	Definida	Sólo se necesita conocer si se ha definido la frase permanente
	Utilización de los medios (Utm)	$Utm = \frac{m}{4}$	m: medios utilizados. 3: los medios identificados como los más utilizados por los turistas.	1	Se utilizará este indicados para conocer si se están utilizando la totalidad de los medios de comunicación

Tabla 237: Establecimiento de mecanismos de control a través de Indicadores

Fuente: elaboración propia.

8.14. INDICADORES PARA EL CONTROL DE METAS

Meta	**Calculo**		**Valor esperado**
Nombre	**Formula**	**Elementos**	**Valor (%)**
Caracterizar los Productos turísticos de la zona en un 100% con sus respectivos destinos turísticos a mediano plazo.	$M1dt = \frac{Dt}{21}$	Dt: Destinos turísticos de la zona 21: Número de destinos encontrados en el diagnóstico	M1dt≥1
Conocer los mercados objetivos para los productos turísticos	$M3mc = Mut3$		El valor esperado es el do afirmativamente conocer el mercado objetivo
Utilizar el 100% de los medios adecuados para la promoción de los municipios			

Tabla 238: Indicadores para el control de metas.
Fuente: elaboración propia.

9. COMPONENTE DE FINANCIAMIENTO

9.1. DESCRIPCIÓN

El componente de financiamiento tiene como objetivo describir la manera y los lugares que los encargados de desarrollar los componentes contenidos dentro del sistema integrado de turismo y comercialización de productos artesanales se deben avocar para la búsqueda de los fondos necesarios para la realización de los mismos. Su enfoque es para la aplicación de parte de las personas el comité o de la oficina técnica, esto porque de acuerdo a experiencias anteriores es mejor si los fondos necesarios para componentes como el presente se manejan por un ente externo a las municipalidades.

Le realización del componente de financiamiento depende también de la definición de la organización que llevará a cabo, esto porque será con ella con quien las organizaciones se

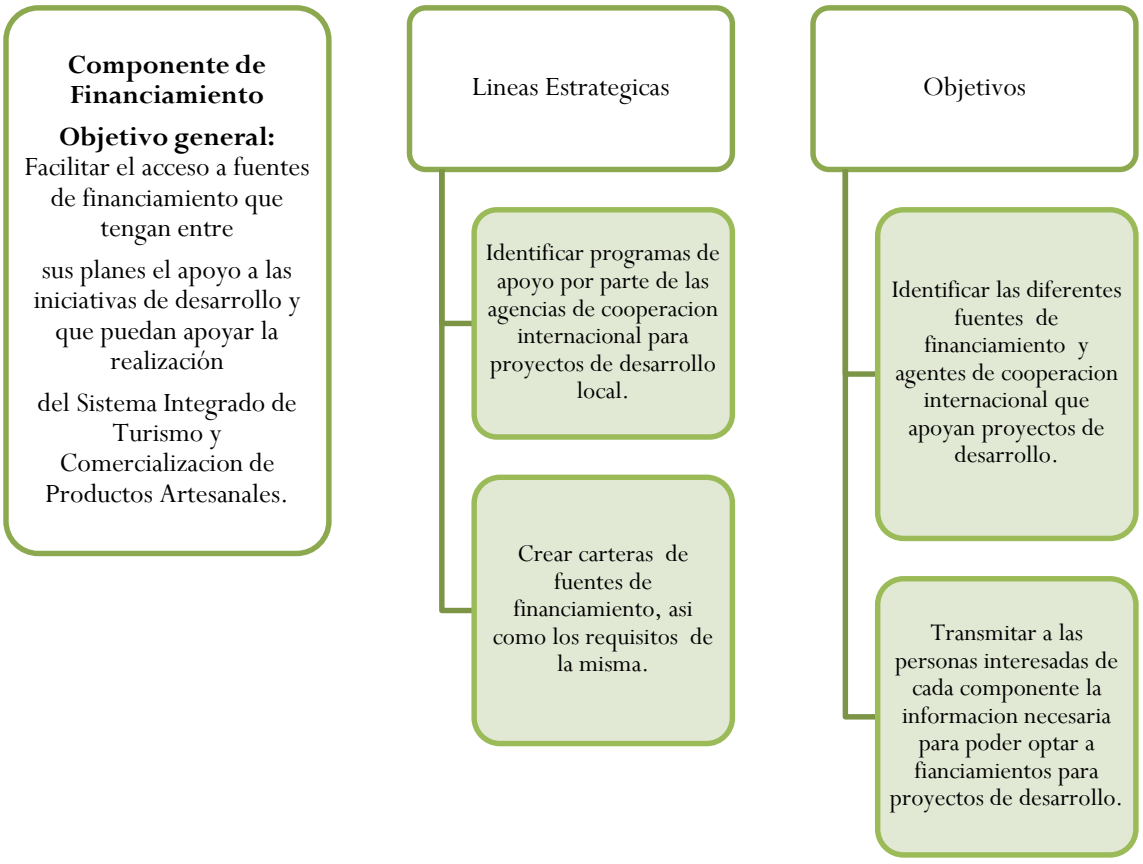
entenderán para llevar a cabo el financiamiento, así que como un paso previo al desarrollo de este componente se debe de formar la organización ya mencionada.

9.2. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES U OPORTUNIDADES EN BASE AL DIAGNÓSTICO

Líneas estratégicas

1. Identificar programas de apoyo por parte de las agencias de cooperación internacional para proyectos de desarrollo local. (Según FODA de la etapa de diagnóstico para minimizar D_6, D_{14}, D_{20})
2. Crear cartera de las fuentes de financiamiento, así como de los requisitos de las mismas. (Según FODA de la etapa de diagnóstico para minimizar A_7, A_9)

9.3. ESTRUCTURA GENERAL DEL COMPONENTE DE FINANCIAMIENTO



Esquema 65: Estructura del Componente de financiamiento.
Fuente: Elaboración propia.

9.4. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Objetivos		**Resultados esperados**	**Metas**
Código	**Enunciado**		
5.A	Identificar las diferentes fuentes de financiamiento y agentes de cooperación internacional que apoyan proyectos de desarrollo.	Se conocen y detallan los requerimientos de las fuentes de financiamiento y cooperación en el corto plazo	Meta 1: Se conocen por lo menos 10 Fuentes de cooperación, así como sus respectivos requisitos.
5.B	Transmitir a las personas interesadas de cada plan la información necesaria y para poder optar a financiamientos para proyectos de desarrollo	Los encargados de la realización de los planes conocen los requisitos y buscan el acceso a las fuentes de financiamiento cumpliendo los mismos de ser necesario durante el desarrollo de los Componentes.	Meta 1: El encargado del plan de financiamiento conoce los requisitos y busca cumplirlos para conseguir el financiamiento.

Tabla 239: Definición de objetivos.
Fuente: Elaboración propia.

9.5. ESTABLECIMIENTO DE ACTIVIDADES

Objetivo	**Programa**		**Actividades**	
	Código	**Nombre**	**Código**	**Nombre**
5.A	5.A.1	Definir los organismos de ayuda existentes en El Salvador.	5.A.1.A	Identificar los organismos de cooperaciones existentes en El Salvador
			5.A.1.B	Definir las condiciones para el apoyo de parte de los organismos.
			5.A.1.C	Desarrollo e estrategia para el logro del apoyo financiero.

5.B	5.B.1	Definir los requisitos para poder acceder a las oportunidades de apoyo de parte de organismos de cooperación	5.B.1.A	Definir los requisitos legales que se deben cumplir para acceder al apoyo de organismos
			5.B.1.B	Determinar y crear una guía con los requisitos más comunes de parte de los organismos de cooperación para acceder a los préstamos.

Tabla 240: Establecimiento de actividades.
Fuente: Elaboración propia.

9.6. DESARROLLO DE LA METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DEL COMPONENTE DE FINANCIAMIENTO

9.6.1. COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Procedimiento 5.A.1.A Identificar los organismos de cooperación existentes en El Salvador.

En esta actividad se deben identificar aquellos organismos que tienen actividad en El Salvador y que pueden apoyar el desarrollo de los planes. A continuación, se presentan las agencias de Cooperación que trabajan en el País:

1. **Identificación de las Agencias de Cooperación**

Organización	**Área de trabajo**	**País**	**Correo Electrónico**
Ayuda en Acción El Salvador	Mejorar las condiciones de vida de niños y niñas, familias y comunidades en los países y regiones más pobres, a través de proyectos auto-sostenibles de desarrollo integral y actividades de sensibilización, con la finalidad última de	España	informacion@ayudaenaccion.org

	propiciar cambios estructurales que contribuyan a la erradicación de la pobreza.		
We Effect	Apoya a cooperativas y grupos organizados de los sectores populares con herramientas para luchar contra la pobreza y la injusticia en base a su propio esfuerzo.	Suecia	elsalvador@weeffect.org
Hivos	Trabaja con el fortalecimiento de movimiento de mujeres	Holanda	voluntas@integra.com.sv
Fundación Heinrich Böll	Investigaciones ambientales	Alemania	sv-info@sv.boell.org
Fundación Friedrich Ebert Stiftung	Desarrollo sustentable, seguridad pública, integración regional.	Alemania	elsalvador@fesamericacentral.org
Aecid	Lucha contra la pobreza y el Desarrollo humano sostenible.	España	otc.elsalvador@aecid.es
ACDI	Desarrollo Económico y Empleo, Generación de ingresos, Competitividad y Productividad, Industria y comercio, Desarrollo Juvenil, Programas para el desarrollo juvenil, Seguridad, Democracia y Gobernanza, Sostenibilidad y Desarrollo Social	Canadá	info@acdi-cida.gc.ca

Tabla 241: Identificación de las agencias de cooperación.
Fuente: Elaboración Propia

Procedimiento 5.A.1.B: Definir las condiciones para el apoyo de parte de los organismos.

Las características que la cooperación Internacional debe tener para ser consideradas en el presente proyecto son:

COOPERACIÓN INTERNACIONAL			
Clasificación	Tipo de Clasificación		**Descripción**
Tipo de Fuente	Multilateral		
Tipo de Cooperación Internacional	Naturaleza de las Actividades	Cooperación Internacional	Se le conoce como sinónimo de Cooperación para el Desarrollo que comprende componentes reembolsables y no reembolsables).
	Nivel de Desarrollo de los Actores Involucrados	Cooperación Vertical	Norte-sur que tiene lugar entre un país desarrollado y otro que no lo es.
	Naturaleza de las Obligaciones Generadas	Cooperación No Reembolsable	Es la Cooperación Financiera y Técnica que se otorga a través de donaciones.
	Cantidad y Naturaleza de las Partes Involucradas	Cooperación Descentralizada	Cooperación Oficial manejada por Alcaldías, Ayuntamientos, Comunas, Gobernaciones, Diputaciones, ONG´s, otros.
Modalidad (Unión Europea)	Cooperación al Desarrollo	Cooperación Financiera y Técnica	Apunta a la aceleración del Ritmo de Desarrollo, mediante la transferencia de recursos, financieros, materiales y tecnológicos, así como expertos.
Ciclo de la Cooperación Internacional	Gestión-Negociación-Administración		

Ilustración 43: Cooperación Internacional.

Fuente: Microrregión del Valle de Jiboa.

Debido a la naturaleza de la Investigación las características definidas en la tabla anterior se definen como los lineamientos básicos que deben ser considerados al requerir la Cooperación Financiera-Técnica.

Otro elemento importante que se debe considerar es que los organismos internacionales de cooperación normalmente ponen algunas condiciones para el apoyo a las organizaciones sin embargo estas condiciones pueden variar de acuerdo a cada organismo de cooperación, entre las condiciones más comunes se encuentran:

- Contrapartida para el desarrollo del financiamiento
- Definición del estado legal de la organización que recibirá los fondos
- Cartas aval del desarrollo de los proyectos de desarrollo
- Diagnóstico de la situación actual, incluyendo los beneficios buscados y la población meta
- Cartas de beneficiario del proyecto

Procedimiento 5.A.1.C Desarrollo de estrategia para el logro del apoyo financiero.

Las estrategias para el logro del financiamiento se enfocarán en las siguientes áreas:

1. Estrategia de separación por temas de cooperación

Debido a que muchos de los cooperantes se dedican únicamente a algunas de las fases que conciernen al plan de desarrollo y por lo difícil que se volvería vender el plan como un todo a los organismos y agencias de cooperación, se puede hacer una separación por temas o paquetes de planes para vender estos paquetes a las agencias de cooperación y buscar su apoyo financiero.

De acuerdo a los temas de los planes formulados, y de acuerdo a los temas de las áreas que las agencias de cooperación incluyen en sus actividades se aconseja la siguiente separación:

Plan	**Entes cooperantes**
Componente de Turismo	Ayuda en Acción, We Effect, Fisdl, Heinrich Boll, Friedrich Ebert,
Componente de Seguridad	ACDI, Aecid, Hivos,
Componente de fomento al emprendurismo	Ayuda en Acción, We Effect
Componente de promoción y publicidad	Ayuda en Acción, We Effect, Fisdl

Tabla 242: Correspondencia de Cooperantes con los Componentes de Sistema.
Fuente: Elaboración Propia.

2. **Desarrollo de estrategias para el cumplimiento de condiciones**

Debido al condicionante de tener redactar cartas aval para la búsqueda de la cooperación, es necesario que las personas que realicen las mismas tengan algún tipo de autoridad, por ello es necesario que la microrregión, los alcaldes se comprometan al desarrollo del plan pues para las agencias de desarrollo es más valedera la firma de un alcalde o grupo de alcaldes que la de personas comunes.

3. **Contrapartida**

La contrapartida en muchos casos es exigida por los cooperantes como un medio de identificar a los receptores de la ayuda con los proyectos que se están realizando. Sin embargo, los

porcentajes exigidos por los entes de cooperación pueden variar según las políticas del mismo, desde un 10% hasta un 40% en algunos casos. Por la naturaleza del Proyecto y en consulta de las Condiciones de la Cooperación Internacional en el país se considera una contrapartida del 25%

Debido al costo que implicaría la aportación en efectivo de este porcentaje de parte de los receptores, la misma se puede realizar en alguna de las siguientes maneras:

- Mano de obra, se pueden buscar voluntarios para la realización de algunas tareas y el costo deducible será el costo del jornal de la zona en estudio.
- Gasolina, en caso de necesitar realizar desplazamientos los receptores pueden colaborar con gasolina necesaria para el desplazamiento en automotores, el costo deducible será el costo de los galones de gasolina aportados.
- Lugar de reunión, En caso de las municipalidades contar con infraestructura desocupada se puede aportar esta para la realización de las actividades del plan, y descontar el costo de alquiler en la zona en estudio a su aportación.
- Especies, por ejemplo, pintura, papel, u otros enseres que se necesiten para la realización del proyecto.
- Servicios, por ejemplo, el pago de luz, agua, y teléfono puede correr por cuenta de los receptores de la ayuda.

Procedimiento 5.B.1.C: Definir los requisitos legales que se deben cumplir para acceder al apoyo de organismos.

Las agencias de cooperación así como los organismos de apoyo internacionales normalmente requieren que los organismos receptores de la ayuda cumplan conciertos requisitos legales, por ejemplo que estén legalmente establecidos, por lo que se hace necesario seguir el procedimiento definido en la etapa de organización para la conformación de los comités y de la oficina técnica.

Los requisitos legales son los siguientes:

- Personería jurídica de los receptores de la ayuda.
- Cartas de aval y de beneficiario.

Procedimiento 5.B.1.B: Determinar y crear una guía con los requisitos más comunes de parte de los organismos de cooperación para acceder a los préstamos.

El objetivo de esta guía es la definición de la forma de realizar aquellos procedimientos que los cooperantes definen como requisitos para prestar su ayuda. Debido a que cada uno de los cooperantes tiene su propia metodología para prestar su ayuda, se ha decidido que se van a utilizar únicamente aquellos elementos comunes a los cooperantes y que a continuación se enlistan:

1. Metodología del Marco Lógico
2. Cartas aval
3. Cartas de beneficiario
4. Diagnóstico de la población meta
5. Mapa de ubicación

A continuación, se presenta una guía sobre la metodología del marco lógico para ser utilizada al momento de presentar los proyectos a los entes de financiamiento.

1. ¿Qué es el marco Lógico?

El Sistema de Marco Lógico es una de las herramientas principales que utilizan las instituciones para diseñar y planificar sus proyectos o programas permitiendo estructurar los elementos de un proyecto, subrayando los plazos lógicos entre los insumos previstos las actividades planeadas y los resultados esperados, mejorando la planificación al resaltar los lazos que existen entre los elementos del proyecto y los factores externos. Se compone de una secuencia de 5 pasos metodológicos.

Ilustración 44: Proceso Marco Lógico.
Fuente: Elaboración propia.

a) Análisis de Los Involucrados

Este análisis se hace para identificar y esclarecer qué grupos y organizaciones están directa o indirectamente involucrados en el problema de desarrollo específico que intentamos resolver, para tomar en consideración sus intereses, su potencial y sus limitaciones.

Se realiza llenando una tabla como la siguiente:

Grupo	**Interesados**	**Problemas percibidos**	**Recursos y mandatos**

Tabla 243: ML-Análisis de los Involucrados
Fuente: Elaboración Propia

Dónde:

- Los grupos son los distintos grupos que pueden tener una influencia sobre el proyecto
- Los intereses dictan el tipo de influencia que pueden tener estos grupos sobre el proyecto.
- Los problemas percibidos representan sus percepciones de los problemas relacionados con la problemática.
- Los recursos y mandatos representan el poder (mandato legal o estatutario) que tienen las organizaciones para apoyar u obstaculizar la solución del problema y los recursos que tienen las organizaciones para apoyar u obstaculizar o impedir la solución del problema mediante la estrategia que proponemos.

Por ejemplo, para Guadalupe el cuadro de involucrados es el siguiente:

Grupo	Interesados	Problemas percibidos	Recursos y mandatos
Alcaldía	Desarrollo municipal	No hay	Creación de ordenanzas, apoyo al plan de desarrollo
Adescos comunales	Desarrollo social para su comunidad	No hay desarrollo en las comunidades	Impedir las iniciativas que dañen el ambiente
Empresarios de servicios turísticos	Incremento del número de visitantes	No todos tienen promoción de su empresa.	Apoyo a la microrregión.

Tabla 244: Aplicación Paso 1-ML en la Zona: Análisis de los Involucrados en Guadalupe.
Fuente: Elaboración Propia.

b) Análisis De Los Problemas

Sirve para:

- Analizar la situación actual relacionada con el problema de desarrollo seleccionado.
- Identificar los problemas principales en torno al problema de desarrollo y las relaciones causa-efecto entre ellos.
- Visualizar las relaciones de causalidad y sus interrelaciones en un diagrama (árbol de problemas).

Los pasos para construirlo son los siguientes:

1) Escribir el problema de desarrollo (también llamado problema principal, central o focal) en una tarjeta y pegarlo en el centro de una pizarra. Si no hay acuerdo respecto de cuál es el problema principal, se deberá seguir discutiendo hasta lograr el consenso
2) Identificar otros problemas que son causa directa del problema de desarrollo (el cual ahora se convierte en efecto de esas causas) y colocarlos debajo del problema de desarrollo.

3) Seguir colocando otros problemas con el mismo principio: que sean causas de los problemas anteriormente encontrados. Proseguir hasta llegar a las causas que son raíces.
4) Identificar si algunos de los problemas colocados son efectos del problema de desarrollo y colocarlo por encima de éste. Completar los efectos del problema central. Revisar el árbol, comprobar que es válido y completo, haciendo los ajustes necesarios.
5) Trazar líneas con flechas que apunten de cada problema-causa al problema-efecto que producen y asegurarnos si el diagrama tiene sentido.

c) Análisis De Objetivos

En este caso los problemas identificados en la etapa anterior se resuelven y se convierten en objetivos alcanzados.

Las relaciones causa-efecto se convierten en medios-fines.

Para el desarrollo de este paso se utiliza la siguiente metodología:

- Seleccionamos el problema que está en el nivel más alto del árbol de problemas y lo convertimos en un objetivo o manera de abordar el problema.
- Luego trabajamos hacia abajo, convirtiendo cada causa en un medio de abordar el problema de desarrollo, formulando cada condición negativa del árbol de problemas como una condición positiva, es decir, objetivos que son deseados y factibles en la realidad.
- Hecho esto, se revisan todas las relaciones medio-fin y tenemos el árbol de objetivos.

d) Análisis De Alternativas

El análisis de alternativas consiste en identificar estrategias alternativas a partir del árbol de objetivos, que si son ejecutadas, podrían promover el cambio de la situación actual a la situación deseada.

Después de identificadas las distintas estrategias se debe evaluar cada una con varias herramientas de análisis que en realidad son filtros para ir seleccionando.

Para la realización de esta fase se debe:

- Excluir los objetivos que no son factibles.

- Probar varias combinaciones medios fines del árbol de objetivos que pueden llegar a ser estrategias para el proyecto
- Analizar las estrategias utilizando criterios como:
    1. Recursos Disponibles
    2. Probabilidades de alcanzar los objetivos
    3. Factibilidad política
    4. Duración del proyecto
    5. Sostenibilidad del proyecto, impacto duradero y sostenido
    6. Duplicación o complementación con otros proyectos
    7. Otros que se consideren pertinentes

e) La Matriz del Marco Lógico MML

La MML es una herramienta para:

- La concepción
- El diseño
- La ejecución
- El seguimiento de desempeño; y,
- La evaluación de un proyecto.

Debe ser revisada, modificada y mejorada en todo el proceso de diseño y ejecución.

La matriz es como la siguiente:

Resumen de los objetivos	**Indicadores objetivamente verificables**	**Medios de verificación**	**Supuestos**
Fin			
Propósito			
Componentes			
Actividades			

Tabla 245: Matriz del Marco Lógico
Fuente: Elaboración Propia

FIN

El Fin expresa la solución del problema de desarrollo que ha sido diagnosticado. Es muy importante delimitar el grado en que el proyecto contribuye a dicho fin. Es el objetivo General que persigue el proyecto.

PROPOSITO

El propósito u objetivos específicos son aquellos cuyo logro contribuirá a alcanzar el Fin. Es el efecto directo que se espera a partir del período de ejecución. También se puede considerar que es el cambio que fomentará el proyecto. Es un efecto de nuestros productos o componentes y puede y debe ser medido.

COMPONENTES

Los componentes, Resultados o productos son los resultados específicos del proyecto: obras, estudios, servicios, capacitación, etc., que debe producir el ejecutor con el presupuesto asignado. Cada componente debe ser necesario para lograr el propósito y debe ser razonable suponer que si todos los componentes son producidos de la manera planeada se cumplirá el propósito.

La gerencia o administración del proyecto tienen la responsabilidad de producir los componentes.

Deben ser redactados claramente y como resultados o productos finales: escuelas terminadas, estudios realizados, capacitación realizada, etc.

ACTIVIDADES

Son aquellas que la gerencia o conducción del proyecto deben asegurar que se lleven a cabo para producir cada uno de los componentes.

Es necesario tener una lista detallada de las actividades pues será la base para la elaboración de Plan de Ejecución, calendario o Plan Operativo del proyecto.

Se coloca cada actividad requerida para un componente en orden cronológico y se estima el tiempo y recursos requeridos para realizarla. En la MML la ejecución está directamente relacionada con el diseño.

INDICADORES

- Especifican de manera precisa cada objetivo a nivel de componentes (productos), a nivel de propósito y a nivel de fin.
- A nivel de actividad, contiene los costos de cada actividad y en conjunto, el costo de cada componente, lo cual constituye el presupuesto del proyecto. Además, a nivel de propósito miden el efecto directo después de completada la ejecución del proyecto.
- Cada indicador incluye la meta específica que permite medir si el objetivo ha sido alcanzado.

Debe especificar:

- La cantidad (cuánto)
- la calidad (de qué tipo)
- el tiempo (para cuándo o entre cuándo y cuándo)
- grupo social (o grupo objetivo de la población)
- el lugar (la localización)
- Dan las bases para el seguimiento del desempeño y la evaluación
- Muestran como puede ser medido el éxito de un proyecto

MEDIOS DE VERIFICACIÓN

La columna de Medios de Verificación contiene datos de dónde puede la entidad ejecutora o el evaluador obtener información sobre la situación, el desempeño o comportamiento de cada indicador durante la ejecución del proyecto. Ello requiere que los diseñadores del proyecto identifiquen fuentes de información o dispongan que se recoja información, posiblemente como actividad del proyecto, con su costo correspondiente.

Se pueden utilizar:

1. Fuentes secundarias, es decir, datos que son recogidos regularmente y con frecuencia son publicados. Debiera hacerse un inventario de estas fuentes. Esta es la fuente de información menos costosa, aunque los datos pueden requerir tabulaciones o procesamiento especial para que pueda aplicarse a la población objetivo.

2. Fuentes primarias, si no hay información de fuentes secundarias para el indicador debe considerarse recolectar o generar los datos.

SUPUESTOS

Existen situaciones que están fuera del control de la gerencia o entidad ejecutora del proyecto y que suponen riesgos para éste, es decir, es posible que, aun cumpliendo nuestras actividades, por ejemplo, no podamos cumplir con producir resultados (productos) si estos riesgos ocurren. La columna de supuestos se refiere a la pregunta, ¿cómo podemos manejar los riesgos?

Los riesgos existen: financieros, sociales, políticos, ambientales, institucionales climatológicos, etc. y pueden llevar a que el proyecto fracase. El equipo de diseño del proyecto debe identificar los riesgos en cada fase, actividades, componentes propósito y fin.

El riesgo se expresa, convencionalmente, como un supuesto que debe ocurrir, es decir, como un riesgo negado u objetivo, para poder continuar con el nivel siguiente en la jerarquía de objetivos.

LA LÓGICA DEL MARCO LÓGICO

La matriz del marco lógico tiene una doble lógica

1. La primera, vertical, que nos muestra las relaciones causa efecto entre nuestros objetivos de distinto nivel. Para cumplir el Fin, es necesario que se cumpla el Propósito; para cumplir el Propósito, es necesario que se produzcan los resultados (componentes o productos). Para cumplir con los productos, es necesario realizar las actividades (para realizar las actividades es necesario contar con los insumos).
   Si empezamos desde abajo, leemos: es necesario realizar las actividades para producir resultados, y así sucesivamente.
2. La segunda, horizontal, que nos muestra que no es suficiente cumplir con las actividades para obtener los productos sino que además deben ocurrir los supuestos de nivel de actividad para contar entonces con las condiciones necesarias y suficientes

9.7. ESTRUCTURA DEL COMPONENTE DE FINANCIAMIENTO

Componente	Inversión	Costo Anual
Componente Turístico	$41,439.36	$800.00
Componente de seguridad Turística	$5,016.84	$188.12
Componente de Emprendedurismo	$885.60	$0.00
Componente de Comercialización y Publicidad	$91,177.12	$3,000.00
Componente de Financiamiento	$0.00	$0.00
Componente de Monitoreo y Control del Desarrollo Turístico	$0.00	$0.00
Total	**$138,518.92**	**$3,988.12**

Tabla 246: Estructura requerida para el Componente de Financiamiento
Fuente: Elaboración Propia.

9.8. ASIGNACIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DEL COMPONENTE DE FINANCIAMIETO

a) Definición de Recursos

Actividad	Responsable	Beneficiario	Recursos	
			$	Lugar
5.A.1.A	Encargado financiamiento oficina técnica	Microrregión	--	Oficina técnica
5.A.1.B	Encargado financiamiento oficina técnica	Microrregión	--	Oficina técnica
5.A.1.C	Encargado financiamiento oficina técnica	Microrregión	--	Oficina técnica

5.B.1.A	Encargado financiamiento oficina técnica	Microrregión	--	Oficina técnica
5.B.1.B	Encargado financiamiento oficina técnica	Microrregión	--	Oficina técnica
Total			**$0.00**	

Tabla 247: Asignación de los Recursos necesarios para el Desarrollo del Plan.

Fuente: Elaboración propia.

b) Matriz de responsabilidades

Actividades	**Comité de turismo**	**Encargado de oficina técnica**	**Director de oficina técnica**	**Alcalde municipal**	**Cooperante**
5.A.1.A	I	R	A	C	C
5.A.1.B	I	R	A	I	C
5.A.1.C		R	A	I	C
5.B.1.A		R	A	I	C
5.B.1.B		R	A	I	C

Tabla 248: Matriz de responsabilidades.
Fuente: elaboración propia.

9.9. PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES COMPRENDIDAS EN EL COMPONENTE DE FINANCIAMIENTO

Cronograma													
Actividad	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**	**S5**	**S6**	**S7**	**S8**	**S9**	**S10**	**S11**	**S12**	**S13**
5.A.1.A													
5.A.1.B													
5.A.1.C													
5.B.1.A													
5.B.1.B													

Tabla 249: Programación de actividades comprendidas en el componente de financiamiento.

Fuente: Elaboración propia.

9.10. DEFINICIÓN DE INDICADORES QUE CONTROLAN EL COMPONENTE DE FINANCIAMIETO

Actividad	**Nombre**	**Calculo**		**Meta Actividad**	
Código	**Nombre**	**Formula**	**Elementos**	**Valor estándar (%)**	**Justificación**
5.A.1.A	Número de cooperantes	Nco	Nco: Número de cooperantes identificados	Nco ≥10	
5.A.1.B	Conocimiento de las condiciones del apoyo	Cc=C/Nco	Cc: Razón de condiciones conocidas C=Cooperantes a los que se conoce las condiciones Nco: Número de cooperantes identificados	1	Se deben conocer las condiciones de los cooperantes para el financiamiento del proyecto
5.A.1.C	Desarrollo de estrategias	De=Dep/6	De: Razón de estrategias desarrolladas Dep: Planes con	1	Todos los planes deben tener estrategias desarrolladas para su venta a

			estrategias desarrolladas 6, Número de planes		los entes cooperantes.
5.B.1.A	Cumplimiento de los requisitos legales				Se deben cumplir los requisitos impuestos por los cooperantes
5.B.1.B	Cumplimiento de los requisitos legales				Se deben cumplir los requisitos impuestos por los cooperantes

Tabla 250: Indicadores del componente.

Fuente: Elaboración propia.

9.11. DEFINICIÓN DE INDICADORES PARA EL CONTROL DE METAS

Meta	**Calculo**		**Valor esperado**
Nombre	**Formula**	**Elementos**	**Valor (%)**
Se conocen por lo menos 10 fuentes de cooperación, así como sus respectivos requisitos.	FCc=Ncr/Nco	FCc: Razón de fuentes conocidas con sus respectivos requisitos Ncr: Número de cooperantes cuyos requisitos son conocidos Nco: Número de cooperantes	1
El encargado del plan de financiamiento conoce los requisitos y busca cumplirlos para conseguir el financiamiento			El encargado de financiamiento conoce los requisitos más comunes y los pone en práctica para la obtención de la cooperación.

Tabla 251: Indicadores para el control de metas.

Fuente: Elaboración propia.

10. COMPONENTE DE MONITOREO Y CONTROL

10.1. DESCRIPCIÓN

El propósito principal del Seguimiento y Control es el de proveer una visión objetiva del estado actual del proyecto que se esté desarrollando, y determinar las posibles desviaciones a fin de tomar las correcciones del caso. Es en este sentido en el cual le llamamos MONITOREO a la evaluación rutinaria del estado en tanto que llamamos CONTROL a la toma de los correctivos.

10.2. ESTRUCTURA DEL COMPONENTE DE MONITOREO Y CONTROL

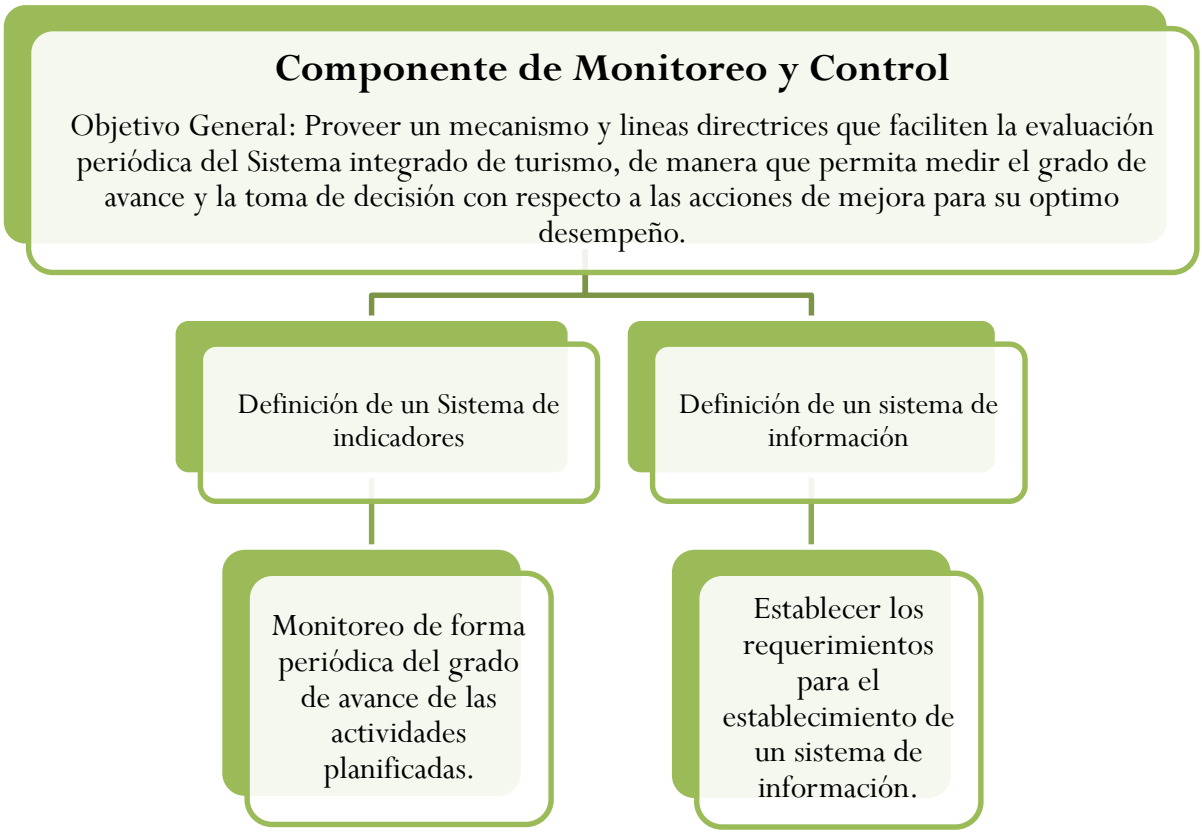


Ilustración 45: Estructura del Componente de Monitoreo y Control.
Fuente: Elaboración Propia.

El Componente de Monitoreo y Control se divide en dos áreas principales:

1. Definición de los Indicadores

En este apartado se proponen una serie de indicadores que permitirán desarrollar esta actividad de la mejor manera posible, este proceso se llevara a cabo a través de la implantación de indicadores que ayuden a la observación de los avances que se tienen y como se está desarrollando la actividad periódicamente.

2. Establecimiento de un Sistema de Información

El sistema de información proporcionará herramientas necesarias que permitan controlar dichos indicadores, poder reportar los resultados y buscar mecanismos de mejora o correctivos para dichos resultados.

La estructura del Componente de Monitoreo y Control se enfoca directamente en el Planteamiento de Indicadores y en la Propuesta del Flujo del Sistema de Información.

10.3. OBJETIVOS Y ACTIVIDADES DEL COMPONENTE DE MONITOREO Y CONTROL

Cód.	**Objetivo**	**Cód.**	**Programa**	**Cód.**	**Actividades**
6.A	Definir Indicadores como puntos del Sistema de Turismo	6.A.1	Definición de Indicadores para monitoreo del Sistema de Turismo	6.A.1.A	Definición y caracterización de Indicadores críticos para el Control del Sistema
				6.A.1.B	Definición del Procedimiento de Control mediante la Utilización de Indicadores
				6.A.1.C	Generación de un Mecanismo de Control que facilite la consideración de medidas a tomar

6.B	Definir un Sistema de Información para el Sistema de Turismo	6.A.2	Definición del Flujo de Información Sistema de Turismo	6.B.1.A	Identificación de los Componentes de un Sistema de Información
				6.B.1.B	Establecimiento del Flujo de Información del Sistema de Turismo

Tabla 252: Objetivos y Actividades del Componente de Control.
Fuente: Elaboración Propia.

10.4. DESARROLLO DEL COMPONENTE DE MONITOREO Y CONTROL

10.4.1. DEFINICIÓN DE INDICADORES

Los indicadores son una herramienta para el sistema de control, los cuales tienen como objetivo brindar información permanente y oportuna a cada uno de los integrantes de una organización, sobre su desempeño, de tal manera que permita evaluar y tomar los correctivos del caso.

1. **Requerimientos para implementar el sistema de Indicadores para el análisis de la gestión.**

a. Participación activa y de manera decidida de los entes de interés: La Comunidad Local, el Comité Turístico y la Municipalidad.
b. Cultura de la Planeación: Es prioritario que las entidades relacionadas en cada una de sus dependencias se rijan por la planeación. De esta manera se podrá evaluar los resultados con lo planeado, lo que permitirá tener una medición de la gestión institucional.

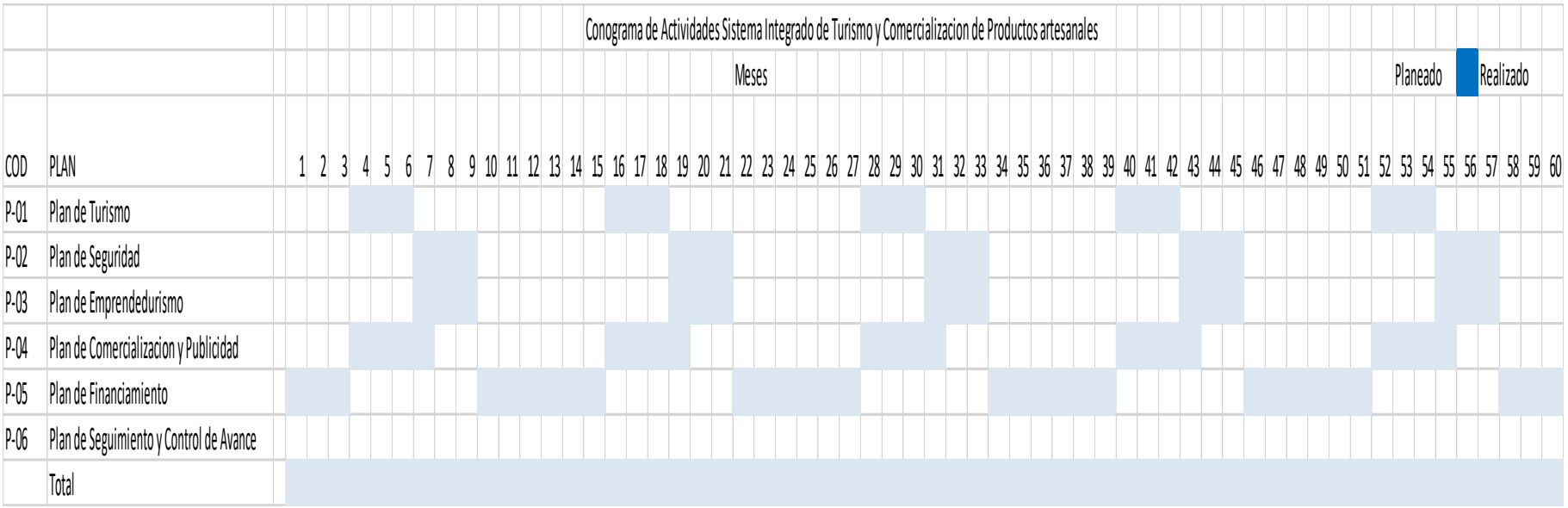
2. **Criterios para la Selección de Indicadores**

a. Específico. Los indicadores indican circunstancias específicas.
b. Objetividad. Los indicadores deberían ser medidos en términos absolutos, no en términos de juicio de valor.
c. Confiable y repetible. Debe ser posible que diferentes personas midan el indicador obtengan resultados similares.

d. Sensible. Los indicadores deberían ser sensibles al uso de los visitantes en tiempos relativamente cortos, para así ser útiles como sistema temprano de alerta tanto de condiciones ecológicas y/o sociales.
e. Flexible. Los indicadores deberían responder a, y ayudar a determinar la efectividad de la gestión del Plan.
f. Significativo. Los indicadores deberían directa o indirectamente responder a temas importantes e intereses administrativos, tal como el impacto de los visitantes que podría afectar el propósito y significado de un destino turístico.
g. Fácil de medir y entrenarse para el monitoreo. Debería ser posible medir los indicadores en forma rápida y fácil sin equipo caro o entrenamiento avanzado, monitorear el indicador debería requerir un bajo costo dentro del presupuesto a la reserva.

10.4.2. DEFINICIÓN INDICADOR 1: CUMPLIMIENTO DEL SISTEMA INTEGRADO DE TURISMO

El primer Indicador que se desarrolla es el Cumplimiento del Sistema con respecto a lo Planeado para lo cual se presenta un formato que contiene la Síntesis de los Componentes del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales donde se muestran: Los costos y programación de cada Componente, así como los Costos y Programación de todo el Sistema Integrado de Turismo; para la utilización adecuada del formato se debe ir completando con la información que se genera a partir de las condiciones reales en las que el componente se da, esto permite ir comparando de forma gráfica (visual) el nivel de cumplimiento del sistema Integrado de Turismo con respecto a su Ejecución:



Esquema 66: Cronograma de Actividades del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales.

Fuente: Elaboración Propia.

Definición Indicadores Críticos: Seguimiento y Control del Desarrollo Turístico

Los Indicadores propuestos para la realización del seguimiento y control adecuado del Sistema se exponen a Continuación:

Nombre del indicador	Descripción	Plan Aplicable	Tipo de indicador/ unidad de medida	Formula	Medio de verificación	Periodicidad de la información	Responsable de proporcionar la información
INDICE DE AFLUENCIA TURÍSTICA	Mide el incremento decremento de los visitantes con respecto al año anterior.	P-01, P-02, P-04, P-06	Cuantitativo/ Porcentaje (%)	Número de visitantes y turistas a la zona en el año actual/ Número de visitantes y turistas a la zona durante el año anterior.	Boleta de control de visita de turistas	Mensual	Emprendedores, empresarios de servicios turísticos, centro de información turística
ÍNDICE DE AFLUENCIA TURÍSTICA EXTRANJERA VRS NACIONAL	Compara la llegada de turistas nacionales y extranjeros	P-01, P-02, P-04, P-06	Cuantitativo/ Porcentaje (%)	Número de extranjeros a la zona en el año actual/ Número de turistas nacionales en la zona en el año anterior	Boleta de control de visitas de turistas	Mensual	Emprendedores, empresarios de servicios turísticos, centro de información turística
ÍNDICE DE GENERACIÓN INICIATIVAS DE EMPRENDURISMO	Mide la creación de iniciativas de empredurismo con fines turísticos en la zona	P-01, P-03, P-05, P-06	Cuantitativo/ Entero	$\sum NP1 + NP2 \ldots + NPN$	Registro comercial de alcaldía	Anual	Comité de turismo: encargado de emprendurismo
INDICE DEL COMPORTAMIENTO DEL GASTO TURÍSTICO PERCÁPITA	Mide el promedio de gastos per cápita de los turistas que visitan la entidad	P-01, P-03, P-05, P-04, P-06	Cuantitativo/ Porcentaje (%)	Gasto efectuado por los turistas que ingresan a la zona / Número de turistas	Boleta de Control Visita de Turistas	Anual	Comité de turismo: encargado de emprendurismo

INDICE DE OFERTA DE ALOJAMIENTO	Mide la cantidad de establecimientos que se apertura por Municipio en la zona	P-01, P-02, P-04, P-06	Cuantitativo/ Entero	$\sum E1 + E2 + \cdots EN$	Registro de alcaldía	Anual	Alcaldía, Comité turístico
INDICE DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	Mide el nivel de eficiencia en cuanto a la atención brindada en los distintos módulos de orientación respecto a servicios turisticos	P-01, P-03, P-05	Cuantitativo/ Porcentaje (%)	Solicitudes de información atendidas / Solicitudes de información X 100	Registro de Turistas del CIT	Mensual	Centro de Información Turística
INDICE DEL COMPORTAMIENTO DE LA INVERSIÓN PRIVADA EN EL SECTOR TURÍSTICO	Mide la cantidad de Inversiones establecidas para la zona	P-01, P-02, P-04, P-05	Cuantitativo/ Porcentaje (%)	$\sum IT1 + IT2 \ldots ITN$	Registro Comercial de la Alcaldía	Anual	Comité de Turismo: Encarga de Financiamiento
INDICE DE CUMPLIMIENTO DE REQUERIMIENTOS MÍNIMO DE SERVICIOS	Mide la cantidad de establecimientos que han cumplido con la Normativa relacionada a Servicios Turísticos	P-01, P-02, P-03, P-04, P-05, P-06	Cuantitativo/ Porcentaje (%)	$\frac{Establecimiento\ cumplido}{Establecimiento\ turistico}$	Registro del Comité Turístico	Anual	Comité de Turismo

INDICE DE EFECTIVOS DE SEGURIDAD	Mide la cantidad de efectivos de la policía de los que dispone el destino para la seguridad de la población media, incluyendo el flujo turístico	P-01, P-02, P-04, P-06	Cuantitativo/ Porcentaje (%)	$\frac{Poblacion + turistas}{\#de\ policias\ locales}$	Estadística de Censos, Datos POLITUR	Semestral	Comité de Turismo
INDICE DE EMPLEO TURÍSTICO	Mide la cantidad de los empleos generados por el Turismo	P-01, P-03, P-06	Cuantitativo/ Porcentaje (%)	$\frac{Poblacion\ ocupada\ en\ el\ se}{Total\ de\ la\ poblacion\ ocup}$	DIGESTYC/ Censo del Comité Turístico	Anual	Municipalidad
TIEMPO DE ESTANCIA MEDIA	Mide la estancia promedio de los visitantes al lugar turístico de la zona	P-01, P-02, P-03, P-06	Cuantitativo/ Días/Persona	Suma de N° de días de estancia de cada visitante/ Total de visitantes	Boleta de Control Visita de Turistas	Mensual	Responsables de Servicios Turísticos
PRODUCTIVIDAD PRESUPUESTARIA	Mide la eficiencia en la utilización de los fondos asignados	P-01, P-03, P-04, P-05, P-06	Cuantitativo / Porcentaje (%)	$\frac{Fondos\ utilizados}{Presupuesto\ asignado}$	Presupuesto General del Comité	Mensual	Comité de Turismo/ Unidad Técnica
INDICE DE UTILIZACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	Mide la preferencia de los turistas con respecto al tipo de servicios turísticos	P-01, P-03, P-04, P-06	Cuantitativo / Entero	$\sum Pt1 + Pt2 \dots PtN$	Boleta de Control Visita de Turistas	Trimestral	Dueños de Servicios Turísticos/Comité de Turismo

CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO SOBRE EL PIB NOMINAL DE LA ZONA	Mide el porcentaje de dinero percibido en concepto de turismo, en relación del ingreso que perciben en concepto de las otras actividades que se realizan.	P-01, P-05, P-06	Cuantitativo / Porcentaje (%)	$\frac{Ingresos\ percividos\ por\ el}{Igresos\ totales\ perciv}$	Registro de Ingresos de las Actividades Económicas de la zona	Anual	Comité Turístico/ Municipalidad
INVERSIÓN DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA	Mide el porcentaje de la Inversión para la promoción turística con relación a los Ingresos Turísticos generados	P-01, P-04, P-05, P-06	Cuantitativo /Porcentaje (%)	$\frac{Inversion\ en\ promocion\ tu}{Ingresos\ turisticos}$	Registro de Ingresos de las Actividades Económicas de la zona	Anual	Comité Turístico

Tabla 253: Indicadores Críticos Componente de Control de Desarrollo Turístico.

Fuente Elaboración Propia.

