

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



**PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES
DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO PARA LA
COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L.**

PRESENTADO POR:

MARIO RUBÉN CAMPOS GONZÁLEZ

MÓNICA MERCEDES DE LA O APARICIO

LAURA MARICELA VELA BENAVIDES

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

INGENIERO INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, OCTUBRE DE 2017

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO GENERAL:

MSC. CRISTOBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

DECANO:

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

SECRETARIO:

ING. JULIO ALBERTO PORTILLO

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR:

ING. MANUEL ROBERTO MONTEJO SANTOS

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

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:

INGENIERO INDUSTRIAL

Título:

**PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES DEL
MUNICIPIO DE SUCHITOTO PARA LA COOPERATIVA
GUAZAPA TOURS DE R.L.**

Presentado por:

MARIO RUBÉN CAMPOS GONZÁLEZ

MÓNICA MERCEDES DE LA O APARICIO

LAURA MARICELA VELA BENAVIDES

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. JUAN ENRIQUE REYES RUIZ

SAN SALVADOR, OCTUBRE DE 2017

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. JUAN ENRIQUE REYES RUIZ

AGRADECIMIENTOS

Como equipo de trabajo estamos muy agradecidos con todas las personas e instituciones que de diversas maneras contribuyeron con aportes significativos para lograr llegar al final de esta etapa tan importante en nuestras vidas, por ello, deseamos aprovechar este espacio para agradecer infinitamente a todas estas personas:

A nuestro asesor: Ing. Enrique Reyes, que durante todo este tiempo nos brindó todo su apoyo, su compromiso nos alentó a seguir adelante y cumplir nuestros objetivos; además compartió sus conocimientos y experiencia para aplicarlas al trabajo de grado así como la orientación, amistad y confianza dedicada en esta etapa.

A la Escuela de Ingeniería Industrial: por la excelente formación académica que nos brindó durante estos años con cada uno de los docentes que formaron parte en nuestro proceso formativo como profesional.

A nuestra contraparte: Cooperativa Guazapa Tours de R.L. y el Dr. Orlando Barrera, por brindarnos la oportunidad y el privilegio de realizar nuestro trabajo de grado con su organización en beneficio de la comunidad, infinitas gracias por su compromiso y aportes indispensables para llevar a cabo este trabajo de grado.

A todas las iniciativas involucradas que con amabilidad nos brindaron su información y tomaron la decisión de formar de este proyecto.

A nuestros amigos: David Morales, Oscar Noyola y Josué Quintanilla, que sin ningún compromiso se involucraron y colaboraron en todo momento, gracias por su disposición y tiempo.

A todos ellos, infinitas gracias.

Grupo de trabajo.

AGRADECIMIENTOS

Sin duda, al culminar un trabajo tan arduo y lleno de dificultades como el desarrollo de un trabajo de grado, es inevitable pensar que la magnitud de ese esfuerzo habría sido imposible sin la iluminación divina y fortaleza que Dios todo poderoso nos ha proporcionado y sin dejar de lado el apoyo de personas e instituciones que de una u otra forma abonaron para que este trabajo llegue a un feliz término. Por todo lo anterior, es para mí un verdadero placer utilizar este espacio para reconocer a todos aquellos que me apoyaron, expresándoles mis más sinceros agradecimientos.

A Dios:

Principalmente quiero agradecer a Dios Todopoderoso por su inmensa misericordia y la divina gracia que he hallado ante sus ojos al haberme brindado la sabiduría y el entendimiento para poder llegar al final de mi carrera, por proveerme de todo lo necesario para salir adelante y así llegar al culmen de esta etapa en mi vida.

A mis padres:

Infinitas gracias. A mi madre Rosa Elena Campos por el apoyo incondicional que me brindó, por todos los sacrificios que hizo a lo largo de mi carrera, así como su comprensión y paciencia en momentos difíciles que tuvimos. A mi padre Francisco González Renderos, porque a pesar de todas las dificultades siempre me brindó su apoyo en la medida de lo posible.

A mi familia:

Por haberme acompañado en mi carrera y mi trabajo de grado, por todos esos momentos en los cuales su comprensión y apoyo fue una base que me sostuvo para seguir adelante y poder llegar al final de este camino.

- Silvia Karina González.
- Teresa de Jesús González.
- Karina Lisette Pérez De León.

A mis compañeras de tesis:

Mónica Mercedes De La O Aparicio y Laura Maricela Vela Benavides, que me aceptaron para poder complementarnos con nuestras debilidades y fortalezas, hicieron a un lado nuestras diferencias y me brindaron su amistad, confianza y apoyo.

A mis amigos:

Todos aquellos amigos como Oscar Eduardo Noyola Martínez y Javier Alberto Leonardo Nunfio que en algún momento de la vida se cruzaron en mi camino y me brindaron su apoyo.

Mario Rubén Campos González

AGRADECIMIENTOS

Al término de mi trabajo de grado quiero agradecer a todas esas personas que estuvieron tanto directamente como indirectamente brindándome todo tipo de apoyo en todo momento.

A mi Dios todo Poderoso:

Por ayudarme a cumplir una de mis mayores metas en mi vida profesional, por haberme dado sabiduría y mucha fortaleza en todo momento para culminar mi carrera universitaria satisfactoriamente, por ser mi respaldo, mi proveedor, mi padre mi todo.

A mi mamá:

Rosario del Carmen Aparicio Villalta por ser mi principal apoyo durante toda mi vida, por sus consejos, su amor, confianza y su ayuda en todo aspecto, sin la cual no habría podido lograr esta meta, le doy gracias por enseñarme a no tener miedo ni darme por vencida ante ningún problema y ser mi gran ejemplo a seguir, gracias por cada sacrificio.

A mis hermanos:

Alejandro José De la O Aparicio y Rodrigo Ernesto De la O Aparicio, por estar cuando más los he necesitado, por su ayuda y motivación durante toda mi carrera.

A mi tía:

Blanca Estela Aparicio de Lozano por haberme dado su comprensión, su apoyo incondicional durante todo el proceso de mi carrera, por sus oraciones que me acompañaron hasta el final.

A mis abuelos:

Carlos Villalta y Francisca Aparicio, que fueron mis segundos padres, gracias por tanto amor y cuidado, que sé que este momento hubiera sido tan especial para ustedes como lo es para mí.

A mis compañeros de tesis:

Laura Maricela Vela Benavides y Mario Rubén Campos González, por su paciencia y dedicación en nuestro trabajo de tesis ya que a pesar de ciertos obstáculos, estuvimos juntos y los logramos superar pudiendo decir que hicimos excelente equipo.

Muchas gracias a mis amigas que estuvieron dándome apoyo en todo momento de mi carrera hasta llegar a mi tesis, por sus palabras y oraciones.

Mónica Mercedes De la O Aparicio.

AGRADECIMIENTOS

Al concluir esta etapa tan importante de mi vida, quiero hacer mención en este apartado como muestra de agradecimiento a todas las personas que de manera personal han sido mi apoyo incondicional, sin ellos no habría logrado finalizar mi etapa universitaria.

A Dios:

Por ser mi fortaleza, por cumplir cada una de sus promesas, porque siempre ha estado presente en mi vida y me ha demostrado que quien pone primero a Dios todo lo demás le vendrá por añadidura, gracias mi Jesús por llenar mi vida de amor y mostrarme que quien va de tu mano nunca se verá defraudado.

A mis padres:

Oscar Alberto Vela Alvarado y Ana Maricela Benavides de Vela por darme la oportunidad de estudiar, por ser mi apoyo incondicional aun en esos momentos más difíciles de mi carrera, gracias por enseñarme el valor de la familia, la disciplina y los principios religiosos y morales bajo los cuales me he formado; gracias por invertir tiempo y dinero en mi formación profesional y porque siempre han confiado en mis capacidades, esto se los debo a ustedes, los amo mucho.

A mis hermanos:

Diana, Oscar, y Gaby gracias por ser mi inspiración y modelos a seguir, por cada palabra de ánimo y ayuda brindado en el momento oportuno.

A mis abuelitos y tíos:

Gracias por apoyarme en cada momento de mi carrera y por siempre estar pendiente de mí; tía Lila, tío Armando y tío Jaime, sé que los enorgullezco a cada uno; a mi abuelita Isaura por siempre cuidarme y a mi abuelito Matías, Miguel y Lucia que desde el cielo me cuidan y sé que también compartirían con alegría este logro profesional.

A mis compañeros de tesis:

Mónica Mercedes de La O Aparicio y Mario Rubén Campos González, por su compromiso en nuestro trabajo de tesis, por su apoyo en los momentos más difíciles, gracias por su amistad y porque logramos ser un excelente equipo de trabajo.

A mis amigos:

Gracias de manera especial a Guillermo de Jesús Rivas Arias por su amistad y apoyo, gracias por la paciencia de explicarme y ayudarme a superarme académicamente.

Por ultimo pero no menos importante a mi novio David Alexander Morales Gálvez por acompañarme en cada momento, por escucharme, por siempre estar dispuesto a ayudarme y por cada palabra de apoyo, muchas gracias.

Laura Maricela Vela Benavides.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|------------|
| INTRODUCCION..... | 1 |
| OBJETIVOS..... | 3 |
| ALCANCES..... | 4 |
| LIMITACIONES..... | 4 |
| CAPITULO I. GENERALIDADES DEL ESTUDIO..... | 5 |
| I. GENERALIDADES DEL ESTUDIO..... | 6 |
| A. ANTECEDENTES DEL MERCADO TURÍSTICO..... | 6 |
| 1. TURISMO MUNDIAL..... | 6 |
| 2. TURISMO EN EL SALVADOR..... | 7 |
| 3. TENDENCIAS EN EL SECTOR TURISMO..... | 14 |
| 4. NUEVOS NICHOS DE CLIENTES EN EL SECTOR TURISMO..... | 16 |
| B. MARCO INSTITUCIONAL Y LEGAL..... | 18 |
| 1. INSTITUCIONES REGULADORAS DEL TURISMO EN SUCHITOTO Y EL SALVADOR..... | 18 |
| 2. NORMATIVAS QUE REGULAN EL TURISMO EN SUCHITOTO Y EL SALVADOR..... | 20 |
| 3. PLAN MAESTRO DE DESARROLLO TURÍSTICO EN SUCHITOTO..... | 24 |
| CAPITULO II. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DEL TURISMO RURAL EN SUCHITOTO..... | 25 |
| II. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DEL TURISMO RURAL EN SUCHITOTO.... | 26 |
| A. MARCO CONCEPTUAL DEL TURISMO..... | 26 |
| 1. DEFINICIÓN DE TURISMO..... | 26 |
| 2. EL PRODUCTO TURÍSTICO..... | 26 |
| 3. LA OFERTA TURÍSTICA..... | 29 |
| 4. FORMAS DE TURISMO..... | 30 |
| 5. TIPOS DE VISITANTES..... | 31 |
| 6. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO..... | 31 |
| 7. RUTAS O CIRCUITOS TURÍSTICOS..... | 37 |
| 8. RUTA TURÍSTICA..... | 37 |
| 9. CIRCUITO TURÍSTICO..... | 37 |
| 10. CORREDOR TURÍSTICO..... | 38 |
| 11. TURISMO RURAL..... | 38 |
| B. MARCO CONTEXTUAL..... | 39 |
| 1. HISTORIA DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO..... | 39 |
| C. INVENTARIO TURÍSTICO..... | 51 |
| 1. DEFINICIÓN DE INVENTARIO TURÍSTICO..... | 51 |
| 2. OBJETIVOS DE UN INVENTARIO TURÍSTICO..... | 51 |
| 3. CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES..... | 51 |
| 4. IMPORTANCIA DEL INVENTARIO DE PRODUCTO TURÍSTICO..... | 52 |
| 5. METODOLOGÍA DEL INVENTARIO TURÍSTICO..... | 52 |
| 6. FICHA TÉCNICA DE INVENTARIO TURÍSTICO..... | 53 |
| 7. ELABORACIÓN DEL INVENTARIO TURÍSTICO..... | 54 |
| A) PRIMER ETAPA:..... | 54 |
| B) SEGUNDA ETAPA:..... | 54 |
| C) TERCERA PARTE..... | 55 |
| D) CUARTA ETAPA:..... | 163 |
| D. MERCADO CONSUMIDOR..... | 173 |
| 1. METODOLOGÍA DEL MERCADO CONSUMIDOR..... | 173 |

| | | |
|---|--|------------|
| 2. | DEFINICIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR | 173 |
| 3. | FUENTES DE INFORMACIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR | 174 |
| 4. | PERFIL DEL CONSUMIDOR | 176 |
| 5. | TIPO DE INVESTIGACIÓN (ENFOQUE DE ESTUDIO) Y TAMAÑO DE MUESTRA..... | 179 |
| 6. | FICHA TÉCNICA DEL MERCADO CONSUMIDOR..... | 197 |
| 7. | TABULACIÓN DE INFORMACIÓN..... | 200 |
| E. | MERCADO COMPETIDOR..... | 330 |
| 1. | ANTECEDENTES DEL MERCADO COMPETIDOR..... | 330 |
| 2. | INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA..... | 331 |
| 3. | IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES NACIONALES..... | 333 |
| 4. | FICHA TÉCNICA DEL MERCADO COMPETIDOR..... | 351 |
| 5. | INICIATIVAS DE LA COMPETENCIA DIRECTA A VISITAR..... | 352 |
| F. | MERCADO DISTRIBUIDOR..... | 371 |
| 1. | MARCO CONCEPTUAL..... | 372 |
| 2. | FORMAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ACTUALES EN SUCHITOTO..... | 376 |
| 3. | ANTECEDENTES DEL MERCADO..... | 381 |
| 4. | INVESTIGACIÓN DE CAMPO..... | 382 |
| 5. | ANÁLISIS DE RESULTADOS..... | 386 |
| G. | INSTITUCIONES DE APOYO..... | 387 |
| 1. | INSTITUCIONES PÚBLICAS..... | 387 |
| 2. | INSTITUCIONES PRIVADAS..... | 392 |
| CAPITULO III. DIAGNÓSTICO DEL TURISMO RURAL EN SUCHITOTO | | 395 |
| III. | DIAGNÓSTICO DEL TURISMO RURAL EN SUCHITOTO..... | 396 |
| A. | SÍNTESIS DEL TURISMO RURAL DE SUCHITOTO | 396 |
| B. | SÍNTESIS DEL INVENTARIO TURÍSTICO..... | 398 |
| C. | SÍNTESIS DEL MERCADO DE CONSUMO | 400 |
| 1. | TURISMO JOVEN | 400 |
| 2. | TURISMO FAMILIAR..... | 401 |
| 3. | TURISMO INTERNACIONAL | 402 |
| D. | SÍNTESIS DEL MERCADO COMPETIDOR..... | 404 |
| E. | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 405 |
| 1. | DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA | 405 |
| 2. | DEFINICIÓN DEL PROBLEMA | 405 |
| 3. | ÁRBOL DE PROBLEMAS | 408 |
| 4. | ÁRBOL DE OBJETIVOS..... | 409 |
| F. | DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DEL ÁRBOL..... | 410 |
| G. | PROYECCIONES PARA EL MERCADO CONSUMIDOR..... | 413 |
| CAPITULO IV. DISEÑO DE LA PROPUESTA..... | | 415 |
| A. | CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO | 416 |
| 1. | DEFINICIÓN DE LA SOLUCIÓN | 416 |
| 2. | PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO | 422 |
| 3. | ESQUEMATIZACIÓN DE LA PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES..... | 423 |
| 4. | PRIORIZACIÓN DE INICIATIVAS DE INVENTARIO TURÍSTICOS..... | 424 |
| B. | PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA PROPUESTA..... | 428 |
| 1. | INTRODUCCIÓN AL PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA PROPUESTA..... | 428 |
| 2. | OBJETIVOS DEL DESARROLLO DE LA PROPUESTA..... | 429 |
| 3. | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA ETAPA DE DISEÑO..... | 430 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 4. | PROGRAMAS DE LA PROPUESTA DE LA PCTRS. | 434 |
| 5. | UBICACIÓN DE LA PROPUESTA DENTRO DEL MARCO LEGAL..... | 435 |
| C. | SOSTENIBILIDAD DE LA PROPUESTA. | 436 |
| D. | TAMAÑO DE LA PROPUESTA..... | 437 |
| 1. | GENERALIDADES DEL TAMAÑO DE LA PROPUESTA | 437 |
| 2. | ANÁLISIS DE CADA FACTOR | 438 |
| 3. | PROCESO DE EVALUACIÓN DEL TAMAÑO DE LA PROPUESTA | 451 |
| 4. | TAMAÑO ESTABLECIDO | 454 |
| 5. | CAPACIDAD INSTALADA PARA LA PROPUESTA | 460 |
| E. | LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA..... | 461 |
| 1. | GENERALIDADES DE LA LOCALIZACIÓN | 461 |
| 2. | ANÁLISIS DE LA MACRO LOCALIZACIÓN | 462 |
| 3. | ANÁLISIS DE LA MICRO LOCALIZACIÓN..... | 483 |
| 4. | DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS. | 490 |
| 5. | LOCALIZACIÓN ESTABLECIDA | 491 |
| F. | PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO | 492 |
| 1. | INTRODUCCIÓN..... | 492 |
| 2. | OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS | 493 |
| 3. | COMPONENTES DEL PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS..... | 494 |
| G. | PROGRAMA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L., PARA DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE CIRCUITOS TURISTICOS RURALES DE SUCHITOTO. | 559 |
| 1. | INTRODUCCIÓN DEL PROGRAMA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA. | 559 |
| 2. | OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA..... | 560 |
| 3. | COMPONENTES DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DEL FUNCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL..... | 561 |
| H. | PROGRAMA DE MARKETING..... | 575 |
| 1. | INTRODUCCIÓN AL PROGRAMA DE MARKETING | 575 |
| 2. | OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE MARKETING | 576 |
| 3. | COMPONENTES DEL PROGRAMA DE MARKETING | 577 |
| I. | PROGRAMA DE ACCIONES DE MARKETING TURÍSTICO | 587 |
| 1. | PARTICIPACIÓN EN FERIAS TURÍSTICAS | 587 |
| 2. | RESUMEN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING | 589 |
| 3. | REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE MARKETING | 604 |
| J. | PROGRAMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LA PCTRS. | 605 |
| 1. | INTRODUCCIÓN..... | 605 |
| 2. | OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE CALIDAD | 606 |
| 3. | COMPONENTES DEL PROGRAMA DE GESTION DE LA CALIDAD TURISTICA 607 | 607 |
| 4. | PROPUESTA DE SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD PARA LA PCTRS. . | 608 |
| 5. | REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE GESTION DE LA CALIDAD | 628 |
| K. | PROGRAMA DE CAPACITACIÓN..... | 629 |
| 1. | INTRODUCCIÓN AL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN..... | 629 |
| 2. | OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN..... | 630 |
| 3. | COMPONENTES DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN..... | 631 |
| 4. | REQUERIMIENTOS DE RECURSOS PARA CAPACITACIONES. | 632 |
| 5. | GESTIÓN DE LAS CAPACITACIONES..... | 632 |
| L. | PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN | 636 |
| 1. | INTRODUCCIÓN AL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN..... | 636 |
| 2. | OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN..... | 637 |

| | | |
|----|--|------------|
| 3. | ENTES INCIDENTES EN LA PCTRS..... | 638 |
| 4. | COMPONENTES DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN | 640 |
| 5. | REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN... | 646 |
| | CAPITULO V. EVALUACIONES DE LA PROPUESTA..... | 647 |
| | A. EVALUACIONES DE LA PCTRS..... | 648 |
| 1. | INVERSIONES DE LA PROPUESTA..... | 649 |
| 2. | COSTOS DE LA PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN SUCHITOTO..... | 659 |
| 3. | COSTO POR SERVICIO EN GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 667 |
| 4. | PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS PARA GUAZAPA TOURS DE R.L. Y LA PCTRS..... | 676 |
| 5. | PUNTO DE EQUILIBRIO..... | 683 |
| 6. | ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA..... | 685 |
| | B. EVALUACIÓN ECONÓMICA DE LA PROPUESTA..... | 690 |
| 1. | TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO (TMAR)..... | 690 |
| 2. | VALOR ACTUAL NETO (VAN)..... | 693 |
| 3. | TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)..... | 694 |
| 4. | TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN..... | 695 |
| 5. | RELACIÓN BENEFICIO/COSTO..... | 695 |
| 6. | ANÁLISIS FINANCIERO DE LA PCTRS..... | 697 |
| 7. | ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA LA PCTRS Y GUAZAPA TOURS DE R.L. | 700 |
| | C. EVALUACIÓN SOCIO ECONÓMICA DE LA PCTRS..... | 703 |
| 1. | METODOLOGÍA COSTO / BENEFICIO | 703 |
| 2. | INDICADORES DE BENEFICIO-COSTO SOCIAL | 721 |
| | D. EVALUACIÓN DE GÉNERO | 722 |
| 1. | ANÁLISIS DEL CONTEXTO..... | 723 |
| 2. | CONDICIONES DE EMPLEO SEGÚN GÉNERO DE LA PCTRS..... | 726 |
| 3. | CONDICIONES EQUITATIVAS A DESARROLLAR | 727 |
| | E. EVALUACIÓN AMBIENTAL..... | 729 |
| 1. | APLICACIÓN AL PROYECTO..... | 732 |
| 2. | IMPACTOS AMBIENTALES | 736 |
| | CAPITULO VI. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA..... | 747 |
| | A. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO..... | 748 |
| 1. | METODOLOGÍA..... | 748 |
| 2. | PLANIFICACION DE LA EJECUCION O IMPLANTACION | 748 |
| 3. | DESGLOSE ANALÍTICO | 749 |
| 4. | MATRIZ DE PRECEDENCIAS | 760 |
| 5. | ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE ADMINISTRACIÓN | 762 |
| 6. | DURACIÓN, COSTO, Y RRHH DE LA ADMINISTRACIÓN..... | 764 |
| 7. | PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES | 764 |
| 8. | DURACIÓN DEL PROYECTO..... | 766 |
| 9. | PRESUPUESTACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN | 766 |
| | B. ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLANTACION | 770 |
| 1. | ASPECTOS CLAVES DE LA ADMINISTRACIÓN | 770 |
| 2. | FUNCIONES POR ENCARGADO | 771 |
| 3. | ASIGNACIÓN DE RECURSOS | 772 |
| 4. | MATRIZ DE RESPONSABILIDADES | 772 |
| 5. | INSTITUCIONES INVOLUCRADAS | 773 |
| 6. | CONTROL DE LA IMPLANTACIÓN | 774 |
| 7. | MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES PARA LA ADMINISTRACIÓN DE | |

| | |
|---|------------|
| LA PCRTS..... | 776 |
| CONCLUSIONES..... | 794 |
| RECOMENDACIONES..... | 796 |
| BIBLIOGRAFÍA | 797 |
| ANEXOS | 798 |
| ANEXO A. FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS..... | 798 |
| ANEXO B. FICHAS DE EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN..... | 802 |
| ANEXO C. FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR | 820 |
| 1. TURISTA NACIONAL JOVEN | 820 |
| 2. TURISTA INTERNACIONAL | 824 |
| 3. TURISTA NACIONAL FAMILIAR..... | 828 |
| ANEXO D. FICHA DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DEL MERCADO DISTRIBUIDOR..... | 833 |
| ANEXO E. TIPOS DE CATEGORÍAS DEL MANUAL DE INVENTARIO TURÍSTICO | 834 |
| ANEXO F. REQUISITOS PARA ORGANIZAR UNA SOCIEDAD EN EL SALVADOR. | 842 |
| ANEXO G. MANUAL DE ORGANIZACIÓN DE GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 843 |
| ANEXO H. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA DETERMINAR EL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA..... | 854 |
| ANEXO I. EVALUACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN SUCHITOTO..... | 856 |
| ANEXO J. CONTROL Y NECESIDADES DE CAPACITACIÓN | 858 |
| ANEXO K. FOTOGRAFÍAS | 859 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| TABLA 1 REGISTRO DEL PIB DEL 2009-2015 | 12 |
| TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE LA CUENCA HIDROGRÁFICA. | 42 |
| TABLA 3 INDICADORES SOCIO ECONÓMICOS SEGÚN PNUD PARA 2009 EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. | 46 |
| TABLA 4 SERVICIOS BRINDADOS POR GUAZAPA TOURS DE RL. | 50 |
| TABLA 5 FICHA TÉCNICA DEL INVENTARIO TURÍSTICO..... | 53 |
| TABLA 6 TABLA DE NIVEL DE SEGURIDAD..... | 55 |
| TABLA 7 TABLA DE NIVEL DE ORGANIZACIÓN. | 55 |
| TABLA 8 FACILIDADES DE ALIANZA. | 56 |
| TABLA 9 TABLA RURAL O URBANO. | 56 |
| TABLA 10 TABLA DE EQUIVALENCIA. | 56 |
| TABLA 11. EVALUACIÓN DE RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS..... | 58 |
| TABLA 12 NIVELES DE JERARQUÍA. | 163 |
| TABLA 13 PONDERACIÓN DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN. | 164 |
| TABLA 14 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PARTICULARIDAD. | 165 |
| TABLA 15 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PUBLICACIONES..... | 165 |
| TABLA 16 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE RECONOCIMIENTOS..... | 166 |
| TABLA 17 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE ESTADO DE CONSERVACIÓN..... | 166 |
| TABLA 18 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE FLUJO DE TURISTAS..... | 167 |
| TABLA 19 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE REPRESENTATIVIDAD TERRITORIAL. | 167 |
| TABLA 20 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE INCLUSIÓN EN VISITA TÉCNICA..... | 167 |
| TABLA 21 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE DEMANDA POTENCIAL. | 168 |
| TABLA 22 TABLA FINAL DE EQUIVALENCIA..... | 169 |
| TABLA 23 CUADRO RESUMEN DE INVENTARIO TURÍSTICO..... | 172 |
| TABLA 24 FUENTES PRIMARIA Y SECUNDARIA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 174 |
| TABLA 25 CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL PRELIMINAR DEL CONSUMIDOR NACIONAL JOVEN..... | 176 |
| TABLA 26 CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL PRELIMINAR DEL CONSUMIDOR NACIONAL FAMILIAR..... | 177 |
| TABLA 27 CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL PRELIMINAR DEL CONSUMIDOR EXTRANJERO. | 178 |
| TABLA 28 POBLACIÓN Y DENSIDAD SEGÚN DEPARTAMENTO..... | 179 |
| TABLA 29 SALARIO PROMEDIO MENSUAL DE LOS OCUPADOS EN EL SALVADOR. | 180 |
| TABLA 30 PORCENTAJE DE DESEMPLEO EN EL SALVADOR EHPM 2015. | 181 |
| TABLA 31 DENSIDAD DE POBLACIÓN DE EL SALVADOR 2015. | 185 |
| TABLA 32 PORCENTAJES DE SEGÚN EDAD DE LA POBLACIÓN DE EL SALVADOR..... | 186 |
| TABLA 33 PORCENTAJE DE POBLACIÓN EN NIVEL DE POBREZA DE EL SALVADOR FUENTE: EHPM, 2015..... | 187 |
| TABLA 34 PORCENTAJE DE POBLACIÓN EN NIVEL DE POBREZA DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. FUENTE PNUD, 2006..... | 187 |
| TABLA 35 TABLA DE APOYO AL CÁLCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA POR NIVELES DE CONFIANZA..... | 189 |
| TABLA 36 DENSIDAD DE POBLACIÓN DE EL SALVADOR 2015. | 191 |
| TABLA 37 PORCENTAJE DE POBLACIÓN EN NIVEL DE POBREZA DE EL SALVADOR FUENTE: EHPM, 2015..... | 192 |
| TABLA 38 PORCENTAJE DE POBLACIÓN EN NIVEL DE POBREZA DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. FUENTE PNUD, 2006..... | 192 |
| TABLA 39 TABLA DE APOYO AL CÁLCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA POR NIVELES DE CONFIANZA..... | 194 |
| TABLA 40 FICHA TÉCNICA DEL MERCADO JOVEN CONSUMIDOR..... | 197 |
| TABLA 41 FICHA TÉCNICA DEL MERCADO FAMILIAR CONSUMIDOR..... | 198 |
| TABLA 42 FICHA TÉCNICA DEL MERCADO CONSUMIDOR..... | 199 |
| TABLA 43 GÉNERO DE MUESTRA DE TURISTA JOVEN. | 200 |
| TABLA 44 MUNICIPIO DE RESIDENCIA DE MUESTRA DE TURISTA JOVEN. | 201 |

| | |
|--|-----|
| TABLA 45 OCUPACIÓN DE MUESTRA DE TURISTA JOVEN..... | 202 |
| TABLA 46 EDAD DE LOS ENTREVISTADOS. / TURISTA JOVEN..... | 203 |
| TABLA 47 TIPO DE TURISMO / TURISTA JOVEN. | 204 |
| TABLA 48 PREFERENCIA DE ACOMPAÑANTE EN VIAJE TURÍSTICO / TURISTA JOVEN. | 205 |
| TABLA 49 MESES DE VISITA A LUGARES TURÍSTICOS / TURISTA JOVEN..... | 206 |
| TABLA 50 FRECUENCIA DE VISITA A LUGARES TURÍSTICOS. / TURISTA JOVEN..... | 207 |
| TABLA 51 ÚLTIMO LUGAR TURÍSTICO VISITADO. / TURISTA JOVEN..... | 208 |
| TABLA 52 ESTADÍA EN LUGAR TURÍSTICO. /TURISTA JOVEN..... | 209 |
| TABLA 53 MEDIO DE INFORMACIÓN DE LUGARES TURÍSTICOS. / TURISTA JOVEN..... | 210 |
| TABLA 54. GASTO PROMEDIO DE RECIENTE VISITA TURÍSTICA. / TURISTA JOVEN. | 211 |
| TABLA 55 INGRESOS PROMEDIO MENSUALES. /TURISTA JOVEN. | 212 |
| TABLA 56 MEDIO DE TRANSPORTE EN VISITAS TURÍSTICAS. / TURISTA JOVEN. | 213 |
| TABLA 57 SERVICIOS UTILIZADOS EN VISITAS TURÍSTICAS. /TURISTA JOVEN..... | 214 |
| TABLA 58 IMPORTANCIA DE ATENCIÓN AL CLIENTE. /TURISTA JOVEN..... | 215 |
| TABLA 59 IMPORTANCIA DE SEGURIDAD / TURISTA JOVEN..... | 216 |
| TABLA 60 IMPORTANCIA DE PRECIOS ACCESIBLES. / TURISTA JOVEN. | 217 |
| TABLA 61 IMPORTANCIA DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A REALIZAR. /TURISTA JOVEN. . | 218 |
| TABLA 62 IMPORTANCIA DE ACCESO A LA ZONA. /TURISTA JOVEN. | 219 |
| TABLA 63 CONOCIMIENTO DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. / TURISTA JOVEN. | 220 |
| TABLA 64 MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA AL MUNICIPIO. /TURISTA JOVEN. | 221 |
| TABLA 65 TIPO DE ATRACTIVOS O RECURSOS TURÍSTICOS VISITADOS EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. / TURISTA JOVEN..... | 222 |
| TABLA 66 VISITA AL CENTRO DE AMIGOS DEL TURISTA CAT. / TURISTA JOVEN..... | 223 |
| TABLA 67 LUGARES DE SUCHITOTO QUE HA VISITADO. /TURISTA JOVEN..... | 224 |
| TABLA 68 ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE HA CONOCIDO O LE INTERESARÍA CONOCER. / TURISTA JOVEN..... | 225 |
| TABLA 69 CONOCIMIENTO DE QUÉ ES UN CIRCUITO TURÍSTICO RURAL / TURISTA JOVEN. | 226 |
| TABLA 70 DISPOSICIÓN A REALIZAR UN CIRCUITO TURÍSTICO RURAL. / TURISTA JOVEN. | 227 |
| TABLA 71 PREFERENCIA POR CIRCUITO DE AVENTURA. / TURISTA JOVEN..... | 228 |
| TABLA 72 PREFERENCIA POR CIRCUITO CULTURAL / TURISTA JOVEN. | 229 |
| TABLA 73 PREFERENCIA POR CIRCUITO HISTÓRICO / TURISTA JOVEN. | 230 |
| TABLA 74 PREFERENCIA POR CIRCUITO ECOLÓGICO / TURISTA JOVEN. | 231 |
| TABLA 75 PREFERENCIA POR CIRCUITO VIVENCIAL / TURISTA JOVEN. | 232 |
| TABLA 76 DINERO DISPUESTO A INVERTIR EN UN CIRCUITO TURÍSTICO RURAL EN SUCHITOTO. / TURISTA JOVEN..... | 233 |
| TABLA 77 CONOCIMIENTO DE LA UBICACIÓN DEL CERRO DE GUAZAPA. / TURISTA JOVEN. | 234 |
| TABLA 78 CONOCIMIENTO DE LA HISTORIA SOBRE EL CONFLICTO ARMADO EN EL CERRO DE GUAZAPA. / TURISTA JOVEN..... | 235 |
| TABLA 79 CONOCIMIENTO DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE RL. / TURISTA JOVEN..... | 236 |
| TABLA 80 UTILIZACIÓN DE SERVICIOS DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE RL / TURISTA JOVEN..... | 237 |
| TABLA 81 CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO EN LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L. / TURISTA JOVEN. | 238 |
| TABLA 82 EVALUACIÓN DE VÍAS DE ACCESO A LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L. / TURISTA JOVEN. | 239 |
| TABLA 83 EVALUACIÓN DE SEGURIDAD EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO / TURISTA JOVEN..... | 240 |
| TABLA 84 TIPO DE PUBLICIDAD MÁS ADECUADA PARA LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L. / TURISTA JOVEN..... | 241 |
| TABLA 85 GÉNERO DE MUESTRA DE TURISTA FAMILIAR. | 242 |
| TABLA 86 MUNICIPIO DE RESIDENCIA DE MUESTRA DE TURISTA FAMILIAR..... | 243 |
| TABLA 87 OCUPACIÓN DE MUESTRA DE TURISTA FAMILIAR. | 244 |

| | |
|---|-----|
| TABLA 88 EDAD DE LOS ENTREVISTADOS. / TURISTA FAMILIAR. | 245 |
| TABLA 89 CANTIDAD DE PERSONAS QUE COMPONEN EL NÚCLEO FAMILIAR. | 246 |
| TABLA 90 TIPO DE TURISMO / TURISTA FAMILIAR. | 247 |
| TABLA 91 PREFERENCIA DE ACOMPAÑANTE EN VIAJE TURÍSTICO / TURISTA FAMILIAR. | 248 |
| TABLA 92 TEMPORADA DE VISITA A LUGARES TURÍSTICOS / TURISTA FAMILIAR. | 249 |
| TABLA 93 FRECUENCIA DE VISITA A LUGARES TURÍSTICOS. / TURISTA FAMILIAR. | 250 |
| TABLA 94 ÚLTIMO LUGAR TURÍSTICO VISITADO. / TURISTA FAMILIAR. | 251 |
| TABLA 95 ESTADÍA EN LUGAR TURÍSTICO. /TURISTA FAMILIAR. | 252 |
| TABLA 96 MEDIO DE INFORMACIÓN DE LUGARES TURÍSTICOS. / TURISTA FAMILIAR. | 253 |
| TABLA 97. GASTO PROMEDIO DE RECIENTE VISITA TURÍSTICA. / TURISTA FAMILIAR. | 254 |
| TABLA 98 INGRESOS PROMEDIO MENSUALES. /TURISTA FAMILIAR. | 255 |
| TABLA 99 MEDIO DE TRANSPORTE EN VISITAS TURÍSTICAS. / TURISTA FAMILIAR. | 256 |
| TABLA 100 SERVICIOS UTILIZADOS EN VISITAS TURÍSTICAS. /TURISTA FAMILIAR. | 257 |
| TABLA 101 IMPORTANCIA DE ATENCIÓN AL CLIENTE. /TURISTA FAMILIAR. | 258 |
| TABLA 102 IMPORTANCIA DE SEGURIDAD / TURISTA FAMILIAR. | 259 |
| TABLA 103 IMPORTANCIA DE PRECIOS ACCESIBLES. / TURISTA FAMILIAR. | 260 |
| TABLA 104 IMPORTANCIA DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A REALIZAR. /TURISTA FAMILIAR. | 261 |
| TABLA 105 IMPORTANCIA DE ACCESO A LA ZONA. /TURISTA FAMILIAR. | 262 |
| TABLA 106 IMPORTANCIA DE JUEGOS Y ENTRETENIMIENTO PARA NIÑOS. /TURISTA FAMILIAR. | 263 |
| TABLA 107 ASPECTOS MÁS ATRAYENTES DE UN DESTINO TURÍSTICO. /TURISTA FAMILIAR. | 264 |
| TABLA 108 CONOCIMIENTO DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. / TURISTA FAMILIAR. | 265 |
| TABLA 109 MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA AL MUNICIPIO. /TURISTA FAMILIAR. | 266 |
| TABLA 110 TIPO DE ATRACTIVOS O RECURSOS TURÍSTICOS VISITADOS EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. / TURISTA FAMILIAR. | 267 |
| TABLA 111 VISITA AL CENTRO DE AMIGOS DEL TURISTA CAT. / TURISTA FAMILIAR. | 268 |
| TABLA 112 LUGARES DE SUCHITOTO QUE HA VISITADO. /TURISTA FAMILIAR. | 269 |
| TABLA 113 ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE HA CONOCIDO O LE INTERESARÍA CONOCER. / TURISTA FAMILIAR. | 270 |
| TABLA 114 CONOCIMIENTO DE QUÉ ES UN CIRCUITO TURÍSTICO RURAL / TURISTA FAMILIAR. | 271 |
| TABLA 115 DISPOSICIÓN A REALIZAR UN CIRCUITO TURÍSTICO RURAL. / TURISTA FAMILIAR. | 272 |
| TABLA 116 PREFERENCIA POR CIRCUITO DE AVENTURA. / TURISTA FAMILIAR. | 273 |
| TABLA 117 PREFERENCIA POR CIRCUITO CULTURAL / TURISTA FAMILIAR. | 274 |
| TABLA 118 PREFERENCIA POR CIRCUITO HISTÓRICO / TURISTA FAMILIAR. | 275 |
| TABLA 119 PREFERENCIA POR CIRCUITO ECOLÓGICO / TURISTA FAMILIAR. | 276 |
| TABLA 120 PREFERENCIA POR CIRCUITO VIVENCIAL / TURISTA FAMILIAR. | 277 |
| TABLA 121 DINERO DISPUESTO A INVERTIR EN UN CIRCUITO TURÍSTICO RURAL EN SUCHITOTO. / TURISTA FAMILIAR. | 278 |
| TABLA 122 CONOCIMIENTO DE LA UBICACIÓN DEL CERRO DE GUAZAPA. / TURISTA FAMILIAR. | 279 |
| TABLA 123 CONOCIMIENTO DE LA HISTORIA SOBRE EL CONFLICTO ARMADO EN EL CERRO DE GUAZAPA. / TURISTA FAMILIAR. | 280 |
| TABLA 124 CONOCIMIENTO DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE RL. / TURISTA FAMILIAR. | 281 |
| TABLA 125 UTILIZACIÓN DE SERVICIOS DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE RL / TURISTA FAMILIAR. | 282 |
| TABLA 126 CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO EN LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L. / TURISTA FAMILIAR. | 283 |
| TABLA 127 EVALUACIÓN DE VÍAS DE ACCESO A LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L. / TURISTA FAMILIAR. | 284 |
| TABLA 128 EVALUACIÓN DE SEGURIDAD EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO / TURISTA FAMILIAR. | 285 |

| | |
|--|-----|
| TABLA 129 TIPO DE PUBLICIDAD MÁS ADECUADA PARA LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L. / TURISTA FAMILIAR. | 286 |
| TABLA 130 GÉNERO DE MUESTRA DE TURISTA EXTRANJERO. | 287 |
| TABLA 131 NACIONALIDAD DE MUESTRA DE TURISTA EXTRANJERO. | 288 |
| TABLA 132 OCUPACIÓN DE MUESTRA DE TURISTA EXTRANJERO. | 289 |
| TABLA 133 EDAD DE LOS ENTREVISTADOS. | 290 |
| TABLA 134 TIPO DE TURISMO /TURISTA EXTRANJERO. | 291 |
| TABLA 135 PREFERENCIA DE ACOMPAÑANTE EN VIAJE TURÍSTICO / TURISTA EXTRANJERO. | 292 |
| TABLA 136 MESES DE VISITA A LUGARES TURÍSTICOS / TURISTA EXTRANJERO. | 293 |
| TABLA 137 FRECUENCIA DE VISITA A LUGARES TURÍSTICOS. /TURISTA EXTRANJERO... .. | 294 |
| TABLA 138 ÚLTIMO LUGAR TURÍSTICO VISITADO. /TURISTA EXTRANJERO..... | 295 |
| TABLA 139 ESTADÍA EN LUGAR TURÍSTICO. /TURISTA EXTRANJERO..... | 296 |
| TABLA 140 MEDIO DE INFORMACIÓN DE LUGARES TURÍSTICOS. /TURISTA EXTRANJERO. | 297 |
| TABLA 141. GASTO PROMEDIO DE RECIENTE VISITA TURÍSTICA. /TURISTA EXTRANJERO. | 298 |
| TABLA 142 MEDIO DE TRANSPORTE EN VISITAS TURÍSTICAS. /TURISTA EXTRANJERO.. | 299 |
| TABLA 143 SERVICIOS UTILIZADOS EN VISITAS TURÍSTICAS. /TURISTA EXTRANJERO... .. | 300 |
| TABLA 144 IMPORTANCIA DE ATENCIÓN AL CLIENTE. /TURISTA EXTRANJERO..... | 301 |
| TABLA 145 IMPORTANCIA DE SEGURIDAD. /TURISTA EXTRANJERO. | 302 |
| TABLA 146 IMPORTANCIA DE PRECIOS ACCESIBLES. /TURISTA EXTRANJERO. | 303 |
| TABLA 147 IMPORTANCIA DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A REALIZAR. /TURISTA EXTRANJERO. | 304 |
| TABLA 148 IMPORTANCIA DE ACCESO A LA ZONA. /TURISTA EXTRANJERO..... | 305 |
| TABLA 149 IMPORTANCIA DE JUEGOS Y ENTRETENIMIENTO PARA NIÑOS. /TURISTA EXTRANJERO. | 306 |
| TABLA 150 ASPECTOS MÁS ATRAYENTES DE UN DESTINO TURÍSTICO. /TURISTA EXTRANJERO. | 307 |
| TABLA 151 CONOCIMIENTO DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. /TURISTA EXTRANJERO. ... | 308 |
| TABLA 152 MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA AL MUNICIPIO. /TURISTA EXTRANJERO..... | 309 |
| TABLA 153 TIPO DE ATRACTIVOS O RECURSOS TURÍSTICOS VISITADOS EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. /TURISTA EXTRANJERO. | 310 |
| TABLA 154 VISITA AL CENTRO DE AMIGOS DEL TURISTA CAT. /TURISTA EXTRANJERO.. | 311 |
| TABLA 155 LUGARES DE SUCHITOTO QUE HA VISITADO. /TURISTA EXTRANJERO..... | 312 |
| TABLA 156 ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE HA CONOCIDO O LE INTERESARÍA CONOCER. /TURISTA EXTRANJERO..... | 313 |
| TABLA 157 CONOCIMIENTO DE QUÉ ES UN CIRCUITO TURÍSTICO RURAL /TURISTA EXTRANJERO. | 314 |
| TABLA 158 DISPOSICIÓN A REALIZAR UN CIRCUITO TURÍSTICO RURAL. /TURISTA EXTRANJERO. | 315 |
| TABLA 159 PREFERENCIA POR CIRCUITO DE AVENTURA. /TURISTA EXTRANJERO. | 316 |
| TABLA 160 PREFERENCIA POR CIRCUITO CULTURAL /TURISTA EXTRANJERO. | 317 |
| TABLA 161 PREFERENCIA POR CIRCUITO HISTÓRICO /TURISTA EXTRANJERO. | 318 |
| TABLA 162 PREFERENCIA POR CIRCUITO ECOLÓGICO /TURISTA EXTRANJERO. | 319 |
| TABLA 163 PREFERENCIA POR CIRCUITO VIVENCIAL /TURISTA EXTRANJERO. | 320 |
| TABLA 164 DINERO DISPUESTO A INVERTIR EN UN CIRCUITO TURÍSTICO RURAL EN SUCHITOTO. /TURISTA EXTRANJERO. | 321 |
| TABLA 165 CONOCIMIENTO DE LA UBICACIÓN DEL CERRO DE GUAZAPA. /TURISTA EXTRANJERO. | 322 |
| TABLA 166 CONOCIMIENTO DE LA HISTORIA SOBRE EL CONFLICTO ARMADO EN EL CERRO DE GUAZAPA. /TURISTA EXTRANJERO. | 323 |
| TABLA 167 CONOCIMIENTO DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE RL. /TURISTA EXTRANJERO. | 324 |
| TABLA 168 UTILIZACIÓN DE SERVICIOS DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE RL /TURISTA EXTRANJERO..... | 325 |

| | |
|---|-----|
| TABLA 169 CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO EN LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L. /TURISTA EXTRANJERO. | 326 |
| TABLA 170 EVALUACIÓN DE VÍAS DE ACCESO A LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L. /TURISTA EXTRANJERO. | 327 |
| TABLA 171 EVALUACIÓN DE SEGURIDAD EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. /TURISTA EXTRANJERO. | 328 |
| TABLA 172 TIPO DE PUBLICIDAD MÁS ADECUADA PARA LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L. /TURISTA EXTRANJERO. | 329 |
| TABLA 173. DESCRIPCIÓN DE COOPERATIVA LOS PINOS. (FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA)..... | 334 |
| TABLA 174. DESCRIPCIÓN DEL MUNICIPIO DE COMASAGUA. | 335 |
| TABLA 175. DESCRIPCIÓN DE FINCA SAN ANTONIO, CHALCHUAPA. | 338 |
| TABLA 176. DESCRIPCIÓN DE LA MONTAÑONA, CHALATENANGO. | 340 |
| TABLA 177. DESCRIPCIÓN DE INICIATIVAS Y MUNICIPIOS A NIVEL NACIONAL CONSIDERADOS COMO COMPETIDORES DIRECTOS. | 342 |
| TABLA 178. DESCRIPCIÓN DE INICIATIVAS Y MUNICIPIOS CONSIDERADOS COMO COMPETIDORES INDIRECTOS. | 344 |
| TABLA 179. DESCRIPCIÓN DE INICIATIVAS Y MUNICIPIOS CONSIDERADOS COMO COMPETIDORES INDIRECTOS. | 345 |
| TABLA 180. DESCRIPCIÓN DE INICIATIVAS Y MUNICIPIOS CONSIDERADOS COMO COMPETIDORES INDIRECTOS. | 346 |
| TABLA 181. PLAYAS MÁS RECONOCIDAS A NIVEL NACIONAL..... | 348 |
| TABLA 182. PARQUES ACUÁTICOS A NIVEL NACIONAL..... | 350 |
| TABLA 183 FICHA TÉCNICA DEL MERCADO COMPETIDOR. | 351 |
| TABLA 184. FICHA INFORMATIVA DE ASOCIACIÓN COOPERATIVA EL MANZANO. | 354 |
| TABLA 185. ELEMENTOS IDENTIFICADOS EN EL MANZANO. | 355 |
| TABLA 186. FICHA INFORMATIVA DE COOPERATIVA LOS PINOS. | 357 |
| TABLA 187. ELEMENTOS IDENTIFICADOS EN COOPERATIVA LOS PINOS. | 358 |
| TABLA 188. FICHA INFORMATIVA DE LA MONTAÑONA, CHALATENANGO. | 360 |
| TABLA 189. ELEMENTOS IDENTIFICADOS EN LA MONTAÑONA. | 361 |
| TABLA 190. FICHA INFORMATIVA DEL PARQUE DE AVENTURA WALTER T. DEININGER. ... | 363 |
| TABLA 191. ELEMENTOS IDENTIFICADOS EN PARQUE WALTER T. DEININGER. | 364 |
| TABLA 192. FICHA INFORMATIVA DE ECO PARQUE EL ESPINO. | 366 |
| TABLA 193. ELEMENTOS IDENTIFICADOS EN ECO PARQUE EL ESPINO. | 367 |
| TABLA 194. CRITERIOS Y PUNTAJE DE EVALUACIÓN DE LA COMPETENCIA. | 368 |
| TABLA 195. COMPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE INICIATIVAS DE LA COMPETENCIA. | 369 |
| TABLA 196. VALORACIONES PARA LA PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN SUCHITOTO. | 370 |
| TABLA 197. TOUR OPERADORES DE EL SALVADOR. | 380 |
| TABLA 198 ANÁLISIS DE INVENTARIO TURÍSTICO. | 399 |
| TABLA 199 CUADRO RESUMEN DEL MERCADO DE CONSUMO. | 403 |
| TABLA 200 MATRIZ DE INVOLUCRADO | 407 |
| TABLA 201. FLUJO TURÍSTICO A SITIOS RURALES DE SUCHITOTO. | 413 |
| TABLA 202. FLUJO TURÍSTICO A MUNICIPIOS ADYACENTES A SUCHITOTO. | 414 |
| TABLA 203 MATRIZ DE COHERENCIA PROBLEMA-SOLUCIÓN. | 417 |
| TABLA 204 CRITERIO DE JERARQUÍA. | 424 |
| TABLA 205 CRITERIO DE ZONA..... | 424 |
| TABLA 206 CRITERIO BENEFICIARIO. | 424 |
| TABLA 207 CRITERIO DE SERVICIOS. | 424 |
| TABLA 208 CRITERIO DE ALIANZAS. | 424 |
| TABLA 209 CRITERIOS DE EXPECTATIVAS DEL MERCADO CONSUMIDOR. | 425 |
| TABLA 210 TABLA DE EQUIVALENCIA PARA PRIORIZACIÓN. | 425 |
| TABLA 211 EVALUACIÓN DE PRIORIZACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS. | 426 |
| TABLA 212 VARIABLES DE ENTRADA..... | 430 |
| TABLA 213. CAPACIDAD INSTALADA POR INICIATIVA. | 432 |
| TABLA 214 CARACTERÍSTICAS DE PERFIL NACIONAL JOVEN..... | 438 |

| | |
|---|-----|
| TABLA 215 CARACTERÍSTICAS DE PERFIL NACIONAL FAMILIAR. | 439 |
| TABLA 216 CARACTERÍSTICAS DE PERFIL EXTRANJERO. | 440 |
| TABLA 217 SEGMENTACIÓN PARA LA DEMANDA NACIONAL. | 441 |
| TABLA 218 TOTAL DEMANDA DEL AÑO 2017. | 441 |
| TABLA 219. DEMANDA TOTAL PARA EL TURISMO RURAL EN AMSS Y SUCHITOTO. | 442 |
| TABLA 220. AFLUENCIA DE TURISTAS A INICIATIVAS RURALES DE SUCHITOTO. | 442 |
| TABLA 221. TIPO DE TURISTA QUE LLEGA A SUCHITOTO SEGÚN EL ÁREA. | 443 |
| TABLA 222. PROYECCIÓN DE LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES A SUCHITOTO. | 443 |
| TABLA 223. PROYECCIÓN DE LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES A ZONAS RURALES DE SUCHITOTO. | 443 |
| TABLA 224. PROYECCIÓN DE TURISTAS NACIONALES QUE LLEGARÍAN A SUCHITOTO. | 444 |
| TABLA 225. PROYECCIÓN DE LLEGADA DE TURISTAS NACIONALES A ZONAS RURALES DE SUCHITOTO. | 444 |
| TABLA 226. PROYECCIONES DE LA DEMANDA PARA LA PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN SUCHITOTO. | 444 |
| TABLA 227. PROYECCIONES DE TURISTAS POR TIPO DE CIRCUITO. | 444 |
| TABLA 228. PROYECCIONES POR PAQUETE TURÍSTICO PARA LOS CINCO AÑOS DE ANÁLISIS. | 445 |
| TABLA 229 PRINCIPALES INSUMOS Y PROVEEDORES. | 446 |
| TABLA 230 CAPACIDAD POR GUÍA DE CANOPY SEGÚN NORMA NTS 03.5801:12 | 448 |
| TABLA 231 LEGISLACIONES VIGENTES PARA LA CONSERVACIÓN DE ÁREAS NATURALES. | 450 |
| TABLA 232 INCIDENCIA DE FACTORES PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA PROPUESTA. | 451 |
| TABLA 233 PONDERACIÓN DE CADA FACTOR. | 452 |
| TABLA 234 ESCALA DE CALIFICACIÓN. | 452 |
| TABLA 235 CRITERIOS A EVALUAR. | 453 |
| TABLA 236 PROCESO DE EVALUACIÓN. | 453 |
| TABLA 237 INFORMACIÓN PARA EL CÁLCULO DE LA CAPACIDAD FÍSICA. | 455 |
| TABLA 238 GRADO DE ERODABILIDAD DE CAMINATA MEDIA*. | 457 |
| TABLA 239 GRADO DE DIFICULTAD DE CAMINATA MEDIA.* | 458 |
| TABLA 240 FACTOR DE CAPACIDAD DE MANEJO ÓPTIMO. | 459 |
| TABLA 241 RESULTADOS DE CAPACIDAD DE CARGA. | 459 |
| TABLA 242. CAPACIDAD DIARIA INSTALADA POR INICIATIVA. | 460 |
| TABLA 243. DESCRIPCIÓN DE LA CUENCA HIDROGRÁFICA. | 464 |
| TABLA 244 NORMATIVAS DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. | 471 |
| TABLA 245 INCIDENCIA DE FACTORES PARA DETERMINAR LA MACRO LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA. | 475 |
| TABLA 246 PONDERACIÓN DE CADA FACTOR DE MACRO LOCALIZACIÓN. | 476 |
| TABLA 247 ESCALA DE PUNTUACIÓN EN CUANTO A DISTANCIA RECORRIDA PARA LA LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA. | 477 |
| TABLA 248 ESCALA DE PUNTUACIÓN EN CUANTO A MANO DE OBRA PARA LA LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA. | 477 |
| TABLA 249 ESCALA DE PUNTUACIÓN EN CUANTO FACILIDAD DE TRANSPORTE PARA LA LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA. | 477 |
| TABLA 250 ESCALA DE PUNTUACIÓN EN CUANTO A FUENTES DE SUMINISTRO DE AGUA PARA LA LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA. | 478 |
| TABLA 251 ESCALA DE PUNTUACIÓN EN CUANTO A DISPOSICIONES LEGALES PARA LA LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA. | 478 |
| TABLA 252 ESCALA DE PUNTUACIÓN EN CUANTO A SERVICIOS PÚBLICOS DIVERSOS PARA LA LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA. | 479 |
| TABLA 253 ESCALA DE PUNTUACIÓN EN CUANTO A FACILIDADES AMBIENTALES PARA LA LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA. | 479 |
| TABLA 254 ESCALA DE PUNTUACIÓN EN CUANTO A LA ACTITUD DE LA COMUNIDAD PARA LA LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA. | 479 |

| | |
|--|-----|
| TABLA 255 PROCESO DE EVALUACIÓN DE LA MACRO LOCALIZACIÓN..... | 480 |
| TABLA 256 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA MACRO LOCALIZACIÓN FRENTE A COMPETIDORES DIRECTOS..... | 481 |
| TABLA 257 SIMBOLOGÍA DEL MAPA DE SERVICIOS DE GUAZAPA TOURS..... | 485 |
| TABLA 258. DISTANCIAS ENTRE INICIATIVAS INCLUIDAS EN LA PROPUESTA..... | 486 |
| TABLA 259. PONDERACIÓN DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN..... | 487 |
| TABLA 260 EVALUACIÓN DE INICIATIVAS DE CRITERIOS DE CIRCUITO AN..... | 487 |
| TABLA 261 EVALUACIÓN DE INICIATIVAS DE CIRCUITO AC..... | 488 |
| TABLA 262 EVALUACIÓN DE INICIATIVAS DE CIRCUITO AE..... | 489 |
| TABLA 263. CONFORMACIÓN DE PAQUETES POR CIRCUITO TURÍSTICO..... | 490 |
| TABLA 264 SERVICIOS BRINDADOS POR GUAZAPA TOURS DE RL..... | 496 |
| TABLA 265 MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 497 |
| TABLA 266 MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE COMUNIDAD SAN ANTONIO..... | 499 |
| TABLA 267 MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE HACIENDA LOS NACIMIENTOS..... | 500 |
| TABLA 268 MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE HACIENDA LA BERMUDA..... | 501 |
| TABLA 269 MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE HACIENDA COLIMA..... | 502 |
| TABLA 270 DESCRIPCIÓN DEL CIRCUITO AVENTURA NATURAL..... | 505 |
| TABLA 271 LINEAMIENTOS DEL CIRCUITO DE AVENTURA NATURAL..... | 506 |
| TABLA 272 DESCRIPCIÓN DEL CIRCUITO DE AVENTURA CULTURAL..... | 507 |
| TABLA 273 LINEAMIENTOS DEL CIRCUITO DE AVENTURA CULTURAL..... | 508 |
| TABLA 274 DESCRIPCIÓN DEL CIRCUITO DE AVENTURA ECOLÓGICA..... | 509 |
| TABLA 275 LINEAMIENTOS DEL CIRCUITO DE AVENTURA ECOLÓGICA..... | 510 |
| TABLA 276 PAQUETE 1 DEL CIRCUITO DE AVENTURA NATURAL..... | 511 |
| TABLA 277 PAQUETE 2 DEL CIRCUITO DE AVENTURA NATURAL..... | 512 |
| TABLA 278 PAQUEE 1 DEL CIRCUITO DE AVENTURA CULTURAL..... | 513 |
| TABLA 279 PAQUEE 2 DEL CIRCUITO DE AVENTURA CULTURAL..... | 514 |
| TABLA 280 PAQUETE 1 DEL CIRCUITO DE AVENTURA ECOLÓGICA..... | 515 |
| TABLA 281 PAQUETE 2 DEL CIRCUITO DE AVENTURA ECOLÓGICA..... | 516 |
| TABLA 282 INSUMOS DE LOS SERVICIOS..... | 518 |
| TABLA 283 INSUMOS DE SERVICIOS EXTRAS..... | 518 |
| TABLA 284 FORMATO DE RESERVACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS..... | 521 |
| TABLA 285 DATOS DE ENTRADA DEL MODELO DE PROCESO DE INFORMACIÓN..... | 525 |
| TABLA 286 FORMATO DE REGISTRO DE TURISTAS..... | 527 |
| TABLA 287 FORMATO PARA EL CONTROL DE HOSPEDAJE..... | 528 |
| TABLA 288 FORMATO PARA EL REGISTRO DE EMPLEADOS..... | 528 |
| TABLA 289. PROYECCIONES DE TURISTAS POR TIPO DE CIRCUITO..... | 533 |
| TABLA 290. PROYECCIONES POR PAQUETE TURÍSTICO PARA LOS CINCO AÑOS DE ANÁLISIS..... | 533 |
| TABLA 291 PROYECCIONES POR MES DE LA DEMANDA PARA LA PCTRS..... | 534 |
| TABLA 292 REQUERIMIENTOS PARA PAQUETE AN1..... | 535 |
| TABLA 293 REQUERIMIENTOS PARA PAQUETE AN2..... | 536 |
| TABLA 294 REQUERIMIENTOS PARA PAQUETE AC1..... | 536 |
| TABLA 295 REQUERIMIENTOS PARA PAQUETE AC2..... | 537 |
| TABLA 296 REQUERIMIENTOS PARA PAQUETE AE1..... | 538 |
| TABLA 297 REQUERIMIENTOS PARA PAQUETE AE2..... | 538 |
| TABLA 298. SISTEMA DE APOYO: TRANSPORTE DE TURISTAS..... | 539 |
| TABLA 299. SERVICIO DE APOYO: ALIMENTACIÓN EN CAFETERÍA..... | 540 |
| TABLA 300. SERVICIO DE APOYO: ALIMENTACIÓN DE TURISTAS EN CAMPING..... | 541 |
| TABLA 301. SERVICIO DE APOYO: MANTENIMIENTO DEL CERRO DE GUAZAPA..... | 542 |
| TABLA 302. SISTEMA DE APOYO: RECOLECCIÓN DE DESECHOS SÓLIDOS..... | 543 |
| TABLA 303. SISTEMA DE APOYO: INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE..... | 544 |
| TABLA 304. SERVICIO DE APOYO: ADMINISTRACIÓN..... | 545 |
| TABLA 305. REQUERIMIENTOS POR SERVICIO DE APOYO..... | 547 |
| TABLA 306. DETALLES TÉCNICOS DE EQUIPO NECESARIO PARA LOS SERVICIOS DE APOYO..... | 553 |
| TABLA 307. CUADRO DE PROXIMIDADES PARA LA DISTRIBUCIÓN EN PLANTA..... | 555 |

