

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL**



**CONSULTORÍA SOBRE LA FACTIBILIDAD DEL DISEÑO DE  
CIRCUITOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL  
TEPEZONTES, DEPARTAMENTO DE LA PAZ**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

**COREAS PÉREZ, SARA PATRICIA**

**RIVERA JUÁREZ, JUANA**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

**MAESTRA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL**

JULIO DE 2017

CIUDAD UNIVERSITARIA, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

# UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



## AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: INTERINO

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS

SECRETARIA GENERAL INTERINA: DRA. ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA

## AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO:

LIC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ

VICEDECANO:

LIC. MARIO WILFREDO CRESPIÓN ELÍAS, MSC.

SECRETARIA:

LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO

ADMINISTRADOR ACADÉMICO: LIC. EDGAR ANTONIO MEDRANO MELÉNDEZ

TRIBUNAL EXAMINADOR: LIC. DIMAS DE JESÚS RAMÍREZ ALEMÁN, MSC.

LIC. CARLOS ARMANDO PINEDA LANDAVERDE, MSC.

LIC. JOSÉ GUILLERMO ALGER, MSC.

JULIO DE 2017

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

## AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a cada uno de ustedes el cariño y el apoyo que me ayudó a culminar un sueño que con tantas ansias deseé alcanzar.

A **Dios Todopoderoso**, por darme sabiduría y fortaleza, por guiarme, protegerme y libramme de todo mal.

Con dedicatoria y agradecimiento especial a mi **Abuelita Tina †**, quién en mi proceso de maestría partió para convertirse en un lindo ángel que en vida me brindó su cariño y apoyo total, quién después de mis padres, fue la persona que más se preocupó por mi bienestar. Esta tesis es para usted en agradecimiento por todo su amor.

A mis padres **Sarita y Julio**, les adeudo mi superación qué es la mayor de las herencias. A mi Mamá, por su amor, cariño, apoyo, confianza y por respetar siempre mis decisiones, por siempre darme soluciones y nunca complicaciones, por dividirse en varias personas y sacrificarse para que yo siempre tenga lo mejor. A mi Papá, por cada desvelo y cada viaje en bus para traerme con bien a casa, gracias por enseñarme que la honestidad es la base de todo. A mi hermana **Ellen**, por su amor y cariño, por ser mi compañía, mi ayuda, apoyo y fuerza para seguir adelante. A mi **Abuelito Meme**, por su amor, cariño, apoyo, ayuda, confianza y por su empeño en ayudarme siempre. A mis tíos: **Norma, Jorge y Karen**, por su amor, alegría, cariño, consejos y apoyo incondicional. A mis primos: **Claudia Saravia, Cindy y Jorge Flores, Andrea y Salvador Rivera** y a mi sobrina **Izabella**, gracias a todos por su amor, cariño, apoyo y alegría.

A la Sra. **Myriam Fuentes**, por su cariño, comprensión, ayuda, confianza, hospitalidad y protección. Dios nos cruzó los caminos, estoy eternamente agradecida de haberle conocido, muchas gracias por cada comida y por cada palabra de aliento, por escucharme y abrirme las puertas de su hogar. La llevaré en mi corazón por siempre.

A **Yenni Delgado**, gracias por su amistad, amor, cariño, consejos, confianza, hospitalidad, comprensión, sinceridad, diversión, abrazos, compañía y por aventurarse en los mejores viajes de mi vida, por los buenos momentos compartidos, por haber estado siempre motivándome

a seguir adelante, por escucharme y ayudarme a tomar mis decisiones con la mayor sensatez. Gracias por hacerme sentir en casa.

A **Vanessa Andrade**, por tu cariño, amor, abrazos, confianza, consejos, palabras de aliento, apoyo y por siempre enseñarme a no tener miedo a luchar por alcanzar mis sueños. Gracias por acompañarme en todo momento, tu amistad tiene el valor más importante en mi vida.

A una gran amiga: **Dra. Teresa Mariela Reyes Flores †**, siempre fuiste un ángel que supo cuidarme, gracias porque cada vez que necesitaba de apoyo, podía contar contigo.

A mis amigos y compañeros: **Yasmin Díaz, Hsu Hsiao Hua, Carlos Vásquez, Imelda Pérez, Cindy Ruíz, Silvia Corcio, Karen Carranza, Vanessa Blanco, Fátima Soto, Virginia Gálvez de Ventura, Marina Rubio, Iris Díaz, Karla Villatoro, Nathaly Alvarado, Concepción Hernández, Juana Rivera, Fátima Saravia, Xavier Rojas y Evelyn Perdomo.**

Inmensas gracias a todos, por su apoyo sincero e incondicional.

*Sara Patricia Coreas Pérez*

## AGRADECIMIENTOS

A **DIOS TODO PODEROSO**, Por darnos vida, salud, fuerzas, perseverancia y todo lo necesario para vivir y por darme la oportunidad de concluir esta etapa de mi vida.

A **MI FAMILIA**, que me ha brindado su apoyo durante todos mis estudios, han compartido conmigo enseñanzas, consejos, alegrías y tristezas que juntos las hemos superado con la ayuda de Dios.

De manera especial a mis tres hijos, **Josué Daniel, Samuel Elías y Luis Antonio**, quienes significan todo para mí.

Agradezco a mi Nana **Hilda Juárez**, por su amor y apoyo incondicional a lo largo de mi vida que gracias a ella he logrado ser la persona que soy.

Un especial agradecimiento a mi compañera de tesis **Patricia Coreas**, por brindarme la oportunidad de llevar juntas este viaje, por su arduo empeño, aporte y cariño.

A mis **amigos, amigas y personas cercanas en mi vida**, por empujarme a seguir adelante y por darme su apoyo incondicional.

Sinceros agradecimientos al **Maestro Dimas Ramírez**, por su disponibilidad y apoyo en el desarrollo de esta consultoría.

Finalmente agradezco a todas aquellas personas que de alguna manera han apoyado con sus consejos, vivencias y comprensión para la culminación exitosa de la presente investigación.

*Juana Rivera Juárez*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>i</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>ii</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>1. MARCO REFERENCIAL</b>	<b>1</b>
<b>1.1. BREVE DESCRIPCIÓN DEL SUJETO DE ESTUDIO</b>	<b>1</b>
<b>1.1.1. MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>1</b>
<b>1.1.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b>	<b>2</b>
<b>1.2. PLANTEAMIENTO Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>3</b>
<b>1.2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>3</b>
<b>1.2.2. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>3</b>
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>4</b>
<b>1.4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>5</b>
<b>1.4.1. COBERTURA TEMPORAL</b>	<b>5</b>
<b>1.4.2. COBERTURA ESPACIAL</b>	<b>5</b>
<b>1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>5</b>
<b>1.5.1. OBJETIVO GENERAL</b>	<b>5</b>
<b>1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>5</b>
<b>1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>6</b>
<b>1.6.1. UNIVERSO</b>	<b>6</b>
<b>1.6.2. MUESTRA</b>	<b>6</b>
<b>1.6.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b>	<b>6</b>
<b>1.6.4. DEFINICIÓN DE VARIABLES</b>	<b>7</b>
<b>CAPITULO II</b>	
<b>2. MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL</b>	<b>7</b>
<b>2.1. TURISMO</b>	<b>7</b>
<b>2.2. COMPONENTES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</b>	<b>9</b>
<b>2.2.1. DEMANDA TURÍSTICA</b>	<b>9</b>
<b>2.2.2. OFERTA TURÍSTICA</b>	<b>9</b>
<b>2.3. ESPACIO GEOGRÁFICO</b>	<b>13</b>
<b>2.4. OPERADORES TURÍSTICOS</b>	<b>13</b>
<b>2.5. PATRIMONIO CULTURAL</b>	<b>13</b>
<b>2.6. RECURSOS TURÍSTICOS</b>	<b>14</b>
<b>2.7. RUTA TURÍSTICA</b>	<b>15</b>
<b>2.8. CIRCUITOS TURÍSTICOS</b>	<b>15</b>
<b>2.8.1. TIPOS DE CIRCUITOS TURÍSTICOS</b>	<b>17</b>
<b>2.8.2. ELABORACIÓN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS</b>	<b>17</b>
<b>2.8.3. CONSOLIDACIÓN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS</b>	<b>18</b>
<b>2.8.4. PAQUETE TURÍSTICO</b>	<b>18</b>
<b>CAPITULO III</b>	
<b>3. DIAGNÓSTICO SOBRE EL DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS</b>	<b>19</b>
<b>3.1. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN CENTROAMÉRICA</b>	<b>19</b>

	<b>Pág.</b>
<b>3.2. HISTORIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR</b>	<b>20</b>
<b>3.3. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL SALVADOR</b>	<b>21</b>
<b>3.4. DIAGNÓSTICO SOBRE EL DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>27</b>
<b>3.4.1. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA</b>	<b>27</b>
<b>3.4.2. INVENTARIO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>29</b>
<b>3.4.3. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>31</b>
<b>CAPITULO IV</b>	
<b>4. DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>33</b>
<b>4.1. PLAN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS</b>	<b>33</b>
<b>4.1.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS</b>	<b>33</b>
<b>4.1.2. INICIATIVAS PÚBLICAS IDENTIFICADAS</b>	<b>34</b>
<b>4.1.3. INICIATIVAS PRIVADAS IDENTIFICADAS</b>	<b>34</b>
<b>4.1.4. PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS</b>	<b>34</b>
<b>4.1.4.1. Descripción y Recorrido del Circuito Turístico I: “LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN”</b>	<b>35</b>
<b>4.1.4.2. Descripción y Recorrido del Circuito Turístico II: “NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN”</b>	<b>36</b>
<b>4.1.5. REQUERIMIENTOS DE CADA INICIATIVA TURÍSTICA</b>	<b>37</b>
<b>4.1.6. DEMANDA POTENCIAL DE TURISTAS DE LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS</b>	<b>37</b>
<b>4.1.6.1. Cálculo de la Demanda</b>	<b>37</b>
<b>4.1.6.2. Proyección del Crecimiento de la Demanda</b>	<b>38</b>
<b>4.1.6.3. Proyección de la Demanda Total</b>	<b>38</b>
<b>4.1.6.4. Proyección de la Demanda Turística Nacional en el Municipio de San Miguel Tepezontes</b>	<b>38</b>
<b>4.1.6.5. Análisis Comparativo de la Demanda de Competencia Turística Similar en el País</b>	<b>39</b>
<b>4.1.6.6. Proyección de Visitas Turísticas al Municipio de San Miguel Tepezontes para los próximos cinco años</b>	<b>39</b>
<b>4.1.7. ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD AL MUNICIPIO Y SUS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>	<b>40</b>
<b>4.2. PLAN DE PAQUETES TURÍSTICOS</b>	<b>41</b>
<b>4.2.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE PAQUETES TURÍSTICOS</b>	<b>41</b>
<b>4.2.2. PAQUETES TURÍSTICOS</b>	<b>42</b>
<b>4.2.3. ITINERARIO DE PAQUETES TURÍSTICOS POR CADA CIRCUITO</b>	<b>44</b>
<b>4.2.4. ADMINISTRACIÓN DE RESERVA Y COMPRA DE PAQUETES TURÍSTICOS</b>	<b>45</b>
<b>4.2.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA UNITARIA DE PAQUETES TURÍSTICOS</b>	<b>46</b>
<b>4.3. PLAN DE CAPACITACIÓN</b>	<b>47</b>
<b>4.3.1. INTRODUCCIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN</b>	<b>48</b>
<b>4.3.2. OBJETIVOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN</b>	<b>48</b>

	<b>Pág.</b>
<b>4.3.3. DESCRIPCIÓN DE LOS MÓDULOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN</b>	<b>48</b>
<b>4.3.4. ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN A LOS ACTORES LOCALES</b>	<b>52</b>
<b>4.3.5. MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL GUÍA Y EL OPERADOR TURÍSTICO</b>	<b>53</b>
<b>4.4. PLAN DE MARKETING</b>	<b>53</b>
<b>4.4.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING</b>	<b>53</b>
<b>4.4.2. ESTRATEGIAS DE MARKETING</b>	<b>54</b>
<b>4.4.2.1. Estrategias de Promoción</b>	<b>54</b>
<b>4.4.2.2. Estrategias de Publicidad</b>	<b>54</b>
<b>4.4.2.3. Estrategias de Relaciones Públicas</b>	<b>55</b>
<b>4.4.2.4. Estrategias de participación de MIPYMES turísticas</b>	<b>56</b>
<b>4.4.3. DISEÑO DE MEDIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b>	<b>57</b>
<b>4.4.3.1. Diseño y Descripción de la Marca Turística</b>	<b>57</b>
<b>4.4.3.2. Diseño de Story Line</b>	<b>59</b>
<b>4.4.3.3. Ejemplo de Mupis y Vallas Publicitarias</b>	<b>59</b>
<b>4.4.3.4. Diseño de Brochures</b>	<b>60</b>
<b>4.4.3.5. Diseño de Mapa Turístico</b>	<b>62</b>
<b>4.4.3.6. Tipos de Señalización Propuestos</b>	<b>63</b>
<b>4.4.3.7. Diseño de Muelle Artesanal</b>	<b>64</b>
<b>4.4.4. CRONOGRAMA DE MEDIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD RECOMENDADO</b>	<b>65</b>
<b>4.5. PLAN DE ORGANIZACIÓN</b>	<b>66</b>
<b>4.5.1. INTRODUCCIÓN DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN</b>	<b>67</b>
<b>4.5.2. OBJETIVOS DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN</b>	<b>67</b>
<b>4.5.3. FUNCIONES OPERATIVAS Y ADMINISTRATIVAS DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>68</b>
<b>4.5.4. REQUERIMIENTO DE RECURSO HUMANO PARA EL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>69</b>
<b>4.5.5. REQUERIMIENTOS FÍSICOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>70</b>
<b>4.5.6. REQUISITOS GENERALES QUE DEBEN CUMPLIR LAS INICIATIVAS TURÍSTICAS</b>	<b>70</b>
<b>4.5.7. RESPONSABILIDADES DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>72</b>
<b>4.5.8. FUNCIONES EN LOS DIFERENTES CARGOS FUTUROS DEL MUNICIPIO</b>	<b>72</b>
<b>4.5.9. ESTRATEGIA DE CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE ORDENANZAS MUNICIPALES (LEYES, NORMATIVAS, MANTENIMIENTO, SEGURIDAD)</b>	<b>74</b>
<b>4.5.10. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES TURÍSTICAS</b>	<b>74</b>
<b>CAPITULO V</b>	
<b>5. ESTUDIO ECONÓMICO DE LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS PROPUESTOS PARA EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>75</b>
<b>5.1. INVERSIÓN PARA CIRCUITOS TURÍSTICOS PROPUESTOS</b>	<b>75</b>
<b>5.1.1. INVERSIÓN PÚBLICA</b>	<b>75</b>
<b>5.1.2. INVERSIÓN PRIVADA</b>	<b>75</b>



	<b>Pág.</b>
5.1.3. INVERSIÓN DE PLAN DE CAPACITACIÓN	75
5.1.4. INVERSIÓN DE PLAN DE MARKETING	76
5.1.5. INVERSIÓN DE PLAN DE ORGANIZACIÓN	76
5.1.6. INVERSIÓN FIJA	76
5.1.6.1. Inversión Fija Tangible	76
5.1.6.2. Inversión Fija Intangible	77
5.1.6.3. Imprevistos	78
5.1.7. INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO	78
5.2. PROPUESTAS DE FINANCIAMIENTO	79
5.2.1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	79
5.3. COSTOS PARA EL FUNCIONAMIENTO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES	80
5.3.1. COSTOS FIJOS	80
5.3.1.1. Costos de Operación	80
5.3.1.2. Costos de Administración	81
5.3.1.3. Costos de Comercialización	83
5.3.1.4. Costos Financieros	84
5.3.2. COSTOS VARIABLES	85
5.3.2.1. Costos de Servicios de Alimentación	85
5.3.2.2. Costos de Visitas Agroindustriales	86
5.3.2.3. Costos de Contratación de Guías Turísticos	86
5.3.2.4. Costos de Contratación de Salvavidas	86
5.3.2.5. Costos de Contratación de Transporte de Turistas	87
5.3.2.6. Costos de Contratación de Baños Portátiles para uso de Turistas	87
5.3.3. COSTOS DE PAQUETES TURÍSTICOS	87
5.3.3.1. Costo Variable Unitario por Paquetes	87
5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	88
5.4.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS	88
5.4.1.1. Precio de Venta	88
5.4.1.2. Venta de Servicios	88
5.4.2. PUNTO DE EQUILIBRIO	90
5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES	92
5.5.1. BALANCE GENERAL PROFORMA	92
5.5.2. ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA	93
5.5.3. FLUJO DE EFECTIVO	94
5.6. EVALUACIÓN ECONÓMICA	95
5.6.1. DEFINICIÓN DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL (WACC)	95
5.6.1.1. Generalidades	95
5.6.1.2. Cálculo del Costo de Capital Propio	95
5.6.1.3. Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (WACC)	96

5.6.2.	Valor Actual Neto (VAN)	Pág. 97
5.6.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	98
5.6.4.	Relación Beneficio Costo (B/C)	98
5.6.5.	RESULTADO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA	99
5.7.	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	100
5.7.1.	TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (TRI)	100
5.7.2.	RATIOS FINANCIEROS	101
5.7.3.	ANÁLISIS DE LAS RAZONES FINANCIERAS	102
5.8.	EVALUACIÓN SOCIO - ECONÓMICA	104
<b>CAPITULO VI</b>		
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	105
6.1.	CONCLUSIONES	105
6.2.	RECOMENDACIONES	106
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	108
	GLOSARIO	109

#### **ÍNDICE DE ANEXOS**

		Pág.
ANEXO 1	ENCUESTA	112
ANEXO 2	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA	114
ANEXO 3	REQUERIMIENTOS DE CADA INICIATIVA TURÍSTICA	133
ANEXO 4	PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO DE LA DEMANDA	137
ANEXO 5	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA NACIONAL EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES	139
ANEXO 6	ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA DEMANDA DE COMPETENCIA SIMILAR TURÍSTICA EN EL PAÍS	140
ANEXO 7	MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL GUÍA Y EL OPERADOR TURÍSTICO	142
ANEXO 8	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES TURÍSTICAS DE LA ALCALDÍA DE SAN MIGUEL TEPEZONTES	164
ANEXO 9	INVERSIÓN PÚBLICA	177
ANEXO 10	INVERSIÓN PRIVADA	181
ANEXO 11	INVERSIÓN DE PLAN DE MARKETING	183
ANEXO 12	INVERSIÓN DE PLAN DE ORGANIZACIÓN	185
ANEXO 13	EVALUACIÓN SOCIO – ECONÓMICA	188

#### **ÍNDICE DE TABLAS**

		Pág.
TABLA 1	DEFINICIÓN DE VARIABLES	7
TABLA 2	INGRESOS EN MILLONES DE DÓLARES POR LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES (AMÉRICA CENTRAL)	19
TABLA 3	PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)	25
TABLA 4	INVENTARIO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE SMT	29
TABLA 5	ANÁLISIS FODA DEL MUNICIPIO DE SMT	31
TABLA 6	DESCRIPCIÓN DEL CIRCUITO TURÍSTICO I	35
TABLA 7	DESCRIPCIÓN DEL CIRCUITO TURÍSTICO II	36

		Pág.
TABLA 8	CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL DE TURISTAS	37
TABLA 9	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL	38
TABLA 10	PRONÓSTICO DE VISITAS DE GRUPOS FAMILIARES AL MUNICIPIO DE SMT	39
TABLA 11	ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD AL MUNICIPIO Y A SUS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS	40
TABLA 12	ITINERARIO DE PAQUETES TURÍSTICOS PARA CADA CIRCUITO	44
TABLA 13	RESULTADOS DE CANTIDAD DE PERSONAS CON LAS QUE VIAJARÍAN LAS POSIBLES FAMILIAS TURISTAS	46
TABLA 14	RESULTADOS DE CANTIDAD DE PERSONAS CON LAS QUE VIAJARÍAN LAS POSIBLES FAMILIAS TURÍSTICAS	47
TABLA 15	RESULTADOS DE CANTIDAD DE PERSONAS CON LAS QUE VIAJARÍAN LAS POSIBLES FAMILIAS TURISTAS	47
TABLA 16	MÓDULOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN GRUPO 1	49
TABLA 17	MÓDULOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN GRUPO 2	50
TABLA 18	MÓDULOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN GRUPO 3	51
TABLA 19	ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN A LOS ACTORES LOCALES	52
TABLA 20	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	54
TABLA 21	ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	54
TABLA 22	ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS	55
TABLA 23	ESTRATEGIAS DE PARTICIPACIÓN DE MIPYMES TURÍSTICAS	56
TABLA 24	ESTRATEGIA DE CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE ORDENANZAS MUNICIPALES	74

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

		Pág.
GRÁFICO 1	TURISMO RECEPTOR	21
GRÁFICO 2	LLEGADA DE TURISTAS POR LAS PRINCIPALES FRONTERAS	22
GRÁFICO 3	LLEGADA DE TURISTAS POR FRONTERA VÍA TERRESTRE	22
GRÁFICO 4	PARTICIPACIÓN DE LLEGADAS POR REGIONES DE PROCEDENCIA	23
GRÁFICO 5	LLEGADA DE TURISTAS POR NACIONALIDAD	23
GRÁFICO 6	GASTO TURÍSTICO	24
GRÁFICO 7	VISITANTE EMISOR	25
GRÁFICO 8	OCUPACIÓN HOTELERA POR DEPARTAMENTO AL MES DE DICIEMBRE 2016	26
GRÁFICO 9	EMPLEO	27
GRÁFICO 10	CRECIMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA	39

## ÍNDICE DE FIGURAS

		Pág.
FIGURA 1	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	2
FIGURA 2	DESCRIPCIÓN Y RECORRIDO DEL CIRCUITO TURÍSTICO I	35
FIGURA 3	DESCRIPCIÓN Y RECORRIDO DEL CIRCUITO TURÍSTICO II	36

**ÍNDICE DE ABREVIATURAS Y SIGLAS**

<b>BANDESAL</b>	Banco de Desarrollo de El Salvador.
<b>CDTSMT</b>	Comité de Desarrollo Turístico de San Miguel Tepezontes.
<b>CENDEPESCA</b>	Administración Pesquera de la Dirección General de Desarrollo de la Pesca y Acuicultura.
<b>CEPA</b>	Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma.
<b>CICATUR</b>	Centro Interamericano de Capacitación Turística.
<b>CNR</b>	Centro Nacional de Registro.
<b>CONCULTURA</b>	Consejo Nacional para la Cultura y el Arte.
<b>CORSATUR</b>	Corporación Salvadoreña de Turismo.
<b>DIGESTYC</b>	Dirección General de Estadísticas y Censos.
<b>EEUU</b>	Estados Unidos de América.
<b>FEPADE</b>	Fundación Empresarial para el Desarrollo Educativo.
<b>FISDL</b>	Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local de El Salvador.
<b>FUNDAUNGO</b>	Fundación Dr. Guillermo Manuel Ungo.
<b>IDH</b>	Índice de Desarrollo Humano.
<b>ISTU</b>	Instituto Salvadoreño de Turismo.
<b>ITCA</b>	Instituto Tecnológico Centroamericano.
<b>MARN</b>	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
<b>MINED</b>	Ministerio de Educación.
<b>MIPYMES</b>	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
<b>MITUR</b>	Ministerio de Turismo.
<b>ODS</b>	Objetivos de Desarrollo Sostenible.
<b>OEA</b>	Organización de Estados Americanos.
<b>OMT</b>	Organización Mundial del Turismo.
<b>ONG</b>	Organización No Gubernamental.
<b>PIB</b>	Producto Interno Bruto.
<b>PNUD</b>	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en El Salvador.
<b>POLITUR</b>	Policía Nacional Civil División Turismo.
<b>RNT</b>	Registro Nacional de Turismo.
<b>SMT</b>	San Miguel Tepezontes.
<b>TIR</b>	Tasa Interna de Retorno.
<b>TRI</b>	Tiempo de Recuperación de la Inversión.
<b>VAN</b>	Valor Actual Neto.

## RESUMEN EJECUTIVO

En El Salvador el turismo es una actividad fundamental para el desarrollo económico, social, cultural y ecológico, ya que genera divisas, al ser una actividad canalizadora de inversiones que fortalece las actividades económicas locales. El municipio de San Miguel Tepezontes, ubicado en el departamento de La Paz, es un destino que cuenta con las condiciones necesarias para desarrollar turismo, sus grandes atractivos son el clima, vegetación, senderismo, playa en el Lago de Ilopango, montañas y gastronomía. El objetivo principal de este informe radica en presentar una consultoría a la Alcaldía de San Miguel Tepezontes, sobre la viabilidad del diseño de dos circuitos turísticos, con atractivos diferentes, que permita contribuir al desarrollo económico y social, favoreciendo el crecimiento de pequeños negocios locales, la protección y conservación del medio ambiente a través del impulso del turismo en la zona y a la vez satisfaga las necesidades y motivaciones de los posibles turistas mediante la oferta de servicios turísticos, siendo el mercado objetivo el turista familiar. Las interrogantes de la investigación que surgen de la consultoría se refieren a las condiciones actuales y necesarias que debe tener el municipio para lograr un desarrollo turístico, para ello, este documento se ha dividido en seis capítulos, los cuales presentan un levantamiento de información de las características y datos generales del municipio, como su historia, geografía, economía, población, infraestructura, recursos naturales y atractivos turísticos. Asimismo, determina su éxito mediante un estudio de mercado y posteriormente describe el diseño de los circuitos turísticos y los itinerarios de los servicios incluidos en los paquetes propuestos, con sus respectivos planes de capacitación para su implementación y desarrollo, marketing y organización, cuya importancia consiste en generar empleos tanto directos como indirectos y contribuir al desarrollo de las comunidades mediante la aplicación de estrategias que promueven la afluencia turística. Finalmente, la evaluación económica detalla un estudio que proyecta la factibilidad de la realización del proyecto, la cual tiene por propósito identificar las ventajas y desventajas de la inversión que requiere el proyecto, antes de su implementación. Bajo este análisis el nivel de inversión inicial que se debe considerar es por un monto total de \$178,798.77, mediante una estructura de financiamiento combinada entre capital propio y préstamos.

## INTRODUCCIÓN

El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de El Salvador, por lo que esta consultoría responde a la necesidad del municipio de San Miguel Tepezontes de desarrollarse turísticamente, aprovechando los recursos naturales y culturales con los que cuenta, para lograr con ello la mejora del municipio en los aspectos sociales, culturales y económicos. Actualmente el municipio hace esfuerzos por promover el turismo, pero carecen de una metodología de planificación y de una guía para sacar el máximo provecho de sus recursos. Este documento de consultoría consta de seis capítulos: El capítulo I Marco Referencial, comprende una breve descripción del sujeto en estudio, los objetivos de la investigación, el planteamiento del problema, la justificación, la delimitación de la investigación y la metodología empleada en la tesis. El capítulo II Marco Teórico Conceptual contiene las generalidades del turismo. El capítulo III Diagnóstico de la investigación, enfoca los hallazgos más importantes encontrados por las consultoras, de acuerdo a las variables investigadas, referidas en el Marco Referencial (Cap. I). El capítulo IV Diseño de Circuitos Turísticos desglosa la propuesta sobre el desarrollo de dos circuitos turísticos, con su diseño y los planes de paquetes turísticos, planes de capacitación, marketing y organización, así como determina e identifica la capacidad de los atractivos turísticos propuestos y se establecen los itinerarios de los paquetes turísticos a ofrecer a los posibles visitantes. En el capítulo V Estudio Económico de los Circuitos Turísticos Propuestos, se detalla la inversión necesaria para la implementación de los circuitos propuestos, los costos de funcionamiento y prestación de servicios del Comité de Desarrollo Turístico, la estructura de financiamiento propuesta y la evaluación financiera del proyecto para identificar las ventajas y desventajas asociadas a la inversión, antes de su implementación y se muestra también el desempeño financiero y las fuentes de financiamiento y se muestra la forma como se obtienen y pago de los recursos financieros; finalmente, las conclusiones y recomendaciones del grupo consultor desarrolladas en el capítulo VI.

# **CAPITULO I**

## **1. MARCO REFERENCIAL**

### **1.1. BREVE DESCRIPCIÓN DEL SUJETO DE ESTUDIO**

En la serranía que limita por el flanco austral al lago de Ilopango se establecieron los Tepezontes, tribu de la familia yaqui o pipil, en una época anterior en varios siglos a la llegada de los españoles. Los tepezontes eran pueblos peri lacustres, y por lo tanto, su actividad económica era la pesca; en la época de la colonización hispánica, dos eran sus ciudades, la principal, San Miguel Tepezontes, la segunda San Juan Tepezontes, bautizadas así por los misioneros castellanos a efecto de distinguirlas. Alrededor del año 900 d.C. ocurrió una fuerte migración Nonualco Pipil procedente de México para establecerse en la zona central de El Salvador, más específicamente en lo que ahora es el departamento de La Paz, entre los ríos Jiboa y Lempa. Por otra parte, los pueblos indígenas ubicados en los lugares conocidos como Nonualcos y Tepezontes eran de ascendencia Náhuat pipil y a lo largo de la historia han mantenido sus propios rasgos culturales. El 15 de enero de 1543, ya establecida la Real Audiencia de los Confines en la ciudad de Gracias a Dios, Honduras, se acordó conferirle la categoría y título de pueblo a 182 localidades salvadoreñas, entre ellas San Miguel Tepezontes, y en el año de 1910 les fue otorgado el título de Villa.

#### **1.1.1. MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

San Miguel Tepezontes es un Municipio del departamento de La Paz, El Salvador, con un área de 46.24 km<sup>2</sup> y una altitud de 780 msnm, tiene una población de 5,084 habitantes, de los cuales 2,567 residen en el área urbana y 2,517 en el área rural, se ubica al norte con San Emigdio y el Lago de Ilopango, al oeste con San Francisco Chinameca, al sur con San Juan Tepezontes y San Antonio Masahuat, al este con Paraíso de Osorio y Santa María Ostuma. En el Municipio existe una abundancia de cerros, además de barrancas y lomas que predominan en su relieve, tiene costas en el Lago de Ilopango, el río más importante que cruza su territorio es el río Jiboa, posee en total 6 ríos y 7 quebradas. Debido a su ubicación geográfica, tiene vistas panorámicas del Lago de Ilopango al norte, al norponiente el cerro

San Jacinto, el volcán de San Salvador y un sector de las ciudades de San Salvador y Soyapango; al sur se puede observar la zona costera del departamento y el Aeropuerto Internacional de El Salvador “Monseñor Oscar Arnulfo Romero y Galdámez”; predominan los bosques húmedos subtropicales, las plantaciones de café y los cultivos anuales: maíz, maicillo, frijol, tomate y otras legumbres, es una zona de clima fresco la mayor parte del año, el acceso y desplazamiento a este lugar es a través de la carretera panorámica<sup>1</sup> y la vía antigua a Zacatecoluca. Su zona urbana se divide en los barrios El Calvario, El Tránsito, El Rosario, El Carmen y El Centro, su zona rural posee los cantones y caseríos: San Bartolo (El Calvario, Los García, Los Hernández y El Copinol) y Soledad de las Flores (La Cumbre, La Ceiba, El Calvario, El Centro y Los Borja). Existe una abundancia de cerros: El Tuligo, El Cerrón, El Cuyultepec, El Cabildo, El Tepehulo, El Cerro Negro y La Montañita.<sup>2</sup>

### 1.1.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

FIGURA 1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA



FUENTE: [http://www.mapaselsalvador.net/san-miguel-tepezontes\\_la-paz.html](http://www.mapaselsalvador.net/san-miguel-tepezontes_la-paz.html)

❖ **Coordenadas Geográficas: Latitud: 13° 37'59.88" y Longitud: 89° 1'0.12"**

<sup>1</sup> La carretera Panorámica inicia en las afueras de Santiago Texacuangos, pasa por San Francisco Chinameca, San Juan Tepezontes, San Miguel Tepezontes y finaliza en Cojutepeque.

<sup>2</sup> Información proporcionada por la Secretaría del municipio de San Miguel Tepezontes, La Paz.



## **1.2. PLANTEAMIENTO Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

El municipio de San Miguel Tepezontes es un lugar que cuenta con las condiciones necesarias para desarrollar distintas modalidades de turismo, por el clima, la vegetación, senderismo, su playa en el Lago de Ilopango, montañas y gastronomía exótica; todos estos factores, deberían ser aprovechados de manera adecuada por la población local y podrían convertir al municipio en un atractivo turístico. Actualmente no constituye un destino turístico en sí mismo, el esfuerzo realizado por la municipalidad no es suficiente, las mayores limitaciones son la escasez de empleos, la pobreza extrema que afronta, lo que conlleva a que no se dinamice la economía local; la poca demanda sobre sus atractivos, dado que la mayoría de los turistas nacionales se enfocan más en otros municipios al interior del país, es probablemente por el poco conocimiento que se tiene, casi nula promoción y propaganda para vender el nombre de San Miguel Tepezontes, aunado a ello la falta de transporte, la insuficiencia de oferta de bienes y servicios, la no existencia de lugares de alojamiento, la carencia de establecimientos que provean artículos de conveniencia y restaurantes adecuados higiénicamente, la nula promoción del municipio, la falta de medios de comunicación local y de guías turísticos, la deforestación, la inexistencia de nomenclaturas, señalización y de mapas elaborados para turistas y la inseguridad; todo ello constituyen factores que actúan como barreras para el turismo.

### **1.2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿El diseño de circuitos turísticos en el municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz, contribuirá al crecimiento económico local, generando un clima de rentabilidad, estabilidad y de mejores condiciones de vida de los habitantes?

### **1.2.2. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN**

- ¿El municipio de San Miguel Tepezontes cuenta con los atractivos, planta e infraestructura suficiente para satisfacer la demanda turística?
- ¿Existe un mercado potencial para el desarrollo turístico en el municipio?

- ¿La implementación del diseño de circuitos turísticos creará mejores condiciones de vida para los habitantes del municipio?
- ¿El diseño turístico será un factor clave para el surgimiento de empresas locales?
- ¿En qué medida un plan estratégico de capacitación, marketing y organización permitirá el impulso del turismo en el municipio?

### **1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente consultoría pretende ser un instrumento de utilidad a la municipalidad, a los miembros del Comité de Desarrollo Turístico y a las distintas comunidades, permitiéndoles generar mejores condiciones de vida para los habitantes, empleos y a mejorar la infraestructura; el diseño turístico será utilizado como una herramienta estratégica en el desarrollo económico local y como una oportunidad potencial en la zona rural, en la que no existe otra alternativa de actividad económica y a su vez, como parte del sector servicios ofrecerá más oportunidades para el surgimiento de empresas locales. Al mismo tiempo, les permitirá tener una visión clara de las condiciones y variables mínimas que se necesitan para que los proyectos turísticos puedan generar un desarrollo social, a fin de crear un ambiente de políticas favorables para inversiones turísticas sostenibles en el tiempo. A los empresarios de la zona, se les dará a conocer en detalle el potencial turístico del municipio y convertir el proyecto en una opción viable de inversión. En base a lo anterior, la consultoría sobre la factibilidad del diseño de dos circuitos turísticos en el municipio, conlleva a la población a sacar el máximo provecho de sus recursos, tanto naturales como culturales, con el fin de evitar que las personas emigren a los cascos urbanos cercanos, en la medida en que los ingresos procedentes del plan de diseño turístico propuesto se utilicen para financiar el desarrollo de las infraestructuras, apoyar a las empresas locales, en particular a las Mipymes, generar empleos, tanto directos como indirectos y reducir la pobreza que actualmente enfrenta el municipio.

## **1.4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. COBERTURA TEMPORAL**

La cobertura temporal de esta consultoría tomó en cuenta el estudio de 13 años atrás, a partir del año 2004, fecha en el cual se fundó el Ministerio de Turismo en El Salvador.

### **1.4.2. COBERTURA ESPACIAL**

La consultoría se desarrolló en la Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes, ubicada en el Barrio el Centro y Calle Arce, en el departamento de la Paz.

## **1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. OBJETIVO GENERAL**

Presentar a la Alcaldía de San Miguel Tepezontes un documento que contiene la consultoría sobre la factibilidad del Diseño de Circuitos Turísticos en el municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz.

### **1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un inventario de recursos turísticos.
- Elaborar el diseño de los circuitos turísticos que permitan la integración de la oferta turística.
- Diseñar una propuesta organizativa para el funcionamiento de los circuitos turísticos a largo plazo.
- Establecer estrategias de capacitación, marketing y organización que permitan el impulso del turismo.
- Determinar la inversión que requiere implementar los circuitos turísticos.

## **1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1. UNIVERSO**

La investigación será de tipo correlacional, dado que depende de una estrategia de investigación en la que se busca investigar un tema que tiene relación con la historia, tendencias, áreas, ambientes y contextos y así identificar las propiedades, las características y los perfiles que prueben la factibilidad de diseñar circuitos turísticos en el municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz. Se consideró para la investigación el muestreo no probabilístico, conocido como muestreo intencional, el cual tiene la característica de que el investigador selecciona en forma directa o intencionalmente los individuos de la población en estudio; el caso más frecuente de este procedimiento es el de utilizar como muestra los individuos a los que se tiene fácil acceso y ostentan algún liderato en la región o municipio.

### **1.6.2. MUESTRA**

La determinación de la muestra es no probabilística, específicamente el muestreo intencional, dadas las características de la investigación, a través de la encuesta, se llevó a cabo tomando en cuenta que en San Miguel Tepezontes perfila un turismo, tanto rural como de desarrollo de playa y senderos; por lo que se realizaron 119 encuestas que fueron distribuidas entre hombres y mujeres, mayores de edad y considerados jefes(as) de hogares urbanos que superan el valor de la canasta básica alimentaria, ubicados en distintos puntos del país, que dedican su tiempo de ocio en perfiles similares a la oferta turística del municipio de Tepezontes.

### **1.6.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

- **La observación:** Esta herramienta sirvió para realizar la investigación de campo, haciendo una valoración de la factibilidad de los posibles circuitos turísticos, en cuanto a aspectos cualitativos previamente identificados como factores determinantes.

- **La encuesta:** Fue utilizada por medio del instrumento del cuestionario para la recolección de datos y se suministró a la muestra poblacional seleccionada y estuvo conformado por preguntas cerradas de opción múltiple. Ver Encuesta en Anexo 1.

#### 1.6.4. DEFINICIÓN DE VARIABLES

TABLA 1. DEFINICIÓN DE VARIABLES

MACRO VARIABLES	MICRO VARIABLES
<b>CIRCUITOS TURÍSTICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de Empleos.</li> <li>• Desarrollo social.</li> <li>• Desarrollo económico.</li> </ul>
<b>OFERTA TURÍSTICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios turísticos actuales y potenciales.</li> <li>• Oportunidades de empleo.</li> <li>• Organización de la población para el desarrollo turístico de la zona.</li> <li>• Desarrollo turístico de la zona.</li> </ul>
<b>SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitantes ambientales en la zona.</li> <li>• Permisos y regulaciones ambientales.</li> <li>• Explotación de los recursos del Lago.</li> <li>• Infraestructura de la zona.</li> </ul>
<b>SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades económicas nuevas y actuales de la zona donde se implementarán los circuitos.</li> <li>• Desarrollo tecnológico en la zona.</li> <li>• Acceso vial en las zonas.</li> </ul>

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

#### 2.1. TURISMO

El turismo puede definirse como el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo

inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros, por ello dicha actividad económica es clasificada dentro del sector terciario.<sup>3</sup>

La referida Organización establece los siguientes tipos de turismo:<sup>4</sup>

- a) **Turismo interno o doméstico:** Son los visitantes residentes en el país que se desplazan fuera de su entorno habitual, pero dentro del país, por un periodo menos a un año y cuyo propósito principal no sea el percibir una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, entre otros.
- b) **Turismo receptivo o de entrada:** Son los visitantes de otras naciones que se desplazan a un país en calidad de no residentes, por un período menor a un año por cualquier motivo, excepto para obtener una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, inmigrantes, entre otros.
- c) **Turismo emisivo o de salida.** Son los visitantes residentes que se desplazan a otros países, por un tiempo inferior a 12 meses por cualquier motivo, excepto para obtener una remuneración en el lugar de destino, cambiar de residencia, buscar trabajo, etc.

Al mismo tiempo, existen otros tipos de turismo a saber:<sup>5</sup>

- a) **Turismo individual:** Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.
- b) **Turismo masivo:** Es aquel que se realiza por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico, por lo que no es un tipo de turismo exclusivo.
- c) **Turismo cultural:** Es el que precisa de recursos históricos y artísticos para su desarrollo.
- d) **Turismo natural:** Se desarrolla en un ambiente natural, ya sea este un medio rural o área protegida, tratando siempre de realizar actividades recreativas en él, pero sin deteriorar el entorno.

---

<sup>3</sup> Planificación del Espacio Turístico. Roberto C. Boullón. Editorial Trillas, Cuarta Edición. Pág. 29. México, 2006.

<sup>4</sup> Glosario de términos técnicos relacionados con la actividad turística. Gobierno de Chile. Departamento de Planificación. Pág. 7. Chile, 2008.

<sup>5</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Tipos\\_de\\_turismo](https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Tipos_de_turismo)

- e) **Turismo rural:** Su principal motivación es conocer las costumbres y tradiciones del hombre en el mundo rural, interesándose por su gastronomía, cultura popular, artesanías, etc.
- f) **Turismo de negocios:** Se desarrolla con el fin de llevar a cabo un acuerdo comercial, utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales.
- g) **Ecoturismo:** Basado en el contacto directo con la naturaleza y sus recursos, lo componen las reservas ecológicas y los parques nacionales que contienen la flora y fauna características de la zona receptiva.

## **2.2. COMPONENTES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA**

### **2.2.1. DEMANDA TURÍSTICA**

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo y a los ingresos que generan, así como la distribución de los mismos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en los lugares señalados.<sup>6</sup> Desde un punto de vista económico, la demanda turística se define como un inventario de la cantidad de cualquier producto o servicio que la gente desea y es capaz de comprar, a cada costo específico, en un conjunto de posibles precios durante un período determinado. Por tanto, existe en cualquier momento una relación definitiva entre el precio en el mercado y la cantidad demandada.<sup>7</sup>

### **2.2.2. OFERTA TURÍSTICA**

La oferta turística se define como el conjunto de productos y servicios turísticos puestos a disposición del turista en un destino determinado, para su disfrute y consumo. En un destino turístico, la oferta puesta a disposición, constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y no turísticos, la imagen general del destino, etc. Hay que tener en cuenta, además, que la oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de

---

<sup>6</sup> Roberto C. Boullón. Opere citato. Pág. 32.

<sup>7</sup> Glosario. Gobierno de Chile. Opere citato. Pág. 6.

los residentes o visitantes no relacionados con la actividad turística. Existe una clara tendencia a considerar a las agencias de viajes, compañías de transporte regular e incluso a empresas y organismos promotores del turismo como parte integrante de esa oferta, cuando en realidad son operadores del mercado, encargados de la comercialización turística; es decir, de poner en contacto oferta y demanda y que, si bien forman parte de los componentes de la actividad turística, no son estrictamente oferta, no producen los bienes y servicios turísticos consumidos por los turistas.<sup>8</sup>

La oferta turística, corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos, a saber: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura, los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por las propias municipalidades y por otros actores.<sup>9</sup>

### ❖ **Atractivos Turísticos**

Atractivo turístico es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico, pueden ser atractivos naturales o culturales. Se compone de las siguientes variables:<sup>10</sup>

- ***Características naturales.*** Topografía, paisajes, flora, fauna, lagos, ríos, océanos y montañas.
- ***Clima.*** Temperatura, vientos, precipitaciones, humedad, predictibilidad.
- ***Características sociales y culturales.*** Tradiciones, gastronomía, lengua, arquitectura, religión, educación, actividades de ocio, trabajo, historia, arte, escultura y música.
- ***Superestructura turística.*** Equipamiento residencial turístico: hoteles, moteles, pensiones, apartamentos, campings, restaurantes, bares, tabernas, comida rápida, equipamiento de acogida turística: tour operadores y agentes de viaje para la organización del viaje, oficinas de turismo u organizaciones, etc.
- ***Accesos y facilidades de transporte.*** Distancia física y temporal de los mercados de origen, frecuencia, facilidad y calidad del acceso por aire, ferrocarril, carretera y agua.

---

<sup>8</sup> *Ibíd.* Pág. 51.

<sup>9</sup> Glosario. Gobierno de Chile. Opere citato. Pág. 10.

<sup>10</sup> *Ibíd.* Pág. 210.



- **Actitudes con respecto a los turistas.** Calor de la acogida, facilidad de comunicación, voluntad de informar al turista, ausencia de hostilidad hacia el visitante.
- **Ligaduras económicas y sociales.** Relaciones comerciales, flujos históricos o recientes de inmigración, cultura, lengua y religión comunes.
- **Exclusividad.** Geografía, cultura, religión, símbolos, hechos históricos únicos y peculiares.

## ❖ **Planta Turística**

La planta turística corresponde al subsistema integrado por los siguientes componentes:<sup>11</sup>

### ➤ **Transporte**

El transporte turístico ofrece los diferentes tipos o modalidades a sus pasajeros:<sup>12</sup>

- ❖ **Transporte de pasajeros por carretera interurbana.** Buses que tienen recorrido interprovincial, interregional o intercomunal, superiores a 100 kilómetros de distancia; se consideran las oficinas de ventas de pasajes localizadas en terminales de buses.
- ❖ **Taxis y buses de turismo.** Empresas de buses de turismo, servicios de excursión en autobuses y servicios ocasionales de transporte en autobuses.
- ❖ **Arriendo de vehículos.** Corresponde a las empresas que ofrecen alquiler de automóviles, camionetas y vehículos todo terreno, sin conductor, por días o períodos de corta duración.
- ❖ **Transporte de pasajeros por vía marítima.** Empresas que se dedican al transporte de pasajeros por vía marítima, lacustre, por río, canales y otras vías de navegación interior, como radas y puertos; se debe incluir a las empresas que realizan los servicios de transbordadores, cruceros, excursiones y visitas turísticas, etc.
- ❖ **Transporte de pasajeros por vía aérea.** Empresas de transporte regular de pasajeros por vía aérea que tienen un itinerario determinado y las que prestan servicios de excursiones

---

<sup>11</sup> *Ibíd.* Pág. 10.

<sup>12</sup> Glosario. Gobierno de Chile. *Opere citato*. Pág. 14. Chile, 2008.

panorámicas; aquí también se contemplan los establecimientos de ventas de pasajes que no son agencias de viajes y generalmente son sucursales de las líneas aéreas.

### ➤ **Alojamiento**

El alojamiento turístico es el establecimiento en que se provee comercialmente el servicio de hospedaje por un periodo no inferior a una pernoctación,<sup>13</sup> que mantengan como procedimiento permanente un sistema de registro de ingreso y egreso, con la identificación del huésped y que permitan el libre acceso y circulación de los mismos a los lugares de uso común y que estén habilitados para recibir turistas en forma individual o colectiva, con fines recreativos, deportivos, de salud, de estudios, de gestiones de negocios, familiares, religiosos, vacacionales y otras manifestaciones turísticas.<sup>14</sup>

### ➤ **Alimentación**

La oferta alimentaria que ofrecen los servicios de restauración forma parte esencial de la actividad turística y se brinda un servicio de alimentación cuando se proporciona alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.

### ➤ **Recreación**

Se entiende por todas aquellas actividades y situaciones en las cuales esté puesta en marcha la diversión, como así también, a través de ella, la relajación y el entretenimiento.

### ➤ **Servicios turísticos**

Los servicios turísticos son todos los servicios que el turista requiere y consume mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viaje, etc. Las características fundamentales de los servicios son:<sup>15</sup>

- ❖ Los servicios son intangibles.
- ❖ Los servicios son heterogéneos.

---

<sup>13</sup> Intr. Pasar la noche en determinado lugar, especialmente si es fuera del propio domicilio.

<sup>14</sup> Glosario. Gobierno de Chile. Opere citato. Pág. 53. Chile, 2008.

<sup>15</sup> Introducción al Turismo. Amparo Sancho. OMT Organización Mundial del Turismo. Pág. 369.

- ❖ Existe asimismo un elemento de inseparabilidad.
- ❖ Por último, los servicios son perecederos y no pueden ser guardados para su consumo posterior.

### ❖ **Infraestructura**

Infraestructura es la dotación de bienes y servicios básicos con que cuenta un país y permite que el viaje sea cómodo y agradable, se puede clasificar en red de transportes (red ferroviaria y vial), terminales terrestres (aeropuertos, terminales de buses, puertos, etc.), redes de servicios básicos (agua potable, electricidad, etc.), redes de comunicaciones (correo, teléfonos fijos, equipos celulares, fax, internet, etc.).<sup>16</sup>

## **2.3. ESPACIO GEOGRÁFICO**

La ubicación del atractivo turístico determina la calidad del mismo y el tipo de mercado que puede atraer. El paisaje natural conforma la potencialidad estética de la región y es la que incide o repercute psíquicamente en el visitante; en el paisaje no se puede evaluar su calidad, sino su belleza.<sup>17</sup>

## **2.4. OPERADORES TURÍSTICOS**

Los operadores en turismo son aquellos agentes que participan en la actividad turística, en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico). Dentro de esta consideración aparecen, por tanto, las agencias de viajes en todas sus modalidades (mayorista, minorista, etc.), los grandes tour operadores y en los últimos tiempos, las centrales de reservas.<sup>18</sup>

## **2.5. PATRIMONIO CULTURAL**

El patrimonio cultural comprende tres elementos:

---

<sup>16</sup> Glosario. Gobierno de Chile. Opere citato. Pág. 11. Chile, 2008.

<sup>17</sup> Proyectos Turísticos, Localización e Inversión. Fabio Cárdenas Tabares. Editorial Trillas. Segunda Edición. Pág. 8.

<sup>18</sup> Amparo Sancho. Opere citato. Pág. 55.

- **Los monumentos.** Obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, que tengan un valor universal desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.
- **Los conjuntos.** Grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unida o integrada en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia del arte o de la ciencia.
- **Los lugares.** Obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como las zonas, incluido los lugares arqueológicos que tengan un valor universal desde el punto de vista histórico estético, etnológico o antropológico.