10.4.3. ESTABLECIMIENTO DE UN MECANISMO DE CONTROL

El mecanismo de control que se define en esta etapa se basa en la utilización de cuatro instrumentos de monitoreo, de los cuales dos sirven como instrumentos de recolección de información y dos como instrumento de análisis:

a) El primero consiste en un formato de una mini encuesta de Satisfacción del Cliente el cual permite registrar aspectos claves de la experiencia de los turistas durante su visita en la zona de estudio, su utilización será obligatoria se distribuirán en los Centros de Información Turística, en los diferentes puntos de atractivos y servicios turísticos de la zona, su gestión será responsabilidad del encargado de Promoción y Publicidad del Comité Turístico.
b) El segundo consiste en una boleta de control de Visitantes que deberá ser llenado por los encargados de atender a los turistas en los diferentes servicios turísticos de la zona, esta servirá para registrar el flujo turístico en la zona. Su utilización será obligatoria y se distribuirán en los Centros de Información Turística y en el 80% de los servicio de gastronomía identificados en la zona (se recurrirá solo a este servicio ya que es el servicio turístico utilizado por al menos el 80% de los visitantes en una zona turística), su gestión será responsabilidad del encargado de Promoción y Publicidad del Comité Turístico.
c) Finalmente se utiliza una Matriz de monitoreo de indicadores, que como su nombre lo indica permite mediante el ingreso de la información recolectada, monitorear el grado de avance del desarrollo turístico en la zona, a través del cálculo de los 15 indicadores planteados en el postulado anterior. La matriz se compone de 3 partes principales: la primera se refiere al flujo turístico de la zona, para ello se debe ingresar la información de forma mensual, y la matriz automáticamente calcula la cantidad total de turistas y el % de incremento de turistas para el segundo año después de implementado el plan; la segunda se refiere los indicadores sociales relacionadas a Gasto Medio de Turistas, Iniciativas de Emprendedurismo, efectivos de seguridad, Empleos directos generados, y Finalmente se establecen los indicadores de desarrollo económico como la Contribución al PIB del Turismo, Actividad Presupuestaria, estos últimos (sociales y

económicos) al igual que los primeros debe completarse mensualmente y la matriz calcula automáticamente el crecimiento anual así como las razones correspondientes como las del PIB y Actividad Presupuestaria en la parte económica.

Para facilitar el análisis de los resultados en la matriz se utiliza una técnica de semáforo donde se utilizan los colores rojo y verde, los cuales representan el nivel de avance del proyecto. Siendo el color rojo un indicativo de demora o de resultados debajo de lo esperado y el color verde resultados positivos, arriba de lo esperados.

A partir de los resultados identificados en la Matriz, se procede a determinar por cada indicador si se encuentra arriba (verde) o abajo (rojo) del target. Primero se consideran los que están de color rojo y se procede a definir las medidas correctivas para lograr las condiciones esperadas y luego las de color verde para ejercer medidas que promuevan la mejora continua.

COD	NOMBRE DEL INDICADOR	TARGET	ARRIBA DEL TARGET	ABAJO DEL TARGET	REGISTRO CORRESPONDIENTE
			ACCIONES DE MEJORA	ACCIONES CORRECTIVAS	
INDICADOR 1	INDICE DE AFLUENCIA TURÍSTICA	Incremento del 8% anua[106]	P-01: Evaluar la Capacidad de Carga del Destino y fortalecer la concientización a los pobladores y turistas de la importancia de lograr la sostenibilidad del destino.	P-01: Evaluar la capacidad de carga del Destino	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROL-INDICADORES
			P-02:Evaluar una ampliación de Cobertura de los Efectivos de POLITUR de acuerdo a los destinos más visitados	P-02: Analizar si la seguridad tuvo alguna relación con el target.	

[106] Tomando de referencia: la proyección del crecimiento anual de turistas a nivel nacional planteada en el Plan Nacional de Turismo 2020 del MITUR, pag.22

			P-03: Fomentar un mayor número de iniciativas	P-03: Evaluar si hubo crecimiento o decrecimiento de la actividad turística y de acuerdo a eso definir una tasa menor de crecimiento de nuevos negocios	
			P-04: Reevaluar estrategias para una mayor demanda	P-04: Reevaluar los medios de publicidad, el mensaje y el alcance.	
			P-05: Evaluar la necesidad de captar nuevos fondos para nuevos proyectos	P-05: Reenfocar los fondos en las áreas que están impactando negativa y directamente al indicador	
INDICADOR 2	INDICE DE AFLUENCIA TURÍSTICA EXTRANJERA VRS NACIONAL	25%	P-01: Fomentar las practicas del Turismo Sostenible en el Turista Extranjero	P-01: Fomentar las prácticas del Turismo Sostenible en el Turista Nacional	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROL-INDICADORES
			P-02: Identificar los medios y formas de acceso al País y a la zona más utilizadas y reforzar la cantidad de efectivos de seguridad en los puntos de mayor acceso.	P-02: Fortalecer dentro de la publicidad la seguridad en la zona y reforzar la visibilidad y presencia de efectivos en la trayectorias de las rutas turísticas y de los puntos conocidos de mayor riesgo.	
			P-03: Reforzar la importancia de las prácticas de un comercio justo (precios justos)	P-03: Reforzar la importancia de las prácticas de un comercio justo (precios justos) y plantear estrategias de precios para atraer al turista nacional	

			P-04: Utilizar medios de alcance Mundial (INTERNET) para promover la zona, y desarrollar una estrategia de oferta a través de paquetes turísticos	P-04: Utilizar los principales medios de comunicación del país, participar en Ferias Nacionales organizadas por el Ministerio de Turismo y promocionar las Rutas Turísticas	
			P-05: Fortalecer proyectos de comunicación vial y transporte; servicios turísticos de alojamiento y el plan de publicidad y promoción	P-05: Fortalecer los proyectos de Servicios Turísticos de Gastronomía y de Comunicación Vial y Transporte	
INDICADOR 3	INDICE DE GENERACIÓN DE NUEVAS INICIATIVAS DE EMPRENDEDURISMO	5 al año	P-01: Fomentar las practicas del Turismo Sostenible a los emprendedores (promover las Certificaciones Ambientales)	P-01: Fomentar las practicas del Turismo Sostenible a los emprendedores (promover las Certificaciones Ambientales)	
			P-02: Fortalecer alianzas con PNC-POLITUR de manera que se logre una vigilancia periódica de la zona	P-02: Realizar un análisis y determinar si las causas están relacionadas al factor Seguridad	
			P-03: Monitoreo de los Indicadores y evaluación de la posibilidad de plantear un nuevo reto	P-03: Realizar un análisis de causas y en base a esto hacer una reevaluación del target	

			P-04: Incorporar dentro de los mensajes publicitarios las iniciativas por los emprendedores	P-04: Identificar si la Afluencia Turística no es lo suficiente y evaluar los medios y contenidos de publicidad.	
			P-05: N/A	P-05: N/A	
INDICADOR 4	INDICE DEL COMPORTAMI ENTO DEL GASTO TURÍSTICO PER CÁPITA	$ 100.00 para Extranjeros	P-03: Evaluar en qué tipo de servicios se está captando la mayor inversión y fomentar un mayor número de iniciativas	P-03: Realizar un evaluación de los precios de los productos ofertados	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROL-INDICADORES
		$25.00 para Nacionales	P-04: Desarrollar Campañas que promuevan el gasto turístico (paquetes promocionales)	P-04: Reevaluar la estrategia de venta y fortalecer campañas que promuevan el Gasto	
			P-05: Fortalecer proyectos donde se promuevan las actividades que capten los mayores ingresos.	P-05: Fortalecer los proyectos donde se generen acciones correctivas y se proponga el incremento del Gasto Turístico.	
INDICADOR 5	INDICE DE OFERTA DE ALOJAMIENT O	1 Establecimi ento de 5 habitaciones al año por cada Municipio	P-01: Fomentar la implementación de las Buenas Prácticas Sostenibles como un requerimiento para los nuevos establecimientos	P-01: N/A	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROLINDICADOR ES
			P-02: Fortalecer alianzas con PNC-POLITUR de manera que se logre una vigilancia periódica de la zona donde esté ubicado el establecimiento	P-02: Desarrollar con la PNCPOLITUR campañas que promuevan la seguridad de la zona	

			P-03: Monitoreo de los Indicadores y evaluación de la posibilidad de plantear un nuevo reto	P-03: Realizar un análisis de causas y en base a esto hacer una reevaluación del target	
			P-04: Incorporar los nuevos establecimientos dentro de la Oferta de la Zona que se promociona.	P-04: N/A	
			P-05:Identificar fuentes de financiamiento que desarrollen proyectos de construcción de infraestructura de servicios turísticos	P-05:Identificar fuentes de financiamiento que desarrollen proyectos de construcción de infraestructura de servicios turísticos	
INDICADOR 6	INDICE DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	85% de Efectividad	P-04:	P-04:	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROL-INDICADORES
INDICADOR 7	INDICE DEL COMPORTAMIENTO DE LA INVERSIÓN PRIVADA EN EL SECTOR TURÍSTICO	2 Inversiones al año por Municipio dirigida a impulsar la creación de oferta turística básica y complementaia.	P-01: N/A	P-01: N/A	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROL-INDICADORES
			P-02: Fomentar y Promover la seguridad en la zona de estudio	P-02:Identificar el rol que la seguridad juega en la generación de la Inversión	
			P-03: Identificar los requerimientos para las Inversiones y en base a eso fomentar iniciativas de emprendedurismo	P-03: Identificar los requerimientos para las Inversiones y en base a eso fomentar iniciativas de emprendedurismo	
			P-04:	P-04:	
			P-05: Identificar nuevas oportunidades de Inversión	P-05:	

INDICADOR 8	INDICE DE ESTANDARIZACIÓN DE SERVICIOS	100% al cabo de 5 años (Incremento del 20% anual)	P-01: Realizar un monitoreo periódico de la aplicación de las Buenas Prácticas del Turismo Sostenible	P-01: Identificar las causas raíz del problema y desarrollar un refuerzo promoviendo un acompañamiento con los diferentes servicios turísticos de manera que se alcance el target	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROL-INDICADORES
			P-02: N/A	P-02: N/A	
			P-03: Promover incentivos para los emprendedores cuyos procesos se encuentran estandarizados	P-03: Concientizar a los emprendedores de los beneficios que dejan de percibirse al no estandarizar los procesos.	
			P-04: Incorporar dentro de la publicidad y promoción una oferta turística con servicios que cumplen requerimientos mínimos de calidad.	P-04: Promover los servicios que si están estandarizados e impulsar la estandarización de modo que se pueda promover la zona con servicios que cumplen requerimientos mínimos de calidad	
			P-05:N/A	P-05: Impulsar proyectos que promuevan la estandarización en los servicios turísticos	
INDICADOR 9	INDICE DE EFECTIVOS DE SEGURIDAD	1 Unidad de Politur en los Cascos Urbanos de Los Municipios en Estudio	P-01: N/A	P-01: N/A	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROL-INDICADORES
			P-03:N/A	P-03:N/A	
			P-04: Promoción de la Zona como Segura	P-04: Evaluación de la incidencia de la Seguridad en la Afluencia Turística.	
			P-05:N/A	P-05:N/A	
INDICADOR 10	INDICE DE EMPLEO TURÍSTICO	50 empleos al año en la	P-01: N/A	P-01: N/A	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA
			P-02: N/A	P-02: N/A	

		zona de estudio	P-03: Evaluar el incremento en el target.	P-03: Incrementar los espacios para el desarrollo de Emprendedores	CONTROL-INDICADORES
			P-04:N/A	P-04: Evaluar si dentro de las causas raíz está la afluencia turística y generar un plan de acción	
			P-05:N/A	. P-05:N/A	
INIDCADOR 11	TIEMPO DE ESTANCIA MEDIA	2 días	P-01: Fomentar la incorporación de las Buenas Prácticas Sostenibles.	P-01: Fomentar las prácticas del Turismo Sostenible	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROL-INDICADORES
			P-02: N/A	P-02: N/A	
			P-03: Fomentar iniciativas relacionadas al servicio de Alojamiento y Tour Operadores Locales.	P-03: Fomentar iniciativas (paquetes turísticos) de modo que se atraiga al turista a permanecer más tiempo.	
			P-04: Desarrollar los CIT para la promoción de los productos internos y paquetes turísticos que implique un mayor tiempo de estadía.	P-04: Desarrollar los CIT para la promoción de los productos internos y paquetes turísticos que implique un mayor tiempo de estadía.	
			P-05: N/A	P-05: Fomentar proyectos que apoyen la permanencia de los turistas en la zona.	
INDICADOR 12	PREFERENCIA DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS	ACTIVIDAD PREFERIDA = CON MAYOR VALOR	P-01: Definir medidas que fomenten el turismo sostenible a través de la actividad de preferencia	P-01:Definir medidas que fomenten el turismo sostenible a través de la	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROL-INDICADORES

				actividad de preferencia	
			P-02: Identificar las condiciones de Seguridad en cuanto a la Actividad Turística de Preferencia.	P-02: Identificar las condiciones de Seguridad en cuanto a la Actividad Turística de Preferencia y proponer mejoras	
			P-03: Fomentar iniciativas relacionadas al tipo de Actividad Preferida	P-03: Fomentar iniciativas de emprendedurismo relacionadas al tipo de Actividad Preferida	
			P-04: En los lugares donde se desarrolla la actividad promover otras actividades que pueden ejecutar en la zona.	P-04:En los lugares donde se desarrolla la actividad promover otras actividades que pueden ejecutar en la zona.	
			P-05: Promover proyectos que apoyen el desarrollo de las actividades preferidas	P-05: Promover proyectos que apoyen el desarrollo de las actividades preferidas	
INDICADOR 13	EFECTIVIDAD PRESUPUESTRIA	100%	P-01: N/A	P-01: N/A	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROL-INDICADORES
			P-02:N/A	P-02:N/A	
			P-03: N/A	P-03: N/A	
			P-04: N/A	P-04: N/A	

			P-05: Revisar los gastos y tiempos ejecución de los planes de acuerdo al formato de la Síntesis de los Planes	P-05: Revisión de los presupuestos para definir si no se están sobredimensionando.	
INDICADOR 14	CONTRIBUCION DEL TURISMO SOBRE EL PIB NOMINAL DE LA ZONA EN ESTUDIO AL CABO DE 5 AÑOS	10%	P-01:N/A	P-01:N/A	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROL-INDICADORES
			P-02: N/A	P-02: N/A	
			P-03: Evaluar la posibilidad de ampliar la cantidad de iniciativas propuestas.	P-03: Impulsar más iniciativas de modo que se dinamice la actividad.	
			P-04: Promover la actividad turística como un elemento clave dentro de la zona.	P-04: Evaluar la estrategia de promoción y publicidad	
			P-05: Evaluar nuevas oportunidades de Inversión	P-05: Dirigir el financiamiento a proyectos que produzcan un mayor impacto en la actividad.	
INDICADOR 15	NVERSIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	0.5% de Los Ingresos Turísticos Generados	P-01: N/A	P-01: N/A	F-01: MATRIZ DE REGISTRO PARA CONTROLINDICADORES
			P-02:N/A	P-02:N/A	
			P-03: N/A	P-03: N/A	
			P-04: Evaluar si la cantidad de visitantes con la inversión es coherente	P-04:Evaluar si la afluencia turística y definir si hay coherencia con la inversión de lo contrario generar acciones que permitan solventar la solución de la manera adecuada	
			P-05: N/A	P-05: N/A	

Tabla 254: Técnica del semáforo.

Fuente: Elaboración propia.

COD	COMPONENTE
P-01	COMPONENTE DE TURISMO
P-02	COMPONENTE DE SEGURIDAD
P-03	COMPONENTE DE FOMENTO AL EMPRENDURISMO DE EMPRESAS TURISTICAS
P-04	COMPONENTE DE COMERCIALIZACION Y PUBLICIDAD
P-05	COMPONENTE DE FINANCIAMIENTO
P-06	COMPONENTE DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE AVANCE

Tabla 255: Códigos de los componentes.

Fuente: Elaboración propia.

10.4.4. DEFINICIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE CONTROL

Requerimientos para su Desarrollo:

1) El Ingreso de datos en la base del sistema se realizará al inicio de la puesta en marcha del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales.
2) El Cálculo de los Indicadores junto con la determinación de las medidas de Control se evaluarán 1 año después de ejecutado el Sistema, ya que es después de transcurrido un año que se tiene la información suficiente para evaluar el comportamiento de la implementación de las estrategias del Sistema en la actividad turística de la zona.

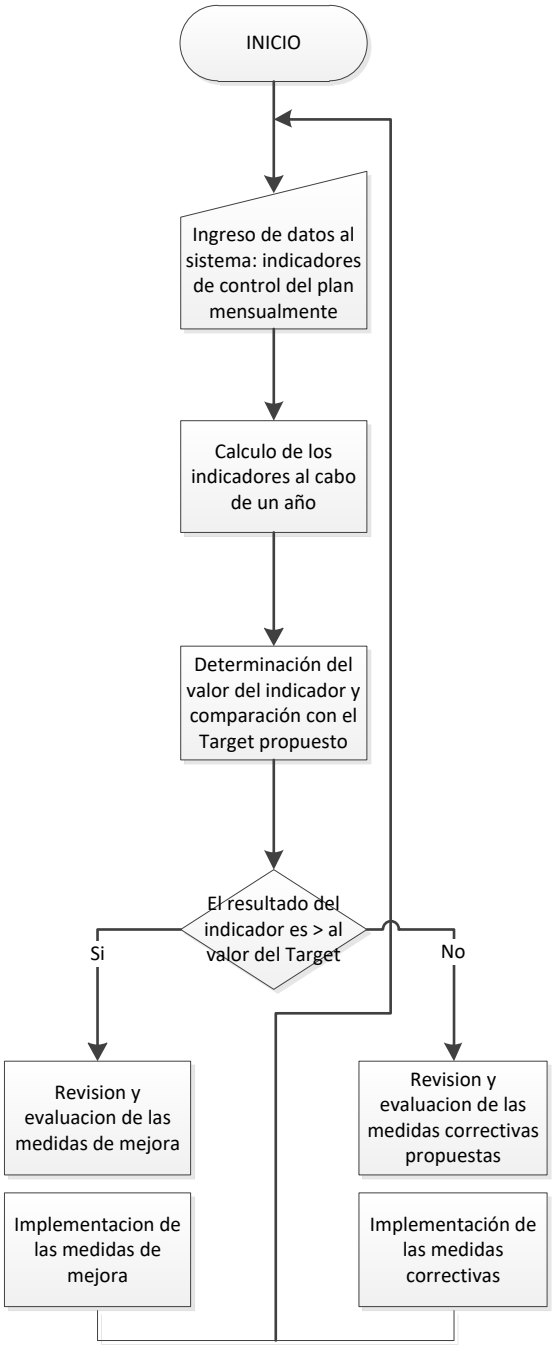


Ilustración 46: Definición del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia.

PROCEDIMIENTO DEL PROCEDIMIENTO DE CONTROL

Procedimiento del Sistema de Control (Indicadores) para los primeros 5 años del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales.

10.4.5. ESTABLECIMIENTO DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN

El Sistema de Información Turística se define como "un mecanismo permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y divulgación de la información precisa para los objetivos de planificación, acción y evaluación turística para los distintos agentes turísticos públicos y empresariales de la zona"[107].

10.4.6. COMPONENTES DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN

Los componentes que integran el Sistema Propuesto se clasifican de la siguiente manera:

a) Los Actores

Se deben identificar las personas y organizaciones que cumplen un rol en el Sistema de Información

Turístico.

Los actores identificados son quienes participarán en el proceso con un papel específico. Se clasifican en:

- Actores locales: Las comunidades locales que forman parte de los 14 municipios en estudio, el Comité Turístico y las 14 Alcaldías Municipales.
- Actores regionales o departamentales: ONG´s, Ministerio de Turismo, Unidad Técnica.

b) Los Contenidos

Esto hace referencia a la información que se generará y circulará por el sistema. Los contenidos deben surgir de la demanda, es decir, se definen con la participación de los usuarios del sistema y sus beneficiarios. Los contenidos del sistema deben estar disponibles

[107] Tomado de: http://www.sita.org/que_es.htm

en formatos sencillos, en un lenguaje comprensible, y dispuestos para su socialización por diferentes medios y canales de comunicación. Los contenidos consistirán básicamente en Registros que alimentan los Indicadores de Control.

c) Las Redes Humanas y Virtuales para el Intercambio de Información y Conocimiento

Una red puede entenderse como "un conjunto de relaciones relativamente estables, de naturaleza no jerárquica e independiente, que vinculan a una variedad de actores que comparten intereses comunes en referencia a una política y que intercambian recursos para perseguir esos intereses compartidos, admitiendo que la cooperación es la mejor manera de alcanzar las metas comunes".

Fortalecer redes implica vincular a los distintos actores bajo una forma de organización en la que se fortalecen distintos vínculos e intercambios orientados por un objetivo compartido.

En el sistema de información, la función que se busca fortalecer entre los distintos actores es el intercambio de información que promueva la generación de conocimientos para el desarrollo turístico de la zona.

En el sistema de información propuesto para la zona de estudio se pueden definir como funciones de las redes:

- Facilitar el acceso de la información a los Comités Turísticos formados.
- Generar mecanismos que faciliten la socialización y el intercambio de información entre los distintos emprendedores formados.
- Vincular a diferentes actores sociales en la construcción de conocimiento.(Municipalidad + Ministerio de Turismo+ POLITUR + ONG´s).
- Desarrollar en los distintos actores sociales capacidades para la gestión de información.
- Promover el desarrollo de relaciones que fortalezcan la creación de capital social.
- Apoyar el fortalecimiento de las dinámicas comerciales de una localidad (cadenas productivas de emprendedores).

Los contenidos del sistema de información deben disponerse en algún lugar, ya sea en un centro de información o un espacio virtual facilitado por el internet, como es un sitio web.

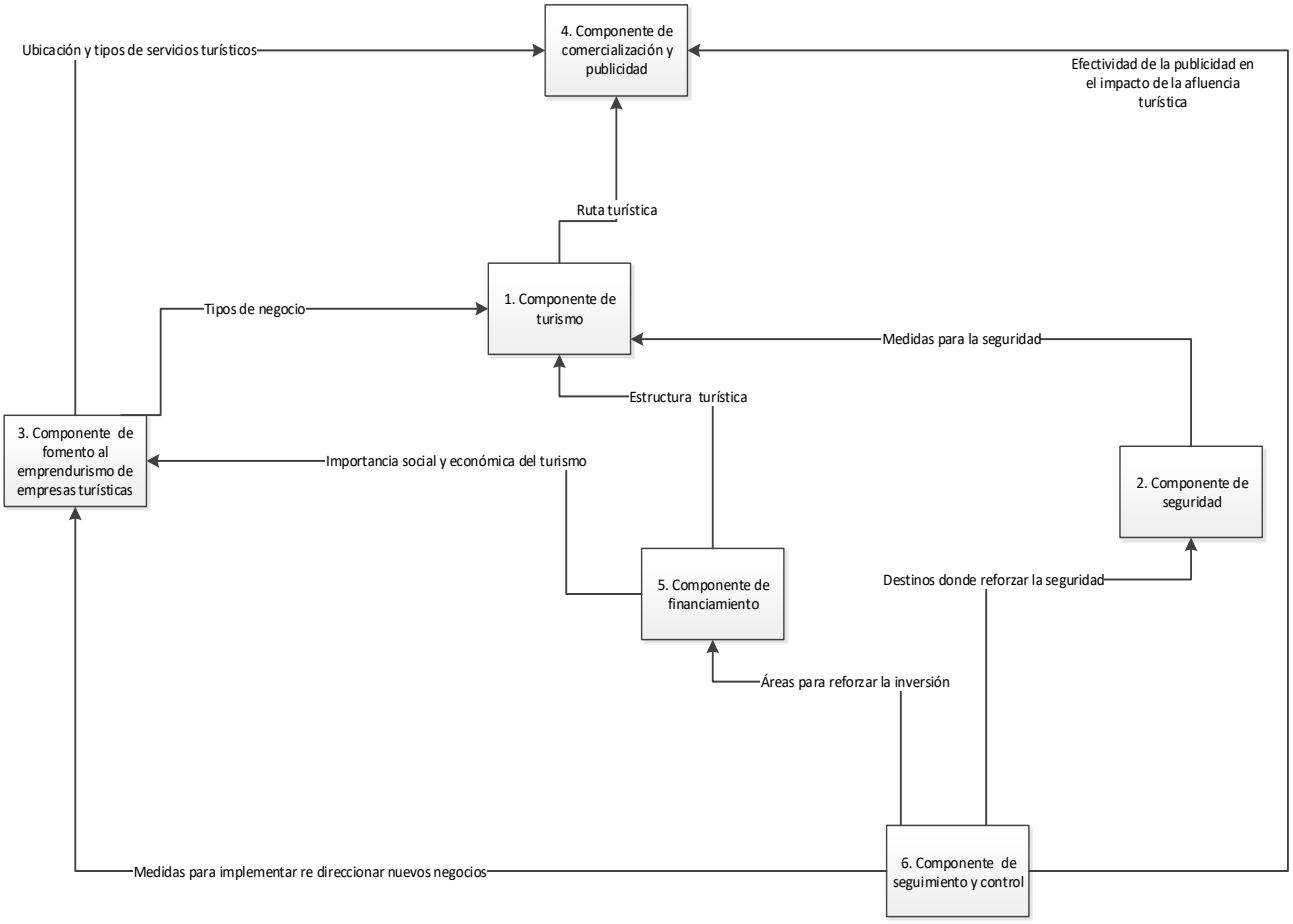
Por otra parte, una acción necesaria dentro de este componente es la caracterización de las redes de información y comunicación entre los distintos actores de interés el cual consiste en un proceso de diagnóstico que servirá para identificar la demanda de contenidos del sistema, es decir, las necesidades de información y comunicación, además las relaciones entre los actores, los flujos de información, los medios de comunicación utilizados, las oportunidades y también las dificultades en sus procesos de información y comunicación; aspectos que servirán para orientar el fortalecimiento de las redes.

d) La Intermediación

Este componente del sistema de información que aquí se propone, consiste en facilitar la socialización y el intercambio de información cumpliendo un rol de intermediación entre distintos actores.

Los técnicos, los extensionistas rurales, algunos agentes comunitarios como los promotores de salud cumplen una labor de socialización de información a través de su trabajo, y al mismo tiempo, son intermediarios entre las organizaciones para las que trabajan y los usuarios a los que atienden. De un lado, llevan información y conocimiento generado desde la organización para ofrecer algún tipo de servicio o apoyo a los usuarios y de otra parte, reciben información y conocimiento de los usuarios o beneficiarios que puede, con el uso debido, enriquecer el desempeño de la organización.

10.4.7. DEFINICIÓN DEL FLUJO E INTERRELACIÓN DE LOS COMPONENTES QUE FORMAN EL SISTEMA INTEGRADO DE TURISMO



Esquema 67*:* Diagrama de Flujo e Interrelación de Componentes

Fuente: Elaboración Propia

10.4.8. DESARROLLO DEL FLUJO DE INFORMACIÓN

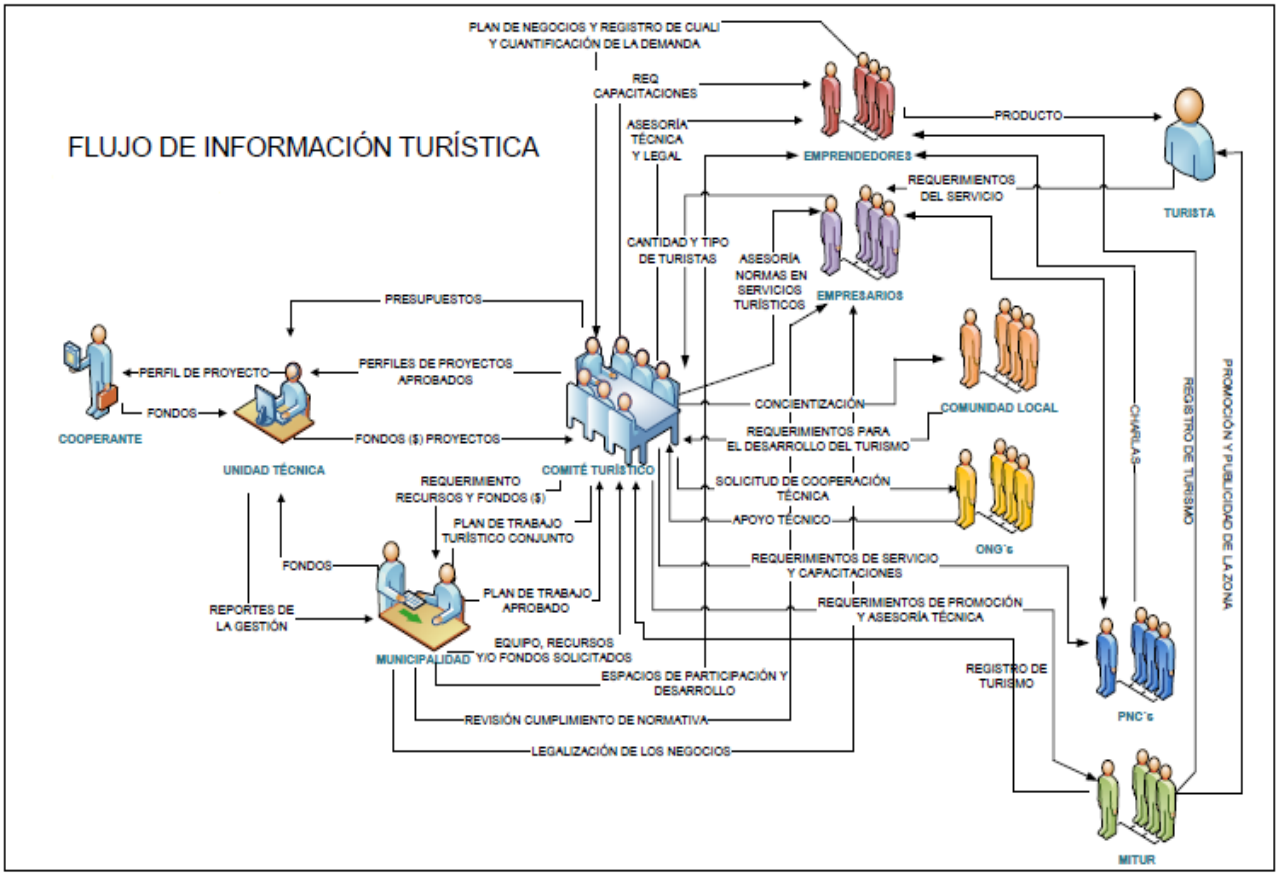
El Sistema de Información para la zona de estudio comprende el flujo de Información que se da entre los entes que lideran la parte estratégica del plan hasta el cliente. Los pasos que se deben considerar para el establecimiento del Sistema de Información Turística son:

1. Definir los contenidos que deberán registrarse en base a las necesidades de Información detectadas.
2. Identificar los agentes del Flujo de Información Turística. (Emisores, Beneficiarios e Intermediarios)

3. Establecer el tipo de relación que existe entre los entes. Caracterización de las redes de Información

Dentro de las Actividades que deberán desarrollarse continuamente para que el flujo del Sistema Turístico funcione están:

1. Generar el registro de datos turísticos. Para ellos se consideran los registros que son utilizados para el establecimiento de los indicadores de la sección anterior.
2. Actualizar la información de forma periódica mediante un mecanismo que lo facilite.



Esquema 68: Flujo de Información Turística.
Fuente: Elaboración Propia.

10.5. ASIGNACION DE LOS RECURSOS REQUERIDOS PARA EL SISTEMA EN EL PRIMER AÑO DE SU EVALUACIÓN

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	BENEFICIARIO	$	RECURSOS	LUGAR
1.Definición y caracterización de Indicadores críticos para el Control del Plan	Planificadores/ Comité turístico	Municipalidad	--	Indicadores Planes Componentes/ Variables críticas del Desarrollo del Plan	Alcaldía
2.Definición del Procedimiento de Control mediante la Utilización de Indicadores	Planificadores/ Comité turístico	Municipalidad	--	Indicadores Planes Componentes/ Variables críticas del Desarrollo del Plan	Alcaldía
3.Generación de un Mecanismo de Control que facilite la consideración de medidas a tomar	Planificadores/ Comité turístico	Municipalidad	--	Indicadores Planes Componentes/ Variables críticas del Desarrollo del Plan	Alcaldía
4.Identificación de los Componentes de un Sistema de Información	Planificadores/ Comité turístico	Municipalidad	--	Indicadores Planes Componentes/ Variables críticas del Desarrollo del Plan	Alcaldía
5.Establecimiento del Flujo de Información	Planificadores/ Comité turístico	Municipalidad	--	Indicadores Planes Componentes/ Variables críticas del Desarrollo del Plan	Alcaldía
TOTAL			$0.00		

Tabla 256: Asignación requeridos del componente.

Fuente: Elaboración propia.

MATRIZ DE RESPOSABILIDADES			
ACTIVIDAD	**COMITÉ TURISTICO**	**PLANIFICADOR**	**MUNICIPALIDAD**
1	A,C	R	I
2	A,C	R	I

3	A,C	R	I
4	A,C	R	I
5	A,C	R	I

Tabla 257: Matriz de responsabilidades.

Fuente: Elaboración propia.

COD	DEFINICION	DESCRIPCION DEL ROL
R	Subordinado	Este rol realiza el trabajo y es responsable por su realización. Debe existir sólo un R, si existe más de uno, entonces el trabajo debería ser subdividido a un nivel más bajo.
A	Responsable	Este rol se encarga de aprobar el trabajo finalizado y a partir de ese momento, se vuelve responsable por él.
C	Consultado	Este rol posee la información o capacidad necesaria para terminar el trabajo.
I	Informado	Este rol debe ser informado sobre el progreso y los resultados del trabajo.

Tabla 258: Definición de roles.

Fuente: Elaboración propia.

10.6. PROGRAMACIÓN DEL COMPONENTE DE MONITOREO Y CONTROL

	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES											
	DURACION DEL COMPONENTE						**3 MESES**					
	MESES											
ACT	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6.A.1.A												
6.A.1.B												
6.A.1.C												
6.B.1.A												
6.B.1.B												

CAPITULO VI

EVALUACIONES DEL PROYECTO

CAPITULO VI: EVALUACIONES DEL PROYECTO

1. OBJETIVOS

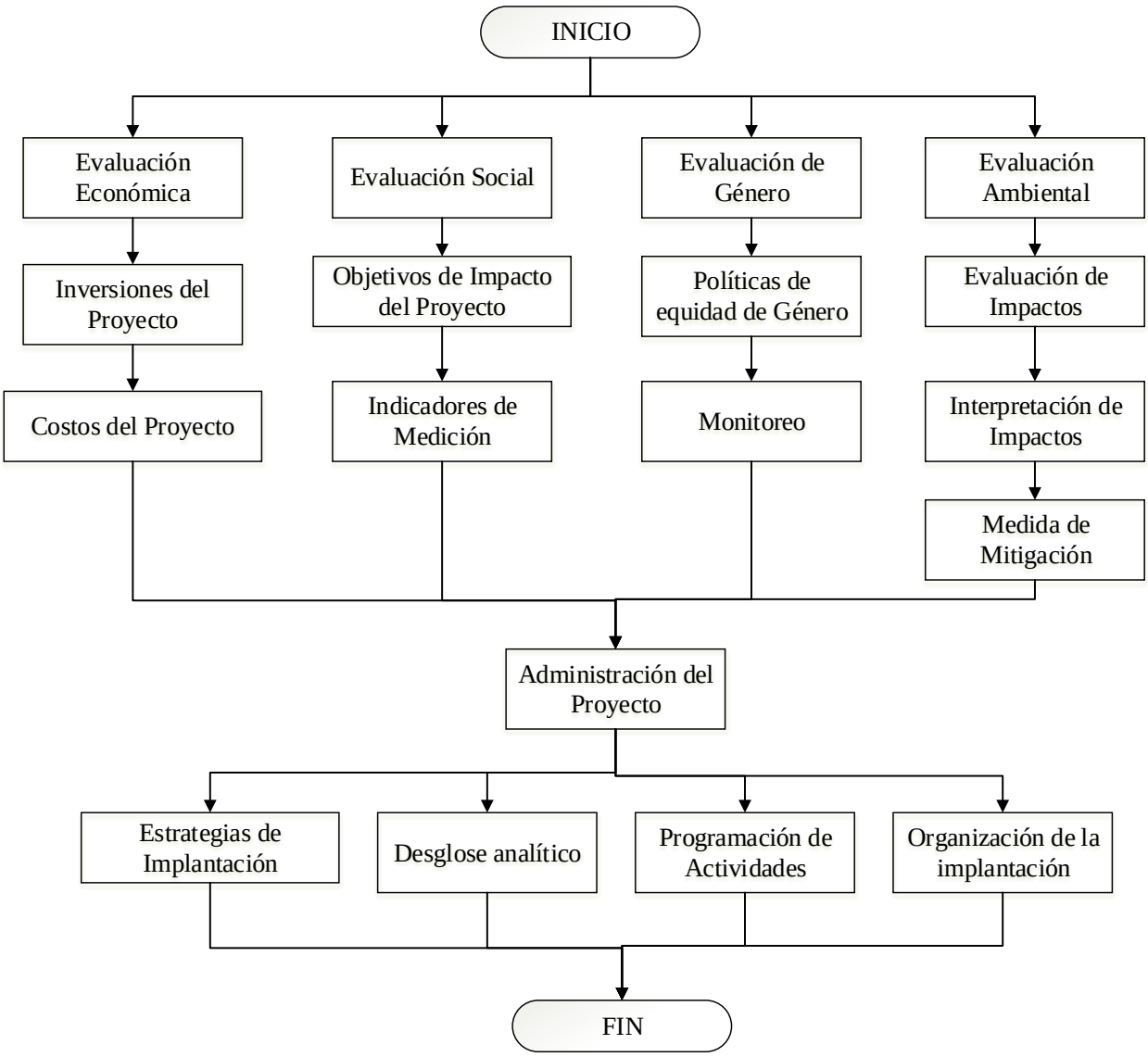
1.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar las evaluaciones económicas, sociales, de género y ambientales, para determinar la factibilidad del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales; así como la Administración del Proyecto que sirva como una guía de ejecución del Sistema.

1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar una evaluación económica de la implantación del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de productos Artesanales, determinando su rentabilidad a través de las entradas y salidas de fondos que se tendrán del funcionamiento del mismo.
- Realizar una evaluación social a través de indicadores para determinar los efectos que generara la ejecución del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de productos Artesanales.
- Evaluar desde la perspectiva de género la participación equitativa de hombres y mujeres que las acciones de las actividades ejecución del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de productos Artesanales generaran en la Microrregión del Valle de Jiboa.
- Evaluar el impacto ambiental generado por la ejecución del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales, y así contribuir a minimizar los efectos negativos al medio ambiente en la Microrregión del Valle de Jiboa.
- Definir las actividades necesarias para llevar a cabo la implantación del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de productos Artesanales, a través de la Administración del Proyecto.

2. METODOLOGÍA DE LAS EVALUACIONES



Esquema 69: Metodología de Evaluaciones e Implantación del proyecto.
Fuente: Elaboración Propia.

La etapa que continua con el análisis de sistema integrado de turismo y comercialización para la MIJIBOA se aborda de la siguiente manera:

Se plantea el abordaje de la evaluación a través de un primer componente que son las inversiones de las diferentes partes involucradas en el desarrollo del sistema, es por ello que se hace necesario realizar el análisis económico financiero.

N°	Tipo de inversión
1	Inversión pública de los municipios
2	Inversión de los CDT

Tabla 259: Descripción de la clasificación de las inversiones.

Fuente: Elaboración Propia

A. INVERCION PUBLICA

   En esta asignación de inversiones se ha considerado que se debe hacer todas aquellas mejoras y adecuaciones que están enfocadas al mejoramiento a los distintos atractivos turísticos que se han designado en los nuevos circuitos, la señalización de los cascos urbanos de cada municipio, y el aporte de los fondos GOES destinados según ley para el funcionamiento de la microrregión o mancomunidad como se prefiera llamar.

B. INVERCION DE LOS CDT (Comités de Desarrollo Turístico)

   Los CDT serán los responsables de la coordinación de las capacitaciones a los emprendedores y artesanos de los diferentes municipios,

   Detalle de las inversiones por cada componente.

Inversión Publica	
Mantenimiento anual de vía de acceso atractivos turísticos	$5,000.00
Señalización turística en casco urbano y atractivos turísticos	$5,730.00
Promoción de cada municipio y sus distintas rutas	$3,000.00
Mantenimiento de espacios o áreas municipales	$2,835.00
Adecuación de nuevas zonas turísticas en cada municipio seleccionado	$22,800.00
Equipo de Canopy	$5,574.36

Infraestructura canopy	$4,500.00
Estudios previos	$9,724.00
Equipo y mobiliario de oficina técnica	$4,065.00
Inversión de las CDT	
Capacitaciones en atención al cliente	$7,079.80
Equipo para CDT	$4,500.00

Resumen de las inversiones a realizar por las partes involucradas.

Resumen de inversión	
Inversión publica	$63,228.36
Inversión CDT	$11,579.80
Total	***$74,808.16***

Las inversiones del proyecto están constituidas por las inversiones fijas tangibles e intangibles actuales y propuestas, las cuales serán tomadas en cuenta para la realización del costeo.

3. INVERSIONES DEL PROYECTO

Las inversiones del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales se pueden definir como los recursos requeridos para construir y equipar el proyecto, o en este caso a los componentes del sistema. Esta se divide en inversión fija tangible e intangible:

3.1. INVERSIÓN FIJA

Esta inversión está relacionada con todos los recursos que se requieren en la fase inicial del proyecto y que comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y los intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la organización de la microrregión. 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 se clasifican en Inversión Fija Tangible e Inversión Fija Intangible:

Tipo de Inversión	Rubro
Inversión Fija Tangible	• Terreno • Obra Civil • Señalización • Equipo y Mobiliario
Inversión Fija Intangible	• Investigación y Estudios Previos • Servicios Profesionales • Administración del Proyecto • Capital de Trabajo

Tabla 260: Rubros de la Inversión Fija.
Fuente: Elaboración Propia.

3.1.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE

Terreno

Las iniciativas turísticas y la Plaza de las Artesanías que están propuestas dentro del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales cuentan con los terrenos donde funcionaran las distintas iniciativas, por tal motivo no se toma dentro del costeo la compra de terrenos; Todos los terrenos que se toman en cuenta son propiedad de las diferentes alcaldías que conforman la Microrregión del Valle de Jiboa.

Obra Civil

Este rubro se refiere a todas las actividades de construcción de la obra civil (Plaza de Artesanías) y la Adecuación de los distintos sitios turísticos que se toman en cuenta, desde la preparación del terreno (sí lo requiere) hasta la infraestructura externa e interna de todas sus áreas. A continuación, se detallan las nuevas áreas a construir:

Descripción	Cantidad	Costo	Total
Construcción de la Plaza de Artesanías (Incluye espacio para funcionamiento de la Oficina Técnica de la Mijiboa.)	1	$90,000.00	$90,000.00
Adecuación de Sitios Turísticos	8	$2,625.00	$21,000.00
Infraestructura Canopy	3	$1,500.00	$ 4,500.00
TOTAL			**$115,500.00**

Tabla 261: **Construcciones y Adecuaciones a Realizar.**
Fuente: Elaboración Propia.

Señalización

Es muy importante tener en cuenta que la microrregión necesitará señalizar cada una de las actividades turísticas determinadas en la etapa de diseño, las señales turísticas se han considerado solo para indicar el lugar donde se encontrará cada actividad.

Tipos de señales	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Señales Centros de Información Turística CIT	3	$60	$180
Señales para cada atractivo turístico	36	$60	$2160
Señales para restaurantes	3	$60	$180
Señales para hostales	1	$60	$60
Señales para festival gastronómico	14	$60	$840
Señales promocionales para circuitos	5	$180	$900
Señales de los circuitos para puntos de salida	4	$60	$240
Costo de Servicio por Diseño de Señalización[108]		$985.00	$985.00
Señalización de árboles y aves de avistamiento en cada sitio turístico	36	$5.00	$180.00
Total			**$5,730.00**

Tabla 262: Requerimiento de señalización turística.
Fuente: Elaboración Propia.

Productos promocionales y de publicidad.

Artículos Promocionales $1000.00

Programa de reforestación

Árboles para reforestación $300.00

Mobiliario y Equipo

DESCRIPCION		CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Equipo y Mobiliario para Oficina Técnica	Computadoras	4	$500.00	$2,000.00
	Cañón	1	$500.00	$500.00
	Impresor	1	$35.00	$35.00
	Escritorios	5	$150.00	$750.00
	Sillas	12	$40.00	$480.00
	Papelería	--	$100.00	$100.00

[108] Ver Tabla *265* de este documento: Costos de servicio de Diseño de señalización turística.

DESCRIPCION		CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	Accesorios de Oficina (Basureros, Teléfonos, Extensiones, Etc.)	--	$200.00	$200.00
Equipo para Comités de Desarrollo Turístico Municipal	Computadoras	9	$500.00	$4,500.00
Equipo de Canopy	Casco	18	$30.00	$540.00
	Arnes	18	$35.00	$630.00
	Guantes	18	$20.16	$362.88
	Mosquetones con seguro	36	$8.52	$306.72
	Polea para el cable	12	$20.87	$250.44
	Cinta para auto seguro	12	$15.49	$185.88
	Cinta de anclaje a la polea	12	$13.87	$166.44
	Ascendedores y descendedores	18	$49.00	$882.00
	Colchonetas para la protección en las plataformas	6	$125	$750.00
	Cable	5	$300	$1,500.00
Equipo de Mantenimiento para Sitios Turísticos	Basureros	40	$12.50	$500.00
	Rastrillo	8	$4.00	$32.00
	Escoba	16	$2.00	$32.00
	Motosierra	2	$225.00	$450.00
	Desbrozadora	2	$60.00	$120.00
	Cono de señalización	40	$6.10	$244.00
	Carretilla	8	$45.00	$360.00
	Azadón	8	$7.00	$56.00
	Cepillo barrendero	8	$3.00	$24.00
	Martillo	8	$5.50	$44.00
	Grifa	8	$10.50	$84.00
	Manguera	8	$15.00	$120.00
	Pala cuadrada	8	$5.95	$47.60
	Pala redonda	8	$4.25	$34.00
	Pala duplex	8	$12.25	$98.00
	Guantes	16	$3.25	$52.00
	Machete	8	$5.00	$40.00
	Tijeras de podar	8	$11.25	$90.00
	Llaves allen	8	$18.25	$146.00
	Lima	8	$1.50	$12.00
	Destornillador	8	$10.95	$87.60
	Alicate	8	$3.20	$25.60

DESCRIPCION		CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	Llave de tubo	8	$13.75	$110.00
	Tenaza	8	$3.35	$26.80
TOTAL				**$16,974.96**

Tabla 263: Requerimiento de Equipo y Mobiliario.
Fuente: Elaboración Propia.

3.1.2. RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA TANGIBLE

A partir de las tablas anteriores se muestra la siguiente la cual contiene el resumen de totales de las inversiones fijas tangibles para el proyecto:

Inversión Fija Tangible	**Monto**
Obra Civil	$115,500.00
Señalización	$5,730.00
Promocionales	$1,000.00
Artículos para reforestación	$300.00
Mobiliario y Equipo	$16,974.96
Total	$139,504.96

Tabla 264: Resumen de Inversión Fija Tangible.
Fuente: Elaboración Propia.

3.1.3. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE

La inversión fija intangible está constituida por todos aquellos rubros no materiales que por ende no están sujetos a amortización dentro de la empresa turística. Para este estudio se analizará cada uno de estos rubros los cuales se presentan a continuación:

Investigación y Estudios Previos

Este rubro no forma parte de la inversión inicial, sino más bien es parte de la pre inversión. Se establece como rubro que involucra los costos de realizar el estudio completo de factibilidad y estudios especializados complementarios.