| | |
|--|-----|
| TABLA 308. CUADRO DE MOTIVOS DE LAS PROXIMIDADES EN LA DISTRIBUCIÓN EN PLANTA..... | 555 |
| TABLA 309 REQUERIMIENTOS DE RECURSO HUMANO DE GUAZAPA TOURS..... | 573 |
| TABLA 310 REQUERIMIENTOS DE MOBILIARIO Y EQUIPO Y SOFTWARE..... | 574 |
| TABLA 311 REQUERIMIENTOS DE SUMINISTROS DE OFICINA..... | 574 |
| TABLA 312 CARACTERÍSTICAS DE PERFIL NACIONAL JOVEN..... | 577 |
| TABLA 313 CARACTERÍSTICAS DE PERFIL NACIONAL FAMILIAR..... | 578 |
| TABLA 314 CARACTERÍSTICAS DE PERFIL EXTRANJERO..... | 579 |
| TABLA 315 SEGMENTACIÓN PARA LA DEMANDA NACIONAL..... | 580 |
| TABLA 316 TOTAL DEMANDA DEL AÑO 2017..... | 581 |
| TABLA 317. DEMANDA TOTAL PARA EL TURISMO RURAL EN EL AMSS Y SUCHITOTO..... | 581 |
| TABLA 318 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE MARKETING..... | 604 |
| TABLA 319. CALIFICACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DE RESULTADOS DE CALIDAD..... | 615 |
| TABLA 320 EJEMPLO DE TIPOS DE SEÑALES PROPUESTAS PARA LA PCTRS..... | 627 |
| TABLA 321. REQUERIMIENTOS PARA EL PROGRAMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD..... | 628 |
| TABLA 322 REQUERIMIENTOS DE RECURSOS PARA CAPACITACIONES..... | 632 |
| TABLA 323 EXPLICACIÓN DEL DIAGRAMA DE ENTES INCIDENTES DE LA PTRS..... | 639 |
| TABLA 324 COMPONENTES DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN..... | 642 |
| TABLA 325 CONTACTO DE LOS ENTES INVOLUCRADOS EN EL PROGRAMA..... | 645 |
| TABLA 326 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN..... | 646 |
| TABLA 327 INFRAESTRUCTURA DE GUAZAPA TOURS DE R.L. PARA LA PCTRS..... | 650 |
| TABLA 328 EQUIPO PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS BRINDADAS POR GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 651 |
| TABLA 329 MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA DE GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 652 |
| TABLA 330 MOBILIARIO Y EQUIPO DE CAFETERÍA DE GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 652 |
| TABLA 331 HERRAMIENTAS Y EQUIPO PARA DESARROLLAR EL TALLER DE ARTESANÍAS EN MADERA EN GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 653 |
| TABLA 332 HERRAMIENTAS Y EQUIPO PARA DESARROLLAR EL TALLER DE COSTURA Y BORDADO EN GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 653 |
| TABLA 333 EQUIPO Y ELEMENTOS DEL MUSEO COMUNITARIO DE GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 654 |
| TABLA 334 EQUIPO DE APOYO PARA DESARROLLAR TODAS LAS ACTIVIDADES DE GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 654 |
| TABLA 335 EQUIPO PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS PROPUESTAS A GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 655 |
| TABLA 336 TABLA RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA TANGIBLE PARA GUAZAPA TOURS PARA LA PCTRS..... | 655 |
| TABLA 337 COSTO DE ESTUDIOS PREVIOS ESPECIALIZADOS DE LA PCTRS..... | 657 |
| TABLA 338 RESUMEN DEL ADP DE LA PCTRS..... | 657 |
| TABLA 339 RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS INTANGIBLES DE LA PCTRS..... | 657 |
| TABLA 340 CAPITAL DE TRABAJO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA PROPUESTA DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE OPERACIÓN..... | 658 |
| TABLA 341 RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL DE LA PCTRS..... | 659 |
| TABLA 342 SUELDOS ADMINISTRATIVOS PARA LA PCTRS..... | 662 |
| TABLA 343 INSUMOS PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA DE LA PCTRS..... | 663 |
| TABLA 344 COSTOS FIJOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN LA PCTRS..... | 664 |
| TABLA 345 COSTOS UNITARIOS POR ACTIVIDAD DE GUAZAPA TOURS DE R.L. Y SUBCONTRATADAS..... | 665 |
| TABLA 346 COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN VARIABLES PARA LA PCTRS..... | 666 |
| TABLA 347 TASAS DE INTERÉS DE ACUERDO AL MONTO DE FINANCIAMIENTO DE BANDESAL..... | 667 |
| TABLA 348 COSTOS FINANCIEROS PARA LA PCTRS DURANTE EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN..... | 667 |
| TABLA 349 COSTOS FINANCIEROS POR AÑO PARA LA PCTRS PARA LOS CINCO AÑOS DE ANÁLISIS DEL ESTUDIO..... | 667 |
| TABLA 350 COSTO FIJO UNITARIO Y COSTO VARIABLE UNITARIO POR SERVICIO DENTRO | |

| | |
|---|-----|
| DE GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 668 |
| TABLA 351 COSTOS VARIABLES DEL SERVICIO DE GUIADO..... | 669 |
| TABLA 352 COSTOS FIJOS Y VARIABLES DEL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN..... | 669 |
| TABLA 353 COSTOS FIJOS Y VARIABLES DEL SERVICIO DE TRANSPORTE..... | 669 |
| TABLA 354 COSTOS FIJOS DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN..... | 670 |
| TABLA 355 COSTOS FIJOS Y VARIABLES DEL SERVICIO DE RECREACIÓN..... | 670 |
| TABLA 356 COSTO UNITARIO POR SERVICIO BRINDADO EN LAS OTRAS INICIATIVAS INCLUIDAS EN LA PCTRS..... | 671 |
| TABLA 357 ESTRUCTURA DE COSTOS PARA EL PAQUETE AN-1..... | 672 |
| TABLA 358 ESTRUCTURA DE COSTOS PARA EL PAQUETE AN-2..... | 672 |
| TABLA 359 ESTRUCTURA DE COSTOS PARA EL PAQUETE AC-1..... | 673 |
| TABLA 360 ESTRUCTURA DE COSTOS PARA EL PAQUETE AC-2..... | 673 |
| TABLA 361 ESTRUCTURA DE COSTOS PARA EL PAQUETE AE-1..... | 674 |
| TABLA 362 ESTRUCTURA DE COSTOS PARA EL PAQUETE AE-2..... | 674 |
| TABLA 363 ESTRUCTURA DE COSTOS PARA EL PAQUETE GUAZAPA..... | 675 |
| TABLA 364 PRECIO DE VENTA POR PAQUETE DE LA PCTRS..... | 676 |
| TABLA 365 PRECIOS POR ACTIVIDADES INDIVIDUALES EN GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 676 |
| TABLA 366 PROYECCIÓN DE TURISTAS POR PAQUETE DE LA PCTRS POR AÑO..... | 677 |
| TABLA 367 PROYECCIÓN DE TURISTAS POR PAQUETE POR MES PARA EL AÑO UNO..... | 677 |
| TABLA 368 PROYECCIÓN DE TURISTAS A REALIZAR ACTIVIDADES INDIVIDUALES EN GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 678 |
| TABLA 369 PROYECCIÓN DE TURISTAS POR MES Y POR ACTIVIDAD PARA EL AÑO UNO PARA GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 678 |
| TABLA 370 PRESUPUESTO DE INGRESOS POR MES PARA EL AÑO UNO PARA LA PCTRS..... | 679 |
| TABLA 371 PRESUPUESTO DE INGRESOS POR ACTIVIDADES REALIZADAS EN GUAZAPA TOURS DE R.L. POR MES PARA EL PRIMER AÑO DE ANÁLISIS..... | 679 |
| TABLA 372 PRESUPUESTO DE INGRESOS PARA LA PCTRS PARA LOS CINCO AÑOS DE ESTUDIO..... | 680 |
| TABLA 373 PRESUPUESTO DE INGRESOS POR AÑO POR ACTIVIDAD PARA GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 680 |
| TABLA 374 PRESUPUESTO DE INGRESOS TOTALES PARA GUAZAPA TOURS DE R.L. Y LA PCTRS..... | 680 |
| TABLA 375 PRESUPUESTO DE EGRESOS POR PAQUETE PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN PARA LA PCTRS..... | 681 |
| TABLA 376 PRESUPUESTO DE EGRESOS POR ACTIVIDAD Y POR MES PARA EL AÑO UNO DE OPERACIÓN DE GUAZAPA TOURS EN CONJUNTO CON LA PCTRS..... | 681 |
| TABLA 377 PRESUPUESTO DE EGRESOS PARA LOS CINCO AÑOS DE ANÁLISIS DE LA PCTRS..... | 682 |
| TABLA 378 PRESUPUESTO DE EGRESOS POR ACTIVIDADES PARA LOS CINCO AÑOS DE ANÁLISIS DE LA PCTRS..... | 682 |
| TABLA 379 TOTAL DE EGRESOS PARA GUAZAPA TOURS EN LOS CINCO AÑOS DE ANÁLISIS DE LA PCTRS..... | 682 |
| TABLA 380 PUNTO DE EQUILIBRIO PARA LA PCTRS EN PAQUETES Y UNIDADES MONETARIAS..... | 683 |
| TABLA 381 ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA PARA EL AÑO UNO DE LA PCTRS..... | 686 |
| TABLA 382 ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA POR AÑO PARA LA PCTRS..... | 686 |
| TABLA 383 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN..... | 687 |
| TABLA 384 FLUJO NETO DE EFECTIVO PARA GUAZAPA TOURS DE R.L. PARA LOS CINCO AÑOS DE ANÁLISIS..... | 688 |
| TABLA 385 BALANCE GENERAL PROYECTADO PARA GUAZAPA TOURS DE R.L. PARA LOS CINCO AÑOS DE ANÁLISIS..... | 689 |
| TABLA 386 INFLACIÓN PARA LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS..... | 691 |
| TABLA 387 DATOS COMPARATIVOS DEL BONO ALEMÁN..... | 692 |
| TABLA 388 DATOS COMPARATIVOS DE LA CURVA DEL BONO AMERICANO..... | 692 |
| TABLA 389 DATOS PRINCIPALES PARA CONOCER LA VAN..... | 694 |

| | |
|---|-----|
| TABLA 390 UTILIDAD POR AÑO Y UTILIDAD PROMEDIO..... | 695 |
| TABLA 391 DATOS PARA EL CÁLCULO DE LA RAZÓN BENEFICIO/COSTO..... | 696 |
| TABLA 392 MARGEN DE UTILIDAD..... | 697 |
| TABLA 393 MARGEN OPERATIVO..... | 698 |
| TABLA 394 RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS..... | 698 |
| TABLA 395. ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES..... | 698 |
| TABLA 396 RESUMEN DE LOS RATIOS FINANCIEROS PARA LA PCTRS..... | 699 |
| TABLA 397 ÍNDICES ECONÓMICOS PARA EL ESCENARIO UNO DE LA PCTRS..... | 700 |
| TABLA 398 ÍNDICES ECONÓMICOS PARA EL ESCENARIO DOS DE LA PCTRS..... | 701 |
| TABLA 399 ÍNDICES ECONÓMICOS PARA EL ESCENARIO TRES DE LA PCTRS..... | 701 |
| TABLA 400 APROVECHAMIENTO DE RECURSOS POR INICIATIVA..... | 705 |
| TABLA 401. PROYECCIONES DE LA DEMANDA PARA LA PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN SUCHITOTO..... | 705 |
| TABLA 402 PROYECCIONES DEL AUMENTO DE CAPACIDAD INSTALADA PARA EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN..... | 706 |
| TABLA 403 PROYECCIONES DEL AUMENTO DE CAPACIDAD INSTALADA PARA EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO..... | 706 |
| TABLA 404 PROYECCIONES DEL AUMENTO DE CAPACIDAD INSTALADA PARA EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO..... | 707 |
| TABLA 405 PROYECCIÓN DE MEJORA EN INGRESOS SEGÚN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTACIÓN..... | 707 |
| TABLA 406 PROYECCIÓN DE MEJORA EN INGRESOS SEGÚN ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO..... | 708 |
| TABLA 407 PROYECCIÓN DE MEJORA EN INGRESOS SEGÚN ESTABLECIMIENTO DE SERVICIOS TURÍSTICOS, CULTURALES Y ECOLÓGICOS..... | 708 |
| TABLA 408 PROYECCIÓN DE INCREMENTO DE EMPLEOS EN SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN..... | 709 |
| TABLA 409 PROYECCIÓN DE INCREMENTO DE EMPLEOS EN SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN..... | 710 |
| TABLA 410 PROYECCIÓN DE INCREMENTO DE EMPLEOS EN SERVICIOS TURÍSTICOS, CULTURALES Y ECOLÓGICOS..... | 711 |
| TABLA 411 INDICADORES DE BENEFICIO COSTO SOCIAL..... | 721 |
| TABLA 412 PROYECCIONES DE CRECIMIENTO POBLACIONAL SUCHITOTO. FUENTE: DIGESTYC..... | 725 |
| TABLA 413 DEFINICIONES BÁSICAS DE LA LEY DE MEDIO AMBIENTE DE EL SALVADOR..... | 735 |
| TABLA 414 TIPO DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO..... | 737 |
| TABLA 415 PREDICCIONES PARA IMPACTOS POSIBLES..... | 740 |
| TABLA 416 CRITERIOS, VALORES Y DESCRIPCIÓN DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL..... | 742 |
| TABLA 417 MATRIZ DE CALIFICACIÓN PARA SITUACIÓN PROPUESTA..... | 743 |
| TABLA 418 VALORES LÍMITES POR CATEGORÍA..... | 743 |
| TABLA 419 IMPACTOS AMBIENTALES DEL PROYECTO..... | 743 |
| TABLA 420 DESCRIPCIÓN DE PAQUETES DE TRABAJO EN LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO..... | 753 |
| TABLA 421 ACTIVIDADES DEL PAQUETE OBTENCIÓN DE PERMISOS..... | 754 |
| TABLA 422 ACTIVIDADES DE LICITACIÓN..... | 755 |
| TABLA 423 ACTIVIDADES DEL PAQUETE GESTIÓN FINANCIERA..... | 755 |
| TABLA 424 ACTIVIDADES DEL PAQUETE EQUIPO..... | 756 |
| TABLA 425 ACTIVIDADES DEL PAQUETE MOBILIARIO..... | 756 |
| TABLA 426 ACTIVIDADES DEL PAQUETE ORGANIZACIÓN..... | 757 |
| TABLA 427 ACTIVIDADES DEL PAQUETE CONTRATACIÓN..... | 757 |
| TABLA 428 ACTIVIDADES DEL PAQUETE CAPACITACIÓN..... | 758 |
| TABLA 429 ACTIVIDADES DEL PAQUETE PRUEBA PILOTO..... | 758 |
| TABLA 430 ACTIVIDADES DEL PAQUETE PRUEBA PILOTO..... | 759 |
| TABLA 431 MATRIZ DE PRECEDENCIA DEL PROYECTO..... | 761 |
| TABLA 432 POSIBLES COSTOS A INCURRIR EN LA ADMINISTRACIÓN..... | 764 |
| TABLA 433 PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO..... | 765 |

| | |
|--|-----|
| TABLA 434 PRESUPUESTO DE ADMINISTRACIÓN POR ENTREGABLE..... | 766 |
| TABLA 435 PRESUPUESTO DE SALARIOS DE IMPLEMENTADORES DEL PROYECTO..... | 766 |
| TABLA 436 RESUMEN DEL PRESUPUESTO DE IMPLEMENTADORES DEL PROYECTO..... | 766 |
| TABLA 437 ASIGNACIÓN DE RECURSOS A ENCARGADOS DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO..... | 772 |
| TABLA 438 MATRIZ DE RESPONSABILIDAD..... | 772 |
| TABLA 439 CUADRO DE ÍNDICE DE CONTROL..... | 775 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|-----|
| ILUSTRACIÓN 1. LOGO DE MINISTERIO DE TURISMO..... | 18 |
| ILUSTRACIÓN 2. LOGO DE ALCALDÍA MUNICIPAL DE SUCHITOTO..... | 18 |
| ILUSTRACIÓN 3 UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO..... | 41 |
| ILUSTRACIÓN 4 MUNICIPIO DE SUCHITOTO..... | 41 |
| ILUSTRACIÓN 5 USO DE SUELOS DEL ÁREA RURAL..... | 44 |
| ILUSTRACIÓN 6 CASA 1800..... | 60 |
| ILUSTRACIÓN 7 HOTEL Y RESTAURANTE LOS ALMENDROS..... | 64 |
| ILUSTRACIÓN 8 ACADEMIA DE LENGUAJE PÁJARO FLOR..... | 68 |
| ILUSTRACIÓN 9 LA POSADA DE SUCHITLÁN..... | 72 |
| ILUSTRACIÓN 10 CASA DE LA ABUELA..... | 76 |
| ILUSTRACIÓN 11 EL TEJADO..... | 80 |
| ILUSTRACIÓN 12 PUERTO SAN JUAN..... | 84 |
| ILUSTRACIÓN 13 HOSTAL LOS SÁNCHEZ..... | 88 |
| ILUSTRACIÓN 14 CENTRO ARTE PARA DE LA PAZ..... | 92 |
| ILUSTRACIÓN 15 HOTEL BLANCA LUNA..... | 96 |
| ILUSTRACIÓN 16 HOTEL LA BARRANCA..... | 100 |
| ILUSTRACIÓN 17 PARQUE ARQUEOLÓGICO CIHUATÁN..... | 104 |
| ILUSTRACIÓN 18 PARQUE ECOLÓGICO BOSQUE DE CINQUERA..... | 108 |
| ILUSTRACIÓN 19 COMUNIDAD SAN ANTONIO..... | 112 |
| ILUSTRACIÓN 20 HACIENDA LOS NACIMIENTOS..... | 116 |
| ILUSTRACIÓN 21 DÍA DE LA CRUZ..... | 120 |
| ILUSTRACIÓN 22 FESTIVAL PERMANENTE DE ARTE Y CULTURA..... | 121 |
| ILUSTRACIÓN 23 SEMANA SANTA SACANDO A JESÚS DE NAZARET..... | 122 |
| ILUSTRACIÓN 24 FIESTA DE ANIVERSARIO DE SUCHITOTO..... | 123 |
| ILUSTRACIÓN 25 FESTIVAL DEL MAÍZ..... | 124 |
| ILUSTRACIÓN 26 DESFILE TRADICIONAL DEL INSU..... | 125 |
| ILUSTRACIÓN 27 FIESTAS PATRIAS..... | 126 |
| ILUSTRACIÓN 28 FERIADO DEL AÑIL..... | 127 |
| ILUSTRACIÓN 29 FIESTAS PATRONALES..... | 128 |
| ILUSTRACIÓN 30 DESFILE TRADICIONAL DEL INSU..... | 129 |
| ILUSTRACIÓN 31 AGUACAYO..... | 130 |
| ILUSTRACIÓN 32 CENTRO HISTÓRICO DE SUCHITOTO..... | 132 |
| ILUSTRACIÓN 33 HACIENDA LA BERMUDA..... | 134 |
| ILUSTRACIÓN 34 RIO AGUA TIBIA..... | 138 |
| ILUSTRACIÓN 35. TURICENTRO LAS AMÉRICAS..... | 139 |
| ILUSTRACIÓN 36. SITIO ARQUEOLÓGICO CIUDAD VIEJA, HACIENDA LA BERMUDA..... | 143 |
| ILUSTRACIÓN 37. COMUNIDAD SITIO CENÍCERO..... | 147 |
| ILUSTRACIÓN 38. GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 151 |
| ILUSTRACIÓN 39. RUINAS DE UNA IGLESIA EN PALO GRANDE..... | 155 |
| ILUSTRACIÓN 40. HACIENDA COLIMA..... | 159 |
| ILUSTRACIÓN 41 MAPA DE DESEMPLEO EN EL SALVADOR FUENTE: EHPM 2015..... | 182 |
| ILUSTRACIÓN 42. LOGO MINISTERIO DE TURISMO..... | 387 |
| ILUSTRACIÓN 43. LOGO DE CORSATUR..... | 388 |
| ILUSTRACIÓN 44. LOGO INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO..... | 388 |
| ILUSTRACIÓN 45. LOGO SECRETARIA DE CULTURA DE LA PRESIDENCIA..... | 389 |

| | |
|---|-----|
| ILUSTRACIÓN 46. LOGO MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA DE EL SALVADOR. | 390 |
| ILUSTRACIÓN 47. LOGO MINISTERIO DE ECONOMÍA DE EL SALVADOR. | 391 |
| ILUSTRACIÓN 48. LOGO CONAMYPE. | 391 |
| ILUSTRACIÓN 49. LOGO CASATUR. | 392 |
| ILUSTRACIÓN 50. LOGO ARES. | 392 |
| ILUSTRACIÓN 51. LOGO BURÓ DE CONVENCIONES DE EL SALVADOR. | 393 |
| ILUSTRACIÓN 52. LOGO HOTELES PEQUEÑOS DE EL SALVADOR. | 393 |
| ILUSTRACIÓN 53. LOGO ASOCIACIÓN SALVADOREÑA DE OPERADORES DE TURISMO... | 394 |
| ILUSTRACIÓN 54 IGLESIA DE SUCHITOTO. | 591 |
| ILUSTRACIÓN 55 PÁGINA DE FACEBOOK DE GUAZAPA TOURS. | 592 |
| ILUSTRACIÓN 56 PARTE EXTERNA DEL BROCHURE PROPUESTO. | 594 |
| ILUSTRACIÓN 57 PARTE INTERNA DEL BROCHURE PROPUESTO. | 595 |
| ILUSTRACIÓN 58 PARTE EXTERNA DEL BROCHURE PROPUESTO. | 595 |
| ILUSTRACIÓN 59 PARTE INTERNA DEL BROCHURE PROPUESTO. | 596 |
| ILUSTRACIÓN 60 PROPUESTA DE CAMISETAS PARA GUÍAS TURÍSTICOS. | 596 |
| ILUSTRACIÓN 61 PROPUESTA DE CAMISA PARA MIEMBROS DE LA COOPERATIVA. | 597 |
| ILUSTRACIÓN 62 TRES VISTAS DE LA PÁGINA WEB PROPUESTA EN UN TELÉFONO MÓVIL. | 599 |
| ILUSTRACIÓN 63 TRES VISTAS DE LA PÁGINA WEB PROPUESTA EN UN ORDENADOR ... | 600 |
| ILUSTRACIÓN 64 TRES VISTAS DE LA PÁGINA WEB PROPUESTA EN UNA TABLET O IPAD | 601 |
| ILUSTRACIÓN 65 DISEÑO DE PÁGINA WEB DE LA PCTRS. | 602 |
| ILUSTRACIÓN 66 DISEÑO DE GALERÍA DE IMÁGENES DE PÁGINA WEB DE LA PCTRS. | 602 |
| ILUSTRACIÓN 67 DISEÑO DE GALERÍA DE IMÁGENES DE PÁGINA WEB DE LA PCTRS. | 603 |
| ILUSTRACIÓN 68 DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS DE PÁGINA WEB DE LA PCTRS. | 603 |

ÍNDICE DE ESQUEMAS

| | |
|---|-----|
| ESQUEMA 1 LLEGADA DE VISITANTES 2009-2015. FUENTE: CORSATUR. | 8 |
| ESQUEMA 2 PARTICIPACIÓN DE LLEGADA DE TURISTAS POR VÍA UTILIZADA. FUENTE: CORSATUR. | 9 |
| ESQUEMA 3 PESO DE LLEGADA DE TURISTAS POR FRONTERA. FUENTE: CORSATUR. | 9 |
| ESQUEMA 4 PARTICIPACIÓN DE TURISTAS POR REGIONES DE PROCEDENCIA. FUENTE: CORSATUR. | 10 |
| ESQUEMA 5 LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES POR PRINCIPALES REGIONES DE RESIDENCIA. FUENTE: CORSATUR. | 10 |
| ESQUEMA 6 LLEGADA DE TURISTAS POR NACIONALIDAD. | 11 |
| ESQUEMA 7 GASTO TURÍSTICO 2014-2015. FUENTE: CORSATUR. | 11 |
| ESQUEMA 8 INCREMENTO DE GASTO DIARIO. | 12 |
| ESQUEMA 9 PROCESOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO. | 29 |
| ESQUEMA 10 COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO. | 29 |
| ESQUEMA 11 CLASIFICACIÓN DE LOS VIAJES TURÍSTICOS POR EL MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE. | 32 |
| ESQUEMA 12 FORMAS Y TIPOS DE TURISMO. | 33 |
| ESQUEMA 13 TIPOS DE TURISMO SEGÚN MOTIVACIONES FÍSICAS Y PSICOLÓGICAS. | 34 |
| ESQUEMA 14 TIPOS DE TURISMO SEGÚN MOTIVOS CULTURALES. | 35 |
| ESQUEMA 15 TIPOS DE TURISMO SEGÚN MOTIVOS INTERPERSONALES. | 36 |
| ESQUEMA 16 TIPOS DE TURISMO SEGÚN MOTIVACIÓN DE ESTATUS Y PRESTIGIO. | 36 |
| ESQUEMA 17 CIRCUITO Y CORREDOR TURÍSTICO. | 38 |
| ESQUEMA 18 CARACTERÍSTICAS DE LOS INVENTARIOS TURÍSTICOS. | 51 |
| ESQUEMA 19 IMPORTANCIA DEL INVENTARIO TURÍSTICO. | 52 |
| ESQUEMA 20 METODOLOGÍA PARA EL INVENTARIO TURÍSTICO. | 52 |
| ESQUEMA 21 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR. | 173 |
| ESQUEMA 22 PERFIL PRELIMINAR DEL CONSUMIDOR NACIONAL JOVEN. | 176 |
| ESQUEMA 23 PERFIL PRELIMINAR DEL CONSUMIDOR NACIONAL FAMILIAR. | 177 |
| ESQUEMA 24 PERFIL PRELIMINAR DEL TURISTA EXTRANJERO. | 178 |
| ESQUEMA 25 TIPOS DE SEGMENTOS PARA EL TURISTA NACIONAL. | 184 |
| ESQUEMA 26. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN PARA EL MERCADO COMPETIDOR. | 330 |
| ESQUEMA 27. TEMÁTICAS SUJETAS A COMPARACIÓN Y ANÁLISIS. | 332 |
| ESQUEMA 28. TIPOS DE COMPETENCIA. | 332 |
| ESQUEMA 29 MAPA GEOGRÁFICO DE UBICACIÓN DE LA COOPERATIVA LOS PINOS. | 334 |
| ESQUEMA 30 INFORMACIÓN A RECOPIRAR DE LA COMPETENCIA DIRECTA. | 352 |
| ESQUEMA 31. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN PARA EL MERCADO DISTRIBUIDOR. | 371 |
| ESQUEMA 32. PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA. | 372 |
| ESQUEMA 33. PRINCIPALES FUNCIONES DE LOS INTERMEDIARIOS. | 377 |
| ESQUEMA 34. SÍNTESIS DEL CUESTIONARIO REALIZADO A TOUR OPERADORES. | 386 |
| ESQUEMA 35 ÁRBOL DE PROBLEMAS. | 408 |
| ESQUEMA 36 ÁRBOL DE OBJETIVOS. | 409 |
| ESQUEMA 37 CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO DE LA PROPUESTA DE | |

| | |
|--|-----|
| CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES..... | 423 |
| ESQUEMA 38 INICIATIVAS SELECCIONADAS PARA EL DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN SUCHITOTO..... | 427 |
| ESQUEMA 39 DIAGRAMA DE ESTADO PARA EL DISEÑO DE LA SOLUCIÓN..... | 430 |
| ESQUEMA 40 COMPONENTES DE LA PCRTS..... | 434 |
| ESQUEMA 41 UBICACIÓN DE LA PCTRS DENTRO DEL MARCO LEGAL..... | 435 |
| ESQUEMA 42 PERFIL DEL TURISTA NACIONAL JOVEN..... | 438 |
| ESQUEMA 43 PERFIL DE TURISTA NACIONAL FAMILIAR..... | 439 |
| ESQUEMA 44 PERFIL DE TURISTA EXTRANJERO..... | 440 |
| ESQUEMA 45 ÁREAS DE FORMACIÓN DE GUÍAS LOCALES SEGÚN NORMA NTS 03.55.01:12..... | 448 |
| ESQUEMA 46 FACTORES A EVALUAR PARA EL TAMAÑO DE LA PROPUESTA.... | 452 |
| ESQUEMA 47 METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DEL TAMAÑO DE LA PROPUESTA..... | 452 |
| ESQUEMA 48 COMPONENTES DE CAPACIDAD DE CARGA..... | 454 |
| ESQUEMA 49 PARTES DE LA LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA..... | 461 |
| ESQUEMA 50 MACRO LOCALIZACIÓN, CERRO DE GUAZAPA..... | 462 |
| ESQUEMA 51 MUNICIPIO DE SUCHITOTO..... | 463 |
| ESQUEMA 52 USO DE SUELOS DEL ÁREA RURAL..... | 466 |
| ESQUEMA 53 SISTEMA VIAL, MUNICIPIO DE SUCHITOTO..... | 469 |
| ESQUEMA 54 FACTORES A EVALUAR PARA LA MACRO LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA..... | 475 |
| ESQUEMA 55 METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA..... | 475 |
| ESQUEMA 56 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA MACRO LOCALIZACIÓN RESPECTO A COMPETIDORES DIRECTOS..... | 482 |
| ESQUEMA 57 UBICACIÓN DE GUAZAPA TOURS..... | 483 |
| ESQUEMA 58 RUTA Y UBICACIÓN DE SERVICIOS DE CAMINATA MEDIA..... | 484 |
| ESQUEMA 59 TEMÁTICAS DE CIRCUITOS TURÍSTICOS PARA LA PCTRS..... | 487 |
| ESQUEMA 60 INICIATIVAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PCRTS..... | 494 |
| ESQUEMA 61 HOTELES Y RESTAURANTES DE LA PCRTS..... | 494 |
| ESQUEMA 62 FLUJO DE PROCEDIMIENTO DE RESERVACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS..... | 522 |
| ESQUEMA 63 FLUJO DE PROCEDIMIENTO DE RECEPCIÓN DE CLIENTES Y CANCELACIÓN DE PAQUETES..... | 523 |
| ESQUEMA 64 FLUJO DE PROCEDIMIENTO DE RECEPCIÓN DE CLIENTES Y CANCELACIÓN DE PAQUETES..... | 526 |
| ESQUEMA 65 FLUJO DE PROCEDIMIENTO DE ALOJAMIENTO..... | 530 |
| ESQUEMA 66 FLUJO DE PROCEDIMIENTOS EN ALIMENTACIÓN..... | 532 |
| ESQUEMA 67 PROYECCIÓN POR MES DE LA DEMANDA PARA LA PCTRS..... | 534 |
| ESQUEMA 68 CROQUIS DE LA UBICACIÓN DE LOS SERVICIOS EN EL CERRO DE GUAZAPA..... | 554 |
| ESQUEMA 69 DIAGRAMA DE RELACIONES PARA LAS INSTALACIONES DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 556 |
| ESQUEMA 70. DIAGRAMA DE BLOQUES ADIMENSIONALES..... | 556 |
| ESQUEMA 71. PRIMERA APROXIMACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN EN PLANTA..... | 557 |
| ESQUEMA 72 VISTA EN PLANTA DE LAS INSTALACIONES DE GUAZAPA TOURS DE R.L..... | 558 |
| ESQUEMA 73 ORGANIGRAMA DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L.... | 563 |
| ESQUEMA 74 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL COMITÉ DE OPERACIÓN TURÍSTICA..... | 563 |

| | |
|--|-----|
| ESQUEMA 75 PRINCIPIOS Y VALORES DE LA PCRTS | 569 |
| ESQUEMA 76 PERFIL DE TURISTA NACIONAL JOVEN..... | 577 |
| ESQUEMA 77 PERFIL DE TURISTA NACIONAL FAMILIAR. | 578 |
| ESQUEMA 78 PERFIL DE TURISTA EXTRANJERO..... | 579 |
| ESQUEMA 79 PRODUCTOS DE LA PCTRS. | 582 |
| ESQUEMA 80 RESUMEN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING..... | 589 |
| ESQUEMA 81 COMPONENTES DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA..... | 607 |
| ESQUEMA 82 ESQUEMA DEL MODELO SERVQUAL DE CALIDAD DE SERVICIO... | 609 |
| ESQUEMA 83. PROCESO DE FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE CALIDAD..... | 616 |
| ESQUEMA 84. FACTORES QUE INCLUYEN LAS BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO. | 618 |
| ESQUEMA 85 POSICIÓN IDÓNEA PARA LA UBICACIÓN DE LAS SEÑALES ORIENTADORAS. | 626 |
| ESQUEMA 86 PRINCIPALES ENTES INCIDENTES EN LA PCTRS. | 638 |
| ESQUEMA 87 TIPOS DE INVERSIONES FIJAS DE UN PROYECTO. | 649 |
| ESQUEMA 88 DISTRIBUCIÓN DE COSTOS DE INVERSIÓN DE LA PCTRS. | 659 |
| ESQUEMA 90 CURVA DEL BONO ALEMÁN..... | 691 |
| ESQUEMA 91 TENDENCIA DEL BONO AMERICANO..... | 692 |
| ESQUEMA 92 ESQUEMA DE METODOLOGÍA B/C SOCIAL. | 703 |
| ESQUEMA 93 EMPLEOS DIRECTOS GENERADOS POR LA PCTRS. | 712 |
| ESQUEMA 94 CONSOLIDADO DE GENERACIÓN DE EMPLEO DE LA PCTRS. | 713 |
| ESQUEMA 95 COMPARACIÓN ENTRE VI CENSOS DE POBLACIÓN Y V DE VIVIENDA, 2007) Y (V CENSO DE POBLACIÓN Y IV DE VIVIENDA, 1992 | 723 |
| ESQUEMA 96 DISTRIBUCIÓN DE GÉNERO EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO EN 2007. | 724 |
| ESQUEMA 97.PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO POBLACIONAL EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. FUENTE: DIGESTYC. | 725 |
| ESQUEMA 98 CONDICIONES DE EMPLEO SEGÚN GÉNERO DE LA PCTRS. | 726 |
| ESQUEMA 99 CONTRIBUCIONES DE LA PROPUESTA..... | 727 |
| ESQUEMA 100 BENEFICIOS DEL PROYECTO..... | 728 |
| ESQUEMA 101 FACTORES DEL IMPACTO AMBIENTAL..... | 730 |
| ESQUEMA 102 CRITERIOS NECESARIOS PARA LA EVALUACIÓN AMBIENTAL. | 730 |
| ESQUEMA 103 PRINCIPALES INSTITUCIONES PÚBLICAS AMBIENTALES. | 731 |
| ESQUEMA 104 CAPÍTULOS DE LA LEY DE MEDIO AMBIENTE DE EL SALVADOR. | 734 |
| ESQUEMA 105 ÁREAS DEL PROYECTO. | 736 |
| ESQUEMA 106 COMPONENTES AMBIENTALES DEL PROYECTO..... | 744 |
| ESQUEMA 107 CONTENIDOS BÁSICOS DE LA ESTRATEGIA DE MANEJO AMBIENTAL. | 745 |
| ESQUEMA 108 ETAPAS DE LA PLANEACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN. | 748 |
| ESQUEMA 109 ESTRUCTURA DE DESGLOSE DEL PROYECTO..... | 750 |
| ESQUEMA 110 ENTREGABLES DEL PROYECTO. | 750 |
| ESQUEMA 111 DIAGRAMA DE GANTT. (PÁGINA 1 DE 2)..... | 767 |
| ESQUEMA 112 DIAGRAMA DE GANTT. (PÁGINA 2 DE 2)..... | 768 |
| ESQUEMA 113 DIAGRAMA DE RED..... | 769 |
| ESQUEMA 114 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA. | 770 |
| ESQUEMA 115 FUNCIONES POR ENCARGADO..... | 771 |

INTRODUCCION.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. El rubro turístico se encuentra en expansión a nivel mundial, según los indicadores de gestión de turismo en El Salvador hay un crecimiento en el nivel de ingreso, siendo al cierre del 2015 (US\$ 1,169.45 millones de dólares) el más alto en los últimos 12 años y en la llegada de visitantes más de 1,973 miles con un crecimiento del 4.6%, con respecto al 2014. Además, esta misma industria generó en promedio 48,705 empleos directos durante el año 2015, equivalente al 11.3% del total empleo nacional¹.

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos en el mundo actual, tanto por su nivel de inversión, participación en el empleo, aportación de divisas, y así también como la contribución que realiza al desarrollo regional y nacional. Las perspectivas para el turismo en los próximos años son muy favorables, se estima que para 2020, el flujo de turistas internacionales en el mundo se ubicará en más de 1.560 millones de llegadas.

Para El Salvador no es la excepción, ya que los ingresos económicos del sector turístico han reflejado incrementos sustanciales en los últimos años. El Ministerio de Turismo proyectan un incremento del 3.9% en el ingreso de visitantes para el 2016, es decir que El Salvador podría recibir 2 millones 49 mil turistas.

La actividad económica en análisis es el turismo rural comunitario a beneficio del municipio de Suchitoto, departamento de Cuscatlán, El Salvador. Debido a los diversos factores positivos que posee el sector turismo, hace que exista una grande, variada y creciente competencia en la industria, y por ende muchos los retos que deben enfrentar las pequeñas iniciativas turísticas rurales que tratan de tener una participación importante en este sector. Son estas las razones que motivaron la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. para coordinar las diferentes iniciativas turísticas rurales de Suchitoto aprovechando así el potencial turístico del municipio.

La propuesta se divide en cuatro etapas: Diagnóstico, Diseño, Evaluación e Administración.

En la etapa de Diagnóstico se realiza una introducción a la temática con las generalidades del turismo, el marco regulatorio de esta actividad económica, la situación del turismo en Suchitoto, generalidades de la contraparte y la recopilación de información dividida en: inventario turístico, mercado de consumo, mercado competidor y distribuidor de la propuesta.

En la etapa de diseño se presenta el planteamiento general de la propuesta que incluye una serie de programas vitales para el funcionamiento eficiente de la Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en Suchitoto. A continuación se detalla cada uno de estos programas.

¹ Boletín Estadístico 2015 (Fuente: CORSATUR).

El diseño propuesto inicia con el planteamiento general de la propuesta el cual describe de manera general los objetivos, componentes y la sostenibilidad que se desea alcanzar, luego sigue un programa de gestión administrativa que sirva de impulso y apoyo a la gestión actual de la Cooperativa Guazapa Tours brindando las herramientas metodológicas requeridas para el funcionamiento eficiente de la misma así como los lineamientos de la gestión de los circuitos turísticos.

El programa de desarrollo de productos turísticos es el eje del diseño en donde se detallan las características del producto turístico, los circuitos y paquetes propuestos, así como los servicios actuales de la Cooperativa, las mejoras diagnosticadas para las iniciativas involucradas, los procesos de prestación del servicio, los sistemas de apoyo y la capacidad instalada; todos estos aspectos se diseñan a partir de la perspectiva y técnicas de la ingeniería industrial con el fin de maximizar los beneficios que se puedan obtener a partir de las necesidades de la Cooperativa.

Los requerimientos y especificaciones se detallan a lo largo de cada programa, además se define un programa de marketing con el fin de aprovechar los canales de difusión de información más eficientes para abarcar mayor cantidad de mercado potencial. El programa de gestión de la calidad, capacitación y de gestión de cooperación buscan estandarizar y generar la cultura de la mejora continua en cada uno de los servicios involucrando a todas las iniciativas pero con énfasis en la contraparte para lograr el desarrollo eficiente de la propuesta.

En la etapa 3 se presentan las evaluaciones económico financiero requeridas para satisfacer la demanda potencial proveniente del estudio de mercado con los costos de los requerimientos identificados en la etapa de diseño, el fin de esta etapa es evaluar en términos económicos y financieros la factibilidad económica del proyecto; es decir si es conveniente invertir en la Propuesta de Circuitos Turísticos, además se realiza la evaluación socio económica, de género y ambiental en las cuales el proyecto ejerce una influencia inminente.

Por último se presenta una propuesta para la administración del proyecto así como una propuesta de organización y funciones para la Cooperativa para llevar a cabo la propuesta dotando así a Guazapa Tours de todas las herramientas necesarias para poner en marcha los circuitos Turísticos.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

Diseñar una propuesta de circuitos turísticos rurales en el municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. y así contribuir al desarrollo turístico de la cooperativa y a la mejora de las condiciones de vida de las comunidades involucradas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Inventariar los recursos y atractivos turísticos rurales del municipio Suchitoto para detectar los de mayor potencial.
- Conocer la oferta y demanda turística actual del municipio con el fin de orientar la propuesta al mercado consumidor potencial.
- Identificar los diferentes involucrados en turismo a nivel asociativo o privado de Suchitoto para determinar la organización turística del municipio, las instituciones de apoyo y las regulaciones normativas del rubro.
- Diagnosticar el estado de las iniciativas potenciales en turismo rural comunitario con la finalidad de aprovechar sus recursos y alternativas que permitan dirigir los esfuerzos hacia el mercado identificado y la generación de ingresos a las familias involucradas.
- Llevar a cabo la investigación de campo necesaria para identificar los posibles mayores competidores en el rubro a nivel nacional y así desarrollar estrategias de marketing para lograr un buen posicionamiento en el mercado.
- Diseñar instrumentos de recolección de información para conocer las preferencias turísticas y el grado de aceptación de la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto del mercado consumidor.
- Determinar la Inversión tangible e intangible necesaria para la puesta en marcha de la PCTRS además de los servicios a incluir en la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.
- Realizar un cálculo del capital de trabajo necesario para desarrollar de manera eficiente las actividades turísticas de la PCTRS.
- Definir una estructura de costos desarrollando las evaluaciones económicas y financieras para conocer la rentabilidad que presentará la PCTRS.
- Realizar una evaluación Socio-Económica, de género y Ambiental para conocer los diferentes impactos que la propuesta generará en su entorno.
- Establecer la estructura y plan de trabajo para la administración de la PCTRS.

ALCANCES

La investigación se realiza en las comunidades rurales con iniciativas turísticas con potencial de crecimiento que son parte del Municipio de Suchitoto y otras iniciativas adyacentes que vuelvan más atractiva la oferta, en el departamento de Cuscatlán, El Salvador.

El estudio consiste en el diseño de circuitos turísticos rurales que incluyan los servicios que brindan diferentes establecimientos y comunidades en el municipio de Suchitoto, combinados con la oferta turística de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. aprovechando así el flujo de turistas en el área urbana del municipio y de esta manera integrar las iniciativas turísticas rurales con más potencial con el fin de contribuir al desarrollo socioeconómico de las comunidades involucradas.

El estudio se desarrolla en los primeros nueve meses del año 2017, desarrollándose cada etapa según lo programado en el cronograma elaborado por el equipo de investigación con base a lo establecido por la coordinación de los procesos de trabajo de graduación de la Escuela de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de El Salvador.

Además con la implementación del diseño de la propuesta se espera un sensible aumento del flujo de visitantes a los sitios turísticos rurales del municipio de Suchitoto, propiciando el incremento en los ingresos económicos para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. y para las comunidades relacionadas en los circuitos.

Así también, al implementar la propuesta se espera apoyar el fomento y fortalecimiento al rescate de la identidad histórica y cultural del municipio, promoviendo el conocimiento de la riqueza de sitios turísticos rurales en el municipio de Suchitoto a través de los circuitos que ofrezca la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.

LIMITACIONES

Se priorizan iniciativas rurales que sean o que estén bajo una organización comunitaria, de manera que se puedan beneficiar la mayor cantidad familias posibles.

La falta de datos estadísticos actualizados por parte del Ministerio de Turismo en el rubro del turismo rural representa una limitante para mejorar la precisión de las proyecciones de ventas, ya que no se dispone una base de datos actualizada para efectos de comparación; de igual manera respecto a los datos poblacionales teniendo como base el Censo Poblacional y proyecciones del mismo.



CAPITULO I.
GENERALIDADES DEL ESTUDIO

I. GENERALIDADES DEL ESTUDIO

A. ANTECEDENTES DEL MERCADO TURÍSTICO

1. TURISMO MUNDIAL²

Las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 4,4% en 2015 hasta alcanzar un total de 1.184 millones, según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. En comparación con 2014, el año pasado hubo alrededor de 50 millones más de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) en todo el mundo.

2015 es el sexto año consecutivo de crecimiento superior a la media, habiendo aumentado las llegadas internacionales un 4% o más cada año desde el año 2010, después de la crisis.

El turismo internacional alcanzó nuevas cotas en 2015. El buen comportamiento del sector está contribuyendo al crecimiento económico y a la creación de empleo en muchos lugares del mundo, por lo que resulta esencial que los países promuevan políticas para fomentar el continuo crecimiento del turismo, como son las políticas de facilitación de los viajes, de desarrollo de los recursos humanos y de sostenibilidad.

La demanda fue significativa en su conjunto, aunque los resultados no fueron iguales en todos los destinos, debido a una fluctuación inusualmente fuerte de los tipos de cambio, a la bajada de los precios del petróleo y otros productos básicos -que hicieron que aumentara la disponibilidad de ingresos en los países importadores, pero debilitaron la demanda en los países exportadores-, así como a la creciente preocupación en torno a la seguridad.

Los resultados de 2015 se vieron influidos por los tipos de cambio, los precios del petróleo y las crisis en muchos lugares del planeta. Como el contexto actual antepone de manera especial las cuestiones de seguridad, cabe recordar que el desarrollo del turismo depende en gran medida de nuestra capacidad colectiva de promover unos viajes seguros y fluidos. En este sentido, la OMT insta a los Gobiernos a que cuenten con las administraciones de turismo en sus planes, estructuras y procedimientos nacionales de seguridad, no solo para asegurarse de que se minimice la exposición del sector a las amenazas, sino también para garantizar que se aproveche al máximo la capacidad del sector de contribuir a la seguridad y a la facilitación, ya que ambos aspectos deberían ir de la mano.

El crecimiento de las llegadas de turistas internacionales en los destinos de las economías avanzadas (+5%) superó al de las economías emergentes (+4%), gracias sobre todo a los excelentes resultados de Europa (+5%).

Por regiones, Europa, las Américas y Asia y el Pacífico registraron todas ellas un crecimiento del 5% en 2015. Las llegadas a Oriente Medio se incrementaron en un 3%

² Fuente: CORSATUR

mientras que en África, los limitados datos disponibles apuntan a un descenso estimado del 3%, debido en gran parte a los resultados negativos del Norte de África, la subregión a la que se atribuyen más de un tercio de las llegadas a la región.

Resultados regionales de 2015

Europa (+5%) lideró el crecimiento en términos absolutos y relativos, gracias en parte a la debilidad del euro frente al dólar de los EE.UU. y otras divisas importantes. Las llegadas ascendieron a 609 millones, o 29 millones más que en 2014. La Europa Central y del Este (+6%) se recuperó del descenso de llegadas del año anterior. La Europa del Norte (+6%), la Europa Meridional y Mediterránea (+5%) y la Europa Occidental (+4%) también registraron buenos resultados, especialmente si se tienen en cuenta los numerosos destinos maduros que integran.

La región de Asia y el Pacífico (+5%) registró 13 millones más de llegadas de turistas internacionales el pasado año, hasta alcanzar los 277 millones, con resultados desiguales entre destinos. Oceanía (+7%) y el Sureste Asiático (+5%) encabezaron el crecimiento, mientras que Asia Meridional y el Noreste Asiático registraron un incremento del 4%.

Las llegadas de turistas internacionales en las Américas (+5%) crecieron 9 millones hasta alcanzar los 191 millones, consolidándose así los excelentes resultados de 2014. La apreciación del dólar estimuló el turismo emisor de los Estados Unidos, lo cual benefició sobre todo al Caribe y a América Central, que registraron ambas un crecimiento del 7%. Los resultados en América del Sur y América del Norte (ambos +4%) fueron cercanos a la media.

2. TURISMO EN EL SALVADOR ³

Los indicadores de gestión de turismo en El Salvador muestran el crecimiento en el nivel de ingreso, siendo al cierre del 2015 (US\$ \$1,169.5 millones de dólares) el más alto en los últimos 11 años y en la llegada de visitantes de 1,972,854 miles con un crecimiento del 4.6%, con respecto al 2014.

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

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

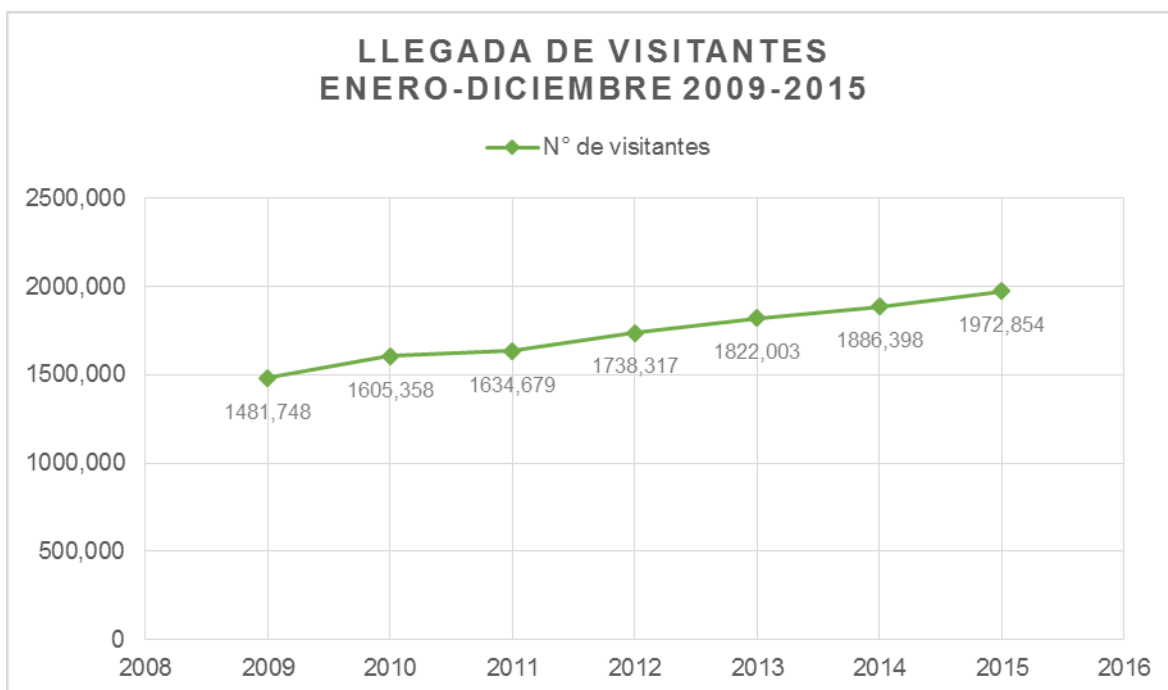
A continuación se presentan los cuadros y gráficas del turismo receptor, emisor, ingreso de divisas por turismo para el año 2015.

³ Fuente: CORSATUR

- **Llegadas de visitantes Internacionales**

Turismo Receptor

Las llegadas de visitantes internacionales crecieron en 4.6% en comparación con el mismo período 2014. Al alcanzar los 1972,854 para el acumulado enero-diciembre de 2015 (Esquema 1) ello se debe a las estrategias de promoción implementadas por CORSATUR, la masificación del tráfico aéreo han permitido el desplazamiento de millones de personas en busca de disfrutar de un período de ocio. El incremento y la mejora de las infraestructuras turísticas: hoteles, apartamentos, restaurantes, comercios, centros de ocio y el aumento del nivel cultural que ha implicado una mayor curiosidad por conocer, lugares, culturas etc.



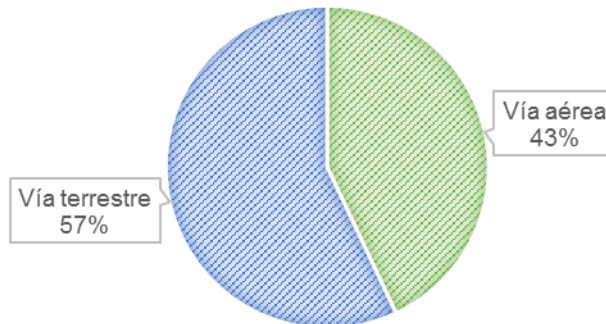
Esquema 1 Llegada de visitantes 2009-2015. Fuente: CORSATUR.

Llegada de visitantes por vía utilizada

El visitante internacional utiliza principalmente dos vías para entrar a El Salvador y de esta manera visitar los diferentes destinos turísticos.

La participación en la llegada de Turistas por vía terrestre fue de 57% y vía aérea del 43%). Sin embargo el crecimiento en la llegada de turistas por vía utilizada para el acumulado enero-diciembre 2015 ha sido positivo, para vía terrestre (6.5%, 48,896 turistas más), la vía aérea presenta un crecimiento del 1.3%.

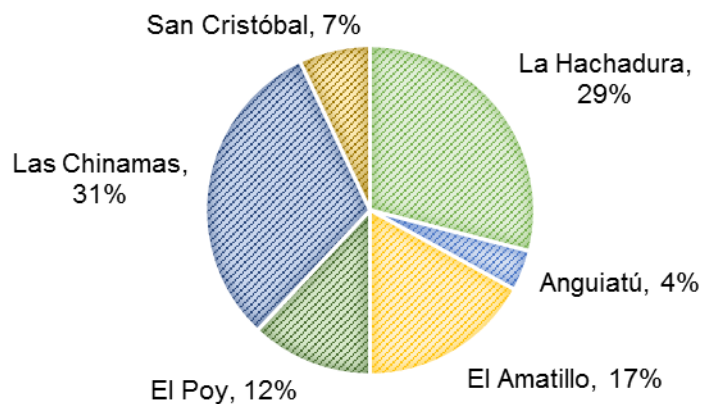
PARTICIPACIÓN DE LLEGADA DE TURISTAS POR VÍA UTILIZADA ENERO-DICIEMBRE 2015



Esquema 2 Participación de llegada de turistas por vía utilizada. Fuente: CORSATUR.

Las Chinamas, La Hachadura y el Amatillo; continúan siendo las principales fronteras por las que ingresan los turistas vía terrestre con un porcentaje de participación de 31%, 29% y 17% respectivamente. (Esquema 3)

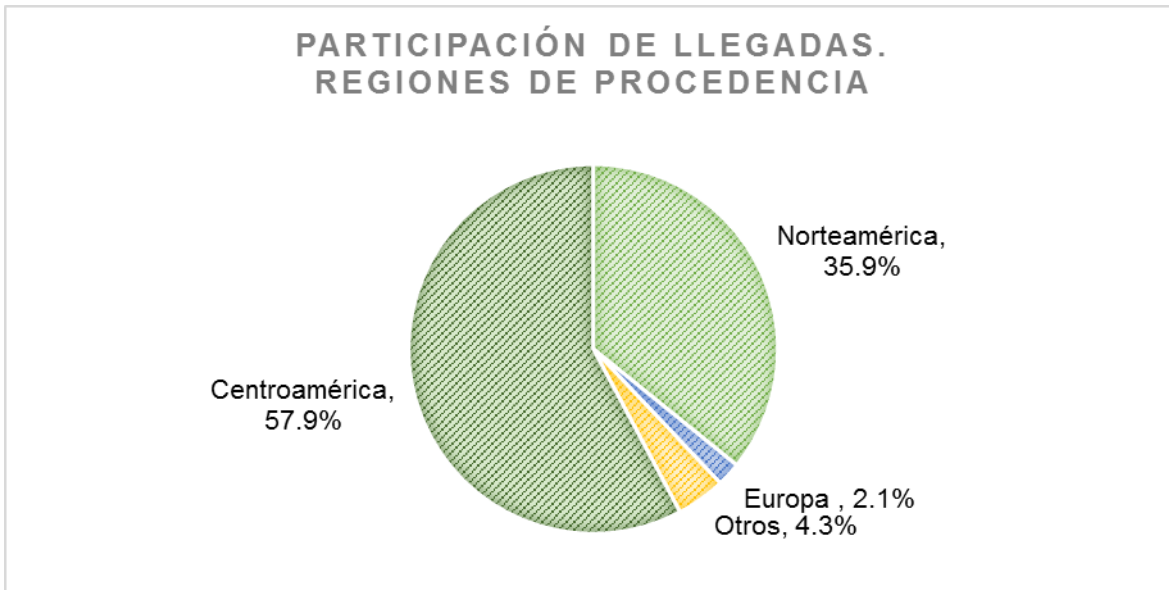
VÍA TERRESTRE. PESO DE LLEGADA DE TURISTAS POR FRONTERA ENERO-DICIEMBRE 2014-2015



Esquema 3 Peso de llegada de turistas por frontera. Fuente: CORSATUR.

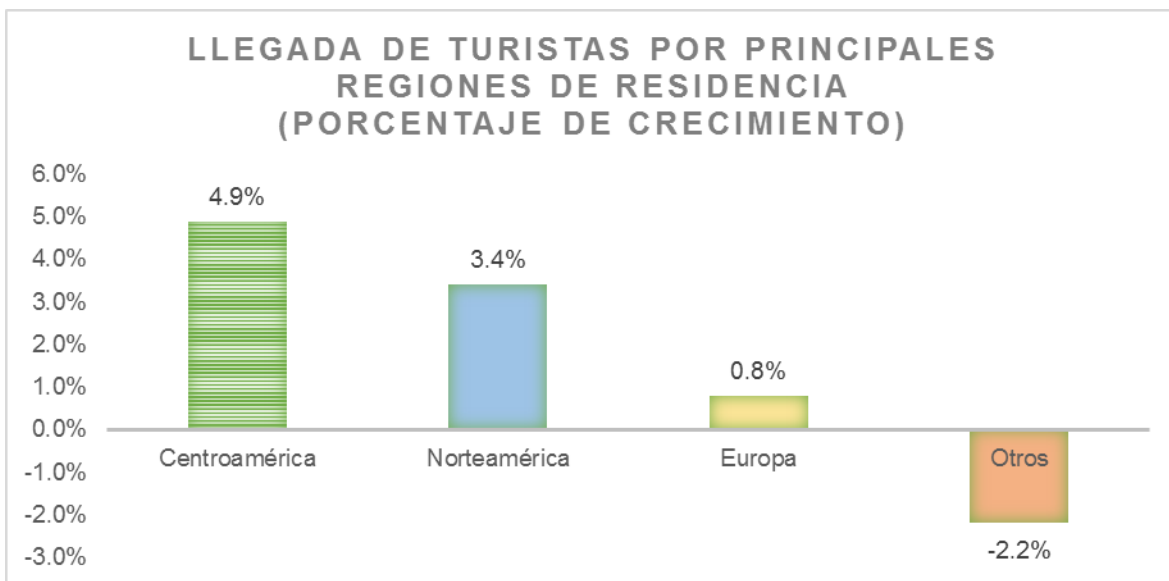
Llegada de turistas por principales regiones y países

Es de especial relevancia determinar de dónde proceden los visitantes internacionales, en otras palabras cuáles son los países emisores del turismo salvadoreño. El mercado emisor más importante continua siendo Centroamérica, siendo el mercado más grande para El Salvador con (57.9%), seguido de Norteamérica (35.9%). Cabe destacar que esta región ha tenido crecimientos importantes durante el año 2014 y continúa creciendo durante el 2015 (Esquema 4).