## 2.6. RECURSOS TURÍSTICOS

La OMT define a los recursos turísticos como todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y que satisfacen las necesidades de la demanda. La Organización de Estados Americanos (OEA) de acuerdo con la OMT establece una clasificación sobre los recursos turísticos, en la cual los divide en cinco categorías:

- ✓ **Espacios naturales.** Los lugares que tiene un valor paisajístico, se incluyen los recursos como fauna, flora, caza o pesca.
- ✓ **Museos y manifestaciones históricas y culturales.** Conjunto de recursos de naturaleza cultural con un valor artístico, histórico y monumental.
- ✓ **Folklore.** Manifestaciones relacionadas con la cultura, costumbres y tradiciones de un lugar.
- ✓ **Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas.** Son los recursos que, por su singularidad, tienen y despiertan un interés turístico.
- ✓ **Acontecimientos programados.** Manifestaciones y eventos organizados que dan capacidad de atracción turística.

## **2.7. RUTA TURÍSTICA**

Se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas tienen un punto de salida distinto a su punto de llegada y pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia, es una vía que sobresale por estar rodeada de lugares que se consideran, por algún motivo valiosos; se espera que los viajeros recorran la ruta turística para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural, etc. Es habitual que la ruta turística incluya señales y carteles especiales, que van más allá de las tradicionales señales de tráfico. La cartelería permite resaltar los atractivos que se encuentran en la zona, facilitando la actividad turística.

## **2.8. CIRCUITOS TURÍSTICOS**

El circuito turístico es la base para la producción de visitas guiadas, rutas y paquetes turísticos. Es una ruta turística que abarca diferentes atractivos y que termina en el mismo lugar en el que inicia. Un circuito turístico se compone de cuatro elementos:

- **Un espacio concreto.**

El espacio o territorio del circuito turístico puede ser considerado local o regional, según sea el tamaño del territorio que abarque. Se llama local cuando se circunscriba a una ciudad o localidad y será regional cuando abarque más de una localidad; así, una visita guiada a un barrio o un city tour son tomados como circuitos locales. La definición de los límites del espacio a abarcar se establece en forma artificial, pudiendo coincidir o no con los límites de las zonas geográficas. Los factores a tomar en cuenta para definir el tamaño de un circuito son varios:

- El tipo de producto para el cual es diseñado.
- Las características del espacio o territorio.
- La temática a abordar.
- La localización de los atractivos.

- La duración total de la prestación del servicio que se asentará en el circuito.
- La modalidad escogida para recorrerlo.

- **Un patrimonio nacional o cultural.**

Los circuitos turísticos pueden ser generales o temáticos, son generales cuando en su transcurso se desarrollan distintos temas, brindando al visitante un panorama global sobre el lugar visitado. Son temáticos cuando en su transcurso se desarrollan solo temas específicos, lo que implica un mayor nivel de profundidad y especialización. En el caso de las rutas se trata de circuitos temáticos, todos los atractivos mencionados se hallan directamente relacionados con el tema central o eje de la ruta. La temática podrá ser de índole cultural<sup>19</sup> o geográfica.

- **Una temática, cuando el circuito sea de tipo especializado.**

Los atractivos son bienes o manifestaciones con capacidad de motivar o inducir el viaje o lo que es lo mismo, el desplazamiento de personas desde su lugar de residencia habitual o temporaria al espacio donde está emplazado el bien o manifestación en cuestión. En líneas generales, los atractivos pueden ser de tipo natural o cultural. Serán naturales cuando se trate de bienes o manifestaciones relacionadas con la naturaleza como accidentes geográficos, flora, fauna, etc., y serán culturales aquellas manifestaciones cuya existencia dependa del hombre: museos, monumentos, fiestas tradicionales, costumbres, etc.

- **La capacidad de innovación.**

La fórmula que lleva a una empresa a ser competitiva (analizada desde la actividad productiva) puede resumirse en el uso permanente de innovaciones productivas y la adaptación a las tendencias y movimientos de la demanda. En nuestro campo se puede

---

<sup>19</sup> Se toma el concepto de cultura en su máxima expresión, comprendiendo no solo los elementos patrimoniales de sitio o eventuales, sino también todas las manifestaciones artísticas, productivas tradicionales, etc., que el hombre realiza en su vida cotidiana.

innovar atendiendo a dos niveles de acción: la tecnología empleada para asegurar la operación del programa y la creación de productos atractivos en contenido.

### **2.8.1. TIPOS DE CIRCUITOS TURÍSTICOS**

- **Circuitos Lineales.** Son aquellos cuyo trazado es rectilíneo y se realiza paralelamente a algún accidente geográfico de relevancia o a alguna carretera e incorporando sus atractivos.
- **Circuitos Circulares o Triangulares.** Su trazado depende de la localización de los centros o atractivos turísticos de importancia, donde se unen tramos de distintas carreteras.

### **2.8.2. ELABORACIÓN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS**

Para la elaboración de circuitos turísticos se recomienda la siguiente metodología:

- 1. Definir aspectos generales del circuito.** Definir el espacio geográfico en dónde se va a realizar; comprende los departamentos, ciudades, pueblos, municipios, regiones, etc.
- 2. Identificación de los recursos turísticos.** Corresponden los recursos turísticos más sobresalientes o importantes de la región, departamento o municipio, ya sea por su importancia natural, artificial, cultural a través del tiempo o por su monumentalidad contemporánea, pudiendo considerarse iglesias, casas patrimoniales, museos, entre otros.
- 3. Definición del recorrido.** Consiste en definir el recorrido marcando todos los atractivos y recursos turísticos, uniendo la vía de accesos con los recursos de un mapa.
- 4. Recopilación de información y reconocimiento del circuito.** Es fundamental el acopio y análisis de información y documentación acerca de los atractivos y recursos turísticos de cada localidad; este proceso es esencial para reunir información fidedigna, usando diferentes métodos de documentación como fuentes secundarias (textos) o a través de medios de información como internet, videos y otros.
- 5. Prueba del circuito propuesto.** Esta prueba se realiza a través de:

- **Medición de tiempos.** Medición de tiempos a lo largo del recorrido, tiempo de traslado de una localidad a otra, tiempo de visita del atractivo turístico, entre otros tiempos.
  - **Evaluación de facilitación turística.** Evaluar el estado de las vías, accesos a los puntos a visitar, los servicios turísticos conexos, tales como restaurantes, centros de esparcimiento, entre otros.
- 6. Difusión del circuito.** Reunión con operadores turísticos, agencias de viajes para dar a conocer el circuito a través del material informativo que incluya dípticos, trípticos o guías que proporcionen información a los turistas sobre los atractivos y recursos turísticos.

### **2.8.3. CONSOLIDACIÓN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS**

En este sentido, la consolidación permite la conformación e integración de los circuitos turísticos de determinada región, constituyendo una alternativa de articulación que se orienta a potenciar el crecimiento de la actividad turística, con el objetivo de incrementar la llegada de visitantes y obtener, de esta manera, los beneficios económicos inherentes al fenómeno turístico.

### **2.8.4. PAQUETE TURÍSTICO**

El paquete turístico tiene por función la comercialización de las funciones turísticas de un destino y entre sus principales funciones se destaca la ganancia en términos de tiempo, que recibe el turista al posibilitar la visita masiva a un destino sin alterar su capacidad diaria.



## CAPITULO III

### 3. DIAGNÓSTICO SOBRE EL DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

#### 3.1. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN CENTROAMÉRICA

En América Central, las llegadas internacionales aumentaron un 7% en el año 2015 con respecto al 2014. Panamá lideró el crecimiento, con un aumento del 21% la llegada de turistas internacionales, Belice recibió un 6% más de llegadas, Costa Rica y Honduras ambas un 5% más, El Salvador y Nicaragua un 4% más y Guatemala un 1%.<sup>20</sup>

**TABLA 2. INGRESOS EN MILLONES DE DÓLARES POR LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES (AMÉRICA CENTRAL)**

DESTINOS	Serie	LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES								INGRESOS POR TURISTAS INTERNACIONALES					
		(1000)				Variación %				Cuota (%)		(millones \$ EEUU)			Cuota (%)
		2010	2013	2014	2015*	13/12	14/13	15*/14	2015*	2010	2013	2014	2015*	2015*	
America Central	TF	7,908	9,087	9,592	<b>10,276</b>	2,6	5,6	<b>7,1</b>	5,3	6,946	9,899	10,623	<b>11,510</b>	3,8	
Costa Rica	TF	2,100	2,428	2,527	<b>2,660</b>	3,6	4,1	<b>5,3</b>	1,4	2,246	2,928	3,061	<b>3,326</b>	1,1	
Panamá	TF	1,324	1,658	1,745	<b>2,109</b>	3,2	5,2	<b>20,9</b>	1,1	1,745	3,493	3,728	<b>4,199</b>	1,4	
Guatemala	TF	1,219	1,331	1,455	<b>1,464</b>	2,0	9,3	<b>0,6</b>	0,8	1,378	1,481	1,564	<b>1,580</b>	0,5	
El Salvador	TF	1,150	1,283	1,345	<b>1,402</b>	2,2	4,9	<b>4,2</b>	0,7	390	621	822	<b>817</b>	0,3	
Nicaragua	TF	1,011	1,229	1,330	<b>1,386</b>	4,2	8,2	<b>4,3</b>	0,7	313	417	445	<b>529</b>	0,2	
Honduras	TF	863	863	868	<b>914</b>	-3,5	0,6	<b>5,2</b>	0,5	626	608	630	<b>650</b>	0,2	
Belice	TF	242	294	321	<b>341</b>	6,1	9,2	<b>6,2</b>	0,2	249	351	374	<b>408</b>	0,1	

FUENTE: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT – UNWTO)

Los indicadores anteriores se presentan hasta el año 2015 y como en ellos se indica la posición de El Salvador respecto a la llegada de turistas a nivel centroamericano, lidera como quinto país con más llegadas de turistas internacionales: 1,402 millones, dejando un ingreso de \$817,000.00.

<sup>20</sup> Panorama del Turismo Internacional. Organización Mundial del Turismo. Edición 2015. Pág. 4.

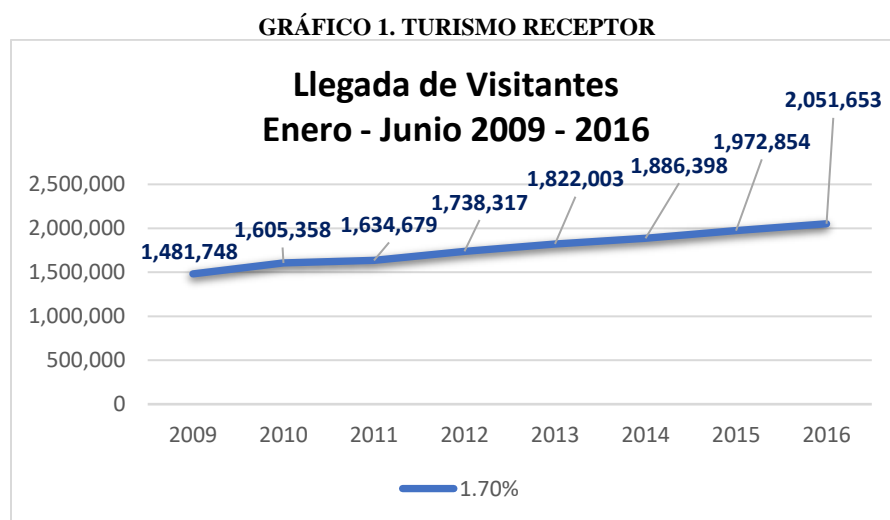
### **3.2. HISTORIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR**

La primera iniciativa para fomentar el turismo en El Salvador se dio en 1924, bajo el gobierno del Presidente Alfonso Quiñónez Molina, con la creación de la Junta de Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial, la cual tenía como objetivo fomentar el turismo nacional y extranjero. En 1946, se creó el Departamento Nacional de Turismo como sección del Ministerio de Relaciones Exteriores; en 1961, el interés del Estado salvadoreño impulsó el turismo con la creación del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), enfocado de forma especial en la promoción del turismo local; en 1967, se creó la Ley de Fomento de la Industria turística; los años 70 se tomaron como la era moderna del desarrollo turístico en El Salvador y se crearon algunas instancias oficiales para su promoción, como la modernización de los transportes y la estructura de caminos y los vuelos hacia y desde El Salvador aumentaron con la construcción del Aeropuerto Internacional Cuscatlán, conocido como Comalapa (Hoy Aeropuerto Internacional Monseñor Oscar Arnulfo Romero y Galdámez). En 1982, se creó la Comisión Nacional de Turismo; en 1996, se fundó 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; en 2004, se constituyó el Ministerio de Turismo (MITUR), que incorporó al ISTU y CORSATUR, como instancias operativas, el propósito inicial fue crear una ley de turismo; en diciembre de 2005, se creó y aprobó la Ley de Turismo; en el año 2006 se creó el Plan Nacional de Turismo 2006 – 2014 y en el año 2009 se amplió el Plan Nacional de Turismo 2020, en el cual se ajustaron los lineamientos estratégicos de acuerdo a la nueva visión del Gobierno y a la Política Nacional de Turismo; en el año 2009 se amplió el Plan Nacional de Turismo 2020, en el cual se ajustaron los lineamientos estratégicos de rutas y circuitos turísticos de acuerdo a la nueva visión del Gobierno, mediante un concurso que se nombró “Pueblos Vivos”, en donde participaron inicialmente 56 municipios de El Salvador. En la actualidad, gran parte de los elementos promocionales apuestan firmemente por las diversas rutas turísticas: CORSATUR está llevando a cabo, mediante el apoyo del Banco Multisectorial de Inversiones, un levantamiento de datos de los principales polos turísticos del país, el objetivo de dicha iniciativa es actualizar la oferta turística nacional, tipificando los establecimientos según la calidad de la oferta, el servicio ofrecido y el tipo de turismo

que puede atraer, con el fin de generar proyectos de inversión y acciones concretas para convertirlos en centros turísticos integralmente planeados; el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN) junto con CORSATUR y el Ministerio de Agricultura y Ganadería, elaboraron el Plan Estratégico para el impulso y desarrollo del agroturismo, en el cual se definen las líneas de actuación que permitirán fomentar el turismo rural.

### 3.3. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL SALVADOR

La llegada de turistas internacionales a El Salvador creció en un 4.0% entre enero y diciembre del año 2016, comparado con el mismo periodo del año 2015, las perspectivas que se tienen es que, este siga creciendo hasta sobrepasar los 2 millones de visitantes al finalizar el año 2016.<sup>21</sup>; al cierre del año Alcanzaron los 2, 051,653 visitantes.



**FUENTE: ENCUESTA DE CONTEOS CORSATUR – ARALDI – IT CORNER, SPSS Y DATOS VÍA AÉREA DE MIGRACIÓN**

<sup>21</sup> Informe Estadístico Año 2016. Ministerio de Turismo. Corporación Salvadoreña de Turismo CORSATUR. Unidad de Inteligencia de Mercado. El Salvador. Págs. 2 – 11.

## ❖ Llegada de Turistas por las principales Fronteras

El turista internacional utiliza principalmente dos vías, la vía terrestre y la vía aérea para entrar a El Salvador y de esta manera visitar los diferentes destinos turísticos. El porcentaje de participación en la llegada de turistas por vía terrestre y vía aérea corresponde a 57% y 43%.

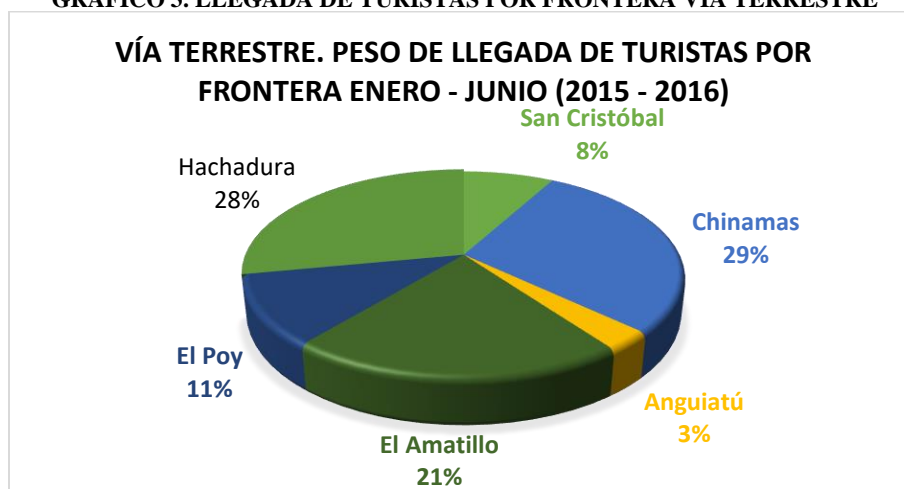
GRÁFICO 2. LLEGADA DE TURISTAS POR LAS PRINCIPALES FRONTERAS



FUENTE: ENCUESTA DE CONTEOS CORSATUR - IT CORNER, SPSS Y DATOS VÍA AÉREA DE MIGRACIÓN

Con respecto a la vía terrestre, Las Chinamas, La Hachadura, El Amatillo, y El Poy, continúan siendo las principales fronteras por las que ingresan los turistas vía terrestre con un porcentaje de participación de 29%, 28%, 21 y 11% respectivamente.

GRÁFICO 3. LLEGADA DE TURISTAS POR FRONTERA VÍA TERRESTRE

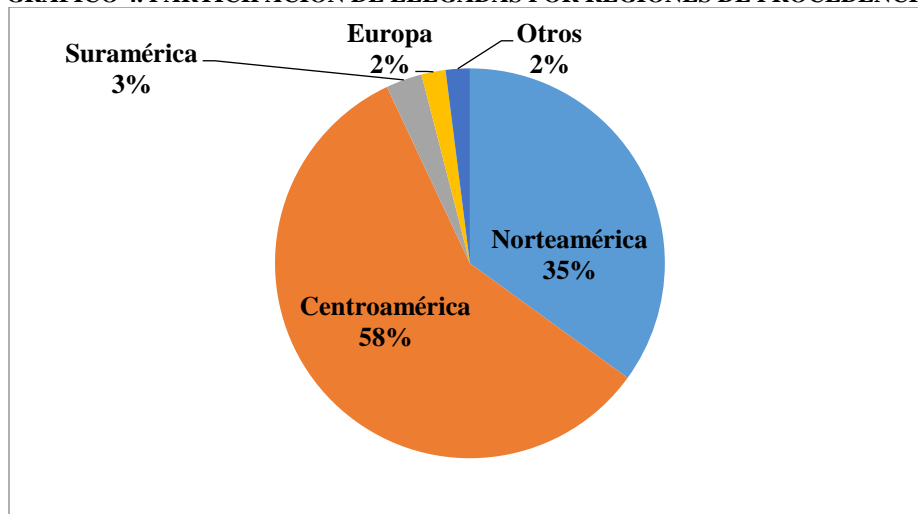


FUENTE: ENCUESTA DE CONTEOS CORSATUR – IT CORNER

## ❖ Llegada de Turistas por principales Regiones y Países

El mercado más importante para El Salvador son los visitantes de los países de Centroamérica, con un 58%, seguido de Norteamérica 35%.

**GRÁFICO 4. PARTICIPACIÓN DE LLEGADAS POR REGIONES DE PROCEDENCIA**

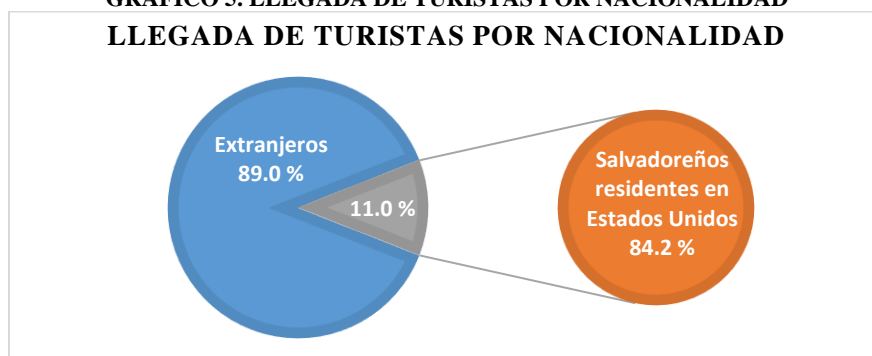


FUENTE: ENCUESTA DE CONTEOS CORSATUR – ARALDI – IT CORNER, SPSS Y DATOS VÍA AÉREA DE MIGRACIÓN

## ❖ Llegada de Turistas por Nacionalidad año 2016

Un 89.0% representa la llegada de turistas extranjeros y el 11.0% representa la llegada de los salvadoreños residentes en el exterior. Es importante subrayar que el 84.2% de los salvadoreños residentes en el exterior viven en Estados Unidos.

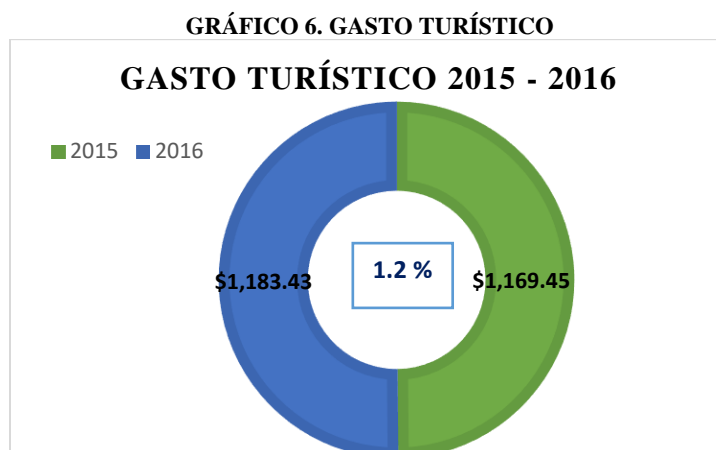
**GRÁFICO 5. LLEGADA DE TURISTAS POR NACIONALIDAD**  
**LLEGADA DE TURISTAS POR NACIONALIDAD**



FUENTE: ENCUESTA DE CONTEOS CORSATUR – ARALDI – IT CORNER, SPSS Y DATOS VÍA AÉREA DE MIGRACIÓN

## ❖ Gasto Turístico

Los resultados preliminares para el año 2016 en materia de gasto turístico total, realizado por los turistas y los excursionistas son mayores que los registrados en el año 2015. Con \$1,183.48 millones para el año 2016 de gasto turístico contra los \$1,169.45 millones registrados en el año 2015, es decir \$13.98 millones más o el equivalente a 1.2% de incremento en el gasto turístico.



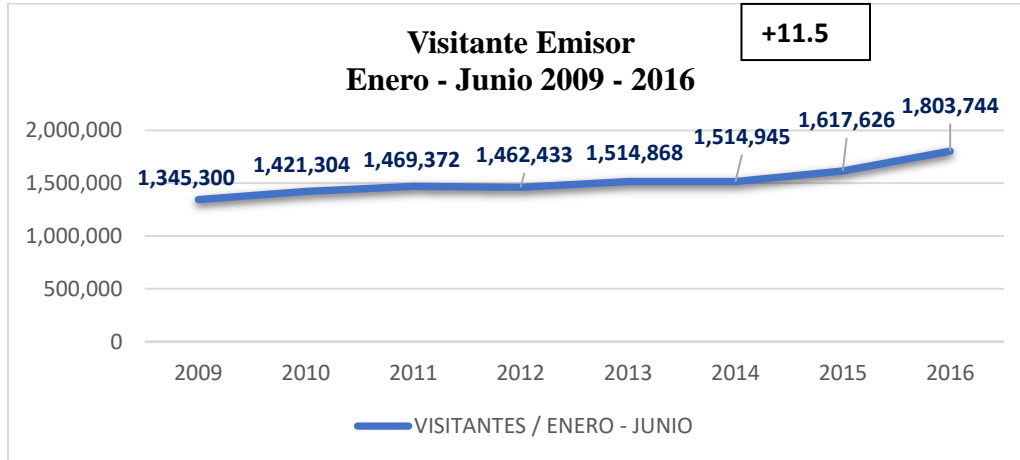
FUENTE: ENCUESTA DE CONTEOS CORSATUR – ARALDI – IT CORNER, SPSS

El comportamiento del gasto diario por persona de los turistas se incrementó en 4% con respecto al año 2015, pues pasó de \$112.9 en el año 2015 a \$117.4 en el año 2016. Al analizar el comportamiento de la estadía media que realizan los turistas en El Salvador, se observa que ha decrecido días promedio, pasando de 6.8 noches al año 2015 a 6.2 noches al año 2016.

## ❖ Turismo Emisor

El número de salvadoreños que realizaron viajes al exterior, en el acumulado a diciembre 2016 fue de 1, 803,744 personas, un 11.5% de crecimiento con respecto al año anterior 2015.

GRÁFICO 7. VISITANTE EMISOR



FUENTE: ENCUESTA DE CONTEOS CORSATUR – ARALDI – IT CORNER, SPSS Y DATOS VÍA AÉREA DE MIGRACIÓN

### ❖ Producto Interno Bruto (PIB)

La relación que tiene el sector turismo en la economía nacional es importante, tomando en cuenta que, para el tercer trimestre del año 2016, del total del producto interno bruto le corresponde el 4.51%, debido a la captación de \$297.96 millones en turismo.

TABLA 3. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

AÑO	PIB (US \$ MILLONES)	TURISMO (US \$ MILLONES)	T/PIB %
2009	20,661.00	516.63	2.50 %
2010	21,418.33	518.03	2.42 %
2011	23,139.05	615.15	2.66 %
2012	23,813.60	771.55	3.24 %
2013	24,350.93	893.84	3.67 %
2014	25,054.23	1,107.43	4.42 %
2015	25,850.21	1,169.45	4.52 %
1° T2015	6,338.62	276.02	4.32 %
1° T2016	6,589.64	281.35	4.27 %
2° T2015	6,387.89	275.91	4.32 %
2° T2016	6,606.37	273.49	4.14 %
3° T2015	6,496.64	305.75	4.71 %
3° T2016	6,606.37	297.96	4.51 %

FUENTE: BCR- CORSATUR INFORME ESTADÍSTICO AÑO 2016. MINISTERIO DE TURISMO

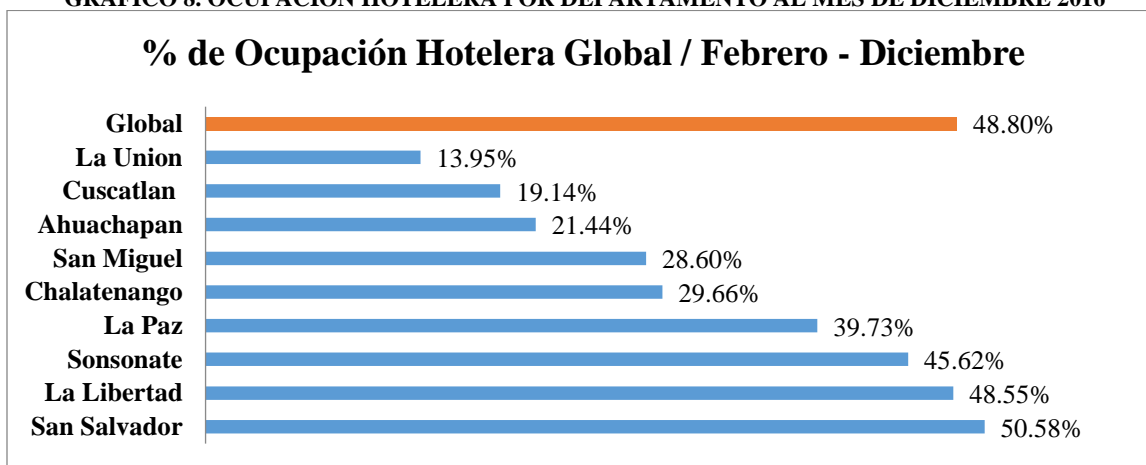
AÑO	PIB (US \$ MILLONES)	TURISMO (US \$ MILLONES)	T/PIB %
Trimestres 2016	19,802.38	852.80	4.31%
Trimestres 2015	19,223.15	857.68	4.46%

Si se suman los tres trimestres del año 2015, se obtiene un total de \$19,223.15 millones que corresponde al PIB y los ingresos de turismo, de estos tres trimestres, son de \$857.68 millones que generan un 4.46 %. Para el año 2016, el análisis es el mismo, los trimestres dan un total de \$19,802.38 millones que corresponden al PIB y los ingresos de turismo de estos tres trimestres son de \$852.80 millones, un 4.31 % que representa el aporte del sector turismo. Por lo que, en el año 2016, hubo una disminución de 0.15% de aporte al PIB del sector turismo con respecto al año 2015.

### ❖ Ocupación Hotelera

Según datos obtenidos del sistema DATA TUR El Salvador, para junio del año 2016 los hoteles ubicados en nueve departamentos han proporcionado información sobre ocupación: San Salvador con el 50.58%, seguido de La Libertad el 48.55%, siendo la ocupación global para el mes de diciembre del 2016 de 48.80%.

GRÁFICO 8. OCUPACIÓN HOTELERA POR DEPARTAMENTO AL MES DE DICIEMBRE 2016



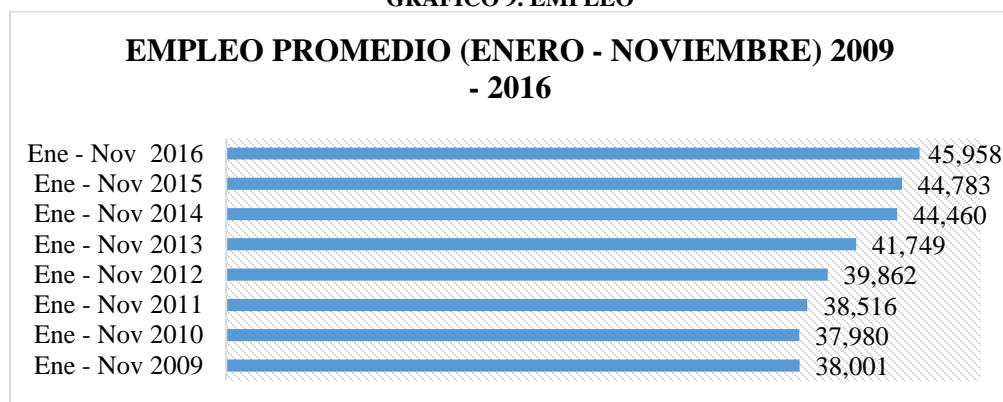
FUENTE: INFORME ESTADÍSTICO AÑO 2016. MINISTERIO DE TURISMO



## ❖ Empleo

El volumen de empleo en promedio al mes de noviembre en el año 2016 fue de 45,958 empleos, aumentó en 2.6% con respecto al mismo al año 2015. Otro punto de interés es señalar que la participación del empleo que genera el sector turismo en la economía nacional es del 7.8%.

GRÁFICO 9. EMPLEO



FUENTE: INFORME ESTADÍSTICO AÑO 2016. MINISTERIO DE TURISMO

### 3.4. DIAGNÓSTICO SOBRE EL DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES

#### 3.4.1. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

El cuestionario estaba conformado por 6 preguntas generales de opción múltiple, 1 pregunta general abierta, 23 preguntas cerradas de opción múltiple y 4 preguntas abiertas (Ver Anexo 1). La encuesta se cuestionó únicamente a los 119 jefes de hogar de los diferentes municipios de carácter urbano tomados al azar. Los resultados de la tabulación demuestran lo siguiente (Ver Anexo 2: Tabulación y Análisis de la Encuesta): El rango de edad de los encuestados fue de los 18 a los 40 años, la mayor parte de la población encuestada tiene un nivel de educación universitario, todos laboran, los conceptos que relacionan con turismo son la naturaleza, los paisajes, la gastronomía, la aventura y la cultura, los aspectos que consideran

más determinantes a la hora de hacer turismo son el precio, el transporte, el alojamiento y la comida, las actividades que realizan con más frecuencia son visitar playas y balnearios, caminatas y visitas a lugares donde exhiban historia, la frecuencia con la que realizan turismo es entre dos y cinco veces al año, su principal motivo para hacer turismo son las vacaciones, el fin de semana es su tiempo preferido para salir de paseo, aproximadamente gastan un promedio de \$51.00 a \$101.00 en cada salida turística familiar dentro del país, la mayoría de los encuestados utiliza vehículo propio como medio de transporte cuando visita un destino turístico dentro del país y un 76% de la población encuestada respondió que no conoce la ubicación del municipio de San Miguel Tepezontes y que nunca ha visto una campaña publicitaria del municipio. El 78% de los encuestados reflejaron estar interesados en hacer turismo en el municipio de Tepezontes. Tomando en cuenta lo anterior, el grupo investigador propone dos tipos de perfil de los posibles turistas o visitantes, un perfil familiar y otro perfil del turista aventurero. Tomando en cuenta estos dos perfiles se elaboró el diseño de los dos circuitos turísticos propuestos, los cuales se detallan en el siguiente capítulo.

### 3.4.2. INVENTARIO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES

**Pueblos Vivos, Circuito N° 35:** Montañas, Cumbres y Zelotes - Ruta Panorámica.

**Fiestas Patronales de San Miguel Tepezontes:** 24 al 29 de septiembre.

**TABLA 4. INVENTARIO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE SMT**

<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ADMINISTRADO POR</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>POSIBLE OFERTA TURÍSTICA</b>
<b>Casco Urbano</b>	Conjunto de edificios agrupados de una población, al término municipal.	Municipalidad	Municipio de San Miguel Tepezontes	Infraestructura Colonial
<b>Iglesia El Calvario</b>	Infraestructura o edificio donde las personas profesan su fe.	Parroquia Católica del Municipio de SMT	Barrio El Calvario, final del pasaje #1	Infraestructura Colonial
<b>Iglesia Parroquial San Miguel Arcángel</b>	Infraestructura o edificio donde las personas profesan su fe.	Parroquia Católica del Municipio de SMT	Centro de San Miguel Tepezontes	Infraestructura Colonial
<b>Río El Chorro</b>	Corriente natural de agua que fluye con continuidad.	Municipalidad	Finca Cuesta el Chorro	Nacimientos de agua y lavaderos públicos
<b>Lago de Ilopango</b>	Cuerpo de agua, generalmente dulce, de una extensión considerable, que se encuentra separado del mar.	Municipalidad	Municipio de San Miguel Tepezontes	Camping Isla Cerrón Los Patos Posa Verde
<b>Caserío Las Borjas</b>	Tipo de hábitat rural, de construcción tradicional.	Municipalidad	Caserío Las Borjas	Mirador al volcán Chinchontepec
<b>Caserío La Cumbre</b>	Parte más alta del Municipio de San Miguel Tepezontes.	Municipalidad	Caserío La Cumbre	Mirador con mayor elevación del municipio
<b>Río El Arenal</b>	Corriente natural de agua que fluye con continuidad.	Municipalidad	Municipio de San Miguel Tepezontes	Agua limpia y con una característica de coloración verde cristalina, fresca y relajante.
<b>Mirador de la Montañita</b>	Lugar o punto elevado desde el cual puede contemplarse con facilidad un paisaje (urbano o natural) o un acontecimiento.	Municipalidad	Carretera Panorámica	Mirador de la Montañita

<b>Mirador de Altos de Soledad, Las Flores</b>	Lugar o punto elevado desde el cual puede contemplarse con facilidad un paisaje (urbano o natural) o un acontecimiento.	Municipalidad	Ubicado en el cantón Soledad Las Flores, se encuentra al oriente, a una distancia de 5 km del casco urbano de San Miguel Tepezontes sobre la carretera La Panorámica.	Mirador a una altura de 1250 msnm Vista a Paisajes Zona de descanso a turistas
<b>Mirador Finca El Mojón</b>	Lugar o punto elevado desde el cual puede contemplarse con facilidad un paisaje (urbano o natural) o un acontecimiento.	Municipalidad	Ubicado a 3 km hacia el occidente del casco urbano de San Miguel Tepezontes.	Vista a Paisajes Zona de descanso a turistas
<b>INICIATIVAS TURÍSTICAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ADMINISTRADO POR</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>POSIBLE OFERTA TURÍSTICA</b>
<b>Cooperativa de Café Tepezunt</b>	Asociación autónoma de personas unidas voluntariamente para formar una organización cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios.	Directiva de la Cooperativa	Se encuentra a 700 metros del centro de la villa de San Miguel Tepezontes	Recorrido turístico por terrenos e instalaciones Clase de siembra de café Venta de café
<b>Cooperativa de Pesca San José el Pegadero</b>	Asociación autónoma de personas unidas voluntariamente para formar una organización cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios.	Directiva de la Cooperativa	Ubicado a 4.7 km del centro de la villa de San Miguel Tepezontes	Recorrido turístico por terrenos e instalaciones Charla acerca de los tipos de peces criados Recorrido por las pilas de tilapias Venta de tilapias Paseos en lancha
<b>Artesanías Cambu (La casa del Bambú)</b>	Artesanías elaboradas a base del bambú como materia prima	Comité de artesanos de la zona	Municipio de San Miguel Tepezontes	Venta de artesanías y detalles al por menor
<b>Sra. Juana Pérez Productora del Vino Tepe Tepe</b>	Vino elaborado en el municipio de San Miguel Tepezontes a base a frutas naturales y cascara de naranja.	Comité de artesanos de la zona	Municipio de San Miguel Tepezontes	Venta de vino elaborado artesanalmente
<b>Artesanos en Hilos</b>	Diversos productos elaborados artesanalmente a base de hilos	Comité de artesanos de la zona	Municipio de San Miguel Tepezontes	Venta de productos elaborados por hilo
<b>Sra. Francisca Vega, Artesana en petates</b>	Productos elaborados en petate	Comité de artesanos de la zona	Municipio de San Miguel Tepezontes	Venta de petates elaborados artesanalmente

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

### 3.4.3. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES

TABLA 5. ANÁLISIS FODA DEL MUNICIPIO DE SMT

<b>ANÁLISIS FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cuenta con un clima fresco, que gusta a los turistas.</li> <li>✓ Posee infraestructura colonial.</li> <li>✓ Cuenta con riqueza cultural y religiosa.</li> <li>✓ Posee un alto nivel de riquezas naturales.</li> <li>✓ Posee un alto potencial turístico para visitantes nacionales y extranjeros.</li> <li>✓ Cercanía a la capital.</li> <li>✓ Posee artesanos que trabajan activamente en la zona.</li> <li>✓ El municipio cuenta con una cooperativa de pesca y otra de café.</li> <li>✓ Cuenta con potencial turístico de senderismo, taller de artesanías y elaboración de petates y vinos artesanales.</li> <li>✓ La pesca como actividad económica patrimonial.</li> <li>✓ La Alcaldía Municipal promueve el turismo dentro del municipio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Creación y promoción de circuitos turísticos dentro del municipio.</li> <li>✓ Desarrollo del sector artesanal y el sector informal.</li> <li>✓ Oportunidad para atraer inversión extranjera y nacional.</li> <li>✓ Apoyo del Gobierno local, del Ministerio de Turismo y otras entidades.</li> <li>✓ Oportunidad de crear oferta hotelera local.</li> <li>✓ Financiamiento por medio de ONG's.</li> <li>✓ Proyecciones en la televisión, programas de turismo, redes sociales, sitios web, tour operadores y canal YouTube.</li> <li>✓ Mejorar y adecuar la oferta turística existente.</li> <li>✓ Ampliar la oferta turística.</li> <li>✓ Contratar transporte alternativo para los turistas.</li> <li>✓ Aplicación de estrategias de marketing.</li> <li>✓ Posibilidad de aumentar los ingresos y niveles de vida de los habitantes del municipio.</li> <li>✓ Crear circuitos turísticos de montaña y aventura.</li> <li>✓ Oportunidad de ampliar la diversidad de servicios turísticos ofertados.</li> <li>✓ Proyectos turísticos rentables.</li> <li>✓ Reducción de los índices de pobreza del municipio.</li> <li>✓ Generar fuentes de empleo a la población.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de promoción como destino turístico.</li> <li>✓ Falta de explotación de los recursos naturales.</li> <li>✓ Falta de señalización vial.</li> <li>✓ El comité de desarrollo turístico de la municipalidad no promueve de forma óptima el turismo del municipio.</li> <li>✓ El municipio no posee quioscos informativos para dar a conocer los atractivos con que cuenta.</li> <li>✓ No existen hoteles y lugares de descanso en el municipio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cambio de administración municipal.</li> <li>✓ Peligro por fenómenos o desastres naturales.</li> <li>✓ Ausencia de apoyo económico para el desarrollo y mantenimiento del turismo en el municipio.</li> <li>✓ Los altos índices de delincuencia.</li> <li>✓ Incremento de los índices de pobreza y tasas de desempleo dentro del municipio.</li> <li>✓ Poca colaboración de los habitantes del municipio en las propuestas turísticas.</li> <li>✓ Mala administración de recursos naturales que provocan el deterioro y la pérdida de los mismos.</li> </ul>

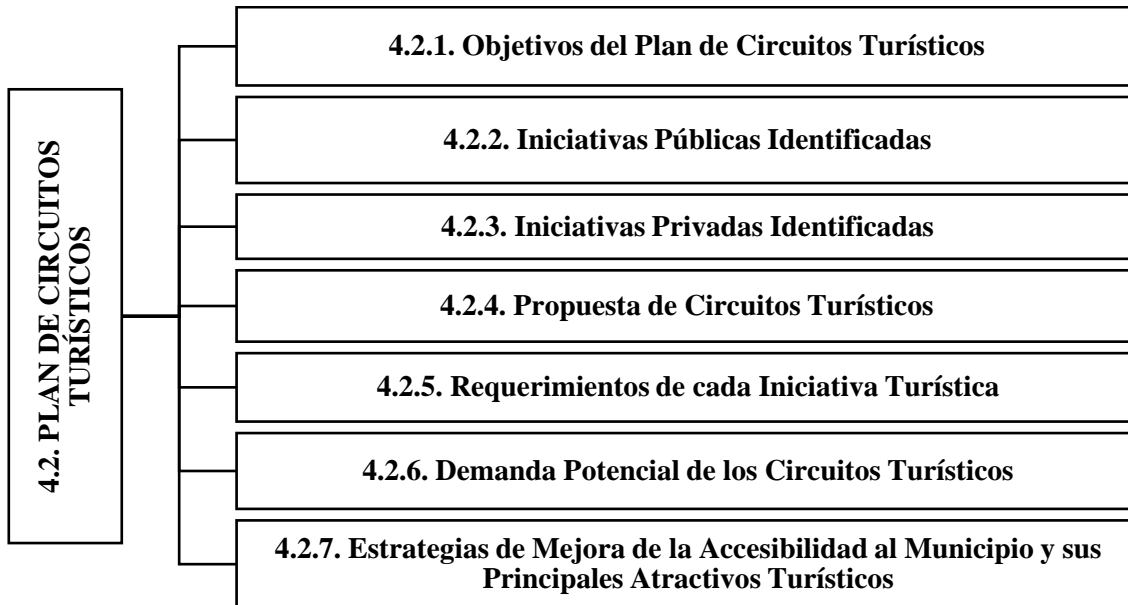
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La seguridad pública del municipio no es suficiente para mantener un ambiente tranquilo.</li> <li>✓ El acceso a los lugares naturales turísticos es complicado.</li> <li>✓ No posee Comité Gastronómico Municipal.</li> <li>✓ No cuenta con una marca destino con slogan, ni posee mascota del municipio.</li> <li>✓ No cuenta con hoteles u hostales rurales.</li> <li>✓ No se ha capacitado al recurso humano, a los empresarios ni a guías turísticos.</li> <li>✓ Falta de promoción en medios de comunicación.</li> <li>✓ Falta de ordenanzas municipales en materia turística y medioambiental.</li> <li>✓ Falta de puesto de POLITUR.</li> <li>✓ Falta de visión empresarial y carencia de planificación estratégica (procesos administrativos, publicidad).</li> <li>✓ Falta de recursos financieros.</li> <li>✓ Falta de participación de los habitantes del municipio en actividades turísticas.</li> <li>✓ Temor a la inversión local.</li> <li>✓ Deficiencia de servicios básicos (servicios sanitarios y limpieza).</li> <li>✓ Inexistencia de circuitos turísticos definidos.</li> <li>✓ Infraestructura inadecuada.</li> <li>✓ Bajo flujo de turistas hacia el municipio.</li> <li>✓ Inexistencia de servicio de internet en posibles lugares turísticos.</li> <li>✓ Municipio con pobreza extrema alta.</li> <li>✓ Limitadas fuentes de empleos formales e informales.</li> <li>✓ No cuenta con un Comité de Desarrollo Turístico juramentado por CORSATUR.</li> <li>✓ El municipio no participa activamente en el programa de pueblos vivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de orientación empresarial que puede estancar el desarrollo turístico del municipio.</li> <li>✓ Manejo inadecuado de desechos sólidos.</li> <li>✓ Deterioro en las vías de acceso.</li> <li>✓ Competencia latente por parte de rutas turísticas con mayor reconocimiento a nivel nacional.</li> <li>✓ Deficiente apoyo al turismo del municipio por parte de las instituciones gubernamentales competentes.</li> </ul>
--	---

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

## CAPITULO IV

### 4. DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES

#### 4.1. PLAN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS



#### 4.1.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

**Objetivo General.** Satisfacer las necesidades y motivaciones de los posibles turistas mediante la oferta de circuitos y servicios turísticos que ayuden a desarrollar la economía local sostenible en el municipio de San Miguel Tepezontes.

##### **Objetivos Específicos**

- Describir los diferentes circuitos turísticos, suministrando datos sobre los atractivos que comprenden.
- Orientar al turista y brindarle información acerca de cómo emplear su tiempo en los diferentes atractivos turísticos.

- Determinar la secuencia y orden de los servicios turísticos a brindar en cada circuito, determinando el tiempo y los recursos necesarios para su operación.

#### **4.1.2. INICIATIVAS PÚBLICAS IDENTIFICADAS**

- ❖ Mirador de Altos de Soledad de Las Flores.
- ❖ Plan de la Laguna (La Poza Verde).
- ❖ Isla Los Patos.
- ❖ Mirador Finca El Mojón
- ❖ Casco histórico.

#### **4.1.3. INICIATIVAS PRIVADAS IDENTIFICADAS**

- ❖ Cooperativa de pesca San José El Pegadero.
- ❖ Cooperativa de Café Tepezunt.

#### **4.1.4. PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS**

Para la presente consultoría se consideró plantear dos circuitos turísticos, que permitirán ofertar las diferentes iniciativas turísticas del municipio de San Miguel Tepezontes. Cada circuito ofrecerá atractivos diferentes, se detallan a continuación:



#### 4.1.4.1. Descripción y Recorrido del Circuito Turístico I: “LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN”

FIGURA 2. DESCRIPCIÓN Y RECORRIDO DEL CIRCUITO TURÍSTICO I



FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

TABLA 6. DESCRIPCIÓN DEL CIRCUITO TURÍSTICO I

RUTA	TEMÁTICA	INICIATIVAS	ACTIVIDADES PROPUESTAS	SERVICIOS PROPUESTOS
<b>Lago, Pesca y Diversión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pesca</li> <li>● Naturaleza</li> <li>● Cultura</li> <li>● Gastronomía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Casco histórico de San Miguel Tepezontes</li> <li>○ Cooperativa de Pesca San José El Pegadero</li> <li>○ Poza Verde (Lago de Ilopango)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recreación y diversión</li> <li>✓ Gastronomía</li> <li>✓ Eventos culturales</li> <li>✓ Paisajismo</li> <li>✓ Actividades de baño</li> <li>✓ Pesca artesanal y deportiva</li> <li>✓ Venta de artesanías</li> <li>✓ Descanso</li> <li>✓ Visita a Cooperativa de pesca San José El Pegadero</li> <li>✓ Paseos en lancha a Isla Los Patos</li> <li>✓ Deportes acuáticos</li> <li>✓ Senderismo</li> <li>✓ Actividades de turismo de aventura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alimentación y agua embotellada</li> <li>- Transporte turístico al interior del municipio</li> <li>- Alquiler de equipo de pesca, de canopy, kayak y motos acuáticas</li> <li>- Guías turísticos en todo el recorrido</li> <li>- Guía turístico de la Cooperativa de Pesca San José El Pegadero</li> <li>- Venta de artesanías y productos promocionales</li> <li>- Desarrollo de festivales gastronómicos y culturales</li> <li>- Venta de tilapias y otros</li> <li>- Paseos en lancha</li> <li>- Actividades guiadas en la playa</li> <li>- Fútbol y tenis de playa</li> </ul>

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1.4.2. Descripción y Recorrido del Circuito Turístico II: “NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN”

FIGURA 3. DESCRIPCIÓN Y RECORRIDO DEL CIRCUITO TURÍSTICO II

■ CIRCUITO TURÍSTICO NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN



FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

TABLA 7. DESCRIPCIÓN DEL CIRCUITO TURÍSTICO II

RUTA	TEMÁTICA	INICIATIVAS	ACTIVIDADES PROPUESTAS	SERVICIOS PROPUESTOS
Naturaleza, Aventura y Diversión	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Naturaleza</li> <li>● Catación de Café</li> <li>● Senderismo</li> <li>● Cultura</li> <li>● Gastronomía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cooperativa de Café Tepezunt</li> <li>○ Cerros Tepehulo y San José La Loma</li> <li>○ Casco histórico de San Miguel Tepezontes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recreación y diversión</li> <li>✓ Gastronomía</li> <li>✓ Eventos culturales</li> <li>✓ Paisajismo</li> <li>✓ Actividades de baño</li> <li>✓ Venta de artesanías</li> <li>✓ Descanso</li> <li>✓ Cabalgatas</li> <li>✓ Visita a Cooperativa de Café Tepezunt</li> <li>✓ Senderismo</li> <li>✓ Descanso</li> <li>✓ Actividades de turismo de aventura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alimentación y agua embotellada</li> <li>- Transporte turístico al interior del municipio</li> <li>- Alquiler de binoculares, hamacas, quioscos, caballos, bicicletas y cuatrimotos</li> <li>- Guías turísticos en todo el recorrido y Guía turística de la Cooperativa de Café Tepezunt</li> <li>- Venta de artesanías y productos promocionales.</li> <li>- Desarrollo de festivales gastronómicos y culturales</li> <li>- Venta de Café</li> <li>- Deportes de aventura: senderismo, ciclismo, etc.</li> </ul>

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1.5. REQUERIMIENTOS DE CADA INICIATIVA TURÍSTICA

Ver requerimientos de cada iniciativa turística propuesta en Anexo 3 (Requerimientos de cada Iniciativa Turística).