Está suma no la erogarán los gobiernos locales, es un aporte a la economía nacional por parte de la Escuela de Ingeniería Industrial de la Universidad de El Salvador. Por lo que no se cargará a la inversión del proyecto.

Recurso	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Honorarios	3 personas	$3,000.00	$9,000.00
Viáticos	3 personas	$50.00	$150.00
Impresiones			$150.00
Empastado	3	$12.00	$36.00
Papelería	12 resmas	$4.00	$48.00
Fotocopias			$40.00
Internet			$300.00
Total			**$9,724.00**

Tabla 265: Costos de Estudios Previos.
Fuente: Elaboración Propia.

Servicios Profesionales

En este rubro se consideran las diferentes charlas y capacitaciones que serán necesarias que se impartan al inicio del proyecto;

Servicio Profesional	Costo
Diseño de arte para señalización	$5,550.00
Charlas del Componente de Seguridad	$4,840.02
Diseño de política de seguridad	$2,400.00
Estudio de escenarios pre desastres	$1,920.00
Capacitaciones del Componente de Emprendedurismo	$885.84
Capacitaciones del Componente de Comercialización	$177.12
Total	**$15,772.98**

Tabla 266: Costos de Servicios Profesionales.
Fuente: Elaboración Propia.

Administración del Proyecto

Para poder llevar a cabo la Implantación del Proyecto, se requiere de personal que se encargue de controlar e inspeccionar el mismo, a fin de que se cumplan todos los requerimientos y parámetros establecidos en el estudio, con el propósito de que el plan pueda operar en óptimas condiciones.

Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Salario Gerente del proyecto	1	$800.00	$800.00
Salario Asistentes de Proyectos	2	$400.00	$800.00
Computadora	1	$500.00	$500.00
Internet Móvil	Servicio mensual	$15.00	$90.00
Transporte	90 galones	$3.00	$270.00

Impresiones	700 paginas	$0.10	$70.00
Capacitación al Personal contratado de la oficina técnica			$900.00
	3 puestos de Técnicos ($300 C/U)	$900.00	
Total			$3,430.00
Imprevistos	10% del Total	$343.00	
Costo Administrativo Total			**$3,773.00**

Tabla 267: Costos de Administración del Proyecto.
Fuente: Elaboración Propia.

Capital de Trabajo

El capital de trabajo se estimará para seis meses desde la puesta en marcha del proyecto, de lo que se detalla en lo siguiente información:

Inventarios

Como política de la organización se maneja un stop de papelería con un monto de $200.00 mensuales

Total Inventarios semestral ***$1,200.00***

Caja de efectivo

La organización ha decidido establecer una caja de efectivo con $500.00, lo que se considera lo suficiente para suplir las necesidades que surjan en la puesta en marcha.

Cuentas por cobrar

La organización no tiene créditos por lo que no tendrá cuentas por cobrar.

Salarios

Para cuantificar correctamente el costo de los salarios, se tomarán en cuenta las consideraciones de ley, para esto se calculará un factor de recargo para los salarios.

Para el cual se toma como base el sueldo mínimo en curso.

Factor de recargo estimado

Salario base: $300.00

Vacación: 15 días + 30% = $140.95mensual

Aguinaldo: 15 días = $125.85 mensual

ISSS 7.5% =$19.32

AFP 6.5% = $16.75

En esta parte se reitera que los sueldos absorbidos por el proyecto, deberá aplicarse el factor de recargo y para 6 meses. Tomando como referencia los costos anuales que se incurren en personal de la organización, los puestos que absorberá la organización se presentan a continuación:

Puesto	Cant.	Salario		ISSS	AFP	Vacaciones	Aguinaldo	Total
		Mensual	Anual					
Director Oficina Técnica	1	$650.00	$7,800.00	$585.00	$526.50	$422.50	$216.67	$9,550.67
Encargado de Publicidad	1	$400.00	$4,800.00	$360.00	$324.00	$260.00	$133.33	$5,877.33
Encargado de Finanzas	1	$400.00	$4,800.00	$360.00	$324.00	$260.00	$133.33	$5,877.33
Técnico realizador de perfiles	1	$400.00	$4,800.00	$360.00	$324.00	$260.00	$133.33	$5,877.33
Administrador de Plaza de Artesanías	1	$400.00	$4,800.00	$360.00	$324.00	$260.00	$133.33	$5,877.33
Total	5	$2,250.00	$27,000.00	$2,025.00	$1,822.50	$1,462.50	$749.99	**$33,059.99**

Tabla 268: Costos anuales de personal de la Organización.
Fuente: Elaboración Propia.

Para seis meses seria **$16,529.99**

Resumen de capital de trabajo

Resumen capital de trabajo	
Insumos	$1,200.00
Mono de obra	$16,529.99
Caja	$3000.00
Total	**$20,729.99**

Tabla 269: Resumen de Capital de Trabajo.
Fuente: Elaboración Propia.

3.1.4. RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE

A partir de las tablas anteriores se muestra la siguiente tabla, la cual contiene el resumen de totales de las inversiones fijas intangibles para el proyecto:

Inversión Fija Intangible	**Monto**
Investigación y Estudios Previos	$--
Servicios Profesionales	$15,772.98
Administración del Proyecto	$3,773.00
Capital de Trabajo	$20,729.99
Total	$40,275.97

Tabla 270: Resumen de Inversión Fija Intangible.
Fuente: Elaboración Propia.

3.2. RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA

Rubro	**Monto**
Inversión Fija Tangible	
Obra Civil	$115,500.00
Señalización	$5,730.00
Promocionales	$1,000.00
Artículos para reforestación	$300.00
Mobiliario y Equipo	$16,974.96
Total Inversión Fija Tangible	**$139,504.96**

Inversión Fija Intangible	
Investigación y Estudios Previos	$--
Servicios Profesionales	$15,772.98
Administración del Proyecto	$3,773.00
Capital de Trabajo	$20,729.99
Total Inversión Fija Intangible	**$40,275.97**
Total	**$179,780.93**

Tabla 271: Total de Inversión Fija.
Fuente: Elaboración Propia.

4. COSTOS DEL PROYECTO

Se le conoce como estructura de costos al conjunto de procedimientos, registros y cuentas especialmente diseñadas con el objeto de determinar los costos anuales con que incurre un proyecto, el control de las operaciones que se realizan para llevar a cabo sus funciones y proporcionar a la dirección de la misma los elementos para ejercer una adecuada toma de decisiones. De acuerdo a lo anterior, es necesario llevar un control de los costos incluidos en este, en donde la información deberá ordenarse y clasificarse de tal manera que permita visualizar todos sus componentes y calcular los montos totales. Por lo tanto, para el proyecto, se deberá establecer la estructura de costos a utilizar.

Para determinar los costos del proyecto se utilizará el costeo directo, esto requiere la separación plenamente definida de los costos variables y de los costos fijos, ya que nos permitirá identificar aquellos costos a los cuales se tendrá que someter la organización al llevar a cabo el proyecto turístico. Además, por el hecho de ser un servicio, nos ayudará identificar de una forma más clara los costos fijos y variables que se encuentren en el proyecto.

4.1. COSTOS FIJOS

Dentro de los costos fijos se considerarán todos aquellos montos que permanecen constantes a lo largo del periodo en el que se brindará el servicio turístico, entre los cuales se detallan los siguientes:

4.1.1. COSTOS DE LOS COMPONENTES

Componente Turístico						
Cod.	**Actividad**	**Cant**	**Costo unitario**	**Sub. Total**	**Inversión**	**Costo Anual**
1.A.1.A	**Diseño y Colocación de Señalización Turística**				**$11,100.00**	**$2910.00**
	Diseño y proceso creativo de nueva filosofía, línea gráfica y funcionamiento para la Microrregión del Valle de Jiboa.	1	$700.00	$700.00		
	Diseño gráfico de nuevo logotipo para la Microrregión del Valle de Jiboa, manual de marca, instrucción de comunicación específica.	1	$700.00	$700.00		
	Creación de nombre y logotipo para programas de pertenencia, Tours, Servicios, etc.	1	$1,150.00	$1,150.00		
	Diseño gráfico de banners institucionales de dimensiones variable	1	$800.00	$800.00		
	Diseño de material promocional para entregar a clientes, material pop, promocional, señalización de áreas, señales para programa de buenas prácticas de turismo.	1	$800.00	$800.00		
	Dirección creativa para sitio web, desarrollo de contenido y edición, dirección creativa de plataforma para redes sociales.	1	$800.00	$800.00		
	Inducción de nuevo concepto de la organización, presentación a colaboradores, y entes relacionados.	1	$100.00	$100.00		
	Diseño de stand promocional de participación en ferias. (4x4 o 2x2).	1	$500.00	$500.00		
	Mantenimiento y nueva señalización	1	$2,910.00	$2,910.00		$2,910.00
	Señalización	1	$5,550.00	$5,550.00		
1.B.1.A	**Calculo de Capacidad Instalada en zonas comunes: Implementación de Buenas Prácticas de Turismo**				**$3,015.00**	**$300.00**
	Pago de honorarios por cálculo de Capacidad Instalada en zonas comunes (Incluido en estudios previos)	1	$-	$-		
	Compra de equipo auxiliar para mantenimiento de sitios turísticos	1	$2,835.00	$2,835.00		
	Señalización de árboles y aves de avistamiento en cada sitio turístico	36	$5.00	$180.00		
	Programa de reforestación anual	1	$300.00	$300.00		
1.B.2.B	**Adecuación de Sitios Turísticos**				**$21,000.00**	**3,700.00**

	Mesas de madera para zona de comidas	32	$125.00	$4,000.00		
	Fosa séptica y sistema de agua	8	$850.00	$6,800.00		
	Juegos de madera para niños	8	$300.00	$2,400.00		
	Adecuación del terreno	8	$300.00	$2,400.00		
	Caseta para baños	8	$400.00	$3,200.00		
	Dragado de zona de ríos	3	$400.00	$1,200.00		
	Casetas de bienvenida y mesas interpretativas o puntos de información	16	$175.00	$2,800.00		
	Mantenimiento de zonas verdes y poda de árboles, arbustos (será responsabilidad del comité de desarrollo turístico municipal)	6	$300.00	$1,800.00		$1,800.00
	Limpieza de fosa séptica	1	$700.00	$700.00		$700.00
	Mantenimiento de Mesas y baños	1	$1200.00	$1200.00		$1200.00
1.C.1.A	**Reestructuración de circuitos Turísticos**				**$10,074.36**	**$500.00**
	Infraestructura Canopy	3	$1,500.00	$4,500.00		
	Equipo para Canopy	1	$5,574.36	$5,574.36		
	Renovación de equipo para Canopy	1	$500.00	$500.00		
	Contratación de personal Reestructuración de circuitos Turísticos (Investigación previa)	1	$-	0		
1.C.1.B	**Reestructuración de Itinerarios de circuitos Turísticos**				--	--
	Reestructuración de Itinerarios de circuitos Turísticos (Investigación previa)					
Sub-Total					**$48,204.36**	**$7,410.00**

Tabla 272: Costos del Componente Turístico.
Fuente: Elaboración Propia.

Componente de Seguridad Turística						
Cod.	**Actividad**	**Cant**	**Costo unitario**	**Sub. Total**	**Inversión**	**Costo Anual**
2.A.1.A	**Charlas y Programas de apoyo de Prevención de la Violencia**	--			**$ --**	**$188.12**

	Materiales consumibles	1	$68.12	$68.12		
	Honorarios Capacitadores (Brindadas por un Servidor público)	32	$-	$-		
	Gasolina para transporte	1	$120.00	$120.00		
2.B.1.B	**Diseño de Política de Seguridad Turística**	**--**			**$2,400.00**	**$ --**
	Servicios profesionales de diseño de política de seguridad turística	1	$2,400.00	$2,400.00		
2.B.2.B	**Creación de una Mesa Intersectorial de Seguridad**	**--**			**$520.02**	
	Charlas de gestión de la seguridad	1	$520.02	$520.02		
2.B.3.B	**Desarrollo del Plan de Trabajo para la mesa intersectorial de Seguridad**	**--**			**$-**	
	Desarrollo del Plan de Trabajo para la mesa intersectorial de Seguridad (incluido en 2. B.1.B)					
2.B.4.B	**Establecimiento de un mecanismo de Comunicación entre las Organizaciones de la Mesa de Seguridad**	**--**			**$-**	
	Establecimiento de un mecanismo de Comunicación entre las Organizaciones de la Mesa de Seguridad (incluido en 2.B.1.B)					
2.C.1.C	**Integración de una comisión de turismo al comité de protección civil**	**--**				
	Integración de una comisión de turismo al comité de protección civil (incluido en 2.B.1.B)					
2.C.2.C	**Reducción de Riesgos y Vulnerabilidades potenciando el Turismo**	**--**			**$1,920.00**	**$ --**
	Servicios profesionales estudio de escenarios predesastres	1	$1,920.00	$1,920.00		
2.D.1.D	**Programa de Concientización**	**--**				**$176.82**
	Materiales consumibles	1	$26.82	$26.82		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		

2.D.2.D	**Charlas Especializadas de Prevención de Violencia y Hechos delictivos**	**--**				
	Materiales consumibles	1	$30.62	$30.62		
	Honorarios Capacitadores	8	$6.00	$48.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
2.E.1.E	**Creación de un Sistema de Control de los Delitos Cometidos**	**--**			**0**	
	Creación de un Sistema de Control de los Delitos Cometidos (incluido en 2.B.1.B)					
2.E.2.E	**Creación de una base de datos con indicadores a controlar**	**--**			**0**	
	Creación de una base de datos con indicadores a controlar (incluido en 2.B.1.B)					
Sub-Total					**$4,840.02**	**$364.94**

Tabla 273: **Costos del Componente de Seguridad Turística.**
Fuente: Elaboración Propia.

Componente Emprendedurismo						
Cod.	**Actividad**	**Cant**	**Costo unitario**	**Sub. Total**	**Inversión**	**Costo Anual**
3.A.1.A	**Identificación de Negocios Actuales y Diseño de estrategias de mejora al Comercio**	**--**			**0**	
3.B.1.B	**Capacitaciones sobre Elaboración de Perfiles**	**--**				**$177.12**
	Materiales consumibles	1	$27.12	$27.12		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
3.B.2.B	**Capacitaciones sobre Planes de Negocios**	**--**				**$177.12**
	Materiales consumibles	1	$27.12	$27.12		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		

	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
3.B.3.B	**Capacitaciones sobre Fuentes de Financiamiento**	**--**				**$177.12**
	Materiales consumibles	1	$27.12	$27.12		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
3.C.1.C	**Capacitación la Utilización de herramientas administrativas para el manejo de empresas**	**--**				**$177.12**
	Materiales consumibles	1	$27.12	$27.12		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
3.C.2.C	**Capacitación sobre la Aplicación de Sistema Contable**	**--**				**$177.12**
	Materiales consumibles	1	$27.12	$27.12		
	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
Sub-Total						**$885.60**

Tabla 274: Costos del Componente de Emprendedurismo.
Fuente: Elaboración Propia.

Componente de Comercialización y Publicidad						
Cod.	**Actividad**	**Cant**	**Costo unitario**	**Sub. Total**	**Inversión**	**Costo Anual**
4.A.1.A	**Formación de personal de atención al turista basado en el modelo Customer Experience**				**$1,177.12**	
	Experiencia de Compras atractivas con valor agregado para artesanos					
	Creación de Promociones de Fidelización					
	Materiales consumibles	1	$18.32	$27.12		

	Honorarios Capacitadores	8	$15.00	$120.00		
	Gasolina para transporte	1	$30.00	$30.00		
	Presupuesto para promocionales	1	$1,000.00	$1,000.00		
4.B.1.B	**Diseño y Creación de la Plaza de Artesanías**				**$90,000.00**	
	Diseño y Creación de la Plaza de Artesanías	1	$90,000.00	$90,000.00		
4.C.1.C	**Utilización de medios de Comunicación para la promoción de destinos turísticos**					**$3,000.00**
	Presupuesto para utilización de medios de comunicación para promociones	1	$3,000.00	$3,000.00		
4.C.2.C	**Determinación de la Marca Turística (Incluido en componente 1.A.1.A)**				**0**	
4.C.3.C	**Diseño de Brochures publicitarios para circuitos turísticos (Incluido en componente 1.A.1.A)**				**0**	
Sub-Total					**$91,177.12**	**$3,000.00**

Tabla 275: Costos del Componente de Comercialización y Publicidad.
Fuente: Elaboración Propia.

Componente de Financiamiento						
Cod.	**Actividad**	**Cant**	**Costo unitario**	**Sub. Total**	**Inversión**	**Costo Anual**
5.A.1.A	**Identificación de Organismos de Cooperación**	**$9,550.67[109]** Contemplado dentro de las funciones del administrador de la microrregión				
5.A.1.B	**Definición de Condiciones para Cooperación**					
5.A.1.C	**Desarrollo de Estrategia para Apoyo Financiero**					

[109] Se ha considerado dentro de las funciones del administrador de la microrregión por lo que no se asigna el costo o invercion.

5.B.1.A	**Definición de Requisitos legales para acceder al apoyo de organismos**
5.B.1.B	**Creación de guía con requisitos comunes para acceder a cooperación**
Sub-Total	

Tabla 276: Costos del Componente de Financiamiento.
Fuente: Elaboración Propia.

Componente de Monitoreo y Control del Desarrollo Turístico						
Cod.	**Actividad**	**Cant**	**Costo unit**	**Sub. Total**	**Inversión**	**Costo Anual**
6.A.1.A	**Definición y Caracterización de Indicadores críticos para el control des sistema integrado de turismo**	**$9,550.67*** Contemplado dentro de las funciones del administrador de la microrregión				
6.A.1.B	**Definición del procedimiento de control mediante la utilización de Indicadores**					
6.A.1.C	**Generación de un Mecanismo de Control para medidas futuras a tomar**					
6.B.1.A	**Identificación de los componentes de un Sistema de Información**					
6.B.1.B	**Establecimiento del Flujo de Información**					
Sub-Total						

Tabla 277: Costos del Componente de Monitoreo y Control del Desarrollo Turístico.
Fuente: Elaboración Propia.

El Detalle de costos de las capacitaciones que involucran a los componentes se encuentra en el Anexo 8. A continuación, se muestra el resumen de los costos de los componentes:

Componente	Inversión	Costo Anual
Componente Turístico	$48,204.36	$7,410.00
Componente de seguridad Turística	$4,840.02	$364.94

Componente de Emprendedurismo	$0.00	$885.60
Componente de Comercialización y Publicidad	$91,177.12	$3,000.00
Componente de Financiamiento	$0.00	$0.00
Componente de Monitoreo y Control del Desarrollo Turístico	$0.00	$0.00
Total	**$144,221.50**	**$11,660.54**
Total Inversión más costo anual	***$155,882.04***	

Tabla 278: Costos de Inversión y anuales por Componentes.
Fuente: Elaboración Propia.

4.1.2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

Se incurren en la dirección, control y operación de la oficina técnica principalmente e incluyen el pago de salarios. Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Dentro de los costos se incluyen los siguientes:

- Personal de áreas administrativas y Personal de área operativa
- Consumo de agua y energía eléctrica (Oficina Técnica)
- Depreciación de obra civil, equipo y mobiliario de oficina.

Personal de áreas administrativas y Personal de área operativa

Este representa los sueldos del personal que trabaja directamente en el proceso de prestación del servicio; se debe de considerar para los pagos de salarios de acuerdo a lo que establece el código de trabajo o políticas propias de empresa (considerando vacaciones, aguinaldo, horas extras, prestaciones legales como inscripción en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social y cotizaciones al fondo de pensiones –AFP.) y según el puesto que ocupe. Se toma en consideración lo siguiente:

- **Salario Anual =** Salario Mensual x 12 meses
- **ISSS =** Salario Anual * 7.5% (cuota patronal)
- **AFP =** Salario Anual * 6.75% (cuota patronal)
- **Vacaciones =** Salario diario x 15 días x 30% + Salario diario x 15 días
- **Aguinaldo =** Salario Diario * 10 días

Sueldos del personal Administrativo y Operativo

Puesto	Cant.	Salario		ISSS	AFP	Vacaciones	Aguinaldo	Total
		Mensual	Anual					
Director Oficina Técnica	1	$650.00	$7,800.00	$585.00	$526.50	$422.50	$216.67	$9,550.67
Encargado de Publicidad	1	$400.00	$4,800.00	$360.00	$324.00	$260.00	$133.33	$5,877.33
Encargado de Finanzas	1	$400.00	$4,800.00	$360.00	$324.00	$260.00	$133.33	$5,877.33
Técnico realizador de perfiles	1	$400.00	$4,800.00	$360.00	$324.00	$260.00	$133.33	$5,877.33
Administrador de Plaza de Artesanías	1	$400.00	$4,800.00	$360.00	$324.00	$260.00	$133.33	$5,877.33
Total	5	$2,250.00	$27,000.00	$2,025.00	$1,822.50	$1,462.50	$749.99	**$33,059.99**

Tabla 279: **Costos de Administración Anuales por salarios de la Microrregión.**
Fuente: Elaboración Propia.

Depreciación de Mobiliario y Equipo

Según el Marco legal y registro contable de la Depreciación en El Salvador, para el cálculo de la deducción tributaria de la depreciación se utiliza el método de la línea recta aplicando porcentajes directamente al costo de adquisición.

Bienes	Cant.	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil	Valor de Recuperación	Depreciación Anual
Computadoras	4	$500.00	$2,000.00	5	0	$400.00
Cañón	1	$500.00	$500.00	5	0	$100.00
Impresor	1	$35.00	$35.00	5	0	$7.00
Escritorios	5	$150.00	$750.00	5	0	$150.00
Sillas	12	$40.00	$480.00	5	0	$96.00
Plaza de Artesanías	1	$90,000.00	$90,000.00	20	0	$4,500.00
Total						**$5,253.00**

Tabla 280: **Depreciación de Mobiliario y Equipo.**
Fuente: Elaboración Propia.

Servicios básicos

En este apartado se calcula el costo por consumo de los servicios básico como agua potable, energía eléctrica y comunicaciones.

Energía eléctrica

Equipo	**Cantidad**	**Consumo (Kwh)**	**Horas**	**Consumo Total (Kwh/mes)**
Computadora	5	0.2	160	160
Cañón	1	0.2	30	6
Impresor	1	0.15	160	25
Luminarias	6	0.05	40	12
Consumo por Energía Electrica				203
Costo por Energía Electrica ($0.2258 Kwh)				$45.84/mes
Consumo por Energía Electrica Anual				$550.08
Cargo por Comercialización ($0.98/mes)				$11.76
Cargo por distribución ($3.45/mes)				$41.40
Total				**$603.24/Año**

Tabla 281: Costo por servicios de Energía Eléctrica.
Fuente: Elaboración Propia.

Servicio de agua para servicio sanitario

Se cuenta con 5 personas en el área administrativa, las cuales trabajan 297 días del año y estimando que consumo de agua diario por persona es de 20 Lts, se tiene que el personal administrativo consume 29,700 Lts/año, es decir 29.70 m3/año. Con una tarifa de $1.15/m3 el costo anual aproximado es de **$34.16.**

Servicio de agua para consumo

Para el personal de la junta, y tomando en cuenta además el consumo de visitas a la oficina técnica se tiene que el total de personas será de 7 en promedio. El consumo diario por persona es 2 Lts, por lo tanto, se tienen que el consumo de agua será de 4.16 m3/año, esto es 1,100 galones/año, si cada galón cuesta $0.35, el costo total será de **$385 /año.**

Comunicaciones

Estas se dividen en consumo de teléfono y consumo por uso de internet. El costo del paquete internet 2mb más teléfono fijo es de $23.00 mensuales, por lo que el costo anual es de $276.00.

Resumen de costos de servicios básicos anuales: $603.24 +$ $34.16+ $385 + $276= **$1,298.40**

Papelería e Insumo para Oficina

Descripción	**Cantidad Anual**	**Precio Unitario**	**Total**
Resma Papel Bond/ Resma tamaño Carta	**12**	$4.00	$48.00
Folders (Caja de 100 unidades)	**4**	$5.00	$20.00
Fastenes (Caja de 100 Unidades)	**4**	$2.00	$8.00
Caja de Lapiceros (12 Unidades)	**3**	$1.00	$3.00
Marcadores	**8**	$1.00	$8.00
Engrapadores	**2**	$5.50	$11.00
Caja de grapas	**3**	$2.00	$6.00
Cartuchos para Impresor	**6**	$20.00	$120.00
Total			**$224.00**

Tabla 282: **Costo anual de Papelería e Insumos.**
Fuente: Elaboración Propia.

Resumen de Costos Administrativos

Rubro	**Costo**
Salarios	$33,059.99
Depreciación de Mobiliarios	$3,753.00
Servicios Básicos	$1,298.40
Papelería	$224.00
Total	**$38,335.39**

Tabla 283: **Resumen de Costos Administrativos.**
Fuente: Elaboración Propia.

4.1.3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

A través del apoyo técnico y financiero que brinda a América Latina y el Caribe, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se convierte en un socio estratégico para el desarrollo

del turismo sostenible. El Banco respalda proyectos que contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población con menores recursos, al tiempo que garantiza la conservación del medio ambiente y los valores sociales y culturales de las comunidades. El (BID) tiene destinado para proyectos turísticos en América Latina un monto de $25 millones.

4.1.4. COSTO FINANCIERO

El costo financiero (para el primer año) es el pago que se debe de realizar por el uso del dinero que será requerido para ejecutar el Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales en la Microrregión, dicho costo de capital es calculado en base a una tasa de interés de 2.09% que es la ofrecida por el BID para proyectos turísticos, de lo cual se obtiene el siguiente resultado.

Inversión Inicial	**$104,972.77**
Tasa de Interés anual	2.09%
Costo Financiero para tres años	$38,405.78

Tabla 284: Costos Financieros.
Fuente: Elaboración Propia.

En la siguiente pagina, se muestra el costo financiero para el primer año por mes:

Detalle de la amortización y cálculo de intereses para el primer año.

		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Inversión Inicial	$104,972.77	$104,972.77	$102,057.77	$99,142.77	$96,227.77	$93,312.77	$90,397.77	$87,482.77	$84,567.77	$81,652.77	$78,737.77	$75,822.77	$72,907.77
Abono a capital	$0.00	$ 2,915.00	$ 2,915.00	$ 2,915.00	$ 2,915.00	$ 2,915.00	$ 2,915.00	$ 2,915.00	$ 2,915.00	$ 2,915.00	$ 2,915.00	$ 2,915.00	$ 2,915.00
Saldo		$102,057.77	$99,142.77	$96,227.77	$93,312.77	$90,397.77	$87,482.77	$84,567.77	$81,652.77	$78,737.77	$75,822.77	$72,907.77	$69,992.77
Tasa de Interés	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209
Costo Financiero		$2,133.01	$2,072.08	$2,011.16	$1,950.24	$1,889.31	$1,828.39	$1,767.47	$1,706.54	$1,645.62	$1,584.70	$1,523.77	$1,462.85

Tabla 285: Costos financieros por mes para el primer año.

Fuente: Elaboración Propia

4.1.5. RESUMEN DE COSTOS FIJOS

La tabla siguiente denota cada uno de los costos fijos involucrados en el proyecto para el periodo de un año:

Descripción	**Total**
Costos de los Componentes	$11,660.54
Costos de Administración	$38,335.39
Costos Financieros	$21,575.14
Total	**$71,571.07**

Tabla 286: Resumen de Costos Fijos Anuales.
Fuente: Elaboración Propia.

4.2. COSTOS VARIABLES

Dentro de los costos variables se considerarán todos aquellos que varían con la cantidad de servicios que se brindarán, aquí se han clasificado los que están directamente relacionados con la práctica de las actividades turísticas dentro de los circuitos que se ofertaran.

4.2.1. COSTOS VARIABLES UNITARIOS POR CIRCUITOS

Para calcular los costos variables unitarios se tendrán en cuenta el costo variable unitario de la prestación del servicio: alimentación, visitas, el costo variable unitario por guías etc. Como a continuación se muestra:

Circuito 1 "Caminos de Arte y Tradición"

Descripción	**Costo**
Transporte	$1.00
Guía Turístico	$0.50
Taller Artesanal: Degustación de Dulces Artesanales	$1.00
Almuerzo	$2.00
Visita a Museo de Artes	$1.00
Visita a Laguna de Apastepeque	$1.50
Total	**$7.00**

Tabla 287: Costo Variable Unitario Circuito 1.
Fuente: Elaboración Propia.

Circuito 2 "Aventura Dulce y Tradiciones"

Descripción	**Costo**
Transporte	$1.00
Guía Turístico	$0.50
Canopy Cerro el Brujo	$2.00
Almuerzo	$2.00
Taller Artesanal: Degustación de Melcohas y Derivados	$1.00
Taller Artesanal: Elevación de Globos Artesanales	$0.50
Visita a Cerro las Delicias	$1.00
Visita Laguna La Bruja	$1.00
Total	**$9.00**

Tabla 288: Costo Variable Unitario Circuito 2.
Fuente: Elaboración Propia.

Circuito 3 "Caminos de Moliendas y Ausoles"

Descripción	**Costo**
Transporte	$1.00
Guía Turístico	$0.50
Visita a cañón de Anastasio Aquino	$1.00
Taller Artesanal: Visita de Moliendas en Verapaz	$1.00
Almuerzo	$2.00
Canopy Los Infiernillos	$2.00
Taller Artesanal: Degustación de Melcohas y Derivados	$1.00
Total	**$8.50**

Tabla 289: Costo Variable Unitario Circuito 3.
Fuente: Elaboración Propia.

Circuito 4 "Tejidos de Magia y Color"

Descripción	**Costo**
Transporte	$1.00
Guía Turístico	$0.50
Taller Artesanal: Visita de Telares en San Sebastián	$1.00
Visita a Rio El Machacal	$1.00
Almuerzo	$2.00
Canopy Cerro El Grande	$2.00
Taller Artesanal: Visita a Moliendas de San Lorenzo	$1.00
Total	**$8.50**

Tabla 290: Costo Variable Unitario Circuito 4.
Fuente: Elaboración Propia.

Circuito 5 "Dulces Sabores de mi Tierra"

Descripción	**Costo**
Transporte	$1.00
Guía Turístico	$0.50
Taller Artesanal: Degustación de Dulces Artesanales	$1.00
Visita a Cascada El Playón	$1.00
Almuerzo	$2.00
Taller Artesanal: Visita a Moliendas de San Lorenzo	$1.00
Total	**$6.50**

Tabla 291: **Costo Variable Unitario Circuito 5.**
Fuente: Elaboración Propia.

4.2.2. PRONOSTICO DE VENTAS

Para el cálculo de costos variables es necesario justificar la demanda por cada circuito tanto para los turistas nacionales como para los internacionales.

Proyecciones por Circuito para turistas Nacionales

Para lo cual se retoman los datos de la tabla 222 de la Etapa de Diseño, que refleja las proyecciones para la demanda nacional.

Año	Proyecciones de turistas	Turistas nacionales potenciales
1	1,266,421	689,440
2	1,338,607	728,738
3	1,414,908	770,276
4	1,495,557	814,181
5	1,580,804	860,590

Copia de tabla 222

Se selecciona la demanda que tendrá cada circuito partiendo del tipo de turismo que se practica en cada uno de los 5 circuitos, Los circuitos 2, 3, 4 son considerados de aventura por la inclusión del servicio de Canopy.

Año	Proyecciones de turistas	Turistas nacionales potenciales	Rural 22 % Ecológico 17%		Aventura 16%		
			CIRCUITO 1 Caminos de arte y tradición	**CIRCUITO 5 Dulces** sabores de mi tierra	**CIRCUITO 2 Aventura** dulce y tradiciones	**CIRCUITO 3** Caminos de moliendas y ausoles	**CIRCUITO 4** Tejidos de magia y de color
2016	1,266,421	689,440	261,987		110,310		
2017	1,338,607	728,738	276,920		116,598		
2018	1,414,908	770,276	292,705		123,244		
2019	1,495,557	814,181	309,389		130,269		
2020	1,580,804	860,590	327,024		137,694		

Tabla 292: **Participación de la demanda por circuito.**
Fuente: Elaboración Propia.

Desagregando a las turistas que cumplen con lo establecido en el perfil del turista nacional se hacen las siguientes separaciones. Los turistas que practican turismo de fin de semana que son el 26%, los que adquieren paquetes para realizar turismo 62%, A los que les gustaría visitar la microrregión del Jiboa a través de un tour guiado 95%, Personas que ganan entre $300 y $400 26%, que practican turismo en familia 53%, que gastan en promedio entre $26 y $50 en recreación con la familia 48%.

Que practican turismo Fin de semana 26%					Demanda turística adquiere paquetes 62%				
CIRCUITO 1 Caminos de arte y tradición	CIRCUITO 5 Dulces sabores de mi tierra	CIRCUITO 2 Aventura dulce y tradiciones	CIRCUITO 3 Caminos de moliendas y ausoles	CIRCUITO 4 Tejidos de magia y de color	CIRCUITO 1 Caminos de arte y tradición	CIRCUITO 5 Dulces sabores de mi tierra	CIRCUITO 2 Aventura dulce y tradiciones	CIRCUITO 3 Caminos de moliendas y ausoles	CIRCUITO 4 Tejidos de magia y de color
68,117		28,681			42,232		17,782		
71,999		30,316			44,640		18,796		
76,103		32,043			47,184		19,867		
80,441		33,870			49,873		20,999		
85,026		35,801			52,716		22,196		

Tabla 293: **Turistas que prefieren paquetes turísticos.**
Fuente: Elaboración Propia.

Que visitaría los Circuitos 95%					Que ganen entre $300 y $400 26%				
CIRCUITO 1 Caminos de arte y tradición	CIRCUITO 5 Dulces sabores de mi tierra	CIRCUITO 2 Aventura dulce y tradiciones	CIRCUITO 3 Caminos de moliendas y ausoles	CIRCUITO 4 Tejidos de magia y de color	CIRCUITO 1 Caminos de arte y tradición	CIRCUITO 5 Dulces sabores de mi tierra	CIRCUITO 2 Aventura dulce y tradiciones	CIRCUITO 3 Caminos de moliendas y ausoles	CIRCUITO 4 Tejidos de magia y de color
40,121		16,893			10,431		2,712		
42,408		17,856			11,026		2,867		
44,825		18,874			11,654		3,030		
47,380		19,949			12,319		3,203		
50,080		21,087			13,021		3,385		

Tabla 294: Turistas que visitarían los circuitos turísticos.
Fuente: Elaboración Propia.

Actividad turística en familia 53%					Gasto promedio entre $26 y $50 48%				
CIRCUITO 1 Caminos de arte y tradición	CIRCUITO 5 Dulces sabores de mi tierra	CIRCUITO 2 Aventura dulce y tradiciones	CIRCUITO 3 Caminos de moliendas y ausoles	CIRCUITO 4 Tejidos de magia y de color	CIRCUITO 1 Caminos de arte y tradición	CIRCUITO 5 Dulces sabores de mi tierra	CIRCUITO 2 Aventura dulce y tradiciones	CIRCUITO 3 Caminos de moliendas y ausoles	CIRCUITO 4 Tejidos de magia y de color
5,529		2,930			2,654		1,406		
5,844		3,097			2,805		1,487		
6,177		3,274			2,965		1,571		
6,529		3,460			3,134		1,661		
6,901		3,658			3,313		1,756		

Tabla 295: **Gasto promedio de turistas que visitarían los circuitos turísticos.**
Fuente: Elaboración Propia.

Por lo que la demanda se considera, dividida en proporciones iguales para los circuitos 1 y 5, por parte del turismo Rural Ecológico, y en proporciones iguales para el turismo de aventura incluido en los circuitos 2, 3, 4.

Turismo Nacional por Circuito.

Año	Demanda Total	Circuito 1	Circuito 2	Circuito 3	Circuito 4	Circuito 5
1	4,060	1327	469	469	469	1327
2	4,292	1403	496	496	496	1403
3	4,536	1482	524	524	524	1482
4	4,795	1567	554	554	554	1567
5	5,068	1656	585	585	585	1656

Tabla 296: Demanda del Turista nacional por circuito. Fuente: Elaboración Propia.

.

Proyecciones por Circuito para turistas Internacionales

Retomando la tabla 189 de la Etapa de Diseño;

Año	Número de turistas		
1	1,392,056	626425	**Proyecciones**
2	1,440,387	648174	
3	1,491,985	671393	
4	1,538,450	692303	
5	1,591,847	716331	

Tabla 297: **Proyecciones de turistas Internacionales.**
Fuente: Elaboración Propia.

Sobre el valor de las proyecciones se hace la distinción conforme al perfil de mercado meta establecida según:

- Turistas que Contratan paquetes 17.85%
- Turistas que Visita a familiares 37.53%
- Turistas con Edad entre 25 y 44 años 65.8%
- Salvadoreños residentes en el exterior 13.4%
- Y Alojamiento con familiares 42.4%

Año	Número de turistas	Contratan paquetes 17.85	Visita a familiares 37.53%	Edad entre 25 y 44 años 65.8	Salvadoreños residentes en el exterior 13.4%	Alojamiento con familiares 42.4%
2016	1,392,056	248482	93255	61362	7977	3382
2017	1,440,387	257109	96493	63492	8254	3500
2018	1,491,985	266319	99950	65767	8550	3625
2019	1,538,450	274613	103062	67815	8816	3738
2020	1,591,847	284145	106640	70169	9122	3868

Tabla 298: **Proyecciones de turistas Internacionales Distinción del perfil.**
Fuente: Elaboración Propia.

Haciendo la misma clasificación hecha para la asistencia los turistas nacionales a circuitos como para los turistas internacionales.

Rural 22 % Ecológico 17%		Aventura 16%		
CIRCUITO 1 Caminos de arte y tradición	**CIRCUITO 5 Dulces sabores de mi tierra**	**CIRCUITO 2 Aventura dulce y tradiciones**	**CIRCUITO 3 Caminos de moliendas y ausoles**	**CIRCUITO 4 Tejidos de magia y de color**
2,165		1,217		
2,240		1,260		
2,320		1,305		
2,393		1,345		
2,476		1,392		

Tabla 299: **Porcentaje de Asistencia turistas internacionales.**
Fuente: Elaboración Propia.

Turismo Internacional por Circuito

Año	Demanda Total	Circuito 1	Circuito 2	Circuito 3	Circuito 4	Circuito 5
1	3382	1,083	406	406	406	1,083
2	3500	1,120	420	420	420	1,120
3	3625	1,160	435	435	435	1,160
4	3738	1,197	449	449	449	1,197
5	3868	1,238	464	464	464	1,238

Tabla 300: **Demanda de turistas Internacionales por Circuito.**
Fuente: Elaboración Propia.

Pronóstico de Ventas

Total de Proyecciones de demanda por circuito para los primeros 5 años de funcionamiento:

Año	Demanda Total	Circuito 1	Circuito 2	Circuito 3	Circuito 4	Circuito 5
1	7,442	2,382	893	893	893	2,382
2	7,792	2,494	935	935	935	2,494
3	8,161	2,612	979	979	979	2,612
4	8,533	2,731	1,024	1,024	1,024	2,731
5	8,936	2,860	1,072	1,072	1,072	2,860

Tabla 301: **Demanda Total de Turísticos.**
Fuente: Elaboración Propia.

4.2.3. COSTOS VARIABLES TOTALES

Encontrados los costos variables unitarios y el pronóstico de ventas para cada circuito, se obtienen los costos variables totales.

Año	Demanda Total	Circuito 1	Circuito 2	Circuito 3	Circuito 4	Circuito 5	Total
1	7,442	$13,790.00	$5,841.00	$5,516.50	$5,516.50	$11,820.00	$42,484.00
2	7,792	$14,476.00	$6,147.00	$5,805.50	$5,805.50	$12,408.00	$44,642.00
3	8,161	$15,197.00	$6,453.00	$6,094.50	$6,094.50	$13,026.00	$46,865.00
4	8,533	$15,939.00	$6,777.00	$6,400.50	$6,400.50	$13,662.00	$49,179.00
5	8,936	$16,737.00	$7,119.00	$6,723.50	$6,723.50	$14,346.00	$51,649.00

Tabla 302: Costo Variable Total por año.
Fuente: Elaboración Propia.

4.2.4. COSTO TOTAL UNITARIO POR CIRCUITO

Estos costos se establecen de la siguiente manera para cada circuito:

Circuito	C.F	% Demanda	Demanda	C.F.U	C.V.U	C.V.T	C.U
1	$22,902.74	32%	2,382	$9.61	$7.00	$16,674.00	$16.61
2	$8,588.53	12%	893	$9.61	$9.00	$8,037.00	$18.61
3	$8,588.53	12%	893	$9.61	$8.50	$7,590.50	$18.11
4	$8,588.53	12%	893	$9.61	$8.50	$7,590.50	$18.11
5	$22,902.74	32%	2,382	$9.61	$6.50	$15,483.00	$16.11
Total	**$71,571.07**	**100%**	**7,442**			**$55,375.00**	

Tabla 303: **Costo Unitario por Circuito.**
Fuente: Elaboración Propia.

4.2.5. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

Para determinar el precio de venta de los diferentes Circuitos turísticos que se ofertaran en la Microrregión del Valle de Jiboa, se vuelve estratégica la fijación del margen de utilidad que se deberá establecer en la actividad económica de la organización. En este análisis es vital tomar en cuenta la opinión de los clientes recolectada en la etapa de diagnóstico, donde se consideran aspectos tales como el gasto turístico que el estudio de demanda del consumidor final indicó tener y lo que estarían dispuestos a pagar por la prestación de ciertos servicios turísticos.

Estudio de Demanda del Consumidor

El estudio de Demanda del Consumidor arrojo que el 48% de la población entrevistada invierte en promedio por cada visita realizada a centros turísticos un monto que varía entre $26.00 - $50.00 por cada persona al día.

4.2.6. MARGEN DE UTILIDAD

El margen de utilidad es la diferencia del precio de venta y el costo del servicio turístico, el cual se convierte en las ganancias para la empresa. En primera instancia se debe tener determinado el costo total unitario y de esta forma proceder a calcular el margen de utilidad y el precio de venta de cada circuito del proyecto.

Circuito	Costo Total Unitario	Margen de Utilidad	Precio de Venta
Circuito 1	$16.61	17%	$19.50
Circuito 2	$18.61	4.7%	$19.50
Circuito 3	$18.11	7.7%	$19.50
Circuito 4	$18.11	7.7%	$19.50
Circuito 5	$16.11	21%	$19.50

Tabla 304: Precio de Venta y Margen de Utilidad por Circuito.
Fuente: Elaboración Propia.

4.2.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios de una empresa. El Punto de Equilibrio de un bien o servicio, 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 perdidas.

Para la determinación del Punto de Equilibrio se deben conocer los costos Fijos y Costos Variables, 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 unidades. Puede calcularse de varias formas: Al obtener el punto de equilibrio en unidades, se considera la siguiente fórmula:

$$Punto\ de\ Equilibrio = \frac{Costos\ fijos}{Precio\ Unitario - Costos\ Variables\ Unitarios}$$

Circuito	Costo Fijos	Costos Variables Unitarios	Precio de Venta	Punto de Equilibrio (Unidad)	Punto de Equilibrio ($)
Circuito 1	$22,902.74	$7.00	$19.50	1,832	$35,728.27
Circuito 2	$8,588.53	$9.00	$19.50	818	$15,950.13
Circuito 3	$8,588.53	$8.50	$19.50	781	$15,225.12
Circuito 4	$8,588.53	$8.50	$19.50	781	$15,225.12
Circuito 5	$22,902.74	$6.50	$19.50	1,762	$34,354.11

Tabla 305: **Punto de Equilibrio por Circuito.**
Fuente: Elaboración Propia.

Con el punto de equilibrio en unidades monetarias se obtienen los resultados que indican el monto de las ventas necesarias requeridas en el proyecto, para operar sin pérdidas ni ganancias. Si las ventas proyectadas están por debajo de dichas cantidades, estaría perdiendo; y si las ventas se encuentran por arriba de las cifras mencionadas para cada paquete se están generando utilidades.

5. INGRESOS DE LA MICROREGIÓN

Los ingresos con los que contará la organización de la microrregión provienen principalmente, de la Venta de Tours de los Circuitos Turísticos y de las aportaciones que realizaran las alcaldías municipales.

Ingresos por ventas de circuitos turísticos.

Para la estimación de ingresos futuros se toma en cuenta la cantidad de paquetes pronosticada a vender por año, así como el precio de venta de cada uno de ellos.

A continuación, se muestran los datos obtenidos de la proyección de ingresos por venta de paquetes. Las proyecciones se realizan para los cinco años considerados en estudio.

Circuito	Precio por Circuito	Circuito 1	Circuito 2	Circuito 3	Circuito 4	Circuito 5	Total
Año 1	$19.50	$ 38,415.00	$ 12,655.50	$12,655.50	$ 12,655.50	$ 38,415.00	$114,796.50
Año 2	$19.50	$ 40,326.00	$ 13,318.50	$ 13,318.50	$ 13,318.50	$40,326.00	$120,607.50
Año 3	$19.50	$ 42,334.50	$ 13,981.50	$ 13,981.50	$ 13,981.50	$ 42,334.50	$126,613.50
Año 4	$19.50	$ 44,401.50	$ 14,683.50	$ 14,683.50	$ 14,683.50	$ 44,401.50	$132,853.50
Año 5	$19.50	$ 46,624.50	$ 15,424.50	$ 15,424.50	$ 15,424.50	$ 46,624.50	$139,522.50

Tabla 306: Estimación de Ingresos.
Fuente: Elaboración Propia.

Además, se considera un ingreso de $400 mensuales por Arrendamiento de servicios sanitarios en la plaza de artesanías.

Ingresos Provenientes de las aportaciones de las Alcaldías

Las alcaldías que conforman la microrregión aportarán a la misma una cuota que servirá para cubrir los gastos de funcionamiento de la misma, de acuerdo a información recopilada, esta aportación se puede elevar hasta el 2% del monto del presupuesto de las alcaldías, sin embargo, se ha decidido que para este trabajo se utilizará únicamente el monto total de 0.5%, del monto total de los presupuestos de las alcaldías que conformarán la microrregión. Los montos de las aportaciones se muestran a continuación.

Municipio	Presupuesto FODES[110] Mensual Alcaldías	Aporte a la Microrregión (0.5%)
Jerusalén	$41,662.50	$208.32
Mercedes La Ceiba	$32,002.48	$160.01
San Vicente	$233,296.88	$1,166.49
San Sebastián	$107,643.85	$538.22
Apastepeque	$150,311.43	$751.56
San Esteban Catarina	$53,503.29	$267.52
San Ildefonso	$97,653.73	$488.27
Santa Clara	$64,462.36	$322.31
San Lorenzo	$69,271.46	$346.36
Verapaz	$68,990.91	$344.96
Guadalupe	$64,356.61	$321.79
Santo Domingo	$67,095.10	$335.48
San Cayetano Istepeque	$62,027.17	$310.14
Tepetitán	$52,482.10	$262.41
Total Mensual		$5,823.80
Total Anual		**$69,885.60**

[110] Fuente: Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal.

6. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Los estados financieros proforma (estados financieros futuros) pueden ser proyectados para el número de años deseados, sin embargo, el riesgo del error al proyectar se aumenta conforme aumenta el tiempo de proyección. Los estados financieros proyectados son el estado de resultados, el flujo de efectivo y el balance general.

6.1. ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

El estado de resultados o llamado también de pérdidas y ganancias tiene como objetivo calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, de manera global, el beneficio de la operación, este se calcula restando de los ingresos los costos en que se incurren, los impuestos que sobre éste deben de pagarse (Según Art.6 de la Ley de Impuestos Sobre la Renta, En este caso no se cargaran los impuestos, ya que es una organización sin fines de lucro y además tiene dependencia de las alcaldías de la Microrregión del Valle de Jiboa) .