Esquema 4 Participación de turistas por regiones de procedencia. Fuente: CORSATUR.

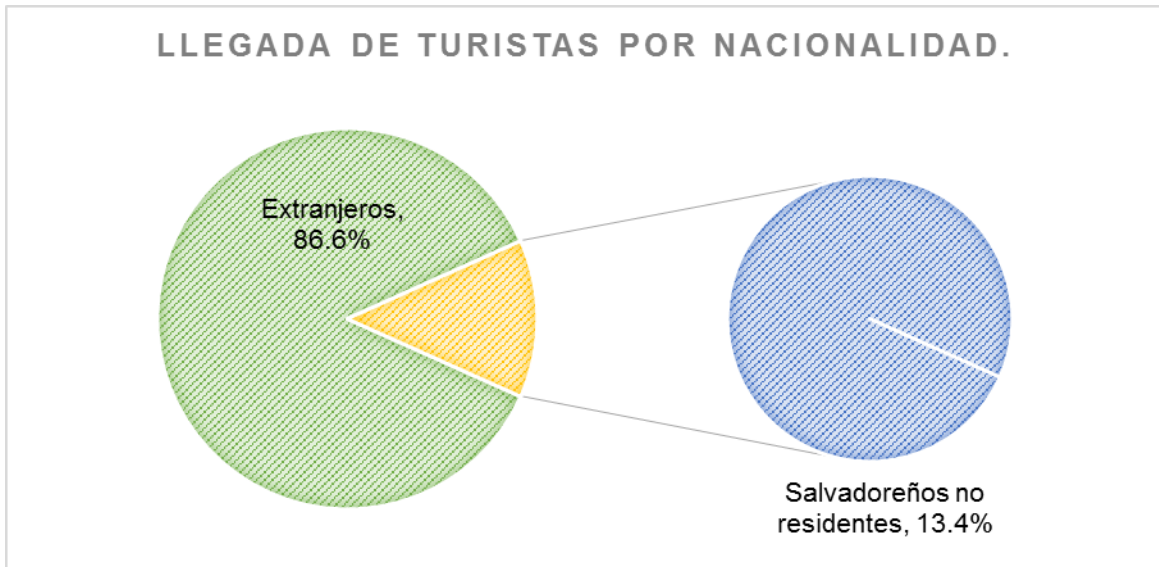
La región que obtuvo mayor crecimiento en el año 2015 fue Centroamérica (4.9%). Norteamérica presenta crecimiento del (3.4%), de igual forma Europa presenta un decrecimiento del 0.8%. (Esquema 5)



Esquema 5 Llegada de turistas internacionales por principales regiones de residencia. Fuente: CORSATUR.

Llegada de turistas por nacionalidad 2015

Un 86.6% representa la llegada de Turistas extranjeros y el 13.4% los salvadoreños residentes en el exterior. Es importante subrayar el 80.2% de los salvadoreños residentes en el exterior viven en Estados Unidos. (Esquema 6)

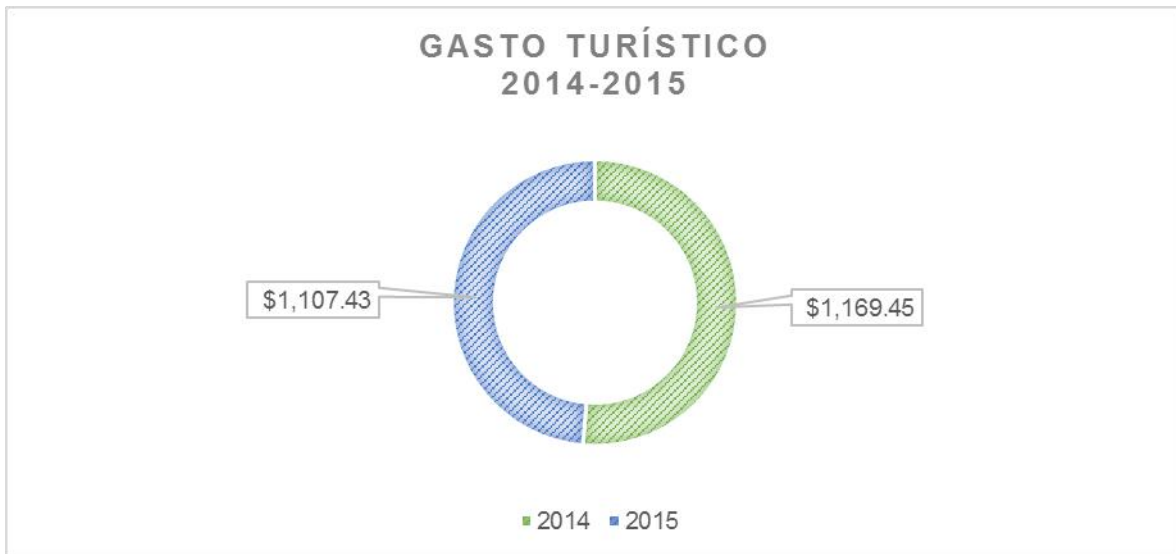


Esquema 6 Llegada de turistas por nacionalidad.

Gasto Turístico

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

Con \$1,169.45 millones para 2015 contra los \$1,107.43 millones registrados en el 2014, es decir \$62.02 millones más o el equivalente a 5.6% de incremento. (Gráfico 7)

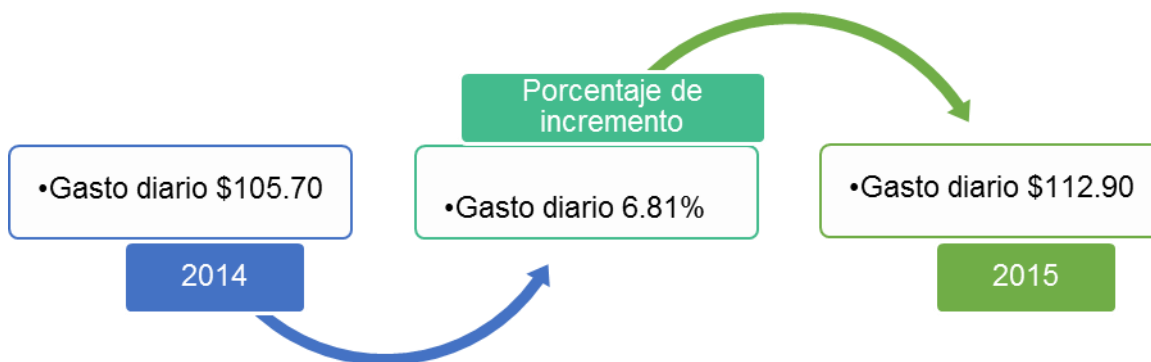


Esquema 7 Gasto turístico 2014-2015. Fuente: CORSATUR

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

Al analizar el comportamiento de la estadía media que realizan los turistas en El Salvador,

se observa que este fue en promedio del 6.8 noches, el turista salvadoreño pernocta 16.6 noches y el extranjero lo hizo con 5.3 noches (Esquema 1)



Esquema 8 Incremento de gasto diario.

PIB⁴

La relación que tiene el sector turismo en la economía nacional es sumamente importante, tomando en cuenta que en el tercer trimestre del año 2015 del total del PIB le corresponde el 4.69%, debido a la captación de \$305.7 millones. Para el acumulado al tercer trimestre este es de 4.43%.

| Año | PIN (US \$ Millones) | Turismo (US \$ Millones) | IT/PIB % |
|------------------------|----------------------|--------------------------|----------|
| 2009 | 20,661.0 | 516.6 | 2.50% |
| 2010 | 21,427.9 | 518.0 | 2.40% |
| 2011 | 23,054.1 | 615.1 | 2.70% |
| 2012 | 23,831.5 | 771.5 | 3.20% |
| 2013 | 24,619.6 | 893.8 | 3.63% |
| 2014 | 25,163.7 | 1,107.4 | 4.40% |
| 1° T 2014 | 6,243.4 | 266.1 | 4.26% |
| 1° T 2015 | 6,413.2 | 276.0 | 4.30% |
| 2° T 2014 | 6,230.5 | 260.1 | 4.18% |
| 2° T 2015 | 6,418.4 | 275.9 | 4.30% |
| 3° T 2014 | 6,306.6 | 278.9 | 4.42% |
| 3° T 2015 | 6,517.6 | 305.7 | 4.69% |
| 1° T, 2° T y 3° T 2014 | 18,780.5 | 805.1 | 4.29% |
| 1° T, 2° T y 3° T 2015 | 19,349.2 | 587.6 | 4.43% |

Tabla 1 Registro del PIB del 2009-2015

1) AFLUENCIA DE TURISTAS DE SEMANA SANTA DEL 2016⁵

El Salvador superó su récord histórico en ingreso de turistas y divisas en Semana Santa, reportando un crecimiento del 9.4% en el ingreso de turistas internacionales sobrepasando la proyección de 2.4%, afirmó el Ministro de Turismo y Presidente

⁴ Fuente: CORSATUR y BCR PIB preliminar

⁵ Fuente: Esa123.com

de CORSATUR Lic. José Napoleón Duarte Durán.

El funcionario calificó como “La mejor temporada turística” de la historia del Turismo en El Salvador, la cual se vio reflejada en el masivo número de turistas internacionales que ingresaron vía aérea y terrestre a nuestro país.

De acuerdo a las estadísticas oficiales, los ingresos registrados por el arribo de viajeros internacionales al país ascendieron a \$70.42 millones, un incremento del 13.4% respecto al año anterior. En el 2015 los ingresos económicos fueron de \$61.8 millones. El gasto diario rondó los \$112. 5 y la estadía promedio fue de los 5.8 noches.

El buen momento que atraviesa el turismo en El Salvador, se vio reflejado en el ingreso de turistas internacionales cifra que alcanzó los 107, 919 visitantes, un crecimiento del 9.4%.

“El Turismo se ha colocado como un sector económico determinante en el desarrollo económico del país, el cual se ve reflejado no solo en las estadísticas sino en los grandes proyectos de inversión que se están registrando en el país.

Según el informe, el ingreso de turistas vía terrestre fue de 87,729 personas, un incremento del 10.1% más que en el mismo período del 2015 cuando se reportaban 79,659; mientras que vía aérea ingresaron a El Salvador 20,190, un 6.2% más que en 2015.

La ocupación hotelera rondó el 62% y 92% en la playa; del 71% al 77% en hoteles de montaña; en hoteles rurales la ocupación osciló entre el 47% al 89% y en la ciudad fue del 44.77%.

2) AFLUENCIA DE TURISTA EN SUCHITOTO⁶

Según estadísticas del Centro de Amigos del Turista (que orienta y guía a todo excursionista en tradiciones, costumbres, oferta turística y gastronómica que visita determinado sitio), ubicando en Suchitoto, revelan que durante el año 2015 un total de 5, 902 turistas visitaron dicho centro, de éstos 2,156 eran extranjeros y 3,746 nacionales. Y desde el año 2009 al 2015 suman 32, 510 visitas.

⁶ Fuente: MITUR

3. TENDENCIAS EN EL SECTOR TURISMO

En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, cualquier organización debe conocer el mercado en el cual está inmerso o pretende ingresar, considerando lo cambiante del mundo en el marketing, es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, en especial para el rubro de turismo que culturalmente no es esta muy arraigado a la sociedad salvadoreña, pero si lo practican de una manera indirecta, también se debe considerar las tendencias a nivel mundial e identificar cuáles son las conductas más frecuentes de estas tendencias presentes en el medio para aprovecharlas y plantear estrategias adecuadas.

Transporte.

- Autobuses turísticos urbanos.
Cada vez más, se extiende en varias ciudades el servicio de autobús urbano turístico que completa rutas en puntos de atracción turística que ofrece la ciudad. Suelen ser autobuses de dos pisos sin techo, para una mejor visión. Este transporte es muy solicitado por los turistas.

Alojamiento.

- Alojamiento personalizados.
Destaca como nueva tendencia en el turismo de lujo, personalizar los alojamientos hoteleros. Recomendable para todo tipo de viajeros, este tipo de hoteles se caracterizan por la imitación a un determinado lugar o clima. Recreando su correspondiente ambiente y procurando que sea lo más auténtico posible. Como por ejemplo, hacer sentir al turista que se encuentra en la selva, en la Antártida u otro lugar.
- Hoteles ecológicos.
Como nueva tendencia en alojamientos hoteleros, se encuentran los hoteles ecológicos. Su principal característica es el medio ambiente y la conservación de éste. Se ofrecen diversos lugares para toda aquella persona que le interese, sobre todo para los amantes de la naturaleza y el medio ambiente. Desde parajes naturales con un alto interés biológico, hoteles con una calefacción que es obtenida mediante el proceso de quemar los huesos de las aceitunas y casas rurales.

Destinos.

- Destinos rurales y naturales.
Se ha incrementado la demanda de los destinos relacionados con el medio ambiente y la naturaleza. Actualmente, en nuestra sociedad, el turista busca un mayor contacto con la naturaleza, el medio rural y natural. Su motivación principal es la salud, una vida sana y tranquila.
- Destinos para singles o solteros.
Destinos para "singles" o solteros, a nivel internacional, por medio de un crucero. Este tipo de turismo tiene un alto nivel de demanda. No se caracteriza solamente por ofrecer actividades para los singles sino también conocer recursos históricos y culturales de las ciudades visitadas. Los destinos mundiales más visitados por los

solteros/as son Turquía, Egipto, China, India, Jordania, Ámsterdam, Australia, Dublín, Nueva Zelanda y París.

- Destinos relacionados con el turismo de salud.
Como nueva tendencia turística, se encuentra el turismo de salud. En la actualidad, ha incrementado su demanda, a nivel mundial por motivos de salud y belleza; España es uno de los destinos preferidos, pero también están como otros países Bélgica, Turquía, Corea del Sur y México.

Nuevas tecnologías.

- Redes sociales en hoteles.
Las redes sociales, son un medio útil para promocionar establecimientos hoteleros. Sirviendo de ayuda a personas interesadas en hacer reservas o recibir información. Tener una aplicación como ésta hace más fácil la búsqueda de alojamientos, permitiendo a sus usuarios hacer una reserva de habitaciones desde una tablet o desde su propio teléfono. Como ventajas, ofrece más comodidad y rapidez.

Hábitos de compra.

- Agencias de viajes online:
Las agencias de viaje on-line, consiste en un canal de venta usado por el cliente para obtener un servicio turístico, organizar sus vacaciones u otro tema relacionado. Todo esto se ofrece a través de una plataforma por vía internet. En nuestra actualidad existen muchas agencias de viajes tipo online.
- Google.
Comparadores turísticos. Además de las agencias de viajes on-line aquella persona interesada en realizar un viaje, puede acudir a un comparador turístico mediante el navegador google. Existen una variedad de comparadores, el interesado/a tiene la oportunidad de comparar precios de hoteles, de forma online. Como ejemplos de comparadores están trivago, minube, logitravel, rumbo, etc. Actualmente, ante la crisis, tienen una fuerte demanda.

Productos turísticos.

- Tarjetas de regalo.
Una tarjeta de regalo es de papel, es canjeable. A través de ésta se realiza un intercambio por una estancia en un hotel rural, una determinada aventura, Spa, una degustación gastronómica o ecológica, entre otras más propuestas turísticas.

Actividades Turísticas:

- Ecoturismo.
La nueva tendencia, en cuanto a las actividades turísticas:
Turismo ecológico: Es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional, su objetivo es conservar y mejorar el medioambiente mediante actividades de naturaleza, como paseos a caballo, micología, senderismo, esquí, ponis, etc.

4. NUEVOS NICHOS DE CLIENTES EN EL SECTOR TURISMO

- **Dinks:**

Acrónimo inglés para Double Income No Kids, o sea, dos sueldos sin niños. Se trata de parejas con ingresos regulares que han decidido posponer la paternidad. Dado que se trata de parejas que escogen no tener hijos, disponen de tiempo y dinero para dedicar al ocio. Se trata de un grupo con gustos refinados y que puede estar menos inclinado a ir a lugares de turismo familiar como podría ser la playa en los meses de julio. Turismo cultural en el más amplio sentido de la palabra – patrimonio, gastronomía, actividades físicas– son algunas de sus preferencias a la hora de planificar un viaje.

- **Grupos de mujeres.**

Son mujeres apasionadas del viaje que quieren hacer de cada uno de los que emprenden una experiencia única, buscando conocer la realidad femenina de los destinos que visitan a través de mujeres que comparten con ellas su cultura, su experiencia y su día a día. Su perfil responde a una edad media de 45 años, con un nivel socioeconómico medio-alto.

- **“BoBo’s”.**

Un acrónimo algo cómico en castellano pero que en inglés se refiere a Bohemian Bourgeoise o burgueses bohemios. Se trata de personas con un nivel de vida acomodado que huyen de las etiquetas y gustos asociados tradicionalmente a su posición social. Sensibilidad social y ecológica, gusto por conocer culturas exóticas en su propio entorno.

- **Millennials.**

Son la generación del “ahora”. Buscan la rapidez y la inmediatez. Nacieron entre 1980 y mitad de los años 90; su mundo está interconectado, es tecnológico y global. Buscan información en tiempo real, hacen comentarios, consultan fuentes distintas antes de reservar, les gustan las experiencias locales y demandan wifi de acceso gratuito y de alta calidad.

- **Viajeros del lujo.**

La clase VIP emerge como un nicho diferenciado. Los viajeros del lujo son jóvenes, que han realizado viajes turísticos, por eso, acumulan gran experiencia en cuanto a la industria del sector servicios.

- **Familias con niños.**

La etiqueta “family-friendly” prolifera en muchos establecimientos. Esta identificación acota a aquellos hoteles que están preparados para recibir a los más pequeños: toboganes, columpios, animadores caracterizados como personajes de cuento, rutas turísticas pensadas para toda la familia...son algunas de las iniciativas que han

tomado ya muchos establecimientos interesados en especializarse en este nicho, que sociológicamente evoluciona, sobre todo en grandes ciudades, a que es viajar es la única manera de estar juntos en familia.

- **Singles.**

Casi uno de cada cuatro hombres entre 40 y 44 años vive solo, según el INE. Se calcula que la cifra total de singles (solteros, viudos, separados o divorciados) ronda los 8,5 millones, entre los 25 y 65 años, si se tienen en cuenta los que viven con sus familias. Las nuevas tecnologías juegan un papel fundamental a la hora de crear productos y servicios específicos para este segmento.

- **Pank.**

Otro acrónimo para Profesional Aunts, No Kids o las llamadas “tías profesionales”. Se trata de mujeres sin hijos que llevan de vacaciones a sus sobrinos aunque se trata de un fenómeno más acusado en los Estados Unidos, se calcula que en Europa hay un 20% de mujeres en edad fértil que no tienen descendencia por lo que podría ser un nicho creciente en el continente.

- **Familias monoparentales.**

Un importante cambio sociológico de los últimos años ha sido el incremento de las familias monoparentales (un adulto con hijos) lo que ha generado la necesidad de viajar con niños. En España existen más de 1,7 millones 21dos adultos.

B. MARCO INSTITUCIONAL Y LEGAL

Suchitoto es uno de los municipios de El Salvador conocidos como destinos turísticos por los turistas de las diferentes zonas del país, así como también por personas de diferentes países del mundo que vienen con la expectativa de observar vestigios históricos / culturales en pleno siglo veintiuno. Actualmente la Alcaldía desarrolla una serie de programas que se enmarcan dentro del Plan Maestro elaborado por la Oficina Técnica del conjunto Histórico de Suchitoto para brindarle un impulso a dicha actividad económica.

1. INSTITUCIONES REGULADORAS DEL TURISMO EN SUCHITOTO Y EL SALVADOR.

MINISTERIO DE TURISMO (MITUR).



Ilustración 1. Logo de Ministerio de Turismo.

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

GOBIERNO MUNICIPAL DE SUCHITOTO.



Ilustración 2. Logo de Alcaldía Municipal de Suchitoto.

Entre las unidades que componen la alcaldía de Suchitoto y que se encuentran relacionadas (ya sea directamente o indirectamente) con el Turismo como actividad productiva del municipio, se encuentran:

Indirectos.

- Unidad de Registro y Control Tributario.
Realiza el catastro de la ciudad y del municipio.
- Unidad de Planificación y Proyectos.
Se encarga de diseñar y supervisar proyectos de mejoramiento de infraestructura del municipio. Vinculada a la Oficina Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto en cuanto a Control Urbano.
- Unidad de Servicios Públicos.
Encargada del alumbrado público, recolección de desechos sólidos, rastro, cementerio, mercado y parques.
- EMASA (Empresa Municipal Administradora Suchitotense de Acueductos y Alcantarillados).
Empresa mixta compuesta por la municipalidad, comunidad y la dependencia central encargada de la gestión del agua (ANDA) encargada de administrar el recurso agua y su servicio a la población del municipio.
- Escuela Taller de Suchitoto.
Proyecto de cooperación interinstitucional entre la Alcaldía Municipal, CONCULTURA y la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) que busca la enseñanza técnica de oficios tradicionales a jóvenes suchitotenses sin acceso a la educación formal. Trabaja sobre la ejecución de proyectos de rehabilitación urbana y arquitectónica del Conjunto Histórico dentro del Plan de Revitalización del Conjunto Histórico.
- Unidad de Participación Ciudadana.
Promueve la organización social y los espacios de participación ciudadana en el municipio, más enfocado a la zona rural.
- Unidad Ambiental Municipal.
Implementa y promociona proyectos de separación de desechos sólidos urbanos, control de la planta de tratamiento de aguas negras de la zona urbana y proyectos de sensibilización y educación ambiental.
- Unidad de Equidad de Género.
Vela por la implementación de la Política Municipal de Equidad de Género y coordinación con las organizaciones de mujeres en el municipio.

Directos.

- Oficina Municipal de turismo.
Promociona las actividades turísticas y culturales, además de coordinar con los diferentes actores relacionados con el turismo local y nacional.
- Oficina Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto (OTCHS).
Encargada de la formulación del Plan Maestro de revitalización del Conjunto Histórico y de la gestión del Patrimonio Cultural.

2. NORMATIVAS QUE REGULAN EL TURISMO EN SUCHITOTO Y EL SALVADOR.

A) LEY DE TURISMO.

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR, CONSIDERANDO:

I. Que el Art. 101 de la Constitución establece que es obligación del Estado promover el desarrollo económico y social del país, propiciando el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos con que cuenta el mismo.

II. Que el territorio de la República está dotado de recursos que por su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, tienen gran potencial de desarrollo turístico, cuya utilización racional contribuirá a mejorar y diversificar la oferta turística, a la creación de nuevos lugares de trabajo y, con ello, mayores niveles de ocupación y empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

III. Que es de interés nacional estimular el desarrollo de la actividad turística, como medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, generando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada, basada en la sostenibilidad como fórmula inseparable de la competitividad, en el respeto al medio ambiente y a los recursos naturales y culturales y en la diversificación del producto y a la mejora de la calidad de los servicios, como condiciones indispensables para asegurar la rentabilidad de la industria turística.

IV. Que es necesario regular la protección, fomento, desarrollo y capacitación del sector turismo en el país, por medio de una Ley, a efecto de obtener los máximos beneficios para el sector, lo que contribuirá a la imagen e identidad del país como destino turístico.

CAPÍTULO I: OBJETO Y DEFINICIONES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

Art. 2.- Para los efectos de la presente Ley se entenderá por:

- a) Turismo o actividad turística: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos a los de su habitual residencia, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de recreación o descanso.
- b) Recursos Turísticos Nacionales: Todos los recursos y sitios recreativos, arqueológicos, culturales y naturales que se encuentran dentro del país y que son considerados o desarrollados como atractivos turísticos.
- c) Industria y Servicios Turísticos: Las actividades que realizan los productores de bienes de consumo para turistas y los prestadores de servicio para la actividad turística, así como las instituciones públicas y privadas relacionadas con la promoción y desarrollo del turismo en El Salvador.

- d) Turista: Toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística.
- e) Proyecto de Interés Turístico Nacional: Proyecto o Plan Maestro de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos, que es calificado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo, en virtud de su interés y contexto recreativo, cultural, histórico, natural o ecológico, que lo hacen elegible para gozar de los incentivos que concede esta Ley.
- f) Región, Zona o Centro Turístico de Interés Nacional: Lugar o zona del territorio nacional que por sus características constituye un atractivo turístico real o potencial, pero carece de la infraestructura y servicios necesarios para desarrollarse y que sea declarado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo.
- g) Empresa Turísticas: Las que ofrecen y prestan servicios a turistas en las áreas de información, transporte, alojamiento, alimentación y recreación.
- h) CORSATUR: Corporación Salvadoreña de Turismo.
- i) Cabotaje: Servicios de transporte aéreo o marítimo proporcionados dentro del territorio nacional para fines turísticos.

B) REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DE TURISMO.

CAPÍTULO I: OBJETO Y DEFINICIONES.

Art. 1.- El presente Reglamento General de la Ley de Turismo, tiene por objeto desarrollar las disposiciones contenidas en la Ley de Turismo y contribuir a ejecutar esta actividad dentro del territorio nacional.

Art. 2. Para los efectos del presente reglamento se entiende por:

- 1) Atractivo turístico: Recurso o elemento natural (propio del lugar), elaborado por el hombre o recurso intangible (cultura, idioma, costumbres, gastronomía y otros) que genera en su entorno actividad turística.
- 2) CORSATUR: Corporación Salvadoreña de Turismo.
- 3) DCS: Dirección de Contraloría Sectorial de la Secretaría de Estado.
- 4) Huésped: Toda persona que hace uso de una habitación en los establecimientos de alojamiento turístico.
- 5) Ley: La Ley de Turismo.
- 6) Oferta Turística: Conjunto de bienes, servicios, recursos e infraestructura para el uso y consumo de turistas, ofrecidos por prestadores de servicios turísticos.
- 7) PITN: Proyecto de Interés Turístico Nacional.
- 8) Prestador de servicios turísticos: Persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate con el turista, la prestación de los servicios a que se refieren la Ley de Turismo y sus Reglamentos.
- 9) Producto Turístico: Conjunto de prestaciones materiales e inmateriales, compuesto por recursos, infraestructura y servicios turísticos, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista.
- 10) Reglamento: El Reglamento General de la Ley de Turismo.
- 11) RNT: El Registro Nacional de Turismo de CORSATUR.

- 12) Secretaría de Estado: El Ministerio de Turismo.
- 13) Solicitante: La persona natural o jurídica propietaria de una nueva inversión que se requiere sea calificada como Proyecto de Interés Turístico Nacional.
- 14) Titular: La persona natural o jurídica propietaria de una empresa turística.
- 15) UAJ: Unidad de Asesoría Jurídica.

C) ORGANISMO SALVADOREÑO DE NORMALIZACIÓN.

Dentro de los aspectos legales que se deben considerar en el estudio, se encuentran los que se relacionan con las actividades turísticas extremas y con el cuidado del ecosistema por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN).

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

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

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

NTS 03.70.01:15

Turismo rural. Alojamiento. Especificaciones.

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

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

NTS 03.58.01:08

Turismo de aventura. Canopy, tirolesa y arborismo. Requisitos para la prestación del servicio.

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

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

NSR 03.55.01:08

Guías de turismo. Especificaciones para el desempeño.

Esta norma tiene por objeto especificar los requisitos generales, de gestión y de calidad, así como las competencias que deben cumplir los guías de turismo, para realizar sus funciones en una o más regiones del territorio nacional.

Aplica para los guías de turismo que prestan los servicios de acompañamiento, información general, asistencia y asesoramiento a personas que realizan visitas a bienes o lugares de interés histórico, cultural, geográfico, artístico o ecológico, museos, monumentos y otros similares.

NSR 03.56.01:08

Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio.

Esta norma define requisitos para la prestación del servicio de alimentación y bebidas, en restaurantes y establecimientos gastronómicos similares.

Esta norma es de aplicación en restaurantes, bares, cafeterías, salas de té y salas de recepciones.

Esta norma no exime de cumplir los requisitos establecidos por otras autoridades regulatorias competentes, tal como la Norma Técnica Sanitaria para la Autorización y Control de Restaurantes. N° 006-2004-A, en su versión vigente.

3. PLAN MAESTRO DE DESARROLLO TURÍSTICO EN SUCHITOTO.

A mediados del 2005 comienza el proceso de formulación del Plan Maestro, en un principio con una visión limitada a la protección del patrimonio cultural edificado del Conjunto Histórico, como recurso para potenciar el desarrollo local. Sin embargo, pronto se vio la necesidad de ampliar la concepción inicial del Plan Maestro y se abordó la ciudad en una forma integral, reduciendo los desequilibrios territoriales y sociales y combatiendo la pobreza.

El Plan se construyó de manera participativa lo que planteó un reto importante ya que el tejido asociativo de Suchitoto después de la guerra era muy débil. Durante tres años se estuvo trabajando con representantes de barrios y sectores.

En el Plan Maestro se incorpora el turismo como una opción preferencial prueba de ello es que en la visión de ciudad se establece: "Suchitoto, ciudad CULTURAL del país, segura, ordenada, con espacios públicos para disfrutar, socialmente integrada, con una población próspera, educada, participativa y con una economía creciente, basada en la gestión sostenible de su patrimonio cultural y natural, en el turismo y en el impulso de la producción artesanal, pesquera y agroindustrial, con el fin de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, especialmente de los niños y niñas"⁷.

El Plan Maestro está constituido por cuatro grandes Programas: Plan de Ordenamiento y Protección (POP), el Programa de Habitabilidad (PROHABI), el Programa de Fortalecimiento Institucional (PFI) y el Programa de Desarrollo Económico de la Ciudad de Suchitoto (PROECO). Según fuentes de la Alcaldía este último programa es clave porque la lógica de pensamiento de la población parte de la satisfacción de las necesidades básicas. Se convierte en determinante incluir la generación de empleo, una gestión del patrimonio cultural como recurso para el desarrollo económico, fortalecer la oferta de capacitación, y por supuesto, el impulso del turismo sostenible tanto en la ciudad como en el resto del municipio.

El Plan construido de manera participativa incluye también una propuesta de usos de suelo, una normativa para la protección del patrimonio cultural edificado; propuestas para infraestructura básica, equipamiento urbano, movilidad y desplazamientos; aporta directrices para mejorar las condiciones de habitabilidad de la población, y acciones para dinamizar la economía de la ciudad. Por último propone lineamientos, proyectos y recomendaciones para fortalecer institucionalmente a la municipalidad de Suchitoto para la gestión del Plan Maestro entre 2008 y el 2017.

⁷ Plan Maestro, Noviembre 2008



CAPITULO II.
RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN
DEL TURISMO RURAL EN
SUCHITOTO

II. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DEL TURISMO RURAL EN SUCHITOTO

A. MARCO CONCEPTUAL DEL TURISMO

1. DEFINICIÓN DE TURISMO

La Organización Mundial del Turismo (OMT) declara al turismo como “... *un fenómeno socio - económico, cuyo objetivo último consiste en mejorar la calidad de vida en conformidad con las exigencias de la dignidad humana...*”

(Declaración de Manila el 10 septiembre de 1980).

El Turismo es un fenómeno socio-cultural, porque implica grandes movimientos de masas de población, en estos movimientos se interrelacionan turistas y residentes, fortaleciendo el intercambio cultural de los pueblos.

Así también el turismo provoca la llegada de la modernidad, el traslado de hábitos de un lugar a otro al igual que la cultura. Es un fenómeno económico, porque el turismo permite una captación de divisas, supone un ahorro interno, un proceso integral redistributivo y por ser un satisfactor de necesidades económicas, debido a la creación de puestos de trabajo, desarrollo de los recursos humanos e inversiones, lo que genera a la postre un efecto multiplicador en la economía del sector, es decir, un mayor incremento en el gasto turístico repercute sobre el ingreso y multiplica sus efectos.

2. EL PRODUCTO TURÍSTICO

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

a. Los recursos turísticos

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

- I. Sitios naturales; esta categoría agrupa a los lugares geográficos que, por sus atributos propios, tienen gran importancia y constituyen atractivos turísticos.
- II. Manifestaciones culturales; se consideran los diferentes sitios y expresiones culturales del país, región o pueblo, que datan de épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) o más recientes (tales como restos y lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros) y que representan por ello una atracción en sí mismos.
- III. Folclor; es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, mitos, bailes, gastronomía, que representan y sintetizan el carácter único y diferente del país, región y/o pueblo.
- IV. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas;

comprenden aquellas obras actuales que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología alcanzado por el país, la región o el pueblo, con características únicas de gran importancia y relevantes para el turismo.

- V. Acontecimientos programados; categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

Para conocer cuáles son los recursos turísticos, cuántos son estos y sus características, es necesario contar con un inventario de recursos turísticos.

El inventario de recursos turísticos constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos que por sus cualidades naturales y/o culturales, pueden constituir una motivación para el turista. Representa un instrumento valioso para la planificación turística, en cualquier ámbito, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico local, regional o nacional.

b. Los atractivos turísticos

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

c. La planta turística

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

1. Alojamiento. Según la OMT, éste se divide en hoteleros y extra hoteleros. Los primeros están conformados por:
 - a. Hoteles que ofrecen alojamiento con o sin servicios complementarios (alimentación, congresos y eventos). Estos dependen de la categoría de cada establecimiento que se puede clasificar de 5 a 1 estrellas, según la reglamentación vigente en nuestro país, siendo el de 5 estrellas el que brinda mayores y mejores servicios complementarios.
 - b. Hoteles-apartamento que pueden ofrecer todos los servicios de los hoteles, pero que cuentan adicionalmente con instalaciones y equipamiento para la conservación, preparación y consumo de alimentos fríos y calientes. Van de 5 a 3 estrellas.
 - c. Moteles: Se encuentran ubicados en las carreteras o autopistas, poseen entrada independiente desde el exterior al alojamiento y pueden tener garaje individual o parqueo colectivo. En el Perú aún no se cuenta con esta clasificación.
 - d. Hostal o pensión: Cumplen las funciones de un hotel, pero no alcanzan las condiciones mínimas indispensables para considerárseles como tales. Puede ser de 3 a 1 estrellas.

Los extra hoteleros agrupan a:

- Campamentos que son terrenos de uso privado en los que se instalan sistemas de alojamiento, tales como tiendas de campañas o caravanas móviles. Cuentan con instalaciones comunes (sanitarios, lugares para el aseo, el lavado y el tendido de ropa, zonas recreativas).
- Casa de alojamiento, normalmente particulares, que prestan servicios en época de alta demanda turística y que contribuyen a ampliar la oferta de un determinado destino.
- Casas rurales, comprende las habitaciones de las comunidades campesinas que han sido adaptadas especialmente para recibir a turistas.
- Apartamentos que han sido adaptados para permanencias largas.

2. Restaurantes.

Son aquellos establecimientos que expenden comidas y bebidas preparadas al público en el mismo local.

d. Servicios complementarios

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

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

e. Los medios de transporte

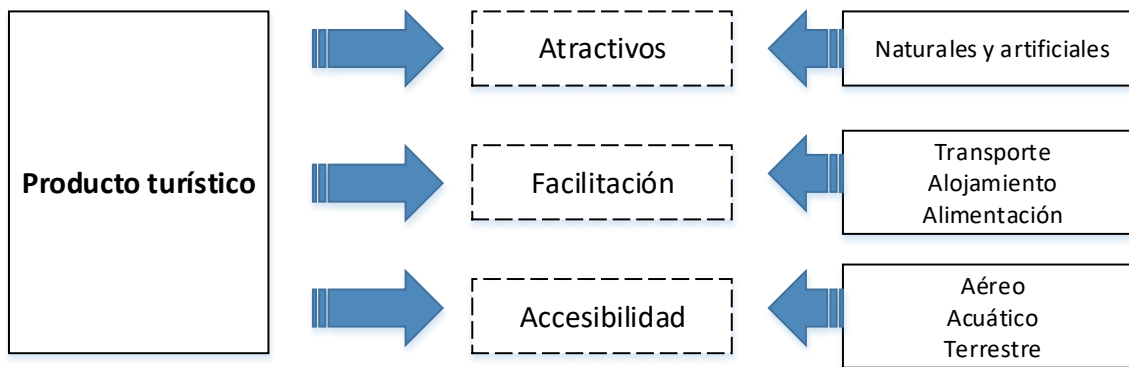
Son los medios que permiten al viajero acceder a los destinos elegidos. Se clasifican en:

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

f. La infraestructura básica

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

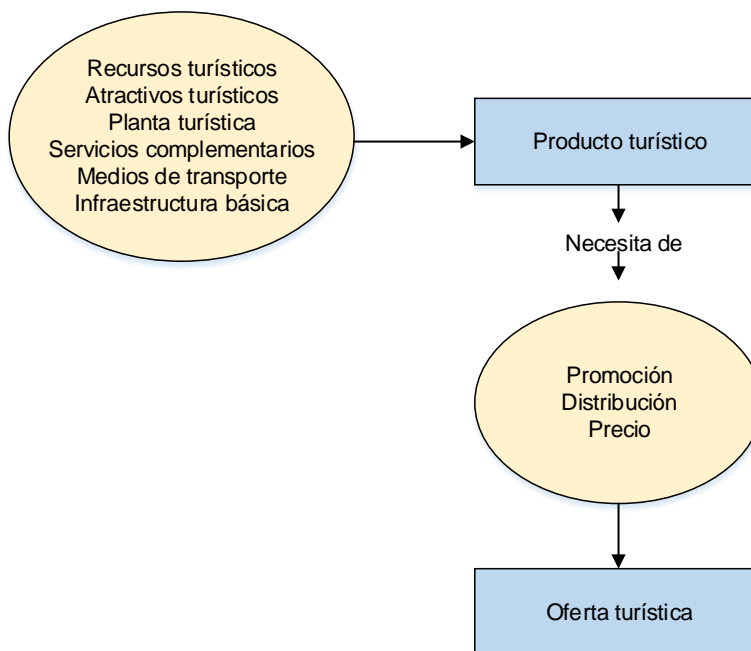
- Rutas de acceso.
Pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos, terminales, etc.
- Comunicaciones.
Abarca los servicios de teléfono, correo, telégrafo, internet, correo electrónico, etc.
- Equipamiento urbano.
Comprende los servicios agua, desagüe, alcantarillado y energía eléctrica.



Esquema 9 Procesos del producto turístico

3. LA OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación.



Esquema 10 Componentes del producto turístico.

4. FORMAS DE TURISMO.

Comprender cómo se producen las distintas formas de turismo según la dirección de los flujos o corrientes turísticas y como éstas se asocian con respecto a la demanda, es determinante para establecer la identidad de los mercados meta o bien un grupo específico de consumidores dentro de la demanda turística, para así poder dirigir o encausar la forma en que articulará la oferta.

En relación con el país de referencia distinguir “tres formas fundamentales de turismo”:

- a) Turismo interno:
Incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.
- b) Turismo receptor:
Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.
- c) Turismo emisor
Abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.

Las tres formas fundamentales de turismo pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a “otras formas de turismo”, en cuyo caso se deberían utilizar las siguientes definiciones:

- a) Turismo interior:
Engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.
- b) Turismo nacional:
Abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.
- c) Turismo internacional:
Incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

5. TIPOS DE VISITANTES

A) VISITANTES INTERNACIONALES

Los viajes internacionales engloban los viajes tanto receptores como emisores, y hacen referencia a situaciones en las que el país de residencia del viajero es diferente del país o los países visitados. Aquellos que realizan un viaje internacional serán considerados viajeros internacionales. Desde la perspectiva del país de referencia, los viajeros internacionales son viajeros receptores o emisores.

Un viajero internacional se considera visitante internacional con respecto al país de referencia si:

- a) Está realizando un viaje turístico y,
- b) Es un no residente que viaja en el país de referencia o un residente que viaja fuera del mismo.

Por lo tanto, los viajeros internacionales que llegan a la frontera pueden clasificarse en dos categorías, a saber, visitantes internacionales (visitantes emisores que regresan en el caso de los residentes, o visitantes receptores que llegan, en el caso de los no residentes) y otros viajeros internacionales que no se incluyen en el turismo.

Los visitantes internacionales se caracterizan por el motivo principal de su viaje, mientras que otros viajeros internacionales se caracterizan por el motivo por el que quedan excluidos de la categoría de visitantes, ya sea a) por estar en una relación empleador-trabajador (trabajador fronterizo, estacional u otros trabajadores a corto plazo) o b) por estar en el entorno habitual (todas las demás situaciones).

B) VISITANTES INTERNOS

Desde la perspectiva del país de referencia, un viajero interno puede considerarse visitante interno si: a) está realizando un viaje turístico y b) es un residente que viaja en el país de referencia.

6. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

Los viajes asociados con las diferentes formas de turismo pueden caracterizarse por:

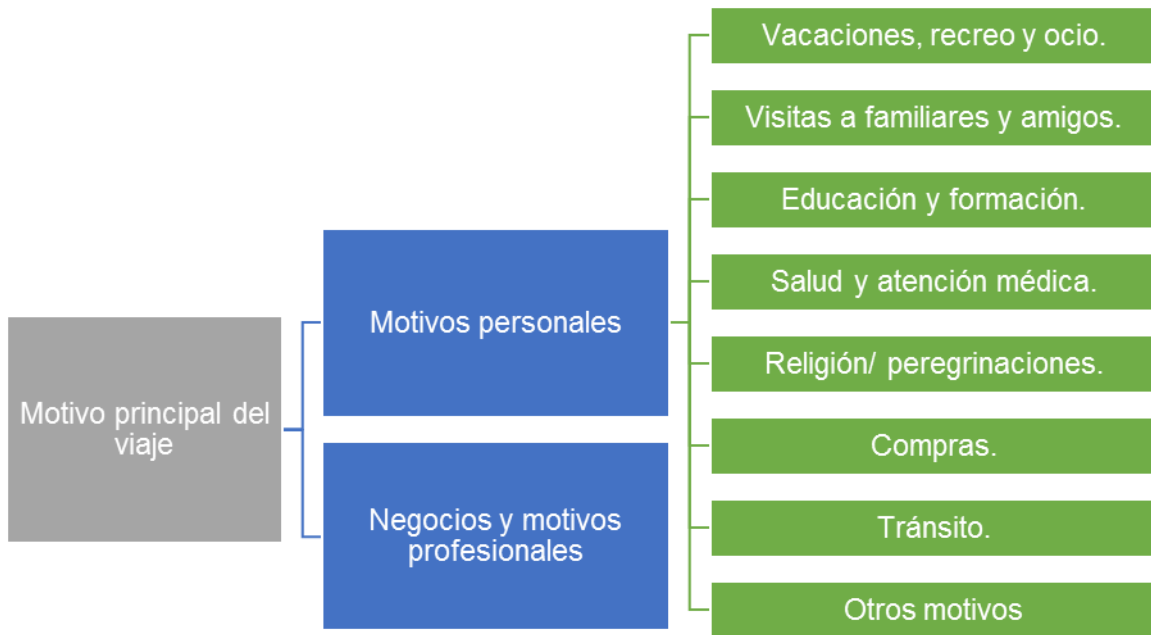
- Motivo principal;
- Tipos de “producto turístico”;
- Duración del viaje o la visita;
- Origen y destino;
- Medios de transporte;
- Tipos de alojamiento.

La clasificación utilizada es por motivo principal de un viaje turístico:

A) MOTIVO PRINCIPAL DE UN VIAJE TURÍSTICO

El motivo principal de un viaje se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar.

El motivo principal de un viaje ayuda a determinar si éste puede considerarse un viaje turístico y si el viajero puede considerarse un visitante. La información sobre el motivo del viaje turístico es útil para caracterizar los perfiles del gasto turístico. También es importante identificar segmentos clave de la demanda turística a efectos de planificación, mercadotecnia y promoción.



Esquema 11 Clasificación de los viajes turísticos por el motivo principal del viaje⁸

Existen cuatro distintas corrientes de pensamiento sobre los distintos motivadores de viaje y cómo deben agruparse, las cuales difieren entre sí en cuanto al número de motivadores. Sin embargo todas ellas coinciden en identificar cuatro grupos de estímulos en común, por lo que generalmente se acepta que las razones por las que viajan los turistas pueden clasificarse en cuatro categorías de motivadores:

⁸ Fuente: Organización mundial del turismo.

| Físicas | Culturales | Impersonales | Estatus y prestigio |
|--|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> •Turismo deportivo. •Turismo de sol y playa. •Turismo temático. •Turismo de casinos y centros nocturnos. •Turismo de salud. •Turismo de relajación. •Turismo de bienestar. •Turismo médico. | <ul style="list-style-type: none"> •Turismo religioso. •Turismo étnico. •Turismo político. •Turismo de postguerra. •Turismo arquitectónico y monumental. •Turismo gastronómico. •Etnoturismo. •Turismo folclórico. •Turismo artístico y estético. •Turismo industrial. | <ul style="list-style-type: none"> •Turismo familiar. •Turismo rural. •Viajes de solteros (as). •Turismo alternativo. | <ul style="list-style-type: none"> •Turismo de negocios. •Turismo educativo. •Turismo de congresos y convecciones. •Viajes de incentivos. •Ferias y exposiciones. |

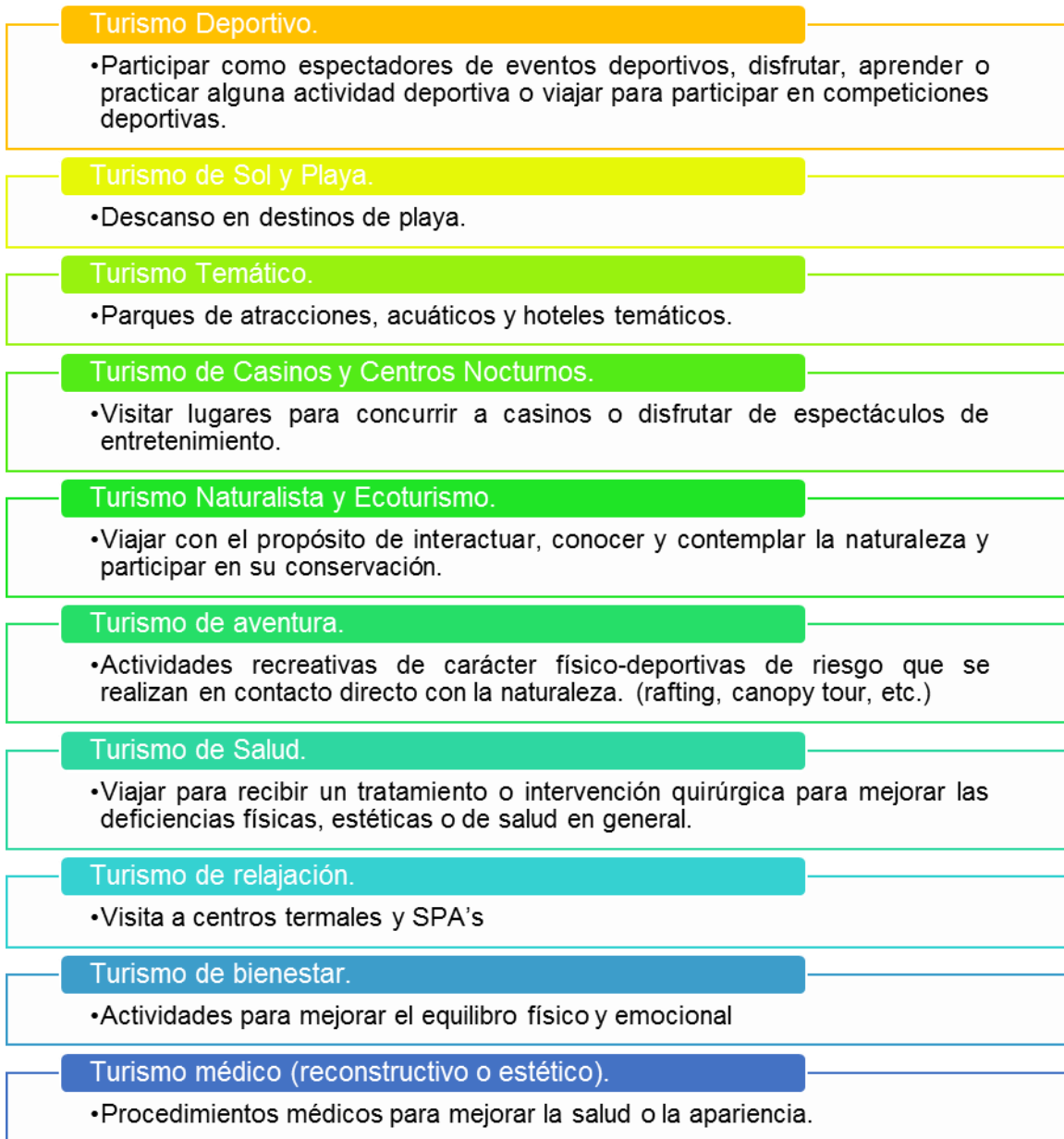
Esquema 12 Formas y tipos de turismo.⁹

Esta categorización es la que sustenta la clasificación de las distintas formas de turismo, según las actividades que las personas realizan al desplazarse y las motivaciones que los condujeron a ello.

1) MOTIVACIONES FÍSICAS Y PSÍQUICAS.

Estas motivaciones están asociadas al desarrollo de actividades que requieren un desempeño físico, que implican el cuidado de la salud corporal y mental, y la recreación. El principal estímulo es el deseo de divertirse y disfrutar a plenitud la actividad que se realiza.

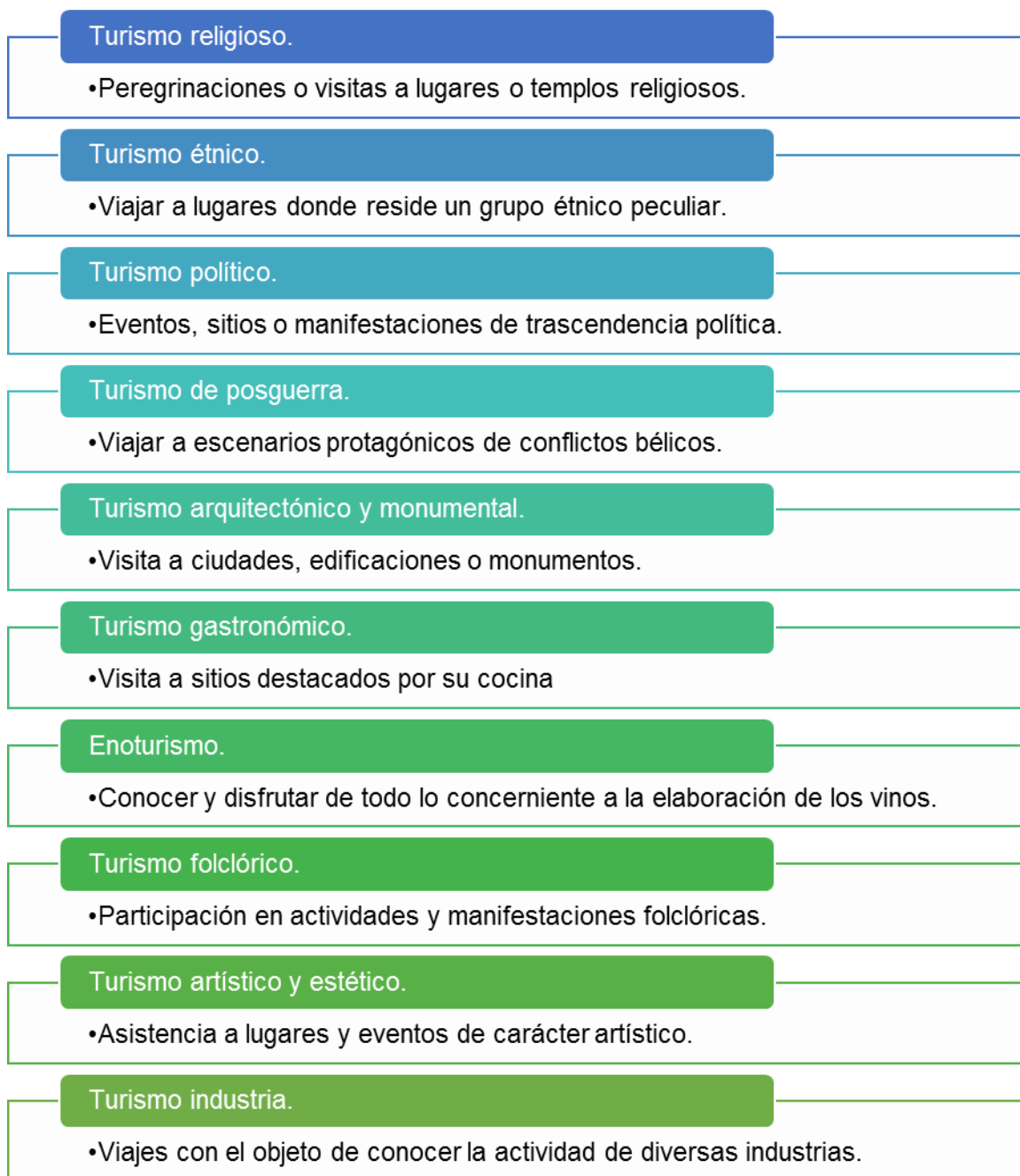
⁹ Fuente: Extracto del libro Mercadeo Aplicado al Turismo.



Esquema 13 Tipos de turismo según motivaciones físicas y psicológicas.

2) MOTIVACIONES CULTURALES.

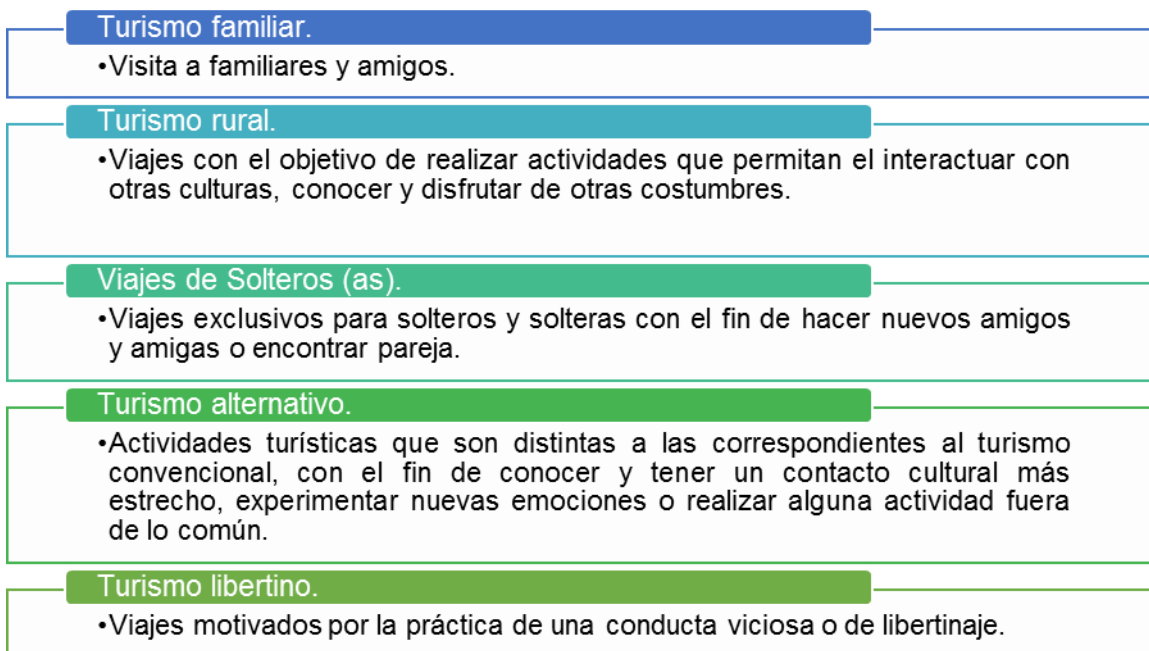
Esta motivación propicia viajes que se realizan con el fin de disfrutar, conocer o estudiar rasgos específicos o combinados (historia, arqueología, arquitectura, religión, filosofía, política, etnología, folclore) de un pueblo, país o región en especial, donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos. Algunas de las formas de turismo, más populares o frecuentes, que se asocian a este motivador son;



Esquema 14 Tipos de turismo según motivos culturales.

3) MOTIVACIONES INTERPERSONALES.

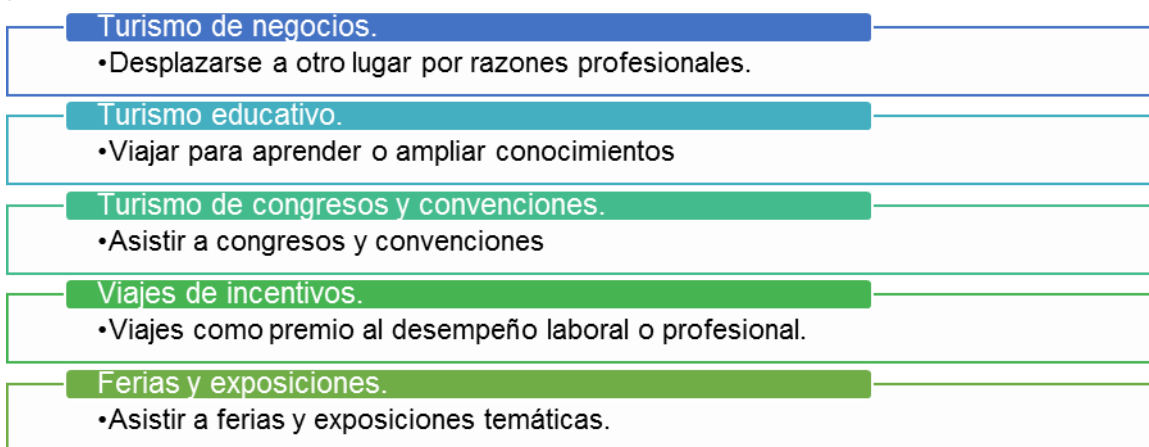
Relacionarse e interactuar con otras personas durante la realización de cualquier tipo de actividad, visitar a familiares, amigos, hacer nuevas amistades, conocer y disfrutar de otras costumbres, así como tener experiencias que implican la satisfacción de deseos íntimos, son las razones que impulsan los deseos de viajar y de las que se originan los siguientes tipo de viaje:



Esquema 15 Tipos de turismo según motivos interpersonales

4) MOTIVACIONES DE ESTATUS Y PRESTIGIO.

Los tipos de viaje asociados a estos motivadores están relacionados con la posición social, la condición profesional y la reputación de las personas, que tienen por objetivo participar en actividades de crecimiento personal o profesional, desarrollo y desempeño profesional.



Esquema 16 Tipos de turismo según motivación de estatus y prestigio.