#### 4.1.6. DEMANDA POTENCIAL DE TURISTAS DE LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS

##### 4.1.6.1. Cálculo de la Demanda

Para obtener el cálculo de la demanda se tomó en cuenta el total de hogares urbanos de El Salvador, de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples de la Dirección General de Estadística y Censos de El Salvador del año 2014 (1,112,765 hogares), tomando como referencia a los jefes de hogares urbanos. Se ha decidido tomar a esta cifra de hogares urbanos y relacionarla con los porcentajes obtenidos en el análisis y evaluación de la encuesta realizada en la muestra poblacional del estudio (Ver Anexo 2), en referencia al tipo de personas con los que la población realiza turismo, con el objetivo de encontrar un valor cercano al comportamiento estudiado. En referencia a lo anterior, se considerará al grupo familiar de acuerdo al análisis de la encuesta, que lanzó un resultado de 55%, de que la familia está compuesta de 3 a 4 personas. Como último punto se multiplicará el total del universo por 97% que es el parámetro de la población que está dispuesta o interesada en hacer turismo en el municipio de San Miguel Tepezontes.

**TABLA 8. CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL DE TURISTAS**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>TOTAL GRUPO</b>	<b>TOTAL INDIVIDUOS</b>
Familia	58 %	184,401	645,404
Pareja	16 %	89,021	178,042
Amigos(as)	21 %	233,681	233,681
Compañeros(as) de trabajo / Colegio / Universidad	4 %	44,511	44,511
Miembros de una Delegación Institucional	1 %	11,127	11,127
<b>TOTAL DE DEMANDA DE TURISMO PARA EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>100 %</b>		<b>1,112,765 (*97%)</b>
<b>PERIODO DE 1 AÑO</b>			<b>1,079,382 Turistas</b>

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1.6.2. Proyección del Crecimiento de la Demanda

El informe estadístico del año 2014 del MITUR, nos refleja la relación que tiene el sector turismo en la economía nacional, la cual es sumamente importante, tomando en cuenta que en el año 2014 del total del PIB le corresponde el 4.4%, debido a la captación de \$1,107.4 millones. Para proyectar el crecimiento de la demanda mediante el programa Excel, se consideró conveniente utilizar el método de proyección de suavizamiento exponencial con corrección por tendencia, que es utilizado cuando nuestros datos de demanda histórica tienen un nivel o tendencia clara. Se calculará el valor del nivel de la tendencia inicial, conocido como nivel o tendencia en el tiempo cero, mediante la regresión lineal para obtener la ecuación de la recta:  $D_t = at + b$ , a partir de lo anterior, se hacen los cálculos de la demanda real para uno de los periodos de los pronósticos. (Ver Anexo 4: Proyección del Crecimiento de la Demanda).

#### 4.1.6.3. Proyección de la Demanda Total

TABLA 9. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL

AÑO	0	1	2	3	4	5
Proyección de la Demanda Total (Personas)	1,079,382	1,192,069	1,304,720	1,417,448	1,530,135	1,642,753

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1.6.4. Proyección de la Demanda Turística Nacional en el Municipio de San Miguel Tepezontes

Para realizar las proyecciones de la demanda turística nacional del Municipio de San Miguel Tepezontes, se utilizará la información recolectada en la encuesta realizada en la consultoría, sobre el porcentaje de aceptación de los productos y recursos turísticos que se ofertan, la disposición de hacer turismo dentro del municipio y la cantidad de hogares urbanos a nivel nacional, tomando como referencia a los jefes de familia de cada hogar. (Ver Anexo 5).

#### 4.1.6.5. Análisis Comparativo de la Demanda de Competencia Turística Similar en el País

No existe un método específico para determinar la demanda de turistas potenciales que podrían visitar el municipio de San Miguel Tepezontes como destino turístico, dado que, esto está condicionado por muchos factores internos y externos que influyen latentemente en las decisiones de la posible demanda. Debido a lo anterior, se ha considerado realizar un análisis comparativo de la demanda, tomando en cuenta la competencia similar que existe dentro del país. De acuerdo a la información obtenida en el capítulo tres, en el apartado de análisis y evaluación de la encuesta, en la pregunta número 27, los resultados de la investigación arrojaron datos relevantes, acerca de que rutas son las que visita con más frecuencia la población encuestada. Ver Anexo 6.

#### 4.1.6.6. Proyección de Visitas Turísticas al Municipio de San Miguel Tepezontes para los próximos cinco años

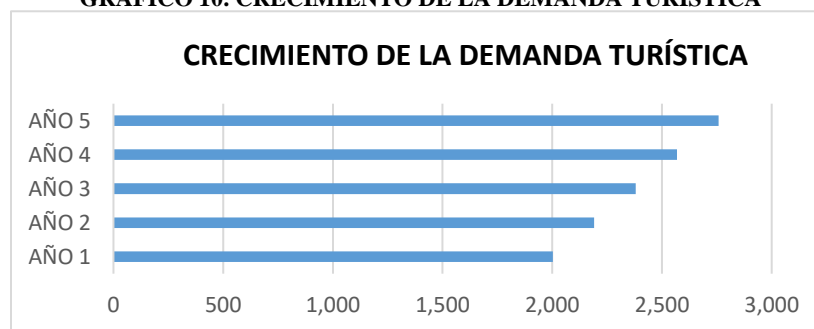
Debido a que no se cuenta con datos estadísticos sobre el flujo de visitantes del municipio de San Miguel Tepezontes, para realizar un pronóstico de la visita de familias al municipio, se partirá de la demanda inicial de 3,627 visitas durante un año y el aumento será proporcional al crecimiento de tasa de la demanda proyectada calculada anteriormente.

**TABLA 10. PRONÓSTICO DE VISITAS DE GRUPOS FAMILIARES AL MUNICIPIO DE SMT**

<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Tasa de Crecimiento de la Demanda Proyectada</b>	4.73 %	10.44 %	9.45 %	8.64 %	7.95 %	7.36 %
<b>Visitas Familiares por Año</b>	3,627	4,006	4,385	4,764	5,143	5,522

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**GRAFICO 10. CRECIMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA**



FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

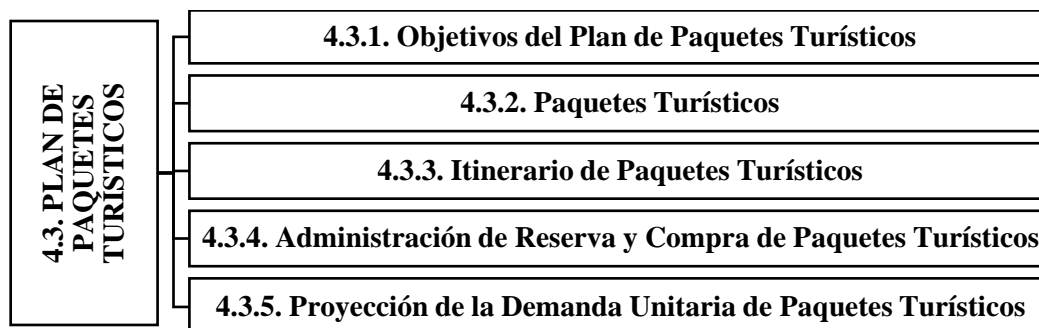
#### 4.1.7. ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD AL MUNICIPIO Y SUS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS

TABLA 11. ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD AL MUNICIPIO Y A SUS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ESTRATEGIA	OBJETIVOS	ACCIONES	RESPONSABLE
1. Fomentar y mejorar la accesibilidad al municipio y sus principales destinos turísticos	Aumentar en el menor plazo posible el número de turistas, mejorando así los accesos y garantizando facilidades en el recorrido, seguridad, confort, atractivos y servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tomar como referencia una marca turística establecida por la municipalidad para poder identificar el municipio dentro de las señalizaciones.</li> <li>✓ Incluir en este proyecto la nomenclatura, las señales viales, la señalización turística, los murales con imágenes de los atractivos turísticos y las cédulas interpretativas o rótulos, que contengan la información básica de los destinos o recursos turísticos del municipio.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de San Miguel Tepezontes.
2. Instalación y equipamiento de oficinas de atención turística	Brindar servicios de atención e información al turista en lugares estratégicos y accesibles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseñar y construir una infraestructura tipo caseta o quiosco, desde el cual se brinde información turística del municipio mediante brochures y mapas turísticos.</li> <li>✓ Ofrecer una atención personalizada e integrada sobre los servicios y productos locales.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de San Miguel Tepezontes.

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

## 4.2. PLAN DE PAQUETES TURÍSTICOS



### 4.2.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE PAQUETES TURÍSTICOS

**Objetivo General.** Definir los procesos de planificación, diseño y control de los paquetes turísticos y mantener los registros correspondientes.

#### **Objetivos Específicos**

- Determinar el producto turístico, las tendencias del sector turístico, las necesidades de los clientes actuales y potenciales acorde con el mercado objetivo.
- Establecer la duración e itinerarios, servicios turísticos, incluidos y no incluidos, servicios complementarios, nombre y precios que conforman los paquetes turísticos.
- Efectuar validaciones periódicas para asegurarse de que el paquete turístico continúa satisfaciendo las necesidades del turista, conforme con los requisitos, así como para identificar los mejoramientos potenciales en la prestación y control del paquete turístico.

## 4.2.2. PAQUETES TURÍSTICOS

### Paquete Turístico # 1, “Circuito Turístico Lago, Pesca y Diversión”



Este tour inicia con un recorrido por el casco urbano de San Miguel Tepezontes, una villa muy pequeña y encantadora que invita a disfrutar de clima fresco, calles adoquinadas y personas amigables, además, se hará un recorrido por la iglesia colonial y las principales infraestructuras. En la base de la Cooperativa de Pesca San José El Pegadero en San Miguel Tepezontes, el recorrido sigue con una caminata de 10 minutos donde se toma la lancha para partir sobre el lago de Ilopango. Se le brindará a cada uno de los participantes un chaleco salvavidas y todas las instrucciones y restricciones pertinentes. Una vez en el lago, la aventura da inicio, comenzará la pesca artesanal con las cañas de pesca rentadas por la cooperativa. Luego podrá degustar de un almuerzo en un restaurante a la orilla del lago, con buena música y un ambiente familiar. Posteriormente dispondrá de la tarde para disfrutar de deportes acuáticos como natación, esquí acuático, kayaking, uso de motos acuáticas y paseos en lancha hacia las islas cercanas. El tour concluye al finalizar la tarde con el regreso al casco histórico, donde podrá adquirir artesanías y souvenirs autóctonos del municipio y al mismo tiempo degustar de sus famosos vinos artesanales, atoles, pupusas y platillos típicos.

#### **Incluye:**

- ✓ Guía local con conocimientos de primeros auxilios durante todo el recorrido e instructorías en deportes acuáticos.
- ✓ Equipamiento: Cañas de pescar y chalecos salvavidas.
- ✓ Transporte en lancha para pesca artesanal y para visita de isla cercana.
- ✓ Transporte con aire acondicionado.
- ✓ Acceso a todas las atracciones en deportes acuáticos.
- ✓ Agua embotellada, Almuerzo y platillo típico vespertino.

#### **No Incluye:**

- Propinas
- Gastos personales

#### **No Olvidar:**

- Sombrero o gorra y chaqueta
- Repelente de insectos
- Calzado para caminar
- Cámara y binoculares
- Ropa fresca y cómoda
- Ropa de baño
- Medicamentos de ser necesarios

#### **Información Práctica:**

- ❖ **Duración del tour:** 8 horas
- ❖ **Hora de salida:** 9:00 a.m.
- ❖ **Hora de llegada:** 5:00 p.m.
- ❖ **Lugar de salida:** Parqueo de la Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes
- ❖ **Disponible:** viernes, sábado y domingo

**Precio por persona:** \$25.00

Las formas de pago son en efectivo o con tarjeta de crédito, acercándose a la oficina de turismo del municipio.





Disfrute de increíbles vistas panorámicas desde temprano del lago de Ilopango, sus islas y los cerros Tepehulo y San José La Loma en un increíble recorrido a todos los miradores turísticos del municipio, deléitese con sus hermosos paisajes, clima fresco, flora exuberante, aventuras ecológicas entre bosques cafeteros y sus relieves incomparables. Como segundo punto del recorrido visite la Cooperativa de Café Tepezunt, donde se hará un recorrido por las plantaciones de café. El guía encargado explicará a los visitantes las diferentes técnicas centenarias que usan los expertos para producir el mejor café del municipio, el cuidadoso cultivo, recolección y tostado del grano y al final del recorrido usted podrá saborear el delicioso producto final. Después de la visita al cafetal continuaremos el recorrido hacia el lago de Ilopango, donde podrá degustar un delicioso almuerzo en un restaurante a orilla del lago, en el cual podrá pasar una tarde agradable, alquilar hamacas y paseos en lancha. El tour concluye al finalizar la tarde con el regreso al casco histórico, donde usted podrá adquirir artesanías y souvenirs autóctonos del municipio y al mismo tiempo podrá degustar de sus famosos vinos artesanales, atoles, pupusas y platillos típicos.

## **Paquete Turístico # 2, “Circuito Turístico Naturaleza, Aventura y Diversión”**

### **Incluye:**

- ✓ Guía local con conocimientos de primeros auxilios durante todo el recorrido.
- ✓ Transporte con aire acondicionado.
- ✓ Entrada a la Cooperativa de Café Tepezunt.
- ✓ Agua embotellada, Almuerzo y platillo típico vespertino.

### **No Incluye:**

- Propinas
- Gastos personales

### **No Olvidar:**

- Sombrero o gorra y Chaqueta
- Repelente de insectos
- Calzado para caminar
- Cámara y Binoculares
- Ropa fresca y cómoda
- Ropa de baño
- Termo con agua
- Medicamentos de ser necesarios

### **Información Práctica:**

- ❖ **Duración del tour:** 8 horas
- ❖ **Hora de salida:** 9:00 a.m.
- ❖ **Hora de llegada:** 5:00 p.m.
- ❖ **Lugar de salida:** Parqueo de la Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes
- ❖ **Disponible:** viernes, sábado y domingo

**Precio por persona:** \$25.00

Las formas de pago son en efectivo o con tarjeta de crédito, acercándose a la oficina de turismo del municipio.

### 4.2.3. ITINERARIO DE PAQUETES TURÍSTICOS POR CADA CIRCUITO

TABLA 12. ITINERARIO DE PAQUETES TURÍSTICOS PARA CADA CIRCUITO

<b>CIRCUITO “LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN”</b>		
<b>PAQUETE TURÍSTICO 1</b>		
<b>HORARIO</b>	<b>LUGAR</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>9:00 am</b>	Parqueo de la Alcaldía de SMT	Recepción, registro y distribución de los turistas con los diferentes guías turísticos y orientación turística sobre el tour en general, recomendaciones, etc.
<b>9:30 am</b>	Casco urbano de la villa de SMT	Recorrido guiado por el casco urbano, por sus principales iglesias coloniales y las principales infraestructuras del casco.
<b>10:30 am</b>	Cooperativa de Pesca San José El Pegadero	Recorrido guiado por personal de la Cooperativa, finalizando el tour con el corrido en lancha por el lago de Ilopango y por la catedra de pesca artesanal con cañas de pescar rentadas.
<b>12:30 pm</b>	Playa Poza Verde (Lago de Ilopango)	Almuerzo en uno de los restaurantes a orilla del lago, con buena música y ambiente familiar.
<b>2:00 pm</b>	Playa Poza Verde (Lago de Ilopango)	Tarde libre para disfrutar la playa Poza Verde y todos sus atractivos y para realizar deportes acuáticos como natación, esquí acuático, kayaking, uso de motos acuáticas y paseos en lancha hacia la isla de Los Patos.
<b>4:00 pm</b>	Casco urbano de la villa de SMT	Venta de artesanías y souvenirs autóctonos del municipio y platillo típico vespertino incluido, con la degustación de sus famosos vinos artesanales y atoles.
<b>5:00 pm</b>	Parqueo de la Alcaldía de SMT	Fin del recorrido turístico 1 “Lago, Pesca y Diversión”.
<b>CIRCUITO “NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN”</b>		
<b>PAQUETE TURÍSTICO 2</b>		
<b>HORARIO</b>	<b>LUGAR</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>9:00 am</b>	Parqueo de la Alcaldía de SMT	Recepción, registro y distribución de los turistas con los diferentes guías turísticos, y orientación turística sobre el tour en general, recomendaciones, etc.
<b>9:30 am</b>	Carretera Panorámica	Recorrido guiado por todos los miradores turísticos del municipio.
<b>11:00 am</b>	Cooperativa de Café Tepezunt	Recorrido por las plantaciones de café, con guías encargados que explicarán las diferentes técnicas centenarias para producir café, el cultivo, recolección y tostado del grano y degustación del producto final.
<b>1:00 pm</b>	Playa Poza Verde	Almuerzo en uno de los restaurantes a orilla del lago, con buena música y ambiente familiar.
<b>2:30 pm</b>	Playa Poza Verde (Lago de Ilopango)	Tiempo libre para disfrutar la playa Poza Verde y todos sus atractivos y para realizar deportes acuáticos como natación, esquí acuático, kayaking, uso de motos acuáticas y paseos en lancha hacia la isla de Los Patos.
<b>4:00 pm</b>	Casco urbano de la villa de SMT	Venta de artesanías y souvenirs autóctonos del municipio y platillo típico vespertino incluido, con la degustación de sus famosos vinos artesanales y atoles.
<b>5:00 pm</b>	Parqueo de la Alcaldía de SMT	Fin del recorrido turístico 2 “Naturaleza, Aventura y Diversión”.

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

#### 4.2.4. ADMINISTRACIÓN DE RESERVA Y COMPRA DE PAQUETES TURÍSTICOS

- ❖ **Responsabilidades.** El Comité de Desarrollo Turístico de San Miguel Tepezontes actúa únicamente, como agente intermediario y generador de turismo. No tiene control sobre las empresas privadas. Actúa por cuenta y orden de los turistas, organizando en su nombre, el medio de transporte y todos los servicios turísticos requeridos. No asume responsabilidad en caso de accidentes, pérdidas, daños, demoras, inconvenientes o cualquier otro tipo de irregularidad que pueda ser ocasionada por cualquier empresa privada contratada, para llevar a cabo cualquier servicio turístico ofrecido. Tampoco es responsable por actos de vandalismo, huelgas, guerras, acciones gubernamentales, condiciones climáticas o cualquier otro tipo de factores que impliquen gastos adicionales para el turista.
  
- ❖ **Precios y tarifas.** Todos los precios y tarifas se expresan en dólares americanos y están sujetos a cambio sin previo aviso, hasta que se haya realizado el pago y la debida confirmación de disponibilidad. Los precios y tarifas de los paquetes turísticos son por persona e incluyen servicios, traslados, excursiones indicadas, guías especializados y boletos de entrada (a menos que se especifique condiciones diferentes). Los precios no incluyen extras, propinas o cualquier otro viaje no especificado en el programa.
  
- ❖ **Itinerario.** Los itinerarios se planean con gran cuidado, aunque, por razones operacionales puede ser necesario cambiar el orden de actividades en el itinerario o la ruta especificada y si bien, tales casos pueden ser raros, el itinerario en general, solo debe asumirse como una guía básica. El Comité, se reserva el derecho de hacer modificaciones sin previo aviso, en el orden de las excursiones o viajes, debido a las condiciones de clima, nivel del lago o de los ríos o por cualquier otra razón relevante.
  
- ❖ **Reservaciones.** Todas las reservas estarán sujetas a confirmación hasta la recepción total del pago completo por los servicios. El saldo debe estar cancelado antes del inicio de los servicios. En lo que respecta a cancelaciones, devoluciones y reembolsos de dinero, estos

estarán regulados por los términos y condiciones estipulados en las políticas de cancelación, devolución y reembolso del Comité de Desarrollo Turístico. Los turistas podrán realizar las reservaciones comunicándose a la oficina del Comité de Desarrollo Turístico y por medio de reserva electrónica vía internet.

❖ **Métodos de pago.**

- Pago en efectivo en la oficina del Comité de Desarrollo Turístico de SMT o en el quiosco informativo.
- Pago por tarjetas de crédito VISA, MASTERCARD, AMERICAN EXPRESS y PAYPASS.
- Pago por medio de depósitos bancarios.
- Pago por envío de dinero por medio de Western Union, Money Gram o Tigo Money.

#### **4.2.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA UNITARIA DE PAQUETES TURÍSTICOS**

No existe un método específico para determinar la demanda unitaria de turistas potenciales que podrían visitar el municipio de San Miguel Tepezontes como destino turístico. Debido a lo anterior, se ha considerado realizar un análisis tomando en cuenta la cantidad de personas con las cuales estarían dispuestas a viajar las personas encuestadas. De acuerdo a la información obtenida en el capítulo tres, en el apartado de tabulación y análisis de la encuesta, en la pregunta número 14, los resultados de la investigación arrojaron los siguientes datos relevantes, acerca de que rutas son las que visita con más frecuencia la población encuestada:

**TABLA 13. RESULTADOS DE CANTIDAD DE PERSONAS CON LAS QUE VIAJARÍAN LAS POSIBLES FAMILIAS TURISTAS**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De una (1) a dos (2) personas	33	28 %
De tres (3) a cuatro (4) personas	65	55 %
De cinco (5) a seis (6) personas	16	13 %
Más de seis (6) personas	5	4 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

**FUENTE: RESULTADOS DEL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA ENCUESTA**

Para realizar un pronóstico de la demanda unitaria de paquetes turísticos, se partirá de la demanda inicial de 4,006 visitas familiares para el primer año, y el aumento será proporcional al crecimiento de tasa de la demanda proyectada calculada anteriormente en el apartado 4.2.6.2.

**TABLA 14. RESULTADOS DE CANTIDAD DE PERSONAS CON LAS QUE VIAJARÍAN LAS POSIBLES FAMILIAS TURISTAS**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>FAMILIAS</b>	<b>DEMANDA UNITARIA</b>
De una (1) a dos (2) personas	28 %	1,122	2,243
De tres (3) a cuatro (4) personas	55 %	2,203	8,813
De cinco (5) a seis (6) personas	13 %	521	3,125
Más de seis (6) personas	4 %	160	1,122
<b>TOTALES</b>	<b>100 %</b>	<b>4,006 FAMILIAS</b>	<b>15,303 PERSONAS</b>

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

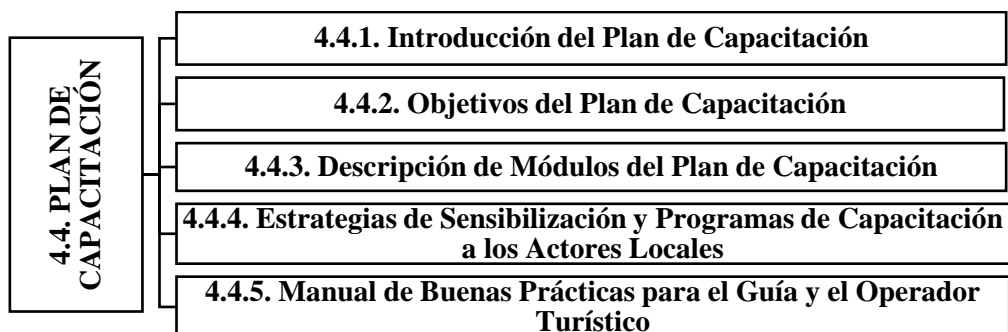
A continuación, se detalla la proyección de la demanda unitaria de paquetes turísticos para los primeros cinco años:

**TABLA 15. RESULTADOS DE CANTIDAD DE PERSONAS CON LAS QUE VIAJARÍAN LAS POSIBLES FAMILIAS TURISTAS**

<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Tasa de Crecimiento de la Demanda Unitaria Proyectada</b>	10.44 %	9.45 %	8.64 %	7.95 %	7.36 %
<b>Visitas de personas por Año</b>	15,303	16,749	18,196	19,643	21,089

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

### 4.3. PLAN DE CAPACITACIÓN



### **4.3.1. INTRODUCCIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN**

La actividad turística en su dimensión productiva, se caracteriza por la alta proporción de recurso humano que intervienen en el proceso de producción. Para abordar la problemática de la satisfacción de la experiencia turística, se considera relevante la capacitación del personal, si bien es cierto, la calidad de la infraestructura, instalaciones e insumos juegan también un rol de importancia, estas pueden ser previstas y controladas con antelación, mientras que el recurso humano tiene una mayor incidencia en la pérdida de calidad del servicio o producto. Este plan de capacitación está compuesto de estrategias, guías y pautas para llevar a cabo una capacitación de carácter turístico por medio del Comité de Desarrollo Turístico del municipio de San Miguel Tepezontes.

### **4.3.2. OBJETIVOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN**

*Objetivo General.* Proveer de información básica necesaria para el desarrollo de la capacidad de la gestión turística de los miembros del comité turístico municipal, de los propietarios privados de empresas turísticas dentro del municipio, de las cooperativas y del personal que labora en la municipalidad de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz.

#### *Objetivos Específicos*

- Mejorar la calidad del servicio que ofrece el recurso humano.
- Crear una cultura de calidad en la guía de turistas.
- Orientar al recurso humano potencial, sobre cómo establecer acciones estandarizadas dentro del servicio turístico que brindaran a sus posibles clientes, para impulsar el desarrollo turístico en el municipio.

### **4.3.3. DESCRIPCIÓN DE MÓDULOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN**

Este plan de capacitación es de aplicación exclusiva para los miembros del comité turístico municipal de San Miguel Tepezontes, los propietarios privados de las empresas turísticas del municipio, las cooperativas, las organizaciones sociales y los guías turísticos que trabajen en el municipio. Ha sido creado en función a las necesidades observadas para que funcione como

una herramienta de capacitación del recurso humano. Para impartir las capacitaciones es necesario contratar tres profesionales del turismo, que cuenten con la licencia de ejercicio profesional otorgada por el Ministerio de Turismo, estas personas ayudarán a los participantes a comprender de mejor manera los temas desarrollados. Cada grupo de capacitaciones tendrá una duración de 3 meses, comprendidos en 4 módulos, equivalentes a 180 horas, las cuales se dividirán en clases teóricas y prácticas de jornadas de 5 horas, tres veces por semana, después de cada clase teórica se realizarán ejercicios prácticos acerca de los temas tratados y se realizarán evaluaciones. Se establecerán tres grupos objetivos de profesionales a capacitar, en los cuáles participarán 25 personas por cada grupo, creando un total de 75 participantes.

**TABLA 16. MÓDULOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN GRUPO 1**

<b>GRUPO 1 PROFESIONAL</b>	<b>MÓDULOS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>TEMAS</b>	<b>DÍAS</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>		
					<b>HORAS TEÓRICAS</b>	<b>HORAS PRÁCTICAS</b>	<b>HORAS DE CAPACITACIÓN</b>
<b>COMITÉ TURÍSTICO MUNICIPAL, PROPIETARIOS PRIVADOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS, COOPERATIVAS Y ORGANIZACIONES SOCIALES</b>	I. Introducción al Turismo	Conocer de forma general los diferentes aspectos y actores que integran el sector turístico.	Terminología de turismo, Normas técnicas de Guías de Turismo de áreas naturales, Ley de Turismo y Ley de Medioambiente.	6	30	0	30
	II. Gestión de Empresas Turísticas	Conocer los aspectos generales acerca de la gestión de empresas turísticas.	Turismo rural, de aventura y ecoturismo, Planificación del desarrollo turístico, Administración de Empresas Turísticas y Gestión de Recursos Turísticos, Financiación, Cooperación y Alianzas.	10	20	30	50
	III. Técnicas de Conducción de grupos	Compartir dinámicas de grupos.	Técnicas de comunicación, expresión, control y organización de grupos, Interpretación ambiental, Principios de la interpretación y Técnicas de Animación.	10	20	30	50

	IV. Marketing Turístico	Aplicar las estrategias de Marketing que promuevan la afluencia de turistas en función del incremento de los ingresos del municipio.	Tour operadores, Seguridad turística, Promoción turística, Posicionamiento de Marca Turística e Inteligencia de Mercado Turístico.	10	20	30	50
--	-------------------------	--	--	----	----	----	----

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

TABLA 17. MÓDULOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN GRUPO 2

GRUPO 2	MÓDULOS	OBJETIVOS	TEMAS	DÍAS	TIEMPO ESTIMADO		
					HORAS TEÓRICAS	HORAS PRÁCTICAS	HORAS DE CAPACITACIÓN
PERSONAL OPERATIVO	I. Introducción al Turismo	Conocer de forma general los diferentes aspectos y actores que integran el sector turístico.	Terminología de turismo, Normas técnicas de Guías de Turismo de áreas naturales, Ley de Turismo y Ley de Medioambiente.	3	15	0	15
	II. Operatividad de Servicios Turísticos	Conocer los aspectos generales acerca de la eficiente operación de los servicios turísticos.	Gastronomía local, Preparación y Manipulación de alimentos, Preparación de bebidas locales y nacionales, Calidad en Servicio al Cliente,	20	40	60	100
	III. Técnicas de Conducción de grupos	Compartir dinámicas de grupos.	Técnicas de comunicación y expresión, Técnicas de control y organización de grupos, Interpretación ambiental, Principios de la interpretación y Técnicas de Animación.	10	20	30	50
	IV. Primeros Auxilios	Conocer procedimientos básicos para socorrer a personas con dificultades de respiración, huesos fracturados, deshidratación, etc.	Primeros Auxilios, Seguridad turística dentro de áreas naturales.	3	10	5	15

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN



TABLA 18. MÓDULOS DE PLAN DE CAPACITACIÓN GRUPO 3

GRUPO 3 PROFESIONAL	MÓDULOS	OBJETIVOS	TEMAS	DÍAS	TIEMPO ESTIMADO		
					HORAS TEÓRICAS	HORAS PRÁCTICAS	HORAS DE CAPACITACIÓN
GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO (EMPLEADOS Y JÓVENES DEL MUNICIPIO)	I. Introducción al Turismo	Conocer de forma general los diferentes aspectos y actores que integran el sector turístico.	Terminología de turismo, Normas técnicas de Guías de Turismo de áreas naturales, Ley de Turismo y Ley de Medioambiente.	6	30	0	30
	II. Conocimientos Biológicos	Conocer los aspectos generales acerca de la ecología del ecosistema.	Ecosistema del municipio de San Miguel Tepezontes, flora representativa y fauna representativa, Turismo rural, de aventura y ecoturismo	10	20	30	50
	III. Técnicas de Conducción de grupos	Compartir dinámicas de grupos.	Técnicas de comunicación y expresión, Técnicas de control y organización de grupos, Interpretación ambiental, Principios de la interpretación y Técnicas de Animación.	10	20	30	50
	IV. Primeros Auxilios	Conocer procedimientos básicos para socorrer a personas con dificultades de respiración, huesos fracturados, deshidratación, etc.	Primeros Auxilios, Seguridad turística dentro de áreas naturales y seguridad en los senderos de aventura.	10	24	26	50

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

Se recomienda llevar un registro del personal que ya ha sido capacitado para poder dar seguimiento a las mismas capacitaciones y mejorar tanto las competencias y cualificaciones de los profesionales en los diferentes sectores, evitando el estancamiento y adaptando el recurso humano a las innovaciones tecnológicas y a las necesidades que surjan en el transcurso de la actividad turística dentro del municipio.

### 4.3.4. ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN A LOS ACTORES LOCALES

TABLA 19. ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN A LOS ACTORES LOCALES

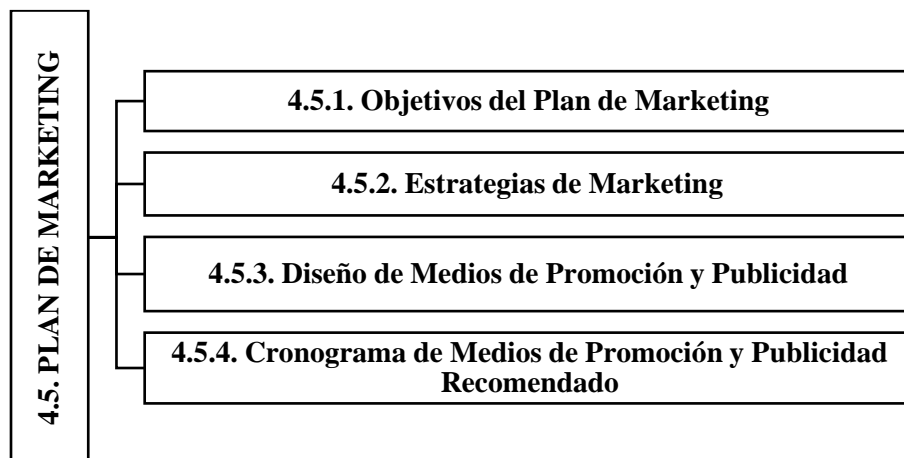
ESTRATEGIA	OBJETIVOS	ACCIONES	RESPONSABLE
1. Sensibilizar a la población en general sobre cultura turística	Establecerse como un referente de turismo a nivel regional y nacional, con una empatía de la comunidad con el tema, y reconocer que el turismo es una ventana para el desarrollo económico local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Identificar los principales actores de la municipalidad, concejales, empleados, comités locales, comité de turismo gastronómico, comité de mujeres emprendedoras, empresarios locales, centros educativos, sectores comerciales, cooperativas, guías locales, sector transporte, líderes comunales y el sector salud.</li> <li>✓ Establecer los grupos para iniciar jornadas de sensibilización a partir de las necesidades encontradas.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT
2. Diseñar e implementar un plan de capacitaciones	Diseñar e implementar un plan de capacitaciones que incluya las principales necesidades, mediante las fases de aprendizaje o módulos de implementación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contar con un mayor interés y disposición de la población en el desarrollo del municipio como destino turístico.</li> <li>✓ Contratar y capacitar guías turísticos locales.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT
3. Diseñar e implementar jornadas de reforestación	Diseñar e implementar jornadas de reforestación y ornamentación para la mejora y embellecimiento del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Obtener el apoyo de la comunidad para crear una imagen fresca, limpia y segura del municipio.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT
4. Desarrollo de programas constantes para empresarios y artesanos locales	Motivar a los empresarios y artesanos locales para presentar sus productos y servicios turísticos de forma innovadora.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Identificar los rubros e intereses para cada sector.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT
5. Rescatar las tradiciones orales del municipio	Resaltar la singularidad de los destinos turísticos, mediante un proceso de redescubrimiento de los tesoros del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Identificar a los factores claves (artistas, jóvenes talentos, historiadores, grupos de danza folclórica, cuenta cuentos) para mantener vivas las tradiciones del municipio.</li> <li>✓ Reconocer la oferta turística local.</li> <li>✓ Promover los destinos y sus singularidades.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

### 4.3.5. MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL GUÍA Y EL OPERADOR TURÍSTICO

Ver Anexo 7: Manual de Buenas Prácticas para el Guía y el Operador Turístico.

## 4.4. PLAN DE MARKETING



### 4.4.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

**Objetivo General.** Diseñar un plan de marketing para el municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz, mediante la aplicación de estrategias que promuevan la afluencia de turistas, en función del incremento de sus ingresos.

#### **Objetivos Específicos**

- Apoyar la comercialización de los productos y recursos turísticos del municipio de San Miguel Tepezontes.
- Crear la imagen de marca del municipio de San Miguel Tepezontes como destino turístico.
- Establecer las estrategias de promoción, publicidad, relaciones públicas, de mejora de acceso a los atractivos turísticos, de creación de ordenanzas municipales y de participación de MIPYMES turísticas para el municipio de San Miguel Tepezontes.

## 4.4.2. ESTRATEGIAS DE MARKETING

### 4.4.2.1. Estrategias de Promoción

TABLA 20. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

ESTRATEGIA	OBJETIVOS	ACCIONES	RESPONSABLE
1. Promoción de Venta	Dar a conocer y ofrecer los recursos y lugares turísticos con los que cuenta el municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ofrecer pases de los circuitos turísticos del municipio.</li> <li>✓ Ofrecer paquetes turísticos con alianzas con hoteles o casas de campo, ubicados en el municipio.</li> <li>✓ Elaborar promociones especiales en temporadas bajas.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT
2. Convenios con Sitios Web y Agencias de Viajes	Incluir los destinos como opción al turista tanto nacional como internacional al momento de planear sus viajes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elaborar paquetes turísticos que incluya al municipio como una buena opción para los posibles turistas.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

### 4.4.2.2. Estrategias de Publicidad

TABLA 21. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

ESTRATEGIA	OBJETIVOS	ACCIONES	RESPONSABLE
1. Utilización de Medios Masivos	Utilizar los medios de publicidad para dar a conocer los circuitos turísticos del municipio a un mayor número de personas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contratar cuñas publicitarias en programas y noticieros televisivos con mayor audiencia en el país.</li> <li>✓ Elaborar una cuña radial dentro de su marca turística y transmitirlas en emisoras de mayor frecuencia.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT
2. Uso de Internet	Hacer uso óptimo de las páginas web, para que las personas conozcan los atractivos del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elaborar una página web turística para el municipio.</li> <li>✓ Realizar alianzas con tour operadores para ofrecer los circuitos como destinos turísticos.</li> <li>✓ Mostrar imágenes de los lugares que conforman la ruta.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT

<b>3. Utilización de Medios Alternativos</b>	Despertar el interés turístico de las personas a nivel nacional mediante el uso de medios alternativos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promocionar los atractivos turísticos del municipio por medio de vallas publicitarias, mupis, bochures, periódicos y revistas culturales.</li> </ul>	<b>Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT</b>
<b>4. Elaboración y ubicación de quioscos informativos</b>	Brindar un lugar accesible donde los turistas puedan informarse de las actividades del municipio y de los recorridos de los circuitos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elaboración de diseños de quioscos informativos turísticos.</li> <li>✓ Construcción de quioscos informativos.</li> <li>✓ Ubicación de los quioscos informativos en lugares estratégicos.</li> </ul>	<b>Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT</b>
<b>5. Participación en ferias de turismo</b>	Promocionar los circuitos turísticos a los turistas nacionales y extranjeros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Brindar brochures informativos.</li> <li>✓ Ofertar paquetes especiales para grupos.</li> </ul>	<b>Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT</b>

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

#### 4.4.2.3. Estrategias de Relaciones Públicas

TABLA 22. ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>1. Alianza con ferreterías</b>	Mejorar la imagen de las calles del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gestionar la donación de pintura para murales y pinta de postes, mejorando así la imagen del municipio.</li> </ul>	<b>Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT</b>
<b>2. Alianzas con empresas de telecomunicaciones</b>	Desarrollar alianzas estratégicas y patrocinios para eventos del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buscar los patrocinios de empresas de telecomunicación (Tigo, Digicel, Claro y Movistar) en eventos del municipio.</li> <li>✓ Gestionar la rotulación de calles con los logos de las empresas de comunicación.</li> <li>✓ Colocación de imágenes de los atractivos naturales del municipio en las tarjetas de saldo pre pago y en los brochures de las empresas.</li> </ul>	<b>Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT</b>

<b>3. Colaboración de la POLITUR</b>	Brindar seguridad a los turistas que visiten el municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gestionar con la Policía de Turismo la escolta de los turistas en los recorridos de los circuitos turísticos.</li> <li>✓ Gestionar los patrullajes dentro del municipio.</li> </ul>	<b>Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT</b>
--------------------------------------	--	--	---

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

#### 4.4.2.4. Estrategias de Participación de MIPYMES Turísticas

TABLA 23. ESTRATEGIAS DE PARTICIPACIÓN DE MIPYMES TURÍSTICAS

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>1. Divulgar la marca turística del municipio</b>	Desarrollar una estrategia que facilite la utilización de la marca turística en espacios y negocios relacionados con la proyección turística municipal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desarrollar acciones encaminadas al posicionamiento del municipio como un destino turístico, mediante su marca turística.</li> <li>✓ Identificación de empresas y sectores que puedan utilizar la marca turística.</li> <li>✓ Certificar el uso de la marca turística.</li> <li>✓ Proponer artesanías y souvenirs en los que se promocioe la marca turística.</li> </ul>	<b>Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT</b>
<b>2. Participación activa en el programa Pueblos Vivos</b>	Enlazar el concepto de sostenibilidad del municipio como Pueblo Vivo, generador de empleos sostenibles y sustentados en mecanismos de negociaciones y con la visión de lograr beneficios para la población local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Identificar, calificar e integrar las MIPYMES turísticas en SMT, líderes artesanos, artistas y actores locales.</li> <li>✓ Diseñar un catálogo con la información actualizada de los sectores identificados como oferta turística local.</li> <li>✓ Coordinar acciones innovadoras para generar un impacto positivo en la participación del municipio en la Feria Pueblos Vivos.</li> <li>✓ Gestionar la asesoría del Registro Nacional de Turismo (RNT) para las MIPYMES turísticas identificadas en el municipio.</li> </ul>	<b>Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT</b>

<b>3. Desarrollar emprendimientos locales con participación ciudadana</b>	Motivar a los actores locales identificados en programas como artesanía y gastronomía para complementar la oferta turística local con tour o circuitos vivenciales en los que la comunidad es la anfitriona, garantizando así, una experiencia única y un intercambio cultural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Crear estrategias y programas que fomenten y apoyen el crecimiento en la generación de empleos dentro de la industria turística.</li> <li>✓ Crear un programa de capacitación y facilitación para proyectos de emprendedurismo relacionados con MIPYMES turísticas.</li> <li>✓ Motivar la creación de tour operadores locales que promuevan la oferta turística.</li> <li>✓ Identificar hospedajes en casas de familia dentro de la comunidad, en donde las casas que permitan acoger al turista le garanticen un valor agregado a la experiencia, basándose en la convivencia con la comunidad.</li> </ul>	<b>Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT</b>
<b>4. Promover y comercializar la oferta turística</b>	Producir material impreso y audiovisual a partir de la identificación de la oferta de productos y servicios turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promover en el municipio, la realización y periodicidad de eventos iconos (festivales gastronómicos), mediante la mejora continua y el incremento de los emprendedores, a fin de dinamizar la economía local.</li> <li>✓ Generar y coordinar esfuerzos para promover la inversión local.</li> <li>✓ Elaboración de piezas impresas y audiovisuales que destaquen la singularidad del destino y vinculen toda la oferta de recursos y atractivos turísticos.</li> <li>✓ Promover y comercializar los productos y servicios turísticos locales.</li> </ul>	<b>Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de SMT</b>

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

### 4.4.3. DISEÑO DE MEDIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

#### 4.4.3.1. Diseño y Descripción de la Marca Turística

La marca turística propuesta se compone de un nombre, un logotipo y de valores que tratan de asociar el territorio tepezonteño representando su identidad, con el objetivo de crear un posicionamiento y una visión positiva del destino en la mente de los posibles turistas. En su conjunto la marca refleja la productividad del municipio y sus atractivos naturales. En ella se describen los siguientes elementos:

- ✓ **Nombre:** Nombre del municipio como principal referencia turística.
- ✓ **Slogan:** Título que representa la publicidad del municipio, con la intención de resumir y presentar una idea a los posibles turistas.
- ✓ **Tilapias:** Constituyen el elemento diferenciador como producto turístico del municipio.
- ✓ **Lago:** Representa el Lago de Ilopango como principal atractivo turístico del municipio.
- ✓ **Cerro:** Representa la naturaleza del municipio y el clima agradable.
- ✓ **Ave:** Representa a toda la fauna del municipio.
- ✓ **Sol:** Significa las historias y leyendas del municipio.



Como parte de la proyección turística del municipio, se podrían realizar gestiones con el fin de posicionar la tilapia como elemento clave que identifica el municipio, es así como se propone el personaje de **Don Tilapio**, en el cual se describen los siguientes elementos:

- ✓ **Sonrisa:** Indica Alegría, dado que es un municipio sano y seguro para el libre esparcimiento familiar.
- ✓ **Mano abierta:** Indica Bienvenida, todos son bienvenidos a descubrir y explorar los atractivos turísticos del municipio.
- ✓ **Gorra:** Indica Naturaleza y Aventura, su color verde representa a toda la naturaleza verde del municipio y su forma representa protección a todos aquellos aventureros que se animen a recorrerlo.
- ✓ **Ojos:** Demuestran el bienestar común de los habitantes del municipio y su calidez de recibir a los turistas.
- ✓ **Color de su cuerpo:** Representa el Lago de Ilopango como mayor atractivo turístico del municipio.





- ✓ **Camisa:** Representa a todos aquellos guías turísticos, tour operadores, representantes de la municipalidad y de la villa que han hecho un esfuerzo para llevar a cabo el desarrollo turístico dentro del municipio.

#### 4.4.3.2. Diseño de Story Line

*Cliente:* Comité de Desarrollo Turístico del Municipio de San Miguel Tepezontes

*Producto:* Circuitos Turísticos

*Medio:* Radial

*Versión:* San Miguel Tepezontes

*Duración:* 30 Segundos

*Fecha:* Las establecidas por la Municipalidad

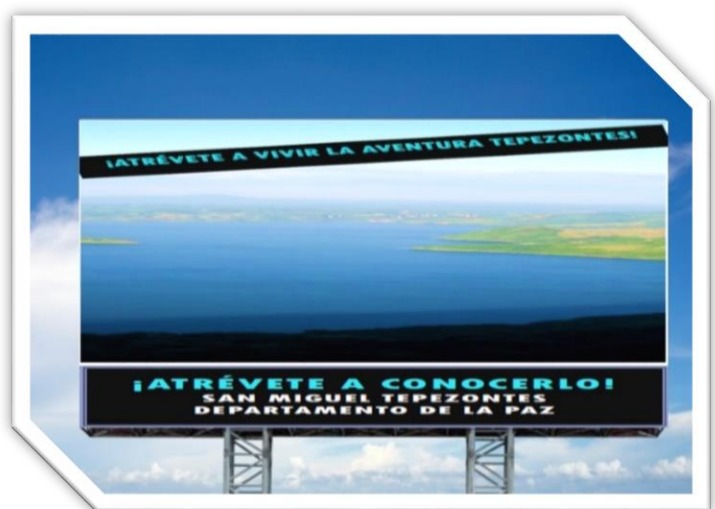
*Control:* Inicia con música folklórica y sigue con un fondo de locución

##### **Locución Femenina o Masculina**

Ven y explora tu país El Salvador y asómbrate con los atractivos naturales del Municipio de San Miguel Tepezontes, ubicado en el departamento de La Paz, a solo 32.5 kms de San Salvador. Si viaja desde la capital por la autopista a Comalapa debe desviarse por Santiago Texacuangos y dirigirse por la Carretera Panorámica hasta llegar al desvío que lo lleva al centro de la Villa o abordar la Ruta de Buses 132 en la Terminal del Sur, en la jurisdicción de San Marcos. San Miguel Tepezontes espera por ti, Atrévete a conocerlo.

Más información al Teléfono XXXX – XXXX o visita [www.sanmigueltepezontes.com.sv](http://www.sanmigueltepezontes.com.sv)

#### 4.4.3.3. Diseño de Mupis y Vallas Publicitarias



#### 4.4.3.4. Diseño de Brochures



Encuétranos en / Find us at:

Turismo San Miguel Tepezontes

@Turismo\_San\_Miguel\_Tepezontes

SanMiguelTepezontes\_Turismo

[www.sanmigueltepezontes.com.sv](http://www.sanmigueltepezontes.com.sv)



**SAN MIGUEL TEPEZONTES**  
UN MUNICIPIO DE AVENTURA, VERDE Y SEGURO

Alcaldía Municipal San Miguel Tepezontes  
Departamento de La Paz



### CIRCUITO TURÍSTICO I: LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN

#### Incluye:

Guía local con conocimientos de primeros auxilios durante todo el recorrido e instructorias en deportes acuáticos.  
Equipamiento: Cañas de pescar y chalecos salvavidas.  
Transporte en lancha para pesca artesanal y para visita de isla cercana.  
Transporte con aire acondicionado.  
Acceso a todas las atracciones en deportes acuáticos.  
Agua embotellada, Almuerzo y platillo típico vespertino.

#### No Incluye:

Propinas  
Gastos personales

#### No Olvidar:

Sombrero o gorra y chaqueta  
Repelente de insectos  
Calzado para caminar  
Cámara y binoculares  
Ropa fresca y cómoda  
Ropa de baño  
Medicamentos de ser necesarios

#### Información Práctica:

Duración del tour: 8 horas  
Hora de salida: 9:00 a.m.  
Hora de llegada: 5:00 p.m.  
Lugar de salida: Parqueo de la Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes



Precio por persona: \$25.00

Las formas de pago son en efectivo o con tarjeta de crédito, acercándose a la oficina de turismo del municipio.

Disponible: viernes, sábado y domingo

### CIRCUITO TURÍSTICO II: NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN

#### Incluye:

Guía local con conocimientos de primeros auxilios durante todo el recorrido.  
Transporte con aire acondicionado.  
Entrada a la Cooperativa de Café Tepezun.  
Agua embotellada, Almuerzo y platillo típico vespertino.

#### No Incluye:

Propinas  
Gastos personales

#### No Olvidar:

Sombrero o gorra y Chaqueta  
Repelente de insectos  
Calzado para caminar  
Cámara y Binoculares  
Ropa fresca y cómoda  
Ropa de baño  
Termo con agua  
Medicamentos de ser necesarios



#### Información Práctica:

Duración del tour: 8 horas  
Hora de salida: 9:00 a.m.  
Hora de llegada: 5:00 p.m.  
Lugar de salida: Parqueo de la Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes

Disponible: viernes, sábado y domingo

Precio por persona: \$25.00

Las formas de pago son en efectivo o con tarjeta de crédito, acercándose a la oficina de turismo del municipio.