A continuación, se presentan los estados de resultados proformas: Para el desglose del estado de resultado para el primer año se toma de referencia los datos estadísticos proporcionados por CORSATUR según su boletín estadístico 2015 pagina 21 que muestra un porcentaje de la fluctuación de turistas respecto a los meses de desarrollo de la actividad turística.

Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic
Prom 2014/2015	7.62	7.83	7.57	8.58	8.45	8.53	8.55	8.14	6.60	6.94	9.15	12.04

Tabla 307: **Fluctuación de Turistas por mes.**
Fuente: Elaboración Propia.

Detalle de la demanda por mes y por circuito para el Año 1.

AÑO 1														
Nombre	Turistas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos	Sept	Octu	Nov	Dic	Total
Circuito 1	2382	181	186	180	204	201	203	204	194	157	165	218	287	2382
Circuito 2	893	68	70	68	77	75	76	76	73	59	62	82	108	893
Circuito 3	893	68	70	68	77	75	76	76	73	59	62	82	108	893
Circuito 4	893	68	70	68	77	75	76	76	73	59	62	82	108	893
Circuito 5	2382	181	186	180	204	201	203	204	194	157	165	218	287	2382
Total por mes		567	583	563	639	629	635	637	606	492	517	681	896	7443

Tabla 308: **Detalle de la demanda por mes y por circuito.**
Fuente: Elaboración Propia.

Costo variable por mes y por circuito

Nombre	Turistas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Circuito 1	2382	$1,267.00	$1,302.00	$1,260.00	$1,428.00	$1,407.00	$1,421.00
Circuito 2	893	$612.00	$630.00	$612.00	$693.00	$675.00	$684.00
Circuito 3	893	$578.00	$595.00	$578.00	$654.50	$637.50	$646.00
Circuito 4	893	$578.00	$595.00	$578.00	$654.50	$637.50	$646.00
Circuito 5	2382	$1,176.50	$1,209.00	$1,170.00	$1,326.00	$1,306.50	$1,319.50
Total por mes		**$4,211.50**	**$4,331.00**	**$4,198.00**	**$4,756.00**	**$4,663.50**	**$4,716.50**

Nombre	Turistas	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Circuito 1	2382	$1,428.00	$1,358.00	$1,099.00	$1,155.00	$1,526.00	$2,009.00
Circuito 2	893	$684.00	$657.00	$531.00	$558.00	$738.00	$1,872.00
Circuito 3	893	$646.00	$620.50	$501.50	$527.00	$697.00	$1,768.00
Circuito 4	893	$646.00	$620.50	$501.50	$527.00	$697.00	$1,768.00
Circuito 5	2382	$1,326.00	$1,261.00	$1,020.50	$1,072.50	$1,417.00	$1,865.50
Total por mes		**$4,730.00**	**$4,517.00**	**$3,653.50**	**$3,839.50**	**$5,075.00**	**$9,282.50**

Tabla 309: **Costo Variable por mes y por circuito.**
Fuente: Elaboración Propi

Ventas por circuito por cada mes

Nombre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Circuito 1	$3,529.50	$3,627.00	$3,510.00	$3,978.00	$3,919.50	$3,958.50
Circuito 2	$1,326.00	$1,365.00	$1,326.00	$1,501.50	$1,462.50	$1,482.00
Circuito 3	$1,326.00	$1,365.00	$1,326.00	$1,501.50	$1,462.50	$1,482.00
Circuito 4	$1,326.00	$1,365.00	$1,326.00	$1,501.50	$1,462.50	$1,482.00
Circuito 5	$3,529.50	$3,627.00	$3,510.00	$3,978.00	$3,919.50	$3,958.50
Total por mes	**$11,037.00**	**$11,349.00**	**$10,998.00**	**$12,460.50**	**$12,226.50**	**$12,363.00**

Nombre	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Circuito 1	$3,978.00	$3,783.00	$3,061.50	$3,217.50	$4,251.00	$5,596.50
Circuito 2	$1,482.00	$1,423.50	$1,150.50	$1,209.00	$1,599.00	$4,056.00
Circuito 3	$1,482.00	$1,423.50	$1,150.50	$1,209.00	$1,599.00	$4,056.00
Circuito 4	$1,482.00	$1,423.50	$1,150.50	$1,209.00	$1,599.00	$4,056.00
Circuito 5	$3,978.00	$3,783.00	$3,061.50	$3,217.50	$4,251.00	$5,596.50
Total por mes	**$12,402.00**	**$11,836.50**	**$9,574.50**	**$10,062.00**	**$13,299.00**	**$23,361.00**

Tabla 310: **Ventas por circuito por cada mes.**
Fuente: Elaboración Propia.

Estado de resultado proforma para cada mes del año 1

Rubro	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTALES
Ventas de circuitos	$11,037.00	$11,349.00	$10,998.00	$12,460.50	$12,226.50	$12,363.00	$12,402.00	$11,836.50	$9,574.50	$10,062.00	$13,299.00	$23,361.00	$150,969.00
ingreso por Alquiler de baños	$400.00	$400.00	$400.00	$400.00	$400.00	$400.00	$400.00	$400.00	$400.00	$400.00	$400.00	$400.00	$4,880.00
Ingresos por FODES	$5,823.00	$5,823.00	$5,823.00	$5,823.00	$5,823.00	$5,823.00	$5,823.00	$5,823.00	$5,823.00	$5,823.00	$5,823.00	$5,823.00	$69,876.00
Costo del Servicio	$4,211.50	$4,331.00	$4,198.00	$4,756.00	$4,663.50	$4,716.50	$4,730.00	$4,517.00	$3,653.50	$3,839.50	$5,075.00	$9,282.50	$57,974.00
Utilidad Bruta	**$13,048.50**	**$13,241.00**	**$13,023.00**	**$13,927.50**	**$13,786.00**	**$13,869.50**	**$13,895.00**	**$13,542.50**	**$12,144.00**	**$12,445.50**	**$14,447.00**	**$20,301.50**	**$167,751.00**
Costos de los Componentes	$971.71	$971.71	$971.71	$971.71	$971.71	$971.71	$971.71	$971.71	$971.71	$971.71	$971.71	$971.71	$11,660.52
Costos de Administración	$3,194.61	$3,194.61	$3,194.61	$3,194.61	$3,194.61	$3,194.61	$3,194.61	$3,194.61	$3,194.61	$3,194.61	$3,194.61	$3,194.61	$71,838.39
Costo Financiero	$2,133.01	$2,072.08	$2,011.16	$1,950.24	$1,889.31	$1,828.39	$1,767.47	$1,706.54	$1,645.62	$1,584.70	$1,523.77	$1,462.85	$3,188.12
Utilidad Neta Antes de Impuesto	$6,749.17	$7,002.60	**$6,845.52**	**$7,810.94**	**$7,730.37**	**$7,874.79**	**$7,961.21**	**$7,669.64**	**$6,332.06**	**$6,694.48**	**$8,756.91**	**$14,672.33**	**$67,303.30**
ISR (30%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
Utilidad Neta de Periodo	**$6,749.17**	**$1,121.44**	**$4,757.44**	**$6,180.50**	**$6,009.51**	**$6,128.36**	**$6,174.75**	**$5,605.26**	**$3,477.96**	**$3,959.09**	**$7,048.63**	**$11,080.10**	**$67,303.30**

Tabla 311: **Estado de Resultados Proforma por mes para el año 1.**
Fuente: Elaboración Propia.

Estado de resultado proforma para los primeros 5 años de funcionamiento

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas de circuitos	$150,969.00	$120,607.50	$126,613.50	$132,853.50	$139,522.50
ingreso por Alquiler de baños	$4,880.00	$4,880.00	$4,880.00	$4,880.00	$4,880.00
Ingresos por FODES	$69,876.00	$69,876.00	$69,876.00	$69,876.00	$69,876.00
Costo del Servicio	$57,974.00	$55,665.00	$55,190.50	$57,910.50	$42,930.00
Utilidad Bruta	**$167,751.00**	**$139,698.50**	**$146,179.00**	**$149,699.00**	**$171,348.50**
Costos de los Componentes	$11,660.52	$11,660.52	$11,660.52	$11,660.52	$11,660.52
Costos de Administración	$38,335.39	$38,335.39	$38,335.39	$38,335.39	$38,335.39
Costo Financiero	$21,575.14	$12,802.15	$4,028.48	$0.00	$0.00
Utilidad Neta Antes de Impuesto	**$96,179.95**	**$76,900.44**	**$92,154.61**	**$99,703.09**	**$121,352.59**
ISR (30%)					
Utilidad Neta de Periodo	**$96,179.95**	**$76,900.44**	**$92,154.61**	**$99,703.09**	**$121,352.59**

Tabla 312: **Estado de Resultados Proforma para los primeros 5 años de funcionamiento.**
Fuente: Elaboración Propia.

6.2. FLUJO NETO DE EFECTIVO

El Estado de Flujos de Caja muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos a una fecha determinada. Las variables de flujo suponen la existencia de una corriente económica y se caracterizan por una dimensión temporal; se expresan de manera necesaria en cantidades medidas durante un periodo. El estado de Flujo de efectivo a diferencia del Estado de resultados es un informe que incluye las entradas y salidas de efectivo para determinar el saldo final, es un factor decisivo en la evaluación de liquidez (excedente o faltante de efectivo) de un negocio, la forma en que está estructurado tanto las entradas como las salidas de efectivo se clasifican en actividades de operación y financiamiento, esto es útil para efecto de toma de decisiones pues especifica el origen o destino de los movimientos de efectivo.

Según Art.6 de la Ley de Impuestos Sobre la Renta, En este caso no se cargarán los impuestos, ya que es una organización sin fines de lucro y además tiene dependencia de las alcaldías de la Microrregión del Valle de Jiboa.

A continuación, se presenta el detalle de ventas en efectivo para los 5 años de análisis.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas de circuitos	$150,969.00	$120,607.50	$126,613.50	$132,853.50	$139,522.50
ingreso por Alquiler de baños	$4,880.00	$4,880.00	$4,880.00	$4,880.00	$4,880.00
Ingresos por FODES	$69,876.00	$69,876.00	$69,876.00	$69,876.00	$69,876.00
Costo del Servicio	$57,974.00	$55,665.00	$55,190.50	$57,910.50	$42,930.00
Utilidad Bruta	**$167,751.00**	**$139,698.50**	**$146,179.00**	**$149,699.00**	**$171,348.50**
Costos de los Componentes	$11,660.52	$11,660.52	$11,660.52	$11,660.52	$11,660.52
Costos de Administración	$38,335.39	$38,335.39	$38,335.39	$38,335.39	$38,335.39
Costo Financiero	$21,575.14	$12,802.15	$4,028.48	$0.00	$0.00
Utilidad Neta Antes de Impuesto	**$96,179.95**	**$76,900.44**	**$92,154.61**	**$99,703.09**	**$121,352.59**
ISR (30%)					
Utilidad Neta de Periodo	**$96,179.95**	**$76,900.44**	**$92,154.61**	**$99,703.09**	**$121,352.59**
Depreciación	$5,253.00	$5,253.00	$5,253.00	$5,253.00	$5,253.00
Inv activo fijo	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Inv activo intangible	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Préstamo	**$ 34,980.00**	**$ 34,980.00**	**$ 34,980.00**	$ -	$ -
Capital de trabajo	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Flujo Neto	$55,946.95	$36,667.44	$51,921.61	$94,450.09	$116,099.59

Tabla 313: **Flujo Neto de Efectivo.**
Fuente: Elaboración Propia.

6.3. BALANCE GENERAL PROFORMA

Estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de mostrar una propuesta o una situación financiera futura probable.

En todo lo demás es idéntico a un balance general. Para el cálculo del balance general pro forma, permite ver la situación financiera de la empresa al final el primer periodo de operación.

Los estados pro-forma son útiles no solamente en el proceso interno de planeación financiera, sino que normalmente lo requieren las partes interesadas, como los prestamistas actuales y terceros. A continuación, se presenta el balance general pro forma para el primer año de operaciones.

6.3.1. BALANCE INICIAL

Balance inicial del primer año de operaciones			
Balance al primero del mes del año 1			
Activo		**Pasivo**	
Activo circulante		**Pasivo circulante**	
Caja	$0.00	**Pasivo fijo**	**$**104,972.77
Total activo circualte	$0.00	Préstamo	**$**104,972.77
Activo fijo		**Capital**	
Moviliario y equipo	$16,974.96	Capital social	$74,808.16
Obra civil	$115,500.00		
Terreno	$0.00		
Invercion fija intangible	$40,266.97		
Invercion fija tangible	$ 7,039.00		
Total ACtivo	**$179,789.93**	**Total pasivo + capital**	**$179,789.93**

Tabla 314: **Balance Inicial del primer año de operaciones.**
Fuente: Elaboración Propia

6.3.2. BALANCE GENERAL AÑO 1

Balance Final al 31 de diciembre del año 1			
Activo		**Pasivo**	
Activo circulante		**Pasivo circulante**	
Caja	$6,191.73	**Intereses por pagar**	$21,575.14
Total activo circualte	$6,191.73	Total Pasivo Circulante	$21,575.14
Activo fijo		**Pasivo fijo**	
Moviliario y equipo	$16,974.96	Préstamo	$46,066.27
Obra civil	$115,500.00	Total pasivo	$67,641.41
Terreno	$0.00		
Invercion fija intangible	$47,744.67	**Capital**	
Depreciacion y amortizacion acumulada	$5,253.00	Capital social	$69,876.00
Total activo fijo	$187,272.63	Utilidad Neta	$55,946.95
		Total capital	$125,822.95
Total ACtivo	**$193,464.36**	**Total pasivo + capital**	**$193,464.36**

Tabla 315: **Balance General Año 1.**
Fuente: Elaboración Propia.

7. EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO

La evaluación económica tiene como objetivo analizar el rendimiento y Rentabilidad de toda la Inversión independientemente de la fuente de Financiamiento. Entre los aspectos a evaluar se encuentra: WACC Coste promedio ponderado del Capital (CPPC), el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Tiempo de Recuperación de la Inversión y la Relación Beneficio Costo.

7.1. WACC COSTE PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL (CPPC)

El WACC, de las siglas en inglés Weighted Average Cost of Capital, también denominado coste promedio ponderado del capital (CPPC), es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión. El cálculo de esta tasa es interesante valorarlo o puede ser útil teniendo en cuenta tres enfoques distintos: como activo de la compañía: es la tasa que se debe usar para descontar el flujo de caja esperado; desde el pasivo: el coste económico para la compañía de atraer

capital al sector; y como inversores: el retorno que estos esperan, al invertir en deuda o patrimonio neto de la compañía.

Tal y como su propio nombre indica, el WACC pondera los costos de cada una de las fuentes de capital, independientemente de que estas sean propias o de terceros. Es preciso tener presente que si el WACC es inferior a la rentabilidad sobre el capital invertido se habrá generado un valor económico agregado para los accionistas. Se calcula con la siguiente fórmula:

$$\boldsymbol{WACC = Ke\frac{E}{(E+D)} + Kd(1-T)\frac{D}{(E+D)}}$$

Donde:

Ke: Coste de los fondos propios.

Kd: Coste de la Deuda Financiera

E: Fondos propios.

D: Deuda Financiera

T: Tasa Impositiva

En este caso, el WACC se calcula de la siguiente manera:

Ke: 10%

Kd: 4.52%

E: $74,808.77

D: $104,972.77

T: 0%

Sustituyendo en la formula, se obtiene lo siguiente:

$$WACC = 0.10\frac{\$74{,}808.77}{(\$74{,}808.77 + \$104{,}972.77)} + (0.0452)(1-0.00)\frac{\$104{,}972.77}{(\$74{,}808.77 + \$104{,}972.77)}$$

$$WACC = 0.0716$$

$$\boldsymbol{WACC = 7.16\%}$$

Según el valor obtenido de la formula, **WACC= 7.16%** es el retorno que los inversionistas esperan al invertir en el proyecto.

7.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto (VAN) de un proyecto se define como el valor obtenido en el presente del proyecto y se elabora actualizando para cada año por separado las entradas y salidas de efectivo que acontecen durante la vida del mismo a una tasa de interés fija determinada. Esta también incluye las inversiones las cuales deben ser tomadas del flujo neto de ingresos y egresos.

La tasa de actualización o descuento es igual al Coste Promedio Ponderado del Capital (CPPC), WACC. El análisis del valor actual neto o valor presente es una cantidad que expresa cuánto valor se logrará de efectuar una inversión en un proyecto específico. Esto se hace ajustando o descontando todos los flujos de fondos de un cierto plazo hasta el momento cero o inicial de la inversión. Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se utilizará la siguiente fórmula:

$$\boldsymbol{VAN = -Io + \sum_{i=1}^{n} \frac{Fi}{(1+t)^i}}$$

Donde:

I_o= Inversión inicial.

Fi = Flujo neto de efectivo.

t = Coste Promedio Ponderado del Capital, o tasa de descuento o actualización.

n = Años en el análisis del proyecto.

Interpretación del 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 produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida	El proyecto debería rechazarse
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Tabla 316: Interpretación del VAN.
Fuente: Elaboración Propia.

A continuación, se presenta el cálculo del VAN para el proyecto:

Para el cálculo del Valor Actual Neto nos auxiliamos del Estado de Flujo de Efectivo anual, de dónde obtenemos los FNE (Flujos de Efectivo Netos). A continuación, se presenta el detalle:

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Neto de Efectivo	**$96,179.95**	**$76,900.44**	**$92,154.61**	**$99,703.09**	**$121,352.59**

Tabla 317: **Flujo neto de Efectivo.**
Fuente: Elaboración Propia.

Tomando WACC=7.16% y la inversión inicial de $179,780.93, aplicando la fórmula anterior, se obtiene:

$$VAN = \frac{\$96{,}179.95}{(1+0.0716)^1} + \frac{\$76{,}900.44}{(1+0.0716)^2} + \frac{\$92{,}154.61}{(1+0.0716)^3} + \frac{\$99{,}703.09}{(1+0.0716)^4} + \frac{\$121{,}352.59}{(1+0.0716)^5} - \$179{,}780.93$$

$$\mathbf{VAN = \$213{,}317.68}$$

La VAN del proyecto es $213,317.68 lo que significa que el proyecto puede aceptarse, ya que se obtiene un valor mayor a cero lo que indica que el proyecto producirá ganancia por encima de la rentabilidad.

7.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero, es decir la que reinvierte en el proyecto todos los beneficios.

La TIR muestra a los inversionistas la tasa de interés máxima a la que debe contraer préstamos, sin que incurra en futuros fracasos financieros. Para lograr esto se busca aquella tasa que aplicada al Flujo neto de Efectivo hace que el VAN sea igual a cero.

El procedimiento para determinar la TIR es igual al utilizado para el cálculo del VAN; para posteriormente aplicar el método numérico mediante aproximaciones sucesivas hasta acercarnos a un VAN = 0. Para el cálculo se aplica la siguiente formula del VAN:

$$\boldsymbol{VAN = -Io + \sum_{i=1}^{n} \frac{Fi}{(1+t)^i} = 0}$$

Donde:

I_o= Inversión inicial.

Fi = Flujo neto de efectivo.

t = Tasa Interna de Retorno que se busca.

n = Años en el análisis del proyecto.

Los criterios para decidir en base a la TIR son:

Si la TIR ≥ WACC, Se acepta el Proyecto

Si la TIR < WACC, Se rechaza el Proyecto

Para el cálculo de la TIR nos auxiliamos del Estado de Flujo de Efectivo anual, de dónde obtenemos los FNE (Flujos de Efectivo Netos) presentados en la tabla anterior. Aplicando la fórmula de la TIR se obtiene:

$$0 = \frac{\$96{,}179.95}{(1+TIR)^1} + \frac{\$76{,}900.44}{(1+TIR)^2} + \frac{\$92{,}154.61}{(1+TIR)^3} + \frac{\$99{,}703.09}{(1+TIR)^4} + \frac{\$121{,}352.59}{(1+TIR)^5} - \$179{,}780.93$$

TIR= 43%

Por lo tanto, el proyecto se acepta ya que la TIR (43%) es mayor que la WACC (7.16%).

7.4. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (TRI)

Mediante este método de evaluación se determina el plazo necesario (tiempo) para recuperar la inversión que se realizó.

Para el cálculo de dicho tiempo de recuperación se utilizará la siguiente fórmula:

$$\textbf{TRI} = \frac{\textbf{Inversión Inicial}}{\textbf{Utilidad promedio}}$$

La utilidad promedio se determina actualizando los ingresos y egresos en el periodo de análisis y dividiéndolos entre los 5 años de análisis, como se muestra a continuación:

$$Utilidad = \frac{\sum Utilidad\ de\ todos\ los\ Periodos}{Numero\ de\ Periodo\ de\ Analisis}$$

El Cálculo es el Siguiente:

$$Utilidad = \frac{\$486{,}290.68}{5\ Años} = \$97{,}258.14$$

Por lo Tanto:

$$TRI = \frac{\$179{,}780.93}{\$97{,}258.14}$$

$$\boldsymbol{TRI = 1.84\ Años}$$

Se estima que la inversión inicial del proyecto se recuperara en un periodo de 1 año y 10 meses aproximadamente según el dato obtenido del TRI.

7.5. RELACIÓN BENEFICIO-COSTO (B/C)

Contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada "dólar" que se ha invertido.

Teniendo en consideración, los valores presentes calculados para el establecimiento del VAN y la inversión inicial. El cálculo de la Relación Beneficio – Costo, se hace de la siguiente manera:

B/C = VAN / INVERSIÓN INICIAL

Situaciones que se pueden presentar en la Relación Beneficio Costo:

- **Relación B/C=1:** Este resultado quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo dólar, sin ningún tipo de rentabilidad, este resultado es conveniente en proyectos sin fines de lucro.
- **Relación B/C>0:** Índice que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio. En consecuencia, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.
- **Relación B/C<0:** Índice que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio. Entonces, si el índice es negativo, el proyecto debe rechazarse.

En este caso, conociendo la VAN=$213,317.68 y la Inversión Inicial $179,780.93 el cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$\boldsymbol{B/C} = \frac{\$213{,}317.68}{\$179{,}780.93}$$

$$\boldsymbol{B/C = 1.19}$$

Al aplicar la formula se obtiene B/C= 1.19 lo que significa que los ingresos son mayores por tanto se acepta el proyecto, además indica que por cada $1 invertido se tiene $0.19 de beneficio que indica un porcentaje aceptable.

8. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para realizar un análisis de sensibilidad se propondrán algunos escenarios posibles los cuales pueden afectar el sistema integrado.

8.1. ESCENARIO COMBINADO

Si se duplica el flujo de visitantes y si se hacen una readecuación para cumplir con la demanda.

Las ventas de duplican

Estado de resultado

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	$301,938.00	$241,215.00	$253,227.00	$265,707.00	$279,045.00
Ingreso por alquiler de baños	$4,880.00	$4,800.00	$4,800.00	$4,800.00	$4,800.00
Ingresos Por FOFES	$69,876.00	$69,876.00	$69,876.00	$69,876.00	$69,876.00
Costo del Servicio	$115,948.00	$111,330.00	$110,381.00	$115,821.00	$85,860.00
Utilidad Bruta	$260,746.00	$306,546.00	$320,796.00	$335,237.00	$350,804.00
Costos de los Componentes	$11,660.52	$11,660.52	$11,660.52	$11,660.52	$11,660.52
Costos de Administración	$38,335.39	$38,335.39	$38,335.39	$38,335.39	$38,335.39
Costo Financiero	$21,575.14	$12,802.15	$4,028.48	$0.00	$0.00
Utilidad Neta Antes de Impuesto	$189,174.95	$243,747.94	$266,771.61	$285,241.09	$300,808.09
ISR		--	--	--	--
Utilidad Neta de Periodo	$189,174.95	$243,747.94	$266,771.61	$285,241.09	$300,808.09

Tabla 318: **Estado de resultados Análisis de Sensibilidad.**
Fuente: Elaboración Propia.

Para las diferentes evaluaciones económicas se presenta un resumen de las evaluaciones aplicables al escenario.

Concepto	Valor
VAN	$1,093,670.54
TIR	155%
B/C	1.19

Tabla 319: Evaluación Económica Análisis de Sensibilidad.
Fuente: Elaboración Propia.

9. EVALUACIÓN SOCIAL

La evaluación social consiste en aportar información relevante a los involucrados en la toma de Decisiones respecto al uso de los recursos públicos, mide la contribución del proyecto en cuanto al desarrollo social y económico de la zona en estudio. Los beneficios y costos sociales intangibles, aunque no se pueden cuantificar monetariamente, deben considerarse cualitativamente en la evaluación con respecto a los efectos que la implementación del proyecto puede tener sobre el Bienestar y la Calidad de Vida de la población en la zona.

Un aspecto importante que se debe considerar como parte de esta evaluación, es la naturaleza Social del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de productos Artesanales, ya que el establecimiento de condiciones relacionadas a mejorar la Calidad de vida de la Población en la zona forma parte de los objetivos principales que se persiguen, sin embargo su medición como la de cualquier proyecto es compleja, debido a la multiplicidad de elementos que afectan la calidad de vida de una persona, sin embargo para efectos de esta investigación, se han definido una serie de Indicadores en base a la situación identificada en el diagnóstico y en los Componentes Propuestos en la fase de diseño.

La evaluación social para la Investigación se desarrolla de la siguiente manera:

1. Definición de los Objetivos de Impacto del Proyecto, de acuerdo a los Componentes Propuestos que integran el Sistema.
2. Definición de los Indicadores de Medición del Impacto Social del Sistema.

3. Identificación de la Línea Base: Situación sin Proyecto de acuerdo a la información recolectada en Diagnóstico para cada uno de los Indicadores del Proyecto y finalmente la estimación del Impacto del Proyecto por cada uno de los Indicadores definidos: Situación con Proyecto.

9.1. DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS DE IMPACTO

De acuerdo a los Componentes sistémicos propuestos en el diseño, se definen los objetivos de impacto y sus respectivos indicadores para la medición.

Objetivos de la Investigación	Objetivos de Impacto	Indicadores
Diseñar un Componente de Turismo que promueva el desarrollo de los productos turísticos identificados en la zona de estudio mediante una estructura que facilite tanto el flujo turístico de la demanda como el desarrollo de una Oferta que represente una ventaja competitiva para el sector.	Implementar en 5 años el Componente de Turismo y Componente de Comercialización y Publicidad de manera que se promueva una estructura que facilite el flujo turístico.	Generación de un Flujo Turístico en la zona.
Diseñar un Componente de Seguridad que incluya estrategias encaminadas al desarrollo turístico de la zona mediante la inclusión de elementos de seguridad, esto para lograr una imagen atrayente hacia la demanda.	Desarrollar un Componente de Seguridad en un plazo de 2 años que contribuya a reducir los indicadores en un 10% de violencia y delincuencia para la población y los turistas.	Incremento de la participación de la Seguridad Pública en la zona de estudio.
Diseñar un Componente de Fomento al Emprendedurismo de empresas turísticas que incluya un plan de capacitación técnica a las personas con iniciativas de negocios para que generar un impacto social positivo asociado al desarrollo turístico.	Implementar el Componente de Emprendedurismo que, al cabo de 3 años, se ha contribuido en el desarrollo de un 50% de las Iniciativas Económicas propuestas en los Municipios en estudio.	Generación de Iniciativas de Desarrollo Local y Generación de Fuentes de Empleo Directos e Indirectos

Tabla 320: **Definición de los Objetivos de Impacto de la Evaluación Social.**
Fuente: Elaboración Propia.

9.2. DEFINICIÓN DE INDICADORES DE MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL

Los indicadores que servirán de base para medir el Impacto que el Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de productos Artesanales tendrá en la zona de estudio desde el punto de vista socioeconómico, se muestran a continuación:

Indicador	Formulas	Elementos	Descripción
Flujo Turístico Anual de la zona	$\sum(Tn + Ti)$	Tn= Número de Turistas Nacionales Ti= Número de Turistas Internacionales	Mide la cantidad de turistas que fluyen a lo largo de la zona de estudio y que representan entes dinamizadores de la actividad económica de la zona.
Cobertura Policial Anual por Número de Turistas en la zona de estudio.	$\frac{N° \, de \, Elementos}{Total \, de \, Turistas}$	N° de Elementos= Cantidad Anual de elementos de Policia presentes en la zona de estudio Total de Turistas= Demanda Anual esperada de Turistas	Mide la cantidad de Elementos de la Policía por número de turistas que dan cobertura a la zona de estudio por año.
Iniciativas de Desarrollo Local Generados	$\sum_{k=1}^{n}(Iak + Irk + Ipk + Ifk) \dots (Ian + Irn + Ipn + Ifn)$	Ia=N° Iniciativas de Alojamiento, Ir=N° Iniciativas de Restaurantes, Ip=N° Iniciativas de productores Artesanales, If= N° Iniciativas de Festivales. k=año 1, n=año n	Mide la cantidad de Iniciativas de Desarrollo Local generadas en la zona a partir del primer año luego de la implementación del Proyecto.
Empleos Directos e Indirectos Generados	$\sum_{k=1}^{n}(Edk + Eik) \dots (Edn + Ein)$	Ed= Cantidad de Empleos Directos Ei= Cantidad de Empleos Indirectos k= año 1 n= año n	Mide la cantidad de Empleos Directos e Indirectos generados en la zona con la implementación de la Iniciativa propuesta a partir del año 1.

Tabla 321: **Definición de Indicadores de Impacto Social.**
Fuente: Elaboración Propia.

9.3. IDENTIFICACIÓN DE LA LÍNEA BASE Y ESTIMACIÓN DEL IMPACTO DEL PROYECTO POR CADA UNO DE LOS INDICADORES DEFINIDOS.

9.3.1. FLUJO TURÍSTICO ANUAL DE LA ZONA

La afluencia turística a la Zona de estudio proyectada luego de la Implantación del 100% del Proyecto es de: 689,440 turistas para el primer año, con un incremento anual del 5.7%, alcanzando una demanda hasta de: 860,590 turistas en 5 años.

Es importante notar que el incremento de la afluencia turística implica a su vez un incremento de los Ingresos para la zona. Para efectos de este análisis se considera como un monto estimado de los Ingresos percibidos por la Actividad Turística en la zona: el valor del gasto promedio diario del turista (de $26 a $50 para el turista Nacional y $111.30 para el extranjero) por la cantidad de turistas nacionales e internacionales esperados, dando un Ingreso Anual de: $17,925,400 en el primer año de funcionamiento del proyecto, y de $22,375,340 en el quinto año para la zona de la Microrregión; Monto que será percibido mediante la Implantación del Proyecto.

9.3.2. INCREMENTO DE LA SEGURIDAD EN LA ZONA

Este elemento es uno de los más difíciles de cuantificar, debido a la complejidad de su naturaleza. Sin embargo, para la investigación este indicador se propone en función de la cobertura de efectivos del cuerpo Policial en la zona. Cuyo impacto se expresa de la siguiente manera: Con la implementación del proyecto, se propone el despliegue de 44 nuevos efectivos de POLITUR para la zona en estudio.

9.3.3. INICIATIVAS DE DESARROLLO LOCAL GENERADOS

El proyecto en estudio será una puerta de desarrollo para las comunidades que integran los municipios de la zona, a través de la participación de 221 iniciativas de Emprendedurismo. Con la apertura de estas Iniciativas, se logrará un incremento del 32.6% de la actividad económica en la zona en materia de Servicios Turísticos como: Hoteles, Hostales, Restaurantes, Nuevos Productores Artesanales, Festivales Gastronómicos y Artesanales.

Iniciativas Actuales					
Municipio	**Restaurantes**	**Hoteles**	**Hostales**	**Productores Artesanales**	**Festivales**
Apastepeque	2	0	1	7	1
San Cayetano Istepeque	0	0	0	6	1
San Esteban Catarina	0	0	0	7	1
San Vicente	4	2	0	1	1
Mercedes La Ceiba	0	0	0	6	1
San Ildefonso	0	0	0	7	1
Santo Domingo	1	1	0	61	1
San Sebastián	0	0	0	8	1
Guadalupe	0	0	0	8	1
Verapaz	0	0	0	16	1
Santa Clara	0	0	0	5	1
San Lorenzo	0	0	0	1	1
Tepetitán	0	0	0	1	1
Jerusalén	0	0	0	4	1
Total	7	3	1	138	14

Tabla 322: Iniciativas de Desarrollo actuales en la MIJIBOA.
Fuente: Elaboración Propia.

Iniciativas Propuestas					
Municipio	**Restaurantes**	**Hoteles**	**Hostales**	**Productores Artesanales**	**Festivales**
Apastepeque	+2	+1	0	0	+1
San Cayetano Istepeque	+1	0	0	+3	+1
San Esteban Catarina	+1	0	+1	+3	+1
San Vicente	+2	+1	0	0	+1
Mercedes La Ceiba	+1	0	0	+3	+1
San Ildefonso	+1	0	0	+3	+1
Santo Domingo	+2	0	0	0	+1
San Sebastián	+1	+1	+1	+3	+1
Guadalupe	+1	+1	0	+3	+1
Verapaz	+1	0	+1	0	+1
Santa Clara	+1	0	0	+3	+1
San Lorenzo	+1	0	+1	+3	+1

Tepetitán	+1	0	0	+3	+1
Jerusalén	+1	0	0	+3	+1
Total	+17	+4	+4	+30	+14

Tabla 323: **Nuevas Iniciativas de Desarrollo para la MIJIBOA.**
Fuente: Elaboración Propia.

9.3.4. EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS GENERADOS

Con la puesta en marcha de las distintas iniciativas propuestas que se incluyen en el Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de productos Artesanales se espera la generación tanto de fuentes directas como indirectas de empleo, permitiendo a la población de la zona en estudio la obtención de ingresos estables y un trabajo cercano a su hogar.

Como primer punto, es importante entender que los municipios que forman la zona en estudio, un 61.85% de la población se ve afectada por la pobreza. La tasa promedio de pobreza extrema en el valle de Jiboa es del 29.56%, siendo los municipios de Santa Clara y San Esteban Catarina, a donde la pobreza alcanza niveles mayores, por lo que la inclusión de la iniciativa que busca potenciar la actividad económica de la zona tenderá a presentar un impacto positivo. Para entender el Impacto de la Iniciativa en la zona en cuanto al índice de empleo, es importante conocer la tasa de Desempleo que la zona presenta. De acuerdo a la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples, la tasa de desempleo a nivel nacional es de 6.2%.

Tipo de Iniciativa	Cantidad de Iniciativas	Personal Ocupado
Restaurantes	17	102
Hoteles	4	24
Hostales	4	20
Productores Artesanales	30	120
Festivales	14	70
Total	**69**	**336**

Tabla 324: **Empleos Generados por cada tipo de iniciativa de Desarrollo.**
Fuente: Elaboración Propia.

Ahora bien, con la implementación de la Propuesta que presenta el Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de productos Artesanales, el total de Empleos Directos que se generarán (en 5 años) se estiman en: 336.

De acuerdo a lo anterior y considerando que por cada fuente de empleo se beneficia a una familia, se estima un beneficio total de 336 familias, ahora bien, considerando un promedio de 5 miembros por familia, se tiene un impacto directo a 1,680 personas, lo cual representa un: 1.06% de la Población Total de la zona en estudio. De acuerdo al MITUR por cada empleo directo de turismo se generan 3 indirectos, por lo tanto, con la implantación del proyecto se generarían: 1,008 empleos indirectos.

10. EVALUACIÓN DE GÉNERO

Por Género se entiende el conjunto de características sociales, culturales, políticas, jurídicas y económicas asignadas socialmente en función del sexo de nacimiento y aprendidas durante el proceso de socialización. El género determina lo que es esperado, permitido y valorado en una mujer o en un hombre en un contexto determinado.

La igualdad de género supone que los diferentes comportamientos, aspiraciones y necesidades de las mujeres y los hombres se consideren, valoren y promuevan de igual manera. Ello no significa que mujeres y hombres deban convertirse en iguales, sino que sus derechos, responsabilidades y oportunidades no dependan de si han nacido hombres o mujeres. La igualdad de género implica que todos los seres humanos, hombres y mujeres, son libres para desarrollar sus capacidades personas y para tomar decisiones.

La equidad de género se abordará a través de la participación de la mujer en diferentes actividades sin discriminación, ya que todos los trabajos que se realizarán en el sector en la zona podrán ser desempeñados tanto por hombres como por mujeres, dependiendo todos de sus capacidades en cada uno de ellos.

Municipio	Total	Hombres	%	Mujeres	%
Apastepeque	20,603	9,968	48.48	10,635	51.52
San Cayetano Istepeque	6,048	2,870	47.45	3,178	52.55
San Esteban Catarina	5,996	2,898	48.33	3,098	51.67
San Vicente	59,936	28,927	48.26	31,009	51.74
Mercedes La Ceiba	663	339	51.13	324	48.87
San Ildefonso	8,150	3,862	47.39	4,288	52.61
Santo Domingo	7,653	3,576	46.73	4,077	53.27
San Sebastián	15,540	7,509	48.32	8,031	51.68
Guadalupe	6,208	2,963	47.73	3,245	52.27
Verapaz	7,044	3,539	50.24	3,505	49.76
Santa Clara	5,559	2,764	49.81	2,795	50.19
San Lorenzo	6,834	3,232	47.29	3,602	52.71
Tepetitán	4,221	1,942	46.01	2,279	53.99
Jerusalén	2,875	1,388	48.28	1,487	51.72
Total	157,340	75,787	48.17	81,553	51.83

Tabla 325: **Población de Hombres y Mujeres en la MIJIBOA.**
Fuente: Elaboración Propia.

En el Valle del Jiboa habitan 81,553 mujeres[111]; las cuales representan el 51.83% de la población total del territorio. El 48.02% de las mujeres viven las áreas rurales de los municipios.

10.1. ESTABLECIMIENTO DE POLÍTICAS DE EQUIDAD DE GÉNERO

Con el proyecto se van a crear fuentes de empleo no solo para hombres sino también para mujeres, esto con el fin de establecer una equidad de género dentro de la microrregión, la estrategia para el proyecto se centra en un proceso de inserción orientado a propiciar la participación de las mujeres y desarrollar sus habilidades, poniendo énfasis en el desarrollo y potenciando la capacidad humana.

[111] Fuente: DIGESTYC 2014: Proyecciones de Población Municipal 2005-2015

La principal vía para implementar esta estrategia es la creación de políticas que conlleven a la participación del sexo femenino dentro del ciclo productivo del proyecto, políticas tanto de contratación, ascensos y capacitación.

Como parte de las estrategias para la puesta en marcha del el Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de productos Artesanales se propone la incorporación del enfoque de Género a través del establecimiento de Políticas que vayan encaminadas en este sentido:

- Aumentar las oportunidades formativas a las mujeres de la zona y a las mujeres que trabajaran directamente en el proyecto turístico.
- Mejorar las condiciones de empleo de las mujeres, dándole las oportunidades de incorporarse en estas labores.
- Que todas las personas participantes en el proyecto turístico y las mismas personas que se encuentran involucradas indirectamente en este pueden tener oportunidad de dar sus opiniones y sugerencias en relación a la forma de desempeñar el trabajo turístico.
- Involucrando a todos sin discriminación por capacidades o aportaciones, si no brindándoles a estos el apoyo necesario para ser capaces y puedan tener una oportunidad de progresar formativa como económicamente.
- Creando buzones de sugerencias y quejas para poder tener un acercamiento con las inconformidades existentes de parte de todos sin discriminación alguna.
- Trato igual para todos, lo cual debe ser fomentado sin discriminación por desempeño jerárquico en el proyecto.
- Las municipalidades deben compartir el enfoque y facilitar las condiciones que estén dentro de su campo de acción para la participación integral de las mujeres. Propuesta: Facilitar la Participación de las mujeres en las Actividades Económicas por medio de un organización y financiamiento de diversas actividades de apoyo (Ej. Guarderías, Suministro de Material y Equipo para facilitar las tareas domésticas, alfabetización, discusiones de grupo para la toma de conciencia social sobre la participación de la mujer)

- El 50% de los Aspirantes para formar la microrregión deberán ser Mujeres, siendo el criterio de Selección solamente los relacionados a Competencias Profesionales.
- El 50% de los Miembros que forman los Comités Turísticos deben ser Mujeres.

11. EVALUACION AMBIENTAL

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-bilógico, social, económico y cultural; mediante la aplicación de medidas ambientales asegurándose que esos costos no sean mayores que los beneficios esperados.

En primer lugar, durante el desarrollo de la evaluación, se identifican los potenciales impactos ambientales significativos con el fin de evitarlos, mitigarlos o compensarlos, y se aprovechan las oportunidades para mantener o mejorar las condiciones ambientales del medio.

La evaluación del impacto ambiental representa un proceso de análisis con el cual se pueden identificar los impactos ambientales posibles (actuales y futuros), ya sean positivos o negativos de todas las acciones, actividades u operaciones en las que pueda incurrir la Implementación del proyecto.

El Sistema Integrado de Turismo contempla en su mayoría una serie de servicios turísticos, pero se puede caer en que alguna de las actividades que se realizan pueden afectar el entorno de la zona por lo cual es necesario evaluar. Por ello se debe determinar un estudio que respalde el funcionamiento de todas las actividades que se involucran en el Sistema Integrado de Turismo, cumpliendo con las leyes establecidas por el Ministerio de Medio Ambiente de nuestro país.

La Evaluación Ambiental conforme al artículo 18 de la Ley del Medio Ambiente salvadoreña puede definirse como “Un conjunto de acciones y procedimientos que aseguran que las actividades, obras o proyectos que tengan un impacto ambiental negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de pre inversión a los

procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del medio ambiente."

11.1. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO

- Determinar si el Proyecto cumple con las Leyes Medio Ambientales de El Salvador.
- Conocer el impacto positivo y negativo que la implementación provocaría en la Microrregión del Valle de Jiboa.
- Buscar la viabilidad del Proyecto desde el punto de vista Medio Ambiental.
- Identificar acciones o mecanismos del proyecto que permitan la mitigación, prevención o reducción de impactos negativos que pudiese generar durante su implementación y funcionamiento.

11.2. METODOLOGÍA

Mediante el estudio de las características técnicas del proyecto, se determinan las acciones y procesos susceptibles de alterar el medio natural, identificados en la línea base ambiental, y los efectos de los mismos, por lo tanto, se hará una evaluación cuantitativa de estos impactos y la forma de mitigarlos.

La Evaluación ambiental del proyecto se hará dentro de una metodología de "Identificación y evaluación de impactos ambientales" (EIA).

Etapa 1: Desagregación del Proyecto en Componentes.

En primer lugar, se deberá dividir el proyecto en todas las obras o actividades que se requieren para su construcción en proceso.

Etapa 2: Identificación de los Impactos.

Se procede a identificar los impactos que se pueden generar en cada uno de ellos, utilizando un método de valoración de impactos por medio del cual se determina la magnitud de la relación proyecto ambiente.

Este método de valoración de impactos está compuesto por tres elementos básicos que permiten elaborar el proceso secuencial que identificará los impactos. Estos elementos son los siguientes:

- **Acción:** Es el conjunto de actividades necesarias para la ejecución del proyecto.
- **Efecto**: Es el proceso físico, biótico, social económico o cultural que puede ser activado, suspendido o modificado por una determinada acción del proyecto y puede producir cambios o alteraciones que gobiernan la dinámica de los ecosistemas.
- **Impacto**: Es el cambio neto o resultado final (benéfico o perjudicial) que se produce en alguno de los elementos ambientales por una determinada acción del proyecto.

Etapa 3: Evaluación de los impactos.

En esta etapa se procede a evaluar cada impacto individualmente. Los atributos ambientales o criterios utilizados para la calificación son: Clase, Presencia o Probabilidad, Duración, Evolución y Magnitud. Para la calificación ambiental, se utilizó igualmente el método de calificación ambiental que es la expresión de la interacción o acción conjugada de los criterios o factores que caracterizan los impactos ambientales y está definida por la siguiente ecuación:

$$\boldsymbol{Ca = C\,(P\,(aEM + bD))}$$

Dónde:

Ca: Calificación Ambiental (varía entre 0.1 y 10)

C: Clase expresado por el signo + ó – de acuerdo al tipo de impacto

P: Presencia (Varía entre 0.0 y 1.0)

E: Evolución (Varía entre 0.0 y 1.0)

M: Magnitud (Varía entre 0.0 y 1.0)

D: Duración (Varía entre 0.0 y 1.0)

a y b: Constantes de ponderación cuya suma debe ser igual a 10

El índice denominado Calificación Ambiental (Ca), se obtiene a partir de cinco criterios o factores característicos de cada impacto, los cuales se explican de la siguiente manera:

- **Clase (C).** Define el sentido del cambio ambiental producido por una determinada acción del proyecto. Puede ser positiva o negativa dependiendo si se mejora o degrada el ambiente actual o futuro.
- **Presencia (P).** Como no se tiene certeza absoluta de que todos los impactos se presenten, la presencia califica la probabilidad de que el impacto pueda darse, se expresa entonces como un porcentaje de la probabilidad de ocurrencia.
- **Duración (D)**. Evalúa el periodo de existencia activa del impacto y sus consecuencias, se expresa en función del tiempo que permanece el impacto (muy larga, larga, corta, etc.).
- **Evolución (E).** Evalúa la velocidad de desarrollo del impacto, desde que aparece hasta que se hace presente plenamente con todas sus consecuencias, se expresa en unidades relacionadas con la velocidad con la que se presenta el impacto.
- **Magnitud (M)**. Califica la dimensión o tamaño del cambio ambiental producido por la actividad o proceso constructivo u operativo. Los valores de magnitud absoluta, cuantificados o referidos se transforman en términos de magnitud relativa, que es una expresión mucho más real del nivel de afectación del impacto.

La cuantificación de los criterios es la siguiente:

		CLASE DE IMPACTO
Positiva	+	El efecto mejora el estado actual del recurso afectado
Negativas	-	El efecto deteriora el estado actual del recurso afectado
		PRESENCIA
Cierto	1	Existe absoluta certeza de que el impacto se presente
Probable	0.8	Es probable hasta en un 50% que el impacto se de
Incierto	0.4	Es poco probable que el impacto se presente
Imposible	0.1	Es casi imposible que se dé pero podría presentarse
		MAGNITUD
Muy severo	1	Daño permanente al ambiente
Severo	0.8	Daños serios pero temporales al ambiente
Mediana	0.5	Daños menores pero permanentes al ambiente
Ligeramente Severo	0.3	Daños menores al ambiente
Nada severo	0.1	Ningún daño al ambiente
		DURACION
Muy larga	1	Menos de un año
Larga	0.8	De seis meses a un año

Moderada	0.5	De un mes a seis meses
Corta	0.3	De seis meses a un año
Muy corta	0.1	De un día a un mes
		EVOLUCION
Muy rápido	1	Menos de un día
Rápido	0.8	De un día a un mes
Medio	0.5	De un mes a seis meses
Lento	0.3	De seis meses a un año
Muy lento	0.1	Más de un año

Tabla 326: **Datos para la descripción del impacto.**

Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo con las calificaciones asignadas individualmente a cada criterio, el valor absoluto *Ca* será mayor que cero y menor o igual que diez. Este valor numérico se convierte luego en una expresión que indica la importancia del impacto (muy alta, alta, media, baja y muy baja) asignándole unos rangos. En la siguiente tabla se observan los rangos establecidos para la calificación ambiental de cada impacto.

CRITERIO	RANGO	VALOR
Calificación ambiental	Muy alta	8-10
	Alta	6-8
	Media	4-6
	Baja	2-4
	Muy baja	0-2

Tabla 327: **Criterios de evaluación**

Fuente: Elaboración Propia.

11.3. EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO

11.3.1. DESAGREGACIÓN DEL PROYECTO EN COMPONENTES.

Etapas	Actividades
Construcción	Construcción de obra civil: Plaza de las Artesanías-Oficina técnica.
	Adecuación de Sitios Turísticos, Senderos y Construcción de Canopy.
	Excavaciones necesarias para colocación de tuberías adecuadas y fosas sépticas para el tratamiento de aguas negras.