Cumplir con las expectativas de los consumidores, exige un cuidadoso y preciso conocimiento de las razones por las cuales viajan los turistas, lo cual según se ha descrito, plantea un escenario sumamente amplio, pues las motivaciones suelen ser muy personales, tan distintas y diversas como las personas mismas, generando formas de turismo tan numerosas como los motivos que las originan.

Conseguir establecer por qué viajan las personas, es el instrumento para determinar las peculiaridades y expectativas de consumo y así definir con mayor exactitud las

características que deben tener los productos, servicios o destinos turísticos, que se le ofrecen a cada uno de los grupos específicos a los que éstos se dirigen, los cuales se denominan; segmentos de mercado.

7. RUTAS O CIRCUITOS TURÍSTICOS

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) “Los turistas suelen seguir una ruta que enlaza diferentes atracciones y servicios turísticos, viajando en coche, como parte de un grupo en un autobús, en barco o en tren, incluso a pie o en bicicleta u otros medios. La ruta puede ser lineal, y llevarles desde un destino que se considera el principio de la misma hasta un destino final, o bien una ruta circular que conecta varios destinos. Los turistas pueden planificar su propio itinerario o seguir una ruta específica.

Los circuitos y rutas abarcan atracciones, transporte, alojamiento, comida, distintas actividades, etc. Los turistas siguen teniendo opciones entre las que elegir en este tipo de trayecto, pero dentro de una región geográfica y, a menudo según un tema.

Las Rutas o circuitos turísticos pueden ser entendidos como: Un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto.

Además es necesario establecer que la Ruta debe:

- Responder a una imagen motivadora atractiva, particular y predeterminada.
- Factible de visitar por tramos o integrarse por completo.
- Tiene elementos particulares que funcionan como tales, pero que pueden integrarse.
- Contiene diferentes productos o servicios.

Para que una ruta resulte creíble y tenga fuerza de mercado su diseño debe ser atractivo y coherente manteniendo la unidad y complementariedad entre sus componentes y la imagen a adoptar.

Para comprender de mejor manera se definen a continuación tres conceptos claves del estudio:

8. RUTA TURÍSTICA

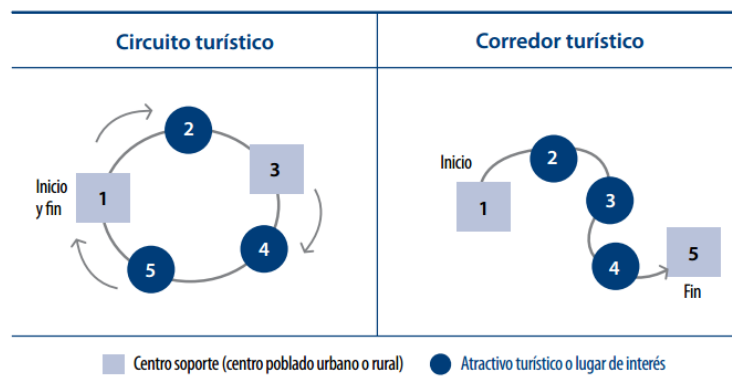
Puede ser un circuito o un corredor turístico, su particularidad es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen. Por ejemplo: “La ruta de las Flores”, La Ruta de la Paz”, etc.

9. CIRCUITO TURÍSTICO

Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.

10. CORREDOR TURÍSTICO

Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega a sitios diferentes luego de realizar la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.



Esquema 17 Circuito y corredor turístico.

11. TURISMO RURAL.

Esta categoría es considerada como la más humana del turismo alternativo, ya que da la oportunidad al visitante de interactuar y conocer la forma de vivir de las comunidades que habitan en un ambiente rural.

En el turismo rural, los turistas no son considerados sólo como personas que van a estar un día de paseo, sino que son tomados en cuenta como parte activa de la comunidad el tiempo que estén en ella. Durante su estancia los visitantes se instruyen y participan en la preparación de alimentos habituales, aprenden lenguas y dialectos ancestrales, conocen la técnica que se aplica para la elaboración de artesanías, además del uso de plantas medicinales, y finalmente percibe y valora las distintas creencias religiosas.

A) TURISMO RURAL COMUNITARIO (TRC) ¹⁰

Se desarrolla en áreas rurales con familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, grupos indígenas y otras organizaciones de tipo colectivo que manejan la actividad turística planificando, gestionando y cuidando los recursos naturales e históricos que sirven de atractivo en sus territorios.

¹⁰ El turismo rural comunitario en El Salvador. Mesa nacional de turismo rural comunitario en El Salvador.

B. MARCO CONTEXTUAL

1. HISTORIA DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

A) SUCHITOTO PREHISPÁNICO

En el municipio de Suchitoto se evidencian los restos arqueológicos que comprueban la habitación de la zona por el hombre desde una época muy remota. El nombre Suchitoto se deriva del idioma náhuatl que hablaban los que fundaron esta población, los Yaquis o Pipiles, el vocablo pipil significa en náhuatl noble o señor y formaba parte de una rama del gran tronco tolteca de México. Aunque en El Salvador la llegada de gente del habla náhuatl se da desde una época muy anterior al año 1,000 D.C la llegada masiva de los pipiles a nuestro territorio, ocurre aproximadamente por esta fecha. En El Salvador en el año de 1,054 erigen las ciudades de Cuscatlán y Tecpan Izalco.

El arribo de los españoles, los pipiles se habían apoderado de la casi totalidad del occidente del país y gran parte de su zona central llegando hasta los márgenes del río Iempa. Existían cuatro ramas importantes de pipiles que eran: los cuzcatlecos, que formaban el cacicazgo más importantes de ellos en el Salvador con su capital en Cuscatlán, los Izalcos, que eran muy ricos por su gran producción de cacao, después los Nonualcos asentados en la zona central y famosos por su afición a la guerra y los Mazahuas, dedicados a la cría de pequeños rebaños de venados de cola blanca.

En náhuatl Suchitoto significa “lugar de pájaros y flores”, nombre adecuado para esta vieja población, donde existe gigantesco árbol de tepemixque similar al conacaste.

B) SUCHITOTO COLONIAL

A la llegada de los españoles en 1524 Cuscatlán fue un territorio pipil, al año siguiente se fundó la primera vía de san salvador que fue en cierto sentido una fundación nominal pues por la belicosidad de los indígenas, ésta no prospera y los españoles luego la abandonaron, se desconoce los nombres de los primeros españoles que fundaron Suchitoto.

En 1786 cuando la Alcaldía Mayor de San Salvador se convierte en Intendencia, dado su progreso, Suchitoto fue uno de los pueblos que conformaban el Partido (similar a Departamento) de San Salvador.

Don Antonio Gutiérrez y Ulloa, la máxima autoridad colonial española en la Independencia de San Salvador, nos dejó en 1807 su obra “Estado General de la Provincia de San Salvador”, excelente visión de El Salvador en víspera de la Independencia. Según Gutiérrez y Ulloa, Suchitoto en 1807 era habitado por 911 personas, de las cuales 4941 eran indígenas, 374 ladinos y 46 españoles. Estos últimos se iban poco a poco radicando permanentemente en este pueblo, debido a la creciente importancia añilera de la zona.

C) SUCHITOTO REPUBLICANO

La ciudad estaba dividida en cuatro barrios: San José, Santa Lucía, El Calvario y Concepción.

Al despuntar el siglo XX, Suchitoto es una señorial ciudad provinciana, ubicada en el corazón geográfico de El Salvador y presumía de poseer en su recinto más de treinta pianos de cola, lo que demuestra su alto refinamiento cultural alcanzado.

El 15 de julio de 1958 y se celebran los 100 años de haber sido nominada Suchitoto como Ciudad. Los tres poderes del estado presididos por el entonces Presidente de la República, el Teniente Coronel José María Lemus se dieron cita en Suchitoto. En esta ocasión se estrenó también el flamante escudo de la centenaria ciudad. El escudo fue elaborado a instancias de Don Alejandro Cotto y con la ayuda en su diseño de Don Manuel José Arce y Valladares, diplomático guatemalteco, entonces radicado en EL Salvador.

De Suchitoto son originarias varias familias que de una u otra forma se han distinguido en la historia del país, entre ellas están las familias: Peña Fernández, Palomo, Romero Bosque, Gallardo, Quiñónez, Fajardo, una rama de familia Araujo, Orellana, García Suvillaga, Puente, Montalvo, Cañas, Alas, etc. La ciudad es cuna de los Presidentes de la República Don Alfonso Quiñónez Molina, Don Pío Romero Bosque y el Ing. Arturo Araujo Fajardo; el rector de la Universidad Francisco G. Machón; el eminente médico Dr. Tomás G. Palomo: el escritor Don Manuel Gallardo; los notables bardos Isaac Ruiz, y Miguel Plácido Peña.

Suchitoto ha sido una ciudad mártir en la feroz guerra. La mayoría de sus habitantes originales la tuvieron que abandonar. Por suerte para las futuras generaciones de Suchitoto, la hermosa ciudad de los bellos balcones y las casonas de adobe y sus románticas calles empedradas, no fue destruida. Es quizás la población salvadoreña que más construcciones antiguas alberga en su recinto, por eso debe de conservarse como un Monumento Nacional de el Salvador.

D) GEOGRAFÍA DEL MUNICIPIO

El Municipio de Suchitoto pertenece al departamento de Cuscatlán y su información geográfica básica es la siguiente:

Se localiza en la zona paracentral del país a 46 kilómetros al norte de San Salvador, entre las coordenadas geográficas 14°04'08" y 13°50'32" (LN) y 88°56'39" y 89°10'07" (LWG), a una altitud promedio de 332 msnm. Con una extensión territorial de 329.9 km², siendo uno de los municipios más grandes del territorio nacional, con un gran predominio del sector rural y donde sobresale la actividad agropecuaria.

Está delimitado al norte por el Embalse Cerrón Grande, al sur a través de los relieves geográficos del Cerro Guazapa y el Cerro Tecomatepec, con los municipios de San José Guayabal, Oratorio de Concepción y Tenancingo; al este con el municipio de Cinquera y al oeste con los municipios de Aguilares y Guazapa.



Ilustración 3 Ubicación del municipio de Suchitoto.

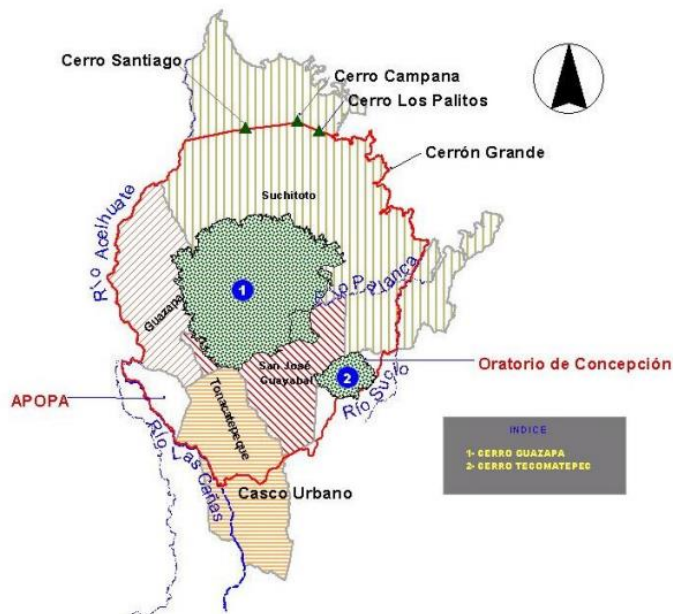


Ilustración 4 Municipio de Suchitoto¹¹

¹¹ Plan de desarrollo turístico y de conservación del Municipio de Suchitoto.

Un aspecto a recalcar de este Municipio, que está dado por su posición geográfica, es su jurisdicción sobre el Embalse del Cerrón Grande. Este delimita al Municipio por toda la parte norte y noreste del territorio, conformando una rivera que se extiende a lo largo de casi la totalidad del Embalse, característica que representa un recurso importante para el beneficio económico de su población por medio de la pesca, la navegación turística o deportiva y como sitio de atracción turística por su paisaje.

E) RECURSOS NATURALES

1) CLIMATOLOGÍA

El Municipio se caracteriza por tener un clima cálido con temperaturas promedio entre 26°C y 39°C. La precipitación promedio anual es de 1,787 mm y una humedad relativa de 77%. (Municipalidad de Suchitoto, 1994). El país se encuentra en la parte Norte del Cinturón tropical de la Tierra y están definidas dos estaciones, climatológicas, una estación seca o verano en los meses de Noviembre, a Abril, y una estación lluviosa comprendida en los meses de Mayo a Octubre.

2) RECURSOS HÍDRICOS

Uno de los componentes principales de la cuenca hidrográfica, es el lago de Suchitlán que alberga cerca de 2,150 millones de metros cúbicos, de los cuales el 50% pertenecen a Suchitoto, además su precipitación pluvial anual genera una oferta hídrica de alrededor de los 57.5 millones de metros cúbicos, de los cuales, un gran porcentaje se pierde en concepto de escorrentía, y solo el 10% es filtrado a los mantos acuíferos.

Las principales zonas de recarga acuífera se encuentran en el cerro Tecomatepeque, y la parte norte del cerro de Guazapa, desde los cuales se desprenden varios nacimientos de importantes ríos y quebradas que drenan sus aguas hacia el Río Lempa.

La cuenca hidrográfica se divide en tres partes, media, baja y alta, se registran 28 ríos en total, dentro de los cuales destacan, Los Limones, Chalchigüe, Quezalapa, Sinacapa y Acelhuate, en la siguiente tabla puede verse los datos de los caudales superficiales y de los principales afluentes, y un cálculo estimado de la disponibilidad de agua subterránea, que posee la suficiente capacidad para abastecer la demanda para consumo humano, registrada conjuntamente por las juntas rurales y EMASA.

Municipio de Suchitoto, descripción de la cuenca hidrográfica.

| Cuenta | Área Total (Km ²) | Caudal promedio anual (m ³ /seg.) | Caudal promedio por estación (m ³ /seg.) | | Agua subterránea disponible (m ³) |
|--------|-------------------------------|--|---|--------|---|
| | | | Lluviosa | Seca | |
| Alta | 7349 | 138.63 | 237.91 | 39.36 | 902622.1 |
| Media | 9268 | 341.76 | 605.42 | 98.72 | 921733.9 |
| Baja | 1622 | 353.86 | 623.91 | 112.01 | 921733.9 |
| Total | 18239 | 834.25 | 1467.24 | 250.09 | 2748089.9 |

Tabla 2. Descripción de la cuenca hidrográfica¹².

¹² Fuente: Alcaldía Municipal de Suchitoto, 2001

El Municipio tiene jurisdicción sobre el Embalse del Cerrón Grande, principal recurso hídrico a nivel de superficie con el que cuenta. Este cuerpo de agua fue declarado como el tercer humedal de importancia internacional para El Salvador, el 22 noviembre de 2005 por la Convención Ramsar. Se trata de un humedal de enorme importancia hidrológica, que destaca por su papel en el control de inundaciones [sic], la depuración de aguas, la producción de energía eléctrica, pastos para el ganado, tierras favorables al cultivo y belleza escénica. Representa el mayor cuerpo de agua dulce del país (13.244 ha.) y está situado en el tramo medio del río Lempa (MARN, 2011).

El embalse muestra una gran abundancia de flora sumergida y flotante, en primer lugar y de vegetación emergente, en segundo lugar. La especie más abundante y que tiene un mayor efecto sobre el funcionamiento del humedal es el Jacinto de Agua. El embalse también sustenta de manera regular las mayores concentraciones de anátidas del país. Se han contado igualmente miles de ejemplares de otras especies de aves acuáticas, entre las que se incluyen varias especies de pelecaniformes, ardeidos y caradriformes. (MARN, 2011). Anualmente, el embalse genera una cantidad de tierras flotantes, propiedad de la CEL, con potencial para usos agropecuarios, pero cuyo uso contraviene la Convención Ramsar.

3) SUELO

Los suelos del Municipio se caracterizan, físicamente, por ser un terreno de transición entre la planicie del Valle del Alto Lempa hacia la Cordillera Central.

Prevalecen los suelos latosoles arcillozos-rojizos, aluviales y grumosoles sobre los que predominan los cultivos mixtos y anuales (38% del territorio municipal), cobertura boscosa 24%, cuerpos de agua 11%, caña de azúcar 10%, pastos 7%, entre otras.

Usos del suelo en el Área rural¹³:

El uso de suelo en el sector rural es predominantemente agrícola, ocupado por zonas de cultivo de caña de azúcar, cereales, árboles frutales, hortalizas y pastizales. La mayoría del área no tiene un aprovechamiento adecuado. Se presentan escasas zonas de reserva forestal, ubicándose en el norte de las faldas del Cerro de Guazapa y al sur del Municipio, en los cantones Bermuda, Tenango y El Molino, las mismas no son debidamente explotadas, causando el deterioro del medio ambiente.

En cuanto al uso institucional, en el Municipio se localizan 5 industrias: el ingenio Colima recientemente reactivado, el ingenio San Francisco, la fábrica de concentrado para animales en Aguacayo y la fábrica de bloques en Agua Caliente.

Respecto al uso habitacional en el sector rural, las viviendas están dispersas a lo largo de todo el Municipio.

¹³ Fuente: Municipalidad de Suchitoto, 1994.



Ilustración 5 Uso de suelos del área rural.

La clasificación de los suelos en clases agrícolas determina las posibilidades de la utilización productiva en forma sostenible. Esta clasificación reconoce ocho clases, de ellas solo se presentan cinco en el municipio, su localización está definida para el área del cerro en:

Clase IV, VI y VII

Se constituyen en el 78.19% de los suelos del territorio, lo cuales son aptos para cultivos permanentes, bosques y praderas, que requieren un manejo cuidadoso, también para cultivos forestales, reservas ecológicas, etc. Muchas de estas áreas son tierras de utilidad restringida por causa del peligro de erosión y características desfavorables del tipo de suelo. Estos suelos abarcan grandes áreas de los siguientes cantones: San Lucas, Buena Vista, Mirandilla, El Zapote, Palo Grande, Palacios, El Molino, Tenango, Guadalupe, Pepeishtenango, Copapayo y Corozal.

4) RECURSOS FORESTALES

Según el Censo Agropecuario 2007-2008, los recursos forestales son, entre bosque natural y bosque plantado, constituyen el 62% (910 mz.) del total de los recursos forestales con que cuenta el departamento de Cuscatlán (1,472 mz).

Las superficies consideradas de mayor importancia para este recurso han sido declaradas zonas protegidas a nivel municipal y se han impulsado acciones para integrarlas al SISAP¹⁴, estas son:

Área Natural Protegida de Colima, Área Boscosa de Cinquera y Suchitoto, Área Protegida del Volcán de Guazapa, y el Cerro Tecomatepeque. (Alcaldía Municipal de Suchitoto, 2001) Colima está ubicada en el Km 46 de la carretera troncal del norte, a 2 Km de la carretera principal, con calle a Suchitoto, el Área Natural Protegida de Colima, cuenta con una extensión de 932 mz, y forma de los humedales adyacentes al Cerrón Grande. En cuanto al área Boscosa de Cinquera, que comprende desde el Municipio de Cinquera en el Departamento de Cabañas, hasta la Bermuda en el Municipio de Suchitoto, y de Norte a Sur, entre los márgenes del Embalse del Cerrón Grande, hasta el costado del Cerro La Cruz en el Municipio de Tenancingo, se calcula un total de bosque de 3,500 has, la mayoría en manos privadas, de esa cantidad de terreno, la Asociación para la Reconstrucción y Desarrollo Municipal ARDM, de Cinquera maneja un espacio de cerca de 200 mz, como área natural comunal, con fines de conservación, y manejo sostenible.

5) OTROS RECURSOS RELEVANTES¹⁵

– Conjunto Histórico de Suchitoto: declarado “Conjunto Histórico de Interés Cultural” por la Asamblea Legislativa¹⁶. Dentro del Conjunto Histórico están identificados por CONCULTURA, 46 inmuebles con valor Cultural. - Ciudad Vieja: se encuentra en el cantón La Bermuda, en las faldas del Cerro Tecomatepeque, a 6 Kilómetros de la Carretera San Martín- Suchitoto. Es un lugar histórico, aquí se ubicó por segunda vez la Villa de San Salvador, actualmente se conoce como “Ciudad Vieja”, teniendo declaratoria de Monumento Nacional¹⁷. - Casco de La Hacienda La Bermuda: fue construida hacia el año 1600 y posee un gran valor histórico como casco de hacienda del período colonial. - Casco de La Hacienda Colima: casco de hacienda con posibilidades de ser visitado como sitio de interés histórico. Es uno de los pocos cascos coloniales de haciendas que se conservan en buen estado en El Salvador, con una antigüedad de más de cien años. - Iglesia de Aguacayo: ruinas de una iglesia colonial, de la que se conserva parte de la fachada. - Iglesia de Ichanquezo: iglesia de la época colonial que se conserva en buen estado. - Iglesia de Santa Lucía: es la principal iglesia de la ciudad declarada Monumento Nacional¹⁸.

¹⁴ Fuente: Sistema Salvadoreño de áreas protegidas.

¹⁵ Tomado de: (Alcaldía Municipal de Suchitoto, 2001).

¹⁶ Decreto Legislativo No. 1028, publicado en el diario oficial el 16 de mayo de 1997, tomo No. 335, número 88.

¹⁷ Decreto Legislativo No. 308, de fecha 8 de julio de 1975, Publicado en el Diario Oficial No.133, Tomo 248 del 18 de julio de 1975.

¹⁸ Decreto Legislativo No.537 del 25 de mayo de 1978, publicado en Diario Oficial No. 114, tomo No.259 del 20 de junio de 1978.

F) INDICADORES SOCIO- ECONÓMICOS

Indicadores de pobreza

De acuerdo a los indicadores del municipio establecidos en el Informe 262, Indicadores Municipales sobre el Desarrollo Humano y Objetivos de Desarrollo del Milenio- PNUD 2006, el 32.3% de población vive en extrema pobreza, el 29.4% vive en rango de pobreza relativa, sumando ambos indicadores resulta un total de pobreza de 61.7% en el municipio.

A continuación se detallan los indicadores socioeconómicos del municipio de Suchitoto:

| Indicadores socio económicos | Total | Urbano | Rural | Masculino | Femenino |
|---|--------------|---------------|--------------|------------------|-----------------|
| Número de personas | 24786 | 37654 | 17132 | 12217 | 12569 |
| Número de hogares | 5690 | 1934 | 3756 | 3904 | 1786 |
| Escolaridad promedio (en años) | 4.6 | 5.4 | 4.2 | 4.5 | 4.6 |
| Tasa de alfabetismo adulto (mayores de 15 años) | 76.9 | 81.6 | 74.7 | 78.0 | 76.0 |
| Tasa bruta de escolaridad parvularia [ODM] | 58.0 | 62.9 | 56.1 | 59.1 | 56.8 |
| Tasa bruta de escolaridad primaria [ODM] | 95.2 | 100.9 | 93.1 | 93.3 | 97.2 |
| Tasa bruta de escolaridad media [ODM] | 23.2 | 31.6 | 19.9 | 19.8 | 26.7 |
| Porcentaje de personas receptoras de remesas | 8.8 | 11.2 | 7.7 | 6.9 | 8.5 |
| Porcentaje de hogares con déficit habitacional | 46.7 | 29.0 | 55.8 | na | na |
| Porcentaje de hogares con acceso a agua (dentro de casa) [ODM] | 74.6 | 79.7 | 72.0 | na | na |
| Porcentaje de hogares con acceso a alumbrado | 83.4 | 91.1 | 79.4 | na | na |
| Porcentaje de hogares con acceso de servicio de recolección de basura | 22.7 | 61.3 | 2.8 | na | na |
| Porcentaje de hogares con saneamiento por alcantarillado [ODM] | 24.1 | 51.7 | 10.0 | na | na |
| Porcentaje de hogares que utilizan leña para cocinar | 58.7 | 26.8 | 75.4 | na | na |
| Porcentaje de hogares en viviendas sin título de propiedad | 22.4 | 26.6 | 20.2 | na | na |
| Porcentaje de hogares con servicio de internet [ODM] | 0.4 | 1.0 | 0.0 | na | na |
| Porcentaje de hogares con servicio de teléfono [ODM] | 22.5 | 43.6 | 11.7 | na | na |

Tabla 3 Indicadores socio económicos según PNUD para 2009 en el municipio de Suchitoto.

El crecimiento poblacional de Suchitoto entre 1992 y 2007¹⁹ refleja una tendencia a la alza significativa, aumentó de 13850 a 24786 habitantes respectivamente, posiblemente originada por la repoblación de cantones y caseríos que fueron escenario de la guerra civil finalizada para 1992, las oportunidades de desarrollo en un municipio en reconstrucción eran evidentes y en la actualidad tienen un gran potencial turístico e histórico lo cual es una oportunidad de inversión para la mejora no solo de la economía sino de las condiciones de vida de sus habitantes.

G) SITUACIÓN DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL SALVADOR.

Actualmente se desarrolla como medida de apoyo a los proyectos turísticos una Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, esta instancia tiene como representante a la Licenciada Roxana Flamenco.

La Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario nace en el año 2009 con el objetivo central de combatir la pobreza en el país, busca la distribución de ingresos para solventar las necesidades de la comunidad, el rescate del ecosistema y el cuidado de la identidad tanto material como inmaterial (rescate de cultura, gastronomía y lenguas propias de cada comunidad).



Parte de las características de la mesa es que no tiene una estructura vertical sino una metodología de gobierno circular conformado por iniciativas, cooperativas, asociación fundación para la cooperación y el desarrollo comunal de El Salvador (CORDES) y Asociaciones de desarrollo comunal (ADESCOS).

En sus inicios como primera etapa nace con el apoyo de la Cooperación Catalana y la Organización no gubernamental PRISMA; en su segunda etapa esta iniciativa cuenta con el apoyo del gobierno central a través del Ministerio de Turismo y dio como resultado la creación de una asamblea país y un comité gestor transitorio.

Los agentes involucrados en el asesoramiento y apoyo a las iniciativas de la mesa son los siguientes:

- Instituciones del Estado.
 - Ministerio de Turismo.
 - Ministerio de Relaciones Exteriores.
 - Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG-PREMODER.
 - Ministerio de Medio Ambiente.

¹⁹ VI Censos de Población y V de Vivienda, 2007

- Oficina de Turismo de Suchitoto.
- Oficina de Turismo de Alegría.
- Unidad Ambiental de Armenia.

- ONG's/ Fundaciones
 - Sistema de Asesoría y capacitación para el Desarrollo Local (SACDEL).
 - Fundación Afecto.
 - Fundación PRISMA.

- Instituciones Educativas.
 - Universidad de El Salvador (UES).
 - Universidad Andrés Bello (UNAB).
 - Universidad José Matías Delgado.

Además la mesa está siendo apoyada en una relación bilateral con la Cooperación Japonesa a través del programa de becarios que contribuyen a la especialización a través del aprendizaje de casos de éxito para luego implementar lo aprendido en las ideas de negocio.

H) CONTRAPARTE: GUAZAPA TOURS DE R.L.

Asociación cooperativa de producción artesanal, agropecuaria, ahorro, crédito y comercialización de servicios turísticos.



1) ORIGEN DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS

Guazapa Tours es una cooperativa que ofrece servicios turísticos bajo el concepto de turismo rural comunitario. La comunidad lleva por nombre sitio zapotal perteneciente al cantón el zapote: Dicha comunidad se formó después de la firma de los acuerdos de paz. Está ubicada en el municipio de Suchitoto, departamento de Cuscatlán, específicamente en el kilómetro 7 de la carretera que conecta a Suchitoto con Aguilares. La principal fuente de trabajo de los pobladores es la agricultura. Entre ellos el cultivo de los granos básicos, como maíz, arroz, frijol, y maicillo, entre otros, el espíritu de lucha, entrega ha llevado a los pobladores a salir adelante buscando alternativas que permitan explotar adecuadamente los recursos naturales con los que se cuentan. Es así como surge en los jóvenes de la comunidad el interés por desarrollar el turismo rural y comunitario.

Por la cercanía que Suchitoto tiene con la comunidad y el potencial natural e histórico que tiene el volcán guazapa en el año 2004 se comienza a despertar la idea de fomentar el turismo rural comunitario en el volcán guazapa es así como cuatro jóvenes y un adulto comienzan a hacer realidad esta idea.

Desde sus inicios en cada uno de sus áreas de guazapa tours han tenido una importante participación los jóvenes brindándoseles los espacios de participación y preparación en las áreas que cada uno tiene las habilidades y dando posibilidad de generación de ingresos a aquellos jóvenes que trabajan como guías turísticos.

2) MISIÓN DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L.

Nuestra misión es ser una organización con principios y valores que fomenten la participación y el desarrollo de la juventud en armonía con el medio ambiente.

3) VISIÓN DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L.

Ofrecer al turista nacional y extranjero tours guiados al volcán guazapa para conocer de la historia, la naturaleza y vivir variadas aventuras, brindándoles un servicio con eficiencia y calidad.

Para la propuesta de circuitos turísticos rurales Guazapa Tours busca incluir sus servicios turísticos bajo la modalidad de cultura, historia o aventura extrema, dicha temática de cada circuito será sometida a estudio y evaluación para incorporar a su vez los servicios que ofrecen las demás iniciativas comunitarias o privadas que contribuyan a establecer un circuito que brinde una oferta consistente para los turistas que estén interesados en la temática del circuito.

4) SERVICIOS BRINDADOS

A continuación se detallan los servicios que actualmente brinda la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.

| Nombre del servicio | Descripción |
|--------------------------------|---|
| Pequeña Caminata | Recorrido por los sitios históricos de la comunidad y conocer su historia. Tiene como duración de 1 a 2 horas. |
| Caminata Mediana Altura | Paseo de los senderos de la montaña del volcán de guazapa, recorriendo ex campamento de la guerrilla, trincheras, tatús y refugios antiaéreos utilizados por la guerrilla durante el pasado conflicto armado, además se puede apreciar abundante naturaleza del lugar, el tour se realiza a media altura del volcán (700msnm) y tiene una duración aproximada de 3 a 4 horas. |
| Caminata gran altura | Comprende un recorrido por la zona más alta del volcán Guazapa (1200msnm) donde se puede apreciar los mejores y más bellos paisajes de la zona norte de El Salvador, incluyendo el antiguo cráter del volcán Guazapa y sus formaciones rocosas. El recorrido tiene una duración aproximada entre 5 a 6 horas. |
| Cabalgatas | Una excitante aventura de conocer el volcán de Guazapa a través de un recorrido a caballo por los senderos de la montaña, visitando sus sitios históricos, así como apreciando la naturaleza y atractivas vistas panorámicas. Tiene una duración entre 3 a 4 horas. |
| Canopy | El dosel o canopy es un deporte extremo que consiste en el desplazamiento pendiente de cables que están trazados en bosques entre las ramas de árboles. |
| Cuerdas Altas | Son actividades outdoor o de campo abierto, compuestas por una serie de actividades físicas y desafíos mentales orientados a la solución de problemas evidenciando competencias para el trabajo cooperativo, el trabajo en equipo y con estos, el liderazgo y un sinnúmero de objetivos al ser los talleres canalizados hacia el aprendizaje. |
| Campamento de montaña | El área de acampar cuenta con un área de cocina, baños, duchas, energía solar y se proporciona las tiendas de campañas. |
| Avistamiento de Aves | Las montañas del cerro de Guazapa es un bosque ideal donde habitan muchas aves lo cual lo convierten en un lugar ideal para la observación de aves. |
| Cafetín | Área de cafetín en el museo que brinda a los turistas: alimentos, bebidas, mini tienda de artesanías y servicio sanitario. |
| Museo Comunitario | Exhibición de artículos encontrados en el cerro de la época de la guerra civil, fotografías del conflicto armado y la diversidad de fauna y flora del cerro. |
| Talleres | Además de los servicios descritos la cooperativa Guazapa tours realiza diferentes acciones para el fortalecimiento del desarrollo económico de la comunidad el Sitio Zapotal. |

Tabla 4 Servicios brindados por Guazapa Tours de RL.

C. INVENTARIO TURÍSTICO.

1. DEFINICIÓN DE INVENTARIO TURÍSTICO

- El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista.
- Es un instrumento valioso para la planificación turística.
- Permite evaluar y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico de la región o lugar de interés.

2. OBJETIVOS DE UN INVENTARIO TURÍSTICO

A) OBJETIVO GENERAL

Conocer de manera real, sistemática y ordenada los recursos turísticos, a fin de que sirva de base para el desarrollo de políticas y planes sectoriales.

B) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una evaluación objetiva (cualitativa y cuantitativa) de los recursos turísticos.
- Elaborar un instrumento de gestión el cual debe ser actualizado permanentemente.
- Conocer los recursos turísticos debidamente categorizados y jerarquizados.
- Propiciar el desarrollo de productos turísticos, en base a la información del inventario.

3. CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES

Debe constituir un fiel reflejo de la realidad de los recursos turísticos.

Debe de ser claro.

Debe de ser abierto, dinámico y constatemente actualizado.

Debe ser mejorado de manera constante.

Debe permitir facilitar la toma de decisiones.

No existe un método definido y generalmente aceptado para inventariar los recursos.

Esquema 18 Características de los inventarios turísticos.

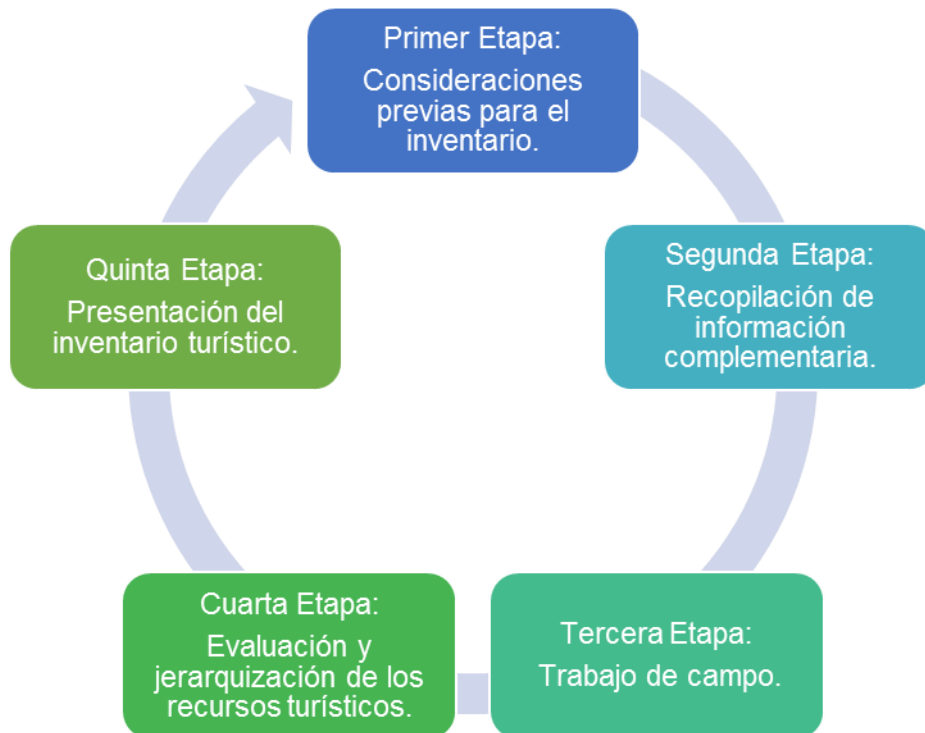
4. IMPORTANCIA DEL INVENTARIO DE PRODUCTO TURÍSTICO



Esquema 19 Importancia del inventario turístico.

5. METODOLOGÍA DEL INVENTARIO TURÍSTICO

El inventario turístico requiere de cinco etapas, las cuales se detallan a continuación:



Esquema 20 Metodología para el inventario turístico.

6. FICHA TÉCNICA DE INVENTARIO TURÍSTICO.

| | |
|-------------------------------|---|
| Universo | Recursos o atractivos turísticos de Suchitoto y lugares aledaños. |
| Marco muestra | Recursos o atractivos turísticos que brindan turismo rural en Suchitoto. |
| Tipo de muestra | Aleatoria y por conveniencia. |
| Tamaño de la muestra | 35 Fichas. |
| Sistema de consulta | El 80 % de las fichas se administró cara a cara. |
| Fecha de realización: | Del 06 de abril al 13 de Mayo del 2017. |
| Características de la muestra | Recursos o Atractivos turísticos que sean de su mayoría rurales. |
| Coordinadores de campo | Campos González Mario Rubén De la O Aparicio Mónica Mercedes Vela Benavides Laura Maricela |
| Entrevistadores | Campos González Mario Rubén De la O Aparicio Mónica Mercedes Vela Benavides Laura Maricela |
| Descripción | El trabajo de campo se realizó en lugares de Suchitoto y sus alrededores con la ayuda de un representante de la contraparte Guazapa Tours de R.L., el Doctor Orlando Barrera. |

Tabla 5 Ficha técnica del inventario turístico.

7. ELABORACIÓN DEL INVENTARIO TURÍSTICO

A) PRIMER ETAPA: CONSIDERACIONES PREVIAS PARA EL INVENTARIO.

- El inventario de Productos Turísticos es dinámico, sujeto a incorporar información.
- Los Productos del inventario turístico, deben de ser de Suchitoto y lugares aledaños.
- Los recursos del inventario deberán tener cualidades naturales, culturales y humanas con posibilidades de explotación turística.
- Es conveniente contar con información con documentación e información inicial de los recursos turísticos a inventariar.
- La verificación de la información de los recursos turísticos se realiza in situ.
- Considerar la accesibilidad de los recursos turísticos, la imposibilidad de su visita descalifica su inclusión en el inventario.
- Que la visita al recurso turístico no sea restringida.
- Estado de conservación, aquellos recursos que se encuentran en estado de destrucción y que no permitan su identificación, no deben ser tomados en cuenta.
- Considerar los recursos que pudieran atraer demanda turística.
- Los recursos deben representar un instrumento para la planificación turística.

B) SEGUNDA ETAPA: RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA.

Se debe recopilar todos los recursos y atractivos turísticos necesarios, con ayuda de los siguientes medios y entidades: la alcaldía, internet, Ministerio de Turismo (MITUR), entrevistas, centro del amigo del turista (CAT), Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), etc.

El listado preliminar utilizando los medios y entidades es el siguiente:

- | | | |
|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Centro Histórico de Suchitoto | 2. Parque central de Suchitoto | 3. Cooperativa Guazapa Tours de R.L. |
| 4. Cascada los Tercios | 5. Hotel y Restaurante El Tejado | 6. Centro recreativo las américas |
| 7. Hacienda Colima | 8. Museo de los 1000 platos | 9. Hotel las puertas |
| 10. Posada de Suchitlán | 11. Galería de arte Chanay | 12. Casa 1800 |
| 13. Centro Arte para la Paz | 14. Tienda de artesanías Suchitec | 15. Hotel y Restaurante Los Almendros |
| 16. Ciudad Vieja | 17. Casa del escultor | 18. San Antonio |
| 19. Hacienda la Bermuda | 20. El Mangal | 21. Sitio Cenícero |
| 22. Cihuatán | 23. Rancho el Dorado | 24. Palo Grande |
| 25. Aguacayo | 26. Casa Antigua 1856. | 27. Comunidad La mora |
| 28. Hacienda los Nacimientos | 29. Galería de Pascal | 30. Rio agua tibia |
| 31. Cinquera | 32. Hostal y restaurante el Gringo | 33. Haciendita 1 y 2 |

- | | | |
|---|---|--------------------------------------|
| 34. Turicentro Puerto San Juan | 35. Festival permanente de arte y cultura. | 36. Hotel Alta Vista |
| 37. La casa de los recuerdos de Alejandro Cotto | 38. Semana Santa sacando a Jesús de Nazaret. | 39. Hotel La Barranca |
| 40. Museo la moneda | 41. Día de la Cruz. | 42. Hotel Vista al Lago |
| 43. Museo Comunitario la memoria vive | 44. Fiesta del aniversario de Suchitoto. | 45. Mercado de Suchitoto |
| 46. Casa de la abuela | 47. Festival del maíz. | 48. Agua Caliente (Rio Quezalapa) |
| 49. Restaurante el Harlequin | 50. Desfile tradicional del INSU. | 51. Copapayo |
| 52. Guazapa café | 53. Fiestas Patrias. | 54. Hotel Blanca Luna |
| 55. Teatro las Ruinas | 56. Feriado del Añil. | 57. Hostal Los Sánchez |
| 58. El Salto los limones | 59. Fiestas patronales en honor a la Virgen de Santa Lucia. | 60. Academia de lenguaje Pájaro flor |
| 61. Festiva del Cerro Guazapa. | | |

C) TERCERA PARTE: TRABAJO DE CAMPO.

Después de elaborar el listado de los 61 atractivos y recursos turísticos, se realiza una depuración de dicho listado, con ayuda de la contraparte “Cooperativa Guazapa Tours de R.L.”, tomando en cuenta las consideraciones siguientes:

- El atractivo o recurso turístico debe de encontrarse en una zona no delincencial.

| Nivel de Seguridad | Puntuación |
|---|------------|
| Que no exista ningún tipo de peligro. | 5 |
| Donde se necesita presencia de POLITUR. | 3 |
| Zona con delincuencia. | 1 |

Tabla 6 Tabla de Nivel de Seguridad.

- En la medida de lo posible deberán tener una organización definida para poder brindar mejor el servicio.

| Nivel de Organización | Puntuación |
|---|------------|
| Hay un encargo u organización que brinda el servicio actualmente. | 5 |
| No hay organización pero si un encargado que brinda el servicio. | 3 |
| Ni organización ni encargado que brinda el servicio. | 1 |

Tabla 7 Tabla de Nivel de Organización.

- Facilidades de la cooperativa pueda establecer alianzas.

| Facilidades de Alianzas | Puntuación |
|--|------------|
| Facilidad de la cooperativa pueda establecer alianzas. | 5 |
| Podría la cooperativa establecer alianzas. | 3 |
| La cooperativa no pueda establecer alianzas. | 1 |

Tabla 8 Facilidades de Alianza.

- En el listado final a evaluar debe estar conformado más por recursos o atractivos turísticos de la zona rural.

| Rural/ Urbano | Puntuación |
|--|------------|
| Recurso o atractivo rural. | 5 |
| Recurso o atractivo turístico tanto rural como urbano. | 3 |
| Recurso o atractivo turístico urbano. | 1 |

Tabla 9 Tabla Rural o Urbano.

Tabla de equivalencia para realizar la depuración de los recursos o atractivos turísticos:

| Valoración total | Aprobación |
|----------------------------|------------|
| Total mayor que 12 | Si |
| Total menor o igual que 12 | No |

Tabla 10 Tabla de equivalencia.

Conociendo las puntuaciones por cada consideración se procede a evaluar cada recurso o atractivo turístico de la siguiente manera:

| Nº | Recurso o atractivo turístico | Nivel Seguridad | Nivel Organización | Facilidad de Alianza | Rural/Urbano | Total | Aprobado |
|----|-------------------------------|-----------------|--------------------|----------------------|--------------|-------|----------|
| 1 | Centro Histórico de Suchitoto | 5 | 3 | 5 | 1 | 14 | SI |
| 2 | Cascada los Tercios | 1 | 1 | 1 | 5 | 8 | NO |
| 3 | Hacienda Colima | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | SI |
| 4 | Posada de Suchitlán | 5 | 5 | 5 | 1 | 16 | SI |
| 5 | Centro Arte para la Paz | 5 | 5 | 3 | 1 | 14 | SI |
| 6 | Ciudad Vieja | 5 | 3 | 3 | 5 | 16 | SI |
| 7 | Hacienda la Bermuda | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | SI |
| 8 | Cihuatán | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | SI |
| 9 | Aguacayo | 5 | 1 | 5 | 5 | 16 | SI |
| 10 | Hacienda los Nacimientos | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | SI |
| 11 | Cinquera | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | SI |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|----|
| 12 | Turicentro Puerto San Juan | 5 | 5 | 3 | 1 | 14 | SI |
| 13 | La casa de los recuerdos de Alejandro Cotto | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 14 | Museo la moneda | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 15 | Museo Comunitario la memoria vive | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 16 | Casa de la abuela | 5 | 5 | 3 | 1 | 14 | SI |
| 17 | Restaurante el Harlequin | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 18 | Guazapa café | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 19 | Teatro las Ruinas | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 20 | El Salto los limones | 1 | 3 | 1 | 5 | 10 | NO |
| 21 | Festiva del Cerro Guazapa. | 5 | 3 | 5 | 3 | 16 | SI |
| 22 | Parque central de Suchitoto | 5 | 1 | 3 | 1 | 10 | NO |
| 23 | Hotel y Restaurante El Tejado | 5 | 5 | 3 | 1 | 14 | SI |
| 24 | Museo de los 1000 platos | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 25 | Galería de arte Chanay | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 26 | Tienda de artesanías Suchitec | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 27 | Casa del escultor | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 28 | El Mangal | 3 | 5 | 1 | 1 | 10 | NO |
| 29 | Rancho el Dorado | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 30 | Casa Antigua 1856. | 5 | 3 | 1 | 1 | 10 | NO |
| 31 | Galería de Pascal | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 32 | Hostal y restaurante el Gringo | 3 | 5 | 1 | 1 | 10 | NO |
| 33 | Festival permanente de arte y cultura. | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 | SI |
| 34 | Semana Santa sacando a Jesús de Nazaret. | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 | SI |
| 35 | Día de la Cruz. | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 | SI |
| 36 | Fiesta del aniversario de Suchitoto. | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 | SI |
| 37 | Festival del maíz. | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 | SI |
| 38 | Desfile tradicional del INSU. | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 | SI |
| 39 | Fiestas Patrias. | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 | SI |
| 40 | Feriado del Añil. | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 | SI |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|----|
| 41 | Fiestas patronales en honor a la Virgen de Santa Lucia. | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 | SI |
| 42 | Cooperativa Guazapa Tours de R.L. | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | SI |
| 43 | Centro recreativo las américas | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | SI |
| 44 | Hotel las puertas | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 45 | Casa 1800 | 5 | 5 | 3 | 1 | 14 | SI |
| 46 | Hotel y Restaurante Los Almendros | 5 | 5 | 3 | 1 | 14 | SI |
| 47 | San Antonio | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | SI |
| 48 | Sitio Cenícero | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | SI |
| 49 | Palo Grande | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | SI |
| 50 | Comunidad La mora | 3 | 1 | 1 | 5 | 10 | NO |
| 51 | Rio agua tibia | 5 | 3 | 3 | 5 | 16 | SI |
| 52 | Haciendita 1 y 2 | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 53 | Hotel Alta Vista | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 54 | Hotel La Barranca | 5 | 5 | 5 | 1 | 16 | SI |
| 55 | Hotel Vista al Lago | 5 | 5 | 1 | 1 | 12 | NO |
| 56 | Mercado de Suchitoto | 5 | 3 | 1 | 1 | 10 | NO |
| 57 | Agua Caliente (Rio Quezalapa) | 3 | 3 | 1 | 5 | 12 | NO |
| 58 | Copapayo | 1 | 3 | 1 | 5 | 10 | NO |
| 59 | Hotel Blanca Luna | 5 | 5 | 3 | 1 | 14 | SI |
| 60 | Hostal Los Sánchez | 5 | 5 | 3 | 1 | 14 | SI |
| 61 | Academia de lenguaje Pájaro flor | 5 | 5 | 5 | 1 | 16 | SI |

Tabla 11. Evaluación de recursos y atractivos turísticos.

En base a la tabla anterior se determina que 35 lugares del listado inicial de 61, serán los que conformarán el inventario turístico de Suchitoto. A continuación se presenta el listado depurado ya evaluado tomando en cuenta las consideraciones mencionadas:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. Hacienda Colima | 2. Hotel La Barranca |
| 3. Ciudad Vieja | 4. Hotel Blanca luna |
| 5. Hacienda Bermuda | 6. Hostal los Sánchez |
| 7. Aguacayo | 8. Casa de la Abuela |
| 9. Hacienda los Nacimientos | 10. Rio Agua tibia |
| 11. Cinquera | 12. Palo Grande |
| 13. Turicentro Puerto San Juan | 14. Sitio Cenícero |
| 15. Hotel el Tejado | 16. Comunidad San Antonio |
| 17. Centro Recreativo las Américas | 18. Semana Santa sacando a Jesús de Nazaret. |
| 19. Cooperativa Guazapa Tours de R.L | 20. Día de la |

| | | |
|--|---|--------------|
| 21. Centro Histórico de Suchitoto | 22. Cruz. | Fiesta del |
| 23. Casa de 1800 | 24. aniversario de Suchitoto. | Festival del |
| 25. Academia de lenguaje Pájaro flor | 26. maíz. | Desfile |
| 27. Posada de Suchitlán | 28. tradicional del INSU. | Fiestas |
| 29. Hotel y Restaurante Los Almendros | 30. Patrias. | Feriado del |
| 31. Centro arte para la Paz | 32. Añil. | Fiestas |
| 33. Festival permanente de arte y cultura. | 34. patronales en honor a la Virgen de Santa Lucia. | Festival del |
| | 35. Cerro Guazapa. | Cihuatán. |

Tomando en cuenta el listado depurado de atractivos o recursos turísticos se lleva a cabo el trabajo de campo, que consiste con visitas a los lugares turísticos potenciales en donde se realiza una pequeña entrevista con el encargado del atractivo o recurso turístico y se procede al llenado de la ficha²⁰.

En el siguiente apartado se muestra como se desarrolló el instrumento en los diferentes recursos o atractivos turísticos:

²⁰ Ver ANEXO A.

1) CASA 1800

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 1

FECHA: 06/04/2017



Ilustración 6 Casa 1800.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Casa 1800

UBICACIÓN(*): Av. 15 de Septiembre #61 Barrio de Concepción, Suchitoto

CATEGORÍA(*): Manifestaciones culturales

TIPO(*): Espacios Urbanos

SUB TIPO(*): Hoteles y Restaurantes

DESCRIPCIÓN (*): Casa 1800 Suchitoto es un hotel establecido en una casa antigua del encantador pueblo colonial de Suchitoto. Es una propiedad declarada Patrimonio Cultural Nacional.

PARTICULARIDADES (*): Permiten la estadía de mascotas y se pueden celebrar bodas de mascotas.

ESTADO ACTUAL: El estado actual del recurso es muy bueno ya que la apertura fue hace muy poco tiempo.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Combi | <input type="checkbox"/> Barco |
| <input type="checkbox"/> Ferrocarril | <input type="checkbox"/> Bote |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mini-Bus Público | <input type="checkbox"/> Deslizador |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mini-Bus Turístico | <input type="checkbox"/> Yate |
| <input checked="" type="checkbox"/> Moto Taxi | <input type="checkbox"/> Lancha |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Canoa |
| | <input type="checkbox"/> Otro _____ |

TIPO DE INGRESO:

- Libre
 Previa presentación de boleto o ticket
 Semi-restringido (previo permiso)
 Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
 Esporádicamente- algunos meses _____
 Fines de Semana _____
 Feriados _____

Horario de visita: Lun-Vie: 9:00 - 19:00 y Sáb-Dom: 8:00 – 19:00

Tarifas: Cafetería: \$3- \$15, Alojamiento: \$39

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| DENTRO DEL RECURSO: | FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Agua | <input checked="" type="checkbox"/> Agua |
| <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe | <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Luz | <input checked="" type="checkbox"/> Luz |
| <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono | <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono |
| <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado | <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado |
| <input checked="" type="checkbox"/> Señalización | <input checked="" type="checkbox"/> Señalización |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Otro _____ |

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|-----------------------------------|
| NATURALEZA: | DEPORTES ACUATICOS: |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves | <input type="checkbox"/> Buceo |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Fauna | <input type="checkbox"/> Canotaje |

Observación de Flora

Esquí Acuático

DEPORTES/ AVENTRURA:

Ala Delta

Kayak

Caminata

Motonáutica

Caza

Natación

Ciclismo

Pesca Deportiva

Camping

Remo

Escalada en Roca

Tabla Hawaiana

Motocross

Vela/ windsurf

Parapente

FOLCLORE:

Puenting

Actividades Religiosas y/o Patronales

Sandboard

Ferias

Degustación de platos típicos

Rituales Místicos

PASEOS:

Cruceros

OTROS:

Paseos en bote

Actividades Culturales

Paseos en Caballitos de Totora

Actividades Sociales

Paseos en Caballo

Compras de Artesanías

Paseos en Carruaje

Estudios e Investigación

Paseos en Lancha o Canoa

Realización de Eventos

Paseos en Yate

Toma de Fotografía y Filmaciones

Excursiones

Otros _____

Sobrevuelo en aeronave

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

Hoteles

Apart-Hoteles

Hostales

Albergues

Casas de hospedajes

Eco-lodges

Otro _____

Resort

ALIMENTACIÓN:

Restaurante

Bares

Cafetería

Snacks

Fuentes de sodas

Venta de comida rápida

Kioskos

Otro _____

OTROS SERVICIOS:

Agencias de Viajes

Servicios de guiados

Alquiler de Caballos

Servicios de Correos

Alquiler de Pedalones

Servicios de Estacionamiento

Alquiler de Bicicletas

Servicios de Fax

Alquiler de Botes

Servicios de Internet

Alquiler de Carruaje

Servicios de salvavidas

Alquiler de Equipo de Aventura

Servicio de Taxis

Bancos- Cajeros

Enfermería

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Casa de Cambio | <input type="checkbox"/> Venta de Artesanía |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación | <input type="checkbox"/> Venta de Material de Información |
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Fotografías |
| <input type="checkbox"/> Museo de Sitio | <input type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input checked="" type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: Para celebrar bodas, bautismo y 15 años.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Salvadorean Tours

ADMINISTRADO POR: Salvadorean Tours

CAPACIDAD INSTALADA: Cafetería tiene capacidad de 250 personas y en hospedaje: 9 personas

FLUJO DE TURISTAS: No lo conocen ya que la apertura fue hace pocas semanas.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: Cafetería de 4 horas y en hospedaje de 3 a 4 días.

2) HOTEL Y RESTAURANTE LOS ALMENDROS

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 2
06/04/2017

FECHA:



Ilustración 7 Hotel y Restaurante Los Almendros.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Hotel y Restaurante Los Almendros

UBICACIÓN (*): 4ª calle poniente, #2-B, Suchitoto, Cuscatlán, El Salvador.

CATEGORÍA(*): Manifestaciones Culturales

TIPO(*): Arquitectura y Espacios Urbanos

SUB TIPO(*): Hoteles y Restaurantes

DESCRIPCIÓN (*): El Hotel y Restaurante se ubica en el centro Histórico de la ciudad colonial, en una casa antigua de más de 200 años de edad, clasificada hoy como edificio relevante con valor cultural. Su minuciosa restauración, realizada en 2004-05, le ganó un reconocimiento oficial de parte del Ministerio de Cultura por la obra de valorización del Patrimonio Nacional.

PARTICULARIDADES (*): El hotel y restaurante es reconocido por su encanto colonial y su elegancia.

ESTADO ACTUAL: Es excelente ya que cuenta con sus patios llenos de plantas, la frescura de sus fuentes de agua, sus corredores delimitados por las columnas de madera, una exclusiva decoración que mezcla antigüedades y arte moderno.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

AEREO:

Avión

Avioneta

- Automóvil Particular
- Bus Público
- Bus Turístico
- Camioneta de doble tracción
- Combi
- Ferrocarril
- Mini-Bus Público
- Mini-Bus Turístico
- Moto Taxi
- Otro _____

- Helicóptero
- Otro _____

MARITIMO:

- Barco
- Bote
- Deslizador
- Yate
- Lancha
- Canoa
- Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- Libre
- Previa presentación de boleto o ticket
- Semi-restringido (previo permiso)
- Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
- Esporádicamente- algunos meses _____
- Fines de Semana _____
- Feriados _____

Horario de visita: Lun-Dom: Siempre abierto.

Tarifas: Restaurante: \$15-\$40, Alojamiento: \$100- \$180.

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- Observación de Aves

DEPORTES ACUATICOS:

- Buceo

- Observación de Fauna
 Observación de Flora

DEPORTES/ AVENTURA:

- Ala Delta
 Caminata
 Caza
 Ciclismo
 Camping
 Escalada en Roca
 Motocross
 Parapente
 Puenting
 Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
 Paseos en bote
 Paseos en Caballitos de Totora
 Paseos en Caballo
 Paseos en Carruaje
 Paseos en Lancha o Canoa
 Paseos en Yate
 Excursiones
 Sobrevuelo en aeronave

- Canotaje
 Esquí Acuático
 Kayak
 Motonáutica
 Natación
 Pesca Deportiva
 Remo
 Tabla Hawaiana
 Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
 Ferias
 Degustación de platos típicos
 Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
 Actividades Sociales
 Compras de Artesanías
 Estudios e Investigación
 Realización de Eventos
 Toma de Fotografía y Filmaciones
 Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
 Albergues
 Otro _____
- Apart-Hoteles
 Casas de hospedajes
 Resort
- Hostales
 Eco-lodges

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
 Snacks
 Kioskos
- Bares
 Fuentes de sodas
 Otro _____
- Cafetería
 Venta de comida rápida

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
 Alquiler de Caballos
 Alquiler de Pedalones
 Alquiler de Bicicletas
 Alquiler de Botes
 Alquiler de Carruaje
 Alquiler de Equipo de Aventura
 Bancos- Cajeros
- Servicios de guiados
 Servicios de Correos
 Servicios de Estacionamiento
 Servicios de Fax
 Servicios de Internet
 Servicios de salvavidas
 Servicio de Taxis
 Enfermería

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Casa de Cambio | <input type="checkbox"/> Venta de Artesanía |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación | <input type="checkbox"/> Venta de Material de Información |
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input type="checkbox"/> Venta de Fotografías |
| <input type="checkbox"/> Museo de Sitio | <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input checked="" type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: Eventos Sociales y Seminarios.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Joaquín Rodezno Munguía

ADMINISTRADO POR: Francisco Eduardo Guevara Flores

CAPACIDAD INSTALADA: Hotel: 12 habitaciones, Restaurante: 100 personas.

FLUJO DE TURISTAS: 60 personas semanal.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: Hotel: 1 a 2 días, Restaurante: 3 horas.

3) ACADEMIA DE LENGUAJE PAJARO FLOR

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 3

FECHA: 06/04/2017



Ilustración 8 Academia de lenguaje Pájaro flor.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Hotel y Restaurante Los Almendros

UBICACIÓN (*): 4ª calle poniente, #22, Suchitoto, Barrio San José, Cuscatlán, El Salvador.

CATEGORÍA(*): Manifestaciones Culturales

TIPO(*): Arquitectura y Espacios Urbanos

SUB TIPO (*): Edificaciones.

DESCRIPCIÓN (*): Ofrecen clases individuales de español a grupos pequeños, especialmente diseñadas para cada estudiante o grupo. Los estudiantes pueden solicitar un enfoque en la gramática o conversación.

PARTICULARIDADES (*): Los maestros que imparten las clases de español, no hablan el idioma del estudiante.