#### Encuétranos en / Find us at:



Turismo San Miguel Tepezontes



@Turismo\_San\_Miguel\_Tepezontes



SanMiguelTepezontes\_Turismo





#### 4.4.3.5. Diseño de Mapa Turístico



#### 4.4.3.6. Tipos de Señalización Propuestos

Los tipos de señalización propuestos por el grupo investigador se detallan a continuación:

##### Señalización Informativa



##### Señalización Preventiva y Restrictiva

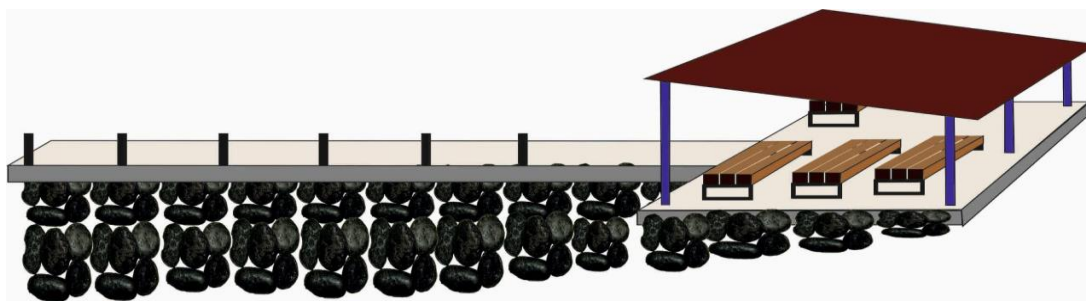


La cantidad de rotulos de señalización, tanto informativa, preventiva y restrictiva que se recomienda son:

<b>OCUPACIONALIDAD</b>	<b>CANTIDAD REQUERIDA</b>	<b>OCUPACIONALIDAD</b>	<b>CANTIDAD REQUERIDA</b>
Basurero	25	Gasolinera	1
Transporte Turístico	8	Baños	10
Parqueo	8	Balneario	2
Bosque	4	Hotel	2
Artesanías	8	Lago	2
Senderismo	4	Derrumbe	4
Restaurante	10	Bajada Peligrosa	4
Información Turística	4	Suelo Resbaladizo	4
Mirador	2	Prohibido Fumar	10
Paseo en Lancha	1	Prohibido el Paso	5
Ciclismo	2	Prohibido Encender Fuego	10
Teléfono	10	Otros	10
<b>TOTAL</b>		<b>150 letreros o rótulos</b>	

#### 4.4.3.7. Diseño de Muelle Artesanal

El Diseño del Muelle Artesanal propuesto por el Grupo Investigador para el Lago de Ilopango jurisdicción del municipio de San Miguel Tepezontes es el siguiente:



#### 4.4.4. CRONOGRAMA DE MEDIOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD RECOMENDADO

MEDIO	CANAL	HORARIO	SECCIÓN	FRECUENCIA
TELEVISIÓN	2, 4 Y 12	08:00 A.M. y 9:00 A.M.	✓ Viva la Mañana ✓ Hola El Salvador	4 Spots de 30 segundos al mes
TELEVISIÓN	2 Y 4	6:30 A.M. y 7:30 A.M.	✓ TCS Noticias	4 Spots de 30 segundos al mes
TELEVISIÓN	21	8:00 P.M.	✓ Mi País	4 Spots de 30 segundos al mes
TELEVISIÓN	Cable	Horarios Rotativos	✓ Programación Variada	4 Spots de 30 segundos al mes

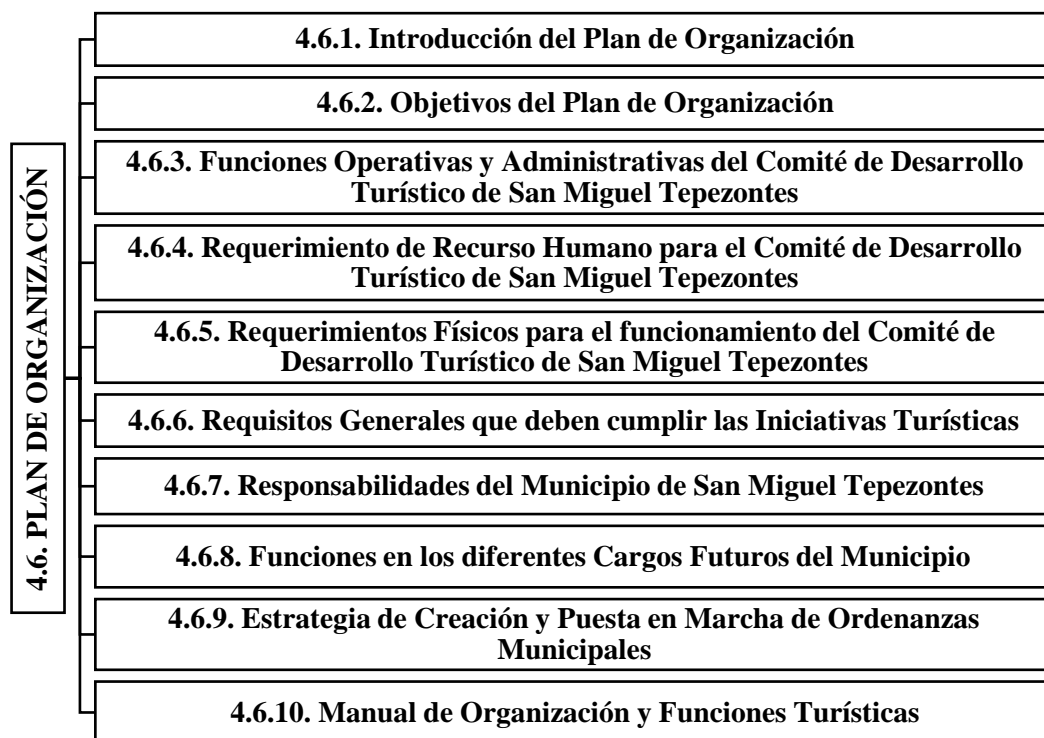
MEDIO	ESTACIÓN	HORARIO	SECCIÓN	FRECUENCIA
RADIO	Scan	7:00 A.M., 7:30 A.M. y 8:00 A.M.	✓ La Choly	3 cuñas diarias de 30 segundos por un mes
RADIO	EXA FM	8:00 A.M. y 8:30 A.M.	✓ La Papaya	2 cuñas diarias de 30 segundos por un mes
RADIO	VOX FM	7:30 A.M., 8:30 A.M. y 9:30 A.M.	✓ Programa Matutino con el Gordo Max	3 cuñas diarias de 30 segundos por un mes
RADIO	ABC	8:00 A.M., 8:30 A.M. y 9:00 P.M.	✓ Cambio de Lista	3 cuñas todos los jueves
RADIO	Mil 80	Horarios Rotativos	✓ Programación regular	2 cuñas diarias de 30 segundos por un mes
RADIO	YXY	Horarios Rotativos	✓ Programación regular	2 cuñas diarias de 30 segundos por un mes

MEDIO	EMPRESA	LONGITUD	SECTOR	FRECUENCIA
PERIÓDICO	El Diario de Hoy	4 Cintillos	✓ Noticias Nacionales ✓ Economía	1 vez al mes
PERIÓDICO	El Diario de Hoy	Full Color	✓ Contra Portada	1 vez cada 2 meses
PERIÓDICO	La Prensa Gráfica	4 Cintillos	✓ Noticias Nacionales ✓ Cartelera de Cine	1 vez al mes
PERIÓDICO	La Prensa Gráfica	Full Color	✓ Página 3	1 vez cada 2 meses

MEDIO	TIPO	BUSCADORES	FRECUENCIA
INTERNET	Página Web	✓ www.sanmigueltepezontes.com.sv	Siempre
INTERNET	Buscadores	✓ Google y Yahoo	Siempre
INTERNET	Páginas de Agencias de Viajes o Tour Operadores	✓ Viator y Expedia Travel	Siempre

<b>MEDIO</b>	<b>LONGITUD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>FRECUENCIA DE ARRENDAMIENTO</b>
VALLAS	14.65 x 4.27 Mts	✓ Bulevar Los Próceros	3 meses
VALLAS	12 x 4 Mts	✓ Bulevar de Los Héroes	5 meses
MUPIS	Premium	✓ Cercanías de Centro Comercial Galerías ✓ Cercanías de Centro Comercial Multiplaza ✓ Cercanías de Centro Comercial La Gran Vía	3 meses
MUPIS	Básicos	✓ Cercanías de Centro Comercial Metrocentro Santa Ana ✓ Cercanías de Centro Comercial Metrocentro San Miguel ✓ Cercanías de Centro Comercial Metrocentro Sonsonate	3 meses
MUPIS	Cilíndrico	✓ Cercanías de Centro Comercial La Gran Vía	3 meses

## 4.5. PLAN DE ORGANIZACIÓN





#### **4.5.1. INTRODUCCIÓN DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN**

Las nuevas tendencias del mercado turístico y la prioridad de generación de empleo y riqueza del Gobierno de El Salvador hacen del sector turístico una de las áreas de actividad más importantes para la economía y sociedad salvadoreña. Para aprovechar esta oportunidad, la municipalidad de San Miguel Tepezontes desea identificar los esfuerzos necesarios para conseguir un crecimiento estable y sostenido del sector. En este contexto, la municipalidad requiere un modelo de crecimiento sostenible que rentabilice los esfuerzos, mantenga, incentive y potencie sus productos, promueva la solidaridad y genere oportunidades de mejora. El presente plan pretende responder a la necesidad que tiene el Municipio y más concretamente el Comité de Desarrollo Turístico de la municipalidad de disponer de un instrumento de planificación estratégica del sector y consecuentemente de un programa de actuación. Con referencia a dicho plan, la municipalidad debe proveer a todos sus participantes de un programa de actuación que dé dirección y liderazgo a este crecimiento, diseñe una política de promoción y acción comercial en el ámbito del sector turístico y potencie la competitividad de su oferta.

#### **4.5.2. OBJETIVOS DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN**

*Objetivo General.* Elaborar las directrices estratégicas de un modelo de crecimiento sostenible de turismo en el municipio de San Miguel Tepezontes, implementando proyectos turísticos que puedan impactar positivamente en toda la población, al brindarles mejores expectativas de empleo.

##### *Objetivos Específicos*

- Conocer de forma exhaustiva los componentes esenciales del sector turismo en sus vertientes de oferta y demanda.
- Evaluar el potencial de crecimiento del sector turismo a mediano plazo y las áreas de mayor atractivo del municipio.
- Dirigir acciones consensadas que estimulen la participación de la sociedad, el gobierno y el sector privado.

- Lograr posicionar estratégica y competitivamente el municipio de San Miguel Tepezontes en el mercado turístico nacional.

### **4.5.3. FUNCIONES OPERATIVAS Y ADMINISTRATIVAS DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

El Comité de Desarrollo Turístico del municipio de San Miguel Tepezontes dispondrá de las siguientes funciones, para desarrollar actividades turísticas y alcanzar todos los objetivos planteados:

1. Elaborar el plan anual de actividades del Comité y presentarlo a la Junta Directiva para su aprobación.
2. Elaborar el reglamento interno de trabajo y presentarlo a la Junta Directiva para su aprobación.
3. Establecer los comités o las comisiones especiales que se requieran y solicitar su conformación a la Junta Directiva.
4. Verificar anualmente los resultados de la gestión administrativa del Comité y rendir informe a la Junta Directiva.
5. Presentar a la Junta Directiva la propuesta de presupuesto del Comité de Desarrollo Turístico.
6. Actuar como órgano de consulta tanto de las autoridades como de los particulares, en materia turística, cuando se le solicite.
7. Promover y fomentar ferias y convenciones de carácter nacional y regional, así como exposiciones de artesanía y artes populares.
8. Fomentar la creación de clubes de pesca y organizar competencias deportivas municipales.
9. Patrocinar y estimular a los centros de capacitación y adiestramiento para preparar personal especializado en todas las ramas relacionadas con el turismo.
10. Contratar agencias especializadas en publicidad, radio y televisión, propaganda consistente en anuncios, folletos, literatura, guías, gráficas, estadísticas, fotografías, documentales, programas de televisión y radio, etc.

11. Proponer a las autoridades competentes proyectos de construcciones de obras o reconstrucción, encaminadas al embellecimiento del municipio, para el efecto de crear atractivos de índole turística.
12. Las demás que le asignen la Junta Directiva.

#### **4.5.4. REQUERIMIENTO DE RECURSO HUMANO PARA EL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

El Comité de Desarrollo Turístico quedará integrado por:

- I. Un Coordinador Ejecutivo, quien representará a los prestadores de servicios turísticos y será el titular de la coordinación y logística turística del municipio, el cual será nombrado por los acreditados del Comité.
- II. Un Coordinador Técnico Contable, quien será coordinador, supervisor, y auxiliar contable de las actividades turísticas, nombrado por el Comité.
- III. Dos representantes de la municipalidad, que serán el Presidente y el Secretario del Comité de Desarrollo Turístico.
- IV. Un Tesorero, que será nombrado por los mismos integrantes acreditados del Comité.
- V. Un Secretario de Actas, que será nombrado por los mismos integrantes acreditados del Comité.
- VI. Tres Vocales titulares, nombrados por el Comité.
- VII. Representantes por cada rama de los prestadores de servicios formalmente constituidos del sector privado:
  1. Hoteles.
  2. Restaurantes y Bares.
  3. Merenderos y tiendas locales.
  4. Transportes urbanos.
  5. Agencias de viajes.
  6. Guías turísticos.
  7. Artesanos, pescadores, vendedores ambulantes y emprendedores locales.

8. Balnearios.
9. Museos.
10. Haciendas y Fincas Cafetaleras privadas.
11. Cooperativas privadas pertenecientes al municipio.
12. Propietarios de transporte.
13. Habitantes de la zona que quieran participar en el desarrollo turístico.
14. Futuros inversionistas y otros.

<b>CARGO</b>	<b>NATURALEZA</b>	<b>NÚMERO DE PERSONAS</b>	<b>TIPO DE REMUNERACIÓN</b>
<b>Miembros de la Junta Directiva del CDTSMT</b>	Socios(as)	7	Ninguna
<b>Personal Ejecutivo – Técnico Contable</b>	Personal	2	Salario
<b>Socios(as) representantes del sector privado</b>	Socios(as)	30	Ninguna
<b>Guías Turísticos</b>	Personal	2	Salario
<b>Salvavidas</b>	Personal	1	Salario

#### **4.5.5. REQUERIMIENTOS FÍSICOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

<b>REQUERIMIENTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Instalaciones Físicas</b>	Oficina o local con amplia infraestructura que tenga buena iluminación y ventilación.
<b>Mobiliario y Equipo</b>	Escritorios, sillas, mesas, computadoras, impresores, proyectores de cañón, cámaras fotográficas, archiveros, dispensador de agua (oasis), pizarrón, librerías y software o sistema contable.
<b>Servicios Básicos y Otros</b>	Agua potable, energía eléctrica, telefonía, internet y lapiceros papelería.

#### **4.5.6. REQUISITOS GENERALES QUE DEBEN CUMPLIR LAS INICIATIVAS TURÍSTICAS**

De acuerdo al Art. 9 de la Ley de Turismo de El Salvador, que establece la creación del Registro Nacional de Turismo, los requisitos que las empresas o iniciativas turísticas deben de cumplir son los siguientes:

### **REQUISITOS GENERALES**

1. Solicitud por parte del propietario, representante legal o apoderado.
2. Matrícula de empresa y establecimiento en el Registro de Comercio, relacionada con el servicio turístico que desea inscribir.
3. DUI y NIT del propietario, representante legal o apoderado, en su caso.
4. Escritura de poder (en su caso).
5. Escritura pública de Constitución de la sociedad debidamente inscrita en el Registro de Comercio (si es persona jurídica).
6. Credencial del representante legal (en caso de ser persona jurídica).
7. Tarjeta de IVA y NIT de la empresa.

### **TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE**

1. Declaración jurada.
2. Tarjetas de circulación vigentes.
3. Organigrama de la empresa, firmado por el propietario o representante legal.
4. Cartas de los operadores de turismo, hoteles o empresas turísticas a quienes les brindan sus servicios (3 mínimas) o carta de recomendación de las gremiales de turismo.
5. Póliza de seguro de responsabilidad civil y daños a terceros, vigentes a la fecha.
6. Carta taller sobre el estado de los vehículos (con vigencia de un mes).
7. Licencia de conducir del (los) conductor(es) vigente.
8. Solvencia de la Policía Nacional Civil del (los) conductor(es) con vigencia de un mes.
9. Constancia de multas de SERTRACEN (vigencia de un mes).

### **OPERADOR DE TURISMO**

1. Declaración jurada.
2. Cartas de hoteles o empresas turísticas a quienes les brindan sus servicios (3 mínimas) o carta de recomendación de las gremiales de turismo.
3. Organigrama de la empresa, firmado por el propietario o representante legal.
4. Guías certificados (si los tienen).
5. Si la empresa ofrece servicio de transporte turístico, los vehículos y los conductores deben cumplir con los mismos requisitos para el transporte turístico.

### **TRANSPORTE AÉREO Ó ACUÁTICO**

1. Declaración jurada.
2. Documentos de titularidad de los vehículos de la empresa que presta el servicio.
3. Permisos necesarios para operar por las autoridades correspondientes (Aeronáutica Civil, Autoridad Marítima Portuaria, Cendepesca, etc.)
4. Contrato de sitio de base, así como de los lugares propios para operar (muelles, etc.)

### **TURISMO DE AVENTURA**

1. Presentar póliza de seguro de responsabilidad civil y daños a terceros.
2. Organigrama de empresa, firmado por propietario o representante legal.
3. Permisos correspondientes de funcionamiento.

### **EMPRESAS DE GASTRONOMÍAS Y DE ALOJAMIENTO**

1. Permiso o licencia correspondiente para operar, por parte del Ministerio de Salud y Alcaldía Municipal. (Ruidos, luces y ventas de licores).
2. Contrato de empresas para control de plagas, insectos y roedores, carga de extintores, limpiezas de trampa de grasas, limpieza de extractores de humo.
3. Exámenes médicos del personal.

La solicitud junto con la documentación y el pago debe de ser presentado completo en la oficina del RNT, presentar original y copia para ser confrontada.

#### 4.6.7. RESPONSABILIDADES DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES

El municipio debe asumir las siguientes funciones que le corresponden por ley:

- ✓ *Proyectos en favor de la comunidad.* La municipalidad tiene la obligación y la responsabilidad de brindar ayuda en las necesidades de la comunidad, así como solventar aquellas que no permiten el desarrollo equitativo del municipio.
- ✓ *Recaudación de impuestos.* Ésta ha sido la principal función del municipio, dichos tributos, tasas e impuestos son necesarios para financiar los servicios públicos y llevar a cabo la realización de diferentes proyectos.
- ✓ *Coordinación y promoción.* Incorporar competencias relativas a la coordinación con otros organismos, tanto de la administración pública como del sector privado, para ser viables de muchos proyectos necesarios para la mejora de la calidad de vida.
- ✓ *Activación de la economía local.* Facilitar y activar la economía local motivando a los micros y pequeños empresarios del municipio. Por otra parte, desarrollar las capacidades empresariales para que ofrezcan productos y servicios de calidad a los clientes.

#### 4.6.8. FUNCIONES EN LOS DIFERENTES CARGOS FUTUROS DEL MUNICIPIO

CARGO	FINALIDAD	EXPECTATIVAS
Alcalde Municipal de San Miguel Tepezontes	Obtener más desarrollo turístico local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desarrollar el municipio turísticamente</li> <li>✓ Crear fuentes de empleo</li> </ul>
4ta Regidora propietaria	Dar a conocer el municipio y su cultura a nivel nacional e internacional y promover la gastronomía local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desarrollo de proyectos turísticos</li> <li>✓ Generar ingresos económicos</li> </ul>

<b>1er Regidora</b>	Obtener más apoyo en el desarrollo turístico y gestionar la inversión de MITUR en el centro turístico para desarrollar la villa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desarrollar el potencial turístico de la villa</li> <li>✓ Generar empleos</li> </ul>
<b>3er Regidor propietario</b>	Obtener un mayor desarrollo turístico, teniendo en cuenta la labor de los involucrados: MITUR, Alcaldía, población e instituciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Crecimiento y desarrollo local</li> <li>✓ Generación de ingresos</li> </ul>
<b>Regidor suplente</b>	Brindar herramientas necesarias para fortalecer las actividades turísticas y generar ingresos a la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ser pioneros en dar a conocer el municipio a nivel regional, nacional e internacional.</li> </ul>
<b>Concejales suplente</b>	Gestionar las estrategias competitivas para la exportación de los productos claves del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Generar el desarrollo local</li> </ul>
<b>Síndico</b>	Desarrollar proyectos en coordinación con otras instituciones para el desarrollo turístico del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apoyar a la inversión local</li> <li>✓ Apoyar las ferias gastronómicas</li> <li>✓ Apoyar los procesos de organización</li> </ul>
<b>2do Concejal propietario</b>	Darle cumplimiento al plan de desarrollo turístico del municipio	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atraer inversión al municipio</li> <li>✓ Generar empleos</li> </ul>
<b>Encargado de turismo</b>	Posicionar a San Miguel Tepezontes como un destino turístico a nivel nacional e internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atraer turistas</li> <li>✓ Posicionar la marca turística</li> <li>✓ Descubrir nuevos actores locales y económicos</li> <li>✓ Posicionar activamente el municipio como Pueblo Vivo</li> </ul>
<b>Presidente del Comité de Desarrollo Turístico</b>	Promover y ordenar el potencial turístico del municipio y mejorar la calidad de vida de los habitantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contribuir a fortalecer el desarrollo económico local</li> </ul>
<b>Representante del Comité Gastronómico</b>	Descubrir nuevos actores económicos, para desarrollar al municipio a través de la gastronomía y sus destinos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atraer el mayor número de turistas posibles</li> <li>✓ Darse a conocer a través de su gastronomía exótica</li> </ul>
<b>Representante de la Casa de la Cultura</b>	Dar cumplimiento al plan de Desarrollo Turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atraer turistas</li> <li>✓ Participar en el desarrollo cultural del municipio</li> </ul>
<b>Representante del sector privado (Restaurantes, hoteles, etc.)</b>	Cooperar en el desarrollo turístico local con la promoción de los recursos existentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atraer inversión para la creación de restaurantes y hoteles</li> </ul>

#### 4.6.9. ESTRATEGIA DE CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE ORDENANZAS MUNICIPALES (LEYES, NORMATIVAS, MANTENIMIENTO, SEGURIDAD)

TABLA 24. ESTRATEGIA DE CREACIÓN Y MARCHA DE ORDENANZAS MUNICIPALES

ESTRATEGIA	OBJETIVOS	ACCIONES	RESPONSABLE
1. Creación y puesta en marcha de ordenanzas municipales	<p>-Crear ordenanzas municipales que garanticen la distribución y regulación del territorio con enfoque turístico.</p> <p>-Definir con base a las prioridades del municipio las principales ordenanzas que garanticen un enfoque de desarrollo turístico en el territorio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realización de talleres con los actores locales para identificar qué tipo de ordenanzas se pueden implementar.</li> <li>✓ Creación de ordenanzas municipales con enfoque turístico.</li> <li>✓ Realización de un plan de divulgación para la aplicación de dichas ordenanzas.</li> <li>✓ Prohibir la contaminación del Lago de Ilopango.</li> <li>✓ Unificar las tarifas de cobro a las fincas y lugares privados de turismo y otros.</li> <li>✓ Promover la cultura y el talento artístico de los jóvenes.</li> <li>✓ Establecer una paleta de colores para la pintura de casas y establecimientos.</li> <li>✓ Evitar la contaminación visual a través de la unificación de rótulos.</li> <li>✓ Regular las horas de consumo de bebidas alcohólicas y el uso o abuso de sonidos en eventos.</li> </ul>	Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de San Miguel Tepezontes.

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

#### 4.6.10. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES TURÍSTICAS

Ver Anexo 8: Manual de Organización y Funciones Turísticas.



## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO DE LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS PARA EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES

#### 5.1. INVERSIÓN PARA CIRCUITOS TURÍSTICOS

##### 5.1.1. INVERSIÓN PÚBLICA

Ver detalle en Anexo 9: Inversión Pública.

INVERSIÓN PÚBLICA	COSTO TOTAL ANUAL
Mirador de Altos de Soledad de Las Flores y Mirador Finca El Mojón	\$ 11,320.00
Playa Poza Verde (Lago de Ilopango)	\$ 91,548.77
Isla Cerrón Los Patos (Lago de Ilopango)	\$ 3,330.00
Casco Urbano de San Miguel Tepezontes	\$ 17,162.50
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 123,361.27</b>

##### 5.1.2. INVERSIÓN PRIVADA

Ver Anexo 10: Inversión Privada.

##### 5.1.3. INVERSIÓN DE PLAN DE CAPACITACIÓN

PLAN DE CAPACITACIÓN	CANTIDAD DE RECURSOS	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL ANUAL CON IVA
Profesionales del turismo, con licencia de ejercicio profesional otorgada por el Ministerio de Turismo	3 profesionales	\$125 por día (día de 5 horas)	36 días	\$13,500.00
Pizarrón de porcelana blanca 96" x 40"*** <sup>22</sup>	1 pizarrón	-----	-----	-----
Proyector USB, HDMI, EPSON, 2040 Full HD, 3D, 3LCD**	1 proyector	-----	-----	-----
Computadora HP todo en 1, 23", 4 GB de RAM, 1 TB HDD, Windows 10**	1 computadora	-----	-----	-----
Material Didáctico	75 folletos	\$5.00	-----	\$375.00
Lapiceros	450 lapiceros	\$0.15	-----	\$67.50
Local para Capacitación*	1 local	-----	-----	-----

<sup>22</sup> \*\* Los recursos que se utilizarán en el Plan de Capacitación serán los mismos recursos del Plan de Organización.

El local para capacitaciones será de la Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes, lo que no genera costo alguno.				
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 13,942.50</b>

#### 5.1.4. INVERSIÓN DE PLAN DE MARKETING

<b>INVERSIÓN</b>	<b>PRECIO TOTAL CON IVA</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
<b>TELEVISIÓN</b>	\$ 17,760.00	ANUAL
<b>RADIO</b>	\$ 2,640.00	ANUAL
<b>PÁGINA WEB</b>	\$ 450.00	ANUAL
<b>VALLAS PUBLICITARIAS</b>	\$ 6,325.00	ANUAL
<b>MUPIS</b>	\$ 1,640.00	ANUAL
<b>PROMOCIONALES</b>	\$ 6,310.00	ANUAL
<b>INVERSIÓN TOTAL DE PLAN DE MARKETING</b>	<b>\$ 35,125.00</b>	

Ver Anexo 11: Inversión de Plan de Marketing desglosado.

#### 5.1.5. INVERSIÓN DE PLAN DE ORGANIZACIÓN

<b>INVERSIÓN</b>	<b>PRECIO TOTAL CON IVA</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
<b>PLAN DE ORGANIZACIÓN TURÍSTICA</b>	\$ 5,363.26	ANUAL
<b>LEGALIZACIÓN DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SMT</b>	\$ 1,656.00	ANUAL
<b>SALARIOS</b>	\$ 19,550.00	ANUAL
<b>INVERSIÓN TOTAL DE PLAN DE ORGANIZACIÓN</b>	<b>\$ 26,569.26</b>	

Ver Anexo 12: Inversión de Plan de Organización desglosado.

#### 5.1.6. INVERSIÓN FIJA

##### 5.1.6.1. Inversión Fija Tangible

Este tipo de inversión está constituida por todos aquellos rubros materiales que están sujetos a depreciación, amortización y obsolescencia. Para este estudio se analizó cada uno de los siguientes rubros de acuerdo a cada Plan.

El resumen se presenta a continuación:

<b>INVERSIÓN FIJA TANGIBLE POR PLAN</b>	<b>SUB TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Plan de Circuitos Turísticos Propuestos</b>		<b>\$ 123,361.27</b>
Mirador de Altos de Soledad de Las Flores y Mirador Finca El Mojón	\$ 11,320.00	
Playa Poza Verde (Lago de Ilopango)	\$ 91,548.77	
Isla Cerrón Los Patos (Lado de Ilopango)	\$ 3,330.00	
Casco Urbano de San Miguel Tepezontes	\$ 17,162.50	
<b>Plan de Organización</b>		<b>\$ 3,715.46</b>
Pizarrón de porcelana blanca 96" x 40"	\$300.99	
Cámara Fotográfica Sony 20 Mega Pixeles	\$250.00	
Proyector USB, HDMI, EPSON, 2040 Full HD, 3D, 3LCD	\$699.99	
Computadora HP E525W todo en 1, 23", 4GB de RAM, 1TB HDD, Windows 10	\$999.98	
Impresora Dell laser Todo en 1 a color, inalámbrica, USB 2.0	\$199.00	
Silla plástica plegable blanca	\$237.50	
Sillas Secretariales	\$125.00	
Mesa plástica desplegable	\$100.00	
Escritorio	\$398.00	
Archivero	\$70.00	
Dispensador de Agua (Oasis)	\$95.00	
Radios Comunicadores	\$240.00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 127,076.73</b>

### 5.1.6.2. Inversión Fija Intangible

Este tipo de inversión lo constituyen todos aquellos rubros no materiales que por ende no están sujetos a amortización dentro de la empresa turística. Se detallan a continuación:

<b>INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE POR PLAN</b>	<b>SUB TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Plan de Marketing</b>		<b>\$ 28,815.00</b>
Televisión	\$ 17,760.00	
Radio	\$ 2,640.00	
Página Web	\$ 450.00	
Vallas	\$ 6,325.00	
Mupis	\$ 1,640.00	
<b>Plan de Organización</b>		<b>\$ 2,355.00</b>
Software para Sistema Contable	\$ 699.00	
Legalización del Comité de Desarrollo Turístico	\$ 1,656.00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 31,170.00</b>

### 5.1.6.3. Imprevistos

Este apartado tiene como finalidad afrontar las variaciones de lo planificado o cubrir contingencias que se presenten durante la implementación del proyecto, en cuanto a las inversiones fijas y diferidas. Su finalidad es solventar costos no previstos. Para el presente proyecto, se ha establecido el 5% de imprevistos en relación al 100% de la inversión fija total. Se detalla a continuación:

<b>RESUMEN INVERSIÓN FIJA</b>	<b>TOTAL</b>
Inversión Fija Tangible	\$ 127,076.73
Inversión Fija Intangible	\$ 31,170.00
Sub – Total	<b>\$ 158,246.73</b>
Imprevistos (5%)	\$ 7,912.34
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 166,159.07</b>

### 5.1.7. INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO

Para calcular el capital de trabajo se tomaron en cuenta los siguientes rubros, que pertenecerán a la cuenta de efectivo. El ciclo operativo que se estima para este proyecto es de un periodo de tres meses de operación. Para el primer año el capital de trabajo asciende a:

<b>CAPITAL DE TRABAJO POR PLAN</b>	<b>SUB TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Plan de Capacitación</b>		<b>\$ 4,647.50</b>
Grupo 1. Capacitación a Comité Turístico Municipal, Propietarios Privados de Empresas Turísticas, Cooperativas y Organizaciones Sociales (\$125.00 por día / 36 días)	\$4,500.00	
Material Didáctico (25 folletos a \$5.00)	\$125.00	
Lapiceros (150 unidades a \$0.15)	\$22.50	
<b>Plan de Marketing</b>		<b>\$ 5,567.50</b>
Brochures / Trípticos (\$490.00 anual)	\$122.50	
Mapas Turísticos (\$500.00 anual)	\$125.00	
Camisetas Promocionales (\$300.00 anual)	\$300.00	
Gorras Promocionales (\$145.00 anual)	\$145.00	
Bolígrafos Promocionales (\$500.00 anual)	\$500.00	
Squeezes Promocionales (\$1,500.00 anual)	\$1,500.00	
Bolsa Ecológica Promocional (\$375.00 anual)	\$375.00	
Llaveros Promocionales (\$500.00 anual)	\$500.00	
	\$2,000.00	

Participación en Ferias Turísticas (4 participaciones de \$500.00 c/u)		
<b>Plan de Organización</b>		<b>\$ 2,424.70</b>
Papel Bond (\$22.80 anual)	\$5.70	
Lapiceros (\$30 anual)	\$7.50	
Cartuchos de Tóner HP negro (\$180 anual)	\$45.00	
Cartuchos de Tóner HP a Color (\$176 anual)	\$44.00	
Agua Potable (\$60.00 anual)	\$15.00	
Servicio de Energía Eléctrica (\$240.00 anual)	\$60.00	
Telefonía e Internet (\$240.00 anual)	\$60.00	
Salario de Coordinador Ejecutivo (ISSS/AFP) y Salario de Coordinador Técnico Contable (ISSS/AFP)	\$2,187.50	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 12,639.70</b>

<b>RESUMEN INVERSIÓN FIJA Y CAPITAL</b>		<b>TOTAL</b>
Inversión Fija Total		\$ 166,159.07
Capital de Trabajo Total		\$ 12,639.70
<b>TOTAL DE INVERSIÓN DEL PROYECTO</b>		<b>\$ 178,798.77</b>

## 5.2. PROPUESTAS DE FINANCIAMIENTO

### 5.2.1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

La estructura de financiamiento propuesta del proyecto, utilizará una combinación de capital propio y de préstamos, mediante el financiamiento del Banco de Desarrollo de El Salvador, pagando una tasa de interés anual de 6.75%.

<b>FINANCIAMIENTO</b>			
		<b>(%)</b>	<b>MONTO</b>
<b>Recursos Propios</b>	Aporte de Socios	5 %	\$ 8,939.94
	Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes	15 %	\$ 26,819.81
<b>Pasivos Financieros</b>	BANDESAL	80 %	\$ 143,039.01
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>\$ 178,798.77</b>

<b>INICIATIVA</b>	<b>% DE APORTACIÓN</b>	<b>APORTACIÓN INICIAL</b>
Cooperativa de Pesca San José El Pegadero	40 %	\$ 3,575.98
Cooperativa de Café Tepezun	40 %	\$ 3,575.98
Prestadores de servicios formalmente constituidos del sector privado	20 %	\$ 1,787.99
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>\$ 8,939.94</b>

### 5.3. COSTOS PARA EL FUNCIONAMIENTO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES

Para determinar los costos del proyecto se utilizará el costeo directo, dado que permitirá identificar aquellos costos a los cuales se tendrá que someter el Comité de Desarrollo Turístico.

#### 5.3.1. COSTOS FIJOS

##### 5.3.1.1. Costos de Operación

COSTOS DE OPERACIÓN	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO ANUAL
<b>Plan de Capacitación</b>			
Grupo 2. Capacitación a Personal Operativo	36 días	\$125.00 por día	\$4,500.00
Grupo 3. Capacitación a Guías Turísticos, Empleados y Jóvenes del Municipio	36 días	\$125.00 por día	\$4,500.00
Material Didáctico	75 folletos	\$5.00	\$375.00
Lapiceros	450 lapiceros	\$0.15	\$67.50
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 9,442.50</b>

#### a) Depreciación de los Activos Fijos Tangibles

ACTIVO FIJO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL	VALOR DE RECUPERACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Basureros	24	\$90.00	\$2,160.00	3	0	\$ 720.00
Basureros con luminaria	20	\$225.00	\$4,500.00	3	0	\$ 1,500.00
Cafetines	2	\$5,000.00	\$10,000.00	5	0	\$ 2,000.00
Extintores	4	\$50.00	\$200.00	1	0	\$ 200.00
Bancas de descanso	42	\$70.00	\$2,940.00	3	0	\$ 980.00
Canopy	10	\$200.00	\$2,000.00	3	0	\$ 666.67
Sillas	250	\$4.75	\$1,187.50	3	0	\$ 395.83
Mesas	60	\$10.00	\$600.00	3	0	\$ 200.00
Muelle Artesanal	1	\$33,723.77	\$33,723.77	10	0	\$ 3,372.38

<b>Cancha de Futbol</b>	1	\$2,000.00	\$2,000.00	5	0	\$ 400.00
<b>Embarcadero de lanchas Isla Los Patos</b>	1	\$2,000.00	\$2,000.00	10	0	\$ 200.00
<b>Juegos para niños</b>	2	\$150.00	\$300.00	2	0	\$ 150.00
<b>Quiosco de Información Turística</b>	1	\$10,000.00	\$10,000.00	10	0	\$ 1,000.00
<b>Senderos 400 metros</b>	1	\$1,000.00	\$1,000.00	5	0	\$200.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$11,984.88</b>

## b) Mantenimiento de Activos Fijos

<b>COSTO DE MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO DE MANTENIMIENTO ANUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
<b>Cafetines</b>	2	\$ 150.00	\$ 300.00
<b>Muelle Artesanal</b>	1	\$ 500.00	\$ 500.00
<b>Cancha de Futbol</b>	1	\$ 150.00	\$ 150.00
<b>Embarcadero</b>	1	\$ 200.00	\$ 200.00
<b>Sendero 400 metros</b>	1	\$ 100.00	\$ 100.00
<b>Quiosco de Información Turística</b>	1	\$ 300.00	\$ 300.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,550.00</b>

### 5.3.1.2. Costos de Administración

#### a) Sueldos del Personal del Área Administrativa

<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Salario líquido Mensual</b>	<b>Salario líquido Anual</b>	<b>AFP</b>	<b>ISSS</b>	<b>Aguinaldo</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>Coordinador Ejecutivo</b>	1	\$363.00	\$4,356.00	\$144.00	\$300.00	\$200.00	\$5,000.00
<b>Coordinador Técnico Contable</b>	1	\$272.25	\$3,267.00	\$108.00	\$225.00	\$150.00	\$3,750.00
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>\$8,750.00</b>

#### b) Servicios Básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
<b>Agua Potable</b>	12 meses	\$5.00	\$60.00
<b>Servicio de Energía Eléctrica</b>	12 meses	\$20.00	\$240.00
<b>Telefonía e Internet Digicel, Router Portátil de 10 GB</b>	12 meses	\$20.00	\$240.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 540.00</b>

**c) Papelería e Insumos Propios de la Administración**

<b>PAPELERÍA E INSUMOS</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Papel Bond	6 resmas	\$3.80	\$22.80
Lapiceros	200 lapiceros	\$0.15	\$30.00
Cartucho de Tóner HP Color Negro	10 cartuchos	\$18.00	\$180.00
Cartucho de Tóner HP a Color	8 cartuchos	\$22.00	\$176.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 408.80</b>

**d) Depreciación de Mobiliario y Equipo de Oficina**

<b>MOBILIARIO Y EQUIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>	<b>VALOR DE RECUPERACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
Pizarrón de porcelana	1	\$300.99	\$300.99	5	0	\$ 60.20
Cámara Fotográfica	1	\$250.00	\$250.00	5	0	\$ 50.00
Proyector USB Epson	1	\$699.99	\$699.99	5	0	\$ 140.00
Computadora HP todo en 1, 4GB	2	\$499.99	\$999.98	5	0	\$ 200.00
Impresora Dell	1	\$199.00	\$199.00	5	0	\$ 39.80
Silla Plástica	50	\$4.75	\$237.50	5	0	\$ 47.50
Silla Secretarial	5	\$25.00	\$125.00	5	0	\$ 25.00
Mesa Plástica	10	\$10.00	\$100.00	5	0	\$ 20.00
Escritorio	2	\$199.00	\$398.00	5	0	\$ 79.60
Archivero	1	\$70.00	\$70.00	5	0	\$ 14.00
Dispensador de Agua (Oasis)	1	\$95.00	\$95.00	5	0	\$ 19.00
Radio Comunicador	10	\$24.00	\$240.00	5	0	\$ 48.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 743.09</b>

**e) Amortización de Inversión Fija Intangible**

<b>CARGO DE AMORTIZACIÓN DE INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>VIDA ÚTIL (Años)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
Inversión Fija Intangible	\$31,170.00	5	\$ 6,234.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6,234.00</b>



## f) Mantenimiento de Activos Fijos

<b>COSTO DE MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO DE MANTENIMIENTO ANUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Proyector de Cañon	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Computadoras	2	\$ 100.00	\$ 200.00
Impresor	1	\$ 100.00	\$ 100.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 400.00</b>

### 5.3.1.3. Costos de Comercialización

#### a) Promocionales

Dentro de los costos de comercialización se consideran los relacionados con el diseño, impresión y distribución del material publicitario.

<b>PROMOCIONALES</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Brochures / Trípticos	7,000	\$ 0.07	\$ 490.00
Mapas Turísticos	1,000	\$ 0.50	\$ 500.00
Distribución	8,000	\$ 0.03	\$ 240.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,230.00</b>

#### b) Depreciación de Señalización

<b>SEÑALIZACIÓN</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO ANUAL</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>	<b>VALOR DE RECUPERACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
Mirador Altos de Soledad de Las Flores y Mirador Finca El Mojón	60	\$5.00	\$300.00	5	0	\$60.00
Playa Poza Verde	40	\$5.00	\$200.00	5	0	\$40.00
Isla Cerrón Los Patos	10	\$5.00	\$ 50.00	5	0	\$10.00
Casco Urbano	40	\$5.00	\$200.00	5	0	40.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$150.00</b>

### Costo Total de Comercialización

COMERCIALIZACIÓN	COSTO ANUAL
Promocionales	\$ 1,230.00
Depreciación de Señalización	\$ 150.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,380.00</b>

#### 5.3.1.4. Costos Financieros

La inversión total para la implementación del proyecto corresponde a **\$178,798.77**, de los cuales **\$143,039.01** se financiarán a través del Banco de Desarrollo de El Salvador a una tasa del 6.75%. La cuota se obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$C = K \left[ \frac{(1 + i)^n * i}{(1 + i)^n - 1} \right]$$

Donde:

C = Cuota Anual

i = Tasa de Interés

K = Capital Financiado

N = Número de años que dura el Crédito

C = ?

i = 0.0675

K = \$ 143,039.01

N = 15 Años

AÑOS DE PLAZO	INTERÉS	COSTOS FINANCIEROS		MONTO DE LA DEUDA ANUAL
		CUOTA ANUAL	PAGO A CAPITAL	
0				\$143,039.01
1	\$9,655.13	\$ 15,457.84	\$ 5,802.71	\$137,236.31
2	\$9,263.45	\$ 15,457.84	\$ 6,194.39	\$131,041.92
3	\$8,845.33	\$ 15,457.84	\$ 6,612.51	\$124,429.41
4	\$8,398.99	\$ 15,457.84	\$ 7,058.85	\$117,370.56
5	\$7,922.51	\$ 15,457.84	\$ 7,535.33	\$109,835.23
6	\$7,413.88	\$ 15,457.84	\$ 8,043.96	\$101,791.27
7	\$6,870.91	\$ 15,457.84	\$ 8,586.93	\$93,204.34
8	\$6,291.29	\$ 15,457.84	\$ 9,166.55	\$84,037.80
9	\$5,672.55	\$ 15,457.84	\$ 9,785.29	\$74,252.51

10	\$5,012.04	\$ 15,457.84	\$ 10,445.79	\$63,806.72
11	\$4,306.95	\$ 15,457.84	\$ 11,150.89	\$52,655.83
12	\$3,554.27	\$ 15,457.84	\$ 11,903.57	\$40,752.26
13	\$2,750.78	\$ 15,457.84	\$ 12,707.06	\$28,045.20
14	\$1,893.05	\$ 15,457.84	\$13,564.79	\$14,480.41
15	\$977.43	\$ 15,457.84	\$ 14,480.41	\$0.00

### *Resumen de Costos Fijos*

<b>COSTOS FIJOS</b>	
<b>Costos de Operación</b>	\$ 22,977.38
<b>Costos de Administración</b>	\$ 17,075.89
<b>Costos de Comercialización</b>	\$ 1,380.00
<b>Costos Financieros</b>	\$ 9,655.13
<b>COSTOS FIJOS TOTALES</b>	<b>\$ 51,088.40</b>

## **5.3.2. COSTOS VARIABLES**

Dentro de los costos variables se identifican y detallan costos incurridos en la prestación de los servicios y que son administrados por el Comité de Desarrollo Turístico del municipio de San Miguel Tepezontes.

### **5.3.2.1. Costos de Servicios de Alimentación**

Los costos de alimentación han sido determinados en base a los precios promedios establecidos por cada uno de los establecimientos que ofrecen estos servicios. Se estimaron los costos a partir de la afluencia turística que se espera para el año 1 (4,006 familias de 2 a 6 integrantes, lo que serían 15,303 personas en el primer año. Apartado 4.3.5).

<b>COSTOS DE ALIMENTACIÓN</b>			
<b>INICIATIVA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>COSTO TOTAL (DEMANDA ANUAL)</b>
<b>Cooperativa de Pesca San José El Pegadero</b>	Almuerzo	\$ 3.00	\$ 45,909.00
<b>Casco Urbano</b>	Platillo Típico Vespertino	\$ 1.50	\$ 22,954.50
<b>Ambas Iniciativas</b>	Agua Embotellada	\$ 0.35	\$ 5,356.05
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 74,219.55</b>

### 5.3.2.2. Costos de Visitas Agroindustriales

Los costos de los recorridos y usos de las iniciativas han sido determinados en base a los precios proporcionados por las iniciativas. Se dividió en igual proporción la afluencia de turistas de 15,303 personas en ambos circuitos turísticos en el primer año para estimar el costo total de visitas.

<b>CIRCUITO TURÍSTICO LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN</b>			
<b>INICIATIVA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>COSTO TOTAL (DEMANDA ANUAL)</b>
Cooperativa de Pesca San José El Pegadero	Recorrido guiado	\$ 0.50	\$ 3,826.00
Cooperativa de Pesca San José El Pegadero	Acceso a atracciones acuáticas	\$ 3.00	\$ 22,956.00
Cooperativa de Pesca San José El Pegadero	Paseo en Lancha a Isla de Los Patos	\$ 2.00	\$ 15,304.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 42,086.00</b>

<b>CIRCUITO TURÍSTICO NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN</b>			
<b>INICIATIVA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>COSTO TOTAL (DEMANDA ANUAL)</b>
Cooperativa de Café Tepeczun	Recorrido guiado	\$ 0.50	\$ 3,825.50
Cooperativa de Pesca San José El Pegadero	Acceso a atracciones acuáticas	\$ 3.00	\$ 22,953.00
Cooperativa de Pesca San José El Pegadero	Paseo en Lancha a Isla de Los Patos	\$ 2.00	\$ 15,302.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 42,080.50</b>

### 5.3.2.3. Costos de Contratación de Guías Turísticos

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Días Trabajados al Año</b>	<b>Salario por Día</b>	<b>EMPLEADOS</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Guía Turístico	144	\$ 25.00	2	\$ 7,200.00

### 5.3.2.4. Costos de Contratación de Salvavidas

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Días Trabajados al Año</b>	<b>Salario por Día</b>	<b>EMPLEADOS</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Salvavidas	144	\$ 25.00	1	\$ 3,600.00

### 5.3.2.5. Costos de Contratación de Transporte de Turistas

DESCRIPCIÓN	DÍAS A CONTRATAR	COSTO DIARIO	CANTIDAD	TOTAL ANUAL
Coaster para transporte de Turistas	144	\$ 75.00	2	\$ 21,600.00

### 5.3.2.6. Costos de Contratación de Baños Portátiles para uso de Turistas

DESCRIPCIÓN	DÍAS A CONTRATAR	COSTO DIARIO	CANTIDAD	TOTAL ANUAL
Baños Portátiles	144	\$ 31.90	4	\$ 18,374.40

## 5.3.3. COSTOS DE PAQUETES TURÍSTICOS

### 5.3.3.1. Costo Variable Unitario por Paquetes

<b>CIRCUITO “LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN”</b>	
<b>PAQUETE TURÍSTICO 1</b>	
<b>INICIATIVA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
Agua Embotellada	\$0.35
Recorrido guiado en Cooperativa de Pesca San José El Pegadero	\$0.50
Almuerzo	\$3.00
Tarde libre en Playa Poza Verde (Lago de Ilopango) con acceso a todas sus atracciones (Kayaking y motos acuáticas)	\$3.00
Paseo en lancha a Isla de Los Patos	\$2.00
Platillo Típico Vespertino en Casco urbano de la Villa de San Miguel Tepezontes	\$1.50
Guía Turístico	\$ 0.47
Salvavidas	\$ 0.24
Transporte	\$ 1.41
Uso de baños portátiles	\$ 1.20
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13.67</b>

<b>CIRCUITO “NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN”</b>	
<b>PAQUETE TURÍSTICO 2</b>	
<b>INICIATIVA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
Agua Embotellada	\$0.35
Recorrido guiado en Cooperativa de Café Tepezun	\$0.50
Almuerzo	\$3.00
Tarde libre en Playa Poza Verde (Lago de Ilopango) con acceso a todas sus atracciones (Kayaking y motos acuáticas)	\$3.00
Paseo en lancha a Isla de Los Patos	\$2.00
Platillo Típico Vespertino en Casco urbano de la Villa de San Miguel Tepezontes	\$1.50

Guía Turístico	\$ 0.47
Salvavidas	\$ 0.24
Transporte	\$ 1.41
Uso de baños portátiles	\$ 1.20
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13.67</b>

### *Resumen de Costos Variables*

<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Costos de Servicios de Alimentación	\$ 74,219.55
Costos de Visitas Agroindustriales	\$ 84,166.50
Costos de Contratación de Guías Turísticos	\$ 7,200.00
Costos de Contratación de Salvavidas	\$ 3,600.00
Costos de Contratación de Transporte de Turistas	\$ 21,600.00
Costo de Contratación de Baños Portátiles para uso de Turistas	\$ 18,374.40
<b>COSTOS VARIABLES TOTALES</b>	<b>\$ 209,160.45</b>

## **5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS**

### **5.4.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS**

#### **5.4.1.1. Precio de Venta**

##### **a) Margen de Utilidad**

Su cálculo está representado por el precio de venta sobre el costo total unitario de un producto, las cuales serán las ganancias que percibirá el Comité de Desarrollo Turístico.