	Almacenamiento de materiales y equipos a utilizar en la construcción.
	Carga y transporte de escombros, equipo, etc.
	Remoción de cobertura vegetal que se requiera.
	Colocación de letreros y toda la señalización necesaria en la zona.
Operación	Visitas guiadas.
	Actividades aventura: Canopy
	Servicios de alimentación.
	Servicios de hospedaje
	Actividades Recreativas: senderismo, caminatas, picnic, área de juegos infantiles, entre otras.

Tabla 328: **Desagregación del Proyecto en Componentes.**
Fuente: Elaboración Propia.

11.3.2. IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS

Luego de identificar las principales actividades que podrían ocasionar deterioro al medio ambiente se realizó la identificación de impactos que estas causarían, los cuales se muestran a continuación en el siguiente cuadro:

ACCION	EFECTO	IMPACTO
CONSTRUCCION		
Construcción de obra civil: Plaza de las Artesanías-Oficina técnica.	Incremento de residuos, ruidos y molestias de trafico de materiales en la zona.	Contaminación por partículas de materiales propios de construcción y molestias a los habitantes de la zona
Adecuación de Sitios Turísticos, Senderos y Construcción de Canopy.	Remoción de cobertura vegetal que sea necesaria hacer.	Deforestación de algunas zonas donde se acondicionarán los atractivos.
Excavaciones necesarias para colocación de tuberías adecuadas y fosas sépticas para el tratamiento de aguas negras.	Modificaciones de algunas áreas de la zona.	Modificación de algunas áreas naturales.
Almacenamiento de materiales y equipos necesarios para la construcción.	Utilización de espacios de la zona para almacenamiento	Contaminación de suelo y aire.

Carga y transporte de escombros, equipo, etc.	Incremento de residuos, ruido y molestias de trafico de maquinaria y materiales en la zona.	Contaminación y Molestias a los habitantes ubicados en el área.
Remoción de cobertura vegetal que se requiera.	Reducción de la vegetación de la zona.	Perdida de zonas verdes.
Colocación de letreros y toda la señalización necesaria en la zona.	Colocación de materiales con efectos en el ambiente natural como la pintura y otros elementos que modifican el área natural etc.	Deterioro por efectos químicos y contaminación
OPERACIÓN		
Visitas guiadas	Incremento de personas que visitan la zona	Contaminación con gases. Incremento de desechos sólidos. Alteración del hábitat natural.
Actividades aventura: Canopy	Incremento de personas en lugares en hábitat naturales	Alteraciones en el hábitat, contaminación, incremento de desechos sólidos.
Servicios de alimentación	Incremento de desperdicios sólidos y gases	Contaminación, incremento de desechos sólidos, deterioro del medio ambiente.
Servicios de hospedaje	Incremento de personas en lugares en hábitat naturales y contaminación	Ruidos. Uso de agua potable. Alteraciones del hábitat natural.
Actividades Recreativas: senderismo, caminatas, picnic, área de juegos infantiles, entre otras.	Incremento de personas en lugares en hábitat naturales.	Contaminación, ruido, alteración del hábitat, incremento de desechos sólidos.

Tabla 329: **Identificación de Efectos e Impactos Ambientales del Proyecto en etapa de Construcción y operación.**

Fuente: Elaboración Propia.

11.3.3. EVALUACIÓN DE IMPACTOS

ACCIÓN	IMPACTO	C	P	M	D	E	CA	IMPACTO AMBIENTAL
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN								
Construcción de obra civil: Plaza de las Artesanías- Oficina técnica.	Contaminación por partículas de materiales propios de construcción y molestias a los habitantes de la zona.	-	0.4	0.1	0.3	0.2	-0.42	Muy Bajo
Adecuación de Sitios Turísticos, Senderos y Construcción de Canopy.	Deforestación de algunas zonas donde se acondicionarán los atractivos	-	1	0.3	0.1	0.6	-1.56	Muy Bajo
Excavaciones necesarias para colocación de tuberías adecuadas y fosas sépticas para el tratamiento de aguas negras.	Modificación de algunas áreas naturales.	+	0.8	0.3	0.8	0.6	1.73	Muy Bajo
Almacenamiento de materiales y equipos necesarios para la construcción.	Contaminación de suelo y aire.	-	0.1	0.1	0.3	0.4	-0.12	Muy Bajo
Carga y transporte de escombros, equipo, etc.	Contaminación	-	0.8	0.8	0.5	0.5	-3.44	Bajo
	Molestias a los habitantes ubicados en el área.	-	0.1	0.3	0.8	0.3	-0.30	Muy Bajo
Remoción de cobertura vegetal que se requiera.	Perdida de zonas verdes.	-	0.4	0.3	0.8	0.1	-1.04	Muy Bajo
Colocación de letreros y toda la señalización necesaria en la zona.	Deterioro por efectos químicos y contaminación	-	0.4	0.3	0.1	0.2	-0.29	Muy Bajo

ETAPA DE OPERACIÓN								
Visitas guiadas	Contaminación con gases.	-	1	0.8	0.3	0.5	-3.7	Muy Bajo
	Incremento de desechos sólidos.	-	0.8	0.5	0.5	0.8	-3.44	Muy Bajo
	Alteración del hábitat natural.	+	0.4	0.3	0.1	0.5	-0.68	Bajo
Actividades aventura: Canopy	Modificaciones del Hábitat natural	+	0.4	0.5	1	0.4	1.76	Bajo
Servicios de alimentación	Contaminación	-	1	0.5	0.1	1	-1.35	Muy Bajo
	Incremento de desechos sólidos	-	0.8	0.5	0.8	0.8	-3.44	Bajo
	Deterioro del medio ambiente	-	0.8	0.5	0.8	0.8	-3.44	Bajo
Servicios de hospedaje	Ruidos.	-	1	0.5	0.1	1	-3.8	Bajo
	Uso de agua potable.	-	0.8	0.3	0.3	0.8	-2.58	Bajo
	Alteraciones del hábitat natural.	-	0.8	0.5	0.8	0.8	-4.16	Medio
Actividades Recreativas: senderismo, caminatas, picnic, área de juegos infantiles, entre otras.	Ruido.	-	0.8	0.3	1	0.2	-2.74	Bajo
	Alteración del hábitat	-	0.4	0.3	1	0.2	-1.37	Muy Bajo
	Incremento de desechos sólidos	-	0.6	0.3	1	0.2	-2.05	Bajo

Tabla 330: Evaluación del Impacto Ambiental del Proyecto.
Fuente: Elaboración Propia.

Análisis de resultados

Los resultados obtenidos muestran:

- Para la etapa de construcción se provee que exista un Muy bajo impacto negativo en el medio ambiente proveniente de las actividades del mismo, esto se debe a que las obras de construcción no son muy grandes y son las necesarias para brindar un buen servicio teniendo en cuenta los costos.
- Para mitigar este impacto se deberá tomar en cuenta diferentes aspectos de control y mitigación en estas actividades para que la evaluación realizada mantenga estos resultados.
- En la etapa de operación se muestra que existen ciertos factores que pueden perjudicar de forma media y baja la parte ambiental de la zona como lo es el ruido la afluencia

de personas al lugar y la contaminación que pueda crearse a efecto de la llegada de visitantes en la zona y su estadía, ya sea por la basura que las personas puedan dejar, actividades que puedan generar contaminación en el aire y la alteración del hábitat de animales y vegetación por la presencia humana en mayores cantidades y frecuencias, para lo cual también se buscar mecanismos de mitigación, ya que el objetivo del proyecto es ser sostenible tanto social económica como ambientalmente.

- Cabe mencionar que la evaluación fue satisfactoria ya que no se detectaron actividades que puedan tener impactos negativos significativos en el medio ambiente, también la cooperativa realiza actividades para disminuir estos impactos.

Mitigación de los Impactos Negativos

Etapa de Construcción:

- Procurar el uso de materiales amigables con el medio ambiente aprovechando el reciclaje y materiales renovables, de manera que se disminuyan los residuos sólidos en el lugar y sin aguas servidas en grandes cantidades en la parte de construcción.
- Deberá ser supervisada la generación de residuos y escombros, los cuales deberán ser extraídos para su correcto tratamiento o trasladados a lugares destinados para su depósito.
- Mientras se realicen los trabajos de la construcción de la obra civil deberán ser colocados basureros con libre acceso para los trabajadores, de modo que se mantenga limpio el lugar.
- Si para la construcción se deben retirar árboles de alguna de las zonas de construcción, estos deberán ser retirados adecuadamente para su posterior trasplante a otra zona adecuada para su supervivencia además si no se puede trasplantar se deberá sembrar árboles en zonas aledañas para compensar la tala.

Etapa Operativa:

- Por ignorancia al cuidado de la zona el turista puede dañar el habitad por lo que las visitas deben ser planificadas adecuadamente.

- Hay que mantener rotulaciones informativas hacia el turista de todos los hábitos de higiene y de protección ambiental en general que debe de considerar y recomendaciones que debe acatar para no dañar el ambiente de la zona.
- Es importante incentivar a los turistas a realizar actividades de mayor contacto con la naturaleza creando conciencia de no contaminar el área y la manera en la que se puede convivir con la vegetación y fauna sin necesidad de perjudicarla. Durante cada visita se debe practicar la técnica de aprender haciendo, lo que favorece los cambios necesarios de actitud y aptitud en las personas que visiten el área
- Los lugareños se integrarán dejando de lado viejos conceptos y siendo los primeros en los que se debe de inculcar e informar sobre la protección y preservación medioambiental.
- Incentivar a los turistas a practicar el reciclaje, de modo que se inculque una actitud de preservación y protección por el medio natural.
- Se debe de contactar con el ministerio del medio ambiente para que brinde algún tipo de apoyo y un programa medio ambiental para llevar a cabo en la zona.

Sostenibilidad Ambiental

Educación ambiental:

- La educación ambiental es por sobre todas las cosas una educación para la acción ambiental en beneficio de la misma, facilitando así un mejor conocimiento de los procesos ecológicos, económicos, sociales y culturales.
- La educación ambiental debe fomentar el cambio social a partir del desarrollo de valores, actitudes y habilidades para asumir una responsabilidad ambiental y el turismo puede contribuir en esto a través de sus iniciativas de concientización e información sobre el cuidado del ambiente y todos los recursos naturales tanto a la población local como a los turistas que visitan el lugar.
- El objetivo final de la educación ambiental es lograr que un grupo social, o un individuo partiendo del conocimiento de su realidad inmediata, logre cambios de conciencia, de actitud y de conducta, y, fomente su propia responsabilidad y

participación en la solución de los problemas ambientales en cooperación con el resto de la población.

- El turista es un individuo capaz de transformar su comportamiento durante el viaje, al desarrollar diferentes respuestas ante las situaciones y ambientes por donde se mueve y a los que percibe de forma diferente a lo habitual. Muchos de estos aspectos en su vida cotidiana pasarían por alto.
- El turismo puede convertirse en un disparador de situaciones que se pueden materializar en "buenas prácticas" (no arrojar basuras, cuidar los árboles, etc.)
- Por lo tanto, la realización de actividades en un turismo con enfoque rural, donde la sostenibilidad ambiental es un eje muy enmarcado en el desarrollo del mismo, se van a propiciar ciertos elementos que harán que la sostenibilidad se refleje cada día para mantener y mejorar el área natural que se posee.

Actividades encaminadas a la sostenibilidad ambiental

Dentro de las actividades que se fomentarán y se mantendrán de sostenibilidad ambiental, en la zona de práctica turística se tienen las siguientes:

- Capacitación de personal en materia ambiental, para que tanto el personal como la localidad en general conozca que además de generar ingresos económicos y mejores oportunidades de vida, también se busca fomentar la protección medioambiental.
- Por otra parte, con las actividades de mejoramiento y protección se buscará una sensibilización pública a través de campañas, comunicación, formación, así como el asesoramiento de organismos e instituciones internacionales y colaboración de las ONG’s para que los visitantes turísticos y la localidad sepa la importancia del cuidado al medio ambiente.
- Cuando se tenga que deshacer de un residuo, hacerlo de la manera más limpia que se le facilita en su lugar de destino, es decir en los basureros más cercanos, si en un momento preciso no se encuentra cerca de uno, guardar la basura momentáneamente y depositarla en el basurero o lugar indicado (esta información dada a conocer al turista y a todas las personas en general).
- Se trabajará bajo ciertos lemas tales como: En un espacio natural procurar que la única huella que se deje atrás sea la de su calzado.

- Se realizará actividades de siembra de árboles y todo tipo de plantas que puedan ser cultivadas en la zona a fin de fomentar la forestación y que el turista participe de estas
- No consumo de tabaco ni cualquier elemento perjudicial para la salud y emisión de contaminantes del aire
- Se promoverán actividades turísticas que no empleen automóviles en la propia zona donde se practicar turismo, dentro de las actividades que se realizaran para proteger el medio ambiente están: caminatas en senderos, etc.
- Se les facilitara a los turistas fotografías, folletos u otro tipo de material impreso o audiovisual relacionados con los ecosistemas naturales de la región que están visitando, para que este tenga conciencia de la importancia de protegerlos.
- Se colocarán materiales gráficos u otros medios de difusión con medidas que sirvan para que los turistas sean viajeros más responsables con el ambiente que visitan y todos los materiales a utilizar tanto para la promoción turística como ambiental de la zona se usara material reciclado para fabricar estos medios en su mayoría.
- Organización de campañas ambientales periódicamente en la comunidad;(esto será responsabilidad directa del encargado de comercialización y promoción) pueden ser de siembra de árboles, recolección de desechos, mantenimiento de los rótulos de los senderos y otros. Instando a los turistas a participar, explicándoles a los participantes los beneficios de esas actividades e invitándolos a dar e ideas para próximas campañas.
- Se tratará de facilitar la capacitación continua del personal en temas como historia natural de organismos silvestres representativos de la región, técnicas de guiado e interpretación ambiental, estrategias para lograr un turismo sostenible, mitos y leyendas de la zona, servicio al cliente y primeros auxilios, entre otros.
- Se le enseñara al personal a brindar un buen servicio al cliente y a velar por la seguridad, la comodidad y la salud de los turistas, así como mostrar respeto por los recursos naturales y la cultura de la comunidad visitada.

Beneficios ambientales

- Promueven el uso de recurso biótico en forma alternativa y el economizar recursos.
- Favorecen la cultura ecológica.

- Representan opción de financiamiento para la conservación de los recursos naturales.
- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

CAPITULO VII

ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

CAPITULO VII: ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

1. GENERALIDADES

La administración de proyectos viene a ser la manera de como los administradores emplean sus conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas para la realización de un proyecto, en donde van a toman en cuenta el tiempo, capital, materiales, recursos humanos y tecnología, y así poder llegar al objetivo del proyecto.

Los proyectos por definición tienen una fecha de inicio y finalización determinados, al igual que un alcance, presupuesto, resultados específicos y recursos asignados. Adicionalmente, cada proyecto, por similar que sean las actividades y los alcances, se tornan diferentes porque las circunstancias cambian, y las cosas siempre son distintas cuando se lidia con personas.

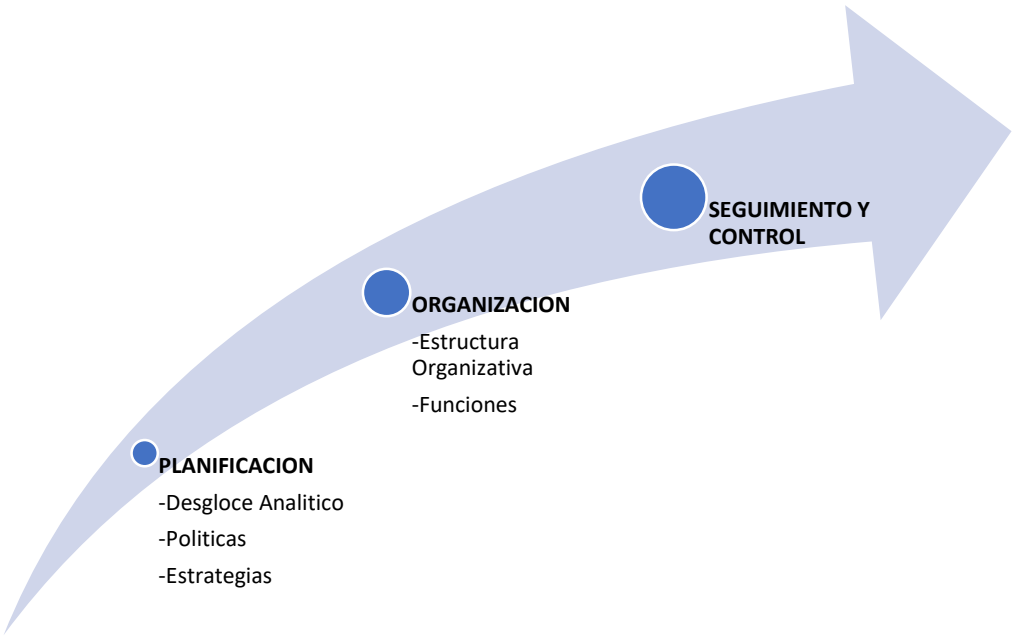
Una de las funciones primordiales de los administradores de proyectos es administrar los procesos internos del mismo donde realmente se efectúa el trabajo. Por pequeño que sea el proyecto, se requieren habilidades de administración del mismo para sortear las diferentes situaciones que se presenten, y además garantizar el cumplimiento de los objetivos dentro de los tiempos estipulados. Estas habilidades van desde la definición del proyecto, hasta la administración de las medidas de avance del mismo. Adicionalmente, se deben incorporar técnicas para el manejo de contratos y el manejo de proveedores.

2. PLANIFICACIÓN DE LA EJECUCIÓN O IMPLANTACIÓN

2.1. METODOLOGÍA

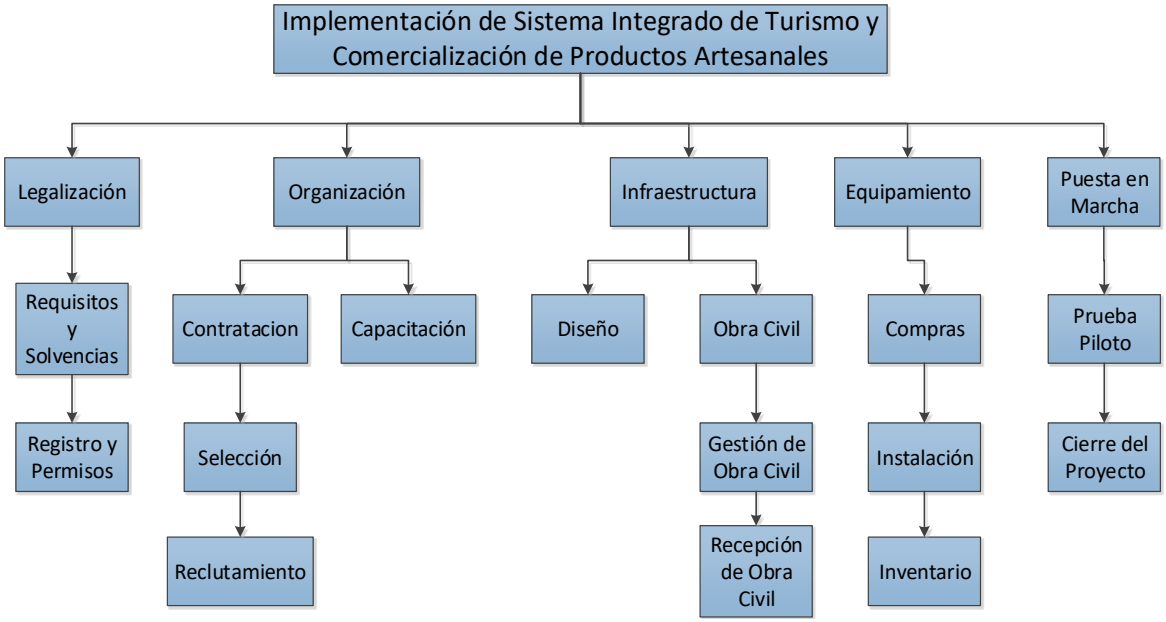
Para llevar a cabo la ejecución del proyecto se realizarán una serie de actividades que serán responsabilidad de las personas encargadas de gerencia dicho proyecto, para desempeñar estas funciones se tendrán en cuenta a las personas conocedoras del mismo.

Etapas para la realización de la administración del proyecto:



Esquema 70: Etapas de la Administración de Proyectos
Fuente: Elaboración Propia.

2.2. DESGLOSE ANALÍTICO



Esquema 71: Estructura de Desglose del Trabajo.
Fuente: Elaboración Propia.

3. POLÍTICAS DE EJECUCIÓN
1. LEGALIZACIÓN

1.1 Requisitos y Solvencias

- Antes de realizar cualquier trámite de permisos se deben revisar cada uno de los procedimientos a hacer y requisitos a cumplir para no caer en retrasos.
- No se realizará ningún trámite legal sin la asesoría de un abogado.
- Todo pago por registro deberá ser presentado al contador del proyecto quien registrará dichos desembolsos en el momento oportuno para evaluar el avance físico versus el avance financiero.

1.2 Registro y Permisos

- El registro en las instituciones que requiera el proyecto será la pauta para dar inicio a la construcción.
- Salvaguardar los registros legales de manera adecuada.
- Todas las cuentas apertura das, y préstamos para el proyecto irán a nombre de la Microrregión del Valle del Jiboa.

2. ORGANIZACIÓN

2.1.1 Reclutamiento

- Es responsabilidad del Gerente de Proyecto conocer y aplicar el proceso de reclutamiento. La recopilación de currículos se hará en el lugar del proyecto a través de medios internos y externos.
- Los currículos se deberán analizar según el perfil del puesto vacante.
- El reclutamiento de personal no hará diferencia de género y se deben solicitar que sean habitantes de la zona.
- En los llamados a concurso de las plazas disponibles para trabajar en el proyecto se deberá velar por una adecuada difusión que permita el fomento de una mayor participación por parte de los habitantes de la zona.

2.1.2 Selección

- Todos los candidatos al puesto serán sometidos al proceso de selección, sin distinción de género.
- Las personas seleccionadas deberán ser acorde a las necesidades del proyecto.
- Se aplicarán evaluaciones referentes al área de la vacante solicitada.
- El Gerente del Proyecto responsable de la conducción del proceso de selección.
- Las personas seleccionadas no deben poseer antecedentes personales delictivos.
- Los resultados obtenidos por los candidatos serán fundamentales para la selección.
- La selección de la vacante será a partir de los resultados obtenidos, así como de las habilidades y actitudes que se requieren en el perfil.
- Una vez seleccionado el candidato se realizarán los exámenes médicos pertinentes, para descartar enfermedades.
- A los aspirantes que no fueron seleccionados se les llamará para hacerles la notificación formal, esto se hará con la finalidad de mantener desde el inicio una buena imagen de la organización del proyecto a desarrollarse.

2.2 Inducción

- El proceso de inducción se realizará a través de un programa formal a todo nuevo empleado que ingrese a la administración del proyecto.
- El programa de inducción no debe contemplar, en ningún caso, conceptos ni acciones discriminatorias de género, étnicas, de religión, tendencias sexuales, discapacidad física u otras de similar naturaleza.
- Las personas que ingresen en calidad de auxiliares o suplentes estarán eximidas del programa, si el período por el cual son contratados es inferior a dos meses continuos.

3. INFRAESTRUCTURA

3.1 Diseño

- El diseño y los materiales propuestos en el diseño deben ser los establecidos en la etapa de diseño del estudio, así como técnicamente viables y fácil de obtener en el mercado nacional.

3.2 Gestión de Obra Civil

- Se Subcontratará a una empresa especializada en construcción.
- El equipo subcontratado de construcción debe comprometerse legalmente a respetar los acuerdos establecidos.

3.3 Recepción de Obra Civil

- Se dará por finalizada la subcontratación únicamente si se ha cumplido conforme lo establecido en el contrato.
- Se realizará la finalización del contrato por la vía legal.

4. EQUIPAMIENTO

4.1 Compras

- Cualquier proceso de compra requiere como paso previo la definición de las especificaciones (qué se va a comprar) y la previsión de las necesidades (cuánto y cuándo).
- Las compras se realizan a proveedores que aseguren el mantenimiento, soporte y garantías del producto mínimo 3 años.
- Al solicitar cotización a los proveedores, debe considerarse: Posibilidad de descuento por volumen y pronto pago, Costo de embarque hasta el lugar donde lo requiera, Tiempo de entrega, Forma de pago, instalación de los equipos que sea necesaria.
- Se debe mantener siempre una base de proveedores alternativos localizados, para cada categoría de insumos y materia prima, a fin de que puedan suplir rápidamente cualquier baja, temporal o permanente, de los proveedores activos.
- Revisión de cantidad, calidad y lugar de entrega de cada pedido que se recibe según requerimientos de compra.

4.2 Instalación

- No se podrán proceder a las actividades de instalación sin antes recibir la aprobación.
- La capacitación será impartida por alguien con experiencia en el uso de estos equipos, de ser posible se le pedirá al proveedor que mande un técnico para la explicación del funcionamiento.

4.3 Inventario

- El tiempo debe cumplirse con el establecido.
- El orden de codificación debe cumplirse en forma secuencial.
- Se utilizará Método de primeras en entrar primeras en salir (PEPS).

5. PUESTA EN MARCHA

5.1 Prueba Piloto

- Todos los avances de la prueba piloto deben de ser registrados para su posterior análisis.
- Cualquier problema que se presente en el desarrollo de la prueba piloto será arreglado hasta en el ajuste.

5.2 Cierre del Proyecto

- Se debe hacer un recorrido por todas las instalaciones donde se compruebe que está hecho conforme a las especificaciones.
- El gerente del proyecto debe revisar toda la información previa de los cierres de las diferentes fases, para estar seguro de que todo el trabajo está completo y que el proyecto ha cumplido sus objetivos.
- Se establece el procedimiento para investigar y documentar las razones para las acciones tomadas, si es que un proyecto es terminado antes de su finalización.
- Para el cierre del proyecto debe realizarse una evaluación que defina los logros alcanzados durante la administración, así como también las deficiencias que servirán como lecciones para prácticas futuras.

4. ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN

1. LEGALIZACION

1.1 Requisitos y Solvencias

- Los trámites de solvencia deberán seguirse de acuerdo a lo establecido por cada institución.
- En la obtención de los requisitos sanitario se recurrirá a las instancias pertinentes (unidad de salud del municipio), antes de solicitarlo para una pre evaluación.

1.2 Registro y permisos

- Los trámites de registro deberán seguirse de acuerdo a lo establecido por cada institución.
- Cada vez a se realice una obtención de permisos el encargado de dicha gestión revisara y presentara los documentos al responsable del entregable.

2. ORGANIZACION

2.1.1 Reclutamiento

- Visitar las instituciones educativas que brinden bachillerato que se encuentren en el municipio del Valle de Jiboa, donde se realizara el proyecto para tener acceso a aspirantes mayores de 18 años con estudios a nivel medio superior, para detectar y conquistar talento sin experiencia, con el objetivo que se sientan motivados a conseguir un empleo y seguir realizando sus estudios para tener mejores oportunidades.
- Para averiguar qué candidatos están realmente motivados a trabajar en la administración del proyecto, los aspirantes serán invitados a una jornada abierta luego de haber presentado su curriculum vitae, ya que es posible que esta sea la forma de atraer sólo a aquellos realmente interesados en el puesto, y se evitaran así las deserciones en el futuro lo que aumentaría el costo del proyecto ya que se tendría que hacer un nuevo proceso de selección.

2.1.2 Selección

- Todo el proceso de selección debe estar basado en el perfil establecido previamente, así como los requisitos inherentes para el desempeño del cargo, y no podrán contener requerimientos que no estén asociados a la función que se realizará.
- El subgerente del proyecto deberá estar familiarizado con todas las vacantes existentes esto ayudará a los candidatos a encontrar su posición correcta. Cuando el subgerente identifique un aspirante con características que tal vez no son adecuadas para la primera posición para la que aplicó, se debe trabajar para encontrar un rol adecuado según sus habilidades y experiencia. Esto es para evitar mayores costos en el proceso de selección y garantizar que el aspirante al puesto tenga mayores oportunidades de tener un empleo.
- La elección de los instrumentos de selección y su combinación en sistemas integrados debe estar basada en la alineación con los objetivos estratégicos de la administración del proyecto.

2.2 Inducción

- Al momento de incorporarse a la administración del proyecto al personal seleccionado se le mostraran las instalaciones del proyecto, así como los servicios básicos con los que contara para llevar a cabo sus labores, será presentado a los demás trabajadores mencionando a que área pertenece y algunas de sus responsabilidades, luego se le brindaran las herramientas necesarias para que pueda desarrollar sus labores con total normalidad.
- Se deberán listar los contenidos, tiempos y metodologías a utilizar en la administración del proyecto, se invertirá tiempo para que el nuevo trabajador los lea y solvente dudas si es que surgen, se definirán claramente sus responsabilidades y los resultados que se esperan obtener en su área se le aclarara las libertades que tendrá para el proceso de toma de decisiones esto con el objetivo que pueda practicar el empoderamiento cuando sea necesario.
- Al finalizar el proceso de inducción, vale la pena realizar una entrevista personal o de grupo según convenga, que nos permita recibir una retroalimentación por parte de los nuevos colaboradores en la administración del proyecto que favorezca la recolección

de información valiosa que sirva de guía para hacer los ajustes necesarios en la construcción de un modelo de integración a la administración del proyecto.

3. INFRAESTRUCTURA

3.1 Diseño

- Utilizar la mejor zona del terreno a fin de evitar complicaciones en la construcción y operación.
- Para la realización del diseño se contratará un arquitecto que tenga experiencia en diseño de instalaciones turísticas.
- El diseño debe ser innovador y adecuado al tipo de turismo.
- Elaborar una maqueta previa para evaluar y realizar las posibles modificaciones.

3.2.1Gestion de Obra Civil

- Utilizar página web para licitar.

3.2.2 Recepción de Obra Civil

- Se realizarán verificaciones y evaluaciones en la construcción para poder aprobar el trabajo realizado.

4. EQUIPAMIENTO

4.1 Compras

- Evaluación de diferentes proveedores para buscar la mejor oferta y la que ofrezca mejores servicios post venta (garantías).
- Establecer alianzas estratégicas con los proveedores.

4.2 Instalación

- Instalar primero los mobiliarios o equipos que requieran más espacios para su colocación.
- Instalar primero los mobiliarios o equipos que su instalación sea de mayor dificultad.

4.3 Inventario

- La recepción de los insumos se debe revisar, si es producto que este en buenas condiciones.
- Codificar de igual forma para facilitar el trabajo.

5. PUESTA EN MARCHA

5.1 Prueba Piloto

- La generación de ideas puede provenir de distintas fuentes, entre ellos de los clientes, competidores, proveedores, entre otros involucrados.
- Desarrollo de los servicios es la ventaja que sirve como prueba para detectar la verdadera satisfacción de los clientes y se confirma el cumplimiento del mismo en los servicios ofrecidos.
- Desarrollo de la estrategia de mercadotecnia.

5.2 Cierre del Proyecto

- Se deben definir las actividades necesarias para recoger registros de proyecto o fase, auditar el éxito o falla del proyecto, reunir lecciones aprendidas y archivar información del proyecto para uso futuro de la organización
- Una vez finalizado el proyecto, el equipo encargado de la administración debe celebrar una reunión en donde se especifique el cierre de las actividades y sus resultados.
- El entregable de cierre de proyecto debe ser generado por el Gerente del proyecto al final del proyecto, para registrar y hacer una revisión de lo que ocurrió durante su ejecución y decidir cómo maximizar el valor del proyecto. El documento debe derivarse teniendo como referencia los entregables del Proyecto.

5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

A continuación, se describen las siguientes actividades para la administración del proyecto:

1. LEGALIZACION

1.1 Requisitos y Solvencias

- Solicitar a la alcaldía información para realizar la obra civil
- Recolectar información sobre los permisos ambientales
- Constituir la sociedad mercantil del proyecto
- Solicitar permisos ambientales y sanitarios

1.2 Registros y Permisos

- Inscribir a la empresa en el ministerio de trabajo
- Inscribir a la empresa en el ISSS y AFP
- Inscribir en la dirección general de estadísticas y censos
- Inscribir en el registro de comercio
- Inscribir en el registro nacional de turismo
- Inscribir en el ministerio de medio ambiente
- Inscribir en el ministerio de salud y asistencia social

2. ORGANIZACION

2.1.1 Reclutamiento

- Recibir solicitud de reclutamiento para contratación de personal.
- Identificar los puestos vacantes.
- Definir el entorno y las características de cada puesto vacante.
- Realizar la divulgación de la oferta de empleo.
- Recibir curriculum vitae de los solicitantes a la vacante.
- Realizar entrevistas y evaluaciones previamente definidas

2.1.2 Selección

- Analizar los resultados obtenidos en las entrevistas y evaluaciones realizadas en base a los requisitos del puesto vacante.
- Preseleccionar aquellos currículos que más se acercan al perfil para el puesto.
- Elaborar un informe de cada candidato finalista y lo pasa para la "entrevista final"
- Realizar la "entrevista final" de los candidatos finalistas generalmente es efectuada por el gerente del proyecto, quien confeccionó la solicitud de incorporación.
- Seleccionar al candidato que se considera está en mejores condiciones para cubrir el puesto vacante y se informa al responsable de la contratación de personal, y pedir referencias sobre sus antecedentes y exámenes médicos.
- Confirmar al candidato la decisión de incorporación al proyecto y la propuesta económica final.
- Notificar a los candidatos no seleccionados que lamentablemente quedaron fuera del proceso de selección y se les agradece el tiempo invertido en el proceso.
- Recibir referencias del finalista elegido para conocer el desempeño y conducta en empleos anteriores o antecedentes delictivos, y exámenes médicos requeridos.

2.2 Inducción

- Brindar la información necesaria, para llevar a cabo las actividades del puesto, en forma general, amplia y suficiente.
- Ubicar al empleado dentro de su rol en la organización para fortalecer el sentido de pertenencia en el proyecto.
- Dar la seguridad al empleado para que realice su trabajo en forma autónoma.
- Informar al empleado sobre las políticas, estrategias, objetivos, prestación de servicios, etc.
- Preguntar al nuevo empleado las interrogantes que puedan haber surgido a lo largo del proceso.
- Instalar al nuevo empleado definitivamente en su espacio de trabajo.

3. INFRAESTRUCTURA

3.1 Diseño

- Establecer las bases de licitación para la elaboración de los planos arquitectónicos.
- Evaluar y seleccionar el encargado de elaborar planos arquitectónicos.
- Establecer las condiciones y especificación de requerimientos previo a contratación.
- Aprobar e iniciar la elaboración de planos arquitectónicos.

3.2.1 Gestión de Obra Civil

- Establecer las bases de licitación para la elaboración de obra civil.
- Evaluar y seleccionar las empresas que se encargará de la obra civil.
- Establecer las condiciones y especificaciones de requerimientos previo a contratación de cómo se quiere las instalaciones a construir.
- Aprobar e iniciar las obras preliminares para la ejecución de obra civil.
- Elaborar la estructura de la plaza.

3.2.2 Recepción de Obra Civil

- Gestionar la limpieza del lugar
- Inspeccionar los requerimientos solicitados en la obra civil.
- Trámites para la finalización de contrato con las empresas constructora.

4. EQUIPAMIENTO

4.1 Compras

- Solicitar cotización de mobiliario y equipos.
- Solicitar cotización de señalizaciones.
- Evaluar las cotizaciones de mobiliarios y equipos.
- Evaluar las cotizaciones de señalizaciones.
- Realizar compras de mobiliarios y equipos.

4.2 Instalación

- Instalar el equipo en los lugares asignados.

- Comparar lo presupuestado para equipo y mobiliario con lo comprado realmente.
- Reportar informe a encargado de financiamiento.

4.3 Inventario

- Codificar los equipos y mobiliarios del complejo.
- Ordenar cada uno de los equipos y mobiliarios.

5. PUESTA EN MARCHA

5.1 Prueba Piloto

- Delegar las responsabilidades y tiempos específicos para la realización de la actividad.
- Inducir a los trabajadores en las labores.
- Cotizar los insumos necesarios para brindar los servicios.
- Evaluar las cotizaciones de los insumos
- Dar la orden de compra para los insumos.
- Revisar que los insumos estén según los requerimientos establecidos.
- Pagar insumos
- Realizar la prueba piloto.
- Identificar los cambios y sugerencias sustanciales de mejora ya sea en la prestación de servicios o en otro aspecto determinante

5.2 Cierre del Proyecto

- Finalizar todas las actividades vinculadas a los grupos de procesos de la administración del proyecto.
- Verificar que los requisitos del cliente han sido cumplidos en su totalidad
- Recibir y hacer los pagos finales.
- Organizar y archivar la documentación del proyecto.
- Revisar el acta del Proyecto para asegurarse de la finalización antes de considerar el cierre de este.

- Determinar las acciones necesarias para transferir los resultados del proyecto a la próxima fase de operación.
- Entregar el proyecto a la Microrregión del Valle de Jiboa.

6. DURACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

Para la determinación de la duración de proyecto se hará uso de la técnica de revisión y evaluación de programas comúnmente abreviada como PERT, es un modelo para la administración y gestión de proyectos, PERT es básicamente un método para analizar las tareas involucradas en completar un proyecto dado, especialmente el tiempo para completar cada tarea, e identificar el tiempo mínimo necesario para completar el proyecto total.

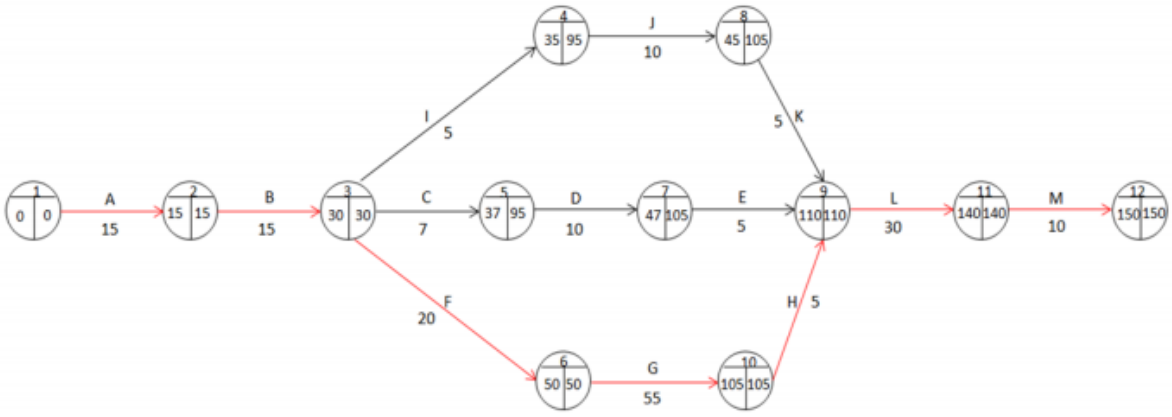
A continuación, se presenta el listado de actividades por paquete de trabajo, así mismo su duración:

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	DEPENDENCIA	DURACION (DIAS)
A	Registros y solvencias		15
B	Registros y permisos	A	15
C	Reclutamiento del personal	B	7
D	Selección del personal	C	10
E	Inducción del personal	D	5
F	Diseño de la plaza	B	20
G	Gestión de obra civil	F	55
H	Recepción de obra civil	G	5
I	Compra de equipos y mobiliarios	B	5
J	Inventario de equipo y mobiliario	I	10
K	Instalación de equipo y mobiliario	J	5
L	Prueba piloto	E, H, K	30
M	Cierre del proyecto	L	10

Tabla 331: **Detalle de duración de actividades para la Administración del proyecto.**

Fuente: Elaboración Propia

7. RED GLOBAL



Esquema 72: Red Global.
Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Se muestra gráficamente las actividades a desarrollar para la implementación del proyecto y la precedencia de actividades así como la ruta crítica(A,B,F,G,H,L,M) que muestra las actividades que atrasarían el proyecto total si estas sufrieran un atraso, por lo cual son las actividades que deben de enfocarse con mayor cuidado. Luego de desarrollar la técnica PERT se determinó la duración óptima del proyecto lo cual muestra que la duración del proyecto será de 150 días, considerando que se trabajará con una política de lunes a sábado lo cual requerirá de 5 meses.

8. DIAGRAMA DE GANTT

A continuación, se muestra el Diagrama de Gantt del Proyecto, donde se observan gráficamente las actividades que se pueden realizar de manera simultánea.

Id.	Nombre de tarea	Comienzo	Fin	Duración
1	Registros y solvencias	01/08/2017	15/08/2017	2.14s
2	Registros y permisos	16/08/2017	30/08/2017	2.14s
3	Reclutamiento del personal	31/08/2017	06/09/2017	1s
4	Selección del personal	07/09/2017	16/09/2017	1.43s
5	Inducción del personal	17/09/2017	21/09/2017	.71s
6	Diseño de a plaza	07/09/2017	26/09/2017	2.86s
7	Gestión de la obra civil	26/09/2017	19/11/2017	7.86s
8	Recepción de obra civil	20/11/2017	24/11/2017	.71s
9	Compra de equipos y mobiliario	31/08/2017	04/09/2017	.71s
10	Inventario de equipo y mobiliario	04/09/2017	13/09/2017	1.43s
11	Instalación de equipo y mobiliario	25/11/2017	29/11/2017	.71s
12	Prueba piloto	30/11/2017	29/12/2017	4.29s
13	Cierre del proyecto	22/12/2017	31/12/2017	1.43s

Tabla 332: **Diagrama de Gantt del proyecto.**
Fuente: Elaboración Propia.

9. ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLANTACIÓN

9.1. GENERALIDADES

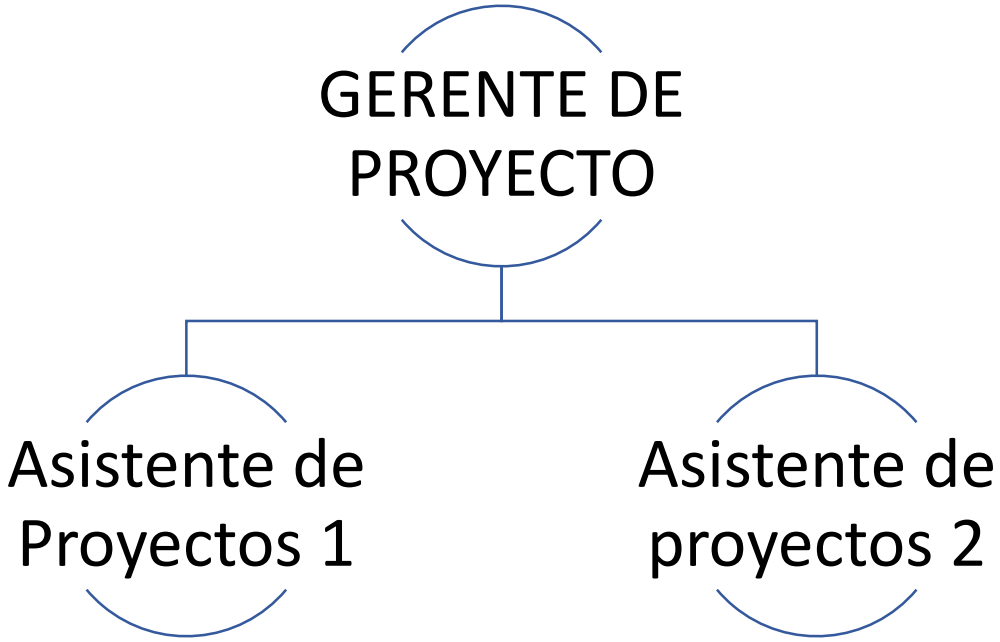
Organizar es crear una estructura de relación y después controlar que se cumpla y funcione, para que se consiga el objetivo deseado.

El objetivo para el cual se propone una organización es para facilitar la programación de cada una de las actividades que componen el proyecto y establecer cualquier tipo de acción correctiva antes que el proyecto empiece a funcionar, en caso de que los resultados no sean los esperados.

9.2. ORGANIZACIÓN

La presente estructura orgánica, incluye las áreas involucradas en la etapa de ejecución del proyecto. El alcance del organigrama de funciones es el aprovechamiento de la mano de obra

del proyecto de forma óptima delimitando funciones, además de reducir retrasos en la mala asignación de responsabilidades por área.



Esquema 73: Estructura Organizativa para la administración del proyecto.
Fuente: Elaboración Propia.

9.3. MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

A continuación, se muestra el Manual de puestos y funciones de la organización del Administración del Proyecto:

MANUAL DE FUNCIONES Y PUESTOS

GENERALIDADES

MANUAL DE FUNCIONES Y PUESTOS

Definición

Este Manual contiene las responsabilidades y obligaciones específicas de los diferentes puestos que integran la estructura organizacional, a través de la descripción de las funciones rutinarias de trabajo para cada uno de ellos.

Se utiliza generalmente en aquellas empresas estructuradas de manera funcional, es decir que están divididas en sectores en donde se agrupan los especialistas que tienen entrenamiento e intereses similares, definiendo las características de cada puesto de trabajo, delimitando las áreas de autoridad y responsabilidad, esquematizando las relaciones entre cada función de la organización.

Importancia

Describir el nivel jerárquico de cada puesto dentro de la organización, así como su relación de dependencia, lo cual quiere decir el lugar que ocupa el puesto dentro de la estructura organizacional, a que posiciones está subordinado directa e indirectamente y cuál es su relación con otros puestos de trabajo.

OBJETIVOS

Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Detallar para cada puesto los deberes y responsabilidades por medio de la definición de los requisitos mínimos para ocupar cada uno de éstos, tales como experiencia, nivel de escolaridad, capacidades entre otros criterios que se especifican en cada apartado correspondiente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Cumplir con los requerimientos de calidad, estabilidad y uniformidad en las actividades y operaciones que se realicen durante la ejecución del Proyecto.
- Acelerar y facilitar la inducción o el entrenamiento del personal de nuevo ingreso o que ha sido promovido al centro turístico.
- Crear una cultura de la organización, orientada a la mejora continua y al desarrollo de un buen clima laboral.
- Detallar la descripción de cada puesto de trabajo y los perfiles ideales.
- Colaborar con el fin de alcanzar los objetivos del Proyecto.

NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE GENERAL DEL PROYECTO

UNIDAD: GERENCIA DEL PROYECTO

DEPENDENCIA:

Junta Directiva de la Microrregión del Valle del Jiboa.

OBJETIVO DEL PUESTO:

Dirigir, coordinar y controlar las acciones de las áreas operativas. Ejecutar las disposiciones de la Junta Directiva. Representar ante toda clase de autoridades, sean estas administrativas, fiscales, municipales o judiciales.

UNIDADES SUB ORDINADAS:

Asistentes de Proyectos.

FUNCIONES BASICAS:

- Garantizar en colaboración con los departamentos sub ordinados, en la consecución de los objetivos propuestos.
- Supervisar y controlar el desarrollo de todas las actividades del proyecto directamente.
- Presentar a la Junta Directiva el Balance General y el Estado de Resultados del proyecto.
- Vigilar el correcto y oportuno cumplimiento de las obligaciones legales y tributarias del proyecto.
- Vigilar que los activos del proyecto estén siempre debidamente salvaguardados.
- Supervisar que las actividades de todas las áreas desarrollen dentro de las normas de seguridad y salud ocupacional.
- Velar por cumplimiento del presupuesto y de las disposiciones complementarias al respecto.

PERFIL DEL PUESTO:

Ingeniero Industrial

EXPERIENCIA:

3 años en cargos similares.

NOMBRE DEL PUESTO: ASISTENTE DE PROYECTOS 1

UNIDAD: GERENCIA DEL PROYECTO

DEPENDENCIA:

Gerente General del Proyecto

OBJETIVO DEL PUESTO:

Planificar, dirigir, coordinar el proceso de selección, reclutamiento, contratación e inducción del recurso humano contratado.

FUNCIONES BASICAS:

- Coordinar y supervisar la ejecución de los procesos de contratación e inducción del personal.
- Coordinar y supervisar que las retenciones y cotizaciones se apliquen de acuerdo a las normas establecidas.
- Administrar el sistema de información del recurso humano contratado con el fin de propiciar información veraz y oportuna del personal de La ejecución del proyecto, para la toma de decisiones.
- Detectar y reportar las necesidades
- Garantizar el pago oportuno de los salarios y las prestaciones de ley.