ESTADO ACTUAL: La academia su infraestructura se encuentra deteriorada.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

(X) Extranjero () Nacional () Regional () Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

- (X) A caballo
- (X) A pie
- (X) Automóvil Particular
- (X) Bus Público
- (X) Bus Turístico
- () Camioneta de doble tracción

AEREO:

- () Avión
- () Avioneta
- () Helicóptero
- () Otro _____

MARITIMO:

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Combi | <input type="checkbox"/> Barco |
| <input type="checkbox"/> Ferrocarril | <input type="checkbox"/> Bote |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mini-Bus Público | <input type="checkbox"/> Deslizador |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mini-Bus Turístico | <input type="checkbox"/> Yate |
| <input checked="" type="checkbox"/> Moto Taxi | <input type="checkbox"/> Lancha |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Canoa |
| | <input type="checkbox"/> Otro _____ |

TIPO DE INGRESO:

- Libre
 Previa presentación de boleto o ticket
 Semi-restringido (previo permiso)
 Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
 Esporádicamente- algunos meses _____
 Fines de Semana _____
 Feriados _____

Horario de visita: Lun- Vie: 08:00 – 18:00 , Sab: 08:00 – 12:00

Tarifas: Clases: \$160, Estadía en el lugar:\$1

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| DENTRO DEL RECURSO: | FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Agua | <input checked="" type="checkbox"/> Agua |
| <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe | <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Luz | <input checked="" type="checkbox"/> Luz |
| <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono | <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono |
| <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado | <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado |
| <input checked="" type="checkbox"/> Señalización | <input checked="" type="checkbox"/> Señalización |
| <input type="checkbox"/> Otro | <input type="checkbox"/> Otro |

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| NATURALEZA: | DEPORTES ACUATICOS: |
| <input type="checkbox"/> Observación de Aves | <input type="checkbox"/> Buceo |
| <input type="checkbox"/> Observación de Fauna | <input type="checkbox"/> Canotaje |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora | <input type="checkbox"/> Esquí Acuático |

DEPORTES/ AVENTRURA:

- Ala Delta
- Caminata
- Caza
- Ciclismo
- Camping
- Escalada en Roca
- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Totora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

- Kayak
- Motonáutica
- Natación
- Pesca Deportiva
- Remo
- Tabla Hawaiana
- Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Servicios de guiados
- Alquiler de Caballos
- Servicios de Correos
- Alquiler de Pedalones
- Servicios de Estacionamiento
- Alquiler de Bicicletas
- Servicios de Fax
- Alquiler de Botes
- Servicios de Internet
- Alquiler de Carruaje
- Servicios de salvavidas
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Servicio de Taxis
- Bancos- Cajeros
- Enfermería
- Casa de Cambio
- Venta de Artesanía
- Centro de interpretación
- Venta de Material de Información

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input type="checkbox"/> Venta de Fotografías |
| <input type="checkbox"/> Museo de Sitio | <input type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro_____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|--------------------------------------|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input checked="" type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input checked="" type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: Centro de uso múltiples: Reuniones de la alcaldía, bodas, quince años.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Nelson Melgar

ADMINISTRADO POR: Nelson Melgar y Marta Cortez

CAPACIDAD INSTALADA: Academia: 30 estudiantes, Centro de uso múltiples: 200 personas.

FLUJO DE TURISTAS: 10 a 12 personas al mes, 120 a150 personas al año.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: Academia: 1 semana, Centro de uso múltiples: 1 a 4 personas.

4) LA POSADA DE SUCHITLÁN

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 4

FECHA: 06/04/2017



Ilustración 9 La Posada de Suchitlán

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): La Posada de Suchitlán.

UBICACIÓN (*): Final 4a. Calle Poniente, Bo.San José, Suchitoto. Cuscatlán, El Salvador

CATEGORÍA(*): Manifestaciones Culturales

TIPO(*): Arquitectura y Espacios Urbanos

SUB TIPO(*): Hoteles y Restaurantes

DESCRIPCIÓN (*): Es el primer hotel construido en Suchitoto, la estructura de este emblemático lugar ha respetado la arquitectura de la época colonial, de tal forma que pareciera que el tiempo se ha detenido pero sin prescindir de todas las comodidades de la vida moderna.

PARTICULARIDADES (*): La vestimenta de los trabajadores es de la época colonial.

ESTADO ACTUAL: Muy bueno, toda su infraestructura sigue intacta y sus áreas de descanso igual.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Combi | <input type="checkbox"/> Barco |
| <input type="checkbox"/> Ferrocarril | <input type="checkbox"/> Bote |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mini-Bus Público | <input type="checkbox"/> Deslizador |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mini-Bus Turístico | <input type="checkbox"/> Yate |
| <input checked="" type="checkbox"/> Moto Taxi | <input type="checkbox"/> Lancha |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Canoa |
| | <input type="checkbox"/> Otro _____ |

TIPO DE INGRESO:

- Libre
 Previa presentación de boleto o ticket
 Semi-restringido (previo permiso)
 Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
 Esporádicamente- algunos meses _____
 Fines de Semana _____
 Feriados _____

Horario de visita: Lun-Dom: 8:00 – 18:00.

Tarifas: Restaurante: \$9 - \$21, Alojamiento: \$100- \$130.

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| DENTRO DEL RECURSO: | FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Agua | <input checked="" type="checkbox"/> Agua |
| <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe | <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Luz | <input checked="" type="checkbox"/> Luz |
| <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono | <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono |
| <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado | <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado |
| <input checked="" type="checkbox"/> Señalización | <input checked="" type="checkbox"/> Señalización |
| <input type="checkbox"/> Otro | <input type="checkbox"/> Otro |

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| NATURALEZA: | DEPORTES ACUATICOS: |
| <input type="checkbox"/> Observación de Aves | <input type="checkbox"/> Buceo |
| <input type="checkbox"/> Observación de Fauna | <input type="checkbox"/> Canotaje |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora | <input type="checkbox"/> Esquí Acuático |
| | <input type="checkbox"/> Kayak |
| DEPORTES/ AVENTURA: | <input type="checkbox"/> Motonáutica |

- Ala Delta
- Caminata
- Caza
- Ciclismo
- Camping
- Escalada en Roca
- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Totora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

- Natación
- Pesca Deportiva
- Remo
- Tabla Hawaiana
- Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Servicios de guiados
- Alquiler de Caballos
- Servicios de Correos
- Alquiler de Pedalones
- Servicios de Estacionamiento
- Alquiler de Bicicletas
- Servicios de Fax
- Alquiler de Botes
- Servicios de Internet
- Alquiler de Carruaje
- Servicios de salvavidas
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Servicio de Taxis
- Bancos- Cajeros
- Enfermería
- Casa de Cambio
- Venta de Artesanía
- Centro de interpretación
- Venta de Material de Información
- Facilidades para discapacitados
- Venta de Fotografías
- Museo de Sitio
- Servicio de Piscina
- Oficina de Información
- Seguridad/ POLITUR
- Servicios Higiénicos

**LUGARES
ESPARCIMIENTO:**

DE

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input checked="" type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: Eventos Sociales.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Inversora Dacar SA de SV

ADMINISTRADO POR: Silvia Guillen de Artiga

CAPACIDAD INSTALADA: Hotel: 12 habitaciones (23 personas), Restaurante: 300 personas.

FLUJO DE TURISTAS: Hotel: 20 personas a la semana, Restaurante: 125 personas a la semana.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: Hotel: 1 a 2 días, Restaurante: 2 horas y media.

5) CASA DE LA ABUELA

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 5

FECHA: 06/04/2017



Ilustración 10 Casa de la Abuela.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Casa de la Abuela.

UBICACIÓN (*): 1ª Avenida Norte y 2ª Calle Oriente, Suchitoto.

CATEGORÍA(*): Manifestaciones Culturales

TIPO(*): Arquitectura y Espacios Urbanos

SUB TIPO(*): Hoteles y Restaurantes

DESCRIPCIÓN (*): Casa de la Abuela es un Petit Hotel - Bed & Breakfast en un inmueble de estilo Colonial, con alrededor de 200 años de edificación, el hotel está rodeado de la extraordinaria belleza de la Parroquia Santa Lucía y de la Plaza Centenaria (Plaza Central) en el corazón de la ciudad de Suchitoto.

PARTICULARIDADES (*): Es un pequeño hotel que quieren brindar la idea de la calidad de la casa de una abuela.

ESTADO ACTUAL: Excelente, ya que mantienen innovando su infraestructura.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Combi | <input type="checkbox"/> Barco |
| <input type="checkbox"/> Ferrocarril | <input type="checkbox"/> Bote |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mini-Bus Público | <input type="checkbox"/> Deslizador |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mini-Bus Turístico | <input type="checkbox"/> Yate |
| <input checked="" type="checkbox"/> Moto Taxi | <input type="checkbox"/> Lancha |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Canoa |
| | <input type="checkbox"/> Otro _____ |

TIPO DE INGRESO:

- Libre
 Previa presentación de boleto o ticket
 Semi-restringido (previo permiso)
 Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
 Esporádicamente- algunos meses _____
 Fines de Semana _____
 Feriados _____

Horario de visita: Lun-Dom: 8:00 – 19:00.

Tarifas: Cafetería: \$3 - \$15, Alojamiento: \$21.60- \$50.

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| DENTRO DEL RECURSO: | FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Agua | <input checked="" type="checkbox"/> Agua |
| <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe | <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Luz | <input checked="" type="checkbox"/> Luz |
| <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono | <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono |
| <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado | <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado |
| <input type="checkbox"/> Señalización | <input type="checkbox"/> Señalización |
| <input type="checkbox"/> Otro | <input type="checkbox"/> Otro |

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|---|---|
| NATURALEZA: | DEPORTES ACUATICOS: |
| <input type="checkbox"/> Observación de Aves | <input type="checkbox"/> Buceo |
| <input type="checkbox"/> Observación de Fauna | <input type="checkbox"/> Canotaje |
| <input type="checkbox"/> Observación de Flora | <input type="checkbox"/> Esquí Acuático |
| | <input type="checkbox"/> Kayak |
| DEPORTES/ AVENTURA: | <input type="checkbox"/> Motonáutica |

- Ala Delta
- Caminata
- Caza
- Ciclismo
- Camping
- Escalada en Roca
- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Totora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

- Natación
- Pesca Deportiva
- Remo
- Tabla Hawaiana
- Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Alquiler de Caballos
- Alquiler de Pedalones
- Alquiler de Bicicletas
- Alquiler de Botes
- Alquiler de Carruaje
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Bancos- Cajeros
- Casa de Cambio
- Centro de interpretación
- Facilidades para discapacitados
- Museo de Sitio
- Servicios de guiados
- Servicios de Correos
- Servicios de Estacionamiento
- Servicios de Fax
- Servicios de Internet
- Servicios de salvavidas
- Servicio de Taxis
- Enfermería
- Venta de Artesanía
- Venta de Material de Información
- Venta de Fotografías
- Servicio de Piscina

- Oficina de Información
- Seguridad/ POLITUR
- Servicios Higiénicos

**LUGARES
ESPARCIMIENTO:**

DE

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input checked="" type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: No se utiliza para otros fines.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: José René Melara Vaquero

ADMINISTRADO POR: José René Melara Vaquero

CAPACIDAD INSTALADA: Petit Hotel: 3 habitaciones (12 personas), Cafetería: 50 personas.

FLUJO DE TURISTAS: Hotel: 12 personas a la semana, Cafetería: 120 personas a la semana.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: Hotel: 1 a 3 días, Cafetería: 1 hora y media.

6) EL TEJADO

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 6

FECHA: 06/04/2017



Ilustración 11 El Tejado.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): El Tejado.

UBICACIÓN (*): 3a Av. Norte, No. 58 Barrio Concepción Suchitoto, Cuscatlán, El Salvador.

CATEGORÍA(*): Manifestaciones Culturales

TIPO(*): Arquitectura y Espacios Urbanos

SUB TIPO(*): Hoteles y Restaurantes

DESCRIPCIÓN (*): Hotel El Tejado ofrece una estadía en un cálido ambiente al estilo de pueblo. Cuenta con amplias habitaciones, con vista panorámica hacia el lago Suchitlán.

PARTICULARIDADES (*): tiene una hermosa vista del lago Suchitlán.

ESTADO ACTUAL: su infraestructura se encuentra en un excelente estado.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

Combi

Ferrocarril

Mini-Bus Público

Mini-Bus Turístico

Moto Taxi

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

Barco

Bote

Deslizador

Yate

Lancha

Otro _____

Canoa

Otro _____

TIPO DE INGRESO:

Libre

Previa presentación de boleto o ticket

Semi-restringido (previo permiso)

Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

Todo el año

Esporádicamente- algunos meses _____

Fines de Semana _____

Feriados _____

Horario de visita: Lun - Vie: 10:00 – 17:00, Sab: 09:00 – 20:00 y Dom: 09:00 – 17:00

Tarifas: Restaurante: \$6 - \$40, Alojamiento: \$60- \$75.

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

Agua

Desagüe

Luz

Teléfono

Alcantarillado

Señalización

Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

Agua

Desagüe

Luz

Teléfono

Alcantarillado

Señalización

Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

Observación de Aves

Observación de Fauna

Observación de Flora

DEPORTES ACUATICOS:

Buceo

Canotaje

Esquí Acuático

Kayak

Motonáutica

Natación

Pesca Deportiva

Remo

Tabla Hawaiana

Vela/ windsurf

DEPORTES/ AVENTRURA:

Ala Delta

Caminata

Caza

Ciclismo

Camping

Escalada en Roca

Motocross

FOLCLORE:

- Parapente
- Puenting
- Sandboard

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Titora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Servicios de guiados
- Alquiler de Caballos
- Servicios de Correos
- Alquiler de Pedalones
- Servicios de Estacionamiento
- Alquiler de Bicicletas
- Servicios de Fax
- Alquiler de Botes
- Servicios de Internet
- Alquiler de Carruaje
- Servicios de salvavidas
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Servicio de Taxis
- Bancos- Cajeros
- Enfermería
- Casa de Cambio
- Venta de Artesanía
- Centro de interpretación
- Venta de Material de Información
- Facilidades para discapacitados
- Venta de Fotografías
- Museo de Sitio
- Servicio de Piscina
- Oficina de Información
- Seguridad/ POLITUR
- Servicios Higiénicos

LUGARES

DE

ESPARCIMIENTO:

- Discotecas
- Casino
- Juegos infantiles
- Peñas
- Night club
- Otro _____
- Cine o teatro
- Maquina de monedas

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: Usos múltiples.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Luis Romero

ADMINISTRADO POR: Sonia Alas

CAPACIDAD INSTALADA: Hotel: 12 habitaciones (24 personas), Restaurante: 200 personas.

FLUJO DE TURISTAS: Hotel: 8 personas a la semana, Restaurante: 60 personas a la semana.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: Hotel: 1 a 2 días, Restaurante: 1 hora y media.

7) PUERTO SAN JUAN

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 7

FECHA: 11/04/2017

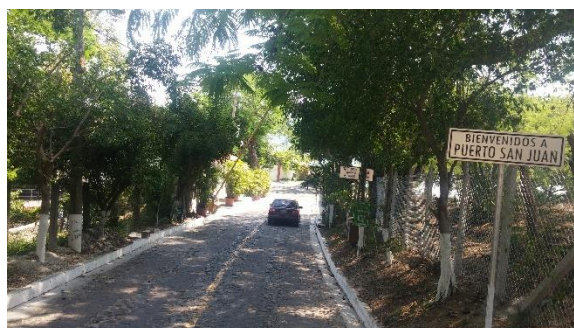


Ilustración 12 Puerto San Juan.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Puerto San Juan.

UBICACIÓN (*): Lago Suchitlán, Suchitoto, Cuscatlán, El Salvador

CATEGORÍA(*): Manifestaciones Culturales

TIPO(*): Arquitectura y Espacios Urbanos

SUB TIPO (*): Puertos, Embarcaderos y muelles.

DESCRIPCIÓN (*): Puerto San Juan es el foco turístico de Suchitoto es un lugar atractivo y diferente, ideal para descansar y disfrutar con la familia.

PARTICULARIDADES (*): Posee un ferri.

ESTADO ACTUAL: Muy bueno ya que hace poco tiempo ha sido renovado.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

Combi

Ferrocarril

Mini-Bus Público

Mini-Bus Turístico

Moto Taxi

Otro _____

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

Barco

Bote

Deslizador

Yate

Lancha

Canoa

Otro: Ferri

TIPO DE INGRESO:

- Libre
 Previa presentación de boleto o ticket
 Semi-restringido (previo permiso)
 Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
 Esporádicamente- algunos meses _____
 Fines de Semana _____
 Feriados _____

Horario de visita: Lun – Dom: 08:00 – 19:00

Tarifas: \$1 por persona sin derecho a piscinas y \$3 con derecho a piscinas.

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)**DENTRO DEL RECURSO:**

- Agua
 Desagüe
 Luz
 Teléfono
 Alcantarillado
 Señalización
 Otro _____

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- Agua
 Desagüe
 Luz
 Teléfono
 Alcantarillado
 Señalización
 Otro _____

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- Observación de Aves
 Observación de Fauna
 Observación de Flora

DEPORTES/ AVENTURA:

- Ala Delta
 Caminata
 Caza
 Ciclismo
 Camping
 Escalada en Roca
 Motocross

DEPORTES ACUATICOS:

- Buceo
 Canotaje
 Esquí Acuático
 Kayak
 Motonáutica
 Natación
 Pesca Deportiva
 Remo
 Tabla Hawaiana
 Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- | | |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Parapente | <input type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales |
| <input type="checkbox"/> Puenting | <input type="checkbox"/> Ferias |
| <input type="checkbox"/> Sandboard | <input type="checkbox"/> Degustación de platos típicos |
| | <input type="checkbox"/> Rituales Místicos |

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Titora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|-------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante | <input checked="" type="checkbox"/> Bares | <input checked="" type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

OTROS SERVICIOS:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Agencias de Viajes | <input type="checkbox"/> Servicios de guiados |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Caballos | <input type="checkbox"/> Servicios de Correos |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Pedalones | <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Estacionamiento |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Bicicletas | <input type="checkbox"/> Servicios de Fax |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Botes | <input type="checkbox"/> Servicios de Internet |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Carruaje | <input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Equipo de Aventura | <input type="checkbox"/> Servicio de Taxis |
| <input type="checkbox"/> Bancos- Cajeros | <input type="checkbox"/> Enfermería |
| <input type="checkbox"/> Casa de Cambio | <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación | <input type="checkbox"/> Venta de Material de Información |
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input type="checkbox"/> Venta de Fotografías |
| <input type="checkbox"/> Museo de Sitio | <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES

DE

ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input checked="" type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: Eventos Sociales.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Alcaldía Municipal de Suchitoto.

ADMINISTRADO POR: Helio León.

CAPACIDAD INSTALADA: 8 restaurantes, 8 mesas por restaurante, 256 personas.

FLUJO DE TURISTAS: 180 personas semanales.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: 4 horas.

8) HOSTAL LOS SÁNCHEZ

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 8

FECHA: 11/04/2017



Ilustración 13 Hostal Los Sánchez.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Hostal Los Sánchez.

UBICACIÓN (*): 4ta calle poniente, Barrio Santa Lucia, Pasaje el cerrito, Suchitoto

CATEGORÍA(*): Manifestaciones Culturales

TIPO(*): Arquitectura y Espacios Urbanos

SUB TIPO (*): Hostales.

DESCRIPCIÓN (*): Es un pequeño hostel, pero muy acogedor, autentico y honesto que se encuentra muy cerca del centro de Suchitoto.

PARTICULARIDADES (*): el acogedor ambiente que es brindado por los anfitriones.

ESTADO ACTUAL: su infraestructura se encuentra en un excelente estado ya que siguen remodelando para prestar un mejor servicio.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

Combi

Ferrocarril

Mini-Bus Público

Mini-Bus Turístico

Moto Taxi

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

Barco

Bote

Deslizador

Yate

Lancha

Otro _____

Canoa

Otro _____

TIPO DE INGRESO:

Libre

Previa presentación de boleto o ticket

Semi-restringido (previo permiso)

Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

Todo el año

Esporádicamente- algunos meses _____

Fines de Semana _____

Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 10:00 – 17:00

Tarifas: Alojamiento: \$15.

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

Agua

Desagüe

Luz

Teléfono

Alcantarillado

Señalización

Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

Agua

Desagüe

Luz

Teléfono

Alcantarillado

Señalización

Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

Observación de Aves

Observación de Fauna

Observación de Flora

DEPORTES ACUATICOS:

Buceo

Canotaje

Esquí Acuático

Kayak

Motonáutica

Natación

Pesca Deportiva

Remo

Tabla Hawaiana

Vela/ windsurf

DEPORTES/ AVENTRURA:

Ala Delta

Caminata

Caza

Ciclismo

Camping

- Escalada en Roca
- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Titora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Servicios de guiados
- Alquiler de Caballos
- Servicios de Correos
- Alquiler de Pedalones
- Servicios de Estacionamiento
- Alquiler de Bicicletas
- Servicios de Fax
- Alquiler de Botes
- Servicios de Internet
- Alquiler de Carruaje
- Servicios de salvavidas
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Servicio de Taxis
- Bancos- Cajeros
- Enfermería
- Casa de Cambio
- Venta de Artesanía
- Centro de interpretación
- Venta de Material de Información
- Facilidades para discapacitados
- Venta de Fotografías
- Museo de Sitio
- Servicio de Piscina
- Oficina de Información
- Seguridad/ POLITUR
- Servicios Higiénicos

LUGARES

DE

ESPARCIMIENTO:

- Discotecas
- Casino
- Juegos infantiles
- Peñas
- Night club
- Otro _____

Cine o teatro

Maquina de monedas

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

Hoteles

Apart-Hoteles

Hostales

Albergues

Casas de hospedajes

Eco-lodges

Otro: _____

Resort

ALIMENTACIÓN:

Restaurante

Bares

Cafetería

Snacks

Fuentes de sodas

Venta de comida rápida

Kioskos

Otro _____

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:
exclusivamente como Hostal.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Manuel Armando Sánchez

ADMINISTRADO POR: Manuel Armando Sánchez

CAPACIDAD INSTALADA: 5 habitaciones, 5 camas.

FLUJO DE TURISTAS: 3 personas semanales.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: de 1 a 2 noches.

9) CENTRO ARTE PARA LA PAZ.

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 9

FECHA: 11/04/2017



Ilustración 14 Centro Arte para de la Paz.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Centro Arte para la Paz.

UBICACIÓN (*): 2ª Calle Poniente #5, Barrio San José, Suchitoto El Salvador.

CATEGORÍA(*): Manifestaciones Culturales

TIPO(*): Museo y Pinacoteca

SUB TIPO (*): Museo

DESCRIPCIÓN (*): Centro arte para la paz es un lugar muy acogedor para tipo de turistas nacionales e internacionales ofreciendo diferentes tipos de talleres para niños y jóvenes.

PARTICULARIDADES (*): cuenta con un museo café y una capilla.

ESTADO ACTUAL: es excelente ya que se renuevan periódicamente.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

Combi

Ferrocarril

Mini-Bus Público

Mini-Bus Turístico

Moto Taxi

Otro _____

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

Barco

Bote

Deslizador

Yate

Lancha

Canoa

() Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- () Libre
- (X) Previa presentación de boleto o ticket
- () Semi-restringido (previo permiso)
- () Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- (X) Todo el año
- () Esporádicamente- algunos meses _____
- () Fines de Semana _____
- () Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 08:00 – 16:00

Tarifas: Museo: \$1, Cafetería: \$1 a \$10, habitaciones: \$50 -\$80

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

- (X) Agua
- (X) Desagüe
- (X) Luz
- (X) Teléfono
- (X) Alcantarillado
- (X) Señalización
- () Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- (X) Agua
- (X) Desagüe
- (X) Luz
- (X) Teléfono
- (X) Alcantarillado
- (X) Señalización
- () Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- () Observación de Aves
- () Observación de Fauna
- () Observación de Flora

DEPORTES ACUATICOS:

- () Buceo
- () Canotaje
- () Esquí Acuático
- () Kayak
- () Motonáutica
- () Natación
- () Pesca Deportiva
- () Remo
- () Tabla Hawaiana
- () Vela/ windsurf

DEPORTES/ AVENTURA:

- () Ala Delta
- () Caminata
- () Caza
- () Ciclismo
- () Camping
- () Escalada en Roca

- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Titora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Alquiler de Caballos
- Alquiler de Pedalones
- Alquiler de Bicicletas
- Alquiler de Botes
- Alquiler de Carruaje
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Bancos- Cajeros
- Casa de Cambio
- Centro de interpretación
- Facilidades para discapacitados
- Museo de Sitio
- Oficina de Información
- Seguridad/ POLITUR
- Servicios Higiénicos
- Servicios de guiados
- Servicios de Correos
- Servicios de Estacionamiento
- Servicios de Fax
- Servicios de Internet
- Servicios de salvavidas
- Servicio de Taxis
- Enfermería
- Venta de Artesanía
- Venta de Material de Información
- Venta de Fotografías
- Servicio de Piscina

LUGARES

DE

ESPARCIMIENTO:

- Discotecas
- Peñas
- Cine o teatro
- Casino
- Night club
- Maquina de monedas
- Juegos infantiles
- Otro _____

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: Sala de conferencias, talleres, eventos sociales.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Asociación de desarrollo de Arte para la Paz.

ADMINISTRADO POR: Junta directiva de la asociación.

CAPACIDAD INSTALADA: Alojamiento: 11 habitaciones (22 personas), 2 apartamentos (2 familias), cafetería: 50 personas, museo: 35 personas.

FLUJO DE TURISTAS: 13,000 al año por todos los servicios.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: Alojamiento: 1 a 2 días, cafetería y museo: 2 horas.

10) HOTEL BLANCA LUNA

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 10

FECHA: 11/04/2017



Ilustración 15 Hotel Blanca Luna.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Hotel Blanca Luna.

UBICACIÓN (*): 1° cuadra al sur de la iglesia Santa Lucia, Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA(*): Manifestaciones Culturales

TIPO(*): Arquitectura y Espacios Urbanos

SUB TIPO (*): Hotel y restaurante

DESCRIPCIÓN (*): Lugar familiar, económico y bonito para pasar una placentera estadía en Suchitoto.

PARTICULARIDADES (*): Es una de los hoteles más económicos.

ESTADO ACTUAL: su infraestructura se encuentra en un excelente estado ya que siguen remodelando para prestar un mejor servicio.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

Combi

Ferrocarril

Mini-Bus Público

Mini-Bus Turístico

Moto Taxi

Otro _____

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

Barco

Bote

Deslizador

Yate

Lancha

Canoa

() Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- Libre
- Previa presentación de boleto o ticket
- Semi-restringido (previo permiso)
- Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
- Esporádicamente- algunos meses _____
- Fines de Semana _____
- Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 06:00 – 21:45

Tarifas: Alojamiento: \$10 a \$25

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- Observación de Aves
- Observación de Fauna
- Observación de Flora

DEPORTES ACUATICOS:

- Buceo
- Canotaje
- Esquí Acuático
- Kayak
- Motonáutica
- Natación
- Pesca Deportiva
- Remo
- Tabla Hawaiana
- Vela/ windsurf

DEPORTES/ AVENTRURA:

- Ala Delta
- Caminata
- Caza
- Ciclismo
- Camping
- Escalada en Roca

- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Titora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Alquiler de Caballos
- Alquiler de Pedalones
- Alquiler de Bicicletas
- Alquiler de Botes
- Alquiler de Carruaje
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Bancos- Cajeros
- Casa de Cambio
- Centro de interpretación
- Facilidades para discapacitados
- Museo de Sitio
- Oficina de Información
- Seguridad/ POLITUR
- Servicios Higiénicos
- Servicios de guiados
- Servicios de Correos
- Servicios de Estacionamiento
- Servicios de Fax
- Servicios de Internet
- Servicios de salvavidas
- Servicio de Taxis
- Enfermería
- Venta de Artesanía
- Venta de Material de Información
- Venta de Fotografías
- Servicio de Piscina

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante | <input checked="" type="checkbox"/> Bares | <input checked="" type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:
exclusivamente como Hotel.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Blanca Lidia Campos

ADMINISTRADO POR: Juan Alfredo Ramos

CAPACIDAD INSTALADA: 17 habitaciones (28 personas)

FLUJO DE TURISTAS: 28 personas semanales.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: de 1 a 3 noches.

11) HOTEL LA BARRANCA

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 11

FECHA: 01/05/2017



Ilustración 16 Hotel La Barranca.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Hotel La Barranca.

UBICACIÓN (*): 6ta avenida norte, Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA(*): Manifestaciones Culturales

TIPO(*): Arquitectura y Espacios Urbanos

SUB TIPO (*): Hotel y restaurante

DESCRIPCIÓN (*): Es un hotel decidido a ofrecer un servicio excelente de estadía, donde encontrara un ambiente de comodidad y tranquilidad.

PARTICULARIDADES (*): Mirador al lago de Suchitlán.

ESTADO ACTUAL: su infraestructura se encuentra en un excelente estado ya que siguen remodelando para prestar un mejor servicio.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

(X) Extranjero

(X) Nacional

(X) Regional

(X) Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

(X) A caballo

(X) A pie

(X) Automóvil Particular

() Bus Público

() Bus Turístico

(X) Camioneta de doble tracción

() Combi

() Ferrocarril

(X) Mini-Bus Público

(X) Mini-Bus Turístico

AEREO:

() Avión

() Avioneta

() Helicóptero

() Otro _____

MARITIMO:

() Barco

() Bote

() Deslizador

() Yate

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Moto Taxi | <input type="checkbox"/> Lancha |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Canoa |
| | <input type="checkbox"/> Otro _____ |

TIPO DE INGRESO:

- Libre
 Previa presentación de boleto o ticket
 Semi-restringido (previo permiso)
 Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
 Esporádicamente- algunos meses _____
 Fines de Semana _____
 Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 06:00 – 22:00

Tarifas: Alojamiento: \$25 a \$35

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| DENTRO DEL RECURSO: | FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Agua | <input checked="" type="checkbox"/> Agua |
| <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe | <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Luz | <input checked="" type="checkbox"/> Luz |
| <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono | <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono |
| <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado | <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado |
| <input type="checkbox"/> Señalización | <input type="checkbox"/> Señalización |
| <input type="checkbox"/> Otro | <input type="checkbox"/> Otro |

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| NATURALEZA: | DEPORTES ACUATICOS: |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves | <input type="checkbox"/> Buceo |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Fauna | <input type="checkbox"/> Canotaje |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora | <input type="checkbox"/> Esquí Acuático |
| | <input type="checkbox"/> Kayak |
| DEPORTES/ AVENTRURA: | <input type="checkbox"/> Motonáutica |
| <input type="checkbox"/> Ala Delta | <input type="checkbox"/> Natación |
| <input type="checkbox"/> Caminata | <input checked="" type="checkbox"/> Pesca Deportiva |
| <input type="checkbox"/> Caza | <input type="checkbox"/> Remo |
| <input type="checkbox"/> Ciclismo | <input type="checkbox"/> Tabla Hawaiana |

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Camping | <input type="checkbox"/> Vela/ windsurf |
| <input type="checkbox"/> Escalada en Roca | |
| <input type="checkbox"/> Motocross | FOLCLORE: |
| <input type="checkbox"/> Parapente | <input type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales |
| <input type="checkbox"/> Puenting | <input type="checkbox"/> Ferias |
| <input type="checkbox"/> Sandboard | <input type="checkbox"/> Degustación de platos típicos |
| | <input type="checkbox"/> Rituales Místicos |
| PASEOS: | OTROS: |
| <input type="checkbox"/> Cruceros | <input type="checkbox"/> Actividades Culturales |
| <input type="checkbox"/> Paseos en bote | <input type="checkbox"/> Actividades Sociales |
| <input type="checkbox"/> Paseos en Caballitos de Totorá | <input type="checkbox"/> Compras de Artesanías |
| <input type="checkbox"/> Paseos en Caballo | <input type="checkbox"/> Estudios e Investigación |
| <input type="checkbox"/> Paseos en Carruaje | <input type="checkbox"/> Realización de Eventos |
| <input type="checkbox"/> Paseos en Lancha o Canoa | <input type="checkbox"/> Toma de Fotografía y Filmaciones |
| <input type="checkbox"/> Paseos en Yate | <input type="checkbox"/> Otros _____ |
| <input type="checkbox"/> Excursiones | |
| <input type="checkbox"/> Sobrevuelo en aeronave | |

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input checked="" type="checkbox"/> Bares | <input checked="" type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

OTROS SERVICIOS:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Agencias de Viajes | <input type="checkbox"/> Servicios de guiados |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Caballos | <input type="checkbox"/> Servicios de Correos |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Pedalones | <input type="checkbox"/> Servicios de Estacionamiento |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Bicicletas | <input type="checkbox"/> Servicios de Fax |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Botes | <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Internet |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Carruaje | <input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Equipo de Aventura | <input type="checkbox"/> Servicio de Taxis |
| <input type="checkbox"/> Bancos- Cajeros | <input type="checkbox"/> Enfermería |
| <input type="checkbox"/> Casa de Cambio | <input type="checkbox"/> Venta de Artesanía |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación | <input type="checkbox"/> Venta de Material de Información |
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input type="checkbox"/> Venta de Fotografías |
| <input type="checkbox"/> Museo de Sitio | <input type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES

DE

ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
|-------------------------------------|---------------------------------|--|

12) PARQUE ARQUEOLÓGICO CIHUATÁN

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 12

FECHA: 04/05/2017



Ilustración 17 Parque Arqueológico Cihuatán.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Parque Arqueológico Cihuatán.

UBICACIÓN (*): Kilómetro 36.5 de la Carretera Troncal del Norte, que conduce de San Salvador hacia La Palma. Tres kilómetros al norte de Aguilares.

CATEGORÍA(*): Manifestaciones Culturales

TIPO (*): Sitios Arqueológico.

SUB TIPO (*): Edificaciones.

DESCRIPCIÓN (*): El parque arqueológico Cihuatán, es uno de los asentamientos prehispánicos más importantes del sur de Mesoamérica, y uno de los más grandes sitios arqueológicos de El Salvador.

PARTICULARIDADES (*): grandes hallazgos arqueológicos.

ESTADO ACTUAL: la infraestructura del parque está en excelente estado ya que continúan innovando.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

Combi

Ferrocarril

Mini-Bus Público

Mini-Bus Turístico

Moto Taxi

Otro _____

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

Barco

Bote

Deslizador

Yate

Lancha

Canoa

() Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- () Libre
- (X) Previa presentación de boleto o ticket
- () Semi-restringido (previo permiso)
- () Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- (X) Todo el año
- () Esporádicamente- algunos meses _____
- () Fines de Semana _____
- () Feriados _____

Horario de visita: Mar - Dom: 09:00 – 16:00

Tarifas: Nacionales: \$1, Extranjeros:\$3

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

- (X) Agua
- (X) Desagüe
- (X) Luz
- (X) Teléfono
- (X) Alcantarillado
- () Señalización
- () Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- (X) Agua
- (X) Desagüe
- (X) Luz
- (X) Teléfono
- (X) Alcantarillado
- () Señalización
- () Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- (X) Observación de Aves
- (X) Observación de Fauna
- (X) Observación de Flora

DEPORTES ACUATICOS:

- () Buceo
- () Canotaje
- () Esquí Acuático
- () Kayak
- () Motonáutica
- () Natación
- () Pesca Deportiva
- () Remo
- () Tabla Hawaiana
- () Vela/ windsurf

DEPORTES/ AVENTRURA:

- () Ala Delta
- (X) Caminata
- () Caza
- () Ciclismo
- () Camping
- () Escalada en Roca
- () Motocross

FOLCLORE:

- | | |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Parapente | <input type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales |
| <input type="checkbox"/> Puenting | <input type="checkbox"/> Ferias |
| <input type="checkbox"/> Sandboard | <input type="checkbox"/> Degustación de platos típicos |
| | <input type="checkbox"/> Rituales Místicos |

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Totorá
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|-------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input checked="" type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

OTROS SERVICIOS:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Agencias de Viajes | <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de guiados |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Caballos | <input type="checkbox"/> Servicios de Correos |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Pedalones | <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Estacionamiento |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Bicicletas | <input type="checkbox"/> Servicios de Fax |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Botes | <input type="checkbox"/> Servicios de Internet |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Carruaje | <input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Equipo de Aventura | <input type="checkbox"/> Servicio de Taxis |
| <input type="checkbox"/> Bancos- Cajeros | <input type="checkbox"/> Enfermería |
| <input type="checkbox"/> Casa de Cambio | <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación | <input type="checkbox"/> Venta de Material de Información |
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input type="checkbox"/> Venta de Fotografías |
| <input checked="" type="checkbox"/> Museo de Sitio | <input type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES

DE

ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Máquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: No se utiliza para otro fin.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Secretaria de Cultura (SECULTURA).

ADMINISTRADO POR: Pastor Gálvez.

CAPACIDAD INSTALADA: 600 personas.

FLUJO DE TURISTAS: 150 personas al mes.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: 1 a 2 horas.

13) PARQUE ECOLÓGICO BOSQUE DE CINQUERA

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 13

FECHA: 12/05/2017



Ilustración 18 Parque Ecológico Bosque de Cinquera

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Parque Ecológico Bosque de Cinquera

UBICACIÓN (*): Cinquera Cabañas a 18 km de Suchitoto.

CATEGORÍA(*): Sitios Naturales

TIPO (*): Áreas protegidas

SUB TIPO (*): Bosque protegido.

DESCRIPCIÓN (*): Parque ecológico donde encuentras posas, miradores, cascadas, museo y sobre todo historia.

PARTICULARIDADES (*): Es un bosque relativamente joven (30 años).

ESTADO ACTUAL: la infraestructura del parque está en excelente estado ya que le dan un mantenimiento diario.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

Combi

Ferrocarril

Mini-Bus Público

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

Barco

Bote

Deslizador

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Mini-Bus Turístico | <input type="checkbox"/> Yate |
| <input type="checkbox"/> Moto Taxi | <input type="checkbox"/> Lancha |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Canoa |
| | <input type="checkbox"/> Otro _____ |

TIPO DE INGRESO:

- Libre
 Previa presentación de boleto o ticket
 Semi-restringido (previo permiso)
 Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
 Esporádicamente- algunos meses _____
 Fines de Semana _____
 Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 08:00 – 16:00

Tarifas: \$1

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| DENTRO DEL RECURSO: | FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Agua | <input type="checkbox"/> Agua |
| <input type="checkbox"/> Desagüe | <input type="checkbox"/> Desagüe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Luz | <input type="checkbox"/> Luz |
| <input type="checkbox"/> Teléfono | <input type="checkbox"/> Teléfono |
| <input type="checkbox"/> Alcantarillado | <input type="checkbox"/> Alcantarillado |
| <input type="checkbox"/> Señalización | <input type="checkbox"/> Señalización |
| <input type="checkbox"/> Otro | <input type="checkbox"/> Otro |

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|--|
| NATURALEZA: | DEPORTES ACUATICOS: |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves | <input type="checkbox"/> Buceo |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Fauna | <input type="checkbox"/> Canotaje |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora | <input type="checkbox"/> Esquí Acuático |
| | <input type="checkbox"/> Kayak |
| DEPORTES/ AVENTRURA: | <input type="checkbox"/> Motonáutica |
| <input type="checkbox"/> Ala Delta | <input type="checkbox"/> Natación |
| <input checked="" type="checkbox"/> Caminata | <input type="checkbox"/> Pesca Deportiva |
| <input type="checkbox"/> Caza | <input type="checkbox"/> Remo |

- Ciclismo
- Camping
- Escalada en Roca
- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Totorá
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

- Tabla Hawaiana
- Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro: Fruta deshidratada

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Servicios de guiados
- Alquiler de Caballos
- Servicios de Correos
- Alquiler de Pedalones
- Servicios de Estacionamiento
- Alquiler de Bicicletas
- Servicios de Fax
- Alquiler de Botes
- Servicios de Internet
- Alquiler de Carruaje
- Servicios de salvavidas
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Servicio de Taxis
- Bancos- Cajeros
- Enfermería
- Casa de Cambio
- Venta de Artesanía
- Centro de interpretación
- Venta de Material de Información
- Facilidades para discapacitados
- Venta de Fotografías
- Museo de Sitio
- Servicio de Piscina
- Oficina de Información
- Seguridad/ POLITUR
- Servicios Higiénicos

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: No se utiliza para otro fin.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Asociación de reconstrucción y desarrollo municipal (ARDM)

ADMINISTRADO POR: Rafael Hernández y dos guarda bosques.

CAPACIDAD INSTALADA: 80 – 100 personas

FLUJO DE TURISTAS: 16,678 personas

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: ½ día a 1 día.

14) COMUNIDAD SAN ANTONIO (MOLIENDA)

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 14

FECHA: 12/05/2017



Ilustración 19 Comunidad San Antonio.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Comunidad San Antonio.

UBICACIÓN (*): Comunidad San Antonio, Cantón platanares, Suchitoto.

CATEGORÍA (*): Realizaciones Técnica Científica o Artísticas Contemporánea.

TIPO (*): Explotaciones Culturales.

SUB TIPO (*): Trapiches.

DESCRIPCIÓN (*): Molienda de San Antonio está conformada por 20 mujeres emprendedoras que procesan la caña para hacer dulce de panela, miel de mesa, espuma de caña y jugo de caña de forma artesanal.

PARTICULARIDADES (*): no usan nada químico y cuidan el medio ambiente.

ESTADO ACTUAL: Como es una iniciativa nueva están en proceso de crecimiento.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

Combi

Ferrocarril

Mini-Bus Público

Mini-Bus Turístico

Moto Taxi

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

Barco

Bote

Deslizador

Yate

Lancha

Otro _____

Canoa

Otro _____

TIPO DE INGRESO:

Libre

Previa presentación de boleto o ticket

Semi-restringido (previo permiso)

Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

Todo el año

Esporádicamente- algunos meses: Tiempo de la zafra(Noviembre – Abril)

Fines de Semana _____

Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 08:00 – 18:00

Tarifas: Productos: \$1 a \$5

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

Agua

Desagüe

Luz

Teléfono

Alcantarillado

Señalización

Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

Agua

Desagüe

Luz

Teléfono

Alcantarillado

Señalización

Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

Observación de Aves

Observación de Fauna

Observación de Flora

DEPORTES ACUATICOS:

Buceo

Canotaje

Esquí Acuático

Kayak

Motonáutica

Natación

Pesca Deportiva

Remo

Tabla Hawaiana

Vela/ windsurf

DEPORTES/ AVENTRURA:

Ala Delta

Caminata

Caza

Ciclismo

Camping

- Escalada en Roca
- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Titora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro: _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Servicios de guiados
- Alquiler de Caballos
- Servicios de Correos
- Alquiler de Pedalones
- Servicios de Estacionamiento
- Alquiler de Bicicletas
- Servicios de Fax
- Alquiler de Botes
- Servicios de Internet
- Alquiler de Carruaje
- Servicios de salvavidas
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Servicio de Taxis
- Bancos- Cajeros
- Enfermería
- Casa de Cambio
- Venta de Artesanía
- Centro de interpretación
- Venta de Material de Información
- Facilidades para discapacitados
- Venta de Fotografías
- Museo de Sitio
- Servicio de Piscina
- Oficina de Información
- Seguridad/ POLITUR
- Servicios Higiénicos

LUGARES

DE

ESPARCIMIENTO:

- Discotecas
- Casino
- Juegos infantiles
- Peñas
- Night club
- Otro _____

Cine o teatro

Maquina de monedas

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

Hoteles

Apart-Hoteles

Hostales

Albergues

Casas de hospedajes

Eco-lodges

Otro: _____

Resort

ALIMENTACIÓN:

Restaurante

Bares

Cafetería

Snacks

Fuentes de sodas

Venta de comida rápida

Kioskos

Otro _____

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: No se utiliza para otro fin.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Comunidad San Antonio.

ADMINISTRADO POR: Directiva de la Iniciativa.

CAPACIDAD INSTALADA: 50– 60 personas

FLUJO DE TURISTAS: 150 personas en la temporada.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: 2 horas – 4 horas.

15) HACIENDA LOS NACIMIENTOS

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 15

FECHA: 12/05/2017



Ilustración 20 Hacienda Los Nacimientos.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Hacienda Los Nacimientos.

UBICACIÓN (*): Catón San Lucas, Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Manifestaciones Culturales.

TIPO (*): Arquitectura y Espacios urbanos.

SUB TIPO (*): Casa – Hacienda.

DESCRIPCIÓN (*): Es una hacienda donde se cultiva jiquilite y se procesa el añil además de diversos árboles frutales.

PARTICULARIDADES (*): Cultivo y procesamiento del añil.

ESTADO ACTUAL: su infraestructura se encuentra en muy buen estado.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

Combi

Ferrocarril

Mini-Bus Público

Mini-Bus Turístico

Moto Taxi

Otro _____

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

Barco

Bote

Deslizador

Yate

Lancha

Canoa

Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- Libre
 Previa presentación de boleto o ticket
 Semi-restringido (previo permiso)
 Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
 Esporádicamente- algunos meses:
 Fines de Semana _____
 Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 08:00 – 16:00

Tarifas: paquete: \$35 (teñido, almuerzo y refrigerio).

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)**DENTRO DEL RECURSO:**

- Agua
 Desagüe
 Luz
 Teléfono
 Alcantarillado
 Señalización
 Otro _____

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- Agua
 Desagüe
 Luz
 Teléfono
 Alcantarillado
 Señalización

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- Observación de Aves
 Observación de Fauna
 Observación de Flora

DEPORTES ACUATICOS:

- Buceo
 Canotaje
 Esquí Acuático
 Kayak
 Motonáutica
 Natación
 Pesca Deportiva
 Remo
 Tabla Hawaiana
 Vela/ windsurf

DEPORTES/ AVENTRURA:

- Ala Delta
 Caminata
 Caza
 Ciclismo
 Camping
 Escalada en Roca

- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Titora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro: _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Alquiler de Caballos
- Alquiler de Pedalones
- Alquiler de Bicicletas
- Alquiler de Botes
- Alquiler de Carruaje
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Bancos- Cajeros
- Casa de Cambio
- Centro de interpretación
- Facilidades para discapacitados
- Museo de Sitio
- Oficina de Información
- Seguridad/ POLITUR
- Servicios Higiénicos
- Servicios de guiados
- Servicios de Correos
- Servicios de Estacionamiento
- Servicios de Fax
- Servicios de Internet
- Servicios de salvavidas
- Servicio de Taxis
- Enfermería
- Venta de Artesanía
- Venta de Material de Información
- Venta de Fotografías
- Servicio de Piscina

LUGARES

DE

ESPARCIMIENTO:

- Discotecas
- Casino
- Juegos infantiles
- Peñas
- Night club
- Otro _____
- Cine o teatro
- Maquina de monedas

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: talleres y productividad- procesos de añil.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Rinha Flamenco.

ADMINISTRADO POR: Ing. Mario Orantes.

CAPACIDAD INSTALADA: 60 personas

FLUJO DE TURISTAS: 10 personas al mes

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: 2 horas – 3horas.

16) DÍA DE LA CRUZ

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 16
13/05/2017

FECHA:



Ilustración 21 Día de la Cruz.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Día de la Cruz.

UBICACIÓN (*): El Salvador.

CATEGORÍA (*): Acontecimiento programado

TIPO (*): Creencia popular

SUB TIPO (*): Costumbre

DESCRIPCIÓN (*): se celebra con procesión, flores, frutos, y dulces para adorar la Santa Cruz y se cree que si no se coloca en cada casa el diablo llega a bailar.

PARTICULARIDADES (*): Se celebra el 3 de mayo.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

17) FESTIVAL PERMANENTE DE ARTE Y CULTURA.

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 17
13/05/2017

FECHA:



Ilustración 22 Festival permanente de arte y cultura.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Festival permanente de arte y cultura

UBICACIÓN (*): Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Acontecimientos programados

TIPO (*): Eventos

SUB TIPO (*): Festivales

DESCRIPCIÓN (*): Este Festival, nació como un deseo entre los jóvenes de dejar a un lado los sonidos de la guerra y comenzar a escuchar nuevamente poemas, cantos gregorianos, música de Bach, Mozart y Beethoven. También, a lo largo del año, se realizan por lo menos un evento del festival por mes en el Teatro de las Ruinas.

PARTICULARIDADES (*): Se celebra en febrero.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

18) SEMANA SANTA SACANDO A JESÚS DE NAZARET

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 18
13/05/2017

FECHA:



Ilustración 23 Semana Santa sacando a Jesús de Nazaret.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Semana Santa sacando a Jesús de Nazaret.

UBICACIÓN (*): El Salvador.

CATEGORÍA (*): Acontecimiento programado.

TIPO (*): Fiesta

SUB TIPO (*): Fiesta religiosa

DESCRIPCIÓN (*): Semana Santa se festeja con gran fervor, se puede apreciar la imagen de Jesús de Nazaret montado en un burrito, victorioso con palmas a su alrededor en la procesión del día de ramos.

PARTICULARIDADES (*): Se celebra en febrero.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

19) FIESTA DE ANIVERSARIO DE SUCHITOTO.

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 19
13/05/2017

FECHA:



Ilustración 24 Fiesta de aniversario de Suchitoto.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Fiesta de aniversario de Suchitoto.

UBICACIÓN (*): Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Acontecimiento programado.

TIPO (*): Fiesta

SUB TIPO (*): Fiesta patronales

DESCRIPCIÓN (*): Esta fiesta se realiza en conmemoración al otorgamiento del Título de Ciudad, donde destaca el colorido y el folclore de todos los barrios del lugar, esta celebración se lleva a cabo en la Plaza Central de la ciudad, y finaliza con la quema de pólvora.

PARTICULARIDADES (*): Se realiza el 15 de julio.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

20) FESTIVAL DEL MAÍZ.

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 20
13/05/2017

FECHA:



Ilustración 25 Festival del Maíz.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Festival del Maíz.

UBICACIÓN (*): Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Acontecimiento programado.

TIPO (*): Eventos

SUB TIPO (*): Festival

DESCRIPCIÓN (*): realizando una procesión y una misa en acción de gracias por las cosechas obtenidas, seguida de actos culturales y sin faltar la degustación de platillos típicos elaborados a base de maíz y elotes.

PARTICULARIDADES (*): Se realiza en agosto.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

(X) Extranjero

(X) Nacional

(X) Regional

(X) Local

21) DESFILE TRADICIONAL DE INSTITUTO DE SUCHITOTO (INSU)

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 21

FECHA: 13/05/2017



Ilustración 26 Desfile tradicional del INSU.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Desfile tradicional de INSU.

UBICACIÓN (*): Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Acontecimiento programado.

TIPO (*): Evento

SUB TIPO (*): Festival

DESCRIPCIÓN (*): Como ya es una tradición desde hace ya 25 años, la noche de 06:00 hasta las 10:00 de la noche; las principales calles de la ciudad de Suchitoto, recibió a cientos de espectadores ansiosos de contemplar una fiesta de creatividad y dinamismo que caracteriza a los jóvenes del Instituto Nacional de Suchitoto, No hay palabras para explicar la magia que se vive año con año en la celebración del tan esperado "DESFILE DEL INSU"

PARTICULARIDADES (*): Se realiza el 14 de septiembre.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

22) FIESTAS PATRIAS

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 22

FECHA: 13/05/2017



Ilustración 27 Fiestas Patrias.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Fiestas Patrias.

UBICACIÓN (*): El Salvador.

CATEGORÍA (*): Acontecimiento programado.

TIPO (*): Fiesta

SUB TIPO (*): Fiesta Patrias.

DESCRIPCIÓN (*): se celebra independencia de El Salvador que fue el día 15 de septiembre de 1821, este día todos los centros escolares de Suchitoto salen a desfilan por las calles principales con sus bandas de paz y realizan un acto cívico.

PARTICULARIDADES (*): Se realiza el 15 de septiembre.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

23) FERIADO DEL AÑIL

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 23

FECHA: 13/05/2017



Ilustración 28 Feriado del añil.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Fiestas Patrias.

UBICACIÓN (*): Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Folclore.

TIPO (*): Ferias y Mercados.

SUB TIPO (*): Ferias artesanales.

DESCRIPCIÓN (*): Suchitoto es conocido como un municipio cultural en donde se encuentran todavía vestigios del obraje de añil de asentamientos de indígenas que se dedicaban a la producción de este; por lo tanto es tan importante para el municipio por eso le dedican una feria donde exhiben todo tiempo de manualidades y prendas de vestir elaboradas de añil.

PARTICULARIDADES (*): Se realiza en noviembre.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

24) FIESTAS PATRONALES EN HONOR A LA VIRGEN DE SANTA LUCIA

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 24

FECHA: 13/05/2017



Ilustración 29 Fiestas Patronales.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Fiestas patronales en honor a la Virgen de Santa Lucia.

UBICACIÓN (*): Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Acontecimiento programado.

TIPO (*): Fiesta

SUB TIPO (*): Fiesta Patrias.

DESCRIPCIÓN (*): Es la principal fiesta del pueblo y la más extensa ya que tiene una duración de 7 días (del 6 al 13 de diciembre) y su principal significado es la devoción a la virgen, esta fiesta también es acompañada de actividades comerciales, gastronómicas, artesanales para la diversión y esparcimiento de la población.

PARTICULARIDADES (*): Se realiza del 6 al 13 de diciembre.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

25) FESTIVAL DEL CERRO DE GUAZAPA

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 25

FECHA: 13/05/2017



Ilustración 30 Desfile tradicional del INSU.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Festival del Cerro de Guazapa.

UBICACIÓN (*): Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Acontecimiento programado.

TIPO (*): Evento

SUB TIPO (*): Festival

DESCRIPCIÓN (*): El festival del cerro de Guazapa se realiza para conmemorar la firma de los acuerdos de Paz, el cual es la culminación de toda la semana de conmemoración, consiste en realizar caminatas en el cerro; además de los grupos musicales que amenizarán, habrá batucada, exposición de videos y fotografías. Durante la mañana habrá una jornada para la niñez de las comunidades con payasos y piñatas.

PARTICULARIDADES (*): Se realiza el 12 de enero.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

26) AGUACAYO

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 26
13/05/2017

FECHA:



Ilustración 31 Aguacayo.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Aguacayo.

UBICACIÓN (*): San Luis Aguacayo, Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Manifestaciones culturales.

TIPO (*): Lugares Históricos.

SUB TIPO (*): Campo de batalla.

DESCRIPCIÓN (*): Era una iglesia Colonial destruida en un bombardero durante la guerra en 1981, y después abandonada por casi 11 años, las ruinas de esta iglesia colonial constituyen un recuerdo de lo que no debe suceder de nuevo en nuestra historia como nación, pueden ser apreciadas en el cantón Aguacayo, famoso por sus dulces típicos de colación.

PARTICULARIDADES (*): está abandonada.

ESTADO ACTUAL: muy descuidada y sucia.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

- Bus Público
- Bus Turístico
- Camioneta de doble tracción
- Combi
- Ferrocarril
- Mini-Bus Público
- Mini-Bus Turístico
- Moto Taxi
- Otro _____

Otro _____

MARITIMO:

- Barco
- Bote
- Deslizador
- Yate
- Lancha
- Canoa
- Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- Libre
- Previa presentación de boleto o ticket
- Semi-restringido (previo permiso)
- Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
- Esporádicamente- algunos meses _____
- Fines de Semana _____
- Feriados _____

Horario de visita: Siempre.

Tarifas: Ninguna.

27) CENTRO HISTÓRICO DE SUCHITOTO

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 27
13/05/2017

FECHA:



Ilustración 32 Centro Histórico de Suchitoto.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Centro Histórico de Suchitoto.

UBICACIÓN (*): Suchitoto.

CATEGORÍA (*): Manifestaciones culturales.

TIPO (*): Lugares Históricos.

SUB TIPO (*): Complejo Histórico.

DESCRIPCIÓN (*): La hermosa ciudad de Suchitoto cuenta con un centro histórico conformado con diversos atractivos turísticos como la iglesia de Santa Lucía, parque y diversidad de establecimiento al su alrededor donde se pueden realizar una variedad de actividades turísticas.

PARTICULARIDADES (*): diversidad de atractivos y se encuentran muy cerca

ESTADO ACTUAL: su infraestructura es muy buena y muy limpia.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

- Bus Público
- Bus Turístico
- Camioneta de doble tracción
- Combi
- Ferrocarril
- Mini-Bus Público
- Mini-Bus Turístico
- Moto Taxi
- Otro _____

Otro _____

MARITIMO:

- Barco
- Bote
- Deslizador
- Yate
- Lancha
- Canoa
- Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- Libre
- Previa presentación de boleto o ticket
- Semi-restringido (previo permiso)
- Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
- Esporádicamente- algunos meses _____
- Fines de Semana _____
- Feriados _____

Horario de visita: Siempre.

Tarifas: Ninguna.

28) HACIENDA LA BERMUDA

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 28

FECHA: 13/05/2017



Ilustración 33 Hacienda La Bermuda.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Hacienda La Bermuda.

UBICACIÓN (*): Kilometro 34.8 Carretera hacia Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Manifestaciones Culturales.

TIPO (*): Arquitectura y Espacios urbanos.

SUB TIPO (*): Casa – Hacienda.

DESCRIPCIÓN (*): La Bermuda es la cuna de la primera ciudad de San Salvador. Ubicada a tan solo 10 minutos de la histórica ciudad de Suchitoto. Es un lugar lleno de mucha historia y tradiciones que se remontan a la época de la colonia, específicamente al año 1525, fecha en la que fundada en esta hacienda la Primera Ciudad de San Salvador, la Hacienda La Bermuda cuenta con un museo, restaurante, Hotel/hostal, Galería de arte.

PARTICULARIDADES (*): La cercanía con Ciudad Vieja y el Centro Histórico de Suchitoto.

ESTADO ACTUAL: En muy buenas condiciones toda su infraestructura.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Camioneta de doble tracción

AEREO:

Avión

Avioneta

Helicóptero

Otro _____

MARITIMO:

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Combi | <input type="checkbox"/> Barco |
| <input type="checkbox"/> Ferrocarril | <input type="checkbox"/> Bote |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mini-Bus Público | <input type="checkbox"/> Deslizador |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mini-Bus Turístico | <input type="checkbox"/> Yate |
| <input type="checkbox"/> Moto Taxi | <input type="checkbox"/> Lancha |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | <input type="checkbox"/> Canoa |
| | <input type="checkbox"/> Otro _____ |

TIPO DE INGRESO:

- Libre
 Previa presentación de boleto o ticket
 Semi-restringido (previo permiso)
 Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
 Esporádicamente- algunos meses:
 Fines de Semana _____
 Feriados _____

Horario de visita: Sab – Dom: 08:30- 18:30

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| DENTRO DEL RECURSO: | FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Agua | <input checked="" type="checkbox"/> Agua |
| <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe | <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Luz | <input checked="" type="checkbox"/> Luz |
| <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono | <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono |
| <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado | <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado |
| <input checked="" type="checkbox"/> Señalización | <input checked="" type="checkbox"/> Señalización |
| <input type="checkbox"/> Otro | |

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| NATURALEZA: | DEPORTES ACUATICOS: |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves | <input type="checkbox"/> Buceo |
| <input type="checkbox"/> Observación de Fauna | <input type="checkbox"/> Canotaje |
| <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora | <input type="checkbox"/> Esquí Acuático |
| | <input type="checkbox"/> Kayak |
| DEPORTES/ AVENTRURA: | <input type="checkbox"/> Motonáutica |
| <input type="checkbox"/> Ala Delta | <input type="checkbox"/> Natación |

- Caminata
- Caza
- Ciclismo
- Camping
- Escalada en Roca
- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Totora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

- Pesca Deportiva
- Remo
- Tabla Hawaiana
- Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro: _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Alquiler de Caballos
- Alquiler de Pedalones
- Alquiler de Bicicletas
- Alquiler de Botes
- Alquiler de Carruaje
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Bancos- Cajeros
- Casa de Cambio
- Centro de interpretación
- Facilidades para discapacitados
- Museo de Sitio
- Oficina de Información
- Seguridad/ POLITUR
- Servicios Higiénicos
- Servicios de guiados
- Servicios de Correos
- Servicios de Estacionamiento
- Servicios de Fax
- Servicios de Internet
- Servicios de salvavidas
- Servicio de Taxis
- Enfermería
- Venta de Artesanía
- Venta de Material de Información
- Venta de Fotografías
- Servicio de Piscina

LUGARES**DE****ESPARCIMIENTO:** Discotecas Peñas Cine o teatro Casino Night club Maquina de monedas Juegos infantiles Otro _____**SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO:** (del poblado más cercano)

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO: Hoteles Albergues Otro: _____ Apart-Hoteles Casas de hospedajes Resort Hostales Eco-lodges**ALIMENTACIÓN:** Restaurante Snacks Kioskos Bares Fuentes de sodas Otro _____ Cafetería Venta de comida rápida

29) RIO AGUA TIBIA

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 29

FECHA: 13/05/2017



Ilustración 34 Rio Agua Tibia.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Rio Agua Tibia.