<b>CIRCUITO</b>	<b>PAQUETE</b>	<b>COSTO FIJO UNITARIO</b>	<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>
<b>LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 1	\$ 3.34	\$ 13.67	<b>\$ 17.01</b>	47.00 %	<b>\$ 25.00</b>
<b>NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 2	\$ 3.34	\$ 13.67	<b>\$ 17.01</b>	47.00 %	<b>\$ 25.00</b>

#### **5.4.1.2. Venta de Servicios**

La venta de los servicios se estima tomando como base la proyección de la demanda proyectada para 5 años del apartado 4.3.5., que se detalla a continuación:

<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Tasa de Crecimiento de la Demanda Unitaria Proyectada</b>	10.44 %	9.45 %	8.64 %	7.95 %	7.36 %
<b>Visitas de personas por Año</b>	<b>15,303</b>	<b>16,749</b>	<b>18,196</b>	<b>19,643</b>	<b>21,089</b>
<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>PAQUETE # 1</b>	7,652	8,375	9,098	9,822	10,545
<b>PAQUETE # 2</b>	7,651	8,374	9,098	9,821	10,544
<b>TOTAL</b>	<b>15,303</b>	<b>16,749</b>	<b>18,196</b>	<b>19,643</b>	<b>21,089</b>

La venta de paquetes turísticos para los primeros cinco años se resume de la manera siguiente:

<b>AÑO 1</b>	<b>PAQUETE</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>
<b>LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 1	<b>\$ 191,300.00</b>
<b>NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 2	<b>\$ 191,275.00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 382,575.00</b>

<b>AÑO 2</b>	<b>PAQUETE</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>
<b>LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 1	<b>\$ 209,375.00</b>
<b>NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 2	<b>\$ 209,350.00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 418,725.00</b>

<b>AÑO 3</b>	<b>PAQUETE</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>
<b>LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 1	<b>\$ 227,450.00</b>
<b>NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 2	<b>\$ 227,450.00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 454,900.00</b>

<b>AÑO 4</b>	<b>PAQUETE</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>
<b>LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 1	<b>\$ 245,550.00</b>
<b>NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 2	<b>\$ 245,525.00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 491,075.00</b>

<b>AÑO 5</b>	<b>PAQUETE</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>
<b>LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 1	<b>\$ 263,625.00</b>
<b>NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN</b>	Paquete # 2	<b>\$ 263,600.00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 527,225.00</b>

Las ventas de promocionales se resumen de la siguiente manera para el primer año:

PROMOCIONALES	CANTIDAD	PRECIO DE ELABORACIÓN	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA UNITARIO	INGRESO ANUAL
<b>CAMISETAS PROMOCIONALES</b>	150	\$2.00	400.00 %	\$10.00	<b>\$1,500.00</b>
<b>GORRAS PROMOCIONALES</b>	50	\$2.90	72.41 %	\$5.00	<b>\$250.00</b>
<b>BOLÍGRAFOS PROMOCIONALES</b>	2,000	\$0.25	300.00 %	\$1.00	<b>\$2,000.00</b>
<b>SQUEEZES PROMOCIONALES</b>	2,000	\$0.75	166.67 %	\$2.00	<b>\$4,000.00</b>
<b>BOLSA ECOLÓGICA PROMOCIONAL</b>	500	\$0.75	300.00 %	\$3.00	<b>\$1,500.00</b>
<b>LLAVEROS PROMOCIONALES</b>	2,000	\$0.25	600.00 %	\$1.50	<b>\$3,000.00</b>
<b>TOTAL</b>					<b>\$12,250.00</b>

INICIATIVA	MEMBRESÍA MENSUAL	MEMBRESÍA ANUAL
Cooperativa de Pesca San José El Pegadero	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Cooperativa de Café Tepezunt	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Prestadores de servicios formalmente constituidos por el sector privado	\$ 100.00	\$ 1,200.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 300.00</b>	<b>\$ 3,600.00</b>

## 5.4.2. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para estimar el punto de equilibrio se utilizan las ecuaciones siguientes:

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

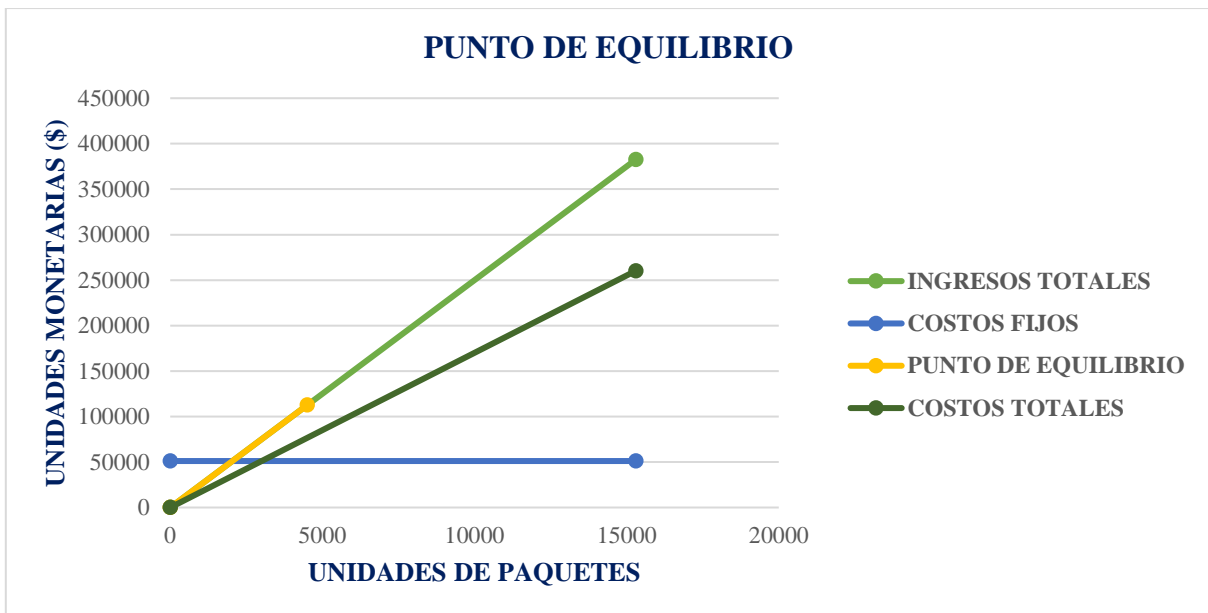
$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

PAQUETES INDIVIDUALES (\$)	RUTA LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN	NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN	TOTAL
	Paquete 1	Paquete 2	
Ventas Proyectadas	\$ 191,300.00	\$ 191,275.00	\$382,575.00
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>\$ 56,357.51</b>	<b>\$ 56,350.14</b>	<b>\$112,707.65</b>
Costos Fijos Totales	\$ 25,545.87	\$ 25,542.53	\$ 51,088.40
Precio de Venta	\$ 25.00	\$ 25.00	
Costo Variable Unitario	\$ 13.67	\$ 13.67	\$209,160.45
Margen de Contribución	\$ 11.33	\$ 11.33	



PAQUETE INDIVIDUAL (CANTIDAD UNITARIA)	RUTA LAGO, PESCA Y DIVERSIÓN	NATURALEZA, AVENTURA Y DIVERSIÓN	TOTAL
	Paquete 1	Paquete 2	
Ventas Proyectadas	7,652	7,651	15,303
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>2,254</b>	<b>2,254</b>	<b>4,508</b>
Costos Fijos Totales	\$ 25,545.87	\$ 25,542.53	\$51,088.40
Precio de Venta	\$ 25.00	\$ 25.00	
Costo Variable Unitario	\$ 13.67	\$ 13.67	\$209,160.45
Margen de Contribución	\$ 11.33	\$ 11.33	

PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL CDTSM T		
	UNIDADES DE PAQUETES	DINERO
Ingresos	15,303	\$ 382,575.00
Costos Fijos		\$ 51,088.40
Costos Variables		\$ 209,160.45
Costos Totales		\$ 260,248.85
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>4,508</b>	<b>\$ 112,707.65</b>



## 5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES

### 5.5.1. BALANCE GENERAL PROFORMA

COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES  
BALANCE GENERAL PROFORMA DEL AÑO 1 AL AÑO 5  
(VALORES EXPRESADOS EN DÓLARES DE LOS EEUU)

Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS</b>						
Caja y Banco	\$12,639.70	\$125,901.17	\$214,295.96	\$314,204.90	\$429,929.14	\$556,986.39
<b>Total de Activos Corrientes</b>	<b>\$12,639.70</b>	<b>\$125,901.17</b>	<b>\$214,295.96</b>	<b>\$314,204.90</b>	<b>\$429,929.14</b>	<b>\$556,986.39</b>
Activo Fijo Tangible	\$134,989.07	\$134,989.07	\$134,989.07	\$134,989.07	\$134,989.07	\$134,989.07
Activo Intangible	\$31,170.00	\$31,170.00	\$31,170.00	\$31,170.00	\$31,170.00	\$31,170.00
Depreciación y Amortización Acumulada	\$0.00	\$19,111.97	\$38,023.94	\$56,785.91	\$71,085.38	\$85,384.85
<b>Total Activos No Corrientes</b>	<b>\$166,159.07</b>	<b>\$185,271.04</b>	<b>\$204,183.00</b>	<b>\$222,944.97</b>	<b>\$237,244.44</b>	<b>\$251,543.91</b>
<b>Total Activos</b>	<b>\$178,798.77</b>	<b>\$311,172.21</b>	<b>\$418,478.97</b>	<b>\$537,149.87</b>	<b>\$667,173.58</b>	<b>\$808,530.30</b>
<b>PASIVOS</b>						
Cuenta por pagar (Impuestos)	\$0.00	\$41,452.84	\$46,486.20	\$51,530.88	\$56,584.03	\$61,642.82
Dividendos por pagar	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$41,452.84</b>	<b>\$46,486.20</b>	<b>\$51,530.88</b>	<b>\$56,584.03</b>	<b>\$61,642.82</b>
Préstamo	\$143,039.01	\$137,236.31	\$131,041.92	\$124,429.41	\$117,370.56	\$109,835.23
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>\$143,039.01</b>	<b>\$137,236.31</b>	<b>\$131,041.92</b>	<b>\$124,429.41</b>	<b>\$117,370.56</b>	<b>\$109,835.23</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$143,039.01</b>	<b>\$178,689.15</b>	<b>\$177,528.12</b>	<b>\$175,960.29</b>	<b>\$173,954.59</b>	<b>\$171,478.06</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$35,759.75	\$35,759.75	\$35,759.75	\$35,759.75	\$35,759.75	\$35,759.75
Utilidad Retenida Acumulada	\$0.00	\$96,723.30	\$205,191.10	\$325,429.82	\$457,459.24	\$601,292.49
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$35,759.75</b>	<b>\$132,483.06</b>	<b>\$240,950.85</b>	<b>\$361,189.58</b>	<b>\$493,218.99</b>	<b>\$637,052.25</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$178,798.77</b>	<b>\$311,172.21</b>	<b>\$418,478.97</b>	<b>\$537,149.87</b>	<b>\$667,173.58</b>	<b>\$808,530.30</b>

## 5.5.2. ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

**COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**  
**ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA DEL AÑO 1 AL AÑO 5**  
**(VALORES EXPRESADOS EN DÓLARES DE LOS EEUU)**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas Totales</b>	<b>\$398,425.00</b>	<b>\$434,575.00</b>	<b>\$470,750.00</b>	<b>\$506,925.00</b>	<b>\$543,075.00</b>
<b>Menos:</b>					
<b>Costos Variables</b>					
<i>Costos de Prestación del Servicio</i>	\$209,160.45	\$228,924.29	\$248,701.79	\$268,479.30	\$288,243.14
<b>Margen de Contribución</b>	<b>\$189,264.55</b>	<b>\$205,650.71</b>	<b>\$222,048.21</b>	<b>\$238,445.70</b>	<b>\$254,831.86</b>
<b>Menos:</b>					
<b>Costos Fijos</b>					
<i>Costos de Prestación del Servicio</i>	\$22,977.38	\$22,977.38	\$22,977.38	\$22,977.38	\$22,977.38
<i>Costos de Administración</i>	\$17,075.89	\$17,075.89	\$17,075.89	\$17,075.89	\$17,075.89
<i>Costos de Comercialización</i>	\$1,380.00	\$1,380.00	\$1,380.00	\$1,380.00	\$1,380.00
<b>Utilidad Neta en Operaciones</b>	<b>\$147,831.28</b>	<b>\$164,217.44</b>	<b>\$180,614.94</b>	<b>\$197,012.43</b>	<b>\$213,398.59</b>
<b>Menos:</b>					
<i>Costos Financieros</i>	\$9,655.13	\$9,263.45	\$8,845.33	\$8,398.99	\$7,922.51
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$138,176.15</b>	<b>\$154,953.99</b>	<b>\$171,769.61</b>	<b>\$188,613.45</b>	<b>\$205,476.08</b>
Impuesto Sobre la Renta (30%)	\$41,452.84	\$46,486.20	\$51,530.88	\$56,584.03	\$61,642.82
<b>Utilidad Neta del Periodo</b>	<b>\$96,723.30</b>	<b>\$108,467.79</b>	<b>\$120,238.73</b>	<b>\$132,029.41</b>	<b>\$143,833.26</b>
<b>Más:</b>					
Depreciación de Inversión Fija Tangible	\$11,984.88	\$11,784.88	\$11,634.88	\$7,172.38	\$7,172.38
Depreciación de Mobiliario, Equipo de Oficina y Señalización	\$893.09	\$893.09	\$893.09	\$893.09	\$893.09
Amortización de Inversión Fija Intangible	\$6,234.00	\$6,234.00	\$6,234.00	\$6,234.00	\$6,234.00
<b>Menos:</b>					
Pago a Capital	\$5,802.71	\$6,194.39	\$6,612.51	\$7,058.85	\$7,535.33
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$110,032.57</b>	<b>\$121,185.38</b>	<b>\$132,388.19</b>	<b>\$139,270.03</b>	<b>\$150,597.40</b>

### 5.5.3. FLUJO DE EFECTIVO

**COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**  
**FLUJO DE EFECTIVO DEL AÑO 1 AL AÑO 5**  
**(VALORES EXPRESADOS EN DÓLARES DE LOS EEUU)**

<b>Rubro</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Saldo Inicial</b>	<b>\$12,639.70</b>	<b>\$164,125.11</b>	<b>\$290,343.84</b>	<b>\$427,776.71</b>	<b>\$572,099.89</b>
Ingreso por Ventas (+)	\$398,425.00	\$434,575.00	\$470,750.00	\$506,925.00	\$543,075.00
<b>Efectivo (=)</b>	<b>\$411,064.70</b>	<b>\$598,700.11</b>	<b>\$761,093.84</b>	<b>\$934,701.71</b>	<b>\$1,115,174.89</b>
Costos del Servicio (-)	\$232,137.83	\$251,901.66	\$271,679.17	\$291,456.68	\$311,220.51
Costos de Administración (-)	\$17,075.89	\$17,075.89	\$17,075.89	\$17,075.89	\$17,075.89
Costos de Comercialización (-)	\$1,380.00	\$1,380.00	\$1,380.00	\$1,380.00	\$1,380.00
<b>Utilidad de Operación (=)</b>	<b>\$160,470.98</b>	<b>\$328,342.55</b>	<b>\$470,958.78</b>	<b>\$624,789.14</b>	<b>\$785,498.48</b>
Costo Financiero (-)	\$9,655.13	\$9,263.45	\$8,845.33	\$8,398.99	\$7,922.51
<b>Utilidades antes de Imp. (=)</b>	<b>\$150,815.85</b>	<b>\$319,079.10</b>	<b>\$462,113.45</b>	<b>\$616,390.16</b>	<b>\$777,575.97</b>
Impuestos (30%) (-)	\$0.00	\$41,452.84	\$46,486.20	\$51,530.88	\$56,584.03
<b>Utilidades después de Imp. (=)</b>	<b>\$150,815.85</b>	<b>\$277,626.26</b>	<b>\$415,627.25</b>	<b>\$564,859.27</b>	<b>\$720,991.94</b>
Depreciaciones (+)	\$19,111.97	\$18,911.97	\$18,761.97	\$14,299.47	\$14,299.47
Pago a Capital (-)	\$5,802.71	\$6,194.39	\$6,612.51	\$7,058.85	\$7,535.33
<b>Flujo Neto de Efectivo (=)</b>	<b>\$164,125.11</b>	<b>\$290,343.84</b>	<b>\$427,776.71</b>	<b>\$572,099.89</b>	<b>\$727,756.08</b>

## **5.6. EVALUACIÓN ECONÓMICA**

La evaluación económica de este proyecto de Diseño Turístico tiene por objetivo, identificar las ventajas y desventajas asociadas a la inversión en el proyecto antes de la implementación del mismo.

### **5.6.1. DEFINICIÓN DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL (WACC)**

#### **5.6.1.1. Generalidades**

El costo Promedio Ponderado del Capital determina la tasa de descuento, el costo de oportunidad o tasa mínima requerida de retorno de la inversión, con la cual se evaluará el proyecto de Diseño Turístico del municipio de San Miguel Tepezontes. Por ser un proyecto de tipo turístico, el Banco de Desarrollo de El Salvador cobrará una tasa de interés anual de 6.75%.

#### **5.6.1.2. Cálculo del Costo de Capital Propio**

La estructura de la tasa de capital propio queda determinada por la siguiente manera:

Costo de Capital Propio = Tasa Libre de Riesgo del Mercado Interno + Tasa de Riesgo Empresarial + Tasa de Inflación Esperada

#### *Estimación de Tasas*

##### **Tasa Libre de Riesgo del Mercado Interno**

Corresponde a la tasa de colocación interna de las letras del tesoro emitidas por el Gobierno Salvadoreño, efectuada en el país en noviembre de 2016 (Cuadragésimo Primer Tramo), que

correspondió a \$25,000,000.00 que servirán para financiar el Programa de apoyo a la política social, siendo pagado a una tasa de interés del 6.38%.<sup>23</sup>

### **Tasa de Riesgo Empresarial**

Corresponde a la medida de riesgo que se corre por invertir en este tipo de proyectos turísticos, dado que no se conoce con exactitud la rentabilidad del sector, de manera de que por lo menos el Comité de Desarrollo Turístico retorne la máxima tasa que el sistema bancario paga por los depósitos a largo plazo (360 días), el promedio obtenido con vigencia desde 09/11/2016 hasta 15/11/2016, es del 4.57%.<sup>24</sup>

### **Tasa de Inflación Esperada**

Corresponde a las estimaciones efectuadas a esta variable, respecto a su comportamiento en los próximos años. Se ha tomado como base un promedio de los datos de inflación de los últimos cinco años (2010 – 2014), obteniéndose un valor de 1.90%.<sup>25</sup>

<b>COSTO DE CAPITAL PROPIO</b>	
<b>TM:</b> TASA DE BONOS SI INVIERTE EN BOLSA	<b>6.38%</b>
<b>TR:</b> TASA DE RIESGO EMPRESARIAL: TASA BANCARIA MÁS ALTA	<b>4.57%</b>
<b>TIE:</b> TASA PROMEDIO DE INFLACIÓN ESPERADA	<b>1.90%</b>
<b>COSTO DE CAPITAL PROPIO</b>	<b>12.85%</b>

### **5.6.1.3. Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (WACC)**

El cálculo del WACC viene dado por:

$$\text{WACC} = (\text{Fondo Propio \%} / \text{Total de Pasivos}) (\text{Tasa de interés accionistas}) + (\text{Pasivo LP \%} / \text{Total de Pasivos}) (\text{Tasa de Interés deuda})$$

<sup>23</sup> Ministerio de Hacienda. Serie VV-1, LIBOR a 12 meses a un plazo de 353 días.

<sup>24</sup> ABANSA, BCR -SSF.

<sup>25</sup> DIGESTYC y BCR.

<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>PROPORCIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>COSTO PONDERADO</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	\$143,039.01	80%	6.75%	5.40%
<b>FONDOS PROPIOS</b>	\$35,759.75	20%	12.85%	2.57%
<b>TOTAL</b>	<b>\$178,798.77</b>	<b>COSTO DE CAPITAL</b>	<b>7.97%</b>	

Por lo tanto, 7.97% es la tasa de descuento mediante la cual se evaluará el proyecto.

### 5.6.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto está determinado como el valor monetario que resulta de restar los flujos descontados o actualizados ( $C_n$ ) a la inversión inicial ( $I$ ). El VAN se calcula a partir de la fórmula:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{C_n}{(1+r)^n}$$

El criterio de aceptación del proyecto estará dado por:

- ❖ Si el valor actual neto de los ingresos y gastos anuales es positivo o igual a cero, entonces se acepta el proyecto ( $VAN \geq 0$ ).
- ❖ Si el valor actual neto de los ingresos y gastos anuales es menor que cero, entonces se rechaza el proyecto ( $VAN < 0$ ).

Determinando el VAN del proyecto a partir del Flujo Neto de Efectivo Proyectado tenemos:

$$VAN = -178,798.77 + \frac{110,032.57}{(1+0.0797)^1} + \frac{121,185.38}{(1+0.0797)^2} + \frac{132,388.19}{(1+0.0797)^3} + \frac{139,270.03}{(1+0.0797)^4} + \frac{150,597.40}{(1+0.0797)^5}$$

**VAN = \$337,365.84**

De acuerdo al resultado obtenido, se concluye que el proyecto se acepta, ya que este constituye el aporte económico que los socios obtendrían de implementar la propuesta.

### 5.6.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno representa aquella tasa porcentual que reduce a cero el valor actual neto de la propuesta, de manera que muestra a los inversionistas la tasa de interés máxima a la que deben de contraer préstamos, sin que incurran en futuros fracasos financieros. Por medio de interpolación se calculó la tasa que más igualó a cero.

La TIR se calculó a partir de la fórmula:

$$0 = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Cn}{(1 + TIR)^n}$$

Los criterios de decisión fueron los siguientes:

- ❖ Si  $TIR \geq TMAR$ , entonces el proyecto se acepta.
- ❖ Si  $TIR < TMAR$ , entonces el proyecto se rechaza.

Aplicando la fórmula mediante las herramientas de Excel tenemos:

$$178,798.77 = \frac{110,032.57}{(1 + TIR)^1} + \frac{121,185.38}{(1 + TIR)^2} + \frac{132,388.19}{(1 + TIR)^3} + \frac{139,270.03}{(1 + TIR)^4} + \frac{150,597.40}{(1 + TIR)^5}$$

**TIR = 62.10 %**

El resultado demuestra que el proyecto es rentable, puesto que el rendimiento interno de la inversión es de 62.10 %, la cual supera la tasa mínima requerida del proyecto definida por el costo de capital de 7.97%.

### 5.6.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)

La Relación Beneficio Costo indica la rentabilidad del proyecto en términos de cobertura existente entre los ingresos y los egresos, también, muestra la cantidad de dinero actualizado



que recibirá el Comité de Desarrollo Turístico del municipio de San Miguel Tepezontes por cada unidad monetaria invertida. La relación B/C se obtiene dividiendo el valor presente de los Flujos Netos de Efectivo proyectados entre la inversión inicial, mediante la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\sum_{n=1}^N \frac{Cn}{(1+r)^n}}{I}$$

Los criterios de aceptación fueron los siguientes:

- ❖ Si la relación B/C > 1 se acepta el proyecto.
- ❖ Si la relación B/C < 1 se rechaza el proyecto.
- ❖ Si la relación B/C = 1 el proyecto es indiferente de llevarse a cabo.

Calculando mediante la fórmula se obtuvo:

$$B/C = \frac{\frac{110,032.57}{(1+0.0727)^1} + \frac{121,185.38}{(1+0.0727)^2} + \frac{132,388.19}{(1+0.0727)^3} + \frac{139,270.03}{(1+0.0727)^4} + \frac{150,597.40}{(1+0.0727)^5}}{178,798.77}$$

**B/C = \$2.89**

Este valor indica que el proyecto puede ser aceptado, puesto que, por cada dólar invertido en él, los inversionistas obtienen \$2.89 de ganancia de la inversión total.

### 5.6.5. RESULTADO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA

#### *Resumen de la Evaluación Económica*

<b>EVALUACIÓN ECONOMICA</b>	
<b>VAN</b>	\$337,365.84
<b>TIR</b>	62.10%
<b>B/C</b>	\$2.89

El comportamiento de los índices anteriores refleja que el proyecto es viable económicamente. Se recomienda llevarlo a cabo dado que:

- ❖ El VAN genera beneficios netos de \$337,365.84, con lo que se recupera la inversión.
- ❖ La TIR de 62.10 % supera la tasa de costo de capital, lo que indica que el rendimiento del proyecto será mayor a lo que los inversionistas exigen para desarrollarlo.
- ❖ La Relación B/C muestra un desempeño económico aceptable de cada dólar invertido en el proyecto.

## **5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO**

La Evaluación Financiera del Proyecto muestra el desempeño financiero del Comité de Desarrollo Turístico del municipio de San Miguel Tepezontes y es de especial interés para las fuentes de financiamiento. Este apartado toma en consideración la manera como se obtienen y pagan los recursos financieros para el funcionamiento del proyecto, sin considerar el modo como se distribuyen las utilidades que se generan.

### **5.7.1. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (TRI)**

El Tiempo de Recuperación de la Inversión representa el tiempo en el cual la suma de los ingresos netos cubre el monto de la inversión del proyecto. El TRI se obtuvo mediante la siguiente fórmula:

$$TRI = \frac{Inversion\ Inicial}{Utilidad\ Promedio}$$

La utilidad promedio se determinó actualizando los ingresos y egresos en el periodo de análisis y dividiéndolos entre los 5 años analizados (se suman las utilidades para cada año divididas entre cinco que son el número de años proyectados). Se calcula a continuación:

#### UTILIDAD PROMEDIO

$$= \frac{(\$96,723.30 + \$108,467.79 + \$120,238.73 + \$132,029.41 + \$143,833.26)}{5}$$

**Utilidad Promedio Anual = \$120,258.50**

$$TRI = \frac{\$ 178,798.77}{\$120,258.50}$$

**TRI = 1.49 Años**

### 5.7.2. RATIOS FINANCIEROS

Existen muchas razones financieras que miden el rendimiento y comportamiento de las inversiones, sin tomar en cuenta el valor del dinero en el tiempo y tomando como insumos los datos de los Estados Financieros Proforma. Las razones financieras que se evaluaron para el presente proyecto, se compararon únicamente con la evolución que cada una experimenta en el transcurso de los primeros cinco años de operación, debido a que en El Salvador no existe una clasificación de ratios financieros para las modalidades de turismo municipal. A continuación, se detalla el resultado de la evaluación de las distintas razones financieras con las que se evaluó al Comité de Desarrollo Turístico del municipio de San Miguel Tepezontes, en los primeros cinco años de operación:

<b>CUADRO DE RATIOS FINANCIEROS</b>					
<b>RAZÓN</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>LIQUIDEZ</b>					
<b>Razón Circulante</b>	3.04	4.61	6.10	7.60	9.04
<b>Capital de Trabajo Neto</b>	\$84,448.33	\$167,809.77	\$262,674.01	\$373,345.10	\$495,343.57
<b>ROTACIÓN</b>					
<b>Activo Total</b>	2.23	1.40	1.12	0.94	0.81
<b>ENDEUDAMIENTO</b>					
<b>Apalancamiento</b>	135%	74%	49%	35%	27%
<b>Cobertura para Gastos Fijos</b>	7.80	8.51	9.21	9.92	10.63

<b>Endeudamiento</b>	57%	42%	33%	26%	21%
<b>RENTABILIDAD</b>					
<b>Margen Neto de Utilidad</b>	51%	53%	54%	55%	56%
<b>Rendimiento sobre el patrimonio</b>	73%	45%	33%	27%	23%
<b>Rendimiento sobre la Inversión</b>	31%	26%	22%	20%	18%
<b>Utilidad por Ventas</b>	35%	36%	36%	37%	38%

### 5.7.3. ANÁLISIS DE LAS RAZONES FINANCIERAS

- ❖ **Índices de Liquidez.** Los índices de liquidez miden la capacidad de pago que tiene el Comité de Desarrollo Turístico de San Miguel Tepezontes para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone para cancelar las deudas.
- **Razón Circulante.** Los valores obtenidos de esta razón fueron positivos, porque por cada unidad monetaria de deuda, el Comité de Desarrollo Turístico de San Miguel Tepezontes cuenta con una cantidad de veces de activo para pagarla. Cuanto mayor sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad para pagar sus deudas.
- **Ratio Capital de Trabajo.** Los resultados obtenidos representan la capacidad económica (cantidad en efectivo) con que el Comité de SMT cuenta en cada año, para responder a sus obligaciones a corto plazo con terceros; se observa el crecimiento de la capacidad económica del CDTSMT a lo largo de los años.
- ❖ **Índices de Rotación.** Los índices de rotación miden la efectividad y eficiencia de la gestión del CDTSMT, en la administración del capital de trabajo y expresan los efectos de decisiones y políticas seguidas por el Comité, con respecto a la utilización de sus fondos.
- **Activo Total.** Los resultados obtenidos muestran que tan productivos son los activos para generar ventas, es decir, cuánto se está generando de ventas por cada unidad monetaria

invertida. El dato obtenido para el primer año muestra que el CDTSMT está colocando entre sus clientes 2.23 veces el valor de la inversión efectuada.

- ❖ **Índices de Endeudamiento.** Los índices de endeudamiento muestran la cantidad de recursos que son obtenidos de terceros para el CDTSMT y expresan el respaldo que esta posee frente a sus deudas totales y dan una idea de la autonomía financiera del proyecto.
- **Apalancamiento.** Los resultados obtenidos muestran el porcentaje anual aportado por los acreedores, por cada unidad monetaria aportada por los socios del CDTSMT.
- **Cobertura de Gastos Fijos.** Los resultados obtenidos muestran que el CDTSMT tiene capacidad para asumir su carga de costos fijos.
- **Endeudamiento.** Los resultados obtenidos muestran la disminución del porcentaje anual de fondos financiados por los acreedores (BANDESAL).
- ❖ **Índices de Rentabilidad.** Los índices de rentabilidad miden la capacidad de generación de utilidad por parte del CDTSMT y expresan el rendimiento del Comité en relación con sus ventas, activos o capital.
- **Margen Neto de Utilidad.** Los resultados obtenidos muestran el porcentaje de utilidad anual que el proyecto obtuvo por cada unidad monetaria que vendió. Este ratio permite evaluar si el esfuerzo hecho en la operación durante el período de análisis está produciendo una adecuada retribución para los socios.
- **Rendimiento sobre el Patrimonio.** Los resultados obtenidos muestran el porcentaje anual de rendimiento que se genera sobre el patrimonio por cada unidad monetaria que los socios mantengan en el proyecto; es decir, mide la capacidad del CDTSMT para generar utilidad a favor de los socios.

- ***Rendimiento sobre la Inversión.*** Los resultados obtenidos muestran el porcentaje de rendimiento sobre la inversión obtenido por cada unidad monetaria invertida en los activos. Los indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y mayor rendimiento del dinero invertido.
- ***Utilidad por Ventas.*** Los resultados obtenidos muestran el porcentaje de utilidad anual obtenida por cada unidad monetaria vendida, se puede observar que el porcentaje se mantiene año con año, lo que demuestra rentabilidad para el CDTSMT.

## **5.8. EVALUACIÓN SOCIO – ECONÓMICA**

Ver Anexo 13: Evaluación Socio – Económica.

## CAPITULO VI

### 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. CONCLUSIONES

- El turismo es importante para el progreso económico y la reducción de la pobreza del municipio de San Miguel Tepezontes, sin embargo, también está claro que la relación entre turismo, crecimiento económico y reducción de la pobreza no es automática, sino que, dependen de que el turismo genere oportunidades de empleo, cree eslabonamientos en particular en la agricultura y los sectores proveedores de servicios y estimule el desarrollo de la infraestructura básica turística.
- La contribución del sector turístico al crecimiento económico, la generación de empleos, el fomento de la capacidad nacional y la reducción de la pobreza dependen de la medida en que el sector turístico se integre en la economía nacional mediante alianzas con otros sectores, la medida en que los ingresos procedentes del turismo se utilicen para financiar el desarrollo de las infraestructuras, apoyar a empresas locales, en particular a las Mipymes y para obtener el apoyo de las instituciones necesarias para crear una economía local dinámica.
- El municipio a la fecha no constituye un destino turístico en sí mismo, las mayores limitaciones son la escases de empleos, la pobreza extrema, las condiciones de las vías de acceso, la falta de transporte a diversas horas, la falta de oferta de bienes y servicios turísticos, la deficiencia de los lugares de alojamiento, la carencia de establecimientos y restaurantes adecuados higiénicamente, la falta de guías turísticos y sobretodo, la inexistencia de nomenclaturas, señalización y mapas elaborados para turistas.
- La agricultura y pesca son un sector clave del turismo, puesto que los hoteles y restaurantes necesitan suministro estable de gran cantidad de alimentos y bebidas.
- El uso adecuado y competente de la tecnología y la publicidad en las comunicaciones contribuyen a la productividad y competitividad de la industria turística del municipio.
- El turismo suele generar más empleos, en particular para trabajadores semi calificados y es una oportunidad para que las pequeñas empresas locales vendan directamente sus bienes y servicios a los visitantes.

- El turismo pone en contacto a los visitantes con los valores, cultura, nivel de ingresos y estilos de vida del municipio.
- El efecto más negativo del turismo es probablemente el que afecta al medio ambiente. Como el turismo consume energía y agua, produce grandes cantidades de desechos y afecta al patrimonio cultural al atraer grandes multitudes de personas a esos sitios, causando daños en el medio ambiente y en el patrimonio cultural.

## **6.2. RECOMENDACIONES**

- Se deben formular estrategias para fomentar el turismo sostenible y las autoridades competentes deben evaluar e identificar las posibles cadenas de valor relacionadas con el turismo que dinamicen la economía local.
- Hacer un uso óptimo de los recursos ambientales que constituyen un elemento clave en el desarrollo turístico, manteniendo equilibrios ecológicos esenciales y ayudando a conservar el patrimonio natural.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades locales, conservar su patrimonio cultural y sus valores tradicionales y contribuir a la comprensión intercultural.
- Asegurar la existencia de operaciones económicas viables y de largo plazo, procurando la distribución equitativa de los beneficios socioeconómicos entre todos los interesados, lo que incluye el empleo estable, las oportunidades de obtener ingresos y los servicios sociales a las comunidades receptoras, contribuyendo a la reducción de la pobreza local.
- Se debe entender que el futuro del municipio de San Miguel Tepezontes está en el desarrollo turístico; es por esto que, se debe integrar positivamente a todos los entes involucrados en la toma de decisiones de manera que estos tengan la posibilidad de estar bien informados, motivados y que sepan utilizar su habilidad y/o conocimiento técnico profesional para el logro de objetivos comunes en el sector turismo.
- Incrementar el conocimiento de las personas que dirigen establecimientos turísticos dentro del municipio, mejorando la eficiencia de los mismos, al contar con una base a seguir, con la cual se pueda brindar asesoría a la población, sobre cómo establecer micro empresas para atender a las necesidades latentes de los futuros turistas y solicitar apoyo a organismos internacionales, para que el municipio logre el desarrollo planteado.



- Dado que el turismo atrae beneficios y problemas, es necesario planear la manera en que éste debe ser dirigido para evitar los impactos negativos. Si el turismo está bien planeado, desarrollado y gestionado, éste genera y ofrece oportunidades a los empresarios locales para crear negocios, los ingresos pueden ser utilizados para generar obras sociales y equipar a la municipalidad con instrumentos que mejoren su calidad de vida, a la vez que estimula la expansión de otras actividades económicas locales como la agricultura y la artesanía. Sin embargo, si el turismo no está bien planeado, desarrollado y gestionado, puede ser causa de contaminación y otros problemas ambientales.
- Se debe tomar ventaja de la política del gobierno municipal de San Miguel Tepezontes, en el apoyo a la seguridad, el ordenamiento al transporte, el apoyo a la niñez y a la juventud, el deporte, el mantenimiento de la red vial, el impulso al turismo, a la educación y a la cultura.
- Emplear un plan de capacitaciones dentro de la municipalidad, para impartir capacitaciones y talleres a los futuros guías turísticos del municipio, con la finalidad de que el municipio cuente con personal capacitado para poder brindar servicios turísticos de calidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ Metodología de la Investigación. Dr. Roberto Hernández Sampieri, Dr. Carlos Fernández Collado, Dra. María del Pilar Baptista Lucio. Mc Graw – Hill, Quinta edición. México, 2010.
- ✓ Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes Diagnóstico estratégico del Municipio. Noviembre 2008. Dirección General de Estadística y Censos; VI Censo de Población y V de Vivienda 2007.
- ✓ Secretaría del municipio de San Miguel Tepezontes, La Paz.
- ✓ [https://es.wikipedia.org/wiki/San\\_Miguel\\_Tepezontes](https://es.wikipedia.org/wiki/San_Miguel_Tepezontes).
- ✓ Planificación Integral del Turismo: un enfoque para Latinoamérica. Sergio Molina E. Editorial Trillas. México; Año 1991.
- ✓ Introducción al Turismo. Amparo Sancho. OMT Organización Mundial del Turismo.
- ✓ Proyectos Turísticos, Localización e Inversión. Fabio Cárdenas Tabares. Editorial Trillas. Segunda Edición. México, Año 2006.
- ✓ Glosario de términos técnicos relacionados con la actividad turística. Gobierno de Chile. Departamento de Planificación. Chile, Año 2008.
- ✓ Universidad Carlos III Madrid, Diagnóstico para la identificación y formulación del programa Turismo Rural Sostenible en Centroamérica. Año 2009.
- ✓ Plan de desarrollo turístico rural comunitario en el Municipio de San Luis del Carmen, Chalatenango, El Salvador, Universidad de El Salvador. Año 2014.
- ✓ Circuitos turísticos, Programación y Cotización. Nérida Chan. Ediciones Turísticas, Tercera Edición. Argentina. Año 2005.
- ✓ [https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Tipos\\_de\\_turismo](https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Tipos_de_turismo)
- ✓ Total de Hogares Urbanos de El Salvador. Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples. Dirección General de Estadística y Censos. El Salvador. Año 2014.
- ✓ Planificación del Espacio Turístico. Roberto C. Boullón. Editorial Trillas, Cuarta Edición. México. Año 2006.
- ✓ Panorama del Turismo Internacional. Organización Mundial del Turismo. Edición 2016.
- ✓ Informe Estadístico Año 2016. Ministerio de Turismo. Corporación Salvadoreña de Turismo CORSATUR. Unidad de Inteligencia de Mercado. El Salvador.
- ✓ Almanaque 262. Estado del Desarrollo Humano en los Municipios de El Salvador. FUNDA UNGO, MINED, PNUD. Año 2009.

## GLOSARIO

- ✓ **Atractivo Turístico.** Lugar de interés que los turistas visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente.
- ✓ **Artesanía.** Se refiere tanto al trabajo del artesano, como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás.
- ✓ **Circuitos Turísticos.** El reconocimiento y certificación de los circuitos turísticos son estrategias adoptadas para la promoción del turismo en un determinado espacio geográfico y socio – cultural.
- ✓ **Consultoría.** Servicio de asesoramiento contratado por y proporcionado a organizaciones por personas especialmente capacitadas y calificadas que prestan asistencia, de manera objetiva e independiente a la organización cliente para poner al descubierto los problemas de gestión, analizarlos, recomendar soluciones a esos problemas y coadyuvar, si se les solicita, en la aplicación de soluciones.
- ✓ **Crecimiento Económico Local.** Proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o región.
- ✓ **Demanda Turística.** Cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes.
- ✓ **Estudio de Factibilidad.** Instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto.
- ✓ **Factores de Mercado.** Combinación de factores que condicionan el éxito de un buen mercado, de acuerdo a la preferencia de la población demandante.
- ✓ **Legado Ancestral.** Cosa espiritual o material, especialmente cultura, ideas o tradiciones, que se transmite a alguien.

- ✓ **Oferta Turística.** Conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio – cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico, que es puesto a disposición del público en un mercado.
- ✓ **Patrimonio Cultural.** Es la herencia cultural propia del pasado de una comunidad, con la que esta vive en la actualidad y que transmite a las generaciones presentes y futuras.
- ✓ **Recursos Naturales.** Bien o servicio proporcionado por la naturaleza sin alteraciones por parte del ser humano. Desde el punto de vista económico, los recursos naturales son valiosos para las sociedades humanas por contribuir a su bienestar y a su desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, alimentos) o indirecta (servicios).
- ✓ **Recursos Turísticos.** Cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual.
- ✓ **Turismo.** Según la Organización Mundial del Turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (una noche de estadía como unidad y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos).
- ✓ **Turismo Rural Comunitario.** Surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afrodescendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.
- ✓ **Ubicación Geográfica.** Es determinar coordenadas y en qué zona se ubica determinado punto geográfico, ubicarlo en el mapa o simplemente a través de los kilómetros y espacio donde está ubicado, son las referencias que se necesitan para hallar un lugar.



# ANEXOS



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE ECONOMÍA  
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL  
ENCUESTA DE TURISMO INTERNO EN EL SALVADOR



## ANEXO 1. ENCUESTA

GÉNERO	EDAD	ESTADO CIVIL	EDUCACIÓN	OCUPACIÓN	NIVEL DE INGRESO (EEUU \$)
<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> 18 a 30 años	<input type="checkbox"/> Soltero(a)	<input type="checkbox"/> Educación Básica	<input type="checkbox"/> Estudiante	<input type="checkbox"/> De \$300 a \$800
<input type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> 30 a 40 años	<input type="checkbox"/> Casado(a)	<input type="checkbox"/> Bachillerato	<input type="checkbox"/> Negocio Propio	<input type="checkbox"/> De \$800 a \$1500
	<input type="checkbox"/> 40 a 50 años	<input type="checkbox"/> Divorciado(a)	<input type="checkbox"/> Técnico	<input type="checkbox"/> Empleado(a)	<input type="checkbox"/> De \$1500 a \$2000
	<input type="checkbox"/> 50 a 60 años	<input type="checkbox"/> Viudo(a)	<input type="checkbox"/> Universitario	<input type="checkbox"/> Desempleado(a)	<input type="checkbox"/> De \$2000 a \$3000
	<input type="checkbox"/> 60 o más años	<input type="checkbox"/> Unión Libre	<input type="checkbox"/> Otro	<input type="checkbox"/> Jubilado(a)	<input type="checkbox"/> De \$2000 a \$3000
				<input type="checkbox"/> Otro	

**OBJETIVO.** Recopilar información que contribuya a identificar a los turistas potenciales para realizar cualquiera de las modalidades de turismo que ofrece el municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz.

**INDICACIONES.** Por favor seleccione la opción de acuerdo a su percepción, se le recomienda que sea lo más imparcial posible.

### MUNICIPIO DE RESIDENCIA

 \_\_\_\_\_

#### 1. ¿Qué conceptos relaciona con Turismo?

(Puede seleccionar todas las casillas que considere necesarias).

- Naturaleza, enclaves y paisajes naturales
- Cultura y tradiciones populares
- Gastronomía local
- Alojamiento rural
- Tranquilidad y relajamiento
- Enclaves en pueblos tradicionales
- Senderismo y actividades en la naturaleza
- Turismo de aventura
- Agroturismo (Actividades ganaderas y agrícolas)
- Otro \_\_\_\_\_

#### 2. ¿Qué aspecto considera determinante para decidir hacer o no turismo?

(Puede seleccionar todas las casillas que considere necesarias).

- Transporte
- Comida
- Precio
- Alojamiento

#### 3. ¿Qué actividades recreativas realiza con más frecuencia?

- Discotecas / Night Clubs / Bares
- Espectáculos artísticos / Deportivos
- Caminatas por parques o montañas
- Eventos folklóricos / culturales
- Visitas a lugares donde exhiban historia
- Visitas a playas y balnearios
- Ir de compras a centros comerciales

#### 4. ¿Con qué frecuencia realiza turismo dentro del país?

- Una vez al año
- Entre dos y cinco veces al año
- Más de cinco veces al año

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

- Vacaciones
- Visitas a familiares y amigos
- Negocios
- Salud
- Actividades religiosas
- Placer

#### 6. ¿Qué lugares prefiere visitar como destino turístico?

- Playas
- Ríos y Lagos
- Bosques
- Volcanes y Cerros
- Parques Nacionales
- Iglesias Coloniales
- Teatros
- Balnearios
- Museos
- Casas de Cultura
- Otro \_\_\_\_\_

#### 7. Durante el año, ¿Cuáles son los días elegidos por usted para salir de paseo?

- Sábado
- Domingo
- Fin de semana completo
- De lunes a viernes
- Días Festivos
- Semana Santa
- Fiestas Agustinas
- Navidad y Año Nuevo

#### 8. Aproximadamente, ¿Cuánto es su desembolso durante una visita a cualquier centro turístico en El Salvador (EEUU \$)?

- De \$0 a \$25
- De \$25 a \$50
- De \$50 a \$75
- De \$75 a \$100
- De \$100 a Más

#### 9. ¿Cuáles de las siguientes características le atraen de una ruta turística?

- Cafetales
- Artesanías
- Paisajes
- Senderos Históricos
- Caminatas
- Gastronomía Típica

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

Si su respuesta es la opción "Se queda a dormir en el lugar", pase a la siguiente pregunta, si no lo es, pase a la pregunta número 13.

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

#### 11. ¿Cuántas noches permanece en ellos?

- Una Noche
- Dos Noches
- Tres Noches
- Más de Tres Noches

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

- Hotel
- Hostal
- Casa de Campo
- Otro \_\_\_\_\_

**13. ¿Viaja solo(a) o acompañado(a)?**

Si su respuesta es el literal "Acompañado(a)", por favor pase a la siguiente pregunta, si no lo es, pasar a la pregunta número 16.

- Solo(a)
- Acompañado(a)

**14. ¿Cuántas personas lo acompañan en su viaje?**

- De una (1) a dos (2) personas
- De tres (3) a cuatro (4) personas
- De cinco (5) a seis (6) personas
- Más de seis (6) personas

**15. ¿Con qué tipo de personas visita los diferentes atractivos turísticos?**

- Familia
- Pareja
- Amigos(as)
- Compañeros(as) de trabajo / Colegio / Universidad
- Miembros de una Delegación Institucional
- Otro \_\_\_\_\_

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

- Buses Urbanos
- Bus de Turista
- Vehículo propio
- Otro \_\_\_\_\_

**17. ¿Qué actividades le gusta realizar durante su estancia?**

Puede seleccionar todas las casillas que considere necesarias.

- Acampar
- Caminatas
- Cabalgatas
- Practicar deportes
- Gastronomía
- Visitas a Sitios Culturales
- Vida Nocturna
- Asistencia a espectáculos culturales o religiosos
- Compra de artesanías y souvenirs
- Otro \_\_\_\_\_

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

**18. Califique por orden de importancia los factores que usted toma en cuenta para visitar un destino turístico.**

Las calificaciones a asignar van del 1 al 10, asignándole el número 1 al factor más importante que usted toma en cuenta.

- Clima
- Variedad Gastronómica
- Ubicación y Acceso al lugar
- Precios accesibles
- Atractivos Culturales
- Seguridad en la zona
- Diversidad de Recursos Naturales
- Alojamiento
- Restaurantes
- Información sobre el lugar

**19. ¿Sabe dónde está ubicado el Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz?**

Si su respuesta es el literal "NO", pasar a la pregunta número 23.

- Si
- No

**20. ¿Sabe cuánto tiempo es de recorrido desde la ciudad de San Salvador al Municipio de San Miguel**

- Si
- No

**21. Mencione las cosas que más le gustaron del Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz.**

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**22. ¿Qué lugares turísticos conoce del Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz?**

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**23. ¿Ha visto usted alguna campaña publicitaria invitando a conocer el Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz?**

Si su respuesta es el literal "SI" pasar a la siguiente pregunta. Si su respuesta es el literal "NO" pasar a la pregunta número 25.

- Si
- No

**24. ¿En qué tipo de medio publicitario?**

Puede seleccionar todas las casillas que considere necesarias.

- Radial
- Periódico
- Revistas
- Página Web
- Aeropuertos
- Televisión
- Vallas Publicitarias
- Afiches en Agencias de Viajes
- Otro \_\_\_\_\_

**25. ¿Qué percepción tiene usted del Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz?**

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**26. ¿Qué tan interesado estaría en hacer turismo en el Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz?**

- Muy interesado
- Interesado
- Más o menos interesado
- Poco interesado
- No me interesa

**27. ¿En qué municipio de El Salvador hace turismo con más frecuencia? y ¿Qué es lo que le atrae de ese municipio?**

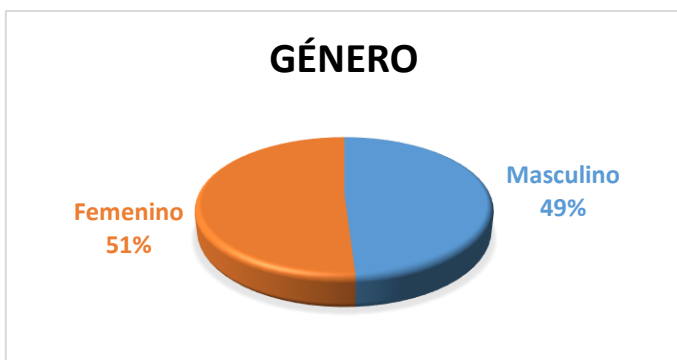
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## ANEXO 2. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

### a) GÉNERO

GÉNERO	TOTAL	PORCENTAJE
Masculino	58	49 %
Femenino	61	51 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

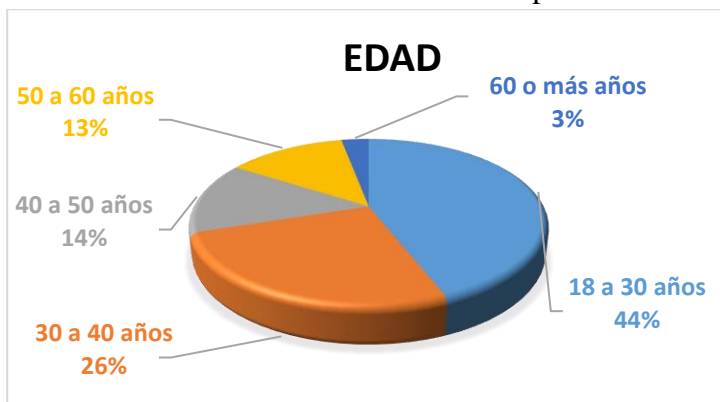
De acuerdo a los resultados generados por la encuesta, un 51% de la población son del género femenino mientras que el 49% restante son del género masculino, por lo tanto, las estrategias de publicidad irán enfocadas en ambos sectores de la población de manera equitativa.



### b) EDAD

EDAD	TOTAL	PORCENTAJE
18 a 30 años	52	44 %
30 a 40 años	31	26 %
40 a 50 años	17	14 %
50 a 60 años	15	13 %
60 o más años	4	3 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

En los resultados de la encuesta realizada se observa que la mayoría de las personas encuestadas oscila en su mayoría en un rango de edad de los 18 a los 40 años, por lo tanto, se considera que la mayoría de los servicios turísticos deben de ir enfocados a personas de esta edad, tomando en cuenta sus gustos y preferencias. Se deberán buscar los medios de comunicación más adecuados para este sector.

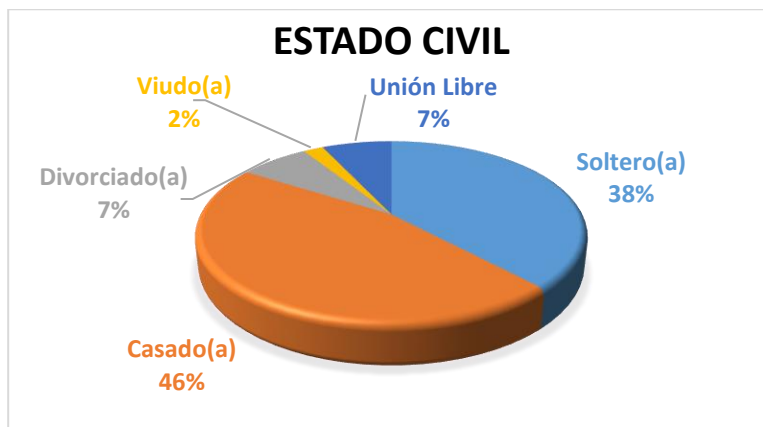




### c) ESTADO CIVIL

ESTADO CIVIL	TOTAL	PORCENTAJE
Casado(a)	55	46 %
Soltero(a)	46	38 %
Unión Libre	8	7 %
Divorciado(a)	8	7 %
Viudo(a)	2	2 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

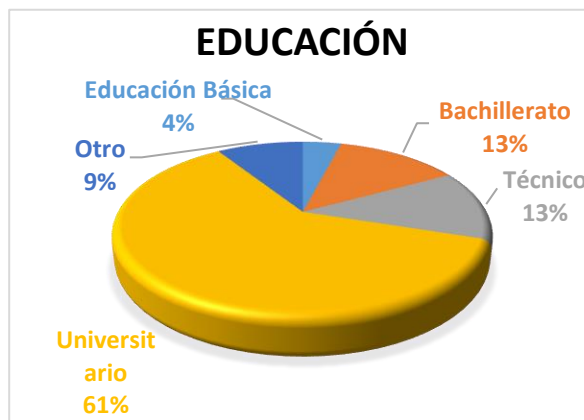
Los resultados demuestran que el estado civil del 38% de la población encuestada es soltero(a), mientras que el 46% es casado(a). Los servicios turísticos deberán ir enfocados tanto a actividades de grupos juveniles como a actividades de grupos familiares.