PERFIL DEL PUESTO:

Estudiante de 5to año o Egresado de ingeniería industrial.

EXPERIENCIA:

1 año en cargos similares.

NOMBRE DEL PUESTO: ASISTENTE DEL PROYECTO 2

UNIDAD: GERENCIA DEL PROYECTO

DEPENDENCIA:

Gerente General

PROPOSITO GENERAL DEL PUESTO:

Planificar, dirigir, coordinar y controlar el proceso de adquisición y contrataciones de maquinaria, equipo e insumos que requieren las distintas unidades del proyecto de acuerdo a las leyes internas del proyecto y demás leyes aplicables.

FUNCIONES BASICAS:

- Elaborar en coordinación con las áreas financieras y todas las unidades usuarias, el programa anual de compras de bienes.
- Verificar la asignación presupuestaria determinada por el coordinador contable.
- Coordinar y validar los procesos de compra y validar la documentación generada.
- Revisar, analizar y supervisar las compras que permitan satisfacer las necesidades del proyecto.
- Elaborar evaluaciones técnicas en las especificaciones técnicas de los requerimientos de maquinaria, equipo e insumos.
- Llevar el seguimiento y control de las garantías de las compras
- Autorizar el pago de facturas de maquinaria, equipos o insumos hasta el monto aprobado o presupuestado.

PERFIL DEL PUESTO:

Estudiante de 4to año o Egresado de la carrera de ingeniería industrial.

EXPERIENCIA:

1 año en cargos similares.

10. PRESUPUESTO PARA ADMINISTRAR EL PROYECTO

Durante la administración del proyecto es necesario contar con personas que se encarguen de controlar e inspeccionar que se cumplan todos los requerimientos y parámetros establecidos en el estudio de factibilidad. Esta área incluye el salario del personal que se encargará de llevar a cabo la ejecución del proyecto, el cual tendrá una duración de 5 meses, así como costos de teléfono celular, internet y papelería por mes.

Rubro	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Salario Gerente del proyecto	1	$800.00	$800.00
Salario Asistentes de Proyectos	2	$400.00	$800.00
Computadora	1	$500.00	$500.00
Internet Móvil	Servicio mensual	$15.00	$90.00
Transporte	90 galones	$3.00	$270.00
Impresiones	700 paginas	$0.10	$70.00
Capacitación al Personal contratado de la oficina técnica			$900.00
	3 puestos de Técnicos ($300 C/U)	$900.00	
Total			$3,430.00
Imprevistos	10% del Total	$343.00	
Costo Administrativo Total			**$3,773.00**

Tabla 333: **Presupuesto para la administración del proyecto.**
Fuente: Elaboración Propia.

CONCLUSIONES

- La zona en estudio cuenta con potencial turístico y gran variedad de productos identitarios artesanales que puede utilizarse para lograr el desarrollo turístico, los destinos existentes en la zona se pueden utilizar para generar una nueva alternativa para realizar turismo y para alcanzar el desarrollo turístico y a través del mismo, lograr el desarrollo social de los municipios en estudio.
- El problema central que actualmente enfrenta la Microrregión del Valle del Jiboa es el Bajo desarrollo turístico a causa de la falta de organización, planificación e identificación de los municipios de la Microrregión del Valle del Jiboa a través de sus productos identitarios.
- El Turismo sostenible es una oportunidad para que los municipios poco visitados de la Microrregión del Valle del Jiboa puedan desarrollarse, la implementación de éste tipo de turismo podría contribuir directamente al desarrollo de áreas rurales a través del aprovechamiento y conservación de los recursos con los que estos cuentan, con el fin de que éste se convierta en un medio sostenible y permita la participación de todos y todas procurando la equidad de género y contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los mismos.
- Con el diseño organizativo del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales se genera la oportunidad de integrar y comprometer a los participantes a trabajar en conjunto bajo un mismo fin que es el desarrollo mismo de los municipios, generando mayores oportunidades de participación ciudadana a través de una cultura de participación comunitaria.
- El diseño del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales lo conforman 6 componentes, los cuales son Componente Turístico, Componente de Seguridad Turística, Componente de Emprendedurismo, Componente de Comercialización y Publicidad, Componente de Financiamiento y Componente seguimiento y control del desarrollo turístico, cada uno con sus respectivas líneas estratégicas. Con estas directrices y líneas de acción se pretende solventar la problemática definida en el Diagnostico.

- El monto de la inversión del Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales es de $187,750.43, la duración de su implementación es de 150 días hábiles.
- El Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales muestra factibilidad desde el punto de vista económico, ya que tiene WACC=7.16%, VAN=$213,317.68, TIR=43%, B/C= 1.19 y TRI=1.84 Años.
- Desde el punto de vista social, el Sistema Integrado de Turismo y Comercialización de Productos Artesanales genera diferentes beneficios para los municipios; aumento del flujo turístico, apertura de nuevos negocios en la zona, generación de empleos directos e indirectos, aumento de la seguridad.
- La propuesta evaluada no presenta problemas en cuanto a la evaluación de aspectos ambientales, obteniéndose un resultado de bajo impacto ambiental, por lo que se puede desarrollar sin ninguna clase de limitación.

RECOMENDACIONES

- Actualizar los indicadores sociales y económicos que se encuentran disponibles en las alcaldías y que describen a cada municipio.
- Actualizar los mapas territoriales de cada municipio, estableciendo los cambios geográficos y creaciones de nuevas vías de acceso.
- Crear instrumentos electrónicos (Páginas Web) que permitan una mayor interacción entre los Turistas potenciales de la microrregión y las autoridades encargadas de dar a conocer el territorio.
- Coordinar el trabajo de los actuales CDT, con la propuesta organizativa de esta iniciativa, para optimizar el uso de la infraestructura turística existente.
- Se recomienda la creación de nuevas MYPES turísticas, de manera que se pueden crear nuevas cuotas y/o complementar los resultantes de este proyecto; para lograr que más iniciativas se puedan integrar en la prestación de servicios turísticos dentro de la micro región.
- Se recomienda utilizar técnicas o herramientas que ayuden a medir el estado actual y futuro de los recursos naturales, con el fin de crear acciones o medidas que ayuden a su sostenibilidad.
- El área en estudio al ser un área bastante grande presenta la ventaja de la variedad de destinos turísticos, sin embargo, también se pueden observar zonas de riesgos por lo que es necesario mantener una comunicación constante con los entes de gobierno encargado de la protección civil para la coordinación del desarrollo de actividades turísticas.

BIBLIOGRAFÍA

- **Planificación del Espacio Turístico.**
  Boullón R.
  Edit. Trillas, México.

- **Nuevos Retos para el Turismo.**
  Rodríguez Gonzálo, Martínez Fidel, Netbiblo,
  Edit. España 2009

- **Planeación**
  Fernández Eduardo
  Abril 2010

- **Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo.**
  Serra (1998)

- **Marketing Turístico,**
  Philip Kotler.
  5ª Ed

- **¿Cómo se hace un Plan Estratégico?**
  Francisco Abascal Rojas.

- **Principios de Marketing** (Prentice Hall, Madrid).
  Kotler, P. y Armstrong

- **Boletín estadístico CORSATUR 2016**

- **Buenas prácticas en la gestión de la cooperación para el desarrollo del turismo sostenible**.

- **Digestic VI censo de población y vivienda 2007.**

- **Informe Policía Nacional Civil 2009-2015**

- **Diseño de plan estratégico participativo de desarrollo sostenible en la microrregión del Valle del Jiboa, (Mijiboa), San Vicente, El Salvador". Marzo-agosto 2014"**

- **Presentación Presupuestos. Cátedra de Contabilidad Especializada,** Universidad de los Andes, Prof. Zayda E. Méndez

- **Buenas prácticas para turismo sostenible.**

- **Planificación del Desarrollo. Ruth Saavedra Guzmán.**
  Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2001.

- **Planeación Estratégica.**
  Portal de Investigadores y Profesionales El Prisma. Investig. Amador Posadas Fátima, 2008.
- **Plan Maestro del Valle de Jiboa 2016**
  MITUR

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA DE PREFERENCIAS TURÍSTICAS

ENCUESTA DE PREFERENCIAS TURÍSTICAS

El presente formulario pretende indagar sobre las preferencias del turismo local y específicamente del eco- turismo, dirigido a la población de la zona metropolitana de San Salvador

Le agradeceremos si nos brinda un minuto de su tiempo para responder las siguientes preguntas:

INFORMACION GENERAL:

Genero

- Masculino Femenino

Edad

- De 18 a 24 años
- De 25 a 30 años
- De 31 a 35 años
- Más de 35 año

Lugar de residencia

- San Salvador
- Soyapango
- Apopa
- Ilopango
- Mejicanos
- Santa Tecla
- Cuscatancingo
- Cuidad Delgado
- San Miguel
- San Vicente
- Usulután
- La Unión
- Morazán
- Antiguo Cuscatlán
- San Martin
- San Marcos
- Nejapa
- Mejicanos
- Tonacatepeque

Ingresos promedio Mensuales

- Entre $200. 00 y $300.00
- De $301.00 a $500.00
- De $ 501. 00 a $800.00
- Más de $800.00

1. De los siguientes tipos de turismo y según su preferencia, seleccione los que son de su agrado.

   - Ecoturismo
   - Turismo de aventura (Extremo)
   - Turismo de Sol y Playa
   - Turismo cultural
   - Turismo rural (Visita pueblos vivíos)
   - Turismo arqueológico

2. Al momento de realizar turismo, ¿Con quién prefiere realizar estas actividades?
   - Solo
   - En pareja
   - Grupo de amigos
   - En familia

3. ¿Qué medio de transporte utiliza al realizar turismo?

   Vehículo propio
   Transporte publico
   Motocicleta

4. De los siguientes aspectos, seleccione los que considera de mayor importancia a la hora de visitar un sitio turístico.

   - Atención al cliente
   - Seguridad
   - Precios accesibles
   - Horarios de atención
   - Actividades turísticas que se puede realizar
   - Acceso a la Zona

5. Durante el periodo de un año, ¿Con que frecuencia ha visitado estos lugares turísticos?
   - Una vez
   - Dos Veces
   - Tres veces
   - Cuatro o más veces

6. A través de que medio se enteró de la existencia de lugar/es turístico/s que ha visitado
   - TV/Radio
   - Internet
   - Redes sociales
   - Vallas publicitarias
   - Agencias de turismo
   - MITUR
   - Recomendación de terceros
   - Otro: _____

7. ¿En promedio cuánto gasto en su más reciente visita turística?

   - Menos de $25
   - De $26.00 a $50.00
   - De $51.00 a $100.000
   - Más de $100.00

8. ¿Qué tipo de servicio preferiría que se ofreciera en los lugares turisticos?
   - Alimentación
   - Ventas de artículos identitarios del lugar.
   - Casetas de información
   - guías turístico

   Servicio de transporte, conga bus

9. En general en que época del año suele visitar un lugar turístico

   - Fines de semana
   - Vacaciones de verano
   - Días de asueto
   - Vacaciones Agostinas
   - En sus vacaciones anuales
   - Otro
     Especifique:_____

10. ¿Conoce usted el Valle de Jiboa?
    - Si
    - No

11. ¿Le gustaría visitar Valle de Jiboa?
    - Si
    - No

12. ¿Indique las razones por las que no preferiría visitar El Valle de Jiboa?
    - Ubicación
    - Costo
    - Desconocimiento del lugar
    - Inseguridad
    - Otros
      Especifique:_____

13. ¿Qué tan interesado estaría usted en practicar turismo cultural en El Valle de Jiboa?

- Totalmente interesado
- Muy interesado
- Poco interesado
- Nada interesado

14. ¿Qué tipo de servicios complementarios estaría buscando al momento de visitar El Valle de Jiboa?

- Servicio de restaurante
- Tour ecológicos
- Transporte hasta atractivos turísticos
- Venta de artesanías.

15. ¿Acostumbra usted comprar artículos identitarios, como recuerdo de los lugares que visita?

- Si
- No

16. ¿Qué tipo de productos identitarios son de su preferencia?

- Artesanías en Madera
- Artesanías en Barro
- Artesanías en Textiles
- Productos de Bambú
- Productos derivados de la caña de azúcar
- Dulces Artesanales
- Productos Lácteos
- Productos de Mimbre
- Otros:_____

17. ¿En su último viaje en promedio cuanto gasto en comprar productos identitarios?

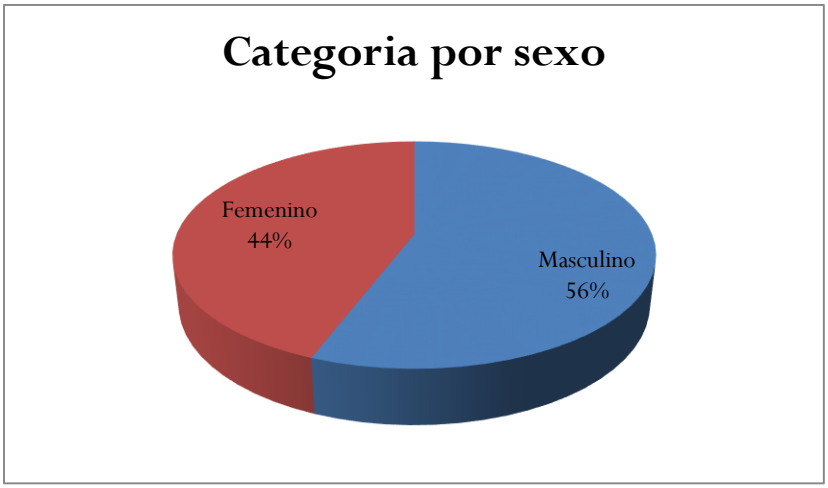
Menos de $5
De $6.00 a $10.00
De $11.00 a $20.00
De $21.00 a $30.00
Más de $30.00

ANEXO 2: RESULTADOS DE LA ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES

INFORMACIÓN GENERAL

Genero

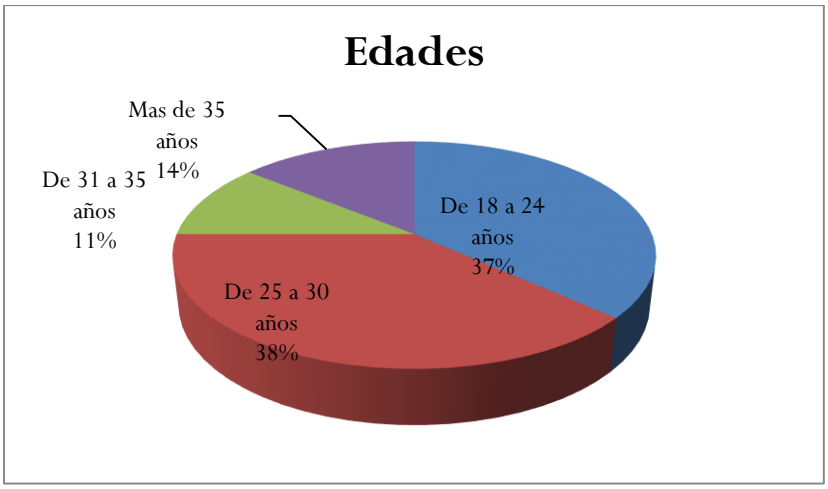
Sexo	Cantidad	Porcentaje
Masculino	67	56%
Femenino	53	44%
Total	120	100%



Como se observa en el grafico la mayoría de las personas que participaron en la encuesta como parte del proceso de investigación era de sexo masculino con un 56% del total de encuestados y con un 44% eran de sexo femenino.

Edad

Edades	Cantidad	Porcentaje
De 18 a 24 años	44	37%
De 25 a 30 años	46	38%
e 31 a 35 años	13	11%
Más de 35 años	17	14%



Como se observa en el gráfico se obtuvo que un 38% de las personas encuestadas pertenecen al rango de 25 a 30 años, luego en segundo lugar con 37% en el rango de 18 a 24 años, en tercer lugar con 14% en el rango de Más de 35 años, y por ultimo con 11% en el rango de 31 a 45 años de edad.

Lugar de residencia

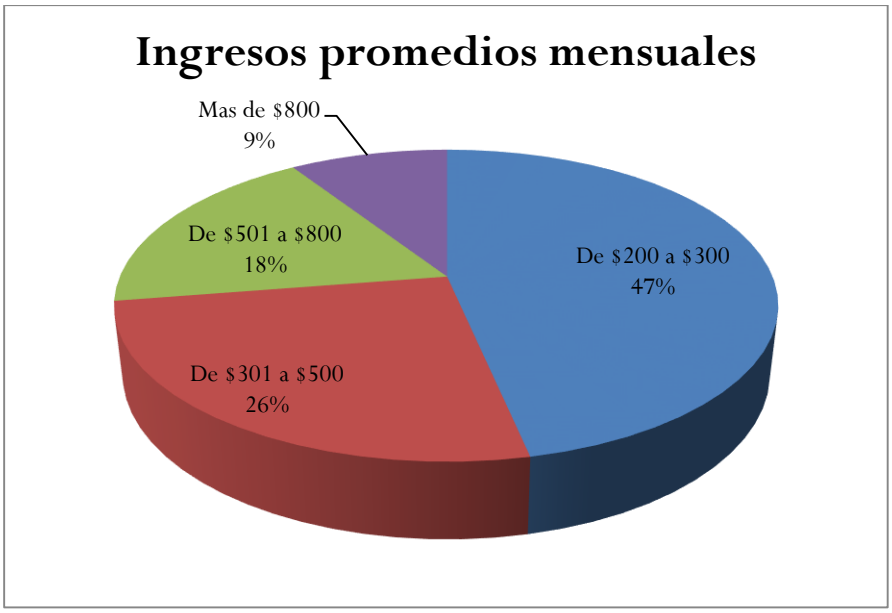
Lugar de residencia	Cantidad	Porcentaje
San Salvador	45	38%
Soyapango	12	10%
Apopa	2	2%
Antiguo Cuscatlán	3	3%
Ilopango	4	3%
Mejicanos	4	3%
Santa Tecla	5	4%
Ciudad Delgado	1	1%
San Martin	2	2%
San Marcos	2	2%
Tonacatepeque	1	1%

San Vicente	6	5%
San Miguel	9	8%
Usulután	9	8%
La Unión	9	8%
Morazán	6	5%
Total	120	100%

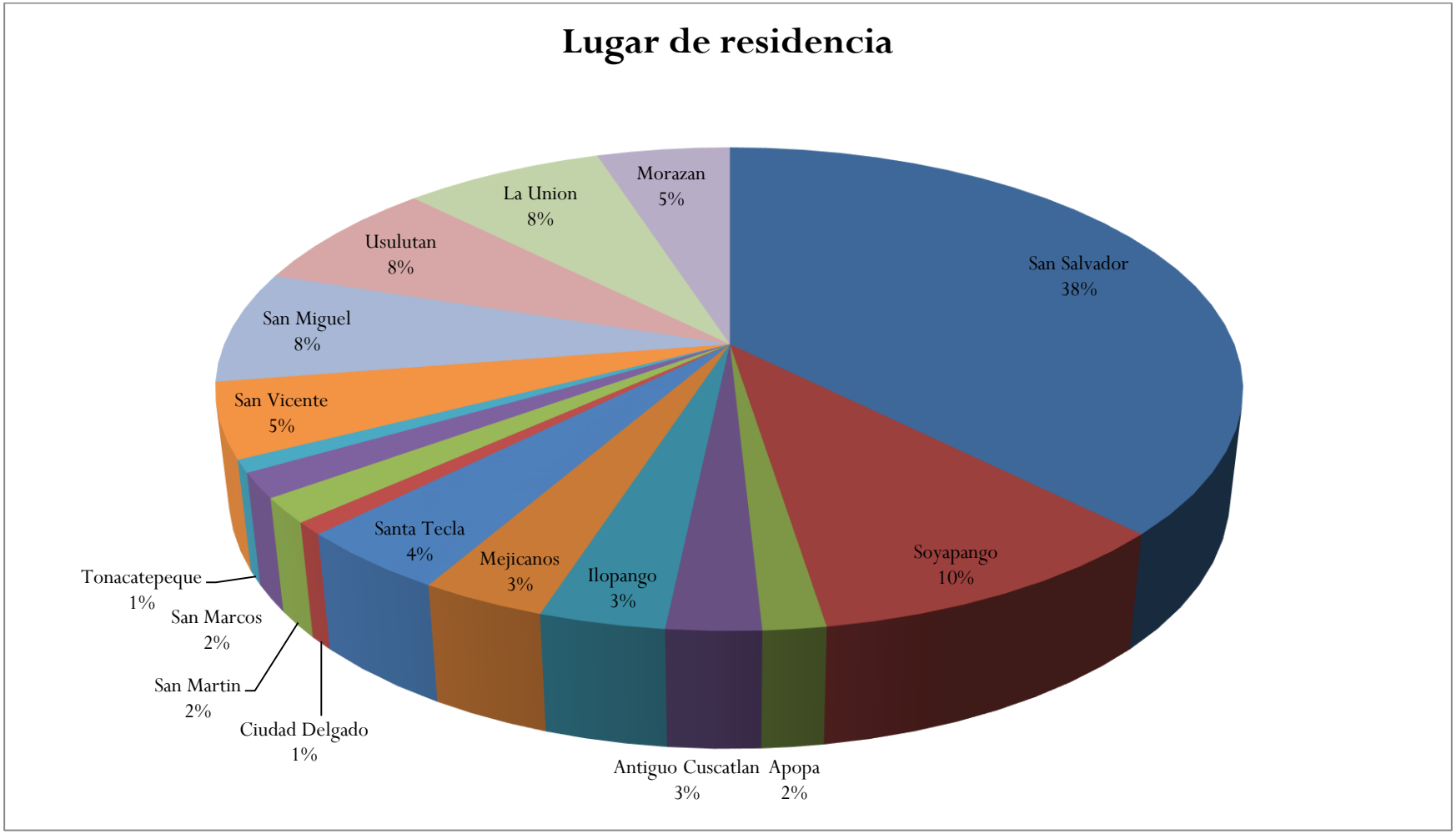
De acuerdo a los resultados el 38% de las personas entrevistadas proviene de San Salvador, el 10% proviene se Soyapango, seguido por personas del Oriente del país como son San Miguel, Usulután y la Unión con 8% cada uno. El resto de resultados son obtenidos por personas provenientes de los otros departamentos y de los municipios del Área metropolitana de San Salvador.

Ingresos mensuales

Ingresos promedios mensuales	**Cantidad**	**Porcentaje**
De $200 a $300	56	47%
De $301 a $500	31	26%
De $501 a $800	22	18%
Más de $800	11	9%
Total	**120**	**100%**



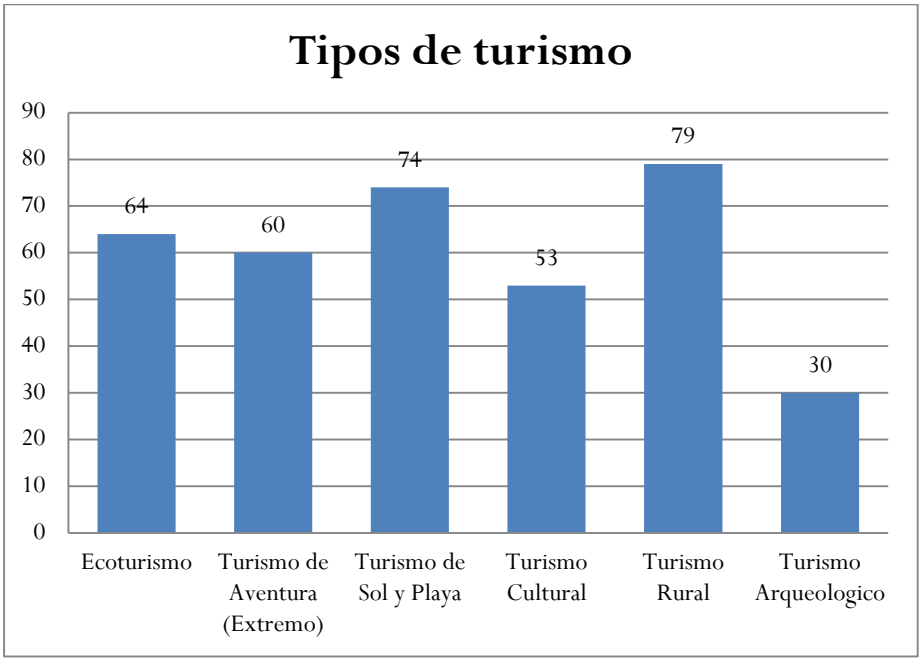
Uno de los tópicos que incluye la encuesta en la investigación es conocer los ingresos con los que cuenta la persona encuestada. Los resultados obtenidos presentan que el 47% perciben ingresos en el rango de $200-$300, con 26% ingresos en el rango de $301-$500, con 18% ingresos en el rango de $501-$800 y solo el 9% de los encuestados perciben ingresos en el rango de Más de $800


Lugar de residencia
San Salvador 38%
Soyapango 10%
Apopa 2%
Antiguo Cuscatlan 3%
Ilopango 3%
Mejicanos 3%
Santa Tecla 4%
Ciudad Delgado 1%
San Martin 2%
San Marcos 2%
Tonacatepeque 1%
San Vicente 5%
San Miguel 8%
Usulutan 8%
La Union 8%
Morazan 5%

CONDICIONES EN LAS QUE REALIZA TURISMO

1. **De los siguientes tipos de turismo y según su preferencia, seleccione los que son más de su agrado:**

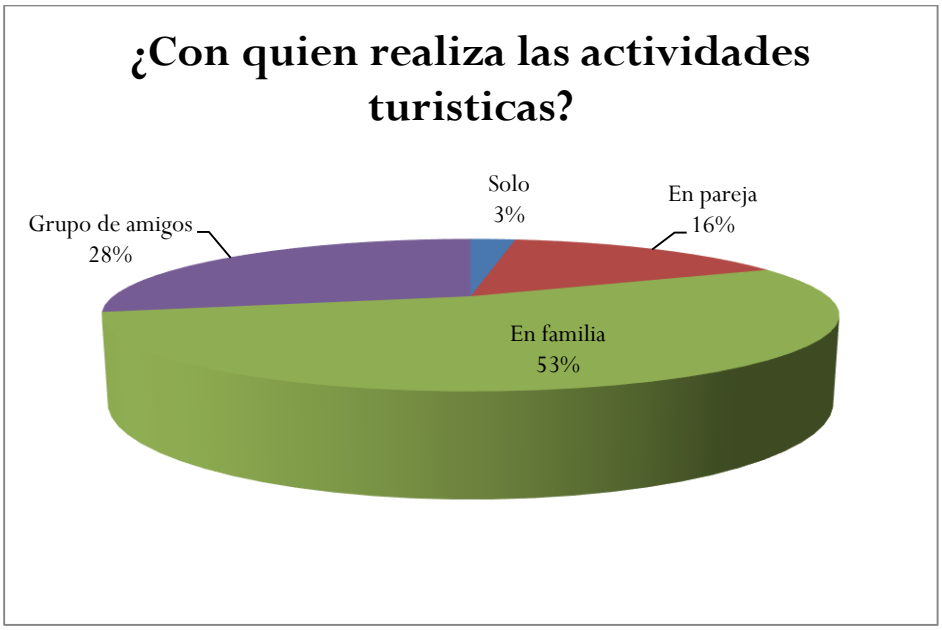
Tipo de turismo	Cantidad	Porcentaje
Ecoturismo	64	53.3%
Turismo de Aventura	60	50%
Turismo de Sol y Playa	74	61.7%
Turismo Cultural	53	44.2%
Turismo Rural	79	65.8%
Turismo Arqueológico	30	25%



Como se observa en los resultados, el tipo de turismo que es de mayor agrado para los turistas es el turismo rural con 79 votos (65.8%), luego le sigue el turismo de sol y playa con 74 votos (61.7%), ecoturismo con 64 votos (53.3%), turismo de aventura con 60 votos (50%), turismo cultural con 53 votos (44.2%) y por último el turismo arqueológico con 30 votos (25%).

2) **Al momento de realizar turismo, ¿Con quién usualmente realizar estas actividades?**

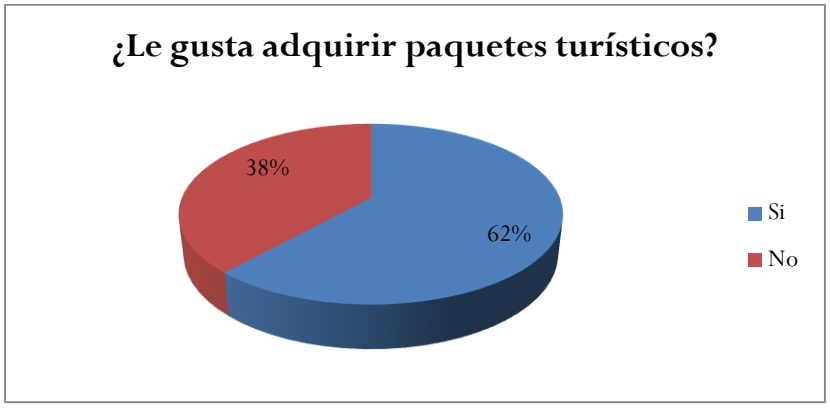
Opciones	Cantidad	Porcentaje
Solo	3	3%
En pareja	19	16%
En Familia	64	53%
Grupo de amigos	34	28%
Total	120	100%



Otro tópico a tratar fue conocer con quiénes frecuentan realizar actividades turísticas a los encuestados, obteniendo como resultado que el 53% las realiza con la familia, en segundo lugar con 28% con los amigos, en tercer lugar con 16% en parejas y por último con 3% las realizan solo.

3) ¿Le gusta adquirir paquetes turísticos?

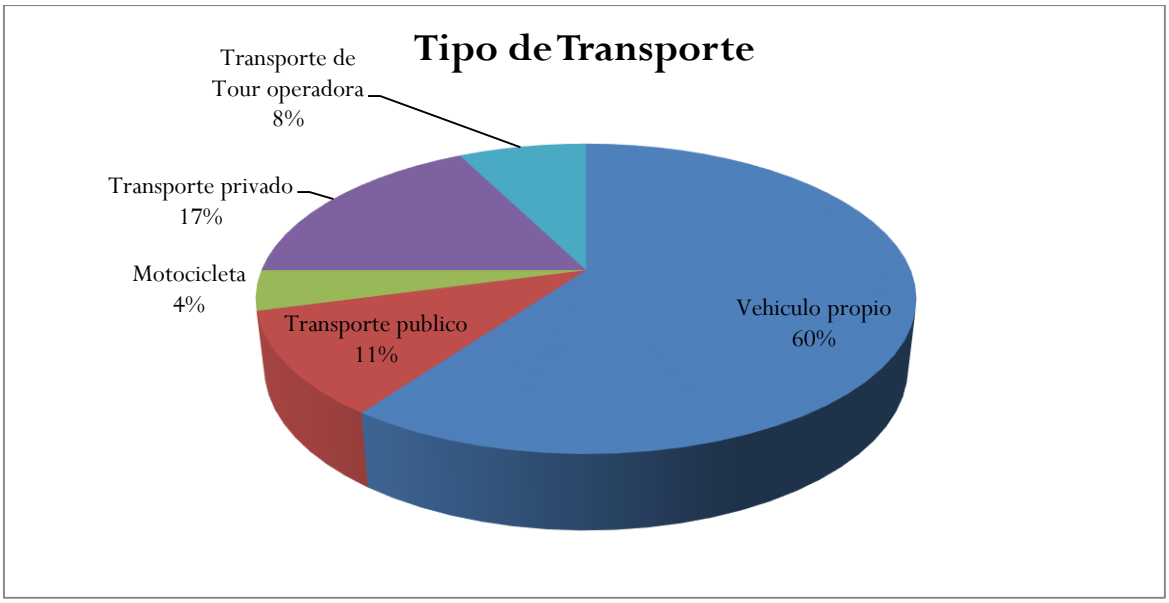
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	74	62%
No	46	38%
Total	120	100%



Los resultados obtenidos para conocer si a los turistas les gusta adquirir paquetes turísticos fue positivo, ya que un 62% de las personas encuestadas adquieren algún tipo de paquete turístico y un 38% respondieron que no les gusta adquirir algún tipo de paquete turístico.

4) ¿Qué medio de transporte utiliza al realizar turismo?

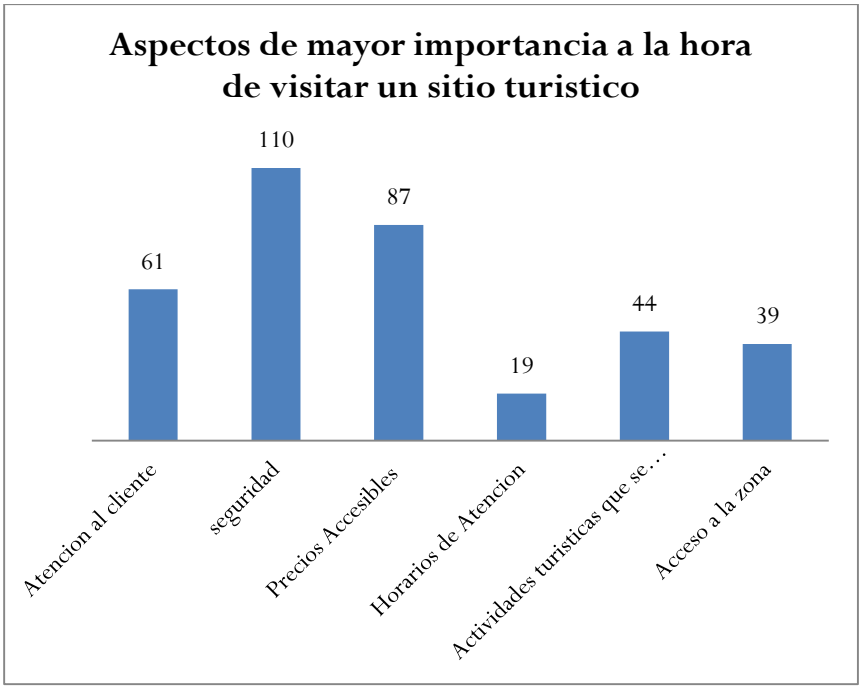
Opción	Cantidad	Porcentaje
Vehículo propio	72	60%
Transporte publico	13	11%
Motocicleta	5	4%
Transporte privado	21	17%
Transporte de Tour operadora	9	8%
Otro	--	--
Total	120	100%



Como se observa en la gráfica se obtuvo que un 60% de las personas encuestadas utilizan vehículo propio para visitar lugares turísticos, con 17% se encuentran las personas que utilizan transporte privado, en tercer lugar, tenemos con 11% los que utilizan transporte público, en cuarto lugar con 8% las personas que utilizan los servicios de tour operadores y con 4% los que utilizan Motocicleta.

5) **De los siguientes aspectos, seleccione los que considera de mayor importancia a la hora de visitar un sitio turístico:**

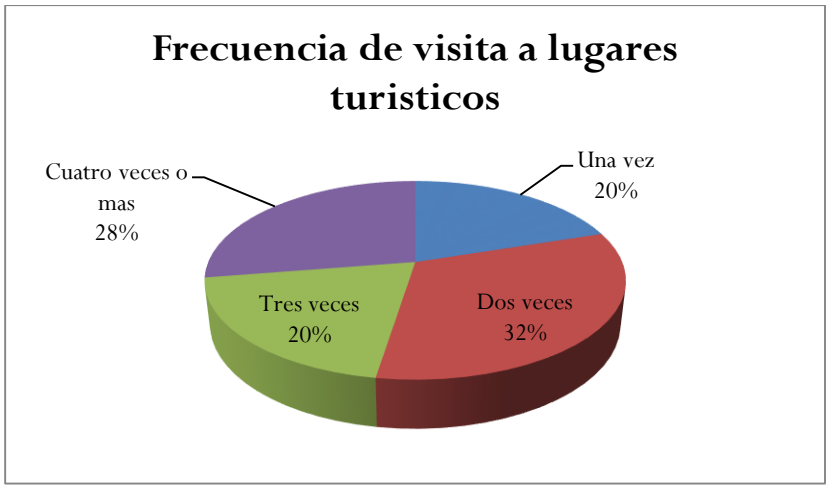
Opción	Cantidad	Porcentaje
Atención al cliente	61	50.8%
Seguridad	110	91.7%
Precios accesibles	87	72.5%
Horarios de atención	19	15.8%
Actividades turísticas que se pueden realizar	44	36.7%
Acceso a la zona	39	32.5%



Como se observa en los resultados, el aspecto de mayor importancia a la hora de visitar un sitio turístico es la seguridad con 110 votos (91.7%), luego le siguen los precios accesibles con 87 votos (72.5%), Atención al cliente con 61 votos (50.8%), Actividades turísticas que se pueden realizar con 44 votos (36.7%), acceso a la zona con 39 votos (32.5%) y por último los horarios de atención con 19 votos (15.8%).

6) **Durante el periodo de un año, ¿Con que frecuencia ha visitado estos lugares turísticos?**

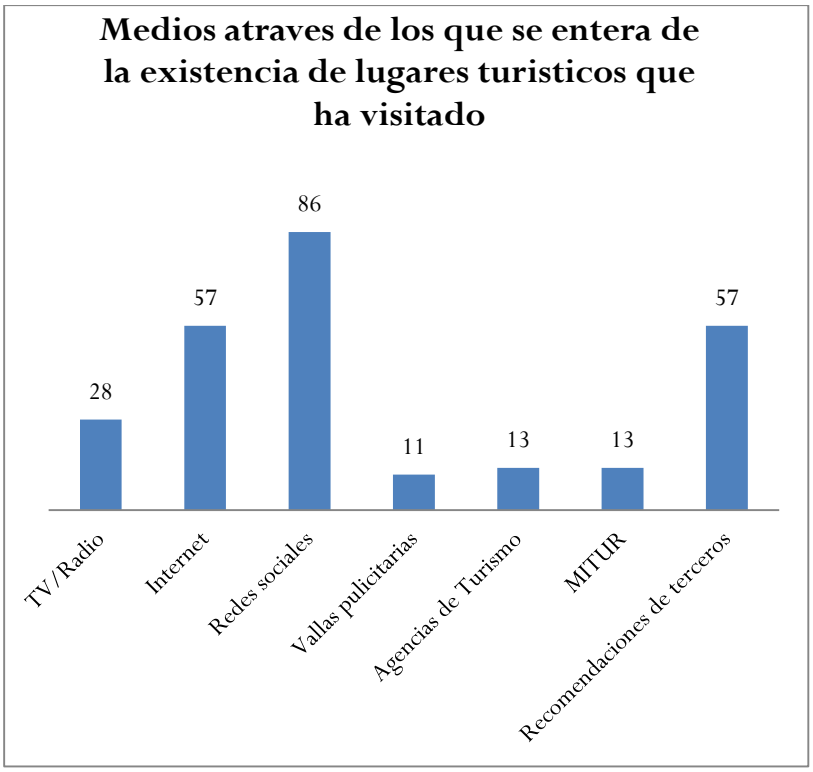
Opción	Cantidad	Porcentaje
Una vez	24	20%
Dos veces	39	32%
Tres veces	24	20%
Cuatro veces o mas	33	28%
Total	120	100%



Los resultados muestran que el 32% de las personas realizan actividades turísticas 2 veces al año, en segundo lugar se encuentran las personas que visitan más de 4 veces al año con 28%, en tercer lugar con 20% las personas que realizan visitas 3 veces al año, en cuarto lugar con 20% las personas que realizan visitas 1 vez al año. Podemos concluir que la mayoría de las personas involucradas en el estudio solo realizan dos visitas o actividades turísticas al año.

7) **¿A través de que medio se enteró de la existencia de lugar/es turístico/s que ha visitado?**

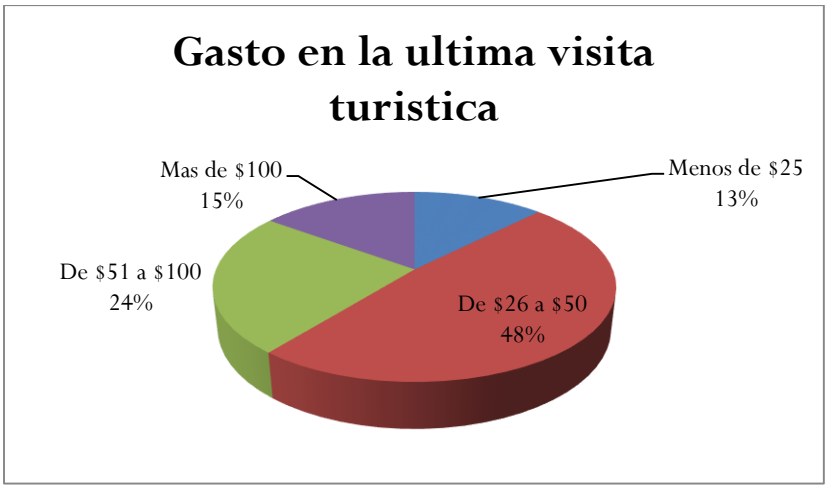
Opción	Cantidad	Porcentaje
TV/Radio	28	23.3%
Internet	57	47.5%
Redes sociales	86	71.7%
Vallas publicitarias	11	9.2%
Agencias de turismo	13	10.8%
MITUR	13	10.8%
Recomendaciones de terceros	57	47.5%
Otro	--	--



Como se observa en los resultados, los medios por los cuales más se enteran de la existencia de los sitios turísticos que han visitado son las redes sociales con 86 votos (71.7%), luego le siguen Internet y recomendaciones de terceros con 57 votos (47.5%), Agencias de turismo y MITUR con 13 votos (10.8%), Actividades turísticas que se pueden realizar con 44 votos (36.7%), y por último las vallas publicitarias con 11 votos (9.2%)

8) ¿En promedio, cuanto gasto en su más reciente visita turística?

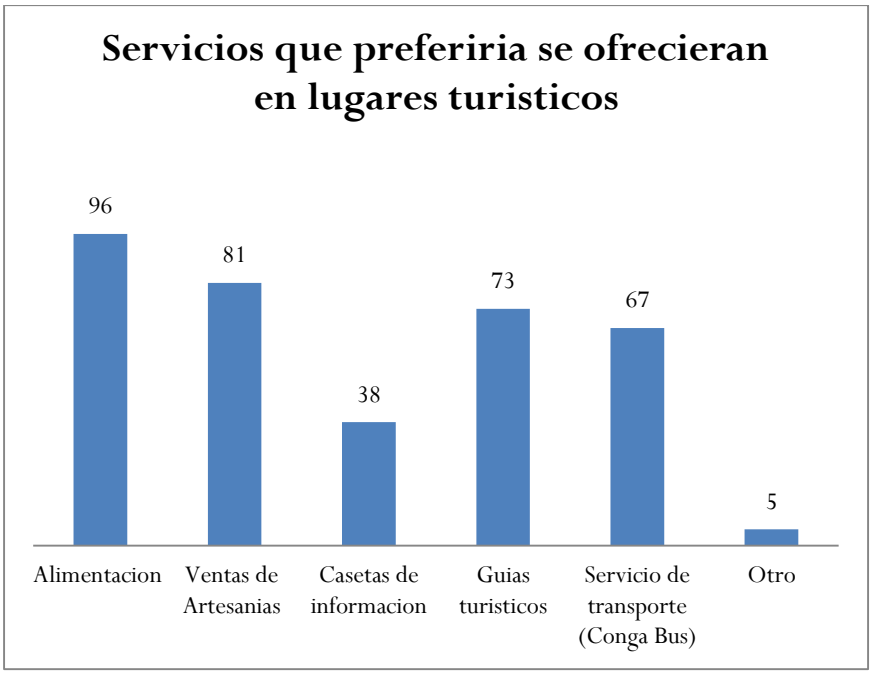
Opción	Cantidad	Porcentaje
Menos de $25	15	13%
De $26 a $50	58	48%
De $51 a $100	29	24%
Más de $100	18	15%
Total	120	100%



Los resultados muestran que el 48% de las personas gastaron entre $26-$50 en su última visita turística, en segundo lugar se encuentran las personas que gastaron entre $51-$100 con 24%, en tercer lugar con 15% las personas que gastaron Más de $100, en cuarto lugar con 13% las personas que gastaron menos de $25.

9) ¿Qué tipo de servicio preferiría que se ofreciera en los lugares turísticos?

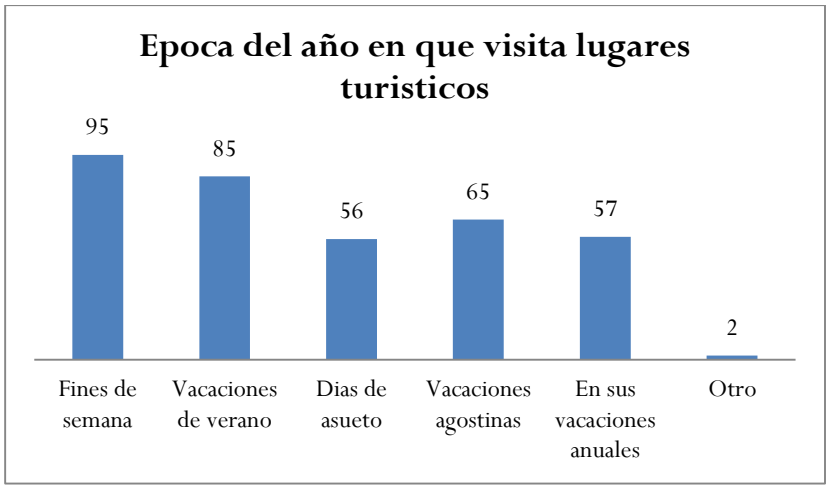
Opción	Cantidad	Porcentaje
Alimentación	96	80%
Venta de Artesanías	81	67.5%
Casetas de Información	38	31.7%
Guías turísticos	73	60.8%
Servicio de transporte (Conga Bus)	67	55.8%
Otro	5	4.2%



Como se observa en los resultados, los servicios que preferirían que se ofrecieran en los sitios turísticos son alimentación con 96 votos (80%), luego le siguen ventas de artesanías con 81 votos (67.5%), Guias turísticos con 73 votos (60.8%), Servicio de transporte (Conga Bus) con 67 votos (55.8%), y Otros con 5 votos (4.2%).

10) ¿En general, en que época del año suele visitar un lugar turístico?

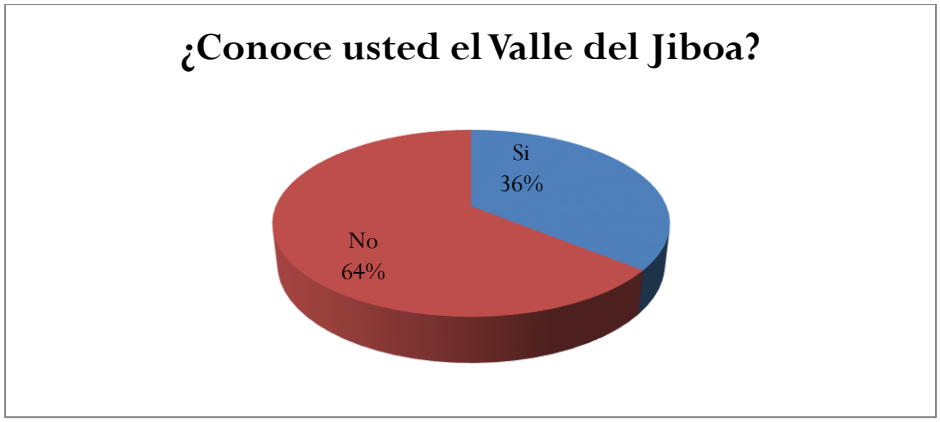
Opción	Cantidad	Porcentaje
Fines de semana	95	79.2%
Vacaciones de verano	85	70.8%
Días de asueto	56	46.7%
Vacaciones agostinas	65	54.2%
En sus vacaciones anuales	57	47.5%
Otro	2	1.7%



Como se observa en los resultados, la época del año en que visita lugares turísticos son los fines de semana con 95 votos (79.2%), luego le siguen vacaciones de verano con 85 votos (70.8%), Vacaciones agostinas con 65 votos (54.2%), vacaciones anuales con 57 votos (47.5%), días de asueto con 56 votos (46.7), y por último otros con 2 votos (1.7%).