UBICACIÓN (*): Suchitoto, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Sitios Naturales.

TIPO (*): Aguas mineros medicinales.

SUB TIPO (*): Aguas termales.

DESCRIPCIÓN (*): el rio agua tibia se encuentra en una Comunidad de repoblación formada al final de la guerra civil el 16 de agosto de 1991.

PARTICULARIDADES (*): **Sus aguas termales.**

ESTADO ACTUAL: se encuentra abandonado por las autoridades y la comunidad.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

30) TURICENTRO LAS AMÉRICAS, LA BERMUDA.

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 30

FECHA: 13/05/2017



Ilustración 35. Turicentro Las Américas.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Turicentro Las Américas.

UBICACIÓN (*): Km 34 1/2, La Bermuda, carretera a Suchitoto, Cuscatlán, El Salvador.

CATEGORÍA(*): Manifestaciones culturales

TIPO(*): Arquitectura y Espacios Urbanos

SUB TIPO (*): Turicentro.

DESCRIPCIÓN (*): Eco Centro Turístico "Las Américas" en su re lanzamiento bajo la nueva administración de la Asociación Cooperativa de Veteranos y Veteranas Revolucionarios del FMLN histórico, Héroes del 11 de Octubre de R.L. AVREC 11 DE OCTUBRE DE R.L. , presta los servicios de recreación familiar, realización de eventos sociales, familiares y culturales. Así mismo acompaña el desarrollo económico-social de las comunidades de su entorno, el rescate de la memoria histórica (museo de la fotografía testimonial 1980-1992), la promoción y protección del patrimonio arquitectónico histórico que se encuentra dentro de sus instalaciones. Como también, es la hoja de presentación de la Granja Acuícola de producción Agro industrial de Tilapias.

PARTICULARIDADES (*): Es el único centro turístico en Suchitoto.

ESTADO ACTUAL: su infraestructura se encuentra en muy buen estado.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

AEREO:

Avión

Avioneta

- Automóvil Particular
- Bus Público
- Bus Turístico
- Camioneta de doble tracción
- Combi
- Ferrocarril
- Mini-Bus Público
- Mini-Bus Turístico
- Moto Taxi
- Otro _____

- Helicóptero
- Otro _____

MARITIMO:

- Barco
- Bote
- Deslizador
- Yate
- Lancha
- Canoa
- Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- Libre
- Previa presentación de boleto o ticket
- Semi-restringido (previo permiso)
- Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
- Esporádicamente- algunos meses _____
- Fines de Semana _____
- Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 08:00 – 17:00

Tarifas:

Entrada Niños: \$0.50
 Entrada Estudiantes \$0.85
 Entrada General \$1.00
 Parqueo \$1.00
 Hamacas \$1.00

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Casa de Cambio | <input type="checkbox"/> Venta de Artesanía |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación | <input type="checkbox"/> Venta de Material de Información |
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input type="checkbox"/> Venta de Fotografías |
| <input type="checkbox"/> Museo de Sitio | <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input checked="" type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:

Excursiones escolares, Bautizos de iglesias, La pesca es lo más solicitado.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Sociedad cooperativa de las Américas Bermudas de R.L.

ADMINISTRADO POR: Sociedad cooperativa de las Américas bermudas de R.L.

CAPACIDAD INSTALADA: 300 personas

FLUJO DE TURISTAS: 5 – 50 personas a la semana.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: medio día.

31) SITIO ARQUEOLÓGICO CIUDAD VIEJA.

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 31
13/05/2017

FECHA:



Ilustración 36. Sitio Arqueológico Ciudad Vieja, Hacienda La Bermuda.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Sitio Arqueológico Ciudad Vieja.

UBICACIÓN (*): 38 km al noreste de San Salvador, en jurisdicción del municipio de Suchitoto, en el departamento de Cuscatlán.

CATEGORÍA(*): Manifestaciones culturales

TIPO (*): Sitios Arqueológicos.

SUB TIPO (*): Edificaciones.

DESCRIPCIÓN (*): Actualmente Ciudad Vieja cuenta con un área de más de 45 hectáreas en la que se asientan las bases de la antigua villa de La Bermuda, fundada por el respaldo de Pedro de Alvarado. Este sitio arqueológico se caracteriza por ser un importante testimonio del primer urbanismo español en Hispanoamérica, gracias a que es la segunda ciudad fundada en Centroamérica y la primera ciudad fundada en El Salvador.

PARTICULARIDADES (*): Es el único lugar en Suchitoto que alberga historia y cultura desde la época de la colonia, con los vestigios encontrados que dan testimonio de ello. Ciudad Vieja es particularmente interesante pues como suburbanístico, es uno de los más antiguos conservados en su distribución original en el continente americano, pues todavía mantiene su trazado en cuadrícula, con calles que parten desde una plaza de armas.

ESTADO ACTUAL: Se encuentra en muy buen estado por haber sido declarado patrimonio nacional y aún se continúan realizando excavaciones para descubrir más elementos de dicha ciudad.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

AEREO:

Avión

- A pie
- Automóvil Particular
- Bus Público
- Bus Turístico
- Camioneta de doble tracción
- Combi
- Ferrocarril
- Mini-Bus Público
- Mini-Bus Turístico
- Moto Taxi
- Otro _____

- Avioneta
- Helicóptero
- Otro _____

MARITIMO:

- Barco
- Bote
- Deslizador
- Yate
- Lancha
- Canoa
- Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- Libre
- Previa presentación de boleto o ticket
- Semi-restringido (previo permiso)
- Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
- Esporádicamente- algunos meses _____
- Fines de Semana _____
- Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 08:00 – 16:00

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- Observación de Aves

DEPORTES ACUATICOS:

- Buceo

- Observación de Fauna
- Observación de Flora

DEPORTES/ AVENTURA:

- Ala Delta
- Caminata
- Caza
- Ciclismo
- Camping
- Escalada en Roca
- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Totora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

- Canotaje
- Esquí Acuático
- Kayak
- Motonáutica
- Natación
- Pesca Deportiva
- Remo
- Tabla Hawaiana
- Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Servicios de guiados
- Alquiler de Caballos
- Servicios de Correos
- Alquiler de Pedalones
- Servicios de Estacionamiento
- Alquiler de Bicicletas
- Servicios de Fax
- Alquiler de Botes
- Servicios de Internet
- Alquiler de Carruaje
- Servicios de salvavidas
- Alquiler de Equipo de Aventura
- Servicio de Taxis
- Bancos- Cajeros
- Enfermería

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Casa de Cambio | <input type="checkbox"/> Venta de Artesanía |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación | <input type="checkbox"/> Venta de Material de Información |
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input type="checkbox"/> Venta de Fotografías |
| <input type="checkbox"/> Museo de Sitio | <input type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:

No se utiliza para otros fines.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Patrimonio Nacional, Gobierno de El Salvador.

ADMINISTRADO POR: Secretaría de Cultura de la Presidencia (SECULTURA).

CAPACIDAD INSTALADA: Aún no está abierta al público.

FLUJO DE TURISTAS: Aún no está abierta al público.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: de 1 a 3 horas.

32) SITIO CENÍCERO.

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

FICHA N°: 32

FECHA: 13/05/2017



Ilustración 37. Comunidad Sitio Cenícero.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Sitio Cenícero.

UBICACIÓN (*): Lago de Suchitlán, Suchitoto, Cuscatlán, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Manifestaciones culturales.

TIPO (*): Lugares históricos.

SUB TIPO (*): Campo de batallas.

DESCRIPCIÓN (*): Durante la guerra, se abandonó la comunidad. Viviendas e infraestructuras fueron destruidas por los bombardeos aéreos y una década de abandono. Los fundamentos de esta glorieta se construyeron sobre el tronco de un árbol de amate que una vez dominado el paisaje de la comunidad. En 1991, la comunidad comenzó la repoblación, la comunidad vivía y dormía debajo de este árbol durante varios meses, ya que reconstruyeron sus casas. La glorieta representa las historias de una comunidad con raíces profundas arraigadas en el pasado pre y post-guerra.

PARTICULARIDADES (*): Se encuentra a la orilla del Lago Suchitlán.

ESTADO ACTUAL: No posee una organización definida sin embargo esto no impide la posibilidad de realizar recorridos por la comunidad, en donde se pueden apreciar algunos de los vestigios del conflicto armado en el lugar, como un mural con todos los nombres de las personas que murieron en la masacre de 1,983 y de igual manera la opción de realizar recorridos en lancha.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

(X) Extranjero

(X) Nacional

(X) Regional

(X) Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

(X) A caballo

AEREO:

() Avión

- A pie
- Automóvil Particular
- Bus Público
- Bus Turístico
- Camioneta de doble tracción
- Combi
- Ferrocarril
- Mini-Bus Público
- Mini-Bus Turístico
- Moto Taxi
- Otro _____

- Avioneta
- Helicóptero
- Otro _____

MARITIMO:

- Barco
- Bote
- Deslizador
- Yate
- Lancha
- Canoa
- Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- Libre
- Previa presentación de boleto o ticket
- Semi-restringido (previo permiso)
- Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
- Esporádicamente- algunos meses _____
- Fines de Semana _____
- Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 08:00 – 17:00

Tarifas:

Recorridos por la comunidad: \$5.00 por persona o grupo.
 Recorridos en Lancha: \$10.00 por persona o grupo de 10 personas.

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- Observación de Aves
 Observación de Fauna
 Observación de Flora

DEPORTES/ AVENTURA:

- Ala Delta
 Caminata
 Caza
 Ciclismo
 Camping
 Escalada en Roca
 Motocross
 Parapente
 Puenting
 Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
 Paseos en bote
 Paseos en Caballitos de Totora
 Paseos en Caballo
 Paseos en Carruaje
 Paseos en Lancha o Canoa
 Paseos en Yate
 Excursiones
 Sobrevuelo en aeronave

DEPORTES ACUATICOS:

- Buceo
 Canotaje
 Esquí Acuático
 Kayak
 Motonáutica
 Natación
 Pesca Deportiva
 Remo
 Tabla Hawaiana
 Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
 Ferias
 Degustación de platos típicos
 Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
 Actividades Sociales
 Compras de Artesanías
 Estudios e Investigación
 Realización de Eventos
 Toma de Fotografía y Filmaciones
 Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
 Apart-Hoteles
 Hostales
 Albergues
 Casas de hospedajes
 Eco-lodges
 Otro _____
 Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
 Bares
 Cafetería
 Snacks
 Fuentes de sodas
 Venta de comida rápida
 Kioskos
 Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
 Servicios de guiados
 Alquiler de Caballos
 Servicios de Correos
 Alquiler de Pedalones
 Servicios de Estacionamiento
 Alquiler de Bicicletas
 Servicios de Fax
 Alquiler de Botes
 Servicios de Internet
 Alquiler de Carruaje
 Servicios de salvavidas
 Alquiler de Equipo de Aventura
 Servicio de Taxis
 Bancos- Cajeros
 Enfermería
 Casa de Cambio
 Venta de Artesanía

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación | <input type="checkbox"/> Venta de Material de Información |
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input type="checkbox"/> Venta de Fotografías |
| <input type="checkbox"/> Museo de Sitio | <input type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro_____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|-------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro:_____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:

No, no se utiliza para otros fines.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Guías locales, sin ninguna organización específica pero con previa anticipación de visita.

ADMINISTRADO POR: La comunidad.

CAPACIDAD INSTALADA: 50 personas al día.

FLUJO DE TURISTAS: 0. – 25 personas a la semana.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: medio día.

33) COMUNIDAD EL SITIO ZAPOTAL, GUAZAPA TOURS DE R.L.

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 33
13/05/2017

FECHA:



Ilustración 38. Guazapa Tours de R.L.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Cerro de Guazapa.

UBICACIÓN (*): Km 7.5 de la carretera que conduce de Aguilares a Suchitoto, Cuscatlán, El Salvador.

CATEGORÍA (*): Sitios Naturales.

TIPO (*): Montañas.

SUB TIPO (*): Volcanes.

DESCRIPCIÓN (*): Guazapa Tours es una cooperativa que ofrece servicios turísticos bajo el concepto de turismo rural comunitario. La comunidad lleva por nombre sitio zapotal perteneciente al cantón el zapote: Dicha comunidad se formó después de la firma de los acuerdos de paz. La principal fuente de trabajo de los pobladores es la agricultura. Entre ellos el cultivo de los granos básicos, como maíz, arroz, frijol, y maicillo, entre otros, el espíritu de lucha, entrega ha llevado a los pobladores a salir adelante buscando alternativas que permitan explotar adecuadamente los recursos naturales con los que se cuentan. Es así como surge en los jóvenes de la comunidad el interés por desarrollar el turismo rural y comunitario.

PARTICULARIDADES (*): Tiene acceso al Cerro de Guazapa, lugar donde se encuentra mucha historia sobre el pasado conflicto armado, acompañado de muchos recursos naturales.

ESTADO ACTUAL: es una iniciativa muy bien estructurada cuyos esfuerzos la han llevado a alcanzar muchos proyectos a través de la cooperación de algunas organizaciones internacionales y otras nacionales y locales. Actualmente además de las caminatas y cabalgatas también han incorporado en sus servicios un canopy y un circuito de cuerdas altas.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero Nacional Regional Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo
 A pie
 Automóvil Particular
 Bus Público
 Bus Turístico
 Camioneta de doble tracción
 Combi
 Ferrocarril
 Mini-Bus Público
 Mini-Bus Turístico
 Moto Taxi
 Otro _____

AEREO:

Avión
 Avioneta
 Helicóptero
 Otro _____

MARITIMO:

Barco
 Bote
 Deslizador
 Yate
 Lancha
 Canoa
 Otro _____

TIPO DE INGRESO:

Libre
 Previa presentación de boleto o ticket
 Semi-restringido (previo permiso)
 Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

Todo el año
 Esporádicamente- algunos meses _____
 Fines de Semana _____
 Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 08:00 – 16:00

Tarifas:

Pequeña caminata: Una persona \$ 10.00 dólares, más de 5 personas \$ 5.00 dólares.
Caminata a mediana altura: 1 persona \$25.00 más de 2 personas: \$10.00
Caminata a gran altura: 1 persona \$ 30.00 dólares, Más de 2 personas \$ 15.00 dólares.
Cabalgata a mediana altura: \$30.00 por persona. Más de 2 personas \$ 20.00 dólares
Camping: \$35.00 por persona.
Avistamiento de aves: \$75.00 por persona.
Circuito de canopy y cuerdas altas: \$10.00 nacional, \$30.00 internacional.

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- Observación de Aves
- Observación de Fauna
- Observación de Flora

DEPORTES ACUATICOS:

- Buceo
- Canotaje
- Esquí Acuático
- Kayak
- Motonáutica
- Natación
- Pesca Deportiva
- Remo
- Tabla Hawaiana
- Vela/ windsurf

DEPORTES/ AVENTRURA:

- Ala Delta
- Caminata
- Caza
- Ciclismo
- Camping
- Escalada en Roca
- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Totorá
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante Bares Cafetería
 Snacks Fuentes de sodas Venta de comida rápida
 Kioskos Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes Servicios de guiados
 Alquiler de Caballos Servicios de Correos
 Alquiler de Pedalones Servicios de Estacionamiento
 Alquiler de Bicicletas Servicios de Fax
 Alquiler de Botes Servicios de Internet
 Alquiler de Carruaje Servicios de salvavidas
 Alquiler de Equipo de Aventura Servicio de Taxis
 Bancos- Cajeros Enfermería
 Casa de Cambio Venta de Artesanía
 Centro de interpretación Venta de Material de Información
 Facilidades para discapacitados Venta de Fotografías
 Museo de Sitio Servicio de Piscina
 Oficina de Información
 Seguridad/ POLITUR
 Servicios Higiénicos

LUGARES DE**ESPARCIMIENTO:**

- Discotecas Casino Juegos infantiles
 Peñas Night club Otro _____
 Cine o teatro Maquina de monedas

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles Apart-Hoteles Hostales
 Albergues Casas de hospedajes Eco-lodges
 Otro: _____ Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante Bares Cafetería
 Snacks Fuentes de sodas Venta de comida rápida
 Kioskos Otro _____

DATOS COMPLEMENTARIOS:**INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:**

Gran parte del Cerro de Guazapa es utilizado por las comunidades aledañas para el cultivo y producción agrícola.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Cooperativa Guazapa Tours de R.L.

ADMINISTRADO POR: Junta Directiva de la Cooperativa.

CAPACIDAD INSTALADA: 200 personas al día.

FLUJO DE TURISTAS: 225 personas al año.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: de 4 a 8 horas.

34) COMUNIDAD PALO GRANDE.

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 34
13/05/2017

FECHA:



Ilustración 39. Ruinas de una iglesia en Palo Grande.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Comunidad Palo Grande.

UBICACIÓN (*): alrededor de 16 millas (o 27 km) al noreste de San Salvador, en Suchitoto.

CATEGORÍA (*): Manifestaciones culturales.

TIPO (*): Lugares históricos.

SUB TIPO (*): Campo de batalla.

DESCRIPCIÓN (*): En dicho lugar, la comunidad brinda caminatas al Cerro de Guazapa a mediana altura, también recorridos por la comunidad donde se pueden apreciar vestigios de iglesias antiguas, murales, entre otros.

PARTICULARIDADES (*): Tiene acceso al Cerro de Guazapa, lugar donde se encuentra mucha historia sobre el pasado conflicto armado, acompañado de muchos recursos naturales.

ESTADO ACTUAL: es una iniciativa no muy bien estructurada por ello la realización de recorridos por el lugar resulta algo complicado para poder establecer contacto con los residentes de la zona y los que han decidido comenzar a brindar esos tours.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero

Nacional

Regional

Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

A caballo

A pie

AEREO:

Avión

Avioneta

- Automóvil Particular
- Bus Público
- Bus Turístico
- Camioneta de doble tracción
- Combi
- Ferrocarril
- Mini-Bus Público
- Mini-Bus Turístico
- Moto Taxi
- Otro _____

- Helicóptero
- Otro _____

MARITIMO:

- Barco
- Bote
- Deslizador
- Yate
- Lancha
- Canoa
- Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- Libre
- Previa presentación de boleto o ticket
- Semi-restringido (previo permiso)
- Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
- Esporádicamente- algunos meses _____
- Fines de Semana _____
- Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 08:00 – 16:00

Tarifas:

Pequeña caminata: Una persona \$ 10.00 dólares, más de 5 personas \$ 5.00 dólares.
Caminata a mediana altura: 1 persona \$25.00 más de 2 personas: \$10.00

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- Observación de Aves
 Observación de Fauna
 Observación de Flora

DEPORTES/ AVENTRURA:

- Ala Delta
 Caminata
 Caza
 Ciclismo
 Camping
 Escalada en Roca
 Motocross
 Parapente
 Puenting
 Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
 Paseos en bote
 Paseos en Caballitos de Totora
 Paseos en Caballo
 Paseos en Carruaje
 Paseos en Lancha o Canoa
 Paseos en Yate
 Excursiones
 Sobrevuelo en aeronave

DEPORTES ACUATICOS:

- Buceo
 Canotaje
 Esquí Acuático
 Kayak
 Motonáutica
 Natación
 Pesca Deportiva
 Remo
 Tabla Hawaiana
 Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
 Ferias
 Degustación de platos típicos
 Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
 Actividades Sociales
 Compras de Artesanías
 Estudios e Investigación
 Realización de Eventos
 Toma de Fotografía y Filmaciones
 Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
 Apart-Hoteles
 Hostales
 Albergues
 Casas de hospedajes
 Eco-lodges
 Otro _____
 Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
 Bares
 Cafetería
 Snacks
 Fuentes de sodas
 Venta de comida rápida
 Kioskos
 Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
 Servicios de guiados
 Alquiler de Caballos
 Servicios de Correos
 Alquiler de Pedalones
 Servicios de Estacionamiento
 Alquiler de Bicicletas
 Servicios de Fax
 Alquiler de Botes
 Servicios de Internet
 Alquiler de Carruaje
 Servicios de salvavidas
 Alquiler de Equipo de Aventura
 Servicio de Taxis
 Bancos- Cajeros
 Enfermería

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Casa de Cambio | <input type="checkbox"/> Venta de Artesanía |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación | <input type="checkbox"/> Venta de Material de Información |
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input type="checkbox"/> Venta de Fotografías |
| <input type="checkbox"/> Museo de Sitio | <input type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: _____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:

No, no se utiliza para otros fines.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: Comunidad Palo Grande.

ADMINISTRADO POR: Guías locales que por su propia cuenta han decidido brindar los servicios de guiado al Cerro de Guazapa.

CAPACIDAD INSTALADA: 50 personas al día.

FLUJO DE TURISTAS: 50 personas al año.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: de 4 a 8 horas.

35) HACIENDA COLIMA.

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

FICHA N°: 35

FECHA: 13/05/2017



Ilustración 40. Hacienda Colima.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): Hacienda Colima.

UBICACIÓN (*): Km 46 ½ Carretera troncal del norte.

CATEGORÍA (*): Manifestaciones culturales.

TIPO (*): Arquitectura y espacios urbanos.

SUB TIPO (*): Casa - hacienda.

DESCRIPCIÓN (*): Este lugar es uno de los pocos cascos de hacienda de la época colonial que aún se conservan en buen estado en El Salvador con una antigüedad de más de 200 años. Atractivos del lugar incluyen una reserva natural protegida, laguna artificial (paseos en canoa y pesca artesanal), distintas especies de aves, parque deportivo, cabalgatas en la zona protegida, antigüedades, artesanía propia, piscina, alojamiento, y comida típica.

PARTICULARIDADES (*): la antigüedad de la estructura ya que data desde hace más de 200 años.

ESTADO ACTUAL: la estructura y el lugar en general se encuentran en muy buenas condiciones para recibir turistas y que puedan disfrutar de los diferentes servicios que ahí se brindan.

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

(X) Extranjero

(X) Nacional

(X) Regional

(X) Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

AEREO:

- A caballo
- A pie
- Automóvil Particular
- Bus Público
- Bus Turístico
- Camioneta de doble tracción
- Combi
- Ferrocarril
- Mini-Bus Público
- Mini-Bus Turístico
- Moto Taxi
- Otro _____

- Avión
- Avioneta
- Helicóptero
- Otro _____

MARITIMO:

- Barco
- Bote
- Deslizador
- Yate
- Lancha
- Canoa
- Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- Libre
- Previa presentación de boleto o ticket
- Semi-restringido (previo permiso)
- Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
- Esporádicamente- algunos meses _____
- Fines de Semana _____
- Feriados _____

Horario de visita: Lun - Dom: 08:00 – 16:00

Tarifas:

Posada \$10.00 p/p
 Alimentación diaria \$9.50 p/p
 Visita a la reserva \$4.00 p/p

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- Observación de Aves
- Observación de Fauna
- Observación de Flora

DEPORTES/ AVENTRURA:

- Ala Delta
- Caminata
- Caza
- Ciclismo
- Camping
- Escalada en Roca
- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Totora
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

DEPORTES ACUATICOS:

- Buceo
- Canotaje
- Esquí Acuático
- Kayak
- Motonáutica
- Natación
- Pesca Deportiva
- Remo
- Tabla Hawaiana
- Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de hospedajes
- Eco-lodges
- Otro _____
- Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante
- Bares
- Cafetería
- Snacks
- Fuentes de sodas
- Venta de comida rápida
- Kioskos
- Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes
- Servicios de guiados
- Alquiler de Caballos
- Servicios de Correos
- Alquiler de Pedalones
- Servicios de Estacionamiento
- Alquiler de Bicicletas
- Servicios de Fax

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Botes | <input type="checkbox"/> Servicios de Internet |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Carruaje | <input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Equipo de Aventura | <input type="checkbox"/> Servicio de Taxis |
| <input type="checkbox"/> Bancos - Cajeros | <input checked="" type="checkbox"/> Enfermería |
| <input type="checkbox"/> Casa de Cambio | <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación | <input type="checkbox"/> Venta de Material de Información |
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input type="checkbox"/> Venta de Fotografías |
| <input type="checkbox"/> Museo de Sitio | <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro_____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)
(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- | | | |
|-------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-Hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro:_____ | <input type="checkbox"/> Resort | |

ALIMENTACIÓN:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de sodas | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioskos | <input type="checkbox"/> Otro_____ | |

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:

No, no se utiliza para otros fines.

PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO: ASOCIACION COOPERATIVA "COLIMA"

ADMINISTRADO POR: ASOCIACION COOPERATIVA "COLIMA"

CAPACIDAD INSTALADA: 26 personas en posada, 200 personas en eventos al día.

FLUJO DE TURISTAS: 50 personas al mes.

TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES: de 2 - 4 horas.

D) CUARTA ETAPA: EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS²¹

Para realizar las evaluaciones y jerarquización de los recursos o atractivos turísticos se utiliza la siguiente metodología²²:

NIVELES DE JERARQUÍA ²³

| Jerarquía | Descripción |
|-----------|--|
| 5 | Se refiere a un atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país, o de algún mercado específico. Equivalente a recurso único en el mundo. |
| 4 | Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos. Equivalente a recurso único en el país. |
| 3 | Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas; o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales). Equivalente a recurso único en una jurisdicción subnacional. |
| 2 | Atractivos con méritos suficientes como para ser considerados importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico. Equivalente a recurso único en una localidad. |
| 1 | Atractivos sin méritos suficientes como para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. Equivalente a recurso complementario. |

Tabla 12 Niveles de jerarquía.

La jerarquía puede asignarse tanto a:

- Recursos en operación:
Aquellos que estén recibiendo flujo de turistas demostrables.
- Recursos que no están en operación:
Aquellos que carecen de infraestructura y de estructura vial, urbana u otras instalaciones, pero se estima una demanda potencial.

²¹ Fuente: Organización Mundial de Turismo.

²² Fuente: Guía metodológica para la Jerarquización de atractivos turísticos de Perú.

²³ Fuente: <http://www.entornoturistico.com/jerarquias-de-los-recursos-y-atractivos-turisticos/>

Proceso de evaluación.

Recursos Jerarquía 3,2,1

Conformar y designar un equipo evaluador no menor de tres personas, el cual procede a la evaluación del recurso turístico.

Recursos Jerarquía 5 y 4

Evaluación a cargo de un equipo, conformado por tres personas.

Requisitos de los evaluadores

- Tener conocimiento de la problemática turística y sus conceptos, especialmente del inventario.
- Tener conocimiento in situ de recursos turísticos de jerarquía 4,3,2,1 a nivel nacional.
- Tener conocimiento o haber visitado recursos turísticos a nivel internacional de jerarquía similares a la 5.

Criterios relacionados con el Valor Intrínseco

- A. Particularidades.
- B. Publicaciones.
- C. Reconocimientos.
- D. Estado de Conservación.

Criterios relacionados con la representatividad y la demanda.

- E. Flujo de Turistas.
- F. Representatividad Territorial.
- G. Inclusión en la visita.
- H. Demanda Potencial.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN: PONDERACIÓN.

| Código | Criterio de Evaluación | Recursos en operación | Recursos que no están en Operación |
|--------|--------------------------------|-----------------------|------------------------------------|
| A | Particularidad | 2 | 2.5 |
| B | Publicaciones | 0.5 | 1 |
| C | Reconocimiento | 1.5 | 2.5 |
| D | Estado de Conservación | 1.5 | 3 |
| E | Fujo de Turistas | 2.0 | |
| F | Representatividad | 1.5 | |
| G | Inclusión en la visita técnica | 1.0 | |
| H | Demanda Potencial | | 1 |

Tabla 13 Ponderación de criterios de evaluación.

A. PARTICULARIDAD

| Criterio de evaluación | Validación |
|--|-------------------|
| Atributos que lo destacan en el ámbito internacional. <ul style="list-style-type: none">- Reconocimiento internacional que lo diferencie.- Valor histórico (antigüedad, hechos, cultura auténtica).- Características naturales que lo diferencian a nivel internacional. | 6 |
| Atributos únicos que lo destacan en el ámbito nacional. <ul style="list-style-type: none">- Valor histórico (antigüedad, hechos, cultura auténtica)- Valor y calidad arquitectónica que lo diferencie (edificaciones auténticas, calidad del diseño, diferente a las de su género)- Características naturales que lo diferencian a nivel nacional. | 4 |
| Atributos únicos que lo destacan en el ámbito regional. <ul style="list-style-type: none">- Características culturales y naturales que lo diferencian a nivel regional.- Valor y calidad arquitectónica que lo diferencie. | 2 |
| Atributos únicos que lo destacan en el ámbito local. <ul style="list-style-type: none">- Características culturales y naturales que lo diferencian a nivel local.- Valor y calidad arquitectónica que lo diferencie. | 1 |

Tabla 14 Criterios de evaluación de particularidad.

B. PUBLICACIONES

| Criterio de evaluación | Validación |
|--|-------------------|
| Publicaciones de orden científico, histórico, cultural y natural de trascendencia internacional. | 6 |
| Publicaciones de orden científico, histórico, cultural y natural de trascendencia nacional. | 4 |
| Publicaciones de orden científico, histórico, cultural y natural de trascendencia regional. | 2 |
| Publicaciones menores: monografías y artículos. | 1 |

Tabla 15 Criterios de evaluación de publicaciones.

C. RECONOCIMIENTOS

| Criterio de evaluación | Validación |
|--|-------------------|
| Tiene algún reconocimiento oficial de primer orden de carácter internacional como recurso cultural y natural. <ul style="list-style-type: none"> - UNESCO (Patrimonio de la Humanidad) - RAMSAR (Humedales, Pantanos), otros | 6 |
| Tiene algún tipo de reconocimiento oficial de carácter nacional como recurso cultural y natural. <ul style="list-style-type: none"> - Ley. - Declaración de Patrimonio Cultural de la Nación. - Área Natural Protegida. - Otros. | 4 |
| Tiene algún reconocimiento oficial de carácter regional como recurso cultural y natural. <ul style="list-style-type: none"> - Área de conservación regional. - Otros. | 2 |
| Tiene algún reconocimiento oficial de carácter local como recurso cultural y natural. <ul style="list-style-type: none"> - Área de conservación municipal. - Otros. | 1 |

Tabla 16 Criterios de evaluación de reconocimientos.

D. ESTADO DE CONSERVACIÓN

| | Criterio de evaluación | Validación |
|------------------|--|-------------------|
| Muy bueno | Su estado de conservación permite distinguir plenamente sus características y atributos. <ul style="list-style-type: none"> - No tiene problemas o impactos referidos a depredación o contaminación. | 6 |
| Bueno | El recurso es distinguible y apreciable. Presenta algunos problemas temporales: <ul style="list-style-type: none"> - Con impacto leve referido a depredación y/o contaminación. | 4 |
| Regular | Es posible reconocer las características principales del recurso, aunque con limitaciones debido a las condiciones en que se encuentra. Es posible su recuperación: <ul style="list-style-type: none"> - Problemas de depredación. - Problemas de contaminación. | 2 |
| Malo | No es posible reconocer sus características principales del recurso, salvo por referencias. Tiene problemas trascendentes: <ul style="list-style-type: none"> - Problemas de depredación. - Problemas de contaminación. - Problemas de invasión de áreas. | 1 |

Tabla 17 Criterios de evaluación de estado de conservación.

E. FLUJO DE TURISTAS

| Criterio de evaluación | Validación |
|--|-------------------|
| Es visitado principalmente por el turismo internacional. | 6 |
| Es visitado principalmente por el turismo nacional. | 4 |
| Es visitado principalmente por el turismo regional. | 2 |
| Es visitado principalmente por el turismo local | 1 |

Tabla 18 Criterios de evaluación de flujo de turistas.

F. REPRESENTATIVIDAD TERRITORIAL

| Criterio de evaluación | Validación |
|---|-------------------|
| Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad internacional: - Imagen a nivel internacional. - Posicionamiento turístico a nivel internacional. | 6 |
| Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad nacional: - Imagen a nivel nacional. - Posicionamiento turístico a nivel nacional. | 4 |
| Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad regional: - Imagen a nivel regional. - Posicionamiento turístico a nivel regional. | 2 |
| Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad local: - Recurso característico de la localidad. - Imagen a nivel local. | 1 |

Tabla 19 Criterios de evaluación de representatividad territorial.

G. INCLUSIÓN EN LA VISITA TURÍSTICA

| Criterio de evaluación | Validación |
|--|-------------------|
| Recurso de visita principal en los circuitos y corredores turísticos nacionales y regionales. | 6 |
| Recurso de visita complementaria en los circuitos y corredores turísticos regionales. | 4 |
| Es un recurso turístico de visita opcional en los circuitos y corredores turísticos regionales. | 2 |
| Recurso incluido en la visita sólo por su ubicación en los circuitos y corredores turísticos regionales. | 1 |

Tabla 20 Criterios de evaluación de inclusión en visita técnica.

H. DEMANDA POTENCIAL

| Criterio de evaluación | Validación |
|---|------------|
| Se estima que tiene condiciones para recibir un turismo receptivo principalmente. | 6 |
| Se estima que tiene condiciones para recibir un turismo interno principalmente. | 4 |
| Se estima que tiene condiciones para recibir un turismo de nivel regional principalmente. | 2 |
| Se estima que tiene condiciones para recibir visitas de nivel local principalmente. | 1 |

Tabla 21 Criterios de evaluación de demanda potencial.

FORMULAS PARA CONOCER LA JERARQUIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURISTICOS:

Sub-total = Valor asignado * Poderación

Jerarquía: \sum del Sub- total

FICHA DE JERARQUIZACIÓN

- Recursos en operación (F-1)

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------|--------------------|------------------|
| | | | | N° |
| Nombre del recurso turístico: | | | | |
| Departamento: | | Categoría: | | |
| Municipio: | | Tipo: | | |
| | | Sub tipo: | | |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | | 2 | |
| B | Publicaciones | | 0.5 | |
| C | Reconocimiento | | 1.5 | |
| D | Estado de conservación | | 1.5 | |
| E | Flujo de turistas | | 2 | |
| F | Representatividad | | 1.5 | |
| G | Inclusión en la visita turística | | 1 | |
| | | | Total | |
| Jerarquía | | | | |

- Recursos que no están en operación (F-2)

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-2 |
|--------------------------------------|------------------------|-------------------|--------------|-----------|
| | | | | N° |
| Nombre del recurso turístico: | | | | |
| Departamento: | | Categoría: | | |
| Municipio: | | Tipo: | | |
| | | Sub tipo: | | |
| | | | | |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | | 2.5 | |
| B | Publicaciones | | 1 | |
| C | Reconocimiento | | 2.5 | |
| D | Estado de conservación | | 3 | |
| H | Demanda potencial | | 1 | |
| | | | Total | |
| | | | | |
| Jerarquía | | | | |
| | | | | |

TABLA FINAL DE EQUIVALENCIA

| Valoración total | Jerarquía |
|----------------------|-----------|
| Mayor a 60 puntos | 5 |
| De 50 a 60 puntos | 4 |
| De 30 a 49 puntos | 3 |
| De 15 a 29 puntos | 2 |
| Menores de 15 puntos | 1 |

Tabla 22 Tabla final de equivalencia.

Se realiza la jerarquización para cada iniciativa para su posterior depuración²⁴.

²⁴ Ver fichas de jerarquización en ANEXO B del documento.

E) QUINTA ETAPA: PRESENTACIÓN DEL INVENTARIO TURÍSTICO.

Posteriormente de realizar las visitas de campo, evaluación y jerarquización de los recursos o atractivos turísticos se presenta un cuadro de resumen donde se destacan las categoría, tipo, subtipo y jerarquía de cada recurso o atractivo turístico que posee el inventario turístico:

| N° | Recurso turístico | Categoría | Tipo | Subtipo | Jerarquía |
|----|-------------------------------------|--------------------------------|--------------------------|----------------------------------|-----------|
| 1. | Casa 1800 | Manifestaciones culturales | Espacios urbanos | Hoteles y Restaurante | 3 |
| 2. | Hotel y Restaurante Los Almendros | Manifestaciones culturales | Espacios urbanos | Hoteles y Restaurante | 3 |
| 3. | Academia de Lenguaje Pájaro flor | Manifestaciones culturales | Espacios urbanos | Edificaciones | 3 |
| 4. | La Posada de Suchitlán | Manifestaciones culturales | Espacios urbanos | Hoteles y Restaurante | 3 |
| 5. | Casa de la Abuela | Manifestaciones culturales | Espacios urbanos | Hoteles y Restaurante | 3 |
| 6. | El Tejado | Manifestaciones culturales | Espacios urbanos | Hoteles y Restaurante | 3 |
| 7. | Puerto San Juan | Manifestaciones culturales | Espacios urbanos | Puertos, embarcaciones y muelles | 4 |
| 8. | Hostal Los Sánchez | Manifestaciones culturales | Espacios urbanos | Hostales | 3 |
| 9. | Centro Arte para la Paz | Manifestaciones culturales | Museo y Pinacoteca | Museo | 3 |
| 10 | Hotel Blanca Luna | Manifestaciones culturales | Espacios urbanos | Hoteles y Restaurante | 3 |
| 11 | Hotel La Barranca | Manifestaciones culturales | Espacios urbanos | Hoteles y Restaurante | 2 |
| 12 | Parque arqueológico Cihuatán | Manifestaciones culturales | Sitio Arqueológico | Edificaciones | 3 |
| 13 | Parque Ecológico bosque de Cinquera | Sitio naturales | Área protegida | Bosque protegido | 3 |
| 14 | Comunidad San Antonio | Realización técnica científica | Explotaciones culturales | Trapiche | 2 |
| 15 | Hacienda Los Nacimientos | Manifestaciones culturales | Espacios urbanos | Casa-Hacienda | 3 |
| 16 | Día de la Cruz | Acontecimientos Programados | Creencia popular | Costumbre | 3 |
| 17 | Festival | Acontecimientos | Eventos | Festivales | 3 |

| | | | | | |
|----|--|-----------------------------|---------------------------------|--------------------|---|
| | permanente de arte y cultura | Programados | | | |
| 18 | Semana Santa sacando a Jesús de Nazaret | Acontecimientos Programados | Fiesta | Fiesta religiosa | 3 |
| 19 | Fiesta de aniversario de Suchitoto | Acontecimientos Programados | Fiesta | Fiesta patronales | 2 |
| 20 | Festival del maíz | Acontecimientos Programados | Eventos | Festivales | 2 |
| 21 | Desfile tradicional del INSU | Acontecimientos Programados | Eventos | Festivales | 2 |
| 22 | Fiestas Patrias | Acontecimientos Programados | Fiestas | Fiestas patrias | 3 |
| 23 | Feriado del añil | Folclore | Ferias y mercados | Ferias artesanales | 3 |
| 24 | Fiestas Patronales en honor a la Virgen de Santa Lucia | Acontecimientos Programados | Fiestas | Fiestas patronales | 3 |
| 25 | Festival del cerro de Guazapa | Acontecimientos Programados | Eventos | Festivales | 3 |
| 26 | Centro Histórico de Suchitoto | Manifestaciones culturales | Lugares histórico | Complejo histórico | 4 |
| 27 | Hacienda la bermuda | Manifestaciones culturales | Arquitectura y espacios urbanos | Casa Hacienda – | 3 |
| 28 | Turicentro las Américas | Manifestaciones culturales | Arquitectura y espacios urbanos | Turicentro | 2 |
| 29 | Sitio arqueológico Ciudad Vieja | Manifestaciones culturales | Sitios arqueológicos | Edificaciones | 4 |
| 30 | Sitio Cenícero | Manifestaciones culturales | Lugares Históricos | Campo de batalla | 2 |
| 31 | Cooperativa Guazapa Tours | Sitios naturales | Montañas | Volcanes | 4 |
| 32 | Palo Grande | Manifestaciones culturales | Lugares históricos | Campo de batalla | 3 |
| 33 | Hacienda colima | Manifestaciones culturales | Arquitectura y espacios urbanos | Casa Hacienda – | 3 |

| | | | | | |
|----|----------------|----------------------------|--------------------------|------------------|---|
| 34 | Aguacayo | Manifestaciones culturales | Lugares históricos | Campo de batalla | 2 |
| 35 | Río agua tibia | Sitio naturales | Aguas minero-medicinales | Aguas termales | 2 |

Tabla 23 Cuadro resumen de Inventario Turístico.

D. MERCADO CONSUMIDOR.

El concepto de estudio de mercado se identifica con la definición tanto del precio al que los consumidores están dispuestos a comprar, como a la demanda. Los objetivos particulares del estudio de mercado serán ratificar la posibilidad real de colocar los circuitos turísticos en el mercado, conocer los canales de comercialización que usan o podrían usarse en la comercialización de ellos, determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer la composición, las características y la ubicación de los potenciales consumidores.

1. METODOLOGÍA DEL MERCADO CONSUMIDOR



Esquema 21 Metodología de la investigación del mercado consumidor.

2. DEFINICIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR

El mercado es el conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o deseo y que podrían estar dispuestos a satisfacerlos con el intercambio de otros elementos de valor. Coloquialmente se usa para señalar diferentes agrupaciones de consumidores²⁵.

El mercado consumidor para este estudio se encuentra dividido en tres perfiles: jóvenes, familia y extranjeros; estos perfiles se describen en la siguiente página.

²⁵ Philip Kotler.

3. FUENTES DE INFORMACIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR

Para recolectar la información es necesario contar con fuentes: primarias y secundarias.

- **Primaria**
Los datos primarios pertenecen a estas fuentes: revistas científicas, libros, tesis, monografías, resúmenes bibliográficos, entrevistas personales, etc.
- **Secundaria**
Son aquellas que contienen comentarios o síntesis sobre otros trabajos en las diferentes áreas del conocimiento. Son ejemplos de estas fuentes secundarias: reseñas de investigaciones, compilaciones y listados de referencias publicadas en los diferentes campos del conocimiento, citas bibliográficas, catálogos de bibliotecas, ficheros, índices, etc.

| | Fuentes Primarias | Fuentes Secundarias |
|--------------------|--|---|
| Ventajas | Responde directamente a lo que se busca. | Es relativamente barato lo que les permite a los investigadores un ahorro. |
| Desventajas | Se lleva más tiempo y genera un costo para la empresa, además de la logística que debe realizarse previamente. | Existe dificultad en la accesibilidad del dato que se busca y no se encuentra la información que realmente se necesita. |

Tabla 24 Fuentes primaria y secundaria de la investigación.

Las fuentes de información para el estudio de mercado, se detallan en la siguiente página:

A) INVESTIGACIÓN PRIMARIA O DE CAMPO

- **Visita y entrevista con la contraparte:**
Aspectos generales y propios que son de interés para la cooperativa Guazapa Tours de R.L., para manejar su participación en el desarrollo del circuito turístico.
- **Realizar encuesta con posibles visitantes al circuito turístico, para cada segmento establecido.**

La información que se requiere de los consumidores está orientada a sus hábitos, preferencias, gustos, frecuencias para hacer turismo, precios que paga en cada visita a lugares turísticos, veces que asiste, días que se hospeda por visita, expectativas, y todos los aspectos relevantes que los clientes consideran al momento de adquirir un servicio turístico y la disponibilidad que presentan a realizar circuitos turísticos rurales.

Además mediante la encuesta se procede a la recolección de información que contribuya a identificar la demanda potencial.

El mercado encuestado es: Personas individuales

B) INVESTIGACIÓN SECUNDARIA

Para este tipo de información existe una gran variedad de información en libros de internet, estadísticas del Ministerio de Economía del país, Ministerio de turismo, Base de Datos de Censo de Población y Vivienda, Estimaciones y Proyecciones Nacionales de Población, información que brinda el OMT, DIGESTYC.

Además existen reportes del desarrollo del turismo en otros países, las tendencias de turismo, los comportamientos de compra de los consumidores, las reacciones ante el marketing de publicidad que está presente en el medio.

Algunas fuentes se citan a continuación:

- VI Censo de población y vivienda 2007 (Población, Viviendas y Hogares).
- Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2015. Ministerio de Economía. Gobierno de El Salvador.
- Boletín estadístico 2015. Ministerio de Turismo y CORSATUR.
- Mapa de Pobreza: Tomo II. Indicadores para el manejo social del riesgo a nivel municipal. 2005 Fondo de inversión social para el desarrollo local (FISDL).
- Mapa De Pobreza Urbana y Exclusión Social. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) Programa El Salvador, Ministerio de Economía, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) San Salvador, El Salvador, 2010.

4. PERFIL DEL CONSUMIDOR

Para el diagnóstico de los circuitos de manera preliminar se identifican tres tipos de consumidores, la oferta turística a brindar para cada tipo de consumidor puede estar enfocada a la población joven mediante circuitos de actividades extremas, a las familias mediante circuitos que incluyan actividades culturales y a los turistas extranjeros que buscan atractivos turísticos distintivos del país. Esta hipótesis será comprobada o rechazada mediante el análisis de los resultados de la investigación de mercado.

A) PERFIL DEL CONSUMIDOR NACIONAL JOVEN



CONSUMIDOR NACIONAL JOVEN

- Turistas nacionales.
- Residentes del Área Metropolitana de San Salvador y del municipio de Suchitoto.
- Género Femenino y Masculino.
- Edad entre 18 y 35 años.
- Situación económica de no pobreza.

Esquema 22 Perfil preliminar del consumidor nacional joven.

Características:

| | | |
|---|---|---|
| Actividades de preferencia: | ▪ Contacto con la naturaleza. | ▪ Disponibilidad de servicio de alimentación. |
| | ▪ Actividades de aventura. | ▪ Transporte. |
| Necesidades: | ▪ Servicios personalizados. | ▪ Comodidad. |
| | ▪ Paquetes de precios accesibles. | ▪ Seguridad. |
| Elementos importantes al elegir un lugar turístico: | ▪ Lugares con belleza, pa flora y fauna exótica. | ▪ Actividades con un sentido preservación de la naturaleza. |
| | ▪ Actividades extremas. | |
| Medio de comunicación que usa para conocer lugares turísticos: | ▪ Redes sociales. | ▪ Páginas web. |
| | ▪ Vallas publicitarias. | |
| Otros aspectos del consumidor Nacional Joven: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizan paseos turísticos con frecuencia. ▪ Deseos de conocer la riqueza natural del país. ▪ Práctica de turismo con amigos o en pareja. ▪ Visita lugares turísticos en época de vacaciones y fines de semana. ▪ Los visitantes se hospedan 1 día en los lugares turísticos. ▪ Entre los servicios que espera un turista son: guías turísticos, caminatas, actividades que se integren con la naturaleza. | |

Tabla 25 Características del perfil preliminar del consumidor nacional joven.

B) PERFIL DEL CONSUMIDOR NACIONAL FAMILIAR



CONSUMIDOR NACIONAL FAMILIAR

- Turistas nacionales.
- Residentes del Área Metropolitana de San Salvador y del municipio Suchitoto.
- Género Femenino y Masculino.
- Edad entre 0 y 64 años o más.
- Situación económica de no pobreza.

Esquema 23 Perfil preliminar del consumidor nacional familiar.

Características:

| | | |
|---|---|--|
| Actividades de preferencia: | ▪ Contacto con la naturaleza. | ▪ Disponibilidad de servicio de alimentación. |
| | ▪ Descanso. | ▪ Disponibilidad del servicio de alojamiento. |
| Necesidades: | ▪ Servicios personalizados. | ▪ Comodidad. |
| | ▪ Paquetes que incluyan actividades para niños. | ▪ Seguridad. |
| Elementos importantes al elegir un lugar turístico: | ▪ Lugares con belleza, paisajes, flora y fauna exótica. | ▪ . Actividades con un sentido de preservación de la naturaleza. |
| | ▪ Ambiente relajante donde pueda liberar el estrés ocasionado por la ciudad, el trabajo y la vida diaria. | |
| Medio de comunicación que usa para conocer lugares turísticos: | ▪ Referencias personales. | ▪ Páginas web. |
| | ▪ Redes sociales. | ▪ Vallas publicitarias. |
| Otros aspectos del consumidor Nacional Joven: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizan paseos turísticos con frecuencia. ▪ Deseos de conocer la riqueza natural y cultural del país. ▪ Práctica de turismo con el grupo familiar. ▪ Visita lugares turísticos en época de vacaciones. ▪ Los visitantes se hospedan 1 día en los lugares turísticos. ▪ Entre los servicios que espera un turista son: guías turísticos, caminatas, actividades que se integren con la naturaleza. | |

Tabla 26 Características del perfil preliminar del consumidor nacional familiar.

C) PERFIL DEL CONSUMIDOR EXTRANJERO



CONSUMIDOR EXTRANJERO

- Turistas Internacionales.
- Género Femenino y Masculino.
- Mayores de 20 años.
- Nivel educativo y cultural alto.

Esquema 24 Perfil preliminar del turista extranjero.

Características:

| | | |
|---|---|--|
| Actividades de preferencia: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Canopy. ▪ Gastronomía. ▪ Acampar. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación flora y fauna. ▪ Montañismo. ▪ Actividades culturales. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Descanso. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilidad del servicio de alojamiento. |
| Necesidades: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguridad y comodidad. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diversidad de Atractivos. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ubicación y fácil acceso a las instalaciones del lugar. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calidad en el servicio. |
| Elementos importantes al elegir un lugar turístico: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Contacto con la Naturaleza (Flora y Fauna). | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividades que no contaminen el medio ambiente. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocer actividades Agropecuarias. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ambiente de paz y tranquilidad que sea más relajante. |
| Medio de comunicación que usa para conocer lugares turísticos: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Agencias de viaje/Tour operadores. ▪ Referencias personales. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet. ▪ Vallas publicitarias. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ El 89% de los turistas ya ha visitado con anterioridad El Salvador. ▪ El 75% de los turistas viene a realizar turismo con familiares o amigos; el 10% por trabajo o negocios; el 4% por motivos de estudio y 11% por motivos de voluntariado. ▪ Visita lugares turísticos en época de vacaciones. ▪ Los visitantes se hospedan en los lugares de turismo, el 43% de los turistas tiene una estancia de 3 días y 2 noches; el 39% de una noche; el resto más de 3 noches y 4 días. ▪ Entre los servicios que espera encontrar un turista son: actividades agropecuarias, culturales, guías turísticos, camping, hospedaje, restaurantes, caminatas, y otras actividades que se integren con la naturaleza. | |
| Otros aspectos del consumidor Nacional Joven: | | |

Tabla 27 Características del perfil preliminar del consumidor extranjero.

5. TIPO DE INVESTIGACIÓN (ENFOQUE DE ESTUDIO) Y TAMAÑO DE MUESTRA

A) IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación busca la identificación de grupos homogéneos de clientes para adecuar el producto/ servicio de las características del mercado. Es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado. Es un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa. Es un proceso de agregación en donde se estudia un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes.

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing. A continuación se describen, los tipos de segmentación elegidos para determinar los fragmentos del mercado que serán objeto de estudio:

▪ Características Demográficas

Para el año 2015 la EHPM reporta que la población total del país fue de 6, 459,911 personas, de las cuales 4, 028,038 residen en el área urbana y 2, 431,873 en la rural, lo que en términos relativos representa el 62.4% y 37.6% respectivamente. En esta misma línea, se destaca que en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), se concentra el 27.5% del total de la población del país, es decir 1, 773,436 habitantes.

| Departamento | Población Total | Extensión en Km ² | Habitantes por Km ² |
|--------------|------------------|------------------------------|--------------------------------|
| San Salvador | 1,764,426 | 886.15 | 1,991 |
| La Libertad | 784,531 | 1,652.88 | 475 |
| Sonsonate | 497,129 | 1,225.77 | 406 |
| Cuscatlán | 259,517 | 756.19 | 343 |
| Santa Ana | 354,001 | 1,223.61 | 289 |
| Ahuachapán | 580,376 | 2,023.17 | 287 |
| La Paz | 355,287 | 1,239.60 | 287 |
| San Miguel | 489,546 | 2,077.10 | 236 |
| Usulután | 367,871 | 2,130.44 | 173 |
| Cabañas | 180,138 | 1,184.02 | 152 |
| San Vicente | 163,630 | 1,103.51 | 148 |
| Morazán | 199,021 | 1,447.43 | 137 |
| La Unión | 263,092 | 2,074.34 | 127 |
| Chalatenango | 201,346 | 2,016.58 | 100 |
| Total | 6,459,911 | 21,040.79 | 307 |

Tabla 28 Población y densidad según departamento²⁶.

²⁶ Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2015.

▪ **Situación del empleo**

En El Salvador la Población en Edad de Trabajar (PET) está definida a partir de los 16 años, edad que se determina de acuerdo a la situación particular de trabajo de cada país. La PET permite caracterizar a los mercados de trabajo y como en la mayoría de los países latinoamericanos se registra a través de las encuestas de hogares que realizan las diferentes oficinas estadísticas.

En la EHPM para el año 2015 se obtuvo que la población en edad de trabajar (PET), representa el 71.5% (4,616,655) de la población total de El Salvador, es decir, las personas de 16 años y más, que de acuerdo a la realidad socioeconómica del país están aptas para incorporarse a las actividades productivas.

El Salvador: Salario promedio mensual de los ocupados por sexo, según rama de actividad económica.

| Rama de actividad económica | Mujer Salario promedio mensual \$ | Hombre Salario promedio mensual \$ | Total Salario promedio mensual \$ |
|---|--|---|--|
| Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura | 147.84 | 146.72 | 146.83 |
| Pesca | 133.61 | 236.52 | 225.89 |
| Explotación de minas y canteras | 216.67 | 214.60 | 214.67 |
| Industrial Manufactura | 233.64 | 330.77 | 284.90 |
| Suministro de electricidad , gas y agua | 596.94 | 461.83 | 492.06 |
| Construcción | 996.06 | 279.85 | 298.56 |
| Comercio, Hoteles y restaurantes | 248.24 | 329.60 | 282.06 |
| Transporte, almacenamiento y comunicaciones | 397.14 | 347.34 | 352.77 |
| Intermediación Financiera y Actividades inmobiliarias | 385.05 | 424.21 | 413.13 |
| Administración Pública y Defensa | 567.39 | 473.50 | 501.78 |
| Enseñanza | 483.20 | 533.56 | 503.07 |
| Servicios Comunes, Sociales y de Salud | 328.11 | 386.24 | 351.80 |
| Hogares con servicio doméstico | 131.80 | 192.96 | 137.48 |
| Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales | 1,500.00 | 561.24 | 1317.22 |
| Total | 272.04 | 322.00 | 300.13 |

Tabla 29 Salario promedio mensual de los ocupados en El Salvador²⁷.

Población Económicamente Activa (PEA).

La Población Económicamente Activa que es definida como la parte de la PET que realiza alguna actividad económica u ofrece su fuerza de trabajo al mercado laboral, está constituida por 2,867,966 personas; de éste total el 59.4% es representado por los hombres y el 40.6% por las mujeres.

²⁷ Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2015.

La PEA está compuesta por el 65.8% de área urbana, mientras que las personas que residen en el área rural representan el 34.2%.

Los rangos de edad son 56.8% para personas en el rango de 16 a 39 años, es decir, es este sector joven el que representa el rango de edad más productiva.

Por su parte las personas en el rango de los 40 a 59 años de edad representan el 32.6% de la PET, mientras que las personas de 60 años de edad y más representan el 10.6%.

▪ **Situación del desempleo**

La tasa de desempleo expresa, la proporción de la Población Económicamente Activa (PEA) que el sistema económico no logra absorber, que para el año 2015 fue del 7.0%. La desagregación por área geográfica refleja leves diferencias, en tanto que la tasa de desempleo urbana es 1.4 puntos porcentuales menor que la rural; por el contrario, al incluir la variable sexo al análisis, se presentan diferencia bien marcada, ya que la tasa de desempleo entre los hombres es 3.4 puntos porcentuales mayor que la que experimentan las mujeres.

Por rangos de edad se tiene que el desempleo en jóvenes (16 a 24 años) es del 14.4%, en las personas de 25 a 59 años es de 4.9%, mientras que en los mayores de 59 años es de 6.5%.

Desde una óptica territorial se observa que la tasa de desempleo se comporta de manera distinta entre los departamentos. Por ejemplo los dos departamentos con la tasa de desempleo más baja son La Libertad (5.9%) y San Salvador (6.2%). Mientras que los dos departamentos con mayor tasa de desempleo son Cabañas (10.2%) y Usulután (8.9%).

| Departamento | Tasa de desempleo |
|--------------|-------------------|
| La Libertad | 5.9 |
| San Salvador | 6.2 |
| Santa Ana | 6.5 |
| Sonsonate | 6.5 |
| Ahuachapán | 6.8 |
| Chalatenango | 7.1 |
| La Paz | 7.3 |
| San Vicente | 7.5 |
| La Unión | 8.0 |
| San Miguel | 8.6 |
| Morazán | 8.6 |
| Cuscatlán | 8.8 |
| Usulután | 8.9 |
| Cabañas | 10.2 |

Tabla 30 Porcentaje de desempleo en El Salvador EHPM 2015.

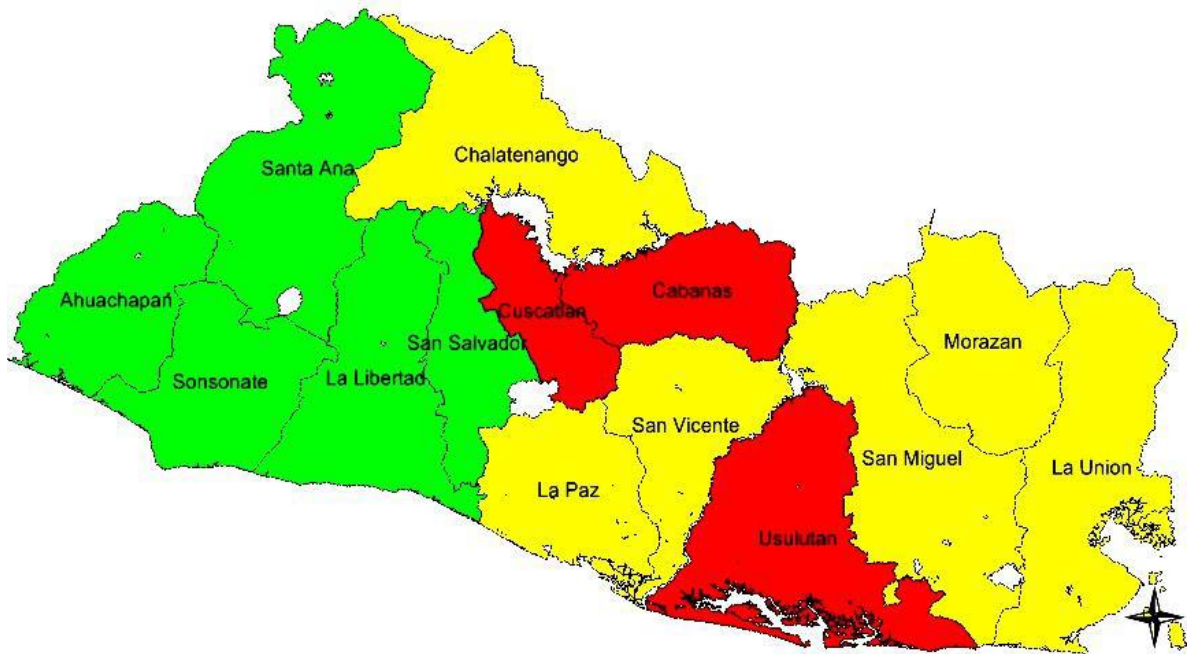


Ilustración 41 Mapa de desempleo en El Salvador Fuente: EHPM 2015.