### d) EDUCACIÓN

EDUCACIÓN	TOTAL	PORCENTAJE
Universitario	73	61 %
Bachillerato	15	13 %
Técnico	15	13 %
Otro	11	9 %
Educación Básica	5	4 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

Los resultados arrojan que el 61% de la población encuestada tiene un nivel de educación universitaria, mientras que el resto es técnico y bachiller. Las estrategias de mercadeo irán enfocadas a este sector.



### e) OCUPACIÓN

OCUPACIÓN	TOTAL	PORCENTAJE
Empleado(a)	78	66 %
Negocio Propio	27	23 %
Estudiante	5	4 %
Otro	4	3 %
Desempleado(a)	3	2 %
Jubilado(a)	2	2 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

La mayor parte de la población encuestada cuenta con un empleo fijo, representada en un 66%, las cuales cuentan con 15 días de vacaciones por ley cada año, sin tomar en cuenta los fines de semana que para el sector público son días de no laborar, mientras que el sector privado también cuenta con un día libre a la semana. Seguido de la población

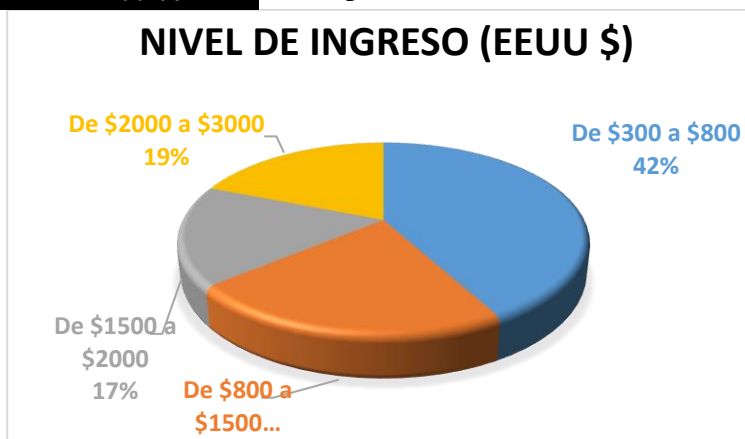
que posee empleo fijo, está la población que posee un negocio propio, representado en un 23%, este sector es de mucha importancia, dado que tienen un mayor nivel adquisitivo para poder tomar vacaciones en diferentes fechas del año con una mayor libertad que las personas que poseen un empleo fijo.



### f) NIVEL DE INGRESO (EEUU \$)

NIVEL DE INGRESO (EEUU \$)	TOTAL	PORCENTAJE
De \$300 a \$800	50	42 %
De \$800 a \$1500	27	22 %
De \$1500 a \$2000	20	17 %
De \$2000 a \$3000	22	19 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

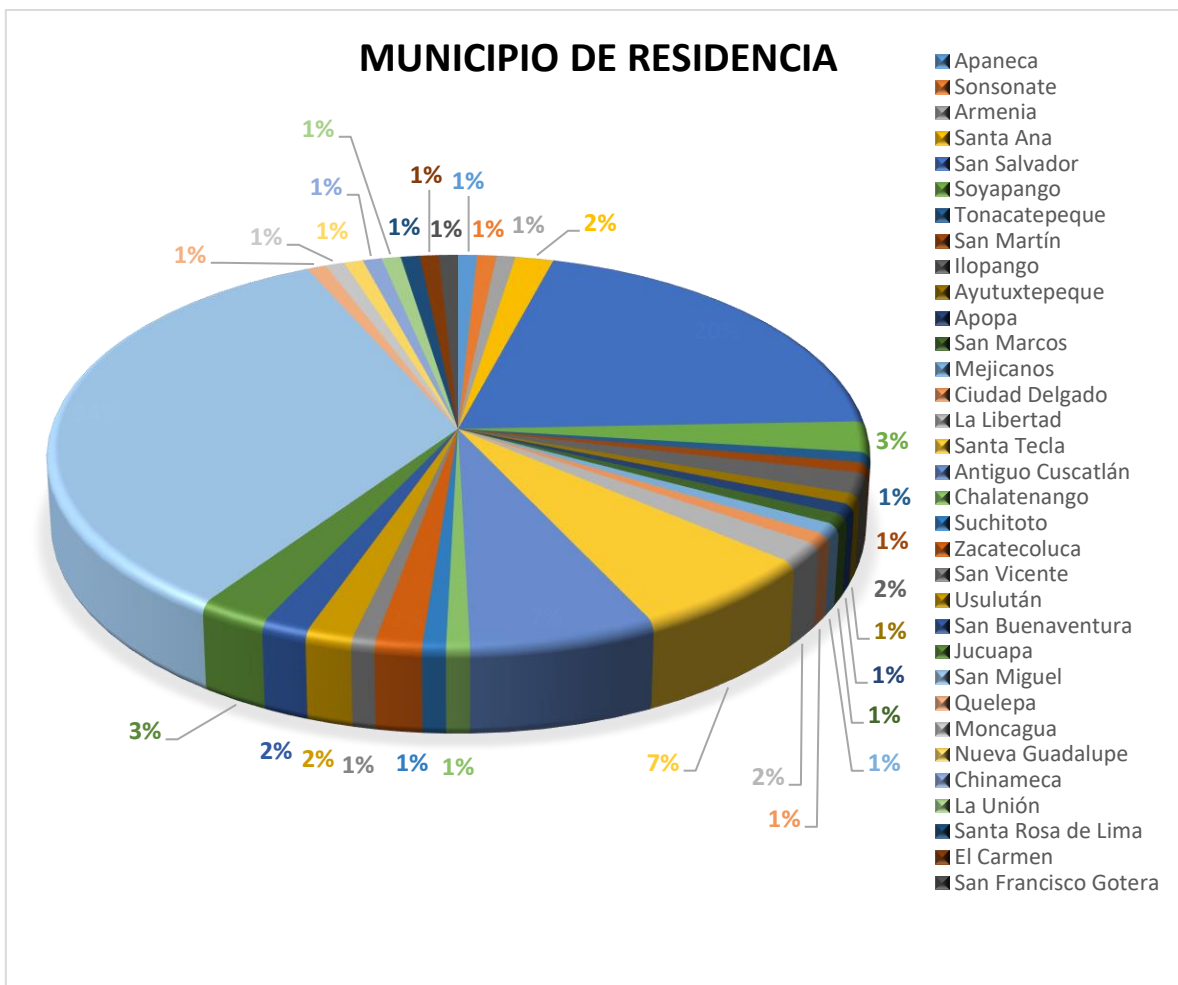
El nivel de ingreso de la mayoría de la población encuestada oscila alrededor de \$301 a \$1500. Los servicios turísticos y las estrategias de marketing irán enfocados a este sector de la población.



g) **MUNICIPIO DE RESIDENCIA**

<b>MUNICIPIO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
San Miguel	40	33.61344538 %
San Salvador	24	20.16806723 %
Nueva San Salvador (Santa Tecla)	8	6.722689076 %
Antiguo Cuscatlán	8	6.722689076 %
Soyapango	3	2.521008403 %
Jucuapa	3	2.521008403 %
Santa Ana	2	1.680672269 %
Ilopango	2	1.680672269 %
La Libertad	2	1.680672269 %
Zacatecoluca	2	1.680672269 %
Usulután	2	1.680672269 %
San Buenaventura	2	1.680672269 %
Apaneca	1	0.840336134 %
Sonsonate	1	0.840336134 %
Armenia	1	0.840336134 %
Tonacatepeque	1	0.840336134 %
San Martín	1	0.840336134 %
Ayutuxtepeque	1	0.840336134 %
Apopa	1	0.840336134 %
San Marcos	1	0.840336134 %
Mejicanos	1	0.840336134 %
Ciudad Delgado	1	0.840336134 %
Chalatenango	1	0.840336134 %
Suchitoto	1	0.840336134 %
San Vicente	1	0.840336134 %
Quelepa	1	0.840336134 %
Moncagua	1	0.840336134 %
Nueva Guadalupe	1	0.840336134 %
Chinameca	1	0.840336134 %
La Unión	1	0.840336134 %
Santa Rosa de Lima	1	0.840336134 %
El Carmen	1	0.840336134 %
San Francisco Gotera	1	0.840336134 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

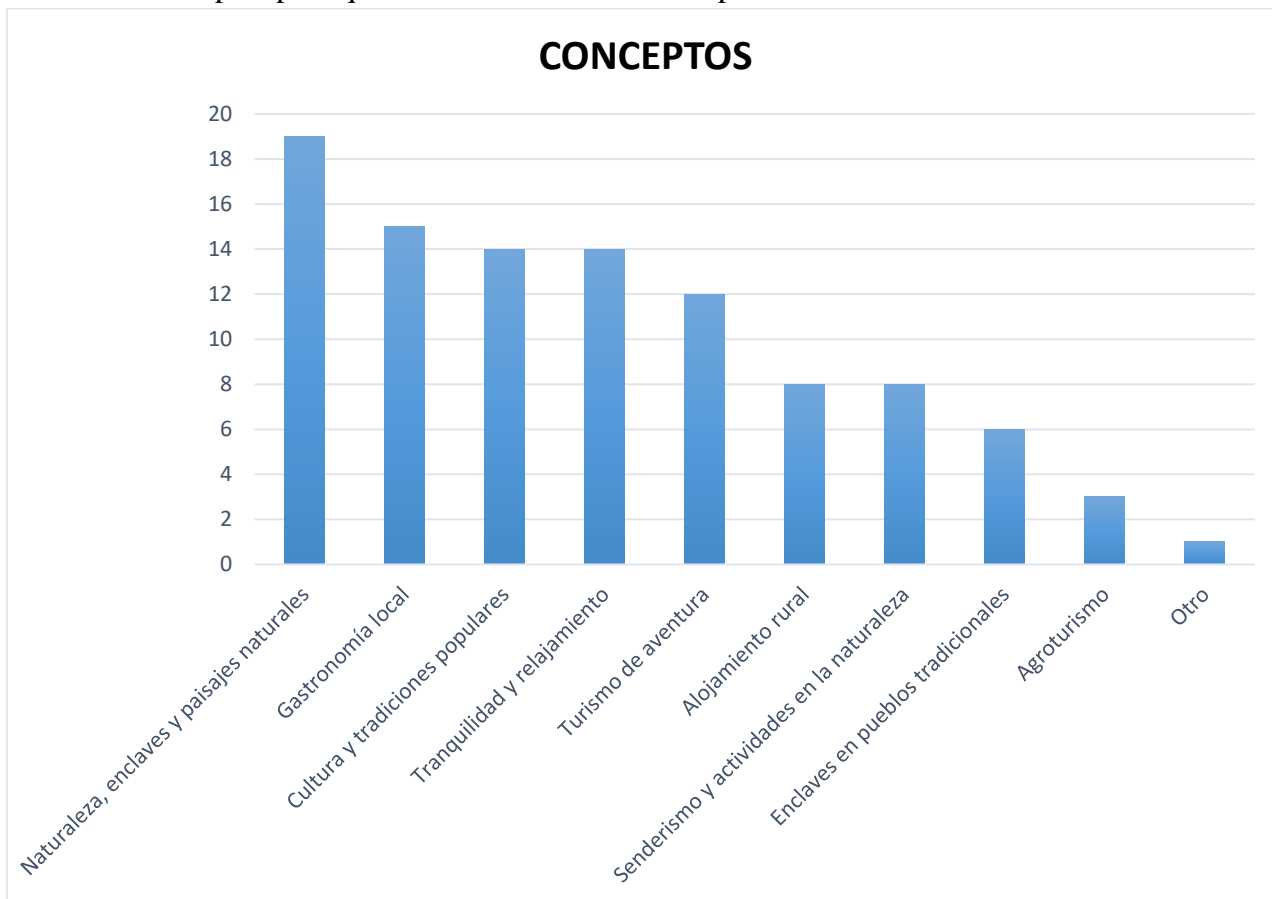
Al analizar los resultados se observa que la mayoría de las personas a las que se realizó la encuesta son municipios de zona urbana, dado que la consultoría se llevó a cabo para beneficiar un municipio de la zona rural. A nivel nacional, el mayor porcentaje de la población corresponde a los departamentos de San San Miguel y Salvador, esto se debe a que estos departamentos comprenden a dos de las tres principales cabeceras departamentales del país; por lo tanto, la mayoría de estrategias de marketing irán enfocadas a estos dos sectores de mercado.



1. ¿Qué conceptos relaciona con turismo? (Puede considerar todas las casillas que considere necesarias).

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Naturaleza, enclaves y paisajes naturales	90 de 119	19 %
Gastronomía local	68 de 119	15 %
Cultura y tradiciones populares	66 de 119	14 %
Tranquilidad y relajamiento	67 de 119	14 %
Turismo de aventura	56 de 119	12 %
Alojamiento rural	36 de 119	8 %
Senderismo y actividades en la naturaleza	36 de 119	8 %
Enclaves en pueblos tradicionales	29 de 119	6 %
Agroturismo (Actividades ganaderas y agrícolas)	16 de 119	3 %
Otro	3 de 119	1 %
<b>TOTAL</b>		<b>100 %</b>

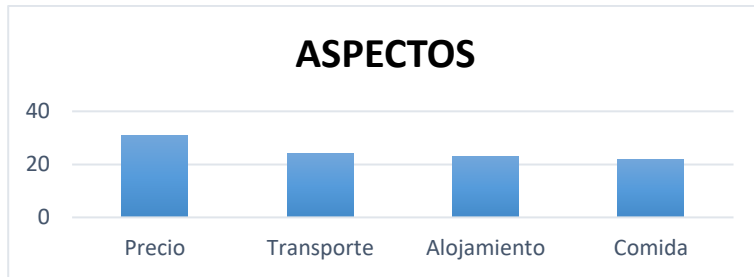
Las alternativas que la población encuestada relaciona más con turismo son la naturaleza, enclaves y paisajes naturales, la gastronomía local, seguido de la cultura y tradiciones populares, la tranquilidad, el relajamiento y el turismo de aventura. Debido a lo anterior, se considera que los paquetes turísticos a ofertar dentro del municipio, deben ir enfocados a los anteriores conceptos para que brinden la rentabilidad esperada.



2. ¿Qué aspecto considera determinante para decidir hacer o no turismo? (Puede seleccionar todas las casillas que considere necesarias).

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Precio	79 de 119	31 %
Transporte	62 de 119	24 %
Alojamiento	60 de 119	23 %
Comida	58 de 119	22 %
<b>TOTAL</b>		<b>100 %</b>

La población encuestada considera que el aspecto más determinante para considerar hacer turismo es el precio, seguido del transporte, el alojamiento y la comida. Se tomó en cuenta todos los aspectos antes de estipular los servicios turísticos a ofertar.



3. ¿Qué actividades recreativas realiza con más frecuencia?

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Visitas a playas y balnearios	42	36 %
Caminatas por parques o montañas	24	20 %
Visitas a lugares donde exhiban historia	23	19 %
Eventos folklóricos / culturales	10	8 %
Espectáculos artísticos / Deportivos	8	7 %
Ir de compras a centros comerciales	7	6 %
Discotecas / Night Clubs / Bares	5	4 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

Al observar el gráfico, se observa que las actividades que la mayoría de la población encuestada realiza son las visitas a playas y balnearios, representado en un 36% de los

encuestados, seguido de las caminatas por parques o montañas y visitas a lugares donde exhiban historia. Al momento de estipular los servicios turísticos que deberá ofertar el municipio se tomaron en cuenta las alternativas anteriores.



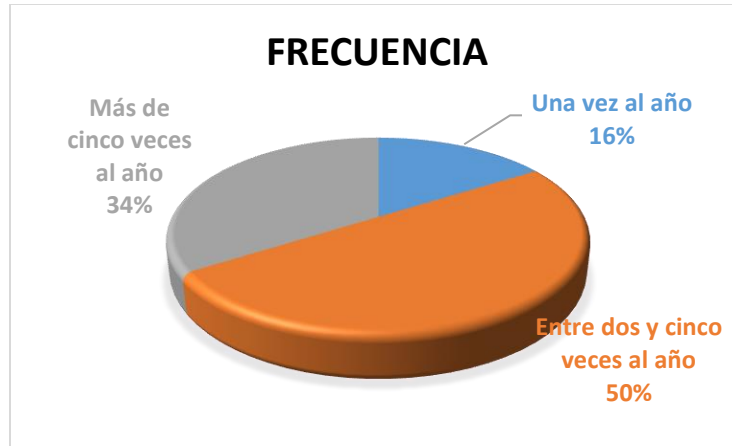
4. ¿Con qué frecuencia realiza turismo dentro del país?

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Entre dos y cinco veces al año	60	50 %
Más de cinco veces al año	40	34 %
Una vez al año	19	16 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

La mitad de la población encuestada realiza turismo con una frecuencia de entre dos y cinco veces al año, seguido por un tercio de la población que

realiza turismo más de cinco veces al año. Los resultados anteriores fueron determinantes al

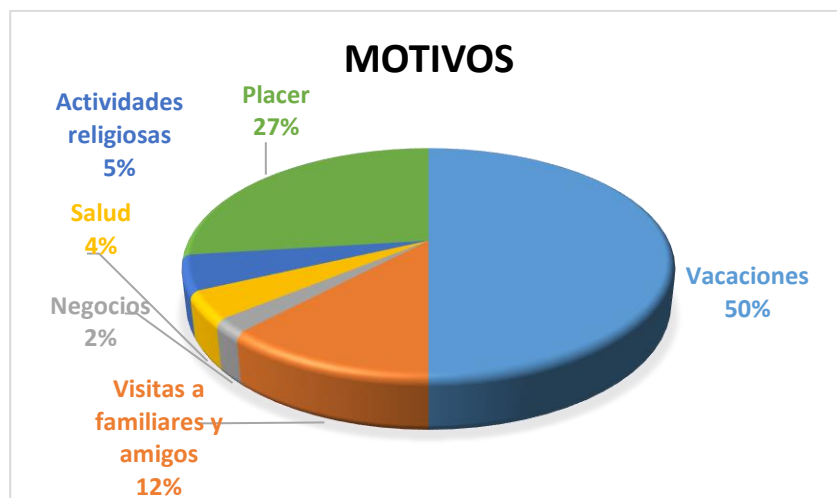
momento de establecer la disponibilidad de los servicios turísticos del municipio durante el año.



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

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Vacaciones	60	50 %
Placer	32	27 %
Visitas a familiares y amigos	14	12 %
Actividades religiosas	6	5 %
Salud	5	4 %
Negocios	2	2 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

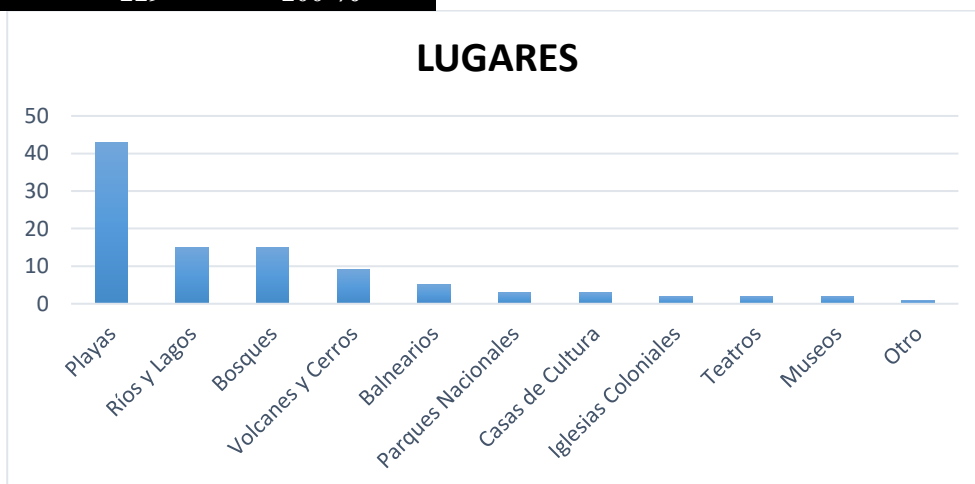
El 50% de la población encuestada tiene a las vacaciones como el principal motivo para viajar y hacer turismo dentro del país, mientras que el 27% reflejó que su principal motivo para hacer turismo es por placer y el 12% por visitas a familiares y amigos.



6. ¿Qué lugares prefiere visitar como destino turístico?

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Playas	51	43 %
Ríos y Lagos	18	15 %
Bosques	19	15 %
Volcanes y Cerros	11	9 %
Balnearios	6	5 %
Parques Nacionales	4	3 %
Casas de Cultura	3	3 %
Iglesias Coloniales	2	2 %
Teatros	2	2 %
Museos	2	2 %
Otro	1	1 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

Las playas son el destino turístico que prefiere visitar la mayoría de la población encuestada, seguido de los ríos, lagos y bosques. Es de suma importancia dado que el municipio cuenta con los anteriores atractivos turísticos, lo que será de mucho beneficio para atraer el turismo.



7. Durante el año, ¿Cuáles son los días elegidos por usted para salir de paseo?

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Sábado	52	44 %
Domingo	23	19 %
Fin de semana completo	19	16 %
De lunes a viernes	11	9 %
Navidad y Año Nuevo	6	5 %
Días Festivos	4	3 %
Semana Santa	2	2 %
Fiestas Agustinas	2	2 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

Al analizar el gráfico se observa que los días elegidos por la población encuestada para salir de paseo son el día sábado y el día domingo. Esto fue de crucial importancia para establecer los días en los que se ofertarán los paquetes turísticos dentro del municipio.

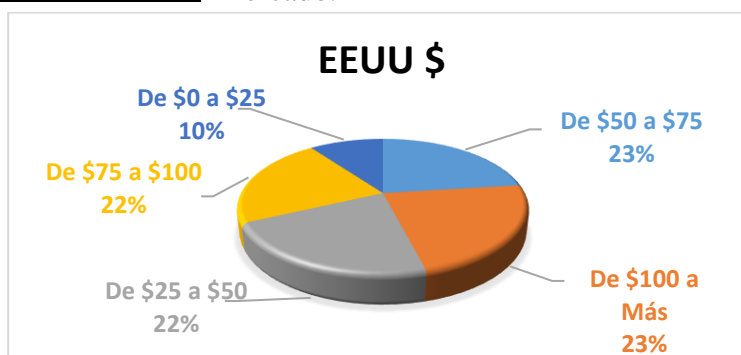




8. Aproximadamente, ¿Cuánto es su desembolso durante una visita a cualquier centro turístico en El Salvador (EEUU \$)?

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
De \$50 a \$75	28	23 %
De \$100 a Más	27	23 %
De \$25 a \$50	26	22 %
De \$75 a \$100	26	22 %
De \$0 a \$25	12	10 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

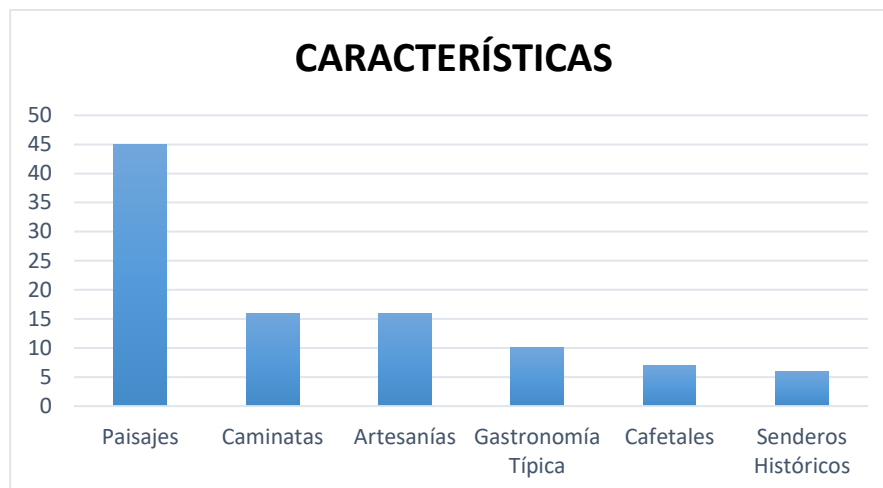
El desembolso de la población encuestada, durante una visita a cualquier centro turístico del país oscila entre los \$26 hasta más de los \$101 dólares americanos. Por lo tanto, los servicios turísticos irán destinados a este sector de mercado.



9. ¿Cuáles de las siguientes características le atraen de una ruta turística?

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Paisajes	54	45 %
Caminatas	19	16 %
Artesanías	19	16 %
Gastronomía Típica	12	10 %
Cafetales	8	7 %
Senderos Históricos	7	6 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

Los paisajes son la principal característica para atraer al turismo. Al analizar el gráfico se observa que el 45% de la población encuestada seleccionó la opción “paisajes”, seguido de las artesanías y caminatas. Las tres anteriores características se tomarán en cuenta al elaborar las estrategias de marketing más adecuadas.



10. Cuando visita lugares turísticos al interior del país, su visita es: (Si su respuesta es la opción “Se queda a dormir en el lugar”, pase a la siguiente pregunta, si no lo es, pase a la pregunta número 13).

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Viaje de día (No se queda a dormir en el lugar)	60	50 %
Se queda a dormir en el lugar	59	50 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

Al analizar los resultados, se observa que el 50% de la población hace visitas de viaje de un día, mientras que, el otro 50% de la población

encuestada realizan sus visitas por varios días consecutivos pasando la noche en los lugares turísticos.



11. ¿Cuántas noches permanece en ellos?

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Una Noche	40	68 %
Dos Noches	17	30 %
Tres Noches	1	1 %
Más de Tres Noches	1	1 %
<b>TOTAL</b>	<b>59</b>	<b>100 %</b>

Al analizar el gráfico, se observa que el 68% de la población que seleccionó la opción de “quedarse a dormir en el lugar” permanece una noche en alojamientos para turistas y un tercio de la población seleccionó que se hospeda dos noches.



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

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Hotel	31	53 %
Casa de Campo	18	30 %
Hostal	10	17 %
Otro	0	0 %
<b>TOTAL</b>	<b>59</b>	<b>100 %</b>

El 53% de la población encuestada respondió el hotel como la mejor opción de alojamiento, mientras que el 30% seleccionó las casas de campo y el 17% restante optó por los hostales.



13. ¿Viaja solo(a) o acompañado(a)? (Si su respuesta es el literal “Acompañado(a)”, por favor pase a la siguiente pregunta, si no lo es, pasar a la pregunta número 16).

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Acompañado(a)	119	100 %
Solo(a)	0	0 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

La mayor parte de la población encuestada respondió que viaja acompañado, lo cual beneficiará grandemente al municipio generándole más ingresos por cada

residente del país que esté dispuesto a viajar hacia San Miguel Tepezontes.



14. ¿Cuántas personas lo acompañan en su viaje?

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
De tres (3) a cuatro (4) personas	65	55 %
De una (1) a dos (2) personas	33	28 %
De cinco (5) a seis (6) personas	16	13 %
Más de seis (6) personas	5	4 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

Los resultados indican que la mitad de la población encuestada es acompañada de tres a cuatro personas en sus viajes de turismo dentro del país. Las estrategias de

publicidad deben de ir enfocadas a este tipo de segmentos de mercado.



15. ¿Con qué tipo de personas visita los diferentes atractivos turísticos?

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Familia	69	58 %
Amigos(as)	25	21 %
Pareja	19	16 %
Compañeros(as) de trabajo / Colegio / Universidad	5	4 %
Miembros de una Delegación Institucional	1	1 %
Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

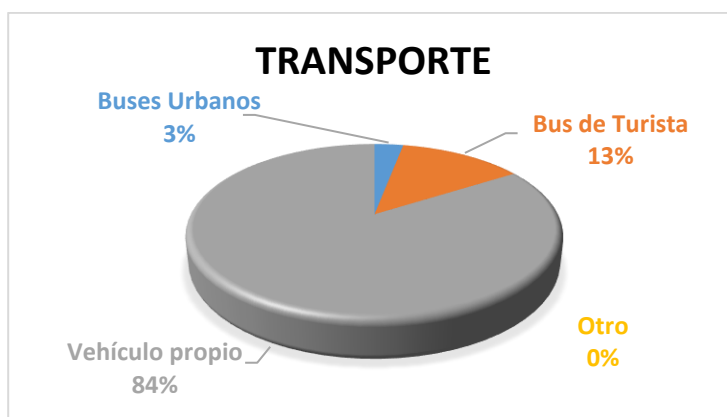
Los resultados de la encuesta indican que más de la mitad de la población visita los atractivos turísticos con su familia, mientras que el siguiente porcentaje representativo lo hace con sus amigos. Los servicios turísticos deberán ir enfocados tanto en actividades en familia como en turismo de aventura, enfocado a los grupos de amigos.



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

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Vehículo propio	100	84 %
Bus de Turista	15	13 %
Buses Urbanos	4	3 %
Otro	0	0 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

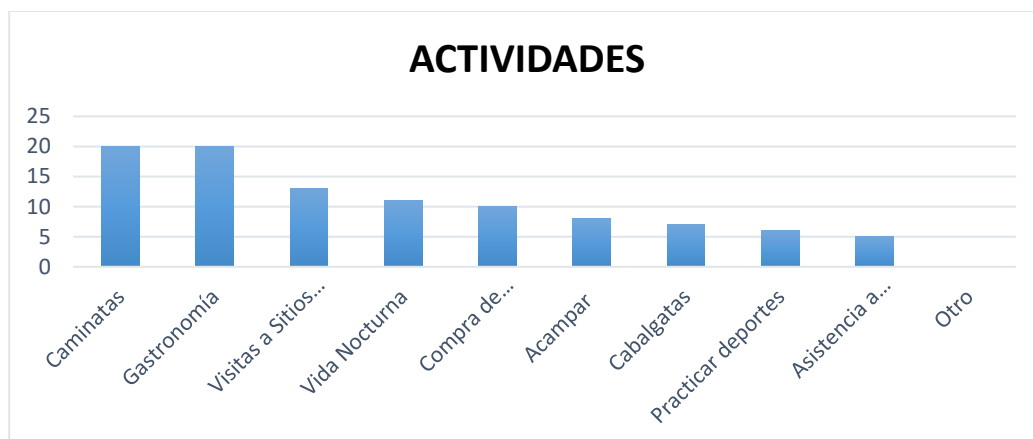
El mayor porcentaje de la población encuestada indica que utiliza vehículo propio como medio de transporte cuando visita un destino turístico.



17. ¿Qué actividades le gusta realizar durante su estancia? (Puede seleccionar todas las casillas que considere necesarias).

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Gastronomía	74 de 119	20 %
Caminatas	74 de 119	20 %
Visitas a Sitios Culturales	47 de 119	13 %
Vida Nocturna	38 de 119	11 %
Compra de artesanías y souvenirs	37 de 119	10 %
Acampar	28 de 119	8 %
Cabalgatas	24 de 119	7 %
Practicar deportes	22 de 119	6 %
Asistencia a espectáculos culturales o religiosos	20 de 119	5 %
Otro	0 de 119	0 %
<b>TOTAL</b>		<b>100 %</b>

Los resultados de la encuesta indican que las actividades que más realizan los turistas son las caminatas, la gastronomía, las visitas a sitios culturales, la vida nocturna y la compra de artesanías y souvenirs. Estas actividades fueron de vital importancia para el establecimiento de los servicios turísticos que podría ofrecer el municipio.



18. Califique por orden de importancia los factores que usted toma en cuenta para visitar un destino turístico. (Las calificaciones a asignar van del 1 al 10, asignándole el número 1 al factor más importante que usted toma en cuenta).

ALTERNATIVAS	SUMATORIA POR ORDEN DE IMPORTANCIA
Seguridad en la zona	316
Clima	521
Ubicación y Acceso al lugar	569
Precios accesibles	637
Variedad Gastronómica	713
Restaurantes	713

Alojamiento	723
Información sobre el lugar	751
Atractivos Culturales	804
Diversidad de Recursos Naturales	808
<b>TOTAL</b>	<b>6555</b>

El puntaje que más se acerca al número 1, se considera el factor más importante que los posibles turistas encuestados tomaron en cuenta. El orden de los factores

quedó de la siguiente manera por orden de importancia:

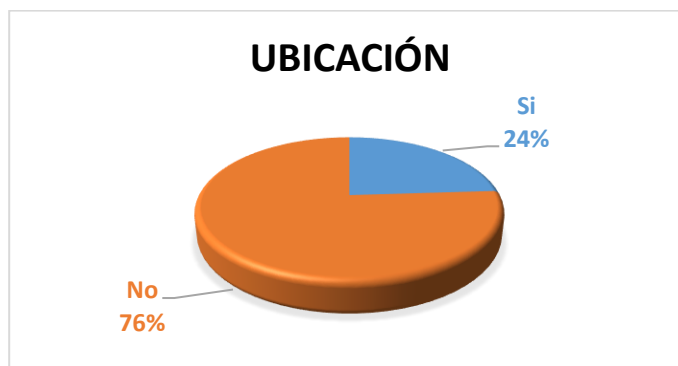
1. Seguridad en la zona.
2. Clima.
3. Ubicación y acceso al lugar.
4. Precios accesibles.
5. Variedad gastronómica.
6. Restaurantes.
7. Alojamiento.
8. Información sobre el lugar.
9. Atractivos culturales.
10. Diversidad de recursos naturales.

19. ¿Sabe dónde está ubicado el Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz? (Si su respuesta es el literal “NO”, pasar a la pregunta número 23).

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
No	90	76 %
Si	29	24 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

El 76% de la población encuestada indica que no sabe dónde está ubicado el municipio de San Miguel Tepezontes, mientras que el 24% restante si conoce el municipio. Esto fue determinante para

establecer las estrategias publicitarias al momento de desarrollar turísticamente el municipio.



20. ¿Sabe cuánto tiempo es de recorrido desde la ciudad de San Salvador al Municipio de San Miguel Tepezontes?

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Si	24	83 %
No	5	17 %
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

La mayor parte de la población que indicó que si conoce el municipio de San Miguel Tepezontes, sabe cuánto tiempo es de recorrido desde la ciudad de San Salvador

hacia el municipio.



21. Mencione las cosas que más le gustaron del Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz.

La población encuestada que si sabe dónde está ubicado San Miguel Tepezontes respondió que las características que más les gusta del municipio son: la gastronomía, los recursos naturales, la tranquilidad, el clima, los paisajes, el casco histórico, los miradores, la ubicación, el acceso hacia el lago de Ilopango, las artesanías, la cultura, el orden y aseo del municipio.

22. ¿Qué lugares turísticos conoce del Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz?

Los lugares turísticos del municipio de San Miguel Tepezontes que más conoce la población encuestada son el lago de Ilopango, el mirador Altos de Soledad, el casco urbano y la cooperativa de café Tepezunt.

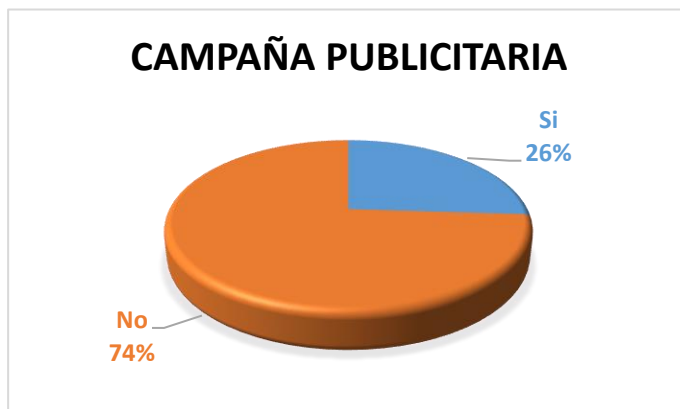
23. ¿Ha visto usted alguna campaña publicitaria invitando a conocer el Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz? (Si su respuesta es el literal “SÍ” pasar a la siguiente pregunta. Si su respuesta es el literal “NO” pasar a la pregunta número 25).

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
No	88	74 %
Si	31	26 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

Los resultados indican que el 74% de la población encuestada jamás ha visto alguna campaña publicitaria invitando a conocer el Municipio de San Miguel



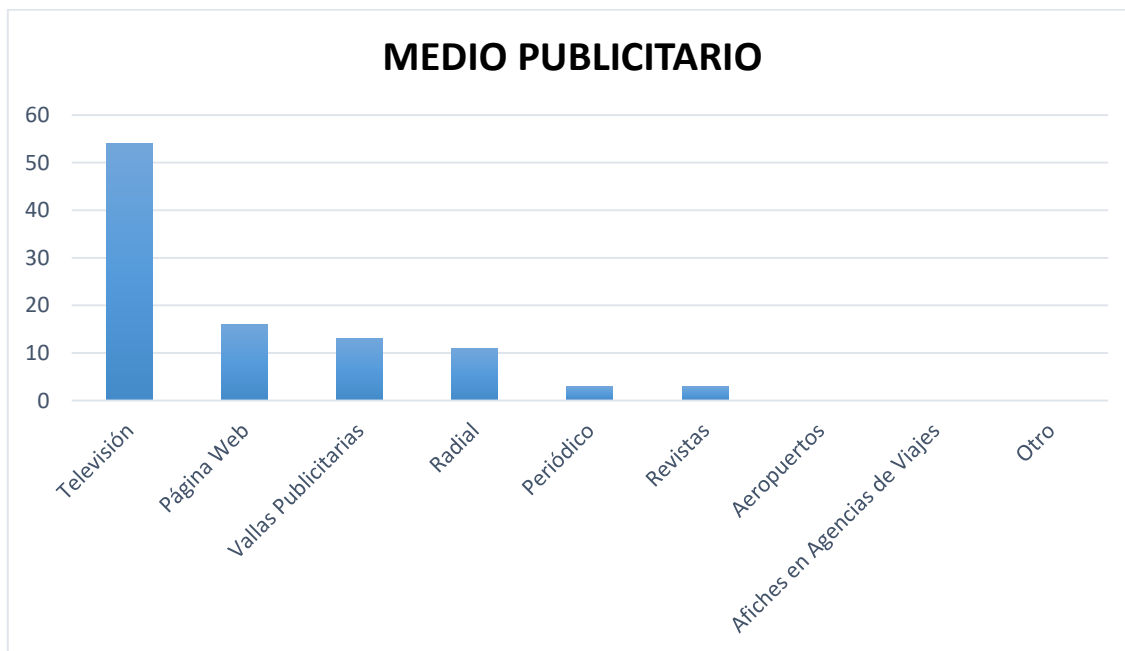
Tepezontes. Es de suma importancia establecer las estrategias de publicidad pertinentes para que el municipio prospere sosteniblemente.



24. ¿En qué tipo de medio publicitario? (Puede seleccionar todas las casillas que considere necesarias).

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Televisión	20 de 31	54 %
Página Web	6 de 31	16 %
Vallas Publicitarias	5 de 31	13 %
Radial	4 de 31	11 %
Periódico	1 de 31	3 %
Revistas	1 de 31	3 %
Aeropuertos	0 de 31	0 %
Afiches en Agencias de Viajes	0 de 31	0 %
Otro	0 de 31	0 %
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>100 %</b>

El medio publicitario en el cuál más de la mitad de la población ha visto alguna campaña turística del municipio de San Miguel Tepezontes es a través de la televisión. Lo anterior demuestra cuál es el medio publicitario más eficiente para atraer turismo al municipio.



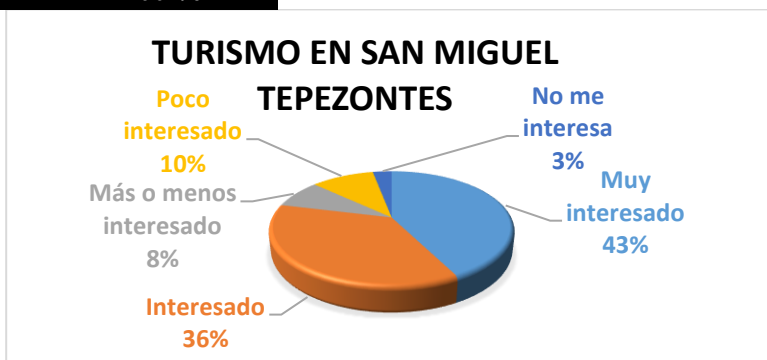
25. ¿Qué percepción tiene usted del Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz?

La población encuestada percibe el municipio de San Miguel Tepezontes como un lugar limpio y seguro para disfrutar en familia, lleno de cultura, con exquisita gastronomía, excelente clima y lindos paisajes.

26. ¿Qué tan interesado estaría en hacer turismo en el Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz?

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Muy interesado	50	42 %
Interesado	43	36 %
Poco interesado	12	10 %
Más o menos interesado	10	9 %
No me interesa	4	3 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

El 78% de la población encuestada respondió estar interesado en hacer turismo en el municipio de San Miguel Tepezontes.



27. ¿En qué municipio de El Salvador hace turismo con más frecuencia? Y ¿Qué es lo que le atrae de ese municipio?

Los municipios en los que la población encuestada hace turismo con más frecuencia son: San Salvador, La Libertad, Acajutla, Izalco, Santa Tecla, Ataco, Jayaque, Armenia, Ahuachapán, Antiguo Cuscatlán, Sonsonate, San Vicente, San Ignacio, Chalatenango, Colón, La Unión, Comalapa, Alegría, Usulután, Santa Ana, Comasagua, San Luis La Herradura, Panchimalco, San Fernando, Perquín, San Miguel, Juayúa, San Pedro Masahuat, Apaneca, Suchitoto, Lolotique, El Tamarindo, Coatepeque, Chapeltique, La Palma, Sociedad y Quezaltepeque. Lo que más le atrae a la población de los municipios anteriormente mencionados, son sus playas, artesanías, seguridad, clima, gastronomía, centros turísticos, balnearios, montañas, bares, cultura, viveros, restaurantes, hoteles, lagos, lagunas, centros comerciales, paisajes, naturaleza, bosques, modernidad y zonas rurales.

## ANEXO 3. REQUERIMIENTOS DE CADA INICIATIVA TURÍSTICA

**TABLA. REQUERIMIENTOS DEL CASCO HISTÓRICO DE SMT  
CASCO HISTÓRICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

<b>Requerimientos Técnicos</b>	<p>Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística.</p> <p>Capacitación para el sector turístico, ofrecer cursos especializados para promover lo relacionado al turismo, mejorando el desempeño de las MIPYMES y de sus empleados.</p> <p>Capacitación para el desarrollo de empresas turísticas.</p> <p>Capacitación para guías turísticos.</p> <p>Capacitación en manejo de alimentos y buenas prácticas de salubridad.</p>
<b>Requerimientos Físicos</b>	<p>Incrementar la oferta de aparcamiento gratuito y seguro.</p> <p>Mejorar la señalización dentro del casco histórico.</p> <p>Mejorar la limpieza de las calles y canaletas y aumentar el número de basureros públicos.</p> <p>Poner a disposición de los turistas servicios sanitarios de uso público.</p> <p>Dar mantenimiento a todas las zonas verdes del casco histórico.</p> <p>Acondicionar e instalar bancos y juegos para niños en áreas verdes.</p> <p>Construcción de un quiosco de información turística.</p> <p>Canopys, mesas y sillas.</p>
<b>Requerimientos de Marketing</b>	<p>Desarrollar alianzas estratégicas y patrocinios para eventos del municipio.</p> <p>Producir material impreso y audiovisual a partir de la identificación de la oferta de productos y servicios turísticos.</p> <p>Promocionar los circuitos turísticos a nivel nacional.</p>
<b>Requerimientos Organizativos</b>	<p>Promocionar, propiciar y estimular el comercio en todo el casco histórico.</p> <p>Incrementar el personal destinado a las labores de limpieza y mantenimiento de zonas verdes.</p> <p>Regular el manejo de las áreas edificadas y paisajísticas con características históricas culturales, mediante el rescate de usos, existentes y adecuados, para generar el desarrollo y preservación del casco histórico.</p> <p>Cumplir con los requisitos exigidos por las autoridades competentes.</p>
<b>Requerimientos de Gestión</b>	<p>Ayuda y fomento al pequeño comercio y hotelería turística del casco histórico.</p> <p>Mayor presencia de la POLITUR en las calles del municipio.</p> <p>Formar gestores y promotores culturales para el sano restablecimiento del tejido social.</p>
<b>Requerimientos de Oferta Turística</b>	<p>Proporcionar a los turistas información adecuada sobre las actividades del día, incluyendo horarios, características, expectativas y desafíos.</p> <p>Motivar a los actores locales identificados en artesanías, gastronomía y guías, para complementar la oferta turística local.</p> <p>Facilitar la utilización de la marca turística en espacios y negocios que estén relacionados con la proyección turística municipal.</p>

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**TABLA. REQUERIMIENTOS DE LOS MIRADORES**

<b>MIRADOR DE ALTOS DE SOLEDAD DE LAS FLORES Y MIRADOR FINCA EL MOJÓN</b>	
<b>Requerimientos Técnicos</b>	<p>Sensibilización e implicación de agentes locales en una cultura de calidad turística.</p> <p>Capacitación para guías turísticos.</p> <p>Capacitación en manejo de alimentos y buenas prácticas de salubridad.</p> <p>Capacitación en atención al cliente y buenas prácticas.</p>

	Capacitación en áreas de flora y fauna locales.
<b>Requerimientos Físicos</b>	Incrementar la oferta de aparcamiento gratuito y seguro. Mejorar la limpieza y aumentar el número de basureros públicos. Acondicionar e instalar bancos de descanso. Mantenimiento de miradores turísticos. Construcción de infraestructura para pequeñas cafeterías y ventas de productos locales. Binoculares.
<b>Requerimientos de Marketing</b>	Promocionar los circuitos turísticos a nivel nacional.
<b>Requerimientos Organizativos</b>	Personal destinado a las labores de limpieza y mantenimiento de zonas naturales protegidas. Cumplir con los requisitos exigidos por las autoridades competentes.
<b>Requerimientos de Gestión</b>	Mayor presencia de la POLITUR en las calles del municipio.
<b>Requerimientos de Oferta Turística</b>	Proporcionar a los turistas información adecuada sobre las actividades del día, incluyendo horarios, características, expectativas y desafíos. Utilizar la marca turística en espacios que estén relacionados con la proyección turística municipal.

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**TABLA. REQUERIMIENTOS DE LA PLAYA POZA VERDE (LAGO DE ILOPANGO)**

<b>PLAYA POZA VERDE (LAGO DE ILOPANGO)</b>	
<b>Requerimientos Técnicos</b>	Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística. Capacitación para el sector turístico, ofrecer cursos especializados, para promover lo relacionado al turismo, mejorando el desempeño de las MIPYMES y de sus empleados. Capacitación para el desarrollo de empresas turísticas. Capacitación para guías turísticos. Capacitación en manejo de alimentos y salubridad. Capacitación en administración y organización de negocios turísticos. Capacitación en atención al cliente y buenas prácticas.
<b>Requerimientos Físicos</b>	Incrementar la oferta de aparcamiento gratuito y seguro. Mejorar las vías de acceso, iluminación y la señalización hacia el lago de Ilopango. Mejorar la limpieza de la playa y aumentar el número de basureros públicos. Poner a disposición de los turistas servicios sanitarios de uso público. Acondicionar e instalar bancos de descanso y juegos para niños. Construcción de una cancha de fútbol playa. Construcción de un muelle artesanal embarcadero de lanchas y construcción de senderos a través de las áreas públicas de la playa.
<b>Requerimientos de Marketing</b>	Desarrollar alianzas estratégicas y patrocinios para eventos del municipio. Producir material impreso y audiovisual a partir de la identificación de la oferta de productos y servicios turísticos. Promocionar los circuitos turísticos a nivel nacional.
<b>Requerimientos Organizativos</b>	Promocionar, propiciar y estimular el comercio en esta zona del municipio. Incrementar el personal destinado a las labores de limpieza y mantenimiento de áreas públicas. Cumplir con los requisitos exigidos por las autoridades competentes.

<b>Requerimientos de Gestión</b>	Ayuda y fomento al pequeño comercio y hotelería turística del municipio. Mayor presencia de la POLITUR en el municipio. Formar gestores y promotores culturales para el sano restablecimiento del tejido social.
<b>Requerimientos de Oferta Turística</b>	Proporcionar a los turistas información adecuada sobre las actividades del día, incluyendo horarios, características, expectativas y desafíos. Motivar a los actores locales identificados en artesanía, gastronomía y guías, para complementar la oferta turística local. Utilizar la marca turística aliada a la proyección turística municipal.

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**TABLA. REQUERIMIENTOS DE LA ISLA LOS PATOS**

<b>ISLA LOS PATOS</b>	
<b>Requerimientos Técnicos</b>	Sensibilización e implicación de agentes locales en una cultura de calidad turística. Capacitación para guías turísticos.
<b>Requerimientos Físicos</b>	Mejorar la limpieza de la isla. Acondicionar e instalar bancos de descanso. Construcción de un embarcadero de lanchas y construcción de senderos a través de las áreas públicas de la isla.
<b>Requerimientos de Marketing</b>	Promocionar la isla a nivel nacional.
<b>Requerimientos Organizativos</b>	Incrementar el personal destinado a las labores de limpieza y mantenimiento de áreas públicas. Cumplir con los requisitos exigidos por las autoridades competentes.
<b>Requerimientos de Gestión</b>	Mayor presencia de la POLITUR en el municipio.
<b>Requerimientos de Oferta Turística</b>	Utilizar la marca turística aliada a la proyección turística municipal

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**TABLA. REQUERIMIENTOS DE LA COOPERATIVA DE PESCA SAN JOSÉ EL PEGADERO**

<b>COOPERATIVA DE PESCA SAN JOSÉ EL PEGADERO</b>	
<b>Requerimientos Técnicos</b>	Sensibilización e implicación de los socios de la cooperativa en una cultura de calidad turística. Capacitación en el sector turístico, recibir cursos especializados, para promover lo relacionado al turismo, mejorando el desempeño de sus empleados. Capacitación para el desarrollo de empresas turísticas. Capacitación para guías turísticos. Capacitación en manejo de alimentos y buenas prácticas de salubridad. Capacitación en administración y organización de negocios turísticos. Capacitación en atención al cliente y buenas prácticas.
<b>Requerimientos Físicos</b>	Incrementar la oferta de aparcamiento gratuito y seguro. Mejorar la iluminación y la señalización dentro y fuera de la cooperativa. Mejorar la limpieza y construir senderos dentro de la cooperativa. Aumentar el número de basureros públicos. Poner a disposición de los turistas servicios sanitarios de uso público. Dar mantenimiento a todas las zonas dentro de la cooperativa.