11) ¿Conoce usted el Valle del Jiboa, en el departamento de San Vicente?

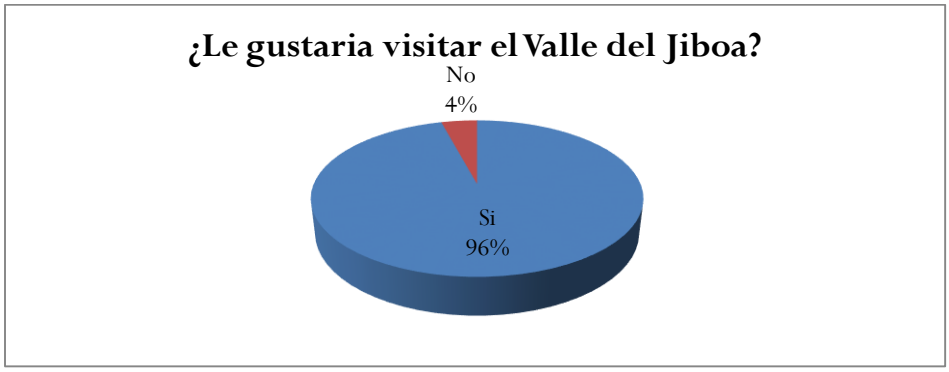
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	43	36%
No	77	64%
Total	120	100%



Según el gráfico anterior el 64% de los encuestados no conoce el Valle de Jiboa. Solamente un 36% lo conoce.

12) ¿Le gustaría visitar el Valle del Jiboa?

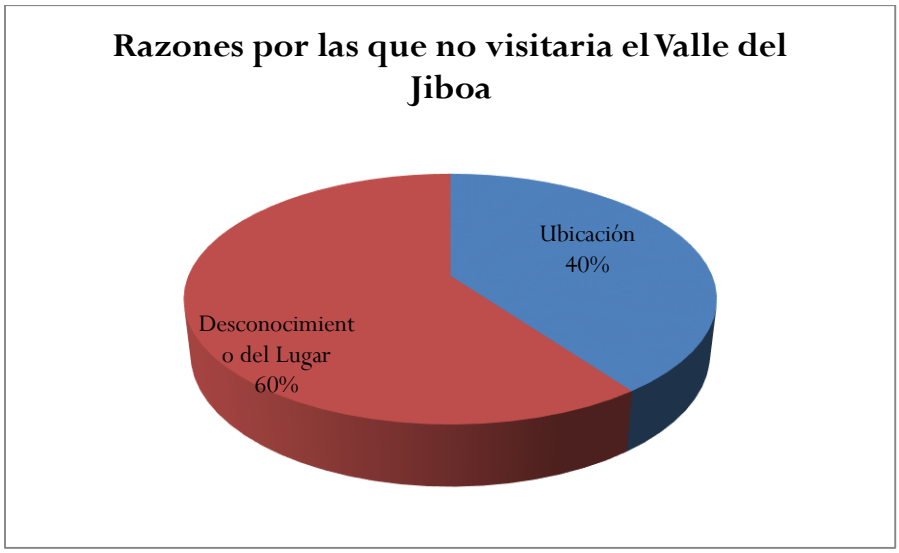
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	115	96%
No	5	4%
Total	120	100%



Según el gráfico anterior el 96% de los encuestados le gustaría visitar el Valle de Jiboa. Solamente a un 4% no le gustaría visitarlo. Se puede notar el alto grado de interés por parte de las personas encuestadas en visitar el Valle de Jiboa.

13) Indique las razones por la que no preferiría visitar el Valle del Jiboa

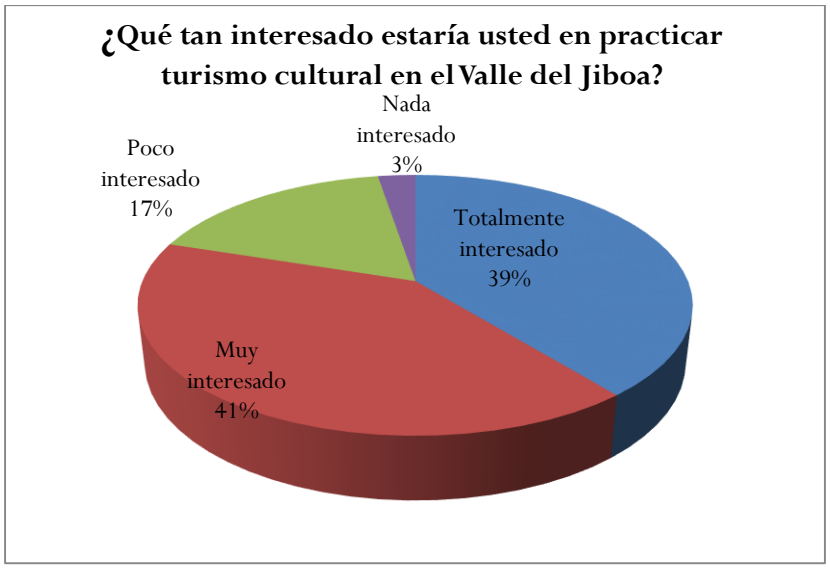
Opción	Cantidad	Porcentaje
Ubicación	2	40%
Costo	--	--
Desconocimiento del lugar	3	60%
Inseguridad	--	--
Otros	--	--
Total	5	100%



Del pequeño porcentaje de personas (5) que nos les gustaría visitar el valle de Jiboa Manifiesta el 60% que sería por desconocimiento del lugar (3), mientras que un 40% manifiesta que es por la ubicación del lugar (2).

14) ¿Qué tan interesado estaría usted en practicar turismo cultural en el Valle del Jiboa?

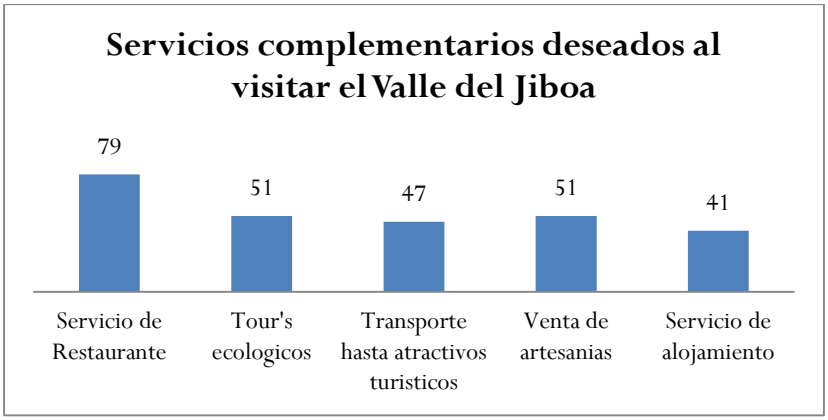
Opción	Cantidad	Porcentaje
Totalmente interesado	45	40%
Muy interesado	47	--
Poco interesado	20	60%
Nada interesado	3	--
Total	115	100%



Los resultados muestran que el 41% de las personas están Muy interesadas en practicar turismo cultural en el valle de Jiboa, 39% está totalmente interesado en practicar turismo cultural en el valle de Jiboa, Solo el 17% está poco interesado y el 3% está nada interesado. Se puede notar el alto interés de las personas en practicar turismo cultural en el valle de Jiboa, ya que el 80% está interesado.

15) ¿Qué tipo de servicios complementarios estaría buscando al momento de visitar el valle de Jiboa?

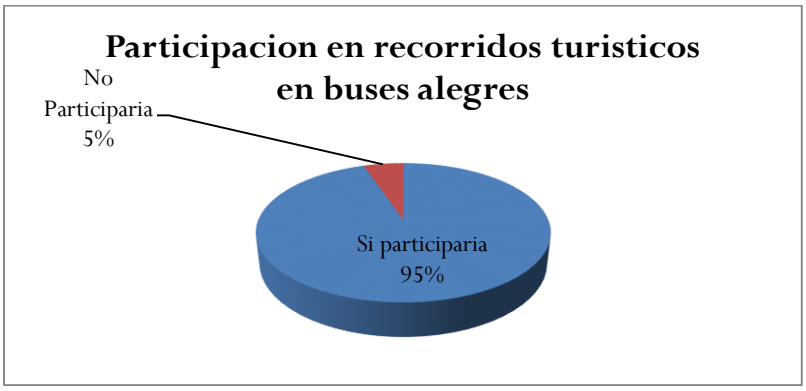
Opción	Cantidad	Porcentaje
Servicio de Restaurante	79	68.7%
Tour's ecológicos	51	44.3%
Transporte hasta atractivos turísticos	47	40.9%
Venta de artesanías	51	44.3%
Servicio de alojamiento	41	35.7%
Otro	--	--



Como se observa en los resultados, los servicios complementarios deseados al visitar el Valle de Jiboa son el servicio de restaurantes con 79 votos (68.7%), luego le siguen las ventas de artesanías y tour`s ecológicos con 51 votos cada uno (44.3%), transporte hasta atractivos turísticos con 47 votos (40.9%), y por último servicio de alojamiento con 41 votos (35.7%).

16) ¿Participaría usted de recorridos turísticos en la región del Valle de Jiboa, si estos se brindaran con la modalidad de buses alegres, con guías turísticos y seguridad, partiendo de un punto accesible a la carretera panamericana?

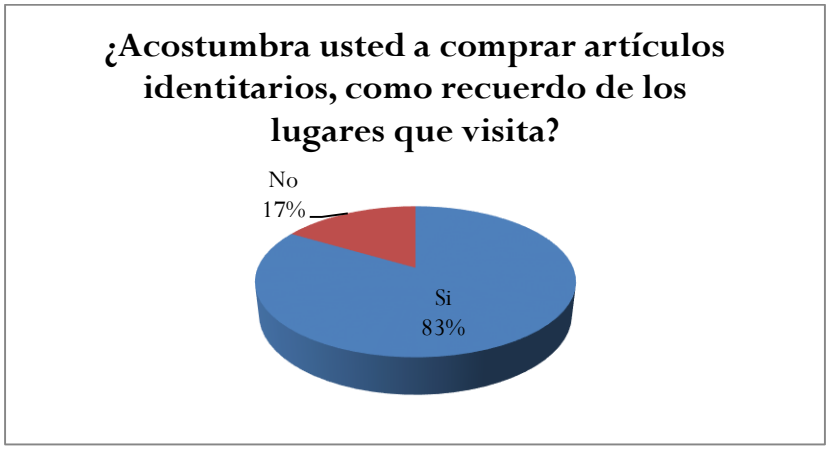
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si participaría	109	36%
No participaría	6	64%
Total	115	100%



Las personas muestran un alto grado de aceptación al participar en recorridos turísticos en buses alegres, tal como lo muestran los resultados, ya que un 95% si participaría y tan solo un 5% no participaría.

17) ¿Acostumbra usted a comprar artículos identitarios, como recuerdo de los lugares que visita?

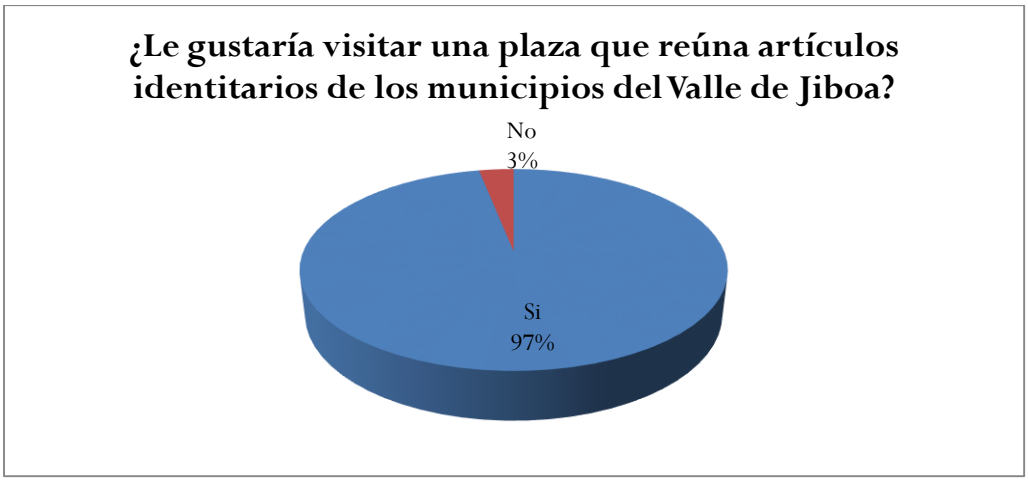
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	96	36%
No	19	64%
Total	115	100%



La mayoría de las personas manifiestan (83%) que acostumbran a comprar artículos identitarios como recuerdo de los lugares que visita, y tan solo un 17% no acostumbra a comprar artículos identitarios de los lugares que visita.

18) ¿Le gustaría visitar una plaza que reúna artículos identitarios de los municipios del Valle de Jiboa?

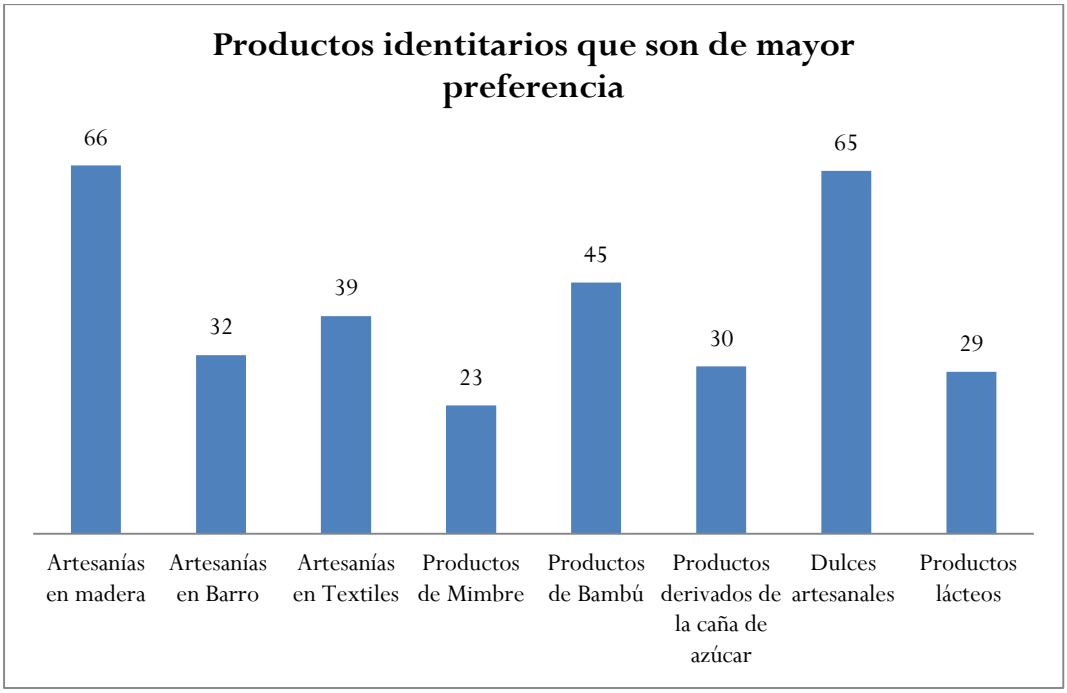
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	93	36%
No	3	64%
Total	96	100%



La mayoría de las personas manifiestan (83%) que les gustaría visitar una plaza que reúna artículos identitarios de los municipios que conforman el valle de Jiboa, y tan solo un 3% no le gustaría visitar una plaza que reúna los artículos identitarios.

19) ¿Qué tipo de productos identitarios son de su preferencia?

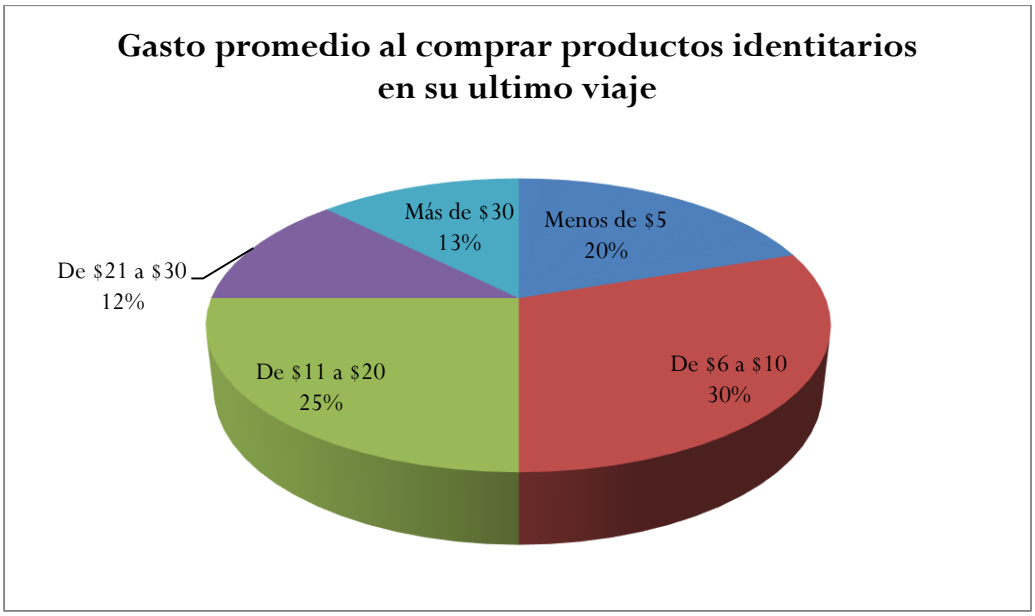
Opción	Cantidad	Porcentaje
Artesanías en madera	66	68.8%
Artesanías en Barro	32	33.3%
Artesanías en Textiles	39	40.6%
Productos de Mimbre	23	24%
Productos de Bambú	45	46.9%
Productos derivados de la caña de azúcar	30	31.3%
Dulces artesanales	65	67.7%
Productos lácteos	29	30.2%
Otro	--	--



Como se observa en los resultados, los productos identitarios de mayor preferencia son las artesanías en madera con 66 votos (68.8%), luego le siguen los dulces artesanales con 65 (67.7%), productos de bambú con 45 votos (46.9%), artesanías en textiles con 39 votos (40.6%), artesanías en barro con 32 votos (33,3%), productos derivados de la caña de azúcar con 30 votos (31.3%), productos lácteos con 29 votos (30.2%) y por último productos de mimbre con 23 votos (24%).

20) ¿En su último viaje, cuanto gasto en promedio al comprar productos identitarios?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Menos de $5	19	20%
De $6 a $10	29	30%
De $11 a $20	24	25%
De $21 a $30	12	12%
Más de $30	12	13%
Total	96	100%



Los resultados muestran que el 30% de las personas gastaron en promedio al comprar productos identitarios en su último viaje entre $6-$10, en segundo lugar, se encuentran las personas que gastaron entre $11-$20 con 25%, en tercer lugar con 20% las personas que gastaron Menos de $5, en cuarto lugar con 13% las personas que gastaron Más de $30, y por ultimo las personas que gastaron entre $21-$30 con 12%.

ANEXO 3: CUESCTIONARIO PARA ENTREVISTAS

CUESTIONARIO PARA ALCALDES

Ámbito social

Objetivo: Investigar la situación social actual de los municipios en estudio.

Dirigido a: Alcaldes de los Municipios o a la persona asignada dentro de la Alcaldía.

DATOS GENERALES

CONTACTO:_____

TELEFONO:_____CORREO ELECTRONICO: _____
DEPARTAMENTO: _____ MUNICIPIO: _____

1. ¿Cuál es el número de habitantes con los que cuenta el Municipio? _____

2. ¿Cuál es el nivel promedio de educación? _____

3. ¿Con cuántas escuelas cuenta el municipio? _____

4. ¿Qué nivel de escolaridad se puede alcanzar con las escuelas que existen dentro del municipio? _____

5. ¿Cuál es el índice de pobreza en el municipio? _____

6. ¿El municipio cuenta con servicio de tren de aseo?

☐ Si ☐ No Cuantos: _____

7. ¿Dónde realiza el desecho de basura el municipio? _____

8. ¿Cuenta el municipio con unidades de salud? ¿Cuántas son?

☐ Si ☐ No Cuantas: _____

9. ¿Cuenta el municipio con puestos de Policía Nacional Civil? ¿Cuántos son?

☐ Si ☐ No Cuantos: _____

10. ¿El municipio presenta problemas delincuenciales?

☐ Si ☐ No

11. ¿Cuentan con algún Plan de Seguridad? _____

12. ¿Cuentan con mapas topográficos del Municipio?

Ámbito turístico

Objetivo: Investigar la situación actual de los municipios en estudio, así como de iniciativas municipales o de organizaciones externas que apoyan el desarrollo del turismo en la zona.

Dirigido a: Alcaldes de los Municipios o a la persona asignada dentro de la Alcaldía.

1. ¿Cuenta el municipio con atractivos explotados turísticamente?

   ☐ Si ☐ No

2. Con cuáles de los siguientes atractivos, recursos y/o sitios turísticos conocidos cuenta el municipio:

   ☐ Ríos ☐ Lagunas ☐ Ruinas Coloniales

   ☐ Lagos ☐ Montañas ☐ Volcanes ☐ Otros: _____

   ☐ Cascadas ☐ Bosques ☐ Quebradas _____ _____

   ¿Cuál es el Nombre de estos atractivos, recursos y/o sitios turísticos?

   _____

   _____

   _____

3. ¿Cuenta el municipio con recursos con potencial para ser explotados turísticamente?

   ☐ Si ☐ No

   Si la respuesta es Sí, ¿Cuáles son los atractivos, recursos y/o sitios con mayor potencial para ser explotados turísticamente en el municipio?:

   _____

   _____

   _____

4. ¿Con que tipo de infraestructura cuentan los atractivos, recursos y/o sitios o a sus alrededores?

   _____

   _____

5. ¿Se consideran seguros estos sitios?

☐ Si ☐ No

6. Condición de las vías de acceso que conducen a los atractivos, recursos y/o sitios :

☐ Pavimentada ☐ Adoquín ☐ Balastro

☐ Cemento ☐ Polvo ☐

Otros:_____

7. Estado de las vías de acceso:

☐ Buena ☐ Regular ☐ Mala

8. ¿Aparte de los atractivos, recursos y/o sitios turísticos que ofrece el municipio que otras fortalezas tiene para impulsar el turismo?

☐ Gente ☐ Tradiciones ☐ Comercio

☐ Comidas ☐ Clima ☐

Otros:_____

¿Por qué se considera fortaleza?

_____

_____

_____

9. ¿Tienen identificados alguna cartera de Proveedores de Productos o Servicios Turísticos en el Municipio?

☐ Si ☐ No

Si la respuesta es Sí, ¿Quiénes la conforman?

_____

_____

_____

_____

10. ¿Cuenta actualmente con proyectos o programas de índole turística?

☐ Si ☐ No

Si la respuesta es negativa pase, pase a la pregunta 13.

11. ¿Qué tipo de programas de índole turística se llevan a cabo, y que organizaciones colaboran con la alcaldía para la realización de dichos programas?

Organizaciones / Tipo de Programa	MITUR	CORSATUR	ONG	Asociaciones y/o Cooperativas locales	Otros
Talleres					
Capacitaciones					
Visitas Especializadas					
Financiamiento					
Reuniones					
Otros					

Especifique Otros:

_____

_____

_____

12. ¿Existe algún(os) comité de coordinación turística o persona encargada de la coordinación turística en la alcaldía o en el municipio?

☐ Si ☐ No

13. ¿Cuenta con personal contratado para el desarrollo turístico del municipio?

_____

_____

_____

14. Con cuáles de los siguientes servicios turísticos cuenta el municipio:

☐ Hoteles	☐ Centros recreativos	☐ Renta de Autos
☐ Hostales	☐ Parques acuáticos	☐ Bares
☐ Restaurantes	☐ Cafés	☐ Otros: _____

15. ¿Cuenta el municipio con afluencia turística en el año?

☐ Si ☐ No

¿Tiene un estimado del total de turistas que lo visitan en el año?

_____

_____

_____

16. ¿El municipio está incluido en alguna ruta turística o circuito turístico?

☐ Si ☐ No

¿En Cuál o Cuáles?

_____

_____

_____

17. ¿Cómo publicita al municipio?

_____

_____

_____

18. ¿Estaría en la Disposición de apoyar en una nueva iniciativa para el Desarrollo Turístico del Municipio?

☐ Si ☐ No

¿En qué colaboraría?

_____

_____

_____

Ámbito Económico

Objetivo: Conocer los principales productos artesanales que identifiquen a cada uno de los municipios en estudio, así como de iniciativas municipales o de organizaciones externas que apoyan el desarrollo del rubro en el sector.

Dirigido a: Alcaldes de los Municipios o a la persona asignada dentro de la Alcaldía.

1. ¿Cuenta el municipio con productos artesanales que lo identifiquen?

   ☐ Si ☐ No

2. ¿Con que sectores artesanales se identifica el municipio?

   ☐ Artesanías en Madera ☐ Artesanías en Barro ☐ Artesanías en Textiles

   ☐ Productos de Bambú ☐ Productos derivados de la caña de azúcar ☐ Dulces Artesanales

   ☐ Productos Lácteos ☐ Productos de Mimbre ☐ **Otros:**_____

   _____

3. ¿Cuáles son estos productos artesanales con los que se identifica el municipio?

   _____

   _____

4. ¿El municipio cuenta con capacidad de ofrecer grandes volúmenes de estos productos?

   ☐ Si ☐ No

5. ¿Tienen identificados a los artesanos que elaboran estos productos en el Municipio?

   ☐ Si ☐ No

   Si la respuesta es Sí, ¿Cuál es el nombre del propietario y su taller?

   _____

   _____

6. ¿Los artesanos se abastecen con materia prima del municipio o municipios que conforman la microrregión?

   ☐ Si ☐ No

7. ¿Cuenta actualmente con proyectos o programas de apoyo al sector artesano?

☐ Si ☐ No

Si la respuesta es negativa pase, pase a la pregunta 10.

8. ¿Qué tipo de programas de apoyo al sector artesano se llevan a cabo, y que organizaciones colaboran con la alcaldía para la realización de dichos programas?

Tipo de Programa \ Organizaciones	CEDART	Cámara salvadoreña de Artesanos	CONAMYPE	Otros
Talleres				
Capacitaciones				
Financiamiento				
Otros				

Especifique Otros:

_____

_____

_____

9. ¿Existe algún(os) comité de apoyo a los artesanos en el municipio?

☐ Si ☐ No

10. ¿Estaría en la Disposición de apoyar en una nueva iniciativa que genere desarrollo para este rubro?

☐ Si ☐ No

Ámbito Ecológico

Objetivo: Conocer la diversidad de la flora y fauna existente en cada municipio.

Dirigido a: Alcaldes de los Municipios o a la persona asignada dentro de la Alcaldía.

1. ¿Cuál es el tipo de fauna existente en el municipio?
   _____
   _____
   _____
2. ¿Cuál es el tipo de flora existente en el municipio?
   _____
   _____
   _____
3. ¿Se cuenta con recursos hídricos en el municipio?
   ☐ Si ☐ No

   ¿Cuáles son?:_____
   _____
4. ¿Se cuenta con recursos forestales en el municipio?
   ☐ Si ☐ No

   ¿Cuáles son?:_____
   _____
5. ¿Se cuenta con recursos geológicos en el municipio?
   ☐ Si ☐ No

   ¿Cuáles son?:_____
   _____
   _____
6. ¿Se cuenta con Áreas naturales protegidas en el municipio?
   ☐ Si ☐ No

   ¿Cuáles son?:_____
   _____

CUESTIONARIO PARA LOS ARTESANOS DE PRODUCTOS IDENTITARIOS DEL MUNICIPIO

Objetivo: Conocer la disponibilidad de los artesanos del municipio para integrarse a la Iniciativa de Desarrollo Turístico en la zona.

Dirigido a: Los artesanos de la zona que ofertan Productos identitarios.

DATOS GENERALES

CONTACTO:_____

EDAD_____SEXO:_____

NIVEL ACADEMICO:_____

TELEFONO: _____ CORREO ELECTRONICO: _____
DEPARTAMENTO: _____ MUNICIPIO: _____

LOCALIZACION DEL TALLER O PUNTO DE VENTA:
_____

1. Tipo de productos artesanales que ofrece:

☐ Artesanías en Madera ☐ Artesanías en Barro ☐ Artesanías en Textiles

☐ Productos de Bambú ☐ Productos derivados de la caña de azúcar ☐ Dulces Artesanales

☐ Productos Lácteos ☐ Productos de Mimbre ☐ Otros:_____
_____

2. ¿Cuál es el precio de los productos que ofrece?:

Producto	**Precio**	**Producto**	**Precio**

3. ¿Cuánto tiempo tiene realizando este oficio?_____

4. **¿**La actividad mencionada en la pregunta anterior, con quiénes las realiza?

   ☐ Con la Familia ☐ Con Amistades

   ☐ Con Socios ☐

   Otros:_____

5. ¿Cuántos clientes atiende por día? _____

6. ¿Cuántos días a la semana vende y a dónde?_____
   _____
   _____

7. ¿Quiénes son sus proveedores? _____

8. ¿Cómo financia las actividades de su negocio?_____

9. ¿Publicita su producto o servicio?

   ☐ Si ☐ No

   Si su respuesta es Sí, especifique como la realiza_____

   Si su respuesta es No, ¿Por qué no lo hace? _____

10. ¿Su producto lo ofrece durante todo el año o en temporadas específicas?

    ☐ Todo el año ☐ Por temporada

    Especifique:_____

11. ¿Se ofrecen productos o servicios similares en la zona?

    ☐ Si ☐ No

    Si su respuesta es Sí, especifique su ubicación_____

12. ¿Ha participado en algún programa de apoyo a la micro y pequeña empresa?

    ☐ Si ☐ No

    ¿En cuáles?

_____
_____
_____

13. ¿Ha participado en alguna iniciativa de Desarrollo Turístico?

☐ Si ☐ No

¿En cuáles?

_____
_____
_____

14. ¿Estaría dispuesto a participar en un nuevo proyecto de desarrollo turístico para la zona?

☐ Si ☐ No

¿Qué tipo de proyecto?

_____
_____
_____

15. ¿Estaría dispuesto a participar en alguna iniciativa de asociatividad?

☐ Si ☐ No

ANEXO 4: FICHAS DE RECOLECCION DE INFORMACION SUB-SISTEMA INFRAESTRUCTURA

FICHA DE ATRACTIVOS, RECURSOS Y/O SITIOS TURISTICOS

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO, RECURSO Y/O SITIOS TURISTICO: _____

_____

CONTACTO: _____

UBICACIÓN:_____

TIPO DE ATRACTIVO: NATURAL: ___ ARTIFICIAL: _____ CULTURAL: _____

TELEFONO:_____CORREO ELECTRONICO: _____

DEPARTAMENTO: _____ MUNICIPIO: _____

RECORRIDO

Distancia en kms desde s.s. hasta municipio: _____

Tiempo desde S.S hasta municipio: _____ horas: _____ min: _____

Distancia en km's desde municipio hasta sitio y/o recurso: _____

Tiempo desde municipio hasta sitio y/o recurso: _____ horas: _____ min: _____

Nombre de la carretera principal del municipio: _____

Condiciones de la carretera principal del municipio:

☐ Excelentes condiciones

☐ Buenas condiciones

☐ Regular

☐ Otros, Especifique: _____

Nombre de calle secundaria que lleva al sitio y/o recurso: _____

Distancia en km's de la calle secundaria que lleva al sitio y/o recurso: _____

Condiciones de la calle secundaria que lleva al sitio y/o recurso:

☐ Excelentes condiciones ☐ Otros, Especifique:

☐ Buenas condiciones _____

☐ Regular _____

Nombre de vías alternas y condiciones de las mismas al sitio y/o recurso:

☐ Excelentes condiciones ☐ Otros, Especifique:

☐ Buenas condiciones _____

☐ Regular _____

Tipo de vehículo recomendado: 4x4 ☐ 4x2 ☐ Sedan Motocicleta ☐ Otro_____

Rutas de transporte público que convergen al lugar:

☐ Buses Rutas:_____

☐ Microbuses Rutas:_____

Otro:_____

Tipo de Flora Observable:

_____
_____
_____

Tipo de Fauna Existente:

_____
_____
_____

Cantidad de miradores:

☐ Naturales _____
___

☐ Acondicionados _____
____

Condición de estos:_____
_____

_____
_____

Describir y especificar si cuentan con estructuras:

☐ Arqueologicas ☐ Históricas

☐ Culturales ☐

Otro:_____
_____

Descripcion:_____
_____
_____

Condición de aseo y ornato en el sitio y/o recurso:

_____
_____
_____

Señalización turística en el sitio y/o recurso:

☐ Si ☐ No

Especifique tipo de señalización turística existente:

_____
_____
_____

INFORMACION ADICIONAL

Observaciones generales:	**Fecha de Inspección:**

FICHA DE INFRAESTRUCTURA DEL MUNICIPIO

MUNICIPIO:			**DEPARTAMENTO:**	
SERVICIOS EXISTENTES EN EL MUNICIPIO			**CANT.**	**OBSERVACIONES**
Gasolineras				
Terminal de buses				
Bancos				
Cajeros automáticos				
Unidad de salud				
Farmacias				
Mercado Municipal				
Cuerpo de agentes municipales				
Policía de turismo				
Policía nacional civil				
Centros de atención turística				
Centros comerciales				
COMUNICACIONES			**OBSERVACIONES**	
Telefonía fija	0-50% municipio			
	51-75% municipio			
	>75% municipio			
Telefonía celular	0-50% municipio			
	51-75% municipio			

	>75% municipio		
Teléfonos públicos	En casco urbano		
	En área rural		

INFRAESTRUCTURA HIDRAHULICA Y ELECTRICA		
HIDRAHULICA		**OBSERVACIONES**
Agua potable		
Menos del 50% de abastecimiento en el municipio		
Del 50 a 70% de abastecimiento en el municipio		
Del 71 a 100% de abastecimiento en el municipio		
Aguas negras		
Menos del 50% de abastecimiento en el municipio		
Del 50 a 70% de abastecimiento en el municipio		
Del 71 a 100% de abastecimiento en el municipio		
ELECTRICA		
Energía eléctrica		
Menos del 50% de abastecimiento en el municipio		
Del 50 a 70% de abastecimiento en el municipio		
Del 71 a 100% de abastecimiento en el municipio		

FICHA DE ACCESO AL MUNICIPIO

								Fecha:			
Municipio:						**Departamento**					
ACCESO AL MUNICIPIO											
Pavimentada		Adoquín		Piedra		Balastro		Cemento			
Un carril		Dos carriles									

	Si	**No**
Carretera en buenas condiciones y fácil acceso		
Nomenclatura y Señalización Vial en buenas condiciones		
Ausencia de Señalización		

RED VIAL INTERNA DEL MUNICIPIO											
Pavimentada		Adoquín		Piedra		Balastro		Cemento		Otro	

100% cubierta	
Más del 50% del municipio	
Menos del 50% del municipio	

	Si	**No**
Nomenclatura y Señalización vial en buenas condiciones		
Señalización Turística		
Señalización Turística		
Ausencia de señalización		

OBSERVACIONES:
Nombre y firma del Inspector:

FICHA DE INFRAESTRUCTURA DE RECURSO O ATRACTIVO TURISTICO

								Fecha:	
Municipio:						**Departamento**			
Nombre del recurso y/o atractivo:									
Ubicación:									
Propietario:								**Teléfono:**	
SITUACION DEL RECURSO Y/O ATRACTIVO									
Operando		No operando		Reconocido	%	Observaciones:			
ACCESO AL RECURSO Y/O ATRACTIVO									
RED VIAL Y SEÑALIZACION									
Pavimentada		Adoquín		Piedra		Balastro		Cemento	Otro:

Identificación de acceso	**OBSERVACIONES:**	**Si**	**No**
Acceso en buenas condiciones			
Fácil accesibilidad al recurso			
Transporte Privado			
Transporte Urbano y privado			
Existencia de señalización que oriente al visitante			
Señalización deficiente			
Ausencia de Señalización			
Ausencia de acceso			

ADECUACION EXISTENTE			
Presencia de alojamiento con agua potable y energía eléctrica:			
Presencia gastronómica con agua potable y energía eléctrica:			
Solo agua potable y energía eléctrica:			
SANEAMIENTO			
Ausencia de basura en acceso y en el sitio:			
NO OPERANDO			
Contaminación Ambiental			
Contaminación Visual			
Otras Causas. Especifique:			
Nombre y Firma del Inspector:			

ANEXO 5: PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN Y REGISTRO DE LA ORGANIZACIÓN

Formato de Carta para convocatorias a reuniones de Junta Directiva y Asamblea General, Para Comité Regional y Municipal[112].

CONVOCATORIA DE REUNION

Sr./Sra. _____

Por la presente se le convoca a la reunión *(especificar si es **Ordinaria** o **extraordinaria**)* _____ de *(especificar el órgano: **Junta Directiva**, **Asamblea General**)* _____ de *(especificar la Entidad: **MICRORREGIÓN del Valle del Jiboa** o **Comité Turístico Municipal**)*_____ que tendrá lugar a las _____ horas del día _____ de _____ de _____ en *(especificar lugar concreto de la reunión)*_____, para tratar el siguiente Orden del Día:

1.- Lectura y aprobación, si procede, del acta anterior.

2.- _____

3.- _____

4.- Ruegos y preguntas.

Se Extiende y Firma la Presente en:

San Vicente ____ de _____ de _____

Día *Mes* *Año*

_____

F. PRESIDENTE

[112] Fuente: Elaboración Propia.

Formato para Nomina Inicial de los miembros que integran la organización[113].

(INDICAR EL NOMBRE COMPLETO DE LA ENTIDAD)

El Infrascrito Secretario de la Junta Directiva de la _____ *(indicar si se trata de Asociación o Fundación)* denominada _____, HACE CONSTAR que las personas que integran la entidad son las siguientes:

1. _____ (detallar el nombre), mayor de edad, _____ *(indicar la profesión)*, de nacionalidad _____, del domicilio de _____, Departamento de _____, con Documento Único de Identidad número _____ y Número de Identificación Tributaria _____.
2. _____ (detallar el nombre), mayor de edad, _____ *(indicar la profesión)*, de nacionalidad _____, del domicilio de _____, Departamento de _____, con Documento Único de Identidad número _____ y Número de Identificación Tributaria _____.
3. _____ (detallar el nombre), mayor de edad, _____ *(indicar la profesión)*, de nacionalidad _____, del domicilio de _____, Departamento de _____, con Documento Único de Identidad número _____ y Número de Identificación Tributaria _____.
4. _____ (detallar el nombre), mayor de edad, _____ *(indicar la profesión)*, de nacionalidad _____, del domicilio de _____, Departamento de _____, con Documento Único de Identidad número _____ y Número de Identificación Tributaria _____.

(1)

Y para ser presentada a la Dirección General _____ del Ministerio de _____, extiendo la presente en _____, a los _____ días del mes de _____ de dos mil _____.

_____

(Nombre y firma del Secretario) (2)

Secretario

Notas:

(1) *Completar la lista conforme al número de personas que integran la entidad. Por Ley, esta lista debe contener como mínimo: el nombre, la nacionalidad y el tipo y número de documento de identidad personal de cada integrante.*

(2) *Esta constancia no requiere que la firma del Secretario sea autenticada por notario.*

[113] Fuente: Registro de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro de El Salvador; Secretaria Técnica y de Planificación de la Republica de El Salvador.

Modelo de Certificación para elección de Junta Directiva para entidades sin fines de lucro[114].

MODELO DE CERTIFICACIÓN

El Infrascrito Secretario de la Asociación .... (indicar el nombre completo de la Entidad), CERTIFICA: Que a folios ..... del Libro de Actas que la Asociación lleva, se encuentra la que literalmente dice: """""""" """""""""""""""""""""""" Acta Número ..... En la ciudad de ....., a las ..... horas y ..... minutos del día ..... de ..... de ..... Reunidos en el local de la Asociación situado en .... los abajo firmantes: ..... (indicar los nombres completos de cada uno de los concurrentes así como también sus respectivos números de Documento Unico de Identidad), por unanimidad tomamos los siguientes acuerdos: PRIMERO. Crear una Asociación de carácter apolítico, no lucrativo, ni religioso con el nombre de .... (indicar el nombre completo de la Entidad). SEGUNDO. Por unanimidad aprobamos íntegramente los Estatutos que regirán a la Asociación, los cuales constan de ..... artículos que se transcriben a continuación: .... (transcribir los Estatutos artículo por artículo). TERCERO. De conformidad al artículo .... de los Estatutos, procedemos a elegir a la Junta Directiva, la cual, por decisión unánime de los concurrentes queda integrada de la siguiente manera: ..... (Integrar la Junta Directiva tal y como se ha establecido en los Estatutos indicando los nombres completos de cada una de las personas electas y sus respectivos cargos). No habiendo más que hacer constar se da por terminada la presente que firmamos. (puntualizar como se leen las firmas de las personas que asistieron a la respectiva sesión y firmaron) """""""""""""""""""""""""""". Rubricadas.

ES CONFORME con su original con el cual se confrontó, y para ser presentada al Registro de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro del Ministerio de Gobernación, extiendo la presente en ....., a los ..... días del mes de ..... de dos mil .....

F)_____
Nombre, Firma y cargo del
Directivo que expide la Certificación

[114] Fuente: Registro de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro de El Salvador; Secretaria Técnica y de Planificación de la Republica de El Salvador.

Preparación de Libros Contables, Libros de Registros de Actas y de miembros.

Modelo del Balance Inicial de una Entidad sin Fines de Lucro

ASOCIACION _____		
BALANCE INICIAL AL _____DE_____DE_____		
(Cifras expresadas en dólares de los Estados Unidos de América)		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		XXXX
Efectivo y Equivalentes	XXXX	
ACTIVO NO CORRIENTE		XXXX
Propiedad Planta y Equipo	XXXX	
TOTAL ACTIVO		XXXX
PASIVO Y PATRIMONIO		
PASIVO CORRIENTE		XXXX
PATRIMONIO		XXXX
Fondo Patrimonial	XXXX	
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		XXXX
_____	_____	
REPRESENTANTE LEGAL	CONTADOR	

El Balance inicial está conformado por:

- **Activo**

El Activo está representado por los derechos económicos y financieros de la entidad al inicio de sus operaciones. En él se encuentran: el dinero en efectivo, los depósitos en bancos, los fondos especiales, los bienes y las acreencias que les permitirán asumir las obligaciones contraídas. Los activos se clasifican en: Corrientes, cuando su conversión en dinero en

efectivo se puede efectuar en un plazo igual o menor de un año, y No Corrientes cuando exceden dicho plazo.

- **Pasivo**

El Pasivo está representado por el conjunto de obligaciones contraídas por la entidad al inicio de sus operaciones. Estas obligaciones deben estar debidamente autorizadas por los órganos competentes. Los pasivos se clasifican en: Corrientes, cuando el vencimiento de sus obligaciones es de un año o menos, y No Corrientes cuando exceden dicho plazo.

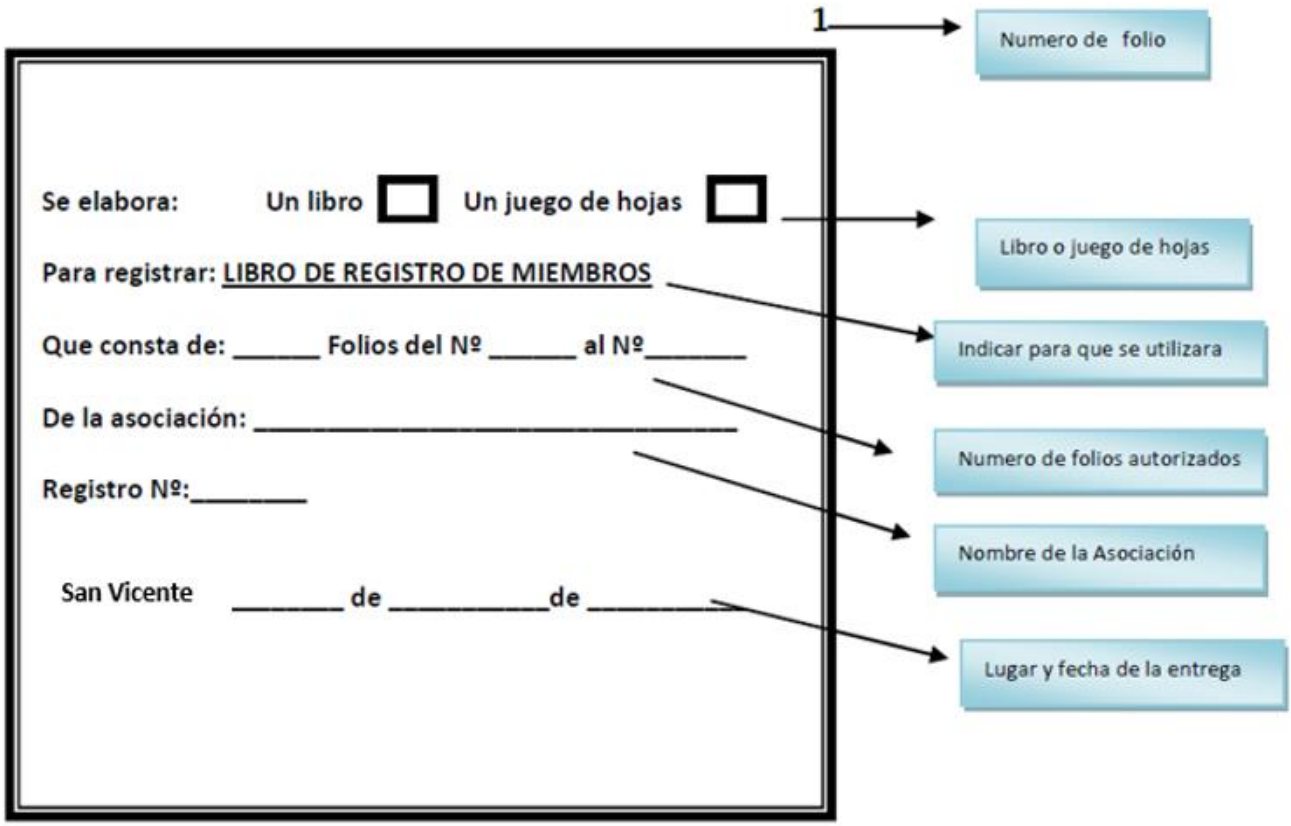
- **Patrimonio**

El Patrimonio está constituido por la diferencia entre el Activo y el Pasivo, es decir, la sumatoria de todos los bienes y derechos menos la sumatoria de todas las obligaciones que tiene la entidad. En el caso del Balance Inicial, el Patrimonio representa el valor económico de la entidad al inicio de sus operaciones o al momento de la formalización de sus actividades.

Libro de Registro de Miembros

Todas las asociaciones deberán tener un libro en el cual se registren todos los miembros y lo datos relativos a estos, así como las diversas aportaciones que realicen, dicho libro puede ser empastado o también hojas separadas, todas las cuales deberán estar foliadas y selladas por el Registro de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro. La primera hoja del libro de registro de miembros estará foliada es decir va estar enumerada en la parte superior derecha, esta hoja tendrá el folio número uno. Además, se debe detallar para que se va a utilizar el libro o sea que se va a registrar en él, para todos los libros que se legalizan se utilizara este mismo formato de la primera hoja lo único que va cambiar de ella es qué se va a registrar en él es decir lo que cambia es el nombre del libro. Se debe colocar el número de páginas que consta el libro, además en cuál folio (numeración de páginas) comenzara y en el que terminara y algo que no debe faltar en esta primera hoja es el nombre de la asociación, su número de registro, el lugar y fecha en que se entregó el libro.