- **Ingresos**

El ingreso promedio mensual de los hogares a nivel nacional es de \$538.65; por área la diferencia es bastante marcada, ya que en el área urbana dicho promedio es de \$630.14 y en el área rural es de \$373.96, lo que indica que las condiciones de vida de los hogares del área rural, están por debajo de las condiciones en las que viven en el área urbana.

Al hacer un análisis particular para el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), el promedio de ingresos del hogar es de \$712.81 estando por encima del promedio nacional.

Al analizar el ingreso promedio mensual por departamento, los hogares ubicados en San Salvador y La Libertad, superan el promedio nacional con ingresos promedios de \$658.77 y \$621.15 respectivamente; mientras que los departamentos que presentan los ingresos más bajos son: La Paz con \$419.89 y Morazán con \$398.01.

- **Niveles de pobreza**

Entre los indicadores más relevantes que se obtienen a través de la EHPM, está el indicador de la pobreza monetaria, la cual se clasifica en extrema y relativa; y como parámetro se emplea el valor de la Canasta Básica Alimentaria (CBA).

En pobreza extrema se ubican aquellos hogares que con su ingreso per cápita no alcanzan a cubrir el costo per cápita de la Canasta Básica Alimentaria (CBA) y en

pobreza relativa los hogares que con sus ingreso per cápita no alcanzan a cubrir el costo de la CBA ampliada (dos veces el valor de la CBA). El costo de la CBA per cápita urbana en el año 2015 fue de \$53.85 y la rural de \$34.23. Presentando aumentos respecto al valor registrado en 2014.

Para el año 2015 el costo de la CBA, en el área urbana, para un hogar tipo promedio de 3.55 miembros es de \$191.17 y de la CBA ampliada es de \$382.34. El costo de la CBA en el área rural, para un hogar tipo promedio de 3.86 miembros es de \$132.13 y de la CBA ampliada es de \$264.26.

A nivel nacional un 34.9% de los hogares se encuentran en pobreza; de estos el 8.1% se encuentra en pobreza extrema; mientras que el 26.8% están en pobreza relativa.

En el área rural un 38.8% de hogares se encuentran en pobreza, de los cuales el 10.1% están en pobreza extrema y el 28.7% en pobreza relativa.

En el área urbana el 32.7% de los hogares viven en pobreza; el 7.0% están en pobreza extrema y el 25.7% en pobreza relativa.

El AMSS cuenta con el menor número de pobres, el 24.9% de hogares están en esta situación; el 4.3% se encuentra en pobreza extrema; el 20.6% está en pobreza relativa.

B) SEGMENTACIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR

1) TURISTA NACIONAL (JOVEN Y FAMILIAR)



- Segmentación Demográfica.
- Turista nacional (18-35 años).
 - Turista familiar (sin límite de edad).
 - Hombres y mujeres.

Segmentación Geográfica.

- Residentes del área metropolitana de San Salvador.
- Residentes del municipio de Suchitoto.



- Segmentación Psicográfica.
- Personas que no están comprendidas dentro del nivel de pobreza (extrema y relativa).

Esquema 25 Tipos de segmentos para el turista nacional.

2) TURISTA EXTRANJERO



- Segmentación Demográfica.
- Turista extranjero (Mayores de 20 años).
 - Hombres y mujeres.



- Segmentación Psicográfica.
- Personas que no están comprendidas dentro del nivel de pobreza (extrema y relativa).

Para el perfil del turista extranjero la investigación de mercado se desarrolla mediante un sondeo al ser un universo meta demasiado grande como para realizar el cálculo de una muestra.

C) DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.

1) TURISTA NACIONAL JOVEN

Para el año 2015 la EHPM reporta que la población total del país fue de 6, 459,911 personas, de las cuales 4, 028,038 residen en el área urbana y 2, 431,873 en la rural, lo que en términos relativos representa el 62.4% y 37.6% respectivamente. En esta misma línea, se destaca que en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), se concentra el 27.5% del total de la población del país, es decir 1, 773,436 habitantes.

Una característica fundamental es que la población es mayoritariamente joven, puesto que el 55.0% de la población es menor de 30 años, mientras que el 12.0% tiene una edad de 60 años y más. Por su parte, la relación de dependencia, que refiere a la proporción de la población económicamente inactiva, establecida entre los menores de 15 años y los de 65 años y más, con respecto a la activa, es decir, el grupo etario de 15 a 64 años de edad, fue del 53.9%. En términos teóricos es un dato positivo, en tanto que el país cuenta con una población en edad productiva mayor con respecto a la que no lo es, de hecho la relación para 2015 fue de 55 persona activas contra 45 inactivas de cada centenar de personas.

El Salvador: Densidad de la población, según municipio del AMSS, EHPM 2015

| País/municipio | Población | Extensión en Km² | Habitantes por Km² |
|--------------------------|------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| AMSS | 1,773,436 | 610.84 | 2,903 |
| Cuscatancingo | 73,241 | 5.40 | 13,563 |
| Soyapango | 277,483 | 29.72 | 9,337 |
| Mejicanos | 162,410 | 22.12 | 7,342 |
| San Salvador | 72,209 | 14.71 | 4,909 |
| San Marcos | 340,830 | 72.25 | 4,717 |
| Ayutuxtepeque | 39,043 | 8.41 | 4,642 |
| Ciudad Delgado | 127,448 | 33.40 | 3,816 |
| Ilopango | 115,133 | 34.63 | 3,325 |
| Apopa | 145,111 | 51.84 | 2,799 |
| Antiguo Cuscatlán | 37,161 | 19.41 | 1,915 |
| Tonacatepeque | 115,505 | 67.55 | 1,710 |
| San Martín | 91,624 | 55.84 | 1,641 |
| Santa Tecla | 142,924 | 112.20 | 1,274 |
| Nejapa | 33,314 | 83.36 | 400 |

Tabla 31 Densidad de Población de El Salvador 2015.

(a) POBLACIÓN MUESTRAL

A continuación se muestran las delimitaciones realizadas de acuerdo al segmento definido:

(i) EXCLUSIONES ESPECÍFICAS.

Los habitantes excluidos del total de la población meta se caracterizan por los siguientes criterios:

- Delimitación geográfica.
- Edad.
- Nivel de ingresos.

Para cada exclusión se toma como base la población del AMSS para efectos de manejo de estadísticas específicas por edad de la población, ya que para el municipio de Suchitoto no hay datos oficiales detallados para las exclusiones por edades; además la población del municipio de Suchitoto representa el 1.32% del universo meta.

Se considera que el sector de la población en situación de pobreza carece del poder adquisitivo necesario para cubrir el gasto monetario de las diferentes actividades brindadas por el rubro turístico.

(ii) PRIMERA EXCLUSIÓN.

Para el perfil de turista joven se delimita al Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), ya que representa el 27.5% del total de la población del país, es decir 1, 773,436 habitantes; además se incluye a los habitantes del municipio de Suchitoto, según la estimación y proyección de población municipal 2005-2025 para el presente año 2017, la población total es de 23,812 habitantes.

El resultado son 1, 797, 248 habitantes, sin embargo es necesario delimitar los demás aspectos de la población que no contribuyen o son de interés de acuerdo a los objetivos de la investigación.

(iii) SEGUNDA EXCLUSIÓN

Se excluyen aquellos habitantes que no estén en el rango de edades entre 18 y 35 años del.

| AMSS | Total de habitantes |
|--|---------------------|
| Habitantes menores de 18 años (32.5%) | 584,106 |
| Habitantes mayores de 35 años (34.94%) | 627,958 |
| Total | 1, 212,064 |

Tabla 32 Porcentajes de según edad de la población de El Salvador.

De 1, 797,248 habitantes se excluyen 1, 212, 064 habitantes que no se encuentran en el rango de edad objetivo del perfil de turista joven.

(iv) TERCERA EXCLUSIÓN

Se excluyen aquellos habitantes que pertenecen al nivel de pobreza y pobreza extrema del AMSS.

POBREZA DEL AMSS.

La siguiente tabla muestra la proporción del nivel de pobreza en el Área Metropolitana de San Salvador según la DIGESTYC y Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2015:

| Nivel de pobreza | Porcentaje de población oficial del AMSS | Población oficial del AMSS |
|------------------|--|----------------------------|
| No pobreza | 75.10% | 1,331,851 |
| Pobreza | 24.90% | 441,586 |

Tabla 33 Porcentaje de población en nivel de pobreza de El Salvador Fuente: EHPM, 2015.

Por lo tanto, los miembros de la población excluidos son: 441,586 habitantes del AMSS.

POBREZA DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO

Según PNUD en el Informe 262 para el año 2006 el 61.7% de la población del municipio de Suchitoto vive en situación de pobreza extrema y relativa.

| Nivel de pobreza | Porcentaje de población oficial de Suchitoto | Población oficial de Suchitoto |
|------------------|--|--------------------------------|
| No pobreza | 38.70% | 9,216 |
| Pobreza | 61.30% | 14,597 |

Tabla 34 Porcentaje de población en nivel de pobreza del municipio de Suchitoto. Fuente PNUD, 2006.

Por lo tanto, los miembros de la población excluidos son: 14,597 habitantes del Municipio de Suchitoto.

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

$$\left(\begin{array}{l} \text{Habitantes AMSS} \\ + \text{habitantes de} \\ \text{Suchitoto} \end{array} \right) - \left(\begin{array}{l} \text{Exclusión} \\ \text{por edad} \end{array} \right) - \left(\begin{array}{l} \text{Exclusión} \\ \text{no pobreza} \\ \text{AMSS} \end{array} \right) - \left(\begin{array}{l} \text{Exclusión} \\ \text{no pobreza} \\ \text{Suchitoto} \end{array} \right) = \text{Universo meta}$$

1,797,248 - 1,212,064 - 441,586 - 14,597 =

129,001 habitantes.

(b) TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el cálculo del tamaño de la muestra en vista que la población es superior a 10,000 la formula a utilizar será para poblaciones infinitas. Es decir:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

p = Probabilidad de ocurrencia del fenómeno.

q = Probabilidad de No ocurrencia del fenómeno.

e = Error máximo permisible.

Z = Nivel de Confianza.

Metodología para determinar p y q

Con la información obtenida en las encuestas preliminares y con base a los resultados obtenidos de la pregunta es posible determinar la probabilidad de éxito y la probabilidad de fracaso del estudio:

¿Estaría dispuesto a realizar un circuito turístico rural en Suchitoto?

De esta pregunta se seleccionan como probabilidad de éxito las encuestas en las que su respuesta es sí, a partir de una muestra preliminar de 20 encuestas realizadas a jóvenes entre 18 y 30 años, 18 personas si estarían dispuestos a realizar un circuito turístico rural, por lo tanto esto representa el 90 % de probabilidad de éxito para el estudio.

$$p = \frac{18}{20} = 0.90 = 90 \%$$

Por lo tanto, $q = 1 - 0.90 = q = 0.10 = 10\%$

Entonces P se define como:

“Porcentaje de personas que están dispuestas a realizar circuitos turísticos rurales en el municipio de Suchitoto”.

Metodología para determinar el nivel de confianza

El intervalo de confianza puede variar de acuerdo al valor de Z escogido, (Z) con que se desea trabajar, donde $z = 1.96$ para un 95% de confianza o $z = 1.65$ para el 90% de confianza.

| Tabla de apoyo al cálculo del tamaño de una muestra Por niveles de confianza | | | | | | | | | |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|--------|--------|
| Certeza | 95% | 94% | 93% | 92% | 91% | 90% | 80% | 62.27% | 50% |
| Z | 1.96 | 1.88 | 1.81 | 1.75 | 1.69 | 1.65 | 1.28 | 1 | 0.6745 |
| Z ² | 3.84 | 3.53 | 3.28 | 3.06 | 2.86 | 2.72 | 1.64 | 1.00 | 0.45 |
| e | 0.05 | 0.06 | 0.07 | 0.08 | 0.09 | 0.10 | 0.20 | 0.37 | 0.50 |
| e ² | 0.0025 | 0.0036 | 0.0049 | 0.0064 | 0.0081 | 0.01 | 0.04 | 0.1369 | 0.25 |

Tabla 35 Tabla de apoyo al cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza.

Para ver como se distribuye algunas de las características de la muestra con respecto a la variable que se está midiendo, podemos recurrir a la famosa campana de Gauss que refleja la curva normal de distribución cuya característica principal es la de ser unimodal donde la media, mediana y la moda siempre coinciden.

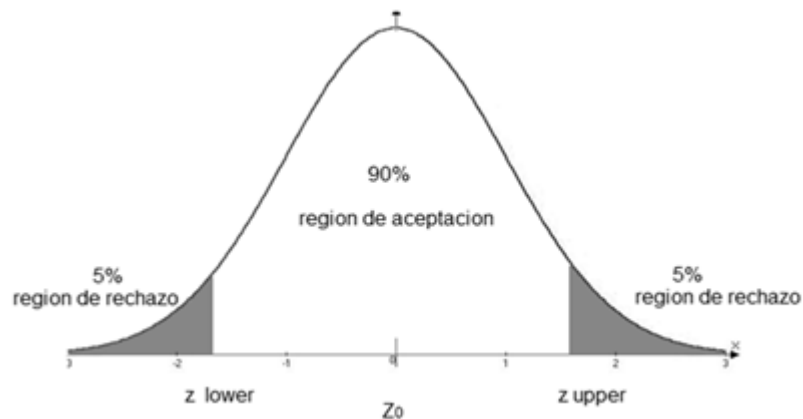


Gráfico 1 Campana de Gauss.

Esta distribución normal, nos permite representar en la estadística muchos fenómenos físicos, biológicos, psicológicos o sociológicos.

Esta curva está detallada en todos los libros de estadística y se recurre a ella cuando se desea obtener otros valores de certeza como por ejemplo el 99% de estimación y que da por resultado $z=3.00$ o $z=1.65$ para el 90%.

Para los fines de este estudio el porcentaje de error elegido es del 5% y el nivel deseado de confianza es del 93%, es decir 93 por ciento del área comprendida por la curva normal igual a 1.81, además en vista del tamaño de la población dicho dato para el cálculo de la muestra es irrelevante.

Justificación del error muestral

De la investigación que se realiza para un estudio de fenómenos físicos, biológicos, psicológicos sociológicos, en la mayoría de libros de estadística refieren un error muestral de 0.05 tomando en cuenta que este valor es el promedio que toman los estudios de investigación de campo que se encuentran muy bien diseñados y con un nivel alto de

confiabilidad que respaldan algunos tipos de estudios que realizan las empresas encuestadoras. Sabiendo que el error muestral ocurre cuando existen diferencias entre la media muestral y la media poblacional, volviéndose difícil o muy complejo el cálculo exacto de este error para el estudio en que se desarrolla en este instrumento.

Para en el muestreo se tiene a consideración que no contamos con la precisión que estas empresas encuestadoras poseen y algunos otros factores como:

- Falta de experiencia para realizar mediciones en estudios de mercado.
- Los posibles datos obtenidos podrían ser parciales.
- Que ocurra algún sesgo en la muestra debido a variables que se podrían presentar y que no se hayan considerado.
- Esta investigación tiene objetivo académico y no tanto enfocados a la especialización en cálculos de errores muestrales probabilísticos para un estudio de mercado completamente amplio.

Por tanto el tamaño de la muestra es de:

$$p = 0.90$$

$$q = 0.10$$

$$e = 5\%$$

$$Z = 1.81$$

$$n = \frac{(1.81)^2(0.90)(0.10)}{(0.05)^2} = 117.94 \approx 118 \text{ encuestas.}$$

2) TURISTA NACIONAL FAMILIAR

Para el año 2015 la EHPM reporta que la población total del país fue de 6, 459,911 personas, de las cuales 4, 028,038 residen en el área urbana y 2, 431,873 en la rural, lo que en términos relativos representa el 62.4% y 37.6% respectivamente. En esta misma línea, se destaca que en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), se concentra el 27.5% del total de la población del país, es decir 1, 773,436 habitantes.

El Salvador: Densidad de la población, según municipio del AMSS, EHPM 2015

| País/municipio | Población | Extensión en Km ² | Habitantes por Km ² |
|--------------------------|------------------|------------------------------|--------------------------------|
| AMSS | 1,773,436 | 610.84 | 2,903 |
| Cuscatancingo | 73,241 | 5.40 | 13,563 |
| Soyapango | 277,483 | 29.72 | 9,337 |
| Mejicanos | 162,410 | 22.12 | 7,342 |
| San Salvador | 720,209 | 14.71 | 4,909 |
| San Marcos | 340,830 | 72.25 | 4,717 |
| Ayutuxtepeque | 39,043 | 8.41 | 4,642 |
| Ciudad Delgado | 127,448 | 33.40 | 3,816 |
| Ilopango | 115,133 | 34.63 | 3,325 |
| Apopa | 145,111 | 51.84 | 2,799 |
| Antiguo Cuscatlán | 37,161 | 19.41 | 1,915 |
| Tonacatepeque | 115,505 | 67.55 | 1,710 |
| San Martín | 91,624 | 55.84 | 1,641 |
| Santa Tecla | 142,924 | 112.20 | 1,274 |
| Nejapa | 33,314 | 83.36 | 400 |

Tabla 36 Densidad de Población de El Salvador 2015.

(a) POBLACIÓN MUESTRAL

A continuación se muestran las delimitaciones realizadas de acuerdo al segmento definido:

(i) EXCLUSIONES ESPECÍFICAS.

Los habitantes excluidos del total de la población meta se caracterizan por los siguientes criterios:

- Delimitación geográfica.
- Nivel de ingresos.

En el perfil de turista familiar no se excluye por edades ya que las actividades del circuito están dirigidas hacia el núcleo familiar compuesto por habitantes de todas las edades, se incluyen niños y adultos de la tercera edad.

Se considera que el sector de la población en situación de pobreza carece del poder adquisitivo necesario para cubrir el gasto monetario de las diferentes actividades brindadas por el rubro turístico.

(ii) PRIMERA EXCLUSIÓN.

Para el perfil de turista familiar se delimita al Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), ya que representa el 27.5% del total de la población del país, es decir 1, 773,436 habitantes; además se incluye a los habitantes del municipio de Suchitoto, según la estimación y proyección de población municipal 2005-2025 para el presente año 2017, la población total es de 23,812 habitantes.

El resultado son 1, 797, 248 habitantes, sin embargo es necesario delimitar los demás aspectos de la población que no contribuyen o son de interés de acuerdo a los objetivos de la investigación.

(iii) SEGUNDA EXCLUSIÓN

Se excluyen aquellos habitantes que pertenecen al nivel de pobreza y pobreza extrema del AMSS.

POBREZA DEL AMSS.

La siguiente tabla muestra la proporción del nivel de pobreza en el Área Metropolitana de San Salvador según la DIGESTYC y Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2015:

| Nivel de pobreza | Porcentaje de población oficial del AMSS | Población oficial del AMSS |
|------------------|--|----------------------------|
| No pobreza | 75.10% | 1,331,851 |
| Pobreza | 24.90% | 441,586 |

Tabla 37 Porcentaje de población en nivel de pobreza de El Salvador Fuente: EHPM, 2015.

Por lo tanto, los miembros de la población excluidos son: 441,586 habitantes del AMSS.

POBREZA DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO

Según PNUD en el Informe 262 para el año 2006 el 61.7% de la población del municipio de Suchitoto vive en situación de pobreza extrema y relativa.

| Nivel de pobreza | Porcentaje de población oficial de Suchitoto | Población oficial de Suchitoto |
|------------------|--|--------------------------------|
| No pobreza | 38.70% | 9,216 |
| Pobreza | 61.30% | 14,597 |

Tabla 38 Porcentaje de población en nivel de pobreza del municipio de Suchitoto. Fuente PNUD, 2006.

Por lo tanto, los miembros de la población excluidos son: 14,597 habitantes del Municipio de Suchitoto.

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

$$\left(\begin{array}{c} \text{Habitantes AMSS} \\ + \text{habitantes de} \\ \text{Suchitoto} \end{array} \right) - \left(\begin{array}{c} \text{Exclusión} \\ \text{no pobreza} \\ \text{AMSS} \end{array} \right) - \left(\begin{array}{c} \text{Exclusión} \\ \text{no pobreza} \\ \text{Suchitoto} \end{array} \right) = \text{Universo meta}$$

$$1,797,248 \quad - \quad 441,586 \quad - \quad 14,597 \quad =$$

$$1,341,065 \text{ habitantes.}$$

(b) TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el cálculo del tamaño de la muestra en vista que la población es superior a 10,000 la formula a utilizar será para poblaciones infinitas. Es decir:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Donde:

- n = Tamaño de la muestra
- p = Probabilidad de ocurrencia del fenómeno
- q = Probabilidad de No ocurrencia del fenómeno
- e = Error máximo permisible
- Z = Nivel de Confianza

Metodología para determinar p y q

Con la información obtenida en las encuestas preliminares y con base a los resultados obtenidos de la pregunta es posible determinar la probabilidad de éxito y la probabilidad de fracaso del estudio:

¿Estaría dispuesto a realizar un circuito turístico rural en Suchitoto?

De esta pregunta se seleccionan como probabilidad de éxito las encuestas en las que su respuesta es sí, a partir de una muestra preliminar de 20 encuestas realizadas a personas entre 31 y 60 años, 19 personas si estarían dispuestos a realizar un circuito turístico rural, por lo tanto esto representa el 95 % de probabilidad de éxito para el estudio.

$$p = \frac{19}{20} = 0.95 = 95 \%$$

Por lo tanto, $q = 1 - 0.95 = q = 0.05 = 5\%$

Entonces P se define como:

“Porcentaje de personas que están dispuestas a realizar circuitos turísticos rurales en el municipio de Suchitoto”.

Metodología para determinar el nivel de confianza

El intervalo de confianza puede variar de acuerdo al valor de Z escogido, (Z) con que se desea trabajar, donde $z = 1.96$ para un 95% de confianza o $z = 1.65$ para el 90% de confianza.

| Tabla de apoyo al cálculo del tamaño de una muestra Por niveles de confianza | | | | | | | | | |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|--------|--------|
| Certeza | 95% | 94% | 93% | 92% | 91% | 90% | 80% | 62.27% | 50% |
| Z | 1.96 | 1.88 | 1.81 | 1.75 | 1.69 | 1.65 | 1.28 | 1 | 0.6745 |
| Z ² | 3.84 | 3.53 | 3.28 | 3.06 | 2.86 | 2.72 | 1.64 | 1.00 | 0.45 |
| e | 0.05 | 0.06 | 0.07 | 0.08 | 0.09 | 0.10 | 0.20 | 0.37 | 0.50 |
| e ² | 0.0025 | 0.0036 | 0.0049 | 0.0064 | 0.0081 | 0.01 | 0.04 | 0.1369 | 0.25 |

Tabla 39 Tabla de apoyo al cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza.

Para ver como se distribuye algunas de las características de la muestra con respecto a la variable que se está midiendo, podemos recurrir a la famosa campana de Gauss que refleja la curva normal de distribución cuya característica principal es la de ser unimodal donde la media, mediana y la moda siempre coinciden.

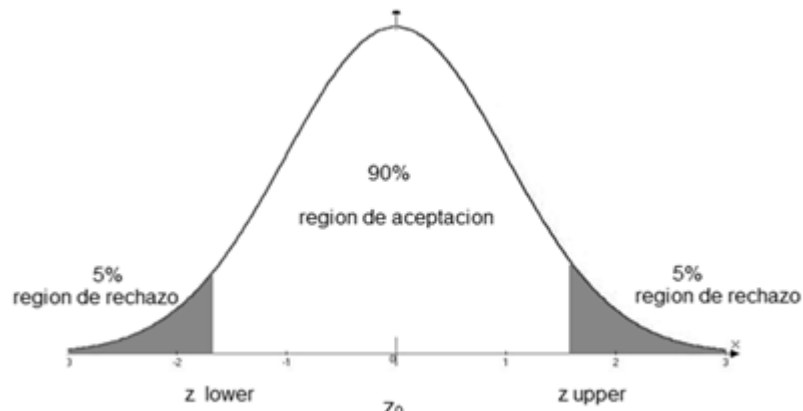


Gráfico 2 Campana de Gauss.

Para los fines de este estudio el porcentaje de error elegido es del 5% y el nivel deseado de confianza es del 93%, es decir 93 por ciento del área comprendida por la curva normal igual a 1.81, además en vista del tamaño de la población dicho dato para el cálculo de la muestra es irrelevante.

Justificación del error muestral

De la investigación que se realiza para un estudio de fenómenos físicos, biológicos, psicológicos sociológicos, en la mayoría de libros de estadística refieren un error muestral de 0.05 tomando en cuenta que este valor es el promedio que toman los estudios de

investigación de campo que se encuentran muy bien diseñados y con un nivel alto de confiabilidad que respaldan algunos tipos de estudios que realizan las empresas encuestadoras. Sabiendo que el error muestral ocurre cuando existen diferencias entre la media muestral y la media poblacional, volviéndose difícil o muy complejo el cálculo exacto de este error para el estudio en que se desarrolla en este instrumento.

Para en el muestreo se tiene a consideración que no contamos con la precisión que estas empresas encuestadoras poseen y algunos otros factores como:

- Falta de experiencia para realizar mediciones en estudios de mercado.
- Los posibles datos obtenidos podrían ser parciales.
- Que ocurra algún sesgo en la muestra debido a variables que se podrían presentar y que no se hayan considerado.
- Esta investigación tiene objetivo académico y no tanto enfocados a la especialización en cálculos de errores muestrales probabilísticos para un estudio de mercado completamente amplio.

Por tanto el tamaño de la muestra es de:

$$p = 0.90$$

$$q = 0.10$$

$$e = 5\%$$

$$Z = 1.81$$

$$n = \frac{(1.81)^2(0.95)(0.05)}{(0.05)^2} = 62.24 \approx 63 \text{ encuestas.}$$

3) TURISTA INTERNACIONAL

El Turismo Internacional en El Salvador continua creciendo, al cierre del último trimestre del 2015, El Salvador recibió 1, 972,854 visitantes internacionales, 4.6% más que el año 2014, el 71.0% (1, 401,598) pernoctaron por lo menos una noche, el resto (571, 256) fueron visitantes de un solo día, lo que se conoce como excursionistas. Ello se debe a las estrategias de comercialización implementadas por CORSATUR y los adelantos del transporte aéreo a nivel internacional.

La población mundial es de aproximadamente 7400 millones de habitantes. La región de procedencia de turistas internacionales al país es en su mayoría de Centro América con el 57.5% para el 2015, de Norteamérica el 36%, Suramérica el 3.2%, Europa el 2.2% y Asia y otros países con el 1%.

Con los datos mostrados la importancia de este perfil de turista es de vital importancia ya que tiene un gasto promedio de \$143.3 para visitantes estadounidenses, de \$110.2 para visitantes de Suramérica y de \$107.2 de otros países del mundo²⁸.

La obtención de la información referente a los consumidores internacionales se realizará mediante un sondeo, no se requiere del cálculo de una muestra ya que el universo es demasiado grande, por este motivo el sondeo seguirá el siguiente proceso:

1. Recolectar correos electrónicos de turistas internacionales que han visitado el municipio de Suchitoto (Museos, hoteles, etc.).
2. Enviar encuesta formulada en inglés o español a dichos correos electrónicos.
3. Visitar el Municipio de Suchitoto y realizar el sondeo a los turistas extranjeros.

²⁸ Boletín estadístico 2015. CORSATUR.

6. FICHA TÉCNICA DEL MERCADO CONSUMIDOR

A) TURISTA NACIONAL JOVEN

| | |
|-------------------------------|---|
| Universo | Población del Área Metropolitana de San Salvador, del municipio de Suchitoto, mayores de 18 años y menores de 35 años. |
| Marco muestral | Registro nacional de personas naturales. |
| Tipo de muestra | Aleatoria y por conveniencia. |
| Tamaño de la muestra | 118 encuestas. |
| Error máximo | 5 % |
| Nivel de confianza | 93 % |
| Sistema de consulta | El 100 % de las encuestas se administró cara a cara. |
| Fecha de realización | Del 06 de abril al 05 de mayo de 2017. |
| Características de la muestra | 42 % hombres, 58 % mujeres. |
| Edad | 18 – 21 años (47 %), 22 -25 años (31 %), 26 -29 años (15 %), 30 – 32 años (5 %), 33-35 años (1 %) |
| Coordinadores de campo | Campos González Mario Rubén. De la O Aparicio Mónica Mercedes. Vela Benavides Laura Maricela. |
| Entrevistadores | Campos González Mario Rubén. De la O Aparicio Mónica Mercedes. Vela Benavides Laura Maricela. |
| Descripción | La encuesta se administró en Suchitoto a estudiantes que utilizaron los servicios de Guazapa tours, además se entrevistaron jóvenes en diferentes universidades del país. |

Tabla 40 Ficha técnica del mercado joven consumidor.

B) TURISTA NACIONAL FAMILIAR

| | |
|-------------------------------|---|
| Universo | Población del Área Metropolitana de San Salvador, del municipio de Suchitoto mayores de 18 años. |
| Marco muestral | Registro natural de personas naturales. |
| Tipo de muestra | Aleatoria y por conveniencia. |
| Tamaño de la muestra | 63 encuestas. |
| Error máximo | 5 % |
| Nivel de confianza | 95 % |
| Sistema de consulta | El 100 % de las encuestas se administró cara a cara. |
| Fecha de realización | Del 06 de abril al 05 de mayo de 2017. |
| Características de la muestra | 53.7 % hombres, 46.3 % mujeres. |
| Edad | 18 – 29 años (29 %), 30 -41 años (43 %), 42 -53 años (10 %), 54 – 65 años (19 %), más de 66 años (0 %) |
| Coordinadores de campo | Campos González Mario Rubén. De la O Aparicio Mónica Mercedes. Vela Benavides Laura Maricela. |
| Entrevistadores | Campos González Mario Rubén. De la O Aparicio Mónica Mercedes. Vela Benavides Laura Maricela. |
| Descripción | Cuestionario administrado en iglesias, parques y establecimientos familiares entrevistando adultos acompañados de sus familias. |

Tabla 41 Ficha técnica del mercado familiar consumidor.

C) TURISTA EXTRANJERO

| | |
|-------------------------------|--|
| Universo | Población extranjera que ha visitado el municipio de Suchitoto. |
| Marco muestral | Base de datos de correos electrónicos de la Academia Pájaro y Flor en Suchitoto. |
| Tipo de muestra | Por conveniencia. |
| Tamaño del sondeo | 5 encuestas. |
| Nacionalidades | Singapur, Estados Unidos, Inglaterra, Australia y Canadá. |
| Fecha de realización | Del 06 de abril al 05 de mayo de 2017. |
| Sistema de consulta | El 100 % de las encuestas de tipo online. |
| Características de la muestra | 50 % hombres, 50 % mujeres. |
| Edad | 18 - 23 años (0 %), 24 -29 años (40 %), 30 -35 años (20 %), 36 - 40 años (0 %), más de 40 años (20 %). |
| Coordinadores de campo | Campos González, Mario Rubén. De la O Aparicio, Mónica Mercedes. Vela Benavides, Laura Maricela. |
| Entrevistadores | Vela Benavides, Laura Maricela. |

Tabla 42 Ficha técnica del mercado consumidor.

7. TABULACIÓN DE INFORMACIÓN

A) TURISMO JOVEN

Información general del turista

Género

| Género | Porcentaje |
|--------------|-------------|
| Femenino | 58% |
| Masculino | 42% |
| Total | 100% |

Tabla 43 Género de muestra de turista joven.

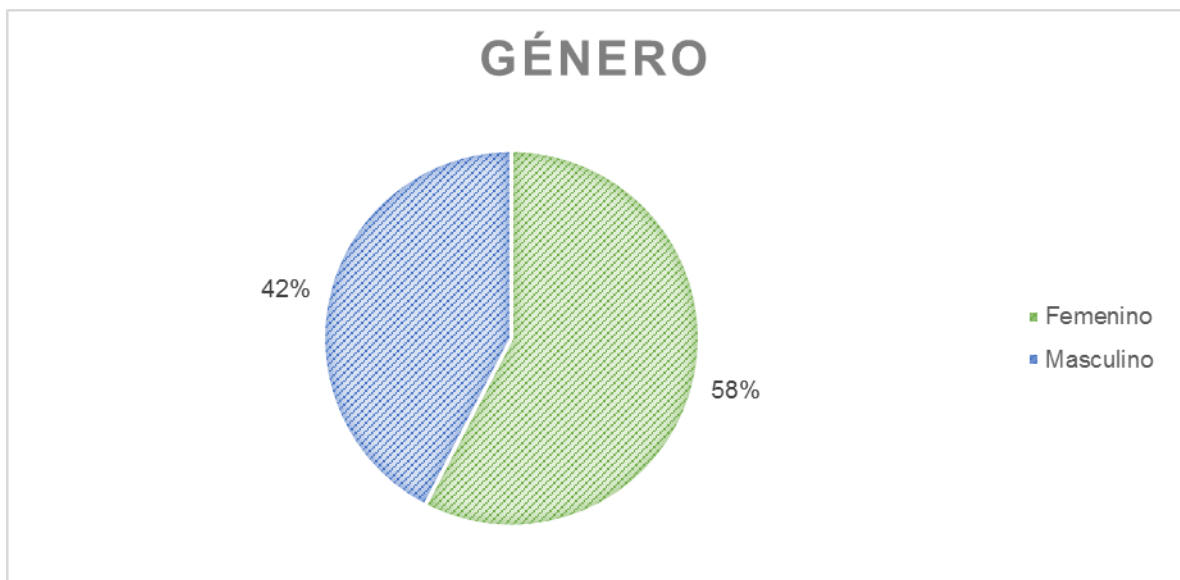


Gráfico 3 Género de muestra de turista joven.

Análisis:

El género que predomina en la presente muestra es el femenino con un 58%, dejando un 42% para el género masculino. Dicha distribución se aproxima a la proporción de población existente actualmente en el área metropolitana del país según la Encuesta de hogares de propósitos múltiples el 52.5% de la población son mujeres y el 47.5% hombres.

Municipio de residencia

| Nacionalidad | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|-------------|
| San Salvador | 42 | 36% |
| Soyapango | 8 | 7% |
| Mejicanos | 10 | 8% |
| Apopa | 5 | 4% |
| Santa Tecla | 6 | 5% |
| Ciudad Delgado | 6 | 5% |
| Ilopango | 6 | 5% |
| Tonacatepeque | 6 | 5% |
| San Martin | 5 | 4% |
| Cuscatancingo | 3 | 3% |
| San Marcos | 6 | 5% |
| Ayutuxtepeque | 6 | 5% |
| Antiguo Cuscatlán | 3 | 3% |
| Nejapa | 6 | 5% |
| Suchitoto | 0 | 0% |
| Total | 118 | 100% |

Tabla 44 Municipio de residencia de muestra de turista joven.

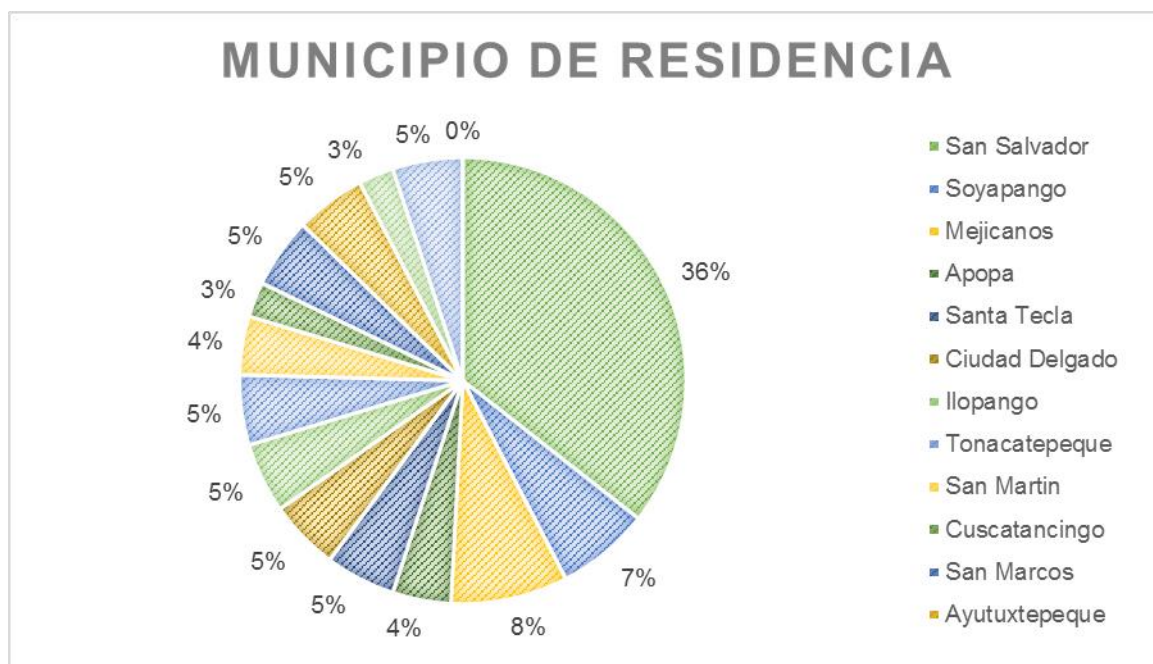


Gráfico 4 Municipio de residencia de muestra de turista joven.

Análisis:

El 36% de la población encuestada reside en el municipio de San Salvador seguido por los municipios de Mejicanos con 8% y Soyapango con 7% siendo estos tres municipios el 51% de encuestados dejando una distribución casi equitativa del 49% entre los doce municipios restantes.

Ocupación

| Ocupación | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Estudiante | 105 | 89% |
| Empleado | 13 | 11% |
| Total | 118 | 100% |

Tabla 45 Ocupación de muestra de turista joven.

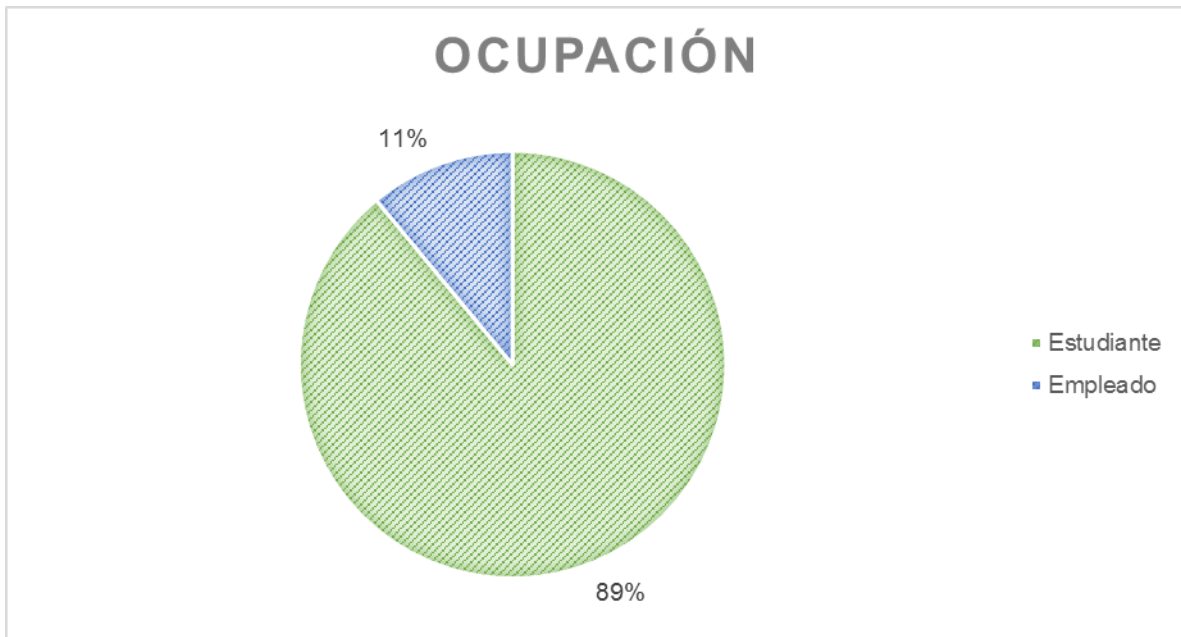


Gráfico 5 Ocupación de muestra de turista joven.

Análisis:

El 89% de encuestados se encuentra estudiando o estudiando y trabajando y únicamente el 11% se dedica exclusivamente a trabajar; las edades próximas a los 18 años y en promedio a los 24 justifican la ocupación ya que el cuestionario se administró mayormente en centros de educación superior.

Edad

| Edad | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 18 a 21 años | 56 | 47% |
| 22 a 25 años | 37 | 31% |
| 26 a 29 años | 18 | 15% |
| 30 a 32 años | 6 | 5% |
| 33 a 35 años | 1 | 1% |
| Total | 118 | 100% |

Tabla 46 Edad de los entrevistados. / Turista joven.

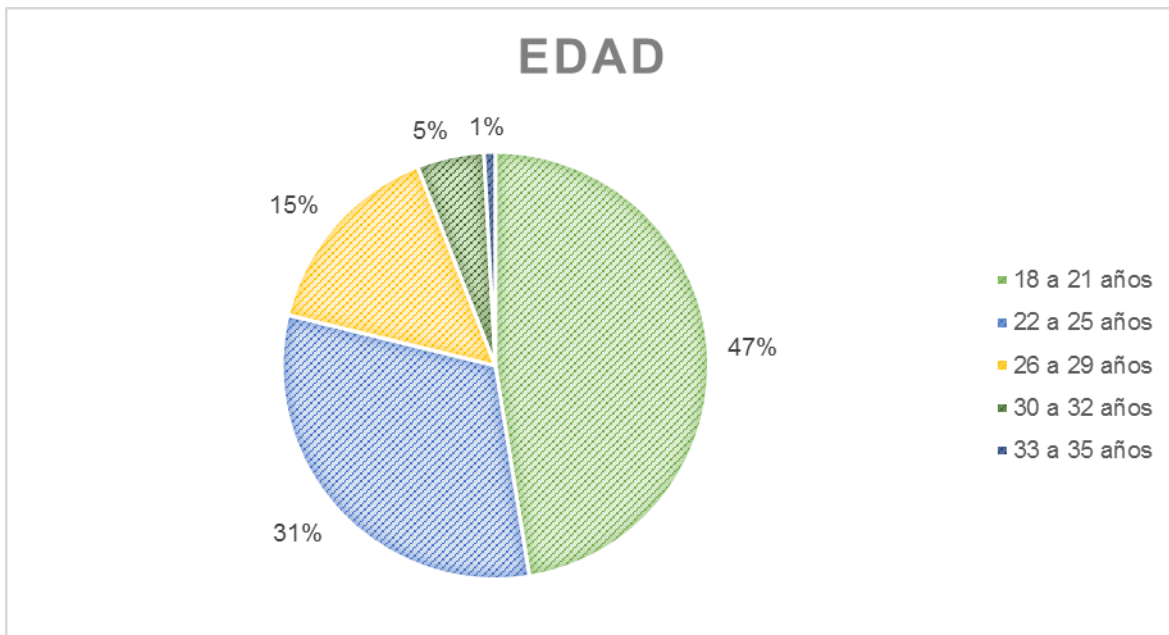


Gráfico 6 Edad de los entrevistados. / Turista joven.

Análisis:

El 47% de encuestados se encuentra entre los 18 y 21 años seguido del 31% entre las edades de 22 a 25 años, el 15% se encuentra entre 26 y 29 años dejando un 6% para mayores de 30 años y menores de 35.

1. De los siguientes tipos de turismo selecciones cuáles son de su preferencia:

| Tipo de turismo | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------------|------------|-------------|
| Ecoturismo. | 47 | 16% |
| Turismo de aventura (Extremo). | 67 | 23% |
| Turismo de Sol y Playa. | 85 | 29% |
| Turismo cultural. | 39 | 13% |
| Turismo rural (Visita pueblos vivos). | 18 | 6% |
| Turismo arqueológico. | 36 | 12% |
| Total | 292 | 100% |

Tabla 47 Tipo de turismo / Turista joven.

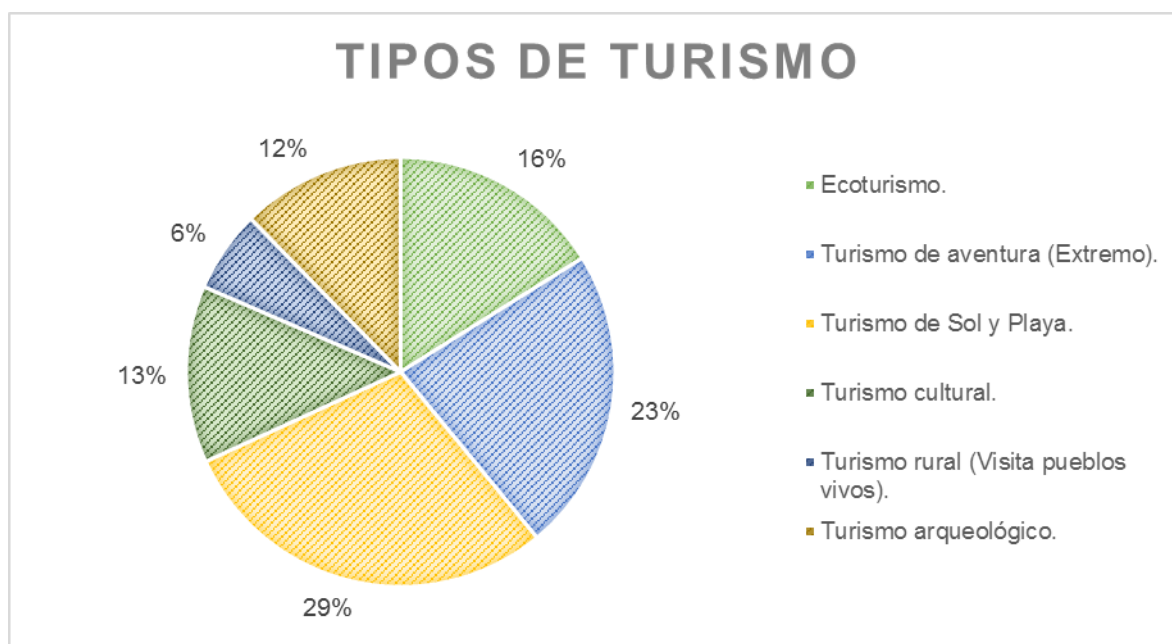


Gráfico 7 Preferencia de tipo de turismo / Turista joven.

Análisis:

El 29% de la muestra prefiere el turismo de sol y playa seguido del 23% que prefiere el turismo de aventura siendo este el potencial de interés ya que el turismo de sol y playa es el tipo de turismo que más afluencia tiene en El Salvador. Además el ecoturismo le sigue con 16%, el cultural con 13% y el arqueológico con 12%, el de menor preferencia es el turismo rural con 6% es por ello que la mezcla de turismo de aventura con turismo rural lograría el aprovechamiento del turismo de aventura contribuyendo al desarrollo del turismo rural.

2. Cuando hace viajes turísticos, ¿Quién desea que lo acompañe en estas actividades?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|-------------|
| Solo. | 0 | 0% |
| En pareja. | 24 | 20% |
| Grupo de amigos. | 72 | 61% |
| En familia. | 22 | 19% |
| Total | 118 | 100% |

Tabla 48 Preferencia de acompañante en viaje turístico / Turista joven.

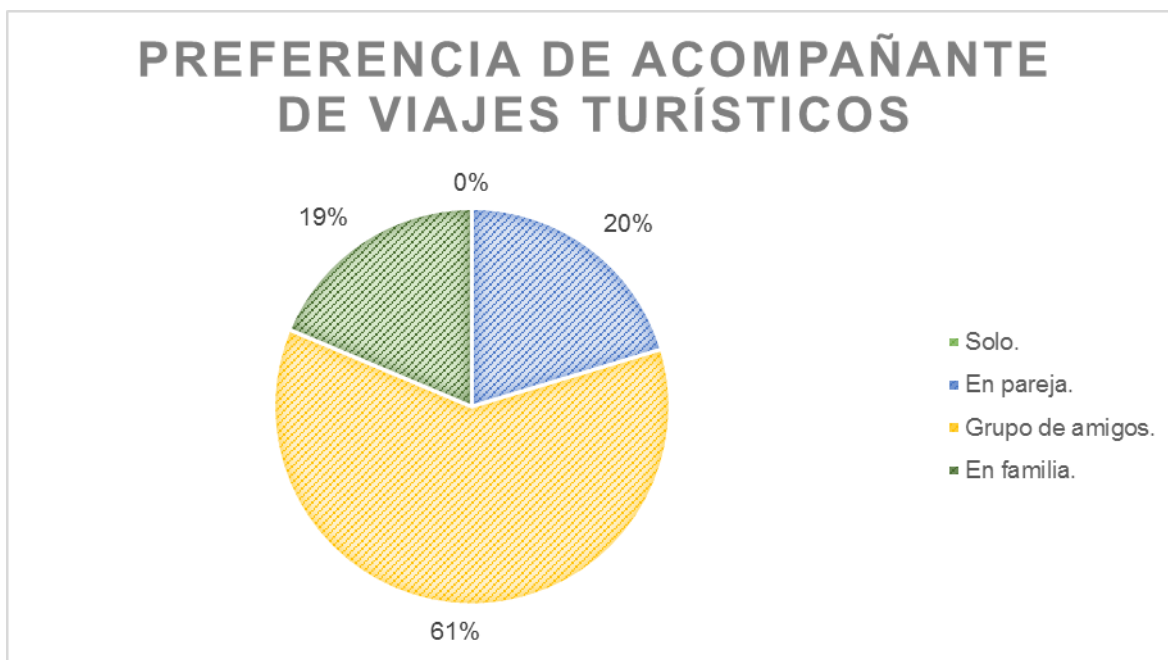


Gráfico 8 Preferencia de acompañante de viaje turístico. / Turista joven.

Análisis:

El 61% de encuestados prefiere hacer turismo con un grupo de amigos y el 20% en pareja, es decir que el 81% de jóvenes encuestados hacen turismo entre personas de su misma edad lo cual concuerda con el tipo de turismo que prefieren en su mayoría que es el turismo de aventura el cual requiere en su mayoría de esfuerzo físico con caminatas, canopy, rapel, etc.; dichas actividades no son preferidas por personas de la tercera edad o por niños.

3. ¿En qué época del año suele visitar un lugar turístico?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Fines de semana. | 67 | 33% |
| Vacaciones de Semana Santa. | 35 | 17% |
| Días de asueto. | 28 | 14% |
| Vacaciones agostinas. | 32 | 16% |
| En sus vacaciones anuales. | 33 | 16% |
| Otro. | 7 | 3% |
| Total | 202 | 100% |

Tabla 49 Meses de visita a lugares turísticos / Turista joven.

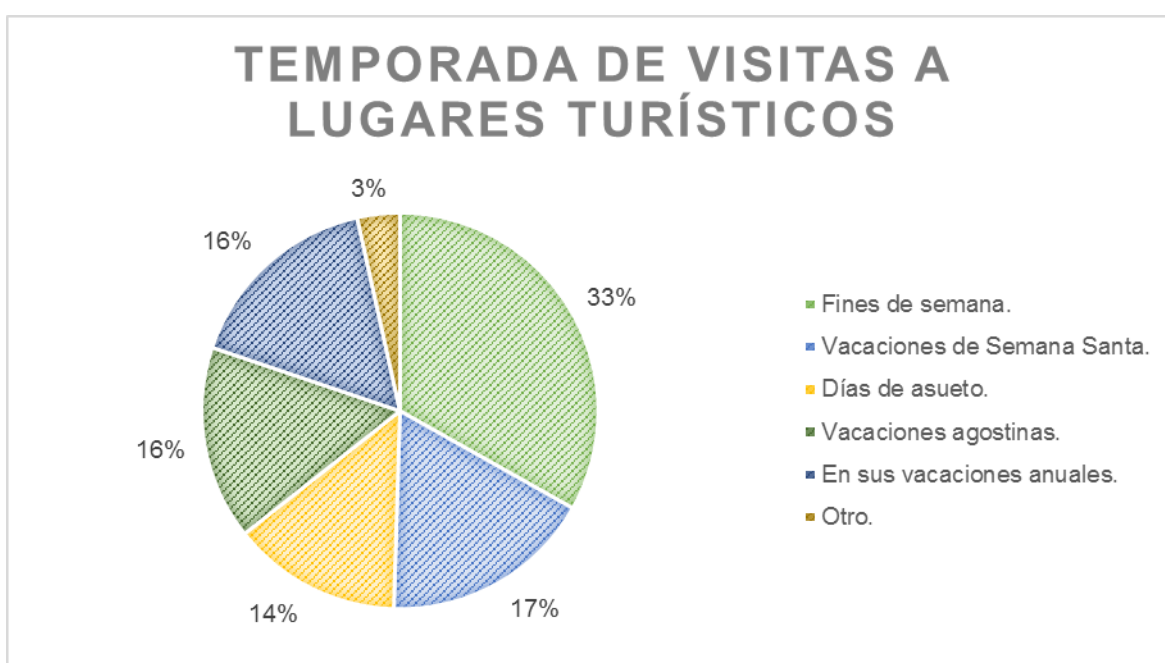


Gráfico 9 Meses de visita a lugares turísticos / Turista joven.

Análisis:

El 33% de los encuestados realiza viajes turísticos fines de semana siendo esta la oportunidad de mantener niveles de demanda durante todo el año a pesar de las temporadas altas que son las vacaciones de Semana Santa con el 17%, las vacaciones Agostinas con 16%, las vacaciones anuales con 16% las cuales generalmente son en el mes de diciembre y otros con 3% que son personas que realizan turismo de manera esporádica, es decir sin un periodo definido.

4. En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia ha visitado lugares turísticos?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|-------------|
| Una vez. | 13 | 11% |
| Dos veces. | 32 | 27% |
| Tres veces. | 28 | 24% |
| Cuatro o más veces. | 45 | 38% |
| Total | | 100% |

Tabla 50 Frecuencia de visita a lugares turísticos. / Turista joven.

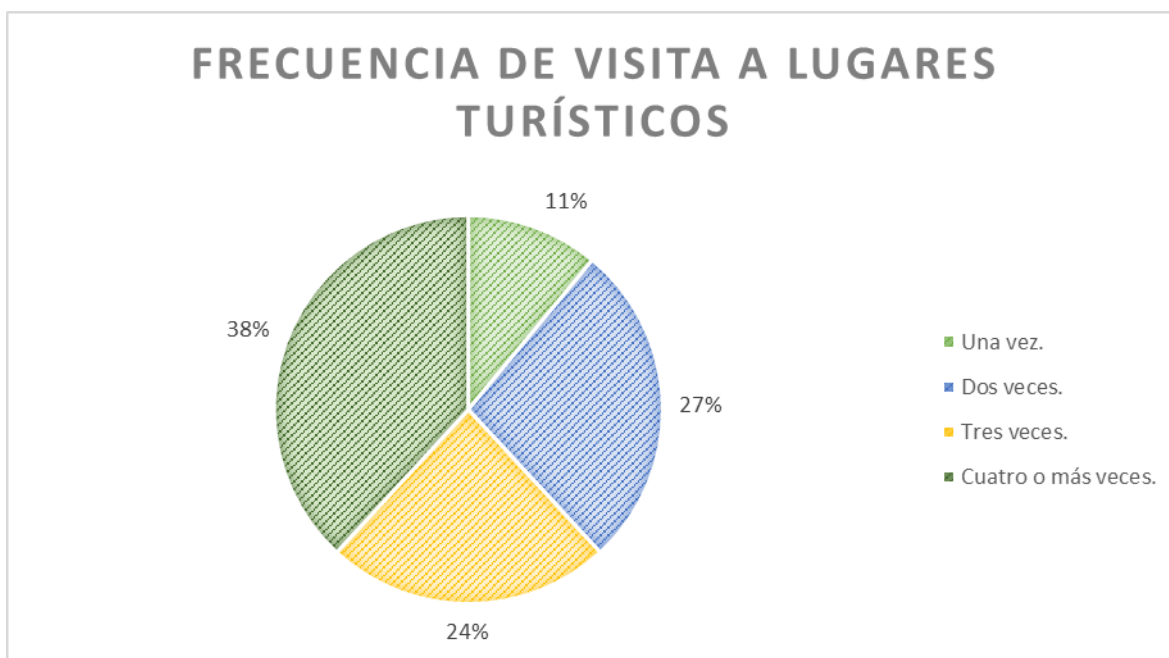


Gráfico 10 Frecuencia de visita a lugares turísticos. / Turista joven.

Análisis:

El 38% de la muestra realiza viajes turísticos cuatro o más veces en el año en concordancia con la pregunta número tres en donde la mayoría de personas encuestadas realizan viajes turísticos los fines de semana, seguido por el 27% que ha viajado en dos ocasiones, el 24% en tres ocasiones y el 11% en una ocasión.

5. ¿Cuál fue el último lugar turístico que visitó?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Pueblo | 31 | 26% |
| Lago | 11 | 9% |
| Montaña | 19 | 16% |
| Playa | 56 | 47% |
| Sitio arqueológico | 1 | 1% |
| Total | | |

Tabla 51 Último lugar turístico visitado. / Turista joven.

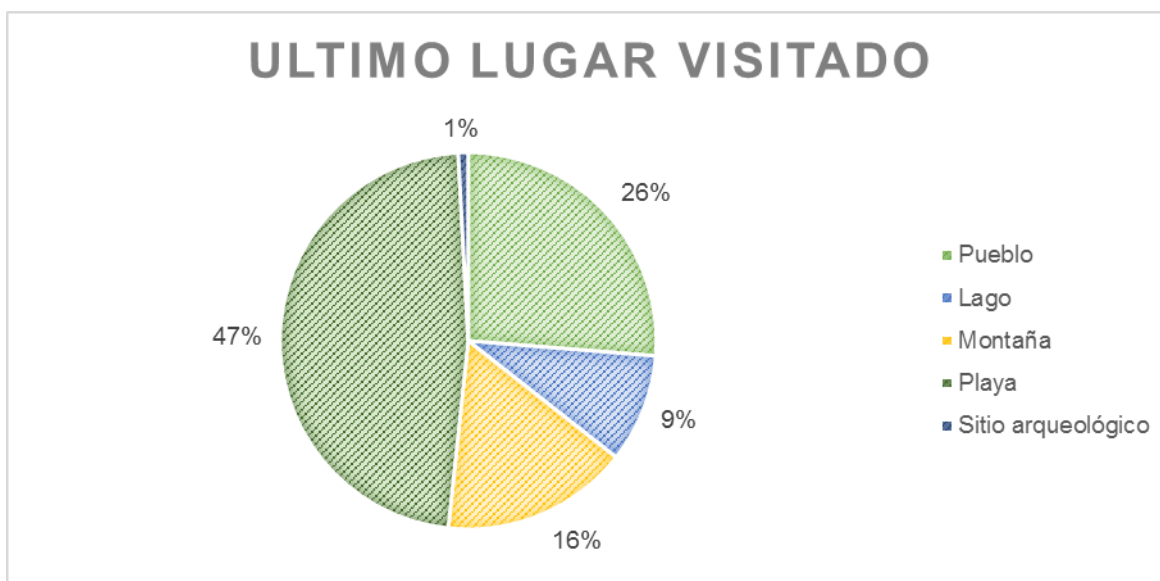


Gráfico 11 Último lugar turístico visitado. / Turista joven.