	Acondicionar e instalar bancos en áreas verdes. Adecuación de infraestructura para atención de turistas. Equipo para actividades de diversión como canopys, lanchas, motos acuáticas, etc. Construcción de infraestructura para comercialización de pescado y productos artesanales.
<b>Requerimientos de Marketing</b>	Desarrollar alianzas estratégicas y patrocinios para eventos de la cooperativa. Producir material impreso y audiovisual a partir de la identificación de la oferta de productos y servicios turísticos de la cooperativa. Promocionar la cooperativa a nivel nacional.
<b>Requerimientos Organizativos</b>	Incrementar el personal destinado a las labores de limpieza y mantenimiento de la cooperativa. Cumplir con los requisitos exigidos por las autoridades competentes.
<b>Requerimientos de Gestión</b>	Mayor presencia de la POLITUR en las cercanías a la cooperativa. Formar gestores y promotores culturales para el sano restablecimiento del tejido social. Financiamiento.
<b>Requerimientos de Oferta Turística</b>	Proporcionar a los turistas información adecuada sobre las actividades del día, incluyendo horarios, características, expectativas y desafíos. Utilizar la marca turística aliada a la proyección turística municipal.

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**TABLA. REQUERIMIENTOS DE LA COOPERATIVA DE CAFÉ TEPECZUNT**

<b>COOPERATIVA DE CAFÉ TEPECZUNT</b>	
<b>Requerimientos Técnicos</b>	Sensibilización e implicación de los socios de la cooperativa en una cultura de calidad turística. Capacitación para el sector turístico, recibir cursos especializados, para promover lo relacionado al turismo, mejorando el desempeño de sus empleados. Capacitación para el desarrollo de empresas turísticas. Capacitación para guías turísticos. Capacitación en manejo de alimentos y buenas prácticas de salubridad. Capacitación en administración y organización de negocios turísticos. Capacitación en atención al cliente y buenas prácticas. Capacitación para baristas y talleres de cafeterías.
<b>Requerimientos Físicos</b>	Incrementar la oferta de aparcamiento gratuito y seguro. Mejorar la iluminación y la señalización dentro y fuera de la cooperativa. Mejorar la limpieza y construir senderos dentro de la cooperativa. Aumentar el número de basureros públicos. Poner a disposición de los turistas servicios sanitarios de uso público gratuitos. Dar mantenimiento a todas las zonas dentro de la cooperativa. Acondicionar e instalar bancos de descanso en áreas verdes. Adecuación y reparación de infraestructura para atención de turistas. Equipo para actividades de diversión como canopys, sillas y mesas para áreas de descanso, etc. Construcción de infraestructura para comercialización de café y productos artesanales.
<b>Requerimientos de Marketing</b>	Desarrollar alianzas estratégicas y patrocinios para eventos de la cooperativa. Producir material impreso y audiovisual a partir de la identificación de la oferta de productos y servicios turísticos de la cooperativa. Promocionar la cooperativa a nivel nacional.

<b>Requerimientos Organizativos</b>	Incrementar el personal destinado a las labores de limpieza y mantenimiento de la cooperativa. Cumplir con los requisitos exigidos por las autoridades competentes.
<b>Requerimientos de Gestión</b>	Mayor presencia de la POLITUR en las cercanías a la cooperativa. Formar gestores y promotores culturales para el sano restablecimiento del tejido social. Financiamiento.
<b>Requerimientos de Oferta Turística</b>	Proporcionar a los turistas información adecuada sobre las actividades del día, incluyendo horarios, características, expectativas y desafíos. Utilizar la marca turística aliada a la proyección turística municipal.

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

## ANEXO 4. PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO DE LA DEMANDA

El pronóstico para los periodos futuros se calculó mediante las siguientes formulas:

$$F_{t+1} = T_t + L_t \qquad T_{t+n} = nT_t + L_t$$

Para determinar el nivel y la tendencia se utilizaron las siguientes fórmulas:

$$L_{t+1} = \infty D_{t+1} + (1 - \infty)(L_t + T_t) \qquad y \qquad T_{t+1} = \beta(L_{t+1} - L_t) + (1 - \beta) T_t$$

Para la estimación del nivel se utiliza la constante de suavizamiento de nivel que es  $\infty$  y para la estimación de la tendencia se utiliza  $\beta$ , la cual se calcula de la siguiente forma:  $\beta = 2 * \infty$ . Donde  $0 \leq \infty \leq 1$  y el valor de error de  $\infty$  que se aplicará será de 0.10, ya que ese es el valor que en las referencias bibliográficas se utiliza con mayor frecuencia en los datos históricos, y  $\beta$  tendrá un valor de 0.20. Se tomará como base histórica el comportamiento del turismo en el PIB desde el año 2009 hasta el año 2014, por lo cual se obtienen los siguientes datos:

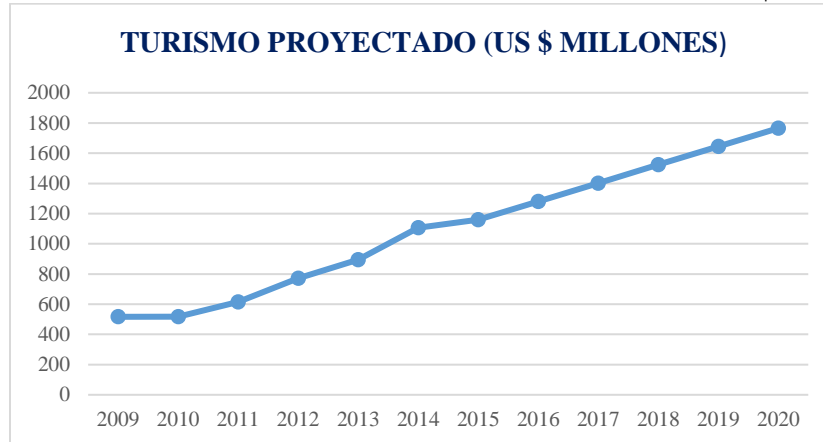
TABLA. PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO DE LA DEMANDA

AÑO	TURISMO (US \$ MILLONES)	L <sub>t</sub>	T <sub>t</sub>	F <sub>t+n</sub>	TASA DE CRECIMIENTO (%)
0	-----	313.3	121.08	-----	-----
2009	516.6	442.6	122.7	434.4	-----
2010	518	560.6	121.8	565.3	0.27 %
2011	615.1	675.6	120.4	682.4	18.75 %
2012	771.5	793.6	119.9	796.1	25.43 %
2013	893.8	911.6	119.5	913.6	15.85 %
2014	1107.40	1038.8	121.1	1031.1	23.90 %
<b>TURISMO PROYECTADO (US \$ MILLONES)</b>				<b>TASA DE CRECIMIENTO PROYECTADA (%)</b>	

<b>2015</b>	<b>1159.8</b>	<b>4.73 %</b>
<b>2016</b>	<b>1280.9</b>	<b>10.44 %</b>
<b>2017</b>	<b>1402.0</b>	<b>9.45 %</b>
<b>2018</b>	<b>1523.0</b>	<b>8.64 %</b>
<b>2019</b>	<b>1644.1</b>	<b>7.95 %</b>
<b>2020</b>	<b>1765.2</b>	<b>7.36 %</b>

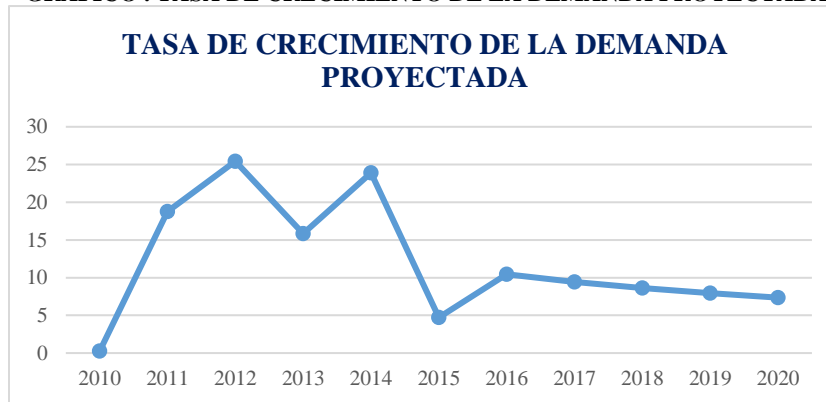
FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE DATOS HISTÓRICOS DE MITUR

GRAFICO. PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO DE LA DEMANDA EN US \$ MILLONES



FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE DATOS HISTÓRICOS DE MITUR

GRAFICO . TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA PROYECTADA



FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE DATOS HISTÓRICOS DE MITUR



## ANEXO 5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA NACIONAL EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES

**TABLA. PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN DE PRODUCTOS Y RECURSOS TURÍSTICOS OFERTADOS EN  
EL MUNICIPIO DE SMT**

ÍTEM DE ENCUESTA	RESPUESTAS	FAMILIAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Hace turismo	Si	119	100 %
	No	0	0 %
Frecuencia con la que realiza turismo dentro del país	Una vez al año	19	16 %
	Entre dos y cinco veces al año	60	50 %
	Más de cinco veces al año	40	34 %
¿Qué tan interesado estaría en hacer turismo en el Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz?	Muy interesado	50	42 %
	Interesado	43	36 %
	Más o menos interesado	10	9 %
	Poco interesado	12	10 %
	No me interesa	4	3 %

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE INFORMACIÓN RECOLECTADA DE LA ENCUESTA

Para determinar el consumo de servicios y productos turísticos, se determina los datos agrupados en clase anteriormente y se calcula el valor medio de la clase “x” y la frecuencia “F”. Se obtendrá el producto de ambos ( $X \cdot F$ ) y la sumatoria de este producto se divide entre el número de familias totales (119 familias), de la siguiente manera:

**TABLA. FRECUENCIA CON LA QUE REALIZAN TURISMO INTERNO LAS FAMILIAS ENCUESTADAS**

	X	F	X*F
Una vez al año	19	1	19
Entre dos y cinco veces al año	60	5	300
Más de cinco veces al año	40	10	400
<b>TOTAL</b>			719

FUENTE: ELABORACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE INFORMACIÓN RECOLECTADA DE LA ENCUESTA

El valor promedio del consumo de los servicios y productos turísticos, se obtiene mediante la siguiente formula:

$$\frac{\sum X * F}{N} = \frac{719 \text{ Visitas al año}}{119 \text{ Familias}} = 6.042016807 \approx 6 \text{ visitas al año por familia.}$$

La demanda total por año se calcula de la siguiente manera:

$$Q = n * p * q * c$$

Donde:

Q = Es la demanda total del mercado objetivo.

n = Es la población, las familias definidas en la etapa de muestro.

P = Es el parámetro de consumo.

q = Es el parámetro de población que estén dispuestos a adquirirlo

c = Es el parámetro de visitas.

$$n = 1,112,765 \text{ familias}$$

$$P = 1$$

$$q = 0.97$$

$$c = 6 \text{ visitas al año}$$

$$Q = 1,112,765 \text{ familias} * 1 * 0.97 * 6 \text{ visitas al año por familia}$$

$$Q = 6,476,292 \text{ visitas por año}$$

## ANEXO 6. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA DEMANDA DE COMPETENCIA SIMILAR TURÍSTICA EN EL PAÍS

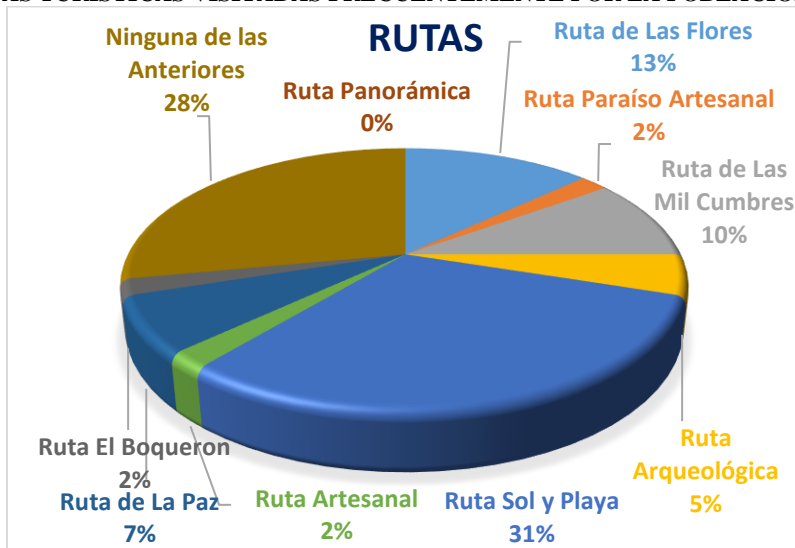
TABLA. RUTAS TURÍSTICAS VISITADAS FRECUENTEMENTE POR LA POBLACIÓN ENCUESTADA

ALTERNATIVAS	TOTAL	(%)
Ruta de Las Flores	16	13 %
Ruta Paraíso Artesanal	3	2 %
Ruta de Las Mil Cumbres	12	10 %
Ruta Arqueológica	6	5 %
Ruta Sol y Playa	37	31 %
Ruta Artesanal	2	2 %

Ruta de La Paz	8	7 %
Ruta Panorámica	0	0 %
Ruta El Boqueron	2	2 %
Ninguna de las Anteriores	33	28 %
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100 %</b>

FUENTE: RESULTADOS DEL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA ENCUESTA

GRAFICO. RUTAS TURÍSTICAS VISITADAS FRECUENTEMENTE POR LA POBLACIÓN ENCUESTADA



FUENTE: RESULTADOS DEL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA ENCUESTA

Se observa que la población encuestada tiene mayor preferencia por visitar la ruta de Las Flores, la ruta de Las Mil Cumbres y la ruta Sol y Playa. Los competidores de acuerdo al estudio, están posicionados en un 72 %, mientras el 28% restante sería para los demás sitios turísticos del país que no están incluidos dentro de estas rutas. Tomando en cuenta el 28% restante, la participación de los demás sitios estaría comprendida en 1,813,362 visitas al año. De acuerdo a lo anterior, se estima que el municipio de San Miguel Tepezontes puede alcanzar un 0.2 % de visitas durante un año, lo que conformaría 3,627 visitas al año de los demás sitios turísticos que no están dentro de las rutas turísticas más demandadas por la población estudiada.

**Demanda = 3,627 visitas durante un año**

# ANEXO 7. MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL GUÍA Y EL OPERADOR TURÍSTICO



## MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL GUÍA Y EL OPERADOR TURÍSTICO

ALCALDÍA DE SAN MIGUEL TEPEZONTES

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA



## ÍNDICE

---

### INTRODUCCIÓN

### OBJETIVOS

1. DEFINICIONES
2. PERFIL DE GUÍAS TURÍSTICOS DE EL SALVADOR
3. FUNCIONES DEL GUÍA DE TURISMO
4. PRINCIPIOS DE ATENCIÓN AL TURISTA
5. FUNCIONES DEL TOUR CONDUCTOR
6. ÉTICA PROFESIONAL

### BIBLIOGRAFÍA

### ANEXOS

## INTRODUCCIÓN

---

En términos generales la actividad turística a nivel mundial sigue su ritmo de crecimiento, lo que implica que el desarrollo de las empresas o entidades de turismo va en consonancia con él, así el recurso humano ligado a la actividad mantiene la misma tendencia. Los profesionales ligados a las entidades turísticas o agencias de viajes, según sea su especialidad, buscan la formación y especialización con la idea de ofrecer cada día un mejor servicio, en este caso el Guía Turístico debe fortalecer sus conocimientos debido a los diversos atractivos y actividades que constantemente aparecen en el mercado. El turista llega al Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz con el interés de identificar y disfrutar de los atractivos turísticos, principalmente aquellos de interés natural y cultural, así el guía en su papel de acompañante debe dominar como complemento este aspecto. En el presente documento, además de establecer la diferencia de los aspectos básicos de la función y obligaciones del guía, se define una serie de técnicas ligadas a la labor de la comunicación, las amenidades y el liderazgo, que se constituyen en las herramientas complementarias para desarrollar un manejo y conducción de turistas de una forma profesional con un servicio de calidad.

## OBJETIVOS

---

### *Objetivo General*

Orientar a los potenciales Guías Turísticos sobre cómo establecer acciones estandarizadas dentro del servicio que brindaran a sus posibles clientes.

### *Objetivos Específicos*

- ❖ Mejorar la calidad del servicio que ofrecen los Guías Turísticos.
- ❖ Crear una cultura de calidad en la guía de turistas.
- ❖ Proveer de información básica necesaria para el desarrollo de la labor de Guía de turistas.

## 1. DEFINICIONES<sup>26</sup>

---

### 1.1. Accidente

Suceso no deseado que origina daño y que afecta a las personas, equipos, materiales y/o medioambiente.

### 1.2. Circuito

Todo recorrido cuyo retorno no pasa por la ruta utilizada a la ida, pero llega al punto de inicio.

### 1.3. Cliente

Toda persona natural o jurídica que contrata los servicios de un guía de turismo.

### 1.4. Competencias Generales

Competencias de conocimiento, experiencia y capacidades técnicas básicas, como primeros auxilios, manejos de grupos, conocimientos culturales, actitudes, aptitudes, conocimientos, destrezas y habilidades de una persona para el desempeño de una actividad bajo determinadas condiciones y criterios de evaluación.

### 1.5. Competencias Específicas

Competencias de conocimiento, experiencia y capacidades técnicas, específicas y particulares a las diversas especialidades y cuyo dominio definen a la especialidad de la misma.

### 1.6. Equipo especializado

Conjunto de útiles, implementos, indumentarias e instrumentos técnicos necesarios para el desarrollo en particular de una actividad de turismo de aventura en forma segura.

### 1.7. Equipo Común

Todo equipo que se necesita para ejecutar una actividad de turismo aventura que puede o debe ser compartido en su uso, por varios de los participantes de la actividad.

---

<sup>26</sup> Norma Salvadoreña. Guías de Turismo. Especificaciones para el Desempeño. NSR 03.55.01:08. Difusión y Socialización de Normas de Calidad Turística MITUR – CORSATUR. El Salvador. Págs. 1 -3.

## **1.8. Equipo Certificado**

Todo equipo y material específico para las actividades de turismo y aventura que cuenta con algún tipo de certificación de calidad y seguridad.

## **1.9. Escala de dificultad**

Sistemas de clasificación de las diferentes actividades de turismo aventura que permiten dar una idea objetiva de los niveles de exigencia técnica y física que demanda el desarrollo de esta actividad de turismo aventura.

## **1.10. Especialidad**

Área en particular en la que el guía logra un dominio de ella, demostrando conocimientos, técnicas, procedimientos, experiencia y actitud requerida con relación a las competencias que definen la especialidad.

## **1.11. Guía de Turismo**

Persona natural que tiene conocimiento, experiencia y competencia técnica para proporcionar orientación e información sobre el patrimonio cultural y natural y de los atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia para la visita turística. Cuando su campo de acción es a nivel nacional se llama Guía Nacional.

## **1.12. Guía Especializado**

Guía que tiene conocimiento, experiencia y competencia técnica comprobables sobre algún tema o actividad específica.

## **1.13. Guía Local**

Guía cuyo campo de acción está delimitado por las rutas turísticas nacionales y sus zonas de influencia definidas por el Ministerio de Turismo.

## **1.14. Guía de Sitio**

Guía cuyo campo de acción son museos, sitios arqueológicos y templos religiosos.



### **1.15. Incidente**

Suceso no deseado que interrumpe el desarrollo normal de un proceso o actividad.

### **1.16. Libro Bitácora**

Documento donde se registran todos los acontecimientos (entre otros, horarios, participantes, itinerarios, rutas, actividades, sucesos) que ocurren durante el desarrollo de las actividades y/o programas del tour o excursión.

### **1.17. Medios de Seguridad**

Todo aquel equipo, material o técnicas que son usadas para dar seguridad en la ejecución de las actividades de turismo.

### **1.18. Patrimonio Cultural**

Conjunto de bienes materiales e inmateriales, que constituyen la herencia de un grupo humano y que refuerzan emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y que son percibidos por otros como característicos.

### **1.19. Peligro Objetivo**

Procesos y condiciones naturales que existen independientemente de la presencia del ser humano, tales como caída de piedras, aludes, frío, niebla, oscuridad y otros.

### **1.20. Peligro Subjetivo**

Actitud y condición personal que permite ser, más o menos, sensible a la percepción del peligro, como el cansancio, enfermedad, errores, sobre confianza y similares.

### **1.21. Riesgo**

Posibilidad menor o mayor que suceda un incidente y/o accidente, al conjugarse los peligros en una actividad determinada.

### **1.22. Riesgo Controlado**

Aquel en que se aplica un conjunto de procedimientos y acciones que tienen por objeto mitigarlo durante la realización de una actividad de turismo.

### **1.23. Sitio Arqueológico**

Cualquier lugar donde existan materiales arqueológicos, agrupados espacialmente y con límites restringidos, cuya distribución es resultado de la actividad humana (ejemplo, Joya de Cerén); estos agrupamientos pueden ser desde una simple área de actividad hasta una unidad de asentamiento.

### **1.24. Tradición**

Transmisión de generación en generación de costumbres, valores, creencias y formas de expresión artísticas características de una localidad.

### **1.25. Turismo**

Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

### **1.26. Turismo de Aventura**

Turismo en el cual se realizan actividades específicas que utilizan el entorno o medio natural como soporte físico y recurso para producir en los turistas determinadas emociones y sensaciones de descubrimiento y de exploración que implican cierto empeño, actividad física y/o riesgo controlado.

## **2. PERFIL DE GUÍAS TURÍSTICOS DE EL SALVADOR<sup>27</sup>**

En el marco del modelo de gestión de adentro hacia afuera con reciprocidad activa, que impulsa la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), se desarrollan programas de asistencia técnica y capacitación a actores claves que forman parte de la cadena productiva de turismo en todo el país, bajo la estrategia de potenciar la industria turística y convertirla en un eje transversal de desarrollo sostenible y de crecimiento económico continuo para el

---

<sup>27</sup> Perfil del programa de Guías Turísticas de El Salvador. Corporación Salvadoreña de Turismo. El Salvador. Págs. 1-9.

país. Es por ello que, conocedores de que la Competitividad Turística es la capacidad de la industria turística de un país para alcanzar sus objetivos por encima del promedio de referencia, lo que exige mejorar las habilidades y destrezas de los actores claves, en sus diferentes áreas, especialidades y/o servicios; siendo de interés en este proceso el área del servicio de Guías Turísticos, la Corporación Salvadoreña de Turismo elaboró con el apoyo de expertos, una nueva currícula integrada por una serie de contenidos de carácter técnico, básico y complementario, diseñada para elevar la calidad en el servicio y a la formación profesional del guía turístico salvadoreño, cuya aplicación es para Guía Turístico Local y Guía Turístico Nacional, con lo que se incidirá en el mejoramiento de la imagen de nuestro país como destino turístico competitivo.

## **2.1. Consideraciones**

La participación en esta capacitación, es eminentemente voluntaria, primeramente, el interesado(a) debe cumplir con los requisitos del perfil, ya sea para guía turístico nacional o local, y remitir en un sobre todos los documentos completos en las fechas que CORSATUR indique, para ser evaluado. Si es aprobado, el participante deberá firmar la **“Carta Compromiso del Participante”**<sup>28</sup>, en la que se compromete con responsabilidad a participar durante todo el proceso. Como institución comprometida con la Calidad en los servicios que presta, al finalizar la ejecución de cada módulo, se aplica una encuesta de satisfacción de las acciones de formación y/o capacitación, la cual se mide a través de indicadores de Calidad a fin de implementar acciones de mejora continua en los procesos. Dentro de las capacitaciones, el participante se someterá a evaluaciones, teóricas prácticas, se tomará en cuenta trabajos grupales y la asistencia debe ser del 100%, y si el participante aprueba cada uno de los temas con una nota mínima de 7.00, podrá ser acreedor del reconocimiento de parte de CORSATUR como Guía Turístico, ya sea Nacional o Local.

**Aclaración.** Este es un proceso de capacitación y apoyo al fortalecimiento del sector por parte de CORSATUR, la participación es gratuita y voluntaria, el participante deberá apearse a las normas éticas y de convivencia que se establezca.

## **2.2. Perfil del Programa de Guías Turísticos Nacionales**

### **Presentación**

El curso de guías nacionales tiene una duración de 144 horas distribuidas en 101 horas teóricas y 43 horas prácticas, dentro de las cuales se desarrollarán como mínimo 3 visitas de campo guiadas, (sitio natural, cultural, histórico), las cuales permitirán poner en práctica los

---

<sup>28</sup> Ver Carta de Compromiso del Participante en Anexos

conocimientos, habilidades y destrezas y al mismo tiempo formarán parte de la evaluación de los participantes en formación.

### **Perfil del participante – Guía Turístico Nacional**

A fin de facilitar el proceso de capacitación de los Guías Turísticos Nacionales, se requiere que el perfil de entrada de los participantes, deba cumplir como mínimo con lo que a continuación se enuncia:

1. Ser salvadoreño o extranjero residente que cumpla la normativa laboral aplicable.
2. Ser mayor de edad.
3. No poseer procesos penales pendientes.

### **Requisitos básicos – Guía Turístico Nacional**

- Poseer Título Académico de grado de educación superior (Universitarios / Técnicos aprobados por el MINED, según aplique), de preferencia, sino como mínimo ser bachiller.
- Dominio de un segundo idioma (escrito, hablado y comprensión del mismo). Deberá presentar un comprobante del mismo.
- Experiencia en el campo turístico como guía turístico de (3) años comprobables con al menos (3) constancias de trabajos realizados.
- Participantes de cursos de guías turísticos desarrollados anteriormente por CORSATUR, de preferencia, para actualizar la información que utilizan.
- Curriculum Vitae con fotografía reciente.

### **Requisitos Administrativos – Guías Turísticos Nacionales**

- ✓ Copia legible de DUI vigente de ambos lados, ampliada al 150%.
- ✓ Constancia de antecedentes penales en original.
- ✓ Llenar formulario de postulación y solicitud entregado por CORSATUR (ver anexo).
- ✓ Copia de título de educación superior o bachiller.

### **Requisitos Adicionales para Extranjeros (cuando aplique) – Guía Turístico Nacional**

1. Dominio del español con un mínimo del 90% en las habilidades de leer, hablar, escribir y entender el idioma.
2. Acreditar fehacientemente su legal estancia en el país, calidad y característica migratoria para desarrollar la actividad de guías de turistas en los términos de la legislación aplicable. La vigencia de la credencial de reconocimiento será como máximo la prevista en la calidad migratoria emitida.

3. Certificado de estudios que le fue expedida en el país extranjero, apostillado y traducido por un perito al español (en caso de ser un idioma distinto a éste), así como revalidados por la autoridad competente.

### **2.3. Perfil del Programa de Guías Turísticas Locales**

#### **Presentación**

El curso de guías locales tiene una duración de 89 horas distribuidas en 60 horas teóricas y 29 horas prácticas, dentro de las cuales se desarrollarán como mínimo 3 visitas de campo guiadas, (sitio natural, cultural, histórico), las cuales permitirán poner en práctica los conocimientos, habilidades, destrezas y al mismo tiempo formarán parte de la evaluación de los participantes en formación.

#### **Perfil del participante – Guía Turístico Local**

A fin de facilitar el proceso de capacitación de los Guías Turísticos Locales, se requiere que el perfil de entrada de los participantes, deberá cumplir con:

1. Ser salvadoreño o extranjero residente que cumpla la normativa laboral aplicable.
2. Ser mayor de edad.
3. No poseer procesos penales pendientes.

#### **Requisitos básicos – Guía Turístico Local**

El perfil del participante del Programa de formación de Guías Locales son los siguientes:

- Con grado académico mínimo de bachillerato (restricciones aplican).
- Representantes de Comités de Desarrollo Turístico y representantes avalados por Municipalidades, de preferencia.
- Actores del Sector Turístico Nacional que se desempeñen en el mismo, de preferencia.
- Participantes de cursos de guías turísticos desarrollados anteriormente por CORSATUR, de preferencia, para actualizar la información que utilizan.
- Curriculum Vitae con fotografía reciente.

#### **Requisitos Administrativos – Guía Turístico Local**

- ✓ Copia legible de DUI vigente de ambos lados, ampliada al 150%.
- ✓ Constancia de Antecedentes Penales en original.
- ✓ Llenar Formulario de postulación y solicitud entregado por CORSATUR (ver anexo).

### Requisitos Adicionales para Extranjeros

1. Dominio del español con un mínimo del 90% en las habilidades de leer, hablar, escribir y entender el idioma.
2. Acreditar fehacientemente su legal estancia en el país, calidad y característica migratoria para desarrollar la actividad de guías de turistas en los términos de la legislación aplicable. La vigencia de la credencial de reconocimiento será como máximo la prevista en la calidad migratoria emitida.
3. Certificado de estudios que le fue expedida en el país extranjero, apostillado y traducido por un perito al español (en caso de ser un idioma distinto a éste), así como revalidados por la autoridad competente.

## **3. FUNCIONES DEL GUÍA DE TURISMO**

### **3.1. Función General del Guía Turístico**

El guía es el responsable de la coordinación, recepción, asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros que contraten sus servicios.

### **3.2. Funciones Específicas**

Coordinación con el operador de Turismo.

- a. Recibe las instrucciones de la empresa operadora sobre el grupo de turistas a conducir o a la actividad a realizar que incluye: número del vuelo o las especificaciones del barco, día y hora de llegada, tipo de tour, órdenes de servicios, presupuesto para gastos del tour y pases a instalaciones restringidas.
- b. Supervisar la unidad de transporte a utilizar.
- c. Elabora informe al finalizar los itinerarios.
- d. Acompaña a los turistas en sus compras, paseos, visitas, espectáculos y diversiones.
- e. Controla periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad.
- f. Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista.
- g. Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos.
- h. Asiste al turista en los primeros auxilios y de ser necesario, coordina su ingreso a los centros hospitalarios.
- i. Distribuye el tiempo entre los diferentes puntos del itinerario.
- j. Conoce la región como la palma de su mano.
- k. Conocer con exactitud la oferta turística y de servicios públicos.
- l. Puntualidad y honradez.
- m. Dominio del idioma en que va a guiar.
- n. Tolerancia y cordialidad en el trato.

- o. Buena presencia, impecablemente vestido, debidamente identificado.
- p. Asequible por teléfono.

### 3.3. Otras funciones del Guía Turístico<sup>29</sup>

#### ❖ Guiar y Conducir la visita turística

Es la capacidad de liderazgo ejercida por el Guía de Turismo hacia el turista o turistas en forma cortés, responsable y prudente, para encaminarlo con seguridad y eficiencia por los atractivos turísticos, durante el desplazamiento hacia el destino y el guiado propiamente del atractivo.

Las mejores prácticas recomendadas para el desarrollo de esta función son:

- Coordinar con la agencia el tipo de servicio a ofrecer y la duración del mismo, para diseñar y organizar la visita turística, elaborando la información necesaria, de acuerdo al requerimiento del programa turístico, variando el circuito sólo en casos de falta de seguridad o imposibilidad de acceso.
- Coordinar con la agencia el punto de encuentro con el turista, el número de turistas y el nombre del turista o grupo.
- Coordinar con la agencia la hora de inicio y término del tour.
- Tener el material necesario para el desarrollo del tour, tales como tickets y dinero para ingresos a los lugares de visita, relación de turistas, itinerario y/o programa completo de los turistas.
- Contar con información básica o detalles de los turistas que debe atender, para identificar características particulares (nacionalidad, edad, motivaciones, preferencias, limitaciones, etc.) y garantizar un servicio personalizado.
- Para los tours de interés especial ó que se requiera realizar un circuito predeterminado con tiempos límites y características especiales en los lugares de visitas, el Guía de Turismo debe cumplir los detalles del circuito que el operador de turismo entrega por escrito.
- Llegar con anticipación al lugar o punto de encuentro, con el fin de ubicar la movilidad, coordinar con el chofer la ruta principal a tomar, las paradas en ruta y el tipo de desplazamiento al momento de pasar por los puntos de interés en la ruta.
- Verificar la limpieza de la unidad de transporte turístico a utilizar, la operatividad del micrófono y del aire acondicionado y que cuente con botiquín, extinguidor, de acuerdo a la regulación vigente.
- Determinar el inicio del desplazamiento, de acuerdo a lo establecido en el programa respectivo.

---

<sup>29</sup> Manual de Buenas Prácticas, Guías de Turismo y Operación Turística. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. República del Perú. Año 2007. Págs. 18 – 30.

- Establecer los tiempos de tolerancia en la espera de los turistas para iniciar el desplazamiento y los criterios para decidir la salida, según las características del grupo y la disponibilidad del tiempo.
- Hacer las coordinaciones necesarias con los otros guías, en el caso de circuitos en los que se requieran de dos o más guías, para que el tour se opere lo más similar posible, acordando una misma ruta a seguir, tiempo de visita en cada lugar y los mismos puntos de interés que se deban resaltar.
- Ubicar al Tour Conductor del grupo y/o turistas en el establecimiento de hospedaje o punto de encuentro.
- Antes del inicio del tour se debe explicar el circuito, lugares de visitas incluidos y el tiempo de duración del mismo.
- Utilizar los primeros minutos del tour para conocer las expectativas de los turistas y poder manejar el tour de acuerdo al interés demostrado.
- Autorizar las paradas con descenso de la movilidad durante el trayecto para la toma de fotos y en los casos extraordinarios, según el interés del grupo, considerando el tiempo disponible y la seguridad de la zona para el turista.
- Explicar al turista las condiciones a cumplir al inicio de los circuitos peatonales, una vez que se desciende de la unidad de transporte, es decir, el orden que se visitará cada lugar y la duración para cada visita, los puntos y horas de encuentro.
- Calcular el tiempo de duración de la visita para cada uno de los atractivos turísticos.
- Establecer la estrategia de visita en el caso de lugares en la que se desarrolla alguna actividad especial (como oficios religiosos en las iglesias, por ejemplo).
- No realizar paradas durante el tour en lugares de compras, salvo que exista solicitud expresa del Tour Conductor ó de los turistas en caso no cuenten con Tour Conductor y tener la previa autorización de la agencia operadora del tour.
- Contar el número de turistas a su cargo constantemente, sobre todo a la entrada y salida de los lugares de visitas y en cada subida y descenso de la unidad de transporte turístico.
- Coordinar con el chofer el lugar y la hora aproximada de recojo.
- Supervisar que el chofer asignado a la unidad de transporte turístico cumpla con las normas vigentes en el Reglamento de Tránsito y Reglamento de Transporte Turístico vigente (en caso de existir).
- Explicar al turista el lugar en que se ubicará la unidad de transporte turístico, para que sea un referente ante cualquier eventualidad.
- Informar al turista las medidas de seguridad a tomar en cuenta respecto a sus equipos fotográficos, maletines, bolsos, joyas, etc., durante el recorrido peatonal entre la unidad de transporte turístico y los lugares de visita, tanto en el exterior como en el interior de cada lugar.
- Informar al turista sobre las limitaciones y/o restricciones en cada lugar de visita en la toma de fotos y videos, incluyendo zonas exclusivas que se encuentren en la ruta.



- Organizar y distribuir el tiempo, considerando la edad de los turistas, tamaño y tipo del grupo e interés de los mismos.
  - Explicar las condiciones para el desplazamiento, vigilando el cumplimiento de las normas de seguridad y conservación del sitio visitado.
  - Permitir que los turistas se sientan cómodos y disfruten el circuito, considerando sus ritmos de observación y sus necesidades de toma de fotografías.
- ❖ **Brindar información sobre los puntos de Interés en el recorrido y explicar el atractivo**

En esta función el Guía de Turismo imparte al turista la información necesaria y requerida, tanto de los atractivos turísticos, como de cualquier otra información de interés, teniendo en cuenta el tipo de turista, el interés del turista y la disponibilidad de tiempo.

Las mejores prácticas recomendadas son:

- Determinar el inicio del guiado del atractivo turístico y/o lugar de visita.
- Seleccionar adecuadamente los aspectos y objetos a mostrar, explicar y determinar el orden de presentación de los mismos.
- Brindar información precisa y breve de los diversos puntos de interés en la ruta en el momento oportuno.
- Determinar el ritmo a seguir de la visita, aplicando la mayor o menor cantidad de información oral a entregar, según el interés y tipo de visitante o grupo y el tiempo disponible.
- Verificar la presencia de todos los turistas en el lugar para iniciar la explicación.
- Realizar la explicación del atractivo turístico de forma amena, clara y precisa, brindando una información veraz sobre los diversos elementos que se observen.
- Absolver las inquietudes del turista adecuadamente con información precisa y veraz.
- Profundizar la información en caso el turista así lo requiera, con datos verificados y actuales de fuentes escritas o visuales.
- Organizar la visita de acuerdo a la presencia de otros grupos y las actividades que se realicen en el lugar.
- Identificar a personas ajenas al grupo y determinar si es necesario o no intervenir y pedir que se retiren, de acuerdo a la comodidad del turista y las precauciones de seguridad.
- Supervisar con sumo cuidado a los grupos (especialmente en caso de escolares), para evitar cualquier accionar que deteriore el lugar de visita, sobre todo en sitios arqueológicos, museos y áreas naturales.
- Informar al turista sobre las limitaciones y/o restricciones del lugar en la toma de fotos y vídeos.

- Explicar las condiciones para el desplazamiento, vigilando el cumplimiento de las normas de seguridad y conservación del sitio visitado.
- En la atención de grupos numerosos, el Guía debe ser fácilmente ubicable por sus turistas, portando alguna bandera, letrado y/o identificación del grupo.

#### ❖ **Acompañamiento en almuerzos y/o cenas**

En esta función el Guía de Turismo se encarga de hacer las coordinaciones y asistencia de los turistas en los almuerzos y/o cenas que tengan incluido dentro del programa del tour.

Las mejores prácticas dentro de esta función son:

- Solicitar a la agencia el menú asignado a los turistas, con el detalle de las bebidas incluidas, el código de reserva, distribución y zona de las mesas asignadas, y el procedimiento de pago para los consumos extras.
- Solicitar a la agencia el dinero para las propinas de los mozos.
- Informar a los turistas los detalles del menú asignado y las bebidas incluidas, antes de llegar al restaurante. De ser necesario, hacer una breve explicación de las características de los platos incluidos en el menú.
- Enseñar a los turistas la ubicación de las mesas reservadas y de los servicios higiénicos, al llegar al establecimiento.
- Establecer contacto con la agencia operadora en caso exista algún problema con el menú o las mesas reservadas.
- En caso del menú (almuerzo y/o cena) sea tipo buffet, explicar las características de los platos y asesorar a los turistas al momento de servirse.
- Asistir a los turistas en los requerimientos extras que soliciten.
- Asistir a los turistas en los pagos de los consumos extras.
- Coordinar con los turistas y la unidad de transporte el momento de la salida del restaurante.
- Informar a la agencia operadora el final del servicio.

#### ❖ **Asistir al turista**

Es la función que se refiere al servicio de colaboración y ayuda oportuna, eficiente y suficiente que el Guía de Turismo presta al turista en diversas situaciones y eventualidades que se presenten durante su viaje, procurándole la mayor satisfacción y bienestar posibles y tomando las decisiones que le pueden afectar durante el recorrido, así como ocuparse de los primeros auxilios en caso de necesitarlos.

Las mejores prácticas dentro de esta función son:

- Asistir al turista en la compra de objetos o souvenirs de su interés en los mercados y tiendas.
- Auxiliarlo y asistirlo en los primeros auxilios y coordinar su ingreso a los centros hospitalarios.
- Apoyarlo en la traducción del idioma a la hora de comunicarse con otras personas.
- Auxiliar y asistir al turista en caso de robo o pérdida de documentos y acompañarlo a realizar la denuncia respectiva.
- Asistirlo a la hora de realizar el cambio de monedas y billetes.

#### ❖ **Orientar y asesorar al turista**

Se refiere a la función por medio del cual el Guía de Turismo suministra al turista información o puntos de referencia generales sobre diversos aspectos relacionados con sus viajes, de forma básica, precisa, breve y específica.

Las mejores prácticas dentro de esta función son:

- Informar acerca de costumbres, vestimenta, cambios de moneda, equipaje, trámites, documentos, comidas, bebidas, restricciones, higiene, lugares de compra, medidas de seguridad, etc.
- Advertir sobre las condiciones en la compra de réplicas de bienes culturales y naturales y sobre las penalidades por la compra de objetos originales y prohibidos de ser sacados del país.
- Informar al turista las características de los productos típicos del lugar para que las tome en cuenta a la hora de la compra.
- Informar sobre los circuitos turísticos o atractivos de la ciudad o país que puedan ser visitados fuera de su itinerario, en caso el turista lo requiera, de acuerdo a su tiempo libre.

## **4. PRINCIPIOS DE ATENCIÓN AL TURISTA<sup>30</sup>**

### **4.1. Rasgos que diferencian a un profesional**

- ✓ Mantiene un aspecto cuidado y aseado.
- ✓ Es educado, se dirige al turista con respeto.
- ✓ Ofrece una acogida cordial, con una sonrisa.
- ✓ Presta un servicio inmediato, es atento.
- ✓ Escucha con atención e interés.
- ✓ Satisface las necesidades del turista y hace sugerencias.

---

<sup>30</sup> *Ibidem.* Págs. 14– 17.

- ✓ Ofrece ayuda o servicios adicionales.
- ✓ Agradece la visita del turista y le invita a volver.
- ✓ Demuestra satisfacción y orgullo de sí mismo.
- ✓ Se preocupa de su formación y por ofrecer lo mejor de sí.
- ✓ Analiza las situaciones desde el punto de vista de los clientes.
- ✓ Intenta solucionar los problemas.

## **5. FUNCIONES DEL TOUR CONDUCTOR<sup>31</sup>**

El Tour Conductor es la persona encargada de acompañar en todo momento a un grupo de turistas, del que es responsable, ya sea en viajes o recorridos regionales, nacionales o internacionales.

Son contratados con el fin de supervisar que los programas de visita se cumplan, para velar por la calidad de los servicios contratados y asistir a los turistas integrantes del grupo en cualquier requerimiento que tengan durante todo el viaje designado en el programa a cumplir.

Las funciones del Tour Conductor en el ejercicio de su labor, son las siguientes:

### **❖ Acompañamiento en viajes**

Las buenas prácticas dentro de esta función son:

- Coordinar con la entidad turística o agencia los detalles del servicio.
- Revisar el itinerario, reserva del establecimiento de hospedaje, plan de comidas, lugares de visitas y otros servicios incluidos.
- Verificar la documentación asignada al viaje terrestre como: relación de turistas (con número de pasaporte o identificación personal) y material visual (mapas y folletos).
- Recabar el dinero en concepto de viáticos.
- Contar el número de turistas antes de partir hacia un nuevo destino y a la hora de iniciar los tours.
- Brindar las explicaciones pertinentes y necesarias sobre el itinerario de los lugares y destinos a visitar.
- Proporcionar información general y precisa sobre los puntos de interés en la ruta y sobre el destino a visitar.
- Informar sobre los servicios que proporcionan los establecimientos de hospedajes y restaurantes incluidos en su programa, así como aclarar sobre los servicios y/o alimentación a cargo del operador.
- Supervisar la atención en los establecimientos de hospedajes o restaurantes.

---

<sup>31</sup> Manual de Buenas Prácticas, Guías de Turismo y Operación Turística. Opere Citato. Págs. 45 – 53.

- Organizar el tiempo, considerando la edad de los turistas, tamaño y el tipo del grupo e interés de los mismos.
- Autorizar las paradas con descenso de la movilidad durante el trayecto para la toma de fotos y en los casos extraordinarios, según el interés del grupo, considerando el tiempo disponible y la seguridad de la zona para el turista.
- Establecer las paradas necesarias en la ruta para el uso de baños y provisión de alimentos.
- Verificar que las unidades de transporte turístico a utilizarse estén limpias, que tengan micrófono y aire acondicionado, y que cuenten con botiquín, extinguidor de acuerdo a la regulación vigente.
- Supervisar que la unidad de transporte turístico cumpla con las normas vigentes en el Reglamento de Tránsito, sobre todo respetando la velocidad máxima asignada a los viajes terrestres en las carreteras del país.
- Velar por la salud y seguridad de los turistas en la unidad de transporte y durante el recorrido, tanto de la integridad física como de los objetos personales.
- Confeccionar los carteles de información sobre las actividades y colocarlos en lugares visibles.
- Cumplir con el recorrido y las visitas a los lugares de interés incluidos en el programa.
- Solucionar problemas y eventualidades, adoptando las conductas más adecuadas ante imprevistos: averías, embotellamientos, huelgas, accidentes, enfermedades, retrasos o cancelaciones, etc.

#### ❖ **Realizar las coordinaciones con los operadores locales**

Las buenas prácticas en el desempeño de esta función son:

- El día anterior, establecer comunicación telefónica con los proveedores de servicios en los destinos para confirmar las reservas del viaje (medio de transporte, guías locales, establecimiento de hospedajes, restaurantes, transporte, etc.).
- Confirmar la hora de salida del medio de transporte, de ser el caso.
- Confirmar con el transporte turístico la hora de recojo.
- Verificar con el Guía de Turismo el itinerario y los lugares a visitar incluidos en el programa, así como confirmar la hora de inicio del tour.
- Confirmar y realizar las reservas de mesas en los restaurantes, coordinar las comidas y supervisar las opciones del menú.
- Verificar el horario de atención de los lugares turísticos a visitar y si estarán abiertos el día de la visita.
- Informarse previamente sobre huelgas, manifestaciones, cierre de carreteras o cualquier inconveniente que pueda afectar el desplazamiento del grupo hacia su próximo destino, para tomar las medidas necesarias.

### ❖ **Ofrecer y vender visitas opcionales**

Las buenas prácticas en esta función son:

- Contar con una relación de los lugares que pueden ser visitados, tomando en cuenta la ubicación, disponibilidad de tiempo y duración de visita de los mismos, con horarios de visita y costos de los ingresos.
- Brindar información veraz del lugar que se ofrece, en temas como vías de acceso, tiempo de duración, tipo de atractivo, grado de dificultad, etc.
- Realizar la inscripción de los turistas interesados.
- Hacer la reserva del transporte turístico y del Guía turístico.
- Cobrar al turista el importe del tour ofrecido.

### ❖ **Asistir al grupo**

Las buenas prácticas en este punto son:

- Asistir al grupo en la compra de objetos o souvenirs de su interés en los mercados y tiendas.
- Asistirlos en primeros auxilios y coordinar su ingreso a los centros hospitalarios.
- Auxiliar y asistir a los turistas en caso de robo o pérdida de documentos y acompañarlo a realizar la denuncia respectiva.
- Apoyarlos en la traducción del idioma a la hora de comunicarse con otras personas.

### ❖ **Orientar y asesorar al grupo**

Las buenas prácticas en esta función son:

- Asesorar respecto a la elección de restaurantes y comidas, salidas nocturnas, servicios religiosos, medidas de seguridad, comportamiento, vestimenta.
- Informar y asesorar respecto a las características de los productos típicos del lugar, para que las tome en cuenta a la hora de la compra.
- Orientar respecto a las actividades que se pueden realizar en el lugar, de acuerdo a los requerimientos del grupo y el tiempo libre de los mismos, para que pueda ofrecer y vender visitas opcionales.

## **6. ÉTICA PROFESIONAL**

---

La buena ética profesional es una obligación para todos los profesionales que se desempeñan en las funciones de Turismo. Es indispensable que siempre se tengan en consideración los siguientes principios básicos:

- No dar información a nuestros turistas que perjudique la imagen del país, de la ciudad o del pueblo.
- Dar a los turistas la información verídica, confirmada y actualizada de los datos geográficos, históricos, económicos, sociales y políticos.
- Tener presente en todo momento la presentación y comportamiento personal ante los turistas, en los lugares públicos y en los establecimientos de los proveedores de cada uno de los servicios turísticos.
- Cumplir en conservar y cuidar los lugares de visitas y denunciar ante las autoridades a los visitantes que atenten contra ellos.
- Cumplir con las normas de seguridad establecidas en los lugares de visitas.
- No proporcionar información de los turistas a personas que no pertenezcan al grupo de turismo del cuál es encargado, salvo que existan instrucciones específicas ó la operatividad del servicio obligue a proporcionar alguna información.
- No realizar acciones o actividades que perjudiquen a sus turistas.
- No fijar ante los turistas posición alguna por una determinada ideología política, creencia religiosa o conflicto racial existente.
- Utilizar el uniforme, credenciales o identificaciones que les sean asignados para la atención a los turistas.
- No ofrecer o vender servicios turísticos ajenos a los que se proporcionan y que se puedan considerar como competencia desleal.
- Tener presente que la relación con nuestros turistas es meramente profesional y en lo posible se debe mantener bajo dichas condiciones, salvo que exista algún caso especial que amerite desarrollar otra clase de vínculo personal.
- Respetar el tour establecido y no sugerir al turista el cambio del mismo por conveniencia propia respecto al tiempo.
- Evitar el consumo de bebidas y/o drogas que afecten el normal desempeño ante los turistas.
- Evitar fumar en presencia de los turistas.
- No sugerir ni propiciar la visita opcional a un sitio con el fin de ganar comisiones.
- Tener siempre en cuenta el interés del turista al sugerir tours opcionales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Norma Salvadoreña. Guías de Turismo. Especificaciones para el Desempeño. NSR 03.55.01:08. Difusión y Socialización de Normas de Calidad Turística MITUR – CORSATUR. El Salvador.
- Perfil del programa de Guías Turísticas de El Salvador. Corporación Salvadoreña de Turismo. El Salvador.

- Manual de Buenas Prácticas, Guías de Turismo y Operación Turística. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. República del Perú. Año 2007.

## ANEXOS

### CARTA COMPROMISO DEL PARTICIPANTE

Por este medio hago constar que me he inscrito voluntariamente como participante al Programa de Capacitación de

#### GUÍAS TURÍSTICOS NACIONALES

Implementado y coordinado por el Ministerio de Turismo de El Salvador, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo y en el que me comprometo a asistir al 100% de las convocatorias para los 13 temas a impartirse, así como a participar activamente en cada uno de estos, en donde demostraré interés y dedicación en las actividades desarrolladas para lograr el máximo provecho de la capacitación, teniendo claro en caso de no cumplir con la nota mínima, no podré obtener el reconocimiento como Guía Turístico Nacional.