A continuación, se muestra el Formato de la primera hoja del Libro para el Registro de Miembros:



El formato anterior es el mismo para la primera página de todos los libros lo único que cambia es el nombre del libro o para que se utilizara.

Libro para el registro de Actas de Asamblea general

En este libro se asentarán los acuerdos tomados en las sesiones realizadas por la Asamblea General en las fechas en que se realicen. La Asamblea General, debidamente convocada, es la autoridad máxima de la Asociación y estará integrada por la totalidad de los miembros Activos y Fundadores. La Asamblea General se reunirá ordinariamente una vez al año y extraordinariamente cuando fuere convocada por la Junta Directiva.

- **Contenido del Libro de Actas de Asamblea General.**

Lo primero que debe contener es el nombre del libro que para el caso es Libro de Actas de Junta General, número del acta. A continuación, se escribe el cuerpo del acta y se finaliza con la firma del representante legal.

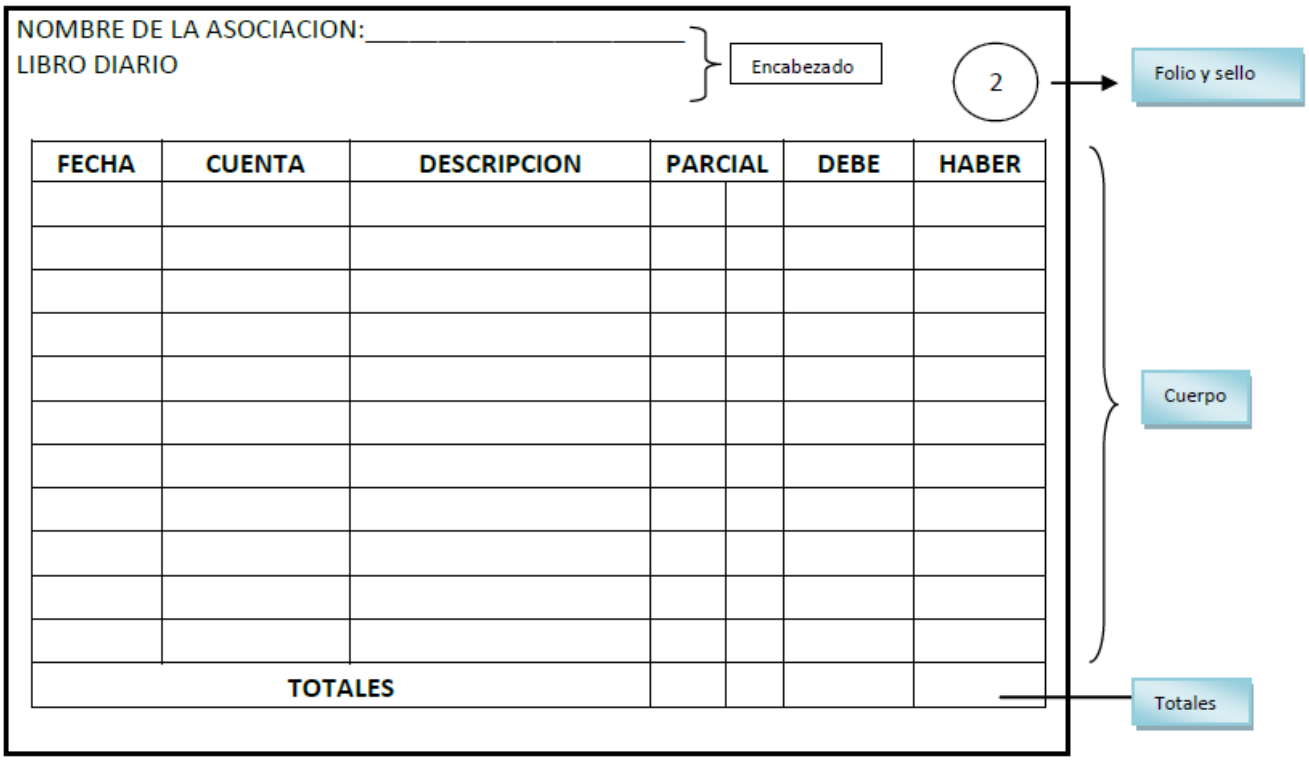
Libro para el Registro de las Actas de la Junta Directiva.

Este libro proporcionara todas las anotaciones de las sesiones celebradas por la Junta Directiva en la fecha en que estas se realicen. La dirección y administración de la Asociación estará confiada a la Junta Directiva, la cual estará integrada por un presidente, un secretario, un Tesorero y dos Vocales.

Libro Diario

El **Libro Diario** consiste en hacer un registro cronológico (diario) de todas y cada una de las operaciones realizadas por la entidad, pero no solo se anotará la fecha, los cargos y abonos resultantes de una operación, sino que además será necesario registrar los nombres de las entidades con las que se celebró la transacción, como son los bancos, proveedores además del tipo de documentación comprobatoria (documento fuente) originado por la operación, por ejemplo, facturas, recibos, etc.

A continuación, se muestra el formato para el Libro Diario:



En el Libro Diario le sigue el número de la partida que se está registrando este deberá ser progresivo, empezando con el asiento de apertura al que le corresponde el número uno

siguiendo con el dos, tres y así sucesivamente, la fecha la cual deberá corresponder al día en que la operación fue realizada y no a la del día de registro esta fecha deberá ser progresiva.

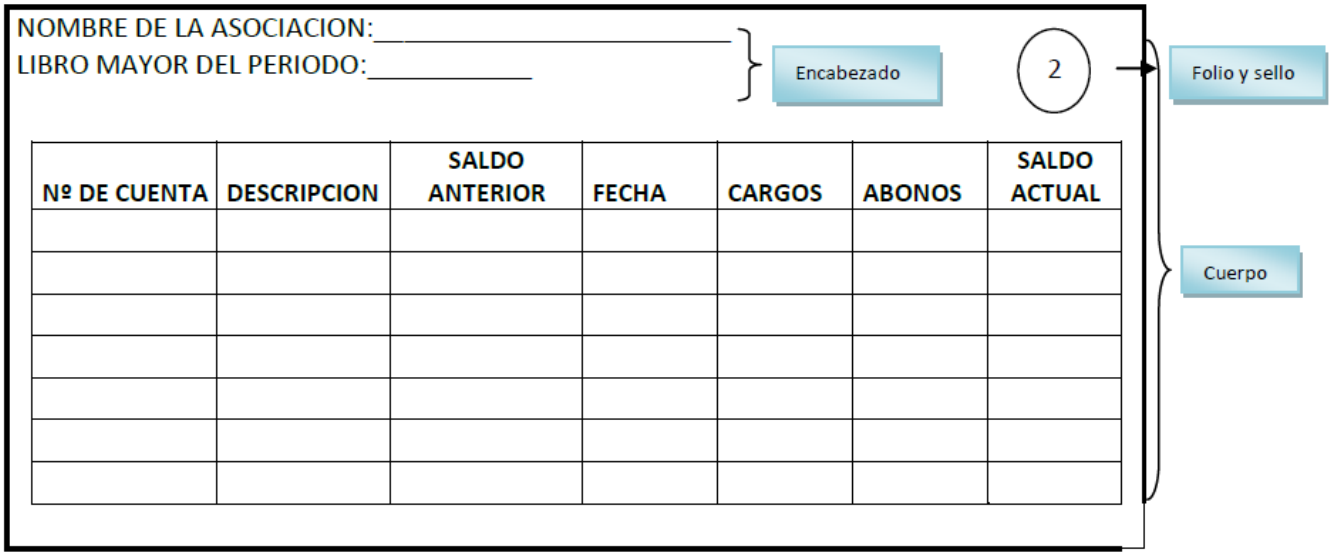
Además, hay que mencionar que únicamente al iniciar un período contable será necesario reportar el día, mes y año de la fecha, ya que en las posteriores bastará con indicar el día y el mes. Además de lo ya antes mencionado contiene nombre de las cuentas y subcuentas de cargo y abono estas subcuentas integran o totalizan el importe del cargo o abono de una cuenta colectiva, la cuenta de abono deberá registrarse debajo de las cuentas de cargo, dejando una pequeña sangría en la columna con la finalidad de distinguir los cargos de los abonos, el concepto de la partida es decir que es lo que se está registrando, código de la cuenta y el importe del total del cargo y abono que corresponda a la cuenta o cuentas de la operación. Además, se registrarán las cantidades de las subcuentas que integran un cargo y un abono. Se entiende por subcuenta aquellas que integran el saldo de una cuenta colectiva o de control, siendo estas las que se tienen registradas en el libro mayor.

En el Libro Diario se registra como primera partida, el balance que muestre la situación económica y financiera de la entidad al principiar sus operaciones (Balance Inicial), anotando las cuentas del activo, pasivo y capital. Se asentarán seguidamente en orden cronológico, las partidas correspondientes las operaciones que realice el comerciante, por cuenta propia o ajena.

Libro Mayor

El **Libro Mayor** se emplea para acumular los movimientos resultantes de las operaciones en cuentas individuales, es decir, en este libro se abre una cuenta para cada uno de los conceptos que integran el Activo, Pasivo, Capital y resultados. En la parte superior del Libro Diario y Libro Mayor se registra el encabezado el cual contiene el nombre de la asociación, el nombre del libro, sello y folio (número de la hoja) del Registro de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro.

A continuación, se muestra el formato para el Libro Mayor:



El libro mayor es un registro donde concentramos los movimientos que tuvieron las cuentas de Activo, Pasivo, Capital y resultados como consecuencia de las operaciones realizadas durante el periodo contable, su función esencial consiste en acumular los movimientos y saldos de las cuentas con los cuales estemos en posibilidad de preparar la información mediante estados financieros Cuando las necesidades del negocio lo requieran, el Diario y Mayor, podrán estar constituidos por varios registros, siempre que se llenen los requisitos exigidos por el Código de Comercio. También podrán llevarse el Diario y el Mayor en un solo registro.

En el Libro Mayor aparte de lo ya antes mencionado lleva el código de la cuenta, el nombre de la cuenta relativa o contra cuenta entendiendo por ésta aquella cuenta que corresponde por partida doble a un asiento; podemos decir que para cualquier cuenta de cargo la contra será la cuenta de abono que son las que completan por partida doble él asiento y para las cuentas de abono la contra cuenta será la de cargo, la fecha que tiene la operación en el libro diario, el número de asiento que en el libro diario tiene la operación que estemos pasando al libro mayor, el saldo anterior o sea el saldo con que se inicia el periodo seguido de los diferentes movimientos ya sea deudor o acreedor durante el año, dando como resultado el saldo actual.

Formato del modelo de Solicitud Dirigida a Ministerio de Gobernación[115]

SEÑOR DIRECTOR GENERAL DEL REGISTRO DE ASOCIACIONES Y FUNDACIONES SIN FINES DE LUCRO:

Yo,....., mayor de edad, ..., del domicilio de ....., en mi concepto de ..... de la ....., la cual estará situada en....., señalando ..... para oir notificaciones por lo que con todo respeto le solicito:

Que Previa calificación de la documentación que presento se aprueben los Estatutos y se conceda la calidad de Persona Jurídica a la ....., y se inscriba en el Registro de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro a la.....

Adjunto la documentación que señala el Art. 65 de la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro.

San Salvador, ... de ..... de dos mil .....

F)_____

Nombre y cargo
Presidente.

[115] Fuente: Registro de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro de El Salvador; Secretaria Técnica y de Planificación de la Republica de El Salvador.

Requisitos básicos para Registro de Estados Financieros de Asociaciones Y Fundaciones Sin Fines De Lucro[116].

1) Solicitud firmada por el Representante Legal para que se les autoricen los libros y el sistema contable. Detallé el nombre de la Asociación y los libros que presentan; si la contabilidad la llevara en libros empastados o en páginas sueltas estas últimas, deberán venir enumeradas correlativamente. Dicha solicitud debe ser dirigida al Director General del Registro de Asociaciones y Fundaciones Sin Fines de Lucro.
2) Si la documentación no es presentada por el Representante Legal, la solicitud en mención debe venir autenticada por un Notario.
3) Descripción del Sistema Contable, Catalogo de Cuentas, Manual de Aplicación (en original y copia FIRMADOS Y SELLADOS POR EL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD Y POR EL CONTADOR).
4) Último Balance y Estados de Pérdidas y Ganancias AUDITADOS, además firmados y sellados por el Representante Legal de la entidad y por el Contador (en original y copia).
5) Balance Inicial para entidades que no han estado operando. Si la entidad no posee activos a la fecha, presentar certificación firmada por un Auditor, indicando que la entidad no posee activos a la fecha.
6) Libro Diario, Libro Mayor, (o Libro Diario Mayor), Libro de Estados Financieros (estos tres Libros para las entidades con un activo mayor de 10,000.00 Colones).
7) Libro de Actas de Asamblea General, Libro de Actas de Junta Directiva, Libro de Registro de Miembros.
8) Libro de Ingresos y Egresos (solo para entidades con un activo en giro de hasta 10,000.00 Colones).
9) Si ya tiene Personalidad Jurídica, anexar fotocopia de la publicación en el Diario Oficial (Certificada por Notario).

***TODOS LOS LIBROS U HOJAS DEBEN IR DEBIDAMENTE IDENTIFICADOS, FOLIADOS Y COMPLETAMENTE EN BLANCO.**

[116] Fuente: Registro de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro de El Salvador; Secretaria Técnica y de Planificación de la Republica de El Salvador.

ANEXO 6: PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE AREAS EN SITIOS TURISTICOS

MANTENIMIENTO Y CONSERVACIÓN DE ZONAS DE OCIO Y DESCANSO.

El mantenimiento y conservación de estas zonas será sencillo, limitado a la limpieza, restauración y reposición de aquellos elementos que puedan resultar afectados, bien por su uso, el paso del tiempo y/o por cualquier otro factor que provoque o acentúe su deterioro.

Para facilitar la subsistencia de los elementos que componen el sitio turístico, se debe dotar de dispositivos que faciliten las labores de conservación y mantenimiento, y aquellos cuyo grado de deterioro sea mayor, se restaurarán o simplemente se sustituirán o se construirán de nuevo.

Todos los elementos que componen una zona verde, que son objeto de mantenimiento y conservación, requieren de reposiciones periódicas, si se quieren mantener los mismos en un estado botánico y ornamental aceptable. Este trabajo de mantenimiento será realizado por el Encargado de mantenimiento de Sitios Turísticos, en el Manual de Puestos de Comité Turístico Municipal se especifican sus funciones.

Labores de mantenimiento y conservación.

Limpieza

Es una de las labores más importantes en el mantenimiento de las zonas verdes, se aplicará esta labor a todo el conjunto formado por las diferentes zonas que compone el sitio turístico; zonas de descanso, servicios sanitarios, áreas de juegos, praderas y zonas de plantaciones, entre otras.

Se realizará con frecuencia diaria. Consistirá en la recogida de basura y vaciado de basureros, recogida de restos de las labores de conservación y retirada de papeles, plásticos, hojas y cualquier otro elemento extraño que, por cualquier causa, se deposite en la zona verde. Los restos procedentes de la limpieza serán retirados a vertedero con la mayor brevedad.

Labores de mantenimiento y conservación de mobiliario

Los elementos de mobiliario urbano, integrados en las zonas verdes, son objeto de conservación, los trabajos a realizar sobre los mismos se exponen a continuación:

Pintado y esmaltado

Todos los elementos de mobiliario requieren de una conservación de acabados anticorrosivos, decorativos o protectores sobre metales o maderas. Según el material de que esté fabricado, en su totalidad, o parte del mismo, se aplicará el tratamiento adecuado. Los trabajos a realizar dependiendo del tipo de material, serán:

- **Sobre elementos metálicos:** Se realizarán protecciones sobre estos elementos, aplicando una mano de imprimación y una o dos de pintura que, según los casos, podrán ser esmaltes sintéticos industriales.
- **Sobre elementos de madera:** Se realizarán tratamientos en autoclave de vacsolizado o tanalizado para elementos nuevos sustitutivos de otros deteriorados, aplicando sobre ellos y sobre elementos ya en uso, acabados decorativos de poro abierto con acción protectora.

Estos trabajos de pintado y esmaltado se deberán realizar por lo menos dos veces al año o cada vez que sea requerido. Para la realización de estos trabajos de mantenimiento se sugiere la subcontratación de una empresa.

Labores de mantenimiento y conservación de caminos, paseos, zonas estacionales y zonas de juegos infantiles.

Pavimentos duros.

La conservación de los mismos consistirá, a parte de las labores de limpieza, en la restauración de aquellos que pudieran ser deteriorados bien por su uso, el paso del tiempo y/o por cualquier otro factor que provoque o acentúe su deterioro. En aquellos casos donde su grado de detrimento sea importante, se debe proceder de forma similar a la realización del debido mantenimiento para su establecimiento nuevamente.

Pavimentos blandos

La conservación de estas superficies, consolidadas con pavimento terrizo, albero o cualquier otro material similar, requieren de recebados periódicos, por el uso y disfrute de los mismos.

Estos recebados pueden consistir en un simple parcheo o estar orientados a corregir las cárcavas que se provocan, sobre todo, en épocas de lluvias intensas.

La frecuencia de desarrollo de los mismos está en función del tipo de material, calidad inicial de ejecución y diseño y, siempre será necesaria la previsión de al menos un parcheado general de toda la superficie cada año.

Cualquier actuación de este tipo requiere de una compactación adecuada, alisando previamente el elemento que se aporte y dándole al mismo el grado de humedad suficiente.

MATENIMIENTO DE LAS ZONAS DE JARDINES “PLANTACIONES”

Poda

Para favorecer el crecimiento en longitud, así como para eliminar aquellas ramas bajas y de esta manera ayudar al árbol a adquirir un porte arbóreo y no arbustivo, al tiempo que se facilita el acceso a su entorno, será necesario en años posteriores a la plantación, cuando la vegetación lo demande, realizar una serie de podas ligeras.

El modo de actuar será el siguiente; con los utensilios de poda necesarios, en el momento oportuno, el personal encargado del mantenimiento del sitio turístico recorrerá las zonas ajardinadas, y planta a planta se eliminarán aquellas ramas que por su configuración sean menos beneficiosas para el desarrollo del árbol o arbusto, teniendo siempre en cuenta que esta poda ha de ser muy suave, y ante una situación de duda, se optará por no podar.

La poda se realizará solo cuando sea necesaria y para ayudar al árbol o arbusto a adquirir o conservar su forma natural o favorecer su floración.

Clases de poda

Poda de formación

Se realizará en la fase juvenil de la planta, y permitirá adaptar el árbol a las condiciones con las que se va a encontrar en su enclave definitivo, condicionando el tipo de poda que en el futuro se realizará sobre el mismo.

Para formar la estructura se seguirán los siguientes pasos:

1. Seleccionar las ramas estructurales, en función de su orientación y vigor.
2. Reequilibrar su vigor, mediante podas más o menos severas.

3. Corregir la orientación de las ramas estructurales y alargar o acortar las mismas mediante poda.

Podas de mantenimiento

Serán ligeras y se realizarán con frecuencia anual. Son ejemplo de poda de mantenimiento anual, las denominadas en "cabezas de gato". Reciben este nombre, por los abultamientos que se forman al cabo de los años, cuando se suprimen los brotes del año en un mismo punto, estos abultamientos simulan la cabeza de un gato.

Las podas de mantenimiento plurianuales son más severas, estando orientadas a reducir la copa. Esta reducción de copa puede resultar antiestética, cuando se trata por ejemplo de eliminar las "cabezas de gato", o ser, muy estética cuando se reduce la copa a la inglesa donde, respetando el porte natural del árbol, se reduce considerablemente la copa sin recurrir a podas severas tipo terciado.

Otro tipo de poda de mantenimiento es el aclareo, con ella se aligera la estructura de una parte de sus ramificaciones. No se modifica el volumen, pero la transparencia que se consigue es importante.

Podas excepcionales

Se denominan así a las podas severas que, aunque pueden tener su justificación en determinados casos, no podrán ser utilizadas como métodos regulares de podas de mantenimiento, para reducir el volumen de copa. Técnicamente es inadmisible su uso desde el punto de vista del perjuicio estético causado y los riesgos que se hace correr al árbol de enfermedad, pudrición, reducción de su esperanza de vida, etc.

Sólo se realizarán cuando no quede más remedio y se trate de salvar especies cuyo estado botánico esté en declive por causas diversas, como pueden ser:

- Modification del medio subterráneo.
- Ataques de plagas o enfermedades donde no cabe otro tratamiento.
- Eliminación de daños físicos importantes en su copa.

Poda de arbustos, subarbustos y setos

Los arbustos estarán plantados al objeto de apreciarlos libremente, en forma aislada o agrupada, y se procurará el recortarlos lo menos posible, ya que la mayor parte de ellos no requieren más que una poda moderada para mantener su forma y renovar sus ramas debilitadas por la floración.

En los arbustos, la poda se limitará a realizar limpieza de ramas viejas o enfermas y descargar la excesiva abundancia de ramas, todo ello encaminado a dar aire y luz a las ramificaciones demasiado compactas.

Nunca se deberá rebajar uniformemente un arbusto con el pretexto de sanear y rejuvenecer la planta, sin tener en cuenta si su floración se verá comprometida. Tampoco se deberá dejar a su aire y que formen pronto una espesura impermeable al aire y la luz.

Para realizar la poda, se deberán considerar los siguientes factores:

1. Su porte natural cuando crece libremente en la naturaleza. La poda no debe contrariar excesivamente la forma que la planta adoptaría si no se interviniera sobre ella.
2. La forma y época de florecer el arbusto.
3. Si son de hoja caduca o perenne, ya que los admiten podas menos severas.

A pesar de lo indicado, pueden coincidir circunstancias concretas que justifiquen la intervención con una poda determinada, como:

- Cuando se quiere variar la forma del arbusto y hacer resaltar más la planta, (setos).
- Cuando se desea mejorar la cantidad y calidad de las flores en aquellas especies que sean decorativas.
- Cuando haya que rejuvenecer arbustos débiles o enfermos. En este caso, se tendrá que suprimir las partes enfermas y rebajar el arbusto hasta sus ramas principales, para lograr una vegetación nueva y vigorosa.

En ocasiones, habrá que eliminar algunas de las ramas principales o incluso decapitar el arbusto.

Se distinguen para los arbustos, los siguientes tipos de poda:

Poda de formación

Orientada a conseguir que el arbusto vaya adquiriendo al crecer una forma que sea la más adecuada para conseguir su máximo valor ornamental. Con la poda de formación, se regula la vegetación y se ayuda a la formación de las ramas principales.

Poda de conservación

Se realizará en ejemplares adultos bien formados. Tendrá por misión mantener el equilibrio entre las diferentes partes del arbusto y evitar que las plantas tengan demasiada espesura. Se realizará conservando las ramas principales y suprimiendo las del centro que impiden una buena aireación por haberse desarrollado mucho.

Poda de rejuvenecimiento

Cuando un arbusto haya alcanzado gran desarrollo con la edad, a veces necesitará una poda fuerte. Se realizará esta conservación, siempre que sea posible, las ramillas jóvenes que brotan de la base y eliminando a ras todas o algunas de las ramas más vigorosas. Esta poda se realizará cada varios años dependiendo de la especie. Las ramillas que se conserven tendrán una longitud de un metro aproximadamente.

Poda de floración

Se tendrá en cuenta cómo se forman los botones florales y la época de floración. Se distingue:

- Arbustos que florecen sobre brotes del año. Estos brotes que se originan a través de una yema inserta en la madera del año anterior dan lugar a brotes secundarios que coronan en flor.
- Arbustos que florecen sobre brotes del año anterior convertidos en ramas.

Casos particulares de poda

Existen algunas especies que, aunque se podan basándose en los principios fundamentales de la poda ya descritos, requieren de algún tratamiento específico.

Poda de arbustos trepadores

Las trepadoras precisan de podas muy diferentes, deben evitarse las podas si se pueden desarrollar libremente sin estorbar y con una vegetación adecuada. El criterio, si hubiese que podar, es el mismo que el descrito para los arbustos no trepadores.

CONTROL DE LA MALEZA

Junto con el riego y la limpieza, el control de la vegetación adventicia es una de las labores que más dedicación exige en el mantenimiento de las áreas verdes de los sitios turísticos.

La flora adventicia desluce las zonas, dan sensación de abandono, compiten con las plantas y son refugio de plagas y enfermedades. No obstante, en agricultura ecológica y en plantaciones frutales son útiles. Se reciclan y se vuelven a incorporar al suelo. Además, protegen el suelo de la erosión.

Las escardas tienen como misión la eliminación de la vegetación adventicia, se efectúan cuando desmerezca el aspecto del terreno, pudiendo realizarse, además de con medios mecánicos o manuales.

Método de control de las malezas

- **Escarda manual:** usando las manos, machete, cuma o la azada.
- **Escarda mecánica:** usando una desbrozadora de hilo.

Mano, con azada machete, cuma o escardillo

La escarda manual o mecánica consiste en el entrecavado de las zonas ocupadas por árboles, arbustos y plantas de flor, es el método tradicional y más usado.

En los macizos de flores proyectados y pequeñas áreas NO se puede usar la desbrozadora de hilo, ni tampoco herbicidas porque se dañarían a las plantas circundantes, a menos que estos últimos sean selectivos y afecten solo a plantas de hoja estrecha.

Se recomienda regar el día antes de desherbar manualmente, para que el terreno esté húmedo y así extraer la vegetación espontánea con facilidad.

Una operación distinta a la escarda son las cavas. Su finalidad es mejorar el suelo proporcionando una buena estructura, aireándolo y rompiendo la costra superficial, pero obviamente, se eliminan también la vegetación adventicia que se encuentre en el terreno. Su profundidad es de 20 cm, llegando a veces a 30 cm en las cavas profundas, en ningún caso deben afectar al sistema radicular.

Para los árboles plantados en alcorque, estas cavas se realizarán en toda la superficie.

La frecuencia de las cavas es variable, según el tipo de suelo, clima y estado de cubrición de la masa arbustiva, suelen realizarse entre 4 y 6 cavas al año.

Después de efectuar las cavas y escardas, se pasa un rastrillo para alisar el terreno y eliminar elementos extraños (piedras, hierbas, etc.).

Se recomienda el control de la flora adventicia por este método, bien sea manualmente o con azada, en zona de superficies reducidas con alta densidad de plantación y también para las zonas de juegos infantiles; como se han citado anteriormente este método será ideal para los macizos de flores de temporada.

En las restantes zonas proyectadas, arboledas, praderas, etc., el control de la flora adventicia por medio de este método puede que no implique rentabilidad y además resulte fatigoso, dado que la superficie a cubrir es considerable, por ello se plantea el uso de otros métodos alternativos (mecánicos) para la eliminación de las malezas en esas zonas.

Desbrozadora

Esta máquina lleva un hilo de nylon y tiene dos usos principales:

- Romper la vegetación adventicia a ras de suelo.
- Perfilar los bordes del césped.

Se puede sustituir el hilo de nylon por un disco metálico, accesorio mucho más potente que permite si fuera preciso seccionar matorral.

Programación de Actividades de Mantenimiento para sitios turísticos

PLANNING DE LOS TRABAJOS A REALIZAR PARA LA CONSERVACIÓN DE ZONAS VERDES E INSTALACIONES DE LOS SITIOS TURISTICOS												
LABORES A REALIZAR	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	OBSERVACIONES
Reposición de pavimentos	Según necesidades												
Mobiliario	Según necesidades												Todo el mobiliario urbano se pintará al menos 1 vez al año, manteniéndolo en perfecto estado de uso.
Limpieza	Frecuencia diaria												
Poda de Árboles y Arbustos	Según necesidades												

Tabla 334: Planning de Trabajos de Conservación en los Sitios Turísticos.
Fuente: Elaboración Propia.

Labores de mantenimiento y conservación.

Sistema de Captación Pluvial, Sistema de Aguas Residuales y Red de riego

Para lograr el funcionamiento correcto del Sistema de Captación Pluvial, el Sistema de Aguas Residuales y la red de riego y elementos que la componen (en aquellos meses de verano que se requiera), además de que la misma desempeñe su misión, se realizará un mantenimiento preventivo adecuado, sin olvidar que también demandará un mantenimiento correctivo.

Estos sistemas, así como la instalación de red riego demandará mantenimiento preventivo, con frecuencia variable según los elementos que la constituyen.

Elementos	Actividad	Frecuencia
Valvulería	• Limpieza de filtros • Relleno de arena en filtros • Comprobar cierre llaves bolas y/o compuerta	Mensual Según necesidades Mensual
Tanque Septico, Cisterna, Tuberías y accesorios	• Limpieza y vaciado de tanque Septico y sus elementos • Limpieza de Cisterna y sus elementos • Comprobar la no existencia de fugas • Reparación y/o sustitución de elementos	Anual Según necesidades Periódica Según necesidades
Aspersores, difusores y goteros	• Revisión de filtros en aspersión y difusores. • Verificación del alcance del chorro • Comprobación de limpieza de salida de goteros	Mensual Semanal Mensu
Arquetas	• Comprobar y revisar desagües • Lijado y pintado de superficies oxidadas	Mensual Anual

Tabla 335: Elementos de la instalación, actividad y frecuencia de mantenimiento de los sistemas aguas.
Fuente: Elaboración Propia.

EQUIPO Y HERRAMIENTAS PARA MANTENIMIENTO Y CONSERVACIÓN DE SITIOS TURÍSTICOS

EQUIPO Y HERRAMIENTAS	**ASIGNACIÓN POR SITIO TURISTICO**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
CISTERNA DE CAPTACION DE AGUA	1	Incluida en Obra Civil	-----
TANQUE SEPTICO	1	Incluida en Obra Civil	-----
BASUREROS	5	$12.50	$62.50
RASTRILLO	1	$4.00	$4.00
ESCOBA	2	$2.00	$4.00
MOTOSIERRA	1	$225.00	$225.00
DESBROZADORA	1	$60.00	$60.00
CONO DE SEÑALIZACIÓN	5	$6.10	$30.50
CARRETILLA	1	$45.00	$45.00
AZADÓN	1	$7.00	$7.00
CEPILLO BARRENDERO	1	$3.00	$3.00
MARTILLO	1	$5.50	$5.50
GRIFA	1	$10.50	$10.50
MANGUERA	1	$15.00	$15.00
PALA CUADRADA	1	$5.95	$5.95
PALA REDONDA	1	$4.25	$4.25
PALA DUPLEX	1	$12.25	$12.25
GUANTES	2	$3.25	$6.50
MACHETE	1	$5.00	$5.00
TIJERAS DE PODAR	1	$11.25	$11.25
LLAVES ALLEN	1	$18.25	$18.25
LIMA	1	$1.50	$1.50
DESTORNILLADOR	1	$10.95	$10.95
ALICATE	1	$3.20	$3.20
LLAVE DE TUBO	1	$13.75	$13.75
TENAZA	1	$3.35	$3.35
TOTAL			**$563.05**

ANEXO 7: PRINCIPALES INDICADORES POR MUNICIPIO

MUNICIPIO DE APASTEPEQUE: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	20,603 hab.	**Población rural (%):**	73.51%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
11	2	0	2
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	76.89%	**Asistencia Escolar**	86.4%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
298	324	48	5
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	85%	**Agua potable:**	62.4%
Telefonía:	80%	**Internet:**	50%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	1 Cajero sistema Fedecredito
ECONOMÍA			
PEA:	36%	**Cantidad de Productores artesanales:**	7
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	3	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	3
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	2	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	1
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	2	**Cantidad de atractivos con señalización:**	2
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	2	**Hoteles:**	0
Hostales:	1		

Tabla 336: Principales Indicadores municipio de Apastepeque.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE GUADALUPE: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	6,208 hab.	**Población rural (%):**	32.17%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
2	0	0	4
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	85.8%	**Asistencia Escolar**	86.7%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
20	110	32	1
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	85%	**Agua potable:**	89.4%
Telefonía:	80%	**Internet:**	50%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	1 Cajero sistema Fedecredito
ECONOMÍA			
PEA:	27.28%	**Cantidad de Productores artesanales:**	8
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	4	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	2
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	3	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	0
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	1
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	2	**Cantidad de atractivos con señalización:**	0
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	0	**Hoteles:**	0
Hostales:	0		

Tabla 337: Principales Indicadores municipio de Guadalupe.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE SAN CAYETANO ISTEPEQUE: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	6,048 hab.	**Población rural (%):**	68.45%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
1	2	0	2
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	77.66%	**Asistencia Escolar**	33%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
23	96	20	1
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	85%	**Agua potable:**	89.4%
Telefonía:	70%	**Internet:**	50%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	1 Cajero sistema Fedecredito
ECONOMÍA			
PEA:	43.12%	**Cantidad de Productores artesanales:**	6
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	3	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	0
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	3	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	0
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	0	**Cantidad de atractivos con señalización:**	0
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	0	**Hoteles:**	0
Hostales:	0		

Tabla 338: Principales Indicadores municipio de San Cayetano Istepeque.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE SANTA CLARA: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	5,559 hab.	**Población rural (%):**	82.50%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
2	0	0	1
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	83.3%	**Asistencia Escolar**	90.6%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
2	32	44	1
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	79.2%	**Agua potable:**	53.2%
Telefonía:	70%	**Internet:**	50%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	1 Cajero sistema Fedecredito
ECONOMÍA			
PEA:	22.55%	**Cantidad de Productores artesanales:**	5
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	3	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	1
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	3	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	0
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	0	**Cantidad de atractivos con señalización:**	0
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	0	**Hoteles:**	0
Hostales:	0		

Tabla 339: Principales Indicadores municipio de Santa Clara.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE SAN ESTEBAN CATARINA: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	5,996 hab.	**Población rural (%):**	55.36%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
3	0	0	0
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	75.83%	**Asistencia Escolar**	89.8%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
35	153	12	2
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	82.6%	**Agua potable:**	69.2%
Telefonía:	75%	**Internet:**	75%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	1 Cajero sistema Fedecredito
ECONOMÍA			
PEA:	41.07%	**Cantidad de Productores artesanales:**	7
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	3	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	2
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	3	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	0
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	0	**Cantidad de atractivos con señalización:**	0
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	0	**Hoteles:**	0
Hostales:	0		

Tabla 340: Principales Indicadores municipio de San Esteban Catarina.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE SAN LORENZO: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	6,834 hab.	**Población rural (%):**	65.96%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
2	0	0	2
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	83.3%	**Asistencia Escolar**	90.6%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
31	41	19	4
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	79.2%	**Agua potable:**	53.2%
Telefonía:	75%	**Internet:**	60%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	1 Cajero sistema Fedecredito
ECONOMÍA			
PEA:	29.81%	**Cantidad de Productores artesanales:**	2
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	3	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	3
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	3	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	0
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	0	**Cantidad de atractivos con señalización:**	0
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	0	**Hoteles:**	0
Hostales:	0		

Tabla 341: Principales Indicadores municipio de San Lorenzo.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE SAN VICENTE: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	59,936 hab.	**Población rural (%):**	31.03%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
19	10	1	52
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	79.91%	**Asistencia Escolar**	85.6%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
35	153	658	26
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	82.6%	**Agua potable:**	89.2%
Telefonía:	75%	**Internet:**	75%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	1 Banco Agrícola, 1 Citi Bank, 1 Scotiabank, 1 Caja de crédito, 1 Banco Azteca, 1 Banco de américa central, 1 Banco promerica.
ECONOMÍA			
PEA:	48.14%	**Cantidad de Productores artesanales:**	2
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	7	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	5
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	2	**Turismo de Aventura**	1
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	3
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	5	**Cantidad de atractivos con señalización:**	5
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	4	**Hoteles:**	2
Hostales:	0		

Tabla 342: Principales Indicadores municipio de San Vicente.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE TEPETITAN: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	4,221 hab.	**Población rural (%):**	49.19%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
1	2	0	1
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	83.3%	**Asistencia Escolar**	90.6%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
26	114	17	7
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	79.2%	**Agua potable:**	53.2%
Telefonía:	75%	**Internet:**	75%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	1 Cajero sistema Fedecredito
ECONOMÍA			
PEA:	20.11%	**Cantidad de Productores artesanales:**	1
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	6	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	2
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	4	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	2
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	2	**Cantidad de atractivos con señalización:**	2
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	0	**Hoteles:**	0
Hostales:	0		

Tabla 343: Principales Indicadores municipio de Tepetitán.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE VERAPAZ: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	7,044 hab.	**Población rural (%):**	60.76%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
1	0	0	4
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	83.3%	**Asistencia Escolar**	90.6%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
58	108	27	1
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	86.2%	**Agua potable:**	88.3%
Telefonía:	75%	**Internet:**	75%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	1 Cajero sistema Fedecredito
ECONOMÍA			
PEA:	25.94%	**Cantidad de Productores artesanales:**	16
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	6	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	2
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	4	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	2
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	2	**Cantidad de atractivos con señalización:**	2
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	0	**Hoteles:**	0
Hostales:	0		

Tabla 344: Principales Indicadores municipio de Verapaz.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE JERUSALEN: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	2,875 hab.	**Población rural (%):**	82.57%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
1	0	1	1
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	84.5%	**Asistencia Escolar**	88.4%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
19	37	13	0
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	78%	**Agua potable:**	90.10%
Telefonía:	75%	**Internet:**	75%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	0
ECONOMÍA			
PEA:	41.73%	**Cantidad de Productores artesanales:**	4
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	12	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	0
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	1	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	11
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	0	**Cantidad de atractivos con señalización:**	0
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	0	**Hoteles:**	0
Hostales:	0		

Tabla 345: Principales Indicadores municipio de Jerusalén.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE MERCEDES LA CEIBA: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	663 hab.	**Población rural (%):**	23.86%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
1	0	0	0
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	80.41%	**Asistencia Escolar**	88.5%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
19	10	4	0
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	81.3%	**Agua potable:**	64.8%
Telefonía:	75%	**Internet:**	50%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	0
ECONOMÍA			
PEA:	41.39%	**Cantidad de Productores artesanales:**	6
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	0	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	0
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	0	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	0
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	0	**Cantidad de atractivos con señalización:**	0
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	0	**Hoteles:**	0
Hostales:	0		

Tabla 346: Principales Indicadores municipio de Mercedes La Ceiba.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE SANTO DOMINGO: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	7,653 hab.	**Población rural (%):**	65.54%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
1	3	0	2
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	81.73%	**Asistencia Escolar**	88.3%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
51	156	34	2
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	95%	**Agua potable:**	67.5%
Telefonía:	75%	**Internet:**	50%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	1 Cajero sistema Fedecredito
ECONOMÍA			
PEA:	28.5%	**Cantidad de Productores artesanales:**	61
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	3	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	1
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	3	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	0
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	0	**Cantidad de atractivos con señalización:**	0
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	1	**Hoteles:**	1
Hostales:	0		

Tabla 347: Principales Indicadores municipio de Santo Domingo.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE SAN SEBASTIAN: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	15,540 hab.	**Población rural (%):**	54.53%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
3	0	0	2
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	86.1%	**Asistencia Escolar**	92%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
118	474	124	5
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	89.8%	**Agua potable:**	58.5%
Telefonía:	75%	**Internet:**	50%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	2 Cajero sistema Fedecredito
ECONOMÍA			
PEA:	38.39%	**Cantidad de Productores artesanales:**	8
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	4	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	1
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	1	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	3
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	2	**Cantidad de atractivos con señalización:**	2
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	0	**Hoteles:**	0
Hostales:	0		

Tabla 348: Principales Indicadores municipio de San Sebastián.
Fuente: Elaboración Propio.

MUNICIPIO DE SAN ILDEFONSO: PRINCIPALES INDICADORES			
Población:	8,150 hab.	**Población rural (%):**	72.02%
Delincuencia (Ultimo año: 2015)			
Asesinatos	**Robos**	**Secuestros**	**Extorsiones**
1	0	0	1
EDUCACIÓN			
Tasa de Alfabetismo	68.01%	**Asistencia Escolar**	71.5%
Educación Superior (Núm. de personas)		**Conocimiento de otros idiomas (Núm. de pers.)**	
Técnico Universitario	**Superior Universitario**	**Ingles**	**Otros**
14	44	16	3
INFRAESTRUCTURA (% DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS)			
Energía Eléctrica:	82%	**Agua potable:**	72.4%
Telefonía:	75%	**Internet:**	50%
Recolección de desechos:	100% (Casco Urbano)	**Cantidad de puntos con servicios Financieros/Bancarios:**	1 Cajero sistema Fedecredito
ECONOMÍA			
PEA:	41.39%	**Cantidad de Productores artesanales:**	7
TURISMO:			
Cantidad de sitios o atractivos turísticos:	3	**Cantidad de sitios o atractivos turísticos que están siendo utilizados:**	1
Cantidad de atractivos según la clase de turismo			
Ecoturismo	2	**Turismo de Aventura**	0
Turismo de Sol y Playa	0	**Turismo Cultural**	2
Turismo Rural	0	**Turismo Arqueológico**	0
Cantidad de atractivos con buen estado de acceso:	3	**Cantidad de atractivos con señalización:**	2
Servicios Turísticos Complementarios			
Restaurantes:	0	**Hoteles:**	0
Hostales:	0		

Tabla 349 : Principales Indicadores municipio de San Ildefonso.
Fuente: Elaboración Propio.

ANEXO 8: DETALLE DE COSTOS DE CAPACITACIONES DE LOS COMPONENTES

Capacitaciones Componente Turístico

Descripción	Cantidad	Costo	Total
papel bond	1	$3.50	$3.50
folder	15	$0.10	$1.50
lápices	15	$0.12	$1.80
Lapiceros	15	$0.12	$1.80
engrapadora y plumones	1	$1.72	$1.72
grapas	1	$2.00	$2.00
Tirro	1	$2.00	$2.00
pliegos de papel bond	40	$0.10	$4.00
Transporte			**$30.00**
Materiales consumibles			**$18.32**
honorarios de capacitadores			**$120.00**
Total			**$138.32**

Capacitaciones Componente de Seguridad

Capacitaciones 2.A.1.A

Descripción	Cantidad	Costo	Total
papel bond	2	$3.50	$7.00
folder	70	$0.10	$7.00
lápices	140	$0.12	$16.80
Lapiceros	140	$0.12	$16.80
engrapadora y plumones	1	$1.72	$1.72
grapas	2	$2.00	$4.00
Tirro	4	$2.00	$8.00
pliegos de papel bond	68	$0.10	$6.80
Transporte			**$120.00**
Materiales consumibles			**$68.12**
honorarios de capacitadores			**$640.00**
Total			**$708.12**

Capacitaciones 2.B.2.B

Descripción	Cantidad	Costo	Total
papel bond	2	$3.50	$7.00
folder	125	$0.10	$12.50
lápices	125	$0.12	$15.00
Lapiceros	125	$0.12	$15.00
engrapadora y plumones	1	$1.72	$1.72
grapas	2	$2.00	$4.00
Tirro	4	$2.00	$8.00
pliegos de papel bond	68	$0.10	$6.80
Transporte			**$120.00**
Materiales consumibles			**$70.02**
honorarios de capacitadores			**$450.00**
Total			**$520.02**

Capacitaciones 2.D.1.D

Descripción	Cantidad	Costo	Total
papel bond	2	$3.50	$7.00
folder	15	$0.10	$1.50
lápices	15	$0.12	$1.80
Lapiceros	15	$0.12	$1.80
engrapadora y plumones	1	$1.72	$1.72
grapas	1	$2.00	$2.00
Tirro	4	$2.00	$8.00
pliegos de papel bond	30	$0.10	$3.00
Transporte			**$30.00**
Materiales consumibles			**$26.82**
honorarios de capacitadores			**$120.00**
Total			**$146.82**

Capacitaciones 2.D.2.D

Descripción	Cantidad	Costo	Total
papel bond	2	$3.50	$7.00
folder	35	$0.10	$3.50
lápices	35	$0.12	$4.20
Lapiceros	35	$0.12	$4.20
engrapadora y plumones	1	$1.72	$1.72
grapas	1	$2.00	$2.00
Tirro	1	$2.00	$2.00
pliegos de papel bond	60	$0.10	$6.00
Transporte			**$30.00**
Materiales consumibles			**$30.62**
honorarios de capacitadores			**$120.00**
Total			**$150.62**

Capacitaciones Componente de Emprendedurismo

Descripción	Cantidad	Costo	Total
papel bond	1	$3.50	$3.50
folder	35	$0.10	$3.50
lápices	35	$0.12	$4.20
Lapiceros	35	$0.12	$4.20
engrapadora y plumones	1	$1.72	$1.72
grapas	1	$2.00	$2.00
Tirro	1	$2.00	$2.00
pliegos de papel bond	60	$0.10	$6.00
Transporte			**$30.00**
Materiales consumibles			**$27.12**
honorarios de capacitadores			**$120.00**
Total			**$147.12**

Capacitaciones Componente de Comercialización

Descripción	Cantidad	Costo	Total
papel bond	1	$3.50	$3.50
folder	15	$0.10	$1.50
lápices	15	$0.12	$1.80
Lapiceros	15	$0.12	$1.80
engrapadora y plumones	1	$1.72	$1.72
grapas	1	$2.00	$2.00
Tirro	1	$2.00	$2.00
pliegos de papel bond	40	$0.10	$4.00
Transporte			**$30.00**
Materiales consumibles			**$18.32**
honorarios de capacitadores			**$120.00**
Total			**$138.32**

GLOSARIO

Artesanía

Se define Artesanía al producto con características distintivas obtenido del conjunto de artes realizadas total o parcialmente a mano, que requiere destreza manual y sentido estético o artístico, para realizar objetos, con sello personal o colectivo, funcionales o decorativos en un proceso de transformación de materias primas.

Cabotaje

Servicios de transporte aéreo o marítimo proporcionados dentro del territorio nacional para fines turísticos

Empresa turística:

Las que ofrecen y prestan servicios a turistas en las áreas de información, transporte, alojamiento, alimentación y recreación.

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.

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.

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.

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.

Turismo.

Turismo se define como: aquel desplazamiento en el espacio realizado por personas con el fin de servirse de otros espacios como lugares de ocio, para disfrutar de los recursos naturales y/o culturales.

El turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos.

Turismo cultural

Turismo practicado por personas con motivación de instruirse, estudiar las costumbres, las instituciones y la vida de los pueblos; conocer monumentos históricos, artísticos y arqueológicos o admirar las grandes realizaciones humanas.

Turismo ecológico

Ejecución de un viaje a áreas naturales que están relativamente sin disturbar o contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar el panorama junto con sus plantas y animales silvestres, así mismo cualquier manifestación cultural pasada o presente que se encuentre en esas áreas. Turismo de la naturaleza que promueve la conservación y los esfuerzos para un desarrollo sostenible. Un fenómeno que engloba toda una serie de opciones, que varían desde un enfoque purista científico, hasta la visita de recreo a una zona natural como actividad de fin de semana o como parte de un viaje más importante.

Turismo de aventura

Modalidad practicada por un amplio grupo de personas que se desplazan para realizar actividades deportivas terrestres, aéreas, marítimas y acuáticas.

Turismo de negocios

Turismo que involucra a las personas que se desplazan con el propósito de hacer actividades lucrativas. También los desplazamientos que tienen como objeto la visita a ferias, exposiciones y realizaciones técnicas de importancia.

Turismo de salud

Involucra a todas aquellas personas que se desplazan con el propósito de recibir tratamientos de naturaleza física y mental, que mejoren la salud.

Turismo religioso

Turismo que involucra a todas aquellas personas que viajan con el propósito de participar en eventos religiosos de importancia internacional.

Turismo rural

Turismo que practican todas aquellas personas que se desplazan a las zonas rurales de un país, con diversas motivaciones.

Turista.

Se le llama turista a toda persona que realiza un desplazamiento por más de 24hs, fuera de su lugar de residencia habitual de forma voluntaria y sin fines de lucro.

Visitante.

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados.

Visitante del día (Excursionista).

Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado.

Visitante internacional

Es toda persona que viaja, por un período no superior a doce meses, a un país distinto de aquel 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. Este término se aplica a aquel individuo que práctica turismo emisor.

Visitante interno

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 la visita no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. Dentro de esta categoría se incluyen a todas aquellas personas que practican el turismo interno.