Al mismo tiempo, me comprometo a usar el material de capacitación del Programa de Guías Turísticos facilitado por CORSATUR, para los fines de la capacitación y hacer uso restrictivo y confidencial de la documentación respetando los derechos de propiedad exclusivos de CORSATUR.

Nombre completo \_\_\_\_\_

Edad \_\_\_\_\_ Género \_\_\_\_\_ N° de DUI \_\_\_\_\_

Dirección personal \_\_\_\_\_

Teléfono fijo \_\_\_\_\_ Móvil \_\_\_\_\_

Correo(s) Electrónico(s) \_\_\_\_\_

Actividad a la que se dedica \_\_\_\_\_

Sector que representa \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 201 \_\_\_\_\_

Firma del participante \_\_\_\_\_



## CARTA COMPROMISO DEL PARTICIPANTE

Por este medio hago constar que me he inscrito voluntariamente como participante al Programa de Capacitación de

### GUÍAS TURÍSTICOS LOCALES

Implementado y coordinado por el Ministerio de Turismo de El Salvador, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo y en el que me comprometo a asistir al 100% de las convocatorias para los 8 temas a impartirse, así como a participar activamente en cada uno de estos, en donde demostraré interés y dedicación en las actividades desarrolladas para lograr el máximo provecho de la capacitación, teniendo claro en caso de no cumplir con la nota mínima, no podré obtener el reconocimiento como Guía Turístico Local.

Al mismo tiempo, me comprometo a usar el material de capacitación del Programa de Guías Turísticas facilitado por CORSATUR, para los fines de la capacitación y hacer uso restrictivo y confidencial de la documentación respetando los derechos de propiedad exclusivos de CORSATUR.

Nombre completo \_\_\_\_\_

Edad \_\_\_\_\_ Género \_\_\_\_\_ N° de DUI \_\_\_\_\_

Dirección personal \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Teléfono fijo \_\_\_\_\_ Móvil \_\_\_\_\_

Correo(s) Electrónico(s) \_\_\_\_\_

Actividad a la que se dedica \_\_\_\_\_

Sector que representa \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 201 \_\_\_\_\_

Firma del participante \_\_\_\_\_

#### **Entrega de Información**

**Lugar de Entrega:** Oficinas CORSATUR, Alameda Manuel Enrique Araujo, Edificio y Pasaje Carbonell #1, San Salvador.

**Fechas de Entrega:** Las estimadas por CORSATUR.

**Horarios de Atención:** Lunes a Viernes de 9:00 am a 12:00 pm y de 2:00 pm a 4:00 pm.

**Entregar Documentos:** Departamento de Asistencia Técnica.

## ANEXO 8. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES TURÍSTICAS



### MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES TURÍSTICAS

ALCALDÍA DE SAN MIGUEL  
TEPEZONTES

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA



## ÍNDICE

---

**INTRODUCCIÓN**

**POLÍTICAS DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL**

**OBJETIVO**

**MISIÓN**

**VISIÓN**

**VALORES**

**MARCO JURÍDICO**

**ATRIBUCIONES**

**ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL**

**CUADRO SINÓPTICO DE CADA UNA DE LAS UNIDADES DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

**REQUISITOS PARA SER SOCIO(A) DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

**DERECHOS DE LOS SOCIOS(AS) DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

**OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS(AS) DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

## INTRODUCCIÓN

---

En términos generales la actividad turística a nivel mundial sigue su ritmo de crecimiento, lo que implica que el desarrollo de las empresas o entidades de turismo va en consonancia con él, así el recurso humano ligado a la actividad mantiene la misma tendencia. Los profesionales ligados a las entidades turísticas o agencias de viajes, según sea su especialidad, buscan la formación y especialización con la idea de ofrecer cada día un mejor servicio, el turista llega al Municipio de San Miguel Tepezontes, departamento de La Paz con el interés de identificar y disfrutar de los atractivos turísticos, principalmente aquellos de interés natural y cultural.

El presente Manual de Organización y Funciones Turísticas muestra de manera organizada y sistemática las funciones del Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de San Miguel Tepezontes, para que pueda contar con una administración eficaz; ya que resulta necesario que cada una de las dependencias municipales cuente con un ordenamiento que rijas su vida interna y establezca atribuciones para el excelente desempeño de sus actividades. El documento tiene como propósito contar con información, explicaciones o instrucciones y sirve como medio de integración y orientación para el personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación al puesto que integra el Comité de Desarrollo Turístico, así como en cada dependencia u organismo que lo requiera. Este manual deberá ser actualizado cada año ó en su caso, cuando exista algún cambio funcional al interior de un área del Comité, por lo que cada una de las unidades deberá aportar la información necesaria para este propósito.

## POLÍTICAS DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL

---

- ❖ Colaborar en acciones destinadas a promover y fortalecer el desarrollo turístico en el ámbito rural de la comunidad, estableciendo normas y calificación de la oferta turística, supervisando la fiscalización de las mismas.
- ❖ Tomar conocimiento de los programas y proyectos turísticos que se originen y que se estén aplicando en la comunidad, integrando su desarrollo en el marco de la política local.
- ❖ Estudiar, preparar y apoyar la ejecución de planes de desarrollo turístico en coordinación con el sector público y privado.
- ❖ Coordinar eventos y actividades turísticas que se realicen bajo el decreto municipal.
- ❖ Colaborar en la preparación de la información turística para fines promocionales y conocimiento de visitantes en coordinación con el sector privado.
- ❖ Cumplir con otras tareas que le asigne la municipalidad.

## **OBJETIVO**

---

Elaborar las directrices estratégicas de un modelo de crecimiento sostenible de turismo para San Miguel Tepezontes en la implementación de proyectos turísticos que puedan impactar positivamente en toda la población, al brindarles mejores expectativas de empleo.

## **MISIÓN**

---

Dirigir acciones consensadas que estimulen la participación de la sociedad, así como con el gobierno y el sector privado para el desarrollo sustentable del sector turístico a través de una política dinámica e integrada de planeación, fomento, promoción, impulso al desarrollo de la oferta y apoyo a la operación de los servicios turísticos, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

## **VISIÓN**

---

Lograr posicionar estratégica y competitivamente el municipio de San Miguel Tepezontes en el mercado turístico nacional, integrándolo como un destino atractivo y seguro, con servicios de calidad, que contribuirán al fomento de nuevos empleos y a la capacitación de ingresos que impulsarán el desarrollo económico, social, cultural y natural de la región, en beneficio de las presentes y futuras generaciones.

## **VALORES**

---

- ❖ Honestidad
- ❖ Sencillez
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Integridad
- ❖ Respeto a la diversidad natural y cultural

## **MARCO JURÍDICO**

---

- ❖ Ley de Protección especial al Patrimonio Cultural
- ❖ Ley de Servicios Internacionales
- ❖ Política Nacional de Turismo
- ❖ Ley de Fomento de la Industria Turística
- ❖ Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)

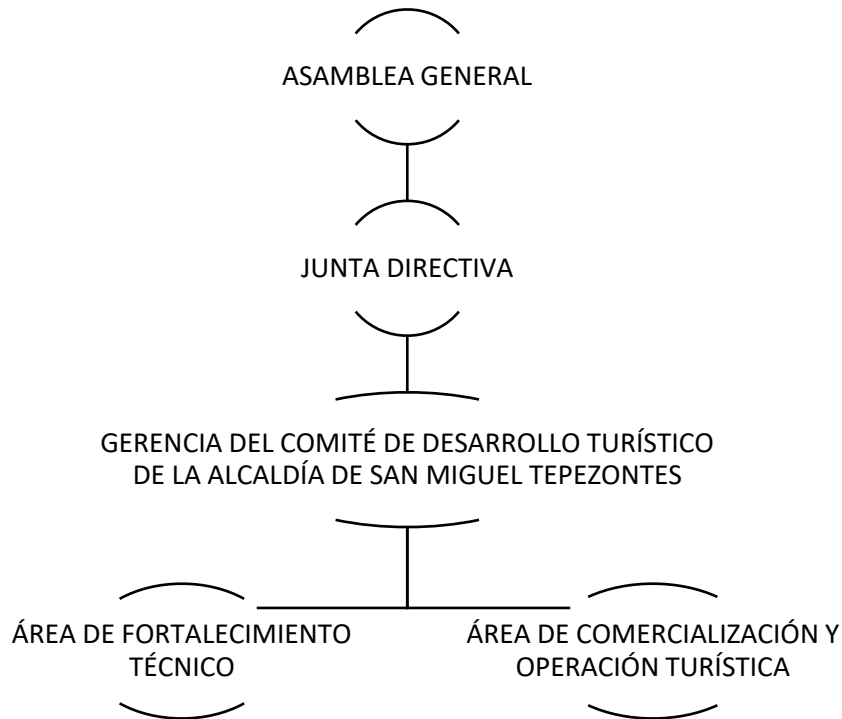
- ❖ Ley de Turismo
- ❖ Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo
- ❖ Ley Transitoria de Reactivación de la Industria Turística
- ❖ Ley Nacional del Medio Ambiente
- ❖ Reglamento General de la Ley del Medio Ambiente
- ❖ Ley de Áreas Naturales Protegidas

## ATRIBUCIONES

- Formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística municipal.
- Promover en coordinación con las entidades gubernamentales las zonas de desarrollo turístico municipal y formular en forma conjunta con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales la declaratoria respectiva.
- Regular, orientar, estimular las medidas de protección al turismo y vigilar su cumplimiento en coordinación con las dependencias.
- Proyectar, promover y apoyar el desarrollo de la infraestructura turística integral y fomento para el desarrollo de la actividad turística dentro del municipio.
- Promover la creación de fuentes de empleo, impulsando el establecimiento de la mediana y pequeña empresa en el municipio y el desarrollo e integración de cadenas productivas mediante las diferentes actividades turísticas.
- Organizar, promover y coordinar las actividades necesarias para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos turísticos del municipio, impulsando entre otros el turismo social, natural y cultural.
- Promocionar directamente los recursos turísticos del municipio, así como la creación de centros, establecimientos y la prestación de servicios turísticos en el municipio.
- Supervisar de acuerdo a las leyes y reglamentos vigentes la prestación de los servicios turísticos.
- Apoyar los programas de investigación y desarrollo turístico y fomentar su divulgación.
- Promover la realización de ferias, exposiciones y congresos turísticos y de servicios.
- Conducir actividades con vinculación productiva para el desarrollo turístico en el municipio, además de gestionar apoyos, programas de capacitación y de enlace tecnológico.
- Formular en coordinación con las autoridades correspondientes, proyectos de programas de desarrollo turístico, en sus diversas modalidades dentro del ámbito municipal.
- Realizar los estudios técnicos necesarios para actualizar la información relativa al desarrollo turístico municipal.

- Participar en coordinación con otras dependencias de la Alcaldía Municipal en la promoción y ejecución de programas para regular el desarrollo turístico municipal.
- Participar en los consejos, comités o subcomités que en materia turística incluyan la participación de los habitantes del municipio.
- Las demás que el presidente del Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía le instruya o aquellas que los ordenamientos jurídicos y administrativos establezcan que deban ser ejercitadas directamente.

## ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL



**CUADRO SINÓPTICO DE CADA UNA DE LAS UNIDADES DEL COMITÉ DE  
DESARROLLO TURÍSTICO DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN MIGUEL  
TEPEZONTES**

<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES TURÍSTICAS</b>			
<b>Nombre de la Unidad:</b> Asamblea General			Pág. 1 de 5
<b>Dependencia Jerárquica:</b>	Ninguna	<b>Unidades Subordinadas:</b>	Junta Directiva
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>			
<p>La Asamblea General es la autoridad máxima del Comité de Desarrollo Turístico, y estará integrada por la totalidad de los miembros activos y fundadores del Comité.</p>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elegir, ratificar, aceptar renuncias y destituir total o parcialmente a los miembros de la Junta Directiva por la mayoría de los votos de los asistentes.</li> <li>• Decidir sobre la compra, venta o enajenación de los bienes inmuebles pertenecientes al Comité de Desarrollo Turístico de la municipalidad.</li> <li>• Aprobar, reformar o derogar estatutos o reglamentos internos del Comité de Desarrollo Turístico.</li> <li>• Decidir todos aquellos asuntos de interés para el Comité de Desarrollo Turístico y que no estén contemplados en los estatutos.</li> </ul>			
<b>Elaborado por:</b>		<b>Aprobado por:</b>	



## MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES TURÍSTICAS

<b>Nombre de la Unidad:</b> Junta Directiva			Pág. 2 de 5
<b>Dependencia Jerárquica:</b>	Asamblea General	<b>Unidades Subordinadas:</b>	Gerencia del Comité de Desarrollo Turístico

### DESCRIPCIÓN GENERAL:

La dirección y administración del Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes estará confiada a la Junta Directiva electa en la Asamblea General ordinaria y estará integrada de la siguiente forma: Un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero, tres vocales y un síndico. Serán electos para un periodo de dos años.

### FUNCIONES

- Gestionar, administrar y planificar sus tareas fundando sus actividades en principios de equidad, solidaridad social y desarrollo sustentable, planificándolas conforme a los principios y a las necesidades que le demande la comunidad.
- Conocer y comprender la diversidad de enfoques e intereses existentes, en cuanto a la forma y al método de encarar la problemática turística del municipio.
- Diseñar, dirigir, ejecutar y controlar planes, programas y proyectos de turismo, teniendo siempre presente el cuidado de los recursos naturales y culturales.
- Participar en grupos interdisciplinarios en la elaboración de estudios de investigación y proyectos turísticos.
- Realizar diagnósticos acerca de las organizaciones turísticas, seleccionar, diseñar y utilizar las técnicas y procedimientos adecuados para la optimización de sus procesos específicos.
- Administrar equipamientos turísticos para el logro de los servicios que satisfagan las demandas de la sociedad sin que por ello se perjudique el patrimonio natural y cultural del municipio.

<b>Elaborado por:</b>		<b>Aprobado por:</b>	
-----------------------	--	----------------------	--

## MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES TURÍSTICAS

<b>Nombre de la Unidad:</b> Gerencia del Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de San Miguel Tepezontes		Pág. 3 de 5	
<b>Dependencia Jerárquica:</b>	Junta Directiva	<b>Unidades Subordinadas:</b>	Área de Fortalecimiento Técnico y Área de Comercialización y Operación Turística
<p><b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b></p> <p>Esta unidad es la encargada de velar por todas las operaciones de las áreas encargadas de los circuitos turísticos, las iniciativas y paquetes turísticos; así como de liderar y coordinar los planes de los mismos, de supervisar y dirigir el trabajo general del Comité de Desarrollo Turístico de la municipalidad.</p>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de las diferentes áreas.</li> <li>• Programar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en las áreas respectivas del Comité de Desarrollo Turístico.</li> <li>• Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo, junto con objetivos anuales.</li> <li>• Desarrollar actividades administrativas y financieras, para asegurar que los registros se estén llevando correctamente.</li> <li>• Desarrollar la gestión de recursos técnicos y financieros para el fortalecimiento del Comité de Desarrollo Turístico.</li> <li>• Controlar el cumplimiento de las políticas del Manual de Organización y Funciones Turísticas.</li> <li>• Coordinar proyectos de inversión que contribuyan al cumplimiento de la Misión del Comité de Desarrollo Turístico.</li> <li>• Elaborar trimestralmente informes económicos – financieros.</li> <li>• Llevar el control de pagos al personal.</li> <li>• Llevar el registro estadístico de los beneficios económicos que se están obteniendo en beneficio de las nuevas actividades de turismo.</li> <li>• Llevar el registro de las iniciativas turísticas que ingresan y de las aportaciones de cada una de ellas.</li> </ul>			
<b>Elaborado por:</b>		<b>Aprobado por:</b>	

## MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES TURÍSTICAS

<b>Nombre de la Unidad:</b> Área de Fortalecimiento Técnico		Pág. 4 de 5	
<b>Dependencia Jerárquica:</b>	Gerencia del Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de San Miguel Tepezontes	<b>Unidades Subordinadas:</b>	Ninguna

### DESCRIPCIÓN GENERAL:

Esta área es la responsable de garantizar soporte técnico humano, material e infraestructura turística al municipio, tanto pública como privada de las iniciativas del Comité de Desarrollo Turístico para prestar los servicios de calidad y el desarrollo de buenas prácticas de turismo.

### FUNCIONES

- Comunicar a los entes de cada iniciativa los reglamentos en cuestión de calidad turística y buenas prácticas para que todos lo pongan en práctica en sus iniciativas.
- Llevar un control de la calidad que se brinda al turista en el desarrollo de las actividades y el servicio turístico.
- Dirigir el programa de señalización de la zona.
- Elaborar planes de emergencia, de atención y de otros relacionados a la salud del turista.
- Gestionar los planes de mantenimiento de la infraestructura y atractivos turísticos públicos en coordinación con la municipalidad e instituciones del gobierno central.
- Coordinar con las iniciativas del buen mantenimiento de la infraestructura turística privada.
- Mantenerse actualizado con la información pertinente a la calidad turística y a las buenas prácticas turísticas.
- Coordinar las capacitaciones y formación técnica del personal.
- Gestionar la seguridad que brindará la POLITUR y la municipalidad.

<b>Elaborado por:</b>		<b>Aprobado por:</b>	
-----------------------	--	----------------------	--

## MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES TURÍSTICAS

<b>Nombre de la Unidad:</b> Área de Comercialización y Operación Turística		Pág. 5 de 5	
<b>Dependencia Jerárquica:</b>	Gerencia del Comité de Desarrollo Turístico de la Alcaldía de San Miguel Tepezontes	<b>Unidades Subordinadas:</b>	Ninguna
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>			
<p>Esta área es la responsable de planificar y ejecutar la promoción del turismo en el municipio de San Miguel Tepezontes y a la vez comercializar los paquetes turísticos.</p>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar y operar campañas de mercadotecnia e información que se orienten a incrementar las corrientes turísticas, aplicando los elementos de comunicación, promoción y publicidad.</li> <li>• Analizar los componentes del sistema turístico, su desarrollo evolutivo, así como su problemática en el ámbito sociocultural, político, económico y natural, a fin de proponer alternativas de solución o políticas de desarrollo y fomento para el sector.</li> <li>• Participar en reuniones programadas por la Alcaldía Municipal para el desarrollo y beneficio turístico del municipio.</li> <li>• Promover, coordinar y desarrollar eventos de promoción turística, como son los circuitos turísticos, exposiciones y ferias nacionales, con la finalidad de impulsar y dar a conocer el legado histórico del municipio.</li> <li>• Realizar reportes bimestrales con información de las actividades realizadas.</li> <li>• Dirigir y coordinar la realización del plan de marketing.</li> <li>• Establecer y contratar servicios de especialistas para elaborar estudios de mercado que se consideren necesarios.</li> <li>• Desarrollar y mantener la marca turística del municipio.</li> </ul>			
<b>Elaborado por:</b>		<b>Aprobado por:</b>	

## **REQUISITOS PARA SER SOCIA(O) DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

---

1. Cualquier iniciativa empresarial comunitaria o familiar que preste servicios que se puedan vincular a la actividad turística.
2. Ser mayor de dieciocho años de edad.
3. Las personas interesadas en ingresar al Comité de Desarrollo Turístico de San Miguel Tepezontes deberán solicitarlo de forma escrita a la Junta Directiva. La Junta Directiva al comprobar que el solicitante cumple con los requisitos establecidos en los literales anteriores, lo someterán a Asamblea General para que sea aprobada por medio de acuerdo.

## **DERECHOS DE LOS SOCIOS(AS) DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

---

1. Participar con voz y voto en las asambleas generales, a través de su representante ante la misma.
2. Asistir con puntualidad a las sesiones de la Asamblea General previa convocatoria escrita u oral.
3. Presentar propuestas y sugerencias a la Asamblea General.
4. Ser beneficiados de los recursos materiales, financieros, servicios técnicos, capacitaciones y privilegios que brinde el Comité.
5. Las demás que se establezcan en los planes de trabajo del Comité de Desarrollo Turístico de San Miguel Tepezontes.

**OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS(AS) DEL COMITÉ DE DESARROLLO  
TURÍSTICO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES**

---

1. Asistir a las asambleas generales y acatar los acuerdos válidamente adoptados por el Comité de Desarrollo Turístico de San Miguel Tepezontes.
2. Ocupar los cargos por los que resulten elegidos y desempeñar fielmente las obligaciones inherentes a los mismos.
3. Cumplir fielmente con los principios y valores establecidos por el Comité de Desarrollo Turístico.
4. Participar y realizar cuantas tareas les sean encomendadas por la Asamblea General, la Junta Directiva o las Comisiones o Comités que pudieran crearse.
5. Cumplir los demás deberes que resulten de los preceptos legales o de los acuerdos válidamente adoptados por el Comité de Desarrollo Turístico, tales como representaciones, participar en eventos, acatar disposiciones, cumplir con aportaciones en dinero o especies, entre otras.

**DADO EN LA MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL TEPEZONTES,  
DEPARTAMENTO DE LA PAZ, A LOS \_\_\_\_\_ DÍAS DEL MES DE  
\_\_\_\_\_ DE DOS MIL DIECISIETE.**

**Aprobado en Sesión Ordinaria celebrada el \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ de dos mil diecisiete.**

**Acuerdo Número \_\_\_\_\_.**

**Acta Número \_\_\_\_\_.**

## ANEXO 9. INVERSIÓN PÚBLICA

<b>MIRADOR DE ALTOS DE SOLEDAD DE LAS FLORES Y MIRADOR FINCA EL MOJÓN</b>	<b>CANTIDAD DE RECURSOS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Señalización y Rotulaciones</b> de material aluminio, impresos de manera digital sobre la superficie del rótulo.	60	\$5.00	\$300.00
<b>Basureros</b> de Forma: Cilíndrica Medidas: Altura de 60 centímetros, ancho de 35 centímetros de diámetro Material: Metal, lámina plegable #13 ½”.	4	\$90.00	\$360.00
<b>Construcción de infraestructura para Cafetín</b>	2	\$5,000.00	\$10,000.00
<b>Bancos de descanso</b> de 4 patas y diseño ergonómico, de madera y hierro fundido, altura: 16”, apoyabrazos de 12”, capacidad de 330 lb.	8	\$70.00	\$560.00
Extintor PQS: <b>Polvo químico seco para incendios A, B y C, fuídizado y siliconizado con mónosfato de amonia, de 12 Kg.</b>	2	\$50.00	\$100.00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 11,320.00</b>

<b>PLAYA POZA VERDE (LAGO DE ILOPANGO)</b>	<b>CANTIDAD DE RECURSOS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Canopy</b> , color blanco, marca Impact Canopy, polyester, 56 lb. 10 x 10.	5	\$200.00	\$1,000.00
<b>Sillas</b>	100	\$4.75	\$475.00
<b>Mesas</b>	25	\$10.00	\$250.00
<b>Señalización y Rotulaciones</b> de material aluminio, impresos de manera digital sobre la superficie del rótulo.	40	\$5.00	\$200.00
<b>Basureros</b> Forma: <b>Cilíndrica</b> Medidas: <b>Altura de 60 centímetros, ancho de 35 centímetros de diámetro</b> Material: <b>Metal, lámina plegable #13 ½”.</b>	10	\$90.00	\$900.00
<b>Basureros con luminaria</b> Forma: <b>Trapezoidal</b> Medidas: <b>Altura de 40 – 45 centímetros, frente y ancho de área superior de 30 – 35 centímetros, fondo de ancho de área superior de 30 – 35 centímetros y bordes de los recipientes cóncavos</b> Material: <b>Metal (lámina calibre 1/16 color negro)</b>	10	\$225.00	\$2,250.00
<b>Construcción de Muelle Artesanal</b>	1	\$33,723.77	\$33,723.77
<b>Construcción de cancha de Futbol Playa sencilla sin graderías</b>	1	\$2,000.00	\$2,000.00

<b>Mejora en las Vías de Acceso, Iluminación y Señalización hacia el Lago de Ilopango</b>	4.7 km	\$50,000.00	\$50,000.00
<b>Bancos de descanso</b> de 4 patas y diseño ergonómico, de madera y hierro fundido, altura: 16”, apoyabrazos de 12”, capacidad de 330 lb.	10	\$70.00	\$700.00
Extintor PQS: <b>Polvo químico seco para incendios A, B y C, fuídizado y siliconizado con monósfato de amonia, de 12 Kg.</b>	1	\$50.00	\$50.00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 91,548.77</b>

<b>ISLA CERRÓN LOS PATOS (LAGO DE ILOPANGO)</b>	<b>CANTIDAD DE RECURSOS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Señalización y Rotulaciones</b> de material aluminio, impresos de manera digital sobre la superficie del rótulo.	10	\$5.00	\$50.00
<b>Construcción de Embarcadero de lanchas</b>	1	\$ 2,000.00	\$2,000.00
<b>Construcción de Senderos, 400 metros</b>	1	\$ 1,000.00	\$1,000.00
<b>Bancos de descanso</b> de 4 patas y diseño ergonómico, de madera y hierro fundido, altura: 16”, apoyabrazos de 12”, capacidad de 330 lb.	4	\$70.00	\$280.00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 3,330.00</b>

<b>CASCO URBANO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES</b>	<b>CANTIDAD DE RECURSOS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Canopy</b> , color blanco, marca Impact Canopy, polyester, 56 lb. 10 x 10.	5	\$200.00	\$1,000.00
<b>Mesas</b>	35	\$10.00	\$350.00
<b>Sillas</b>	150	\$4.75	\$712.50
<b>Señalización y Rotulaciones</b> de material aluminio, impresos de manera digital sobre la superficie del rótulo.	40	\$5.00	\$200.00
<b>Basureros</b> Forma: <b>Cilíndrica</b> Medidas: <b>Altura de 60 centímetros, ancho de 35 centímetros de diámetro</b> Material: <b>Metal, lámina plegable #13 ½”.</b>	10	\$90.00	\$900.00
<b>Basureros con luminaria</b> de Forma: <b>Trapezoidal</b> Medidas: <b>Altura de 40 – 45 centímetros, frente y ancho de área superior de 30 – 35 centímetros, fondo de ancho de área superior de 30 – 35 centímetros y bordes de los recipientes cóncavos</b> Material: <b>Metal (lámina calibre 1/16 color negro)</b>	10	\$225.00	\$2,250.00
<b>Juegos para niños</b>	2	\$150.00	\$300.00



<b>Bancos de descanso</b> de 4 patas y diseño ergonómico, de madera y hierro fundido, altura: 16", apoyabrazos de 12", capacidad de 330 lb.	20	\$70.00	\$1,400.00
Extintor PQS: <b>Polvo químico seco para incendios A, B y C, fuídizado y siliconizado con mónosfato de amonia, de 12 Kg.</b>	1	\$50.00	\$50.00
<b>Construcción de quiosco de información turística con un diseño armónico y atrayente al visitante.</b> Forma: <b>Cilíndrica</b> Dimensiones: <b>2 a 2.30 metros de diámetro y de altura 2.50 a 2.80 metros de piso al cielo falso, libre del techo</b> Material: <b>Laminas metálicas calibre de 1/16 pulgadas</b> Mobiliario: <b>Un mostrador a lo largo del frente del kiosko, dos sillas de escritorio, estantería para colocar brochures, estantería para colocar souvenirs y promocionales</b> Electricidad: <b>La acometida debe de quedar lista para instalar la electricidad en el kiosko, considerando 4 tomacorrientes</b> Luz y ventilación: <b>Debe contar con dos luminarias en el interior y exterior, al centro un ventilador de techo con luz. En la parte frontal se requiere luces LED blancas</b>	1	\$10,000.00	\$10,000.00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 17,162.50</b>

## PRESUPUESTO DE MUELLE ARTESANAL

<b>CONSTRUCCIÓN DE MUELLE ARTESANAL</b>					
<b>PROPIETARIO</b>					
<b>ESTIMACIÓN DE PRESUPUESTO (15 Días)</b>					
N°	ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	SUB-TOTAL	TOTAL
<b>PARTIDA N° 1 – Desmontable – Demolición y Desalojo</b>					
1	Limpieza y chapeo de árboles y espinos con retroexcavadora	M2	100	\$0.21	\$21.00
2	Desalojo de material de tierra y árboles	Unidad	1	\$20.00	\$20.00
					<b>\$41.00</b>
<b>PARTIDA N° 2 – Instalaciones Provisionales</b>					
3	Bodega	SG	1	\$300.00	\$300.00
4	Instalación de Energía Eléctrica Provisional	SG	1	\$300.00	\$300.00

5	Seguridad durante la realización del Proyecto	SG	1	\$300.00	\$300.00
6	Instalaciones Sanitarias Provisionales	SG	1	\$120.00	\$120.00
7	Instalación de Agua Potable Provisional	SG	1	\$840.00	\$840.00
					<b>\$1,860.00</b>
<b>PARTIDA N° 3 – Terracería, Trazo y Nivelación</b>					
8	Trazo y Nivelación p/construcción por unidad de área	M2	600	\$0.26	\$156.00
9	Excavación para muro de piedra	ML	80	\$20.00	\$1,600.00
11	Relleno Compactado con material selecto muro 1	M3	25	\$44.55	\$1,113.75
12	Relleno Compactado con material selecto muro 2	M3	25	\$44.55	\$1,113.75
					<b>\$3,983.50</b>
<b>PARTIDA N° 4 – Estructura de Techos y Cubierta</b>					
16	Polín “c” de 2” x 4” Chapa 16 a/c 0,90 mt.	ML	540	\$17.50	\$9,450.00
17	Cubierta de lámina de aleación de aluminio y zinc	M2	600	\$6.80	\$4,080.00
					<b>\$13,530.00</b>
<b>PARTIDA N° 5 – Pisos</b>					
20	Piso de concreto 1:2:2 para colocar cerámica e= 0,05 m.	M2	600	\$12.00	\$7,200.00
21	Piso de concreto 1:2:2 en acera perimetral	M2	100	\$12.87	\$1,287.00
					<b>\$8,487.00</b>
<b>PARTIDA N° 6 - Varios</b>					
Sub – Total					\$27,901.50
Dirección Técnica				10%	\$2,790.15
Elaboración de Planos y Presupuesto					\$800.00
Impuesto de Construcción				3%	\$837.05
Imprevistos				5%	\$1,395.08
<b>TOTAL</b>					<b>\$33,723.77</b>

## ANEXO 10. INVERSIÓN PRIVADA

COOPERATIVA DE PESCA SAN JOSÉ EL PEGADERO	CANTIDAD DE RECURSOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>Baño Portátil</b>	2	\$31.90 (diario)	\$9,187.20
<b>Canopy</b> , color blanco, marca Impact Canopy, polyester, 56 lb. 10 x 10.	5	\$200.00	\$1,000.00
<b>Mesas</b>	50	\$10.00	\$500.00
<b>Sillas</b>	200	\$4.75	\$950.00
<b>Vajillas</b>	15	\$35.00	\$525.00
<b>Vasos</b>	200	\$0.40	\$80.00
<b>Tazas</b>	100	\$0.40	\$40.00
<b>Cubiertos</b>	200	\$2.00	\$400.00
<b>Construcción de senderos, Iluminación y Señalización Turística interna</b>	800 metros	\$3,000.00	\$3,000.00
<b>Señalización externa</b>	10	\$5.00	\$50.00
<b>Aparcamiento</b>	300 metros	\$5,000.00	\$5,000.00
<b>Basureros</b> Forma: Cilíndrica Medidas: Altura de 60 centímetros, ancho de 35 centímetros de diámetro Material: Metal, lámina plegable #13 ½”.	5	\$90.00	\$450.00
<b>Basureros con luminaria</b> Forma: Trapezoidal Medidas: Altura de 40 – 45 centímetros, frente y ancho de área superior de 30 – 35 centímetros, fondo de ancho de área superior de 30 – 35 centímetros y bordes de los recipientes cóncavos Material: Metal (lámina calibre 1/16 color negro)	5	\$225.00	\$1,125.00
<b>Lancha</b> , motor 3300 40 YAMAHA, 30 pies de grande, capacidad para 20 personas, con estructura de techo de 200	3	\$3,000.00	\$9,000.00
<b>Cañas de pescar</b> , tipo spinning, medianas de 213.4 cm, marca Shimano	50	\$45.00	\$2,250.00
<b>Chalecos Salvavidas</b> , aprobado por la guardia costera de EEUU. 3 lb. Marca Obrien, tallas de S – XL	50	\$50.00	\$2,500.00
<b>Motos Acuáticas</b>	4	\$1,200.00	4,800.00
<b>Kayak</b>	4	\$400.00	\$1,600.00
<b>Bancos de descanso</b> de 4 patas y diseño ergonómico, de madera y hierro fundido, altura: 16”, apoyabrazos de 12”, capacidad de 330 lb.	10	\$70.00	\$700.00
<b>Construcción de Canopys de aventura</b>	1	\$10,000.00	\$10,000.00
<b>Lazo</b> de Henequén	25	\$1.80	\$45.00
<b>Arnés Petzl Sama</b> , tallas XS, M, L y XL. 350 gramos	5	\$75.00	\$375.00

<b>Casco de Seguridad Unisex</b> , colores blanco, azul y negro. Material de policarbonato, 54 – 58 cm, marca GIANT	5	\$35.00	\$175.00
<b>Construcción de infraestructura para comercialización de productos de la cooperativa</b>	1	\$15,000.00	\$15,000.00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 68,752.20</b>

<b>COOPERATIVA DE CAFÉ TEPECZUNT</b>	<b>CANTIDAD DE RECURSOS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Canopy</b> , color blanco, marca Impact Canopy, polyester, 56 lb. 10 x 10.	3	\$200.00	\$600.00
<b>Mesas</b>	35	\$10.00	\$350.00
<b>Sillas</b>	150	\$4.75	\$712.50
<b>Vajillas</b>	15	\$35.00	\$525.00
<b>Vasos</b>	150	\$0.40	\$60.00
<b>Tazas</b>	150	\$0.40	\$60.00
<b>Cubiertos</b>	150	\$2.00	\$300.00
<b>Cafeteras de uso industrial</b> , West Bend 33600, 100 tazas, 16.3 litros	2	\$199.90	\$399.80
<b>Construcción de senderos, Iluminación y Señalización Turística interna</b>	800 metros	\$3,000.00	\$3,000.00
<b>Señalización externa</b>	10	\$5.00	\$50.00
<b>Aparcamiento</b>	300 metros	\$5,000.00	\$5,000.00
<b>Bancos de descanso</b> de 4 patas y diseño ergonómico, de madera y hierro fundido, altura: 16”, apoyabrazos de 12”, capacidad de 330 lb.	10	\$70.00	\$700.00
<b>Basureros</b> Forma: <b>Cilíndrica</b> Medidas: <b>Altura de 60 centímetros, ancho de 35 centímetros de diámetro</b> Material: <b>Metal, lámina plegable #13 ½”.</b>	5	\$90.00	\$450.00
<b>Basureros con luminaria</b> Forma: <b>Trapezoidal</b> Medidas: <b>Altura de 40 – 45 centímetros, frente y ancho de área superior de 30 – 35 centímetros, fondo de ancho de área superior de 30 – 35 centímetros y bordes de los recipientes cóncavos</b> Material: <b>Metal (lámina calibre 1/16 color negro)</b>	5	\$225.00	\$1,125.00
<b>Construcción de infraestructura para comercialización de productos de la cooperativa</b>	1	\$15,000.00	\$15,000.00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 28,332.30</b>

<b>INVERSIÓN PRIVADA</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Cooperativa de Pesca San José El Pegadero	\$ 68,752.20
Cooperativa de Café Tepeczun	\$ 28,332.30
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 97,084.50</b>

## ANEXO 11. INVERSIÓN DE PLAN DE MARKETING

<b>TELEVISIÓN</b>	<b>N° DE SPOTS</b>	<b>SEGUNDOS</b>	<b>PRECIO UNITARIO CON IVA</b>	<b>PRECIO TOTAL (MENSUAL) CON IVA</b>	<b>PRECIO TOTAL (ANUAL) CON IVA</b>
<b>TELECORPORACIÓN SALVADOREÑA (Canales 2, 4 y 6) TCS</b>	1	30	\$750.00	\$750.00	\$9,000.00
<b>CANAL DOCE</b>	1	30	\$150.00	\$150.00	\$1,800.00
<b>MEGAVISIÓN</b>	1	30	\$130.00	\$130.00	\$1,560.00
<b>CANALES PAGOS POR CABLE</b>	1	30	\$450.00	\$450.00	\$5,400.00
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>120</b>		<b>\$1,480.00</b>	<b>\$17,760.00</b>

<b>RADIO</b>	<b>N° DE CUÑAS</b>	<b>SEGUNDOS</b>	<b>PRECIO UNITARIO CON IVA</b>	<b>PRECIO TOTAL (MENSUAL) CON IVA</b>	<b>PRECIO TOTAL (ANUAL) CON IVA</b>
<b>RADIO CORPORACIÓN (Scan, Club, YXY, Globo, La Mejor Fm, EXA)</b>	4	30	\$10.00	\$40.00	\$480.00
<b>VOX FM</b>	4	30	\$15.00	\$60.00	\$720.00
<b>ABC</b>	4	30	\$15.00	\$60.00	\$720.00
<b>MIL 80</b>	4	30	\$15.00	\$60.00	\$720.00
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>120</b>		<b>\$220.00</b>	<b>\$2,640.00</b>

<b>INTERNET</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>PRECIO DE ELABORACIÓN</b>	<b>PRECIO TOTAL (ANUAL) CON IVA</b>
<b>PÁGINA WEB</b>	12 Meses	\$450.00	\$450.00

<b>VALLAS</b>	<b>N° DE ARRENDAMIENTO</b>	<b>PRECIO DE ARRENDAMIENTO</b>	<b>PRODUCCIÓN CON IVA</b>	<b>PRECIO TOTAL (ANUAL) CON IVA</b>
14.65 X 4.27 MTS	2	\$1,500.00	\$850.00	\$3,850.00
12 X 4 MTS	2	\$1,000.00	\$475.00	\$2,475.00
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>			<b>\$6,325.00</b>

MUPIS	N° DE ARRENDAMIENTO	PRECIO DE ARRENDAMIENTO	PRODUCCIÓN CON IVA	PRECIO TOTAL (ANUAL) CON IVA
BÁSICOS	2	\$200.00	\$30.00	\$430.00
PREMIUM	2	\$275.00	\$30.00	\$580.00
CILÍNDRICOS	2	\$300.00	\$30.00	\$630.00
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>			<b>\$1,640.00</b>

PROMOCIONALES	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO DE ELABORACIÓN	PRECIO TOTAL (ANUAL) CON IVA
BROCHURES / TRÍPTICOS	Diseño, redacción e impresión de Brochure. <b>Medida Final:</b> 8.5" x 3.66" <b>Material:</b> Papel couche b-80 <b>Acabados:</b> Doble de brochure en 3 cuerpos	7,000 unidades	\$0.07	\$490.00
MAPAS TURÍSTICOS	Diseño, diagramación e impresión. <b>Impresión:</b> Full Color <b>Acabado Final:</b> Mapa de bolsillo, mapa del municipio con los circuitos turísticos, conectividad vial y sus principales atractivos turísticos <b>Logos:</b> Pueblos Vivos, Ministerio de Turismo, CORSATUR y marca turística del municipio de San Miguel Tepezontes <b>Idioma:</b> Inglés y Español <b>Tipo de Doble:</b> Doblado a siete (7) cuerpos de lados de 25" y posterior a dos (2) cuerpos de lado de 18" <b>Medidas / Detalle:</b> Tamaño abierto 25" ancho x 18" alto. Tamaño cerrado de 9" x 4.9" en papel couche base 80	1,000 unidades	\$0.50	\$500.00
CAMISAS PROMOCIONALES	<b>Material:</b> Algodón, 200 gr. <b>Tallas Disponibles:</b> XS, S, M, L, XL, 2XL <b>Impresión:</b> Serigrafía o bordado. <b>Colores:</b> Blanco, negro, gris, rojo y azul <b>Estilo:</b> Unisex	150 unidades	\$2.00	\$300.00
GORRAS PROMOCIONALES	<b>Área de Bordado:</b> Frontal. <b>Medida de Bordado:</b> Tamaño máximo de 10 cm de ancho <b>Colores:</b> Blanco, negro, gris, rojo y azul <b>Estilo:</b> Unisex	50 unidades	\$2.90	\$145.00

<b>BOLÍGRA FOS PROMOCIONALES</b>	<b>Material:</b> Plástico <b>Medida:</b> 14.4 cm <b>Técnica de Impresión:</b> Serigrafía <b>Colores:</b> Cuerpo blanco con detalles: azules, rojos, verdes o naranjas	2,000 unidades	\$0.25	\$500.00
<b>SQUEEZES PROMOCIONALES</b>	<b>Material:</b> Acrílico <b>Técnica de Impresión:</b> Serigrafía <b>Colores:</b> Blanco, azul, rojo y verde <b>Capacidad:</b> 100 ml.	2,000 unidades	\$0.75	\$1,500.00
<b>BOLSA ECOLÓGICA PROMOCIONAL</b>	<b>Material:</b> Polipropileno <b>Medida:</b> Altura 40 cm, ancho 34.5 cm y profundidad de 8 cm. <b>Técnica de Impresión:</b> Serigrafía <b>Colores:</b> Blanco, azul, rojo y verde	500 unidades	\$0.75	\$375.00
<b>LLAVEROS PROMOCIONALES</b>	<b>Material:</b> Acrílico <b>Técnica de Impresión:</b> Serigrafía <b>Colores:</b> Cuerpo color transparente	2,000 unidades	\$0.25	\$500.00
<b>PARTICIPACIÓN EN FERIAS TURÍSTICAS</b>	<b>Participación en ferias turísticas:</b> 2 Nacionales y 2 Regionales	4 participaciones	\$500.00	\$2,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 6,310.00</b>

## ANEXO 12. INVERSIÓN DE PLAN DE ORGANIZACIÓN

<b>PLAN DE ORGANIZACIÓN TURÍSTICA</b>	<b>CANTIDAD DE RECURSOS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL ANUAL CON IVA</b>
Pizarrón de porcelana blanca 96" x 40"	1 pizarrón	\$300.99	\$300.99
Cámara Fotográfica Sony 20 Mega Pixeles	1 cámara	\$250.00	\$250.00
Proyector USB, HDMI, EPSON, 2040 Full HD, 3D, 3LCD	1 proyector	\$699.99	\$699.99
Computadora HP E525W todo en 1, 23", 4 GB de RAM, 1 TB HDD, Windows 10	2 computadoras	\$499.99	\$999.98
Impresora Dell laser Todo en 1, a color inalámbrica, USB 2.0	1 impresor	\$199.00	\$199.00
Cartucho de Tóner HP Color Negro	10 cartuchos	\$18.00	\$180.00
Cartucho de Tóner HP a Color	8 cartuchos	\$22.00	\$176.00
Papel Bond	6 resmas	\$3.80	\$22.80
Lapiceros	200 lapiceros	\$0.15	\$30.00
Oficina del Comité de Desarrollo Turístico* El local para capacitaciones será de la Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes, lo que no genera costo alguno.	1 local	-----	-----

Silla plástica plegable blanca	50 sillas	\$ 4.75	\$237.50
Sillas Secretariales	5 sillas	\$25.00	\$125.00
Mesa plástica desplegable	10 mesas	\$10.00	\$100.00
Escritorio	2 escritorio	\$199.00	\$398.00
Archivero	1 archivero	\$70.00	\$70.00
Dispensador de Agua (Oasis)	1 dispensador	\$95.00	\$95.00
Agua Potable	12 meses	\$5.00	\$60.00
Servicio de Energía Eléctrica	12 meses	\$20.00	\$240.00
Telefonía e Internet Digicel, router portátil de 10 GB	12 meses	\$20.00	\$240.00
Radios Comunicadores	10 radios	\$24.00	\$240.00
Software para Sistema Contable	1 software	\$699.00	\$699.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5,363.26</b>

<b>LEGALIZACIÓN DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE SMT</b>	<b>SUB TOTAL</b>
Escritura de Constitución de Sociedad	\$150.00
Legalización de los Libros Contables	\$75.00
Legalización de libros de IVA	\$25.00
Inscripción del Balance Inicial	\$75.00
Inscripción en MINTRAB, ISSS y AFP	\$20.00
Inscripción para Pago de Impuestos Municipales	\$100.00
Fabricación de Facturas	\$50.00
Inscripción a CORSATUR	\$125.00
Inscripción a DYGESTIC	\$15.00
Inscripción en CNR	\$21.00
Fianza de Obtención de permiso del Ministerio de Medio Ambiente	\$1,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,656.00</b>



<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Días Trab.</b>	<b>Salario</b>	<b>AFP</b>	<b>ISSS</b>	<b>RENTA</b>	<b>Total Des.</b>	<b>Líquido a pagar</b>	<b>EMPLEADOS</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>
<b>1</b>	Coordinador Ejecutivo	<b>30</b>	\$ 400.00	\$ 12.00	\$ 25.00	\$ -	\$ 37.00	\$ 363.00	<b>1</b>	\$ 400.00
<b>2</b>	Coordinador Técnico Contable	<b>30</b>	\$ 300.00	\$ 9.00	\$ 18.75	\$ -	\$ 27.75	\$ 272.25	<b>1</b>	\$ 300.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>										<b>\$ 700.00</b>

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Días Trab.</b>	<b>Salario</b>	<b>AFP</b>	<b>ISSS</b>	<b>AGUINALDO</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>
<b>1</b>	Enero	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ -	\$ 700.00
<b>2</b>	Febrero	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ -	\$ 700.00
<b>3</b>	Marzo	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ -	\$ 700.00
<b>4</b>	Abril	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ -	\$ 700.00
<b>5</b>	Mayo	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ -	\$ 700.00
<b>6</b>	Junio	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ -	\$ 700.00
<b>7</b>	Julio	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ -	\$ 700.00
<b>8</b>	Agosto	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ -	\$ 700.00
<b>9</b>	Septiembre	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ -	\$ 700.00
<b>10</b>	Octubre	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ -	\$ 700.00
<b>11</b>	Noviembre	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ -	\$ 700.00
<b>12</b>	Diciembre	30	\$ 635.25	\$ 21.00	\$ 43.75	\$ 350.00	\$ 1,050.00
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>\$ 8,750.00</b>

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Días Trabajados al Año</b>	<b>Salario por Día</b>	<b>EMPLEADOS</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Guía Turístico	144	\$ 25.00	2	\$ 7,200.00
Salvavidas	144	\$ 25.00	1	\$ 3,600.00
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$ 10,800.00</b>

## **ANEXO 13. EVALUACIÓN SOCIO - ECONÓMICA**

### **1. ASPECTOS ECONÓMICOS**

#### **1.1. Aprovechamiento y Promoción de los Recursos**

El aprovechamiento y promoción de los recursos es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sostenibilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los turistas. El municipio de San Miguel Tepezontes cuenta con muchísimos recursos naturales y culturales, con la realización del proyecto de Diseño Turístico se crearán y ampliarán los servicios turísticos que ofrece el municipio, a partir de las iniciativas tomadas en cuenta para la elaboración de los circuitos turísticos en el capítulo 4 del presente documento.

#### **1.2. Aumento del Turismo**

Con el aumento del turismo en el municipio de San Miguel Tepezontes se generan los siguientes beneficios:

- Genera aumento económico favoreciendo el país.
- Se da lugar a la generación de puestos de trabajo.
- Genera ingresos económicos para las más variadas labores de la sociedad.
- Elimina los prejuicios que se tienen con el municipio.
- Fomenta un interés cultural de los locales para con su propio país.
- Mejora la infraestructura del municipio.

#### **1.3. Generación de Empleos Directos e Indirectos**

El proyecto de Diseño Turístico en el municipio de San Miguel Tepezontes crea una nueva fuente de ingresos en la comunidad, dado que se necesita contratar personal para brindar los servicios turísticos ofertados.

### ***Empleos Directos***

Se establece que el proyecto de Diseño Turístico está generando al Comité de Desarrollo Turísticos y sus iniciativas privadas, un total de veintiún empleos directos.

<b>LUGAR</b>	<b>EMPLEOS DIRECTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL DE EMPLEOS</b>
Comité de Desarrollo Turístico de San Miguel Tepezontes	5	1	5
Iniciativas Privadas	5	2	10
Otras Iniciativas	2	3	6

Se considera que, por cada empleo directo generado, se beneficia a una familia conformada por cuatro personas, por lo tanto, son 84 personas beneficiadas en total.

### ***Empleos Indirectos***

El Ministerio de Turismo plantea que por cada empleo directo que genera el sector turismo, se generan tres empleos indirectos, entre los cuáles, podrían considerarse los comerciantes de diferentes productos con los que se abastecen de insumos, las personas del transporte público de la zona, etc. Se establece que el proyecto de Diseño Turístico propuesto generará entre el CDTSMT y las iniciativas privadas un total de sesenta y tres empleos indirectos.

<b>LUGAR</b>	<b>EMPLEOS INDIRECTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL DE EMPLEOS</b>
Comité de Desarrollo Turístico de San Miguel Tepezontes	15	1	15
Iniciativas Privadas	15	2	30
Otras Iniciativas	6	3	18

Se considera que, por cada empleo indirecto generado, se beneficia a una familia conformada por cuatro personas, por lo tanto, son 252 personas beneficiadas en total.

## **2. ASPECTOS SOCIALES**

### **2.1. Educación**

El proyecto generará educación al capacitar al personal en la preparación de alimentos, atención al cliente, buenas prácticas de los guías turísticos y prestación de servicios turísticos. Indirectamente el proyecto favorece al contribuir en la generación de ingresos a los empleados, los cuales pueden acceder a la educación para sí mismos o para su familia.

### **2.2. Salud**

Se espera mejorar mediante el proyecto de Diseño Turístico las condiciones de salud de los habitantes del municipio, ya que la visita de los turistas motivará a mantener limpio y libre de basura el municipio. Otra manera de contribuir al sector salud mediante el turismo es afiliando a los empleados directos de las iniciativas tanto públicas como privadas a los beneficios del ISSS.

#### **2.2.1.1. Seguridad**

Mediante la coordinación con la Policía Nacional Civil y la división especializada de POLITUR, se tratará de promover acciones que ayuden o permitan disminuir la delincuencia dentro del municipio de San Miguel Tepezontes.

## **3. ASPECTOS CULTURALES**

### **3.1. Conservación de Patrimonios Culturales y Naturales**

Mediante la puesta en marcha del proyecto turístico, se deberá buscar por medio de la municipalidad en coordinación con las ONG's y organizaciones sociales, enfatizar en el rescate y promoción del patrimonio histórico cultural del municipio de San Miguel Tepezontes.