Análisis:

El 47% de la población realizó su último viaje turístico a la playa en concordancia con la preferencia del tipo de turismo de sol y playa, el 26% visitó pueblos como la ruta de las flores y la ruta fresca, además el 16% hizo turismo de montaña, el 9% hizo turismo en lagos y el 1% en sitios arqueológicos.

6. En cada visita en promedio ¿Cuánto ha sido la duración de su estadía en el lugar turístico?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|-------------|
| Menos de un día. | 30 | 25% |
| Un día. | 55 | 47% |
| Dos días. | 23 | 19% |
| Más de dos días. | 10 | 8% |
| Total | | 100% |

Tabla 52 Estadía en lugar turístico. /Turista joven.

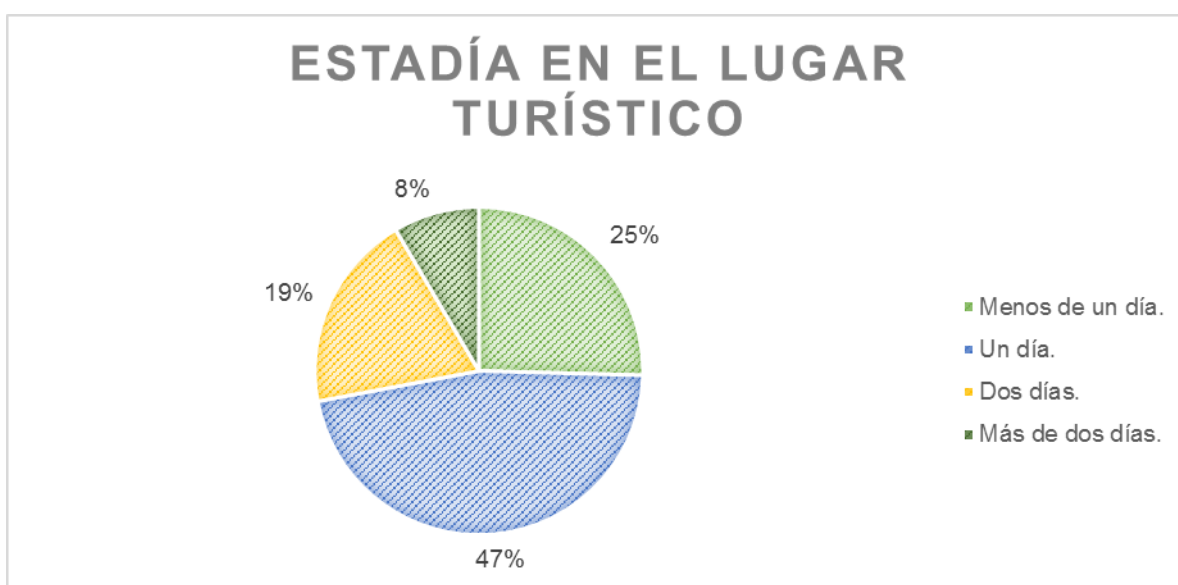


Gráfico 12 Estadía en lugar turístico. / Turista joven.

Análisis:

El 47% de la población encuestada tiene una estadía promedio de un día seguido del 25% que tiene una estadía de menos de un día con un 27% restante que tiene estadía de dos días o más.

7. ¿A través de que medio conoció información acerca de los lugares que ha visitado?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|-------------|
| Televisión y/o radio. | 16 | 9% |
| Internet (Páginas web). | 36 | 21% |
| Redes sociales. | 39 | 23% |
| Vallas publicitarias. | 4 | 2% |
| Agencias de turismo. | 4 | 2% |
| Ministerio de Turismo. | 5 | 3% |
| Recomendaciones de terceros. | 66 | 39% |
| Total | | 100% |

Tabla 53 Medio de información de lugares turísticos. / Turista joven.

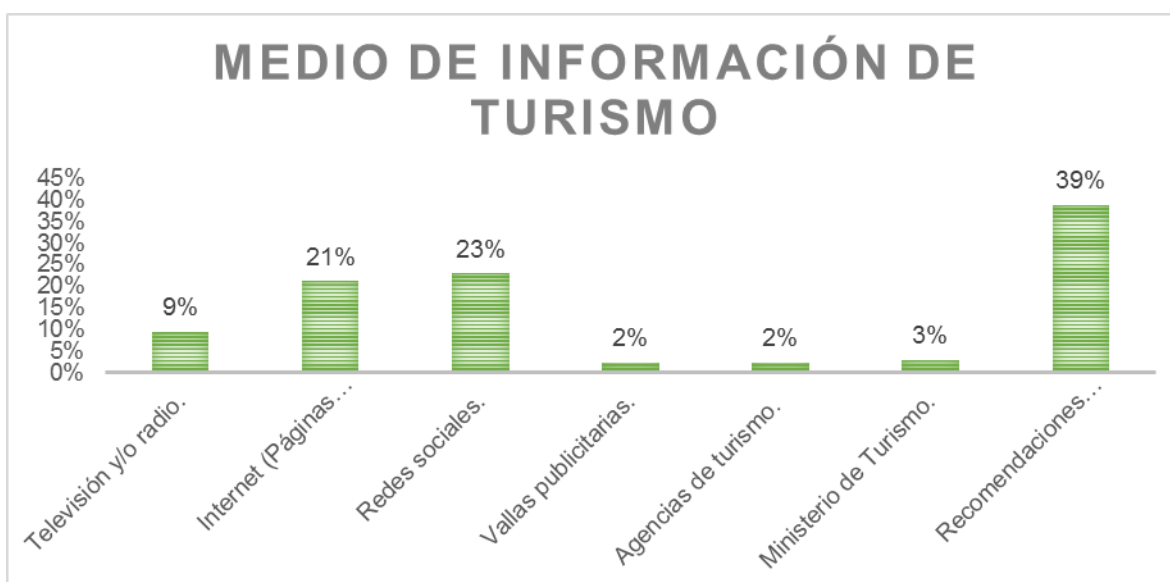


Gráfico 13 Medio de información de lugares turísticos. / Turista joven.

Análisis:

El 39% de la población encuestada conoce información sobre los lugares turísticos que visita a través de recomendaciones de terceros siendo la publicidad “de boca en boca” como es llamada comúnmente la más importante ya que la percepción positiva de un cliente sirve de publicidad para atraer a otros clientes; el 44% se entera a través de medios electrónicos como internet a través de páginas web y redes sociales reflejando la importancia de la presencia de publicidad a través de estos medios, el restante 16% se informa por medios de comunicación masiva como radio y televisión, vallas publicitarias y agencias de turismo así como el Ministerio de Turismo.

8. ¿En promedio cuánto gastó en su más reciente visita turística?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|-------------|
| Menos de \$25.00 | 64 | 54% |
| De \$26.00 a \$50.00 | 38 | 32% |
| De \$51.00 a \$100.00 | 11 | 9% |
| Más de \$100.00 | 5 | 4% |
| Total | | 100% |

Tabla 54. Gasto promedio de reciente visita turística. / Turista joven.

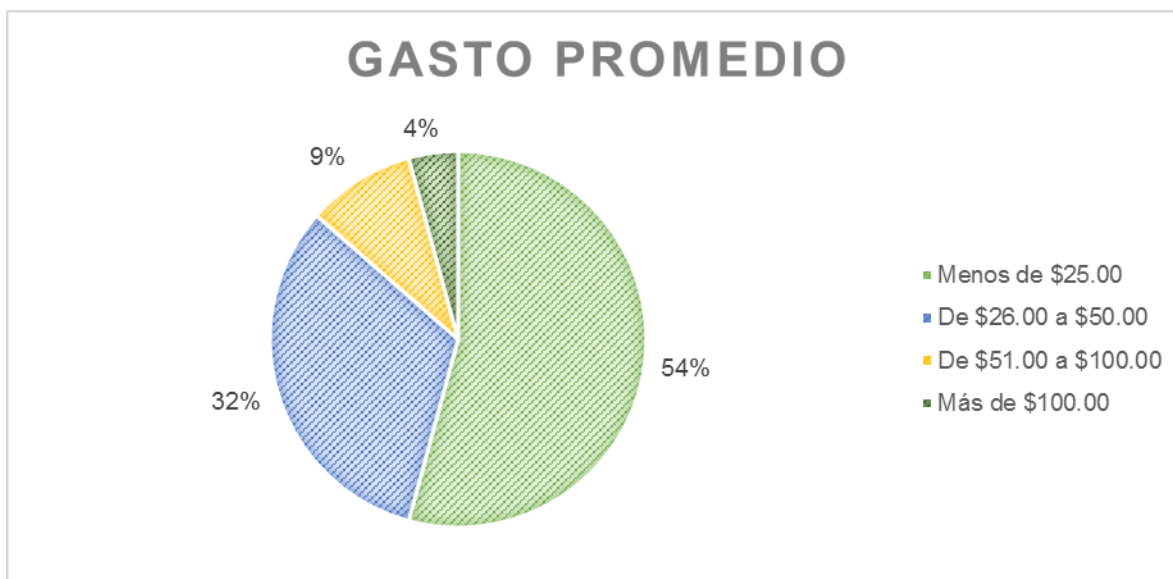


Gráfico 14 Gasto promedio de reciente visita turística. / Turista joven.

Análisis:

El 54% de la población encuestada tiene un gasto de menos de \$25.00, el 32% tiene un gasto promedio de \$26.00 a \$50.00, el 13% restante tiene un gasto arriba de \$50.00; teniendo en cuenta que la mayoría tiene una estadía promedio de un día se puede inferir de esta manera la disposición al gasto dependiendo de la estadía.

9. ¿Entre cuál rango se encuentran sus ingresos promedio mensuales?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|-------------|
| Menos de \$200.00 | 44 | 37% |
| De \$200.00 y \$300.00 | 35 | 30% |
| De \$301.00 y \$500.00 | 17 | 14% |
| De \$501.00 y \$800.00 | 8 | 7% |
| Más de \$800.00 | 14 | 12% |
| Total | | 100% |

Tabla 55 Ingresos promedio mensuales. /Turista joven.

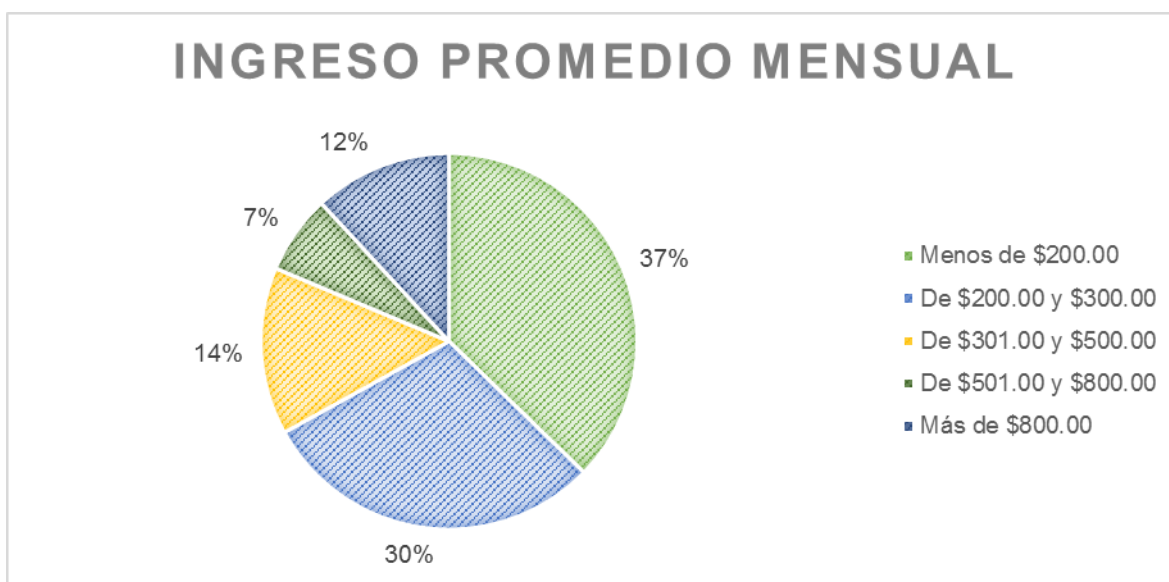


Gráfico 15 Ingreso promedio mensual. /Turista joven.

Análisis.

Por las características de la muestra, la población joven entre los 18 y 35 años encuestada la cual en su mayoría es estudiante tiene ingresos promedio mensuales un 37% de menos de \$200, un 30% entre \$201.00 y \$300.00, el 14% entre \$501.00 y \$800.00 y un restante 7% con ingresos arriba de \$800.00.

10. ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente en sus paseos o viajes?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------------|------------|-------------|
| Vehículo propio. | 82 | 69% |
| Vehículo alquilado. | 17 | 14% |
| Vehículo de la agencia turística. | 2 | 2% |
| Transporte público. | 17 | 14% |
| Total | | 100% |

Tabla 56 Medio de transporte en visitas turísticas. / Turista joven.

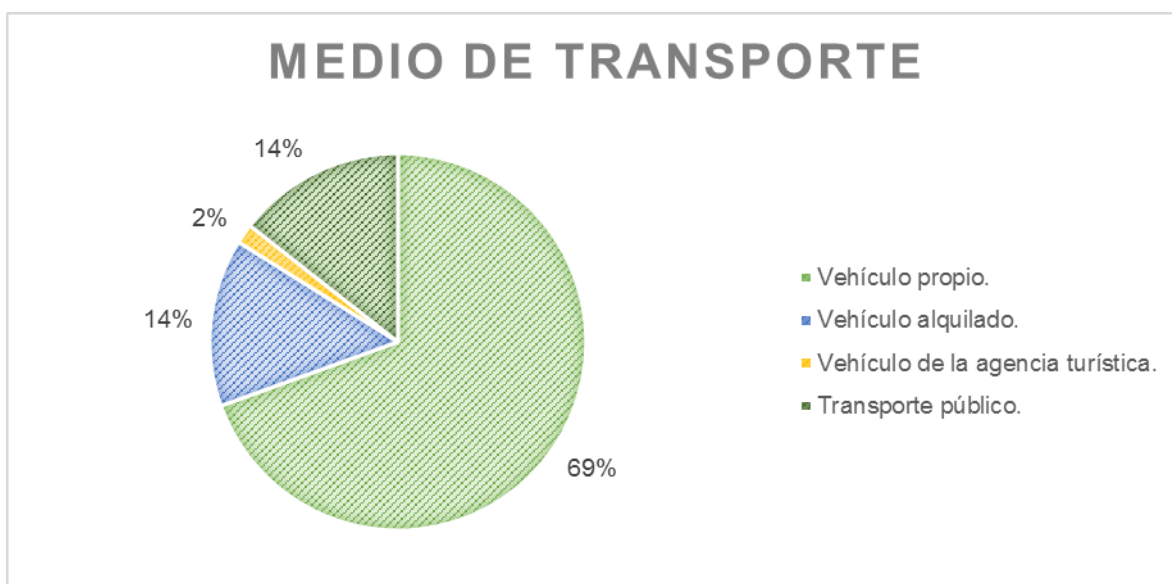


Gráfico 16 Medio de transporte en visitas turísticas. / Turista joven.

Análisis:

El 69% de jóvenes encuestados se traslada a visitas turísticas en vehículo propio, esta mayoría que se transporta de esta manera está influenciada en cierta medida por las condiciones de delincuencia en el país prescindiendo de los servicios de transporte público, además de la comodidad y la libertad de movilidad a cualquier hora durante la visita turística; el 14% utiliza vehículo alquilado, el 14% utiliza el transporte de agencias turísticas y el 2% transporte público.

11. ¿Qué servicios usualmente utiliza en sus visitas turísticas?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Hospedaje. | 46 | 19% |
| Restaurante. | 97 | 41% |
| Transporte. | 25 | 11% |
| Museos y parques. | 36 | 15% |
| Souvenirs y tiendas. | 33 | 14% |
| Total | | 100% |

Tabla 57 Servicios utilizados en visitas turísticas. /Turista joven.

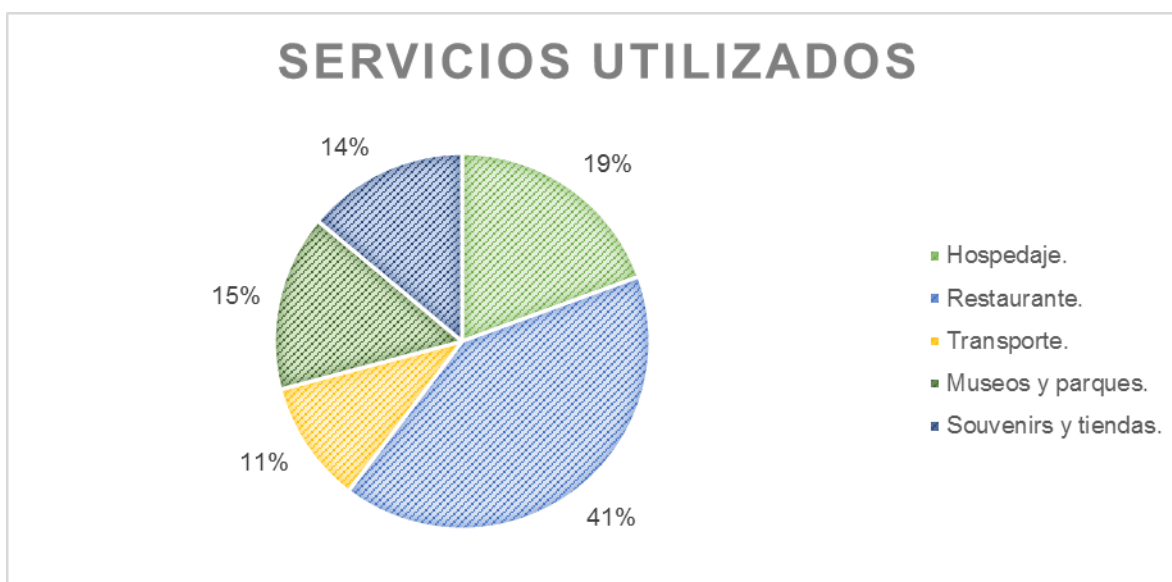


Gráfico 17 Servicios utilizados en visitas turísticas. / Turista joven.

Análisis:

La población muestral en su mayoría utiliza el servicio de restaurante con un 41% seguido del 19% que utiliza el servicio de hospedaje, el 15% visita museos y parques, el 14% tiendas y souvenirs y el 11% contrata servicios de transporte.

12. Califique en orden de importancia los siguientes aspectos al momento de recibir un servicio turístico.

Atención al cliente

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 25 | 21% |
| 2 | 33 | 28% |
| 3 | 19 | 16% |
| 4 | 20 | 17% |
| 5 | 21 | 18% |
| Total | | 100% |

Tabla 58 Importancia de atención al cliente. /Turista joven.

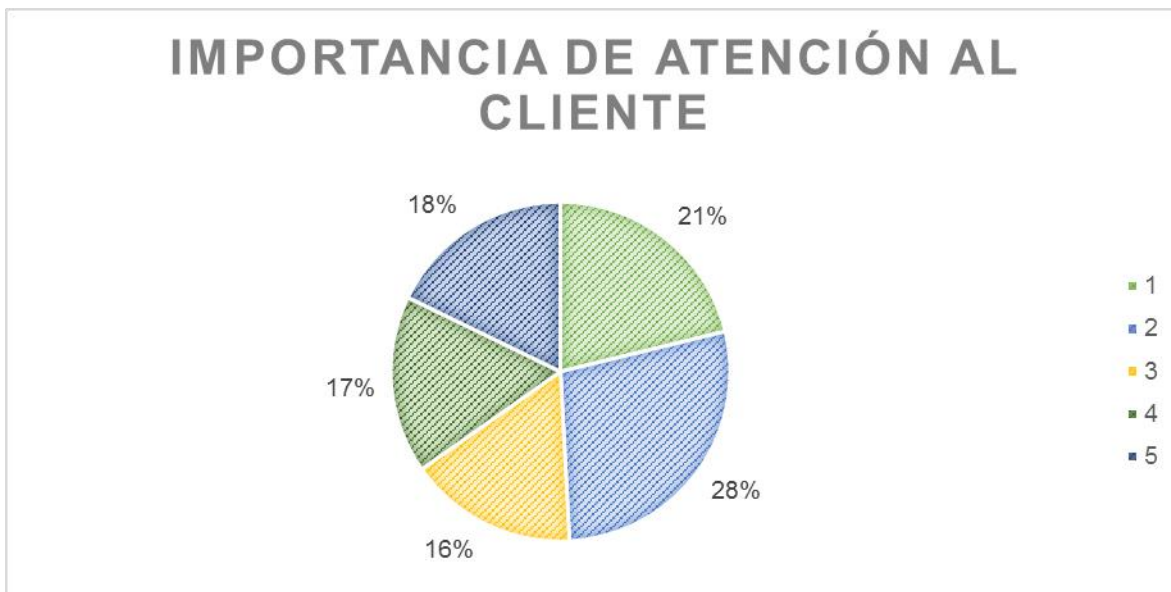


Gráfico 18 Importancia de atención al cliente. / Turista joven.

Análisis:

El aspecto de atención al cliente fue calificado en primer lugar por el 21% de la población encuestada, la mayoría lo califica en segundo lugar con el 28%, el tercer lugar por el 16%, el cuarto lugar que fue calificado por el 17% y en quinto lugar con el 18%. En general se observa que es un aspecto importante para los jóvenes ya que entre el primer y segundo lugar se encuentra el 49% de los encuestados.

Seguridad.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 55 | 47% |
| 2 | 34 | 29% |
| 3 | 10 | 8% |
| 4 | 13 | 11% |
| 5 | 6 | 5% |
| Total | | 100% |

Tabla 59 Importancia de seguridad / Turista joven.

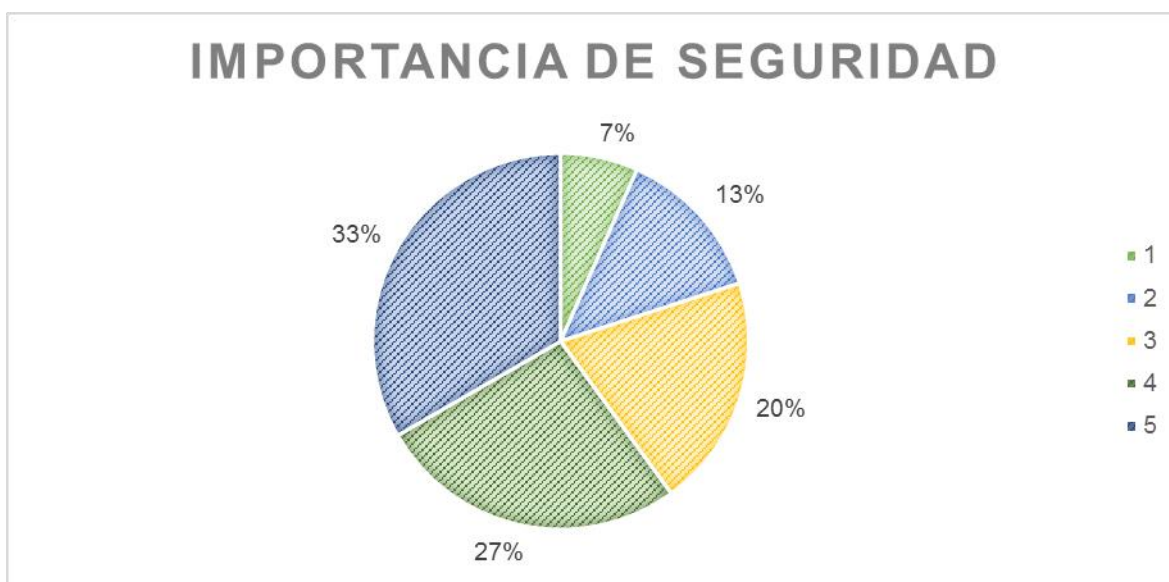


Gráfico 19 Importancia de seguridad. / Turista joven.

Análisis:

El aspecto de seguridad fue calificado en primer lugar por la mayoría con un 47%, en segundo lugar por el 29%, en tercer lugar por el 8%, en cuarto lugar por el 11% y la minoría en quinto lugar con un 5%.

Este aspecto es el más importante para la mayoría de jóvenes, para el 76% es en primer o segundo lugar lo más importante debido a las condiciones de delincuencia en El Salvador este es sin duda un factor influyente a la hora de visitar un lugar turístico.

Precios accesibles.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 18 | 15% |
| 2 | 22 | 19% |
| 3 | 34 | 29% |
| 4 | 27 | 23% |
| 5 | 17 | 14% |
| Total | 118 | 100% |

Tabla 60 Importancia de precios accesibles. / Turista joven.

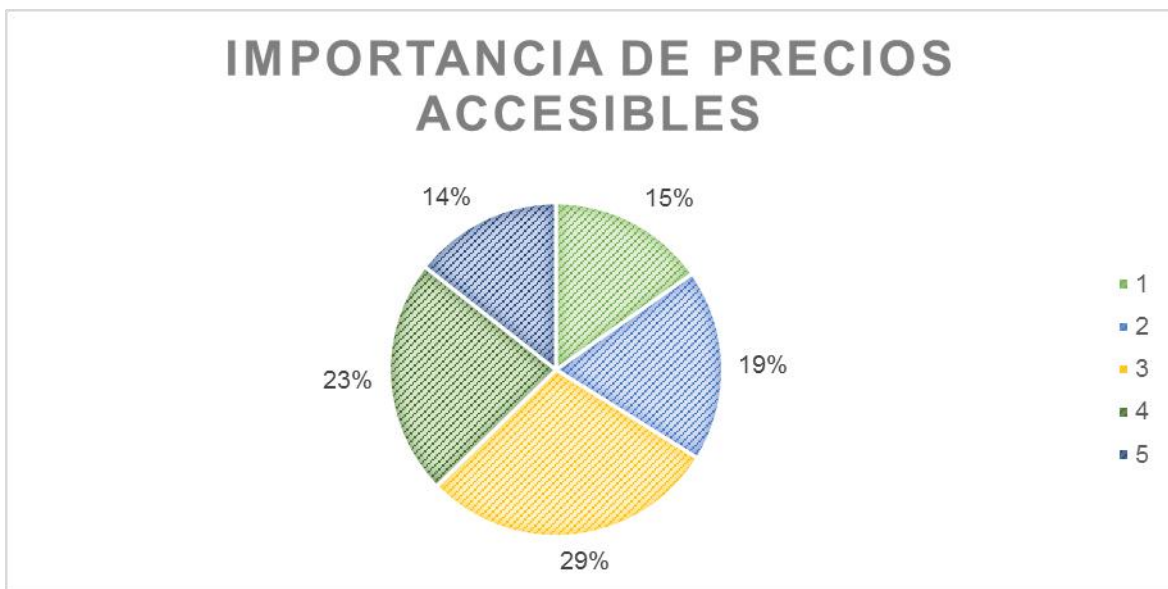


Gráfico 20 Importancia de precios accesibles. / Turista joven.

Análisis:

Los precios accesibles son un aspecto calificado en su mayoría con el 29% en tercer lugar, luego en cuarto lugar con el 23%, en segundo lugar el 19%, en primer lugar el 15% y el 14% restante en quinto lugar.

Actividades turísticas a realizar.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 11 | 9% |
| 2 | 19 | 16% |
| 3 | 23 | 19% |
| 4 | 28 | 24% |
| 5 | 37 | 31% |
| Total | | 100% |

Tabla 61 Importancia de actividades turísticas a realizar. /Turista joven.

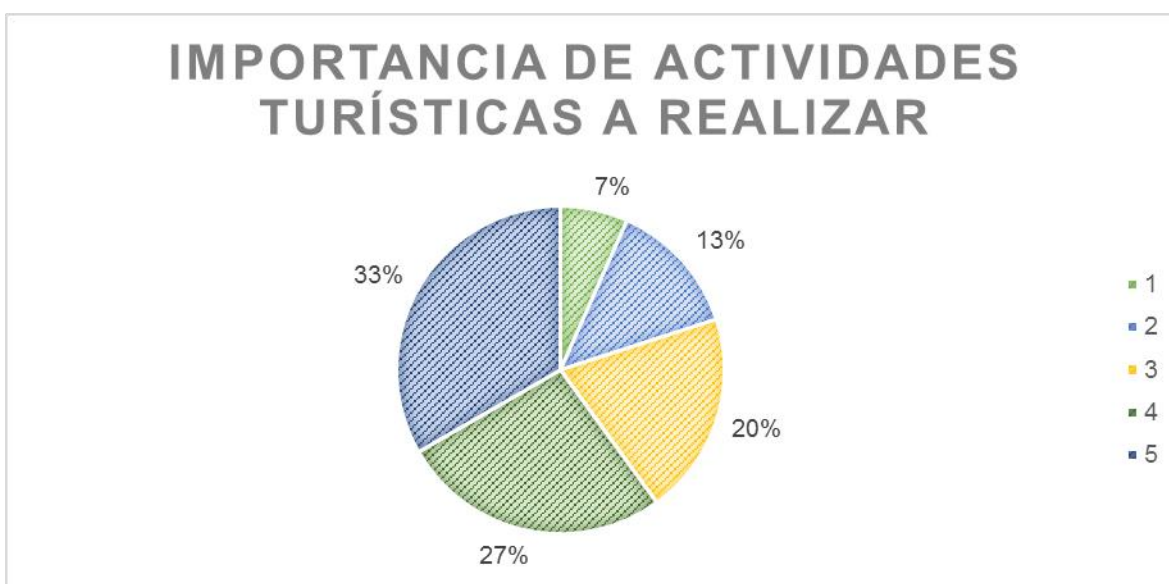


Gráfico 21 Importancia de actividades turísticas a realizar. / Turista joven.

Análisis:

Las actividades turísticas a realizar fueron elegidas con el 31% como quinto factor, es decir no es un factor relevante para los turistas jóvenes que visitan los lugares turísticos, el 24% lo calificó en cuarto lugar, el 19% en tercer lugar, el 16% en segundo lugar y la minoría el 9% lo califica en primer lugar.

Acceso a la zona.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 15 | 13% |
| 2 | 15 | 13% |
| 3 | 26 | 22% |
| 4 | 35 | 30% |
| 5 | 27 | 23% |
| Total | 118 | 100% |

Tabla 62 Importancia de acceso a la zona. /Turista joven.

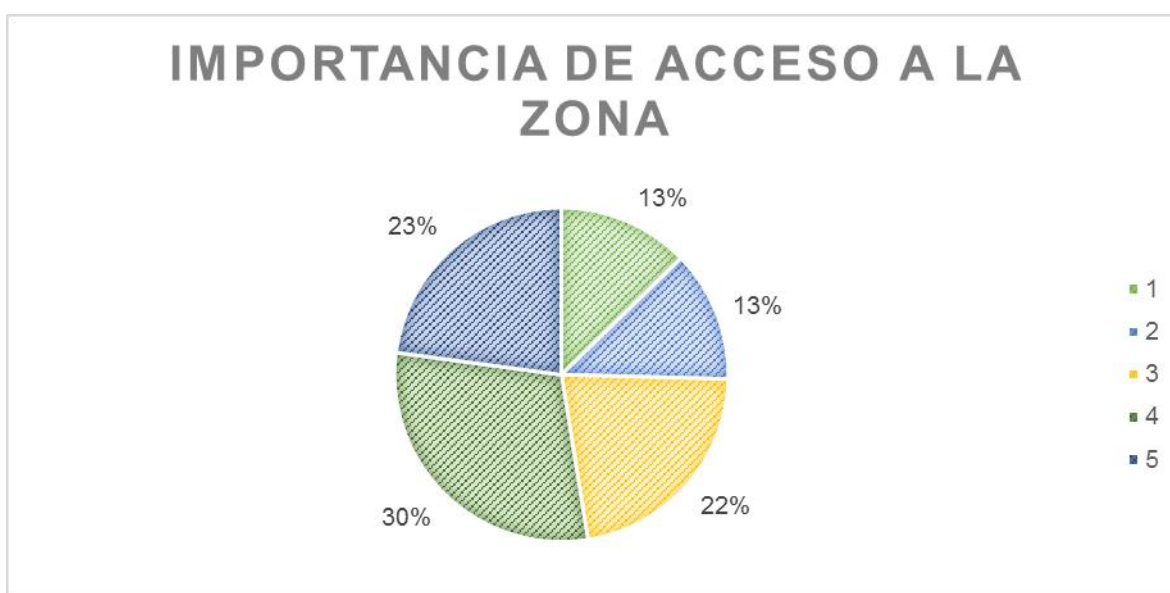


Gráfico 22 Importancia de acceso a la zona. / Turista joven.

Análisis:

El acceso a la zona según los encuestados es el cuarto factor más importante con el 30%, es el tercer factor más importante según el 22%, el quinto según el 23%, y el primero y el segundo por el 13% respectivamente.

13. ¿Conoce el municipio de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 60 | 51% |
| No | 58 | 49% |
| Total | 118 | 100% |

Tabla 63 Conocimiento del municipio de Suchitoto. / Turista joven.

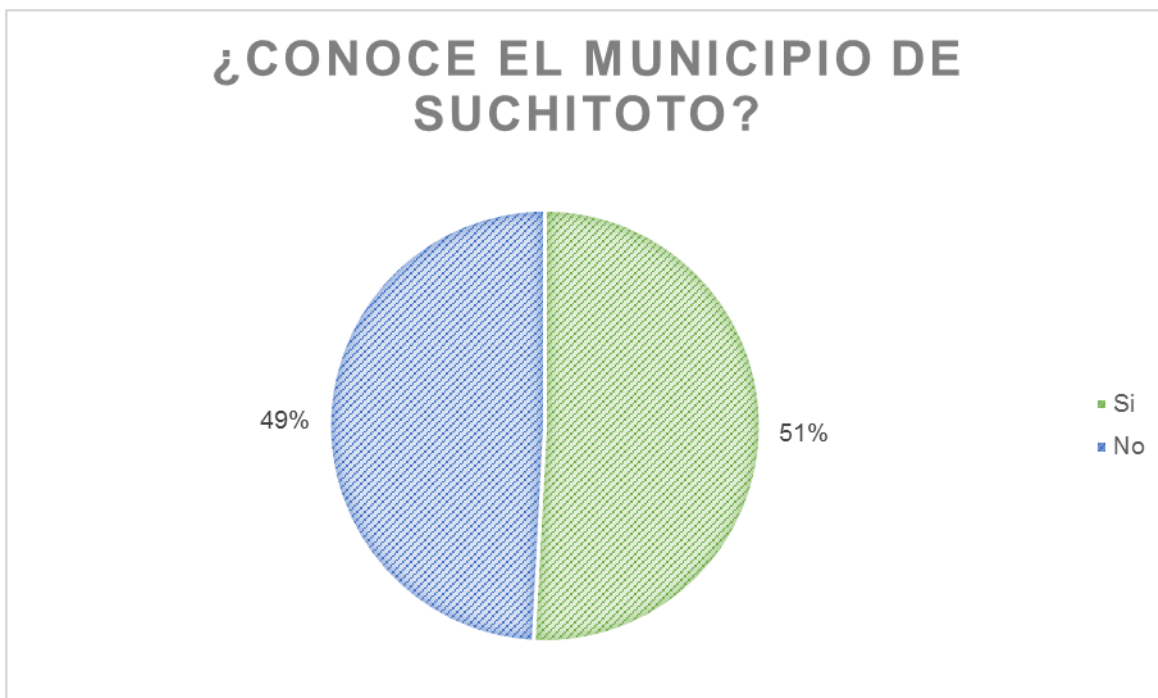


Gráfico 23 Conocimiento del municipio de Suchitoto. / Turista joven.

Análisis:

Del total de encuestados el 51% si ha visitado el municipio de Suchitoto y el 49% no lo conoce.

14. ¿Cuál fue el motivo principal de su visita?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Descanso o placer. | 20 | 33% |
| Diversión. | 22 | 37% |
| Negocios. | 1 | 2% |
| Congresos. | 1 | 2% |
| Compras. | 0 | 0% |
| Cultura. | 6 | 10% |
| Estudios. | 6 | 10% |
| Trabajo. | 2 | 3% |
| Otros. | 2 | 3% |
| Total | 60 | 100% |

Tabla 64 Motivo principal de visita al municipio. /Turista joven.

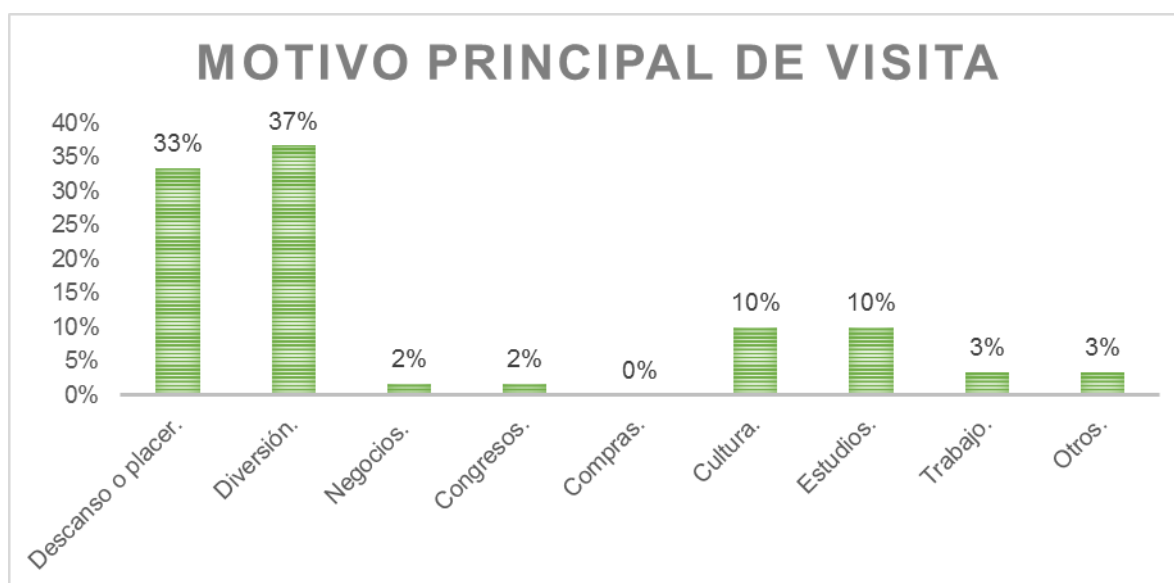


Gráfico 24 Motivo principal de visita al municipio. /Turista joven.

Análisis:

El motivo principal en su mayoría con el 37% es diversión seguido con el 33% del motivo de descanso o placer, ambas opciones conforman el 70% de personas que visitaron Suchitoto con el propósito de hacer turismo, el restante 30% se encuentra distribuido 10% por motivos de estudios, otro 10% por cultura y el último 10% por negocios, trabajo y otros como retiros espirituales.

15. ¿Qué tipo de atractivos o recursos turísticos ha visitado en el municipio de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| Sitios Naturales. | 45 | 46% |
| Museos y manifestaciones culturales. | 22 | 23% |
| Folklore. | 10 | 10% |
| Artísticas contemporánea. | 5 | 5% |
| Acontecimientos programados. | 15 | 15% |
| Total | | 100% |

Tabla 65 Tipo de atractivos o recursos turísticos visitados en el municipio de Suchitoto. / Turista joven.

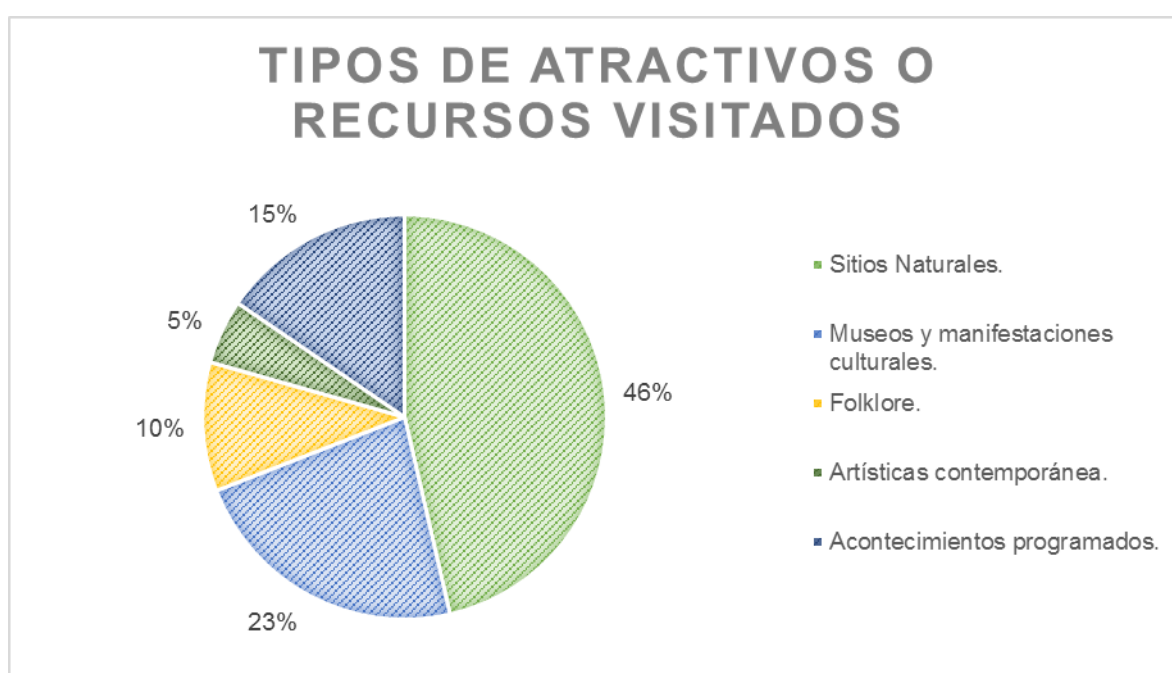


Gráfico 25 Tipo de atractivos o recursos turísticos visitados en el municipio de Suchitoto. / Turista joven.

Análisis:

El 46% ha visitado sitios naturales, el 23% museos y manifestaciones culturales, en estos atractivos se cubre el 69% de turistas que visitaron Suchitoto, el 15% visitó por acontecimientos programados como las fiestas patronales, el 10% por folklore y el 5% restante por atractivos artístico contemporáneos.

16. ¿Ha visitado el centro de amigos del turista?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 8 | 13% |
| No | 52 | 87% |
| Total | | 100% |

Tabla 66 Visita al Centro de Amigos del Turista CAT. / Turista joven.

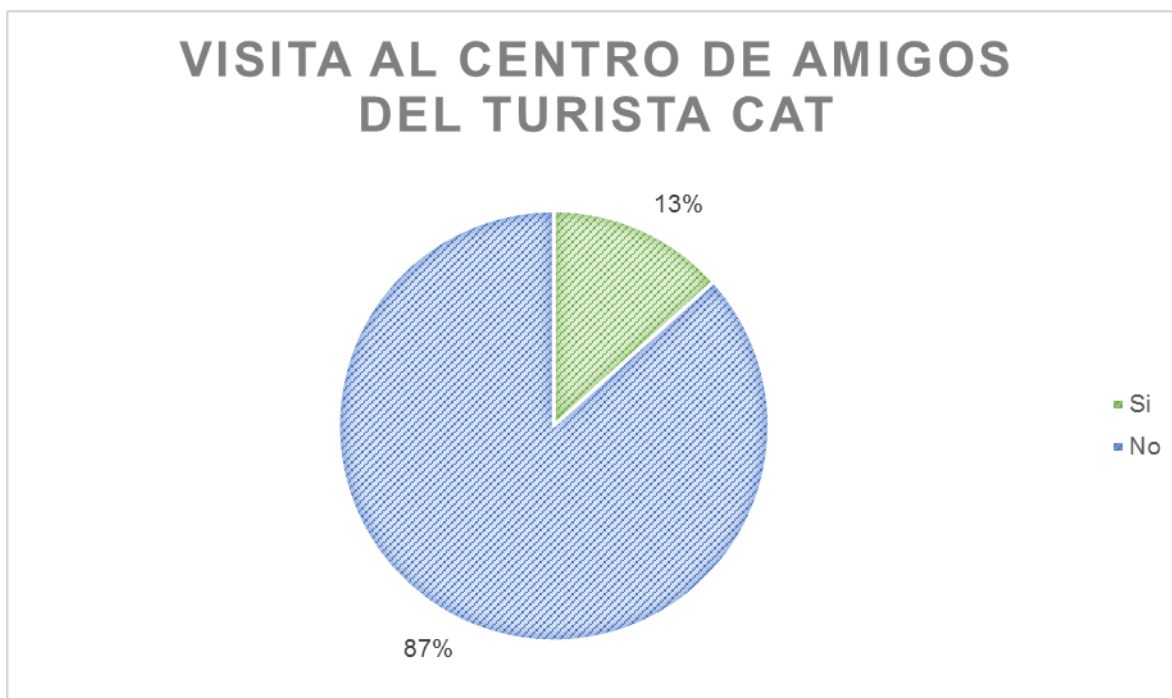


Gráfico 26 Visita al Centro de Amigos del Turista CAT. /Turista joven.

Análisis:

El 87% de turistas jóvenes no ha asistido al Centro de Amigos del turista CAT y la minoría del 13% si lo ha visitado, esto se ve reflejado en la falta de consistencia de información turística sobre el flujo de turistas del municipio ya que el control actualmente se hace al visitar la oficina del CAT, debido a esto el cálculo del flujo de turistas se hace mediante los demás establecimientos que llevan algún tipo de control de ingreso y las personas asistentes a eventos programados.

17. ¿Qué lugares turísticos conoce de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| Centro histórico e iglesia Santa Lucía | 18 | 30% |
| Lago de Suchitlán | 30 | 50% |
| Cerro de Guazapa | 5 | 8% |
| Casa de recuerdos Alejandro Cotto | 2 | 3% |
| No recuerda | 5 | 8% |
| Total | 60 | 100% |

Tabla 67 Lugares de Suchitoto que ha visitado. /Turista joven.

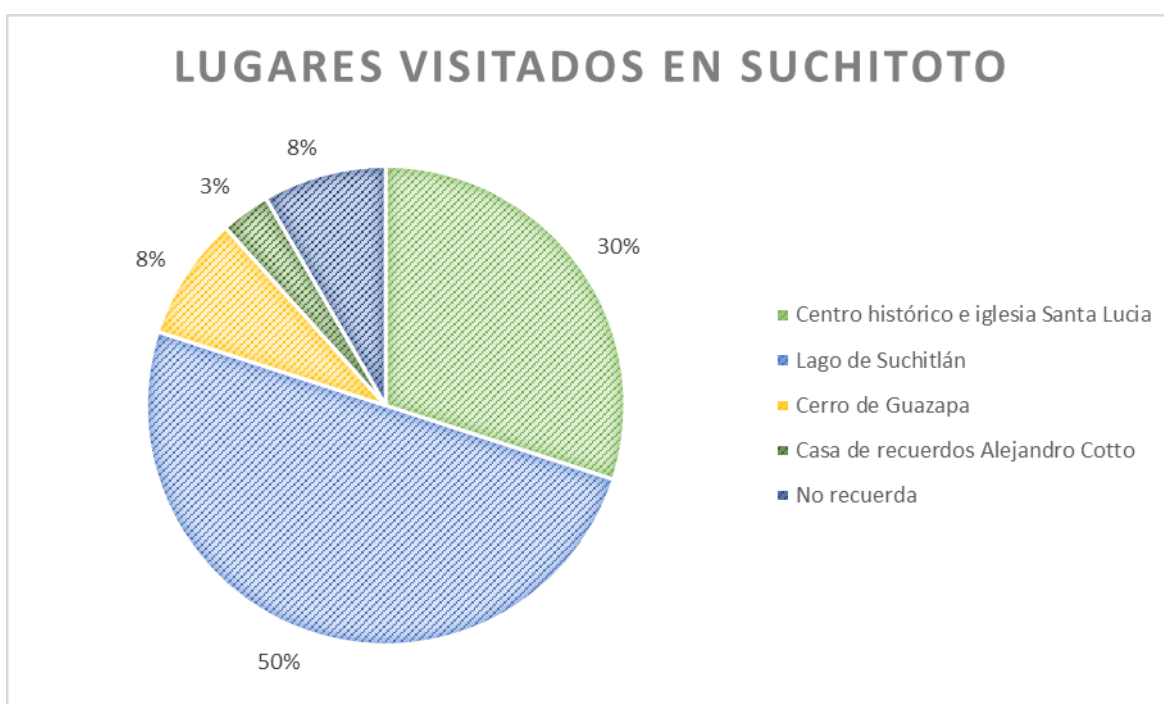


Gráfico 27 Lugares de Suchitoto que ha visitado. / Turista joven.

Análisis:

El 50% de los encuestados recuerda haber visitado el Lago de Suchitlán, y el 30% recuerda haber visitado el Centro Histórico y la Iglesia Santa Lucía, esto suma el 80% de turistas dejando un 8% que recuerda su visita al Cerro de Guazapa, un 3% que recuerda la casa de recuerdos Alejandro Cotto y otro 8% que no recuerda los lugares visitados; cabe mencionar que esta pregunta fue abierta con el propósito de identificar el posicionamiento en la mente del consumidor de los lugares visitados.

18. Marque con una “X” los atractivos turísticos que ha conocido o le gustaría conocer, en función de su grado de interés por ellos. Utilice la escala siguiente:

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|-------------|
| Hacienda Colima. | 2 | 1% |
| Ciudad Vieja. | 9 | 4% |
| Hacienda La Bermuda. | 4 | 2% |
| Cihuatán. | 13 | 6% |
| Aguacayo. | 5 | 2% |
| Hacienda Los Nacimientos. | 2 | 1% |
| Cinquera. | 17 | 7% |
| Cerro de Guazapa. | 30 | 13% |
| Centro Recreativo las Américas. | 6 | 3% |
| Agua Caliente (Río Quezalapa). | 14 | 6% |
| Centro Histórico de Suchitoto. | 32 | 14% |
| Lago de Suchitlán. | 43 | 19% |
| Turicentro Puerto San Juan. | 12 | 5% |
| Casa de recuerdos Alejandro Cotto. | 14 | 6% |
| Iglesia de Santa Lucía. | 28 | 12% |
| Total | | 100% |

Tabla 68 Atractivos turísticos que ha conocido o le interesaría conocer. / Turista joven.

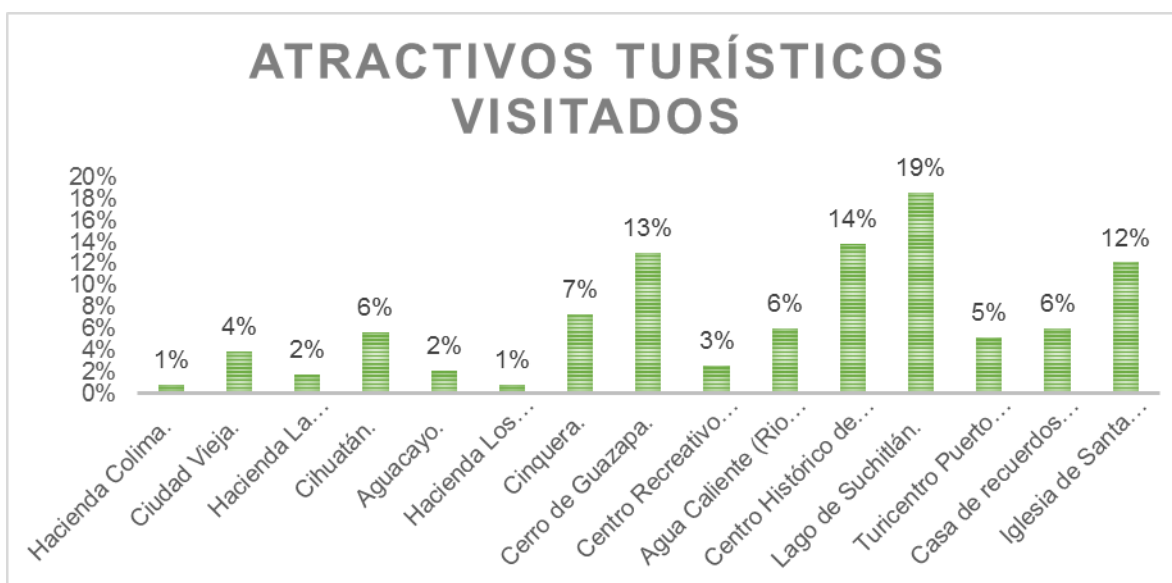


Gráfico 28 Atractivos turísticos que ha conocido o le interesaría conocer. / Turista joven.

Análisis:

El listado de atractivos turísticos recuerda al consumidor los lugares que probablemente visitó en el municipio dando como resultado que el 19% visitó el Lago de Suchitlán, el 14% visitó el Centro Histórico de Suchitoto, el 13% visitó el Cerro de Guazapa, el 12% visitó la Iglesia Santa Lucía y los demás lugares varían de 1% a 6%.

19. ¿Sabe qué es un circuito turístico rural?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 62 | 53% |
| No | 56 | 47% |
| Total | | 100% |

Tabla 69 Conocimiento de qué es un circuito turístico rural / Turista joven.

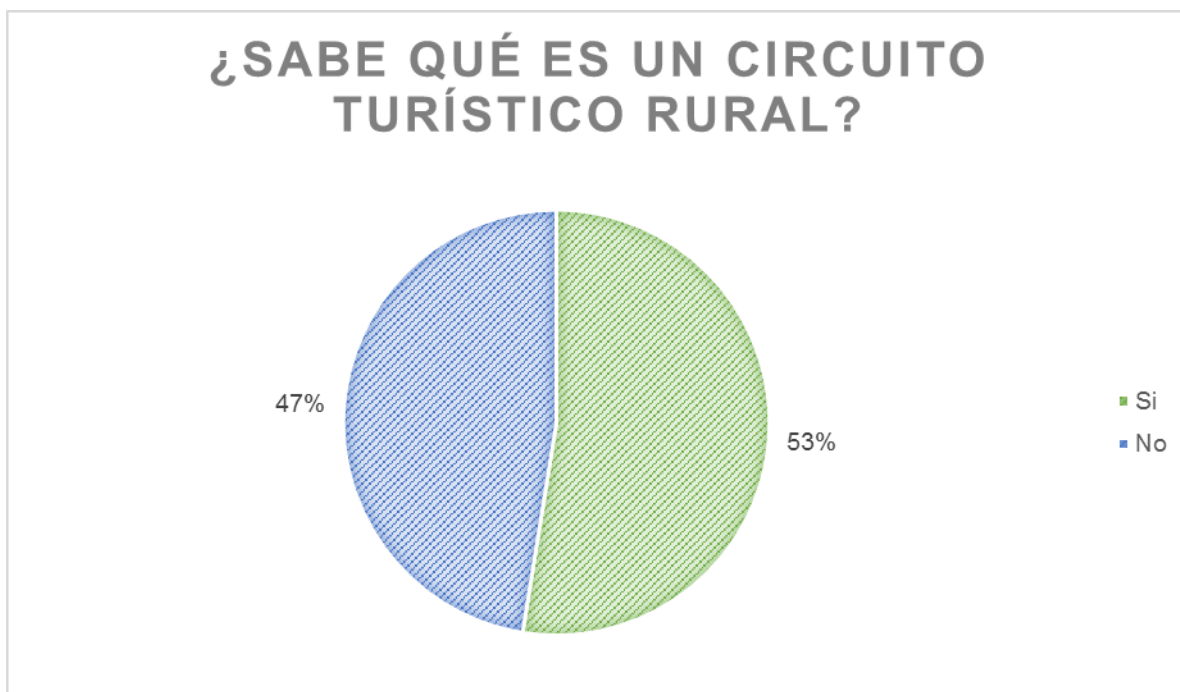


Gráfico 29 Conocimiento de qué es un circuito turístico rural / Turista joven.

Análisis:

El 53% de la población sabe qué es un circuito turístico rural y el 47% de la población desconoce el concepto, el objetivo de la pregunta es describir el concepto para personas que desconocen el significado.

20. ¿Estaría dispuesto a realizar un circuito turístico rural en Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 95 | 81% |
| No | 23 | 19% |
| Total | | 100% |

Tabla 70 Disposición a realizar un circuito turístico rural. / Turista joven.

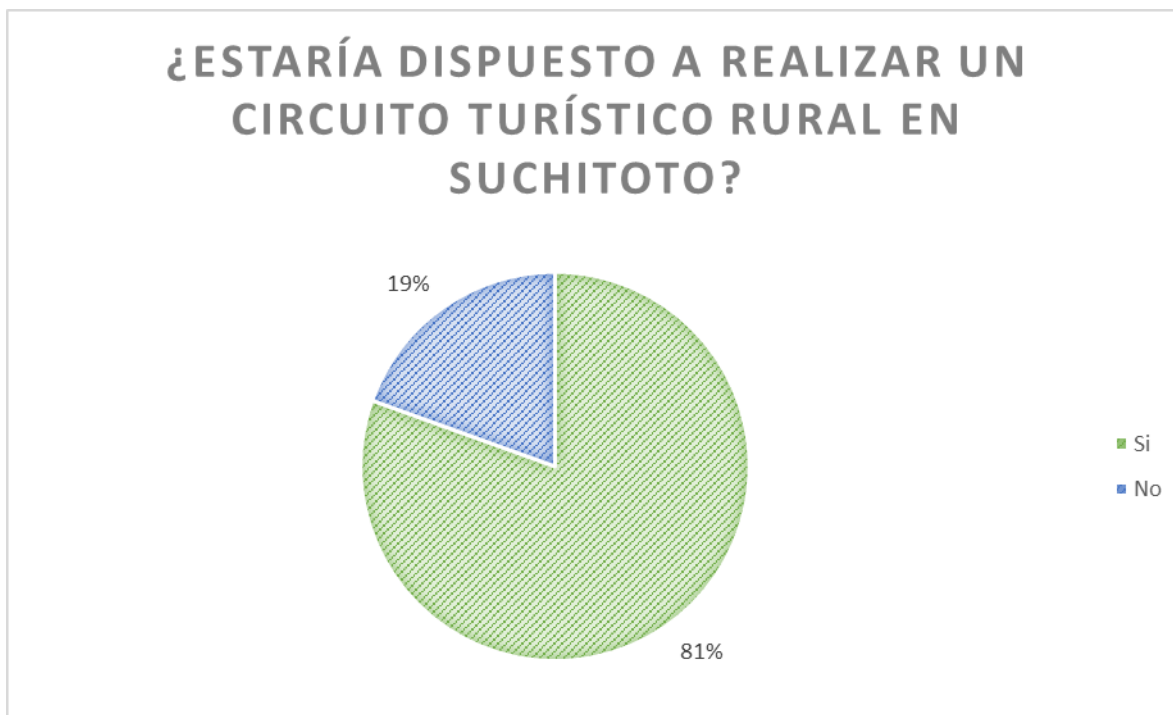


Gráfico 30 Disposición a realizar un circuito turístico rural. /Turista joven.

Análisis:

El 81% estaría dispuesto a realizar un circuito turístico rural y el 19% no lo realizaría, esto demuestra el potencial que existe para la propuesta de circuitos turísticos rurales.

21. De los siguientes temáticas de circuitos, Califique en orden de preferencia (Siendo 1 el de mayor preferencia y 5 el de menor).

Circuito de aventura

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| 1 | 42 | 44% |
| 2 | 20 | 21% |
| 3 | 10 | 11% |
| 4 | 15 | 16% |
| 5 | 8 | 8% |
| Total | | |

Tabla 71 Preferencia por circuito de aventura. / Turista joven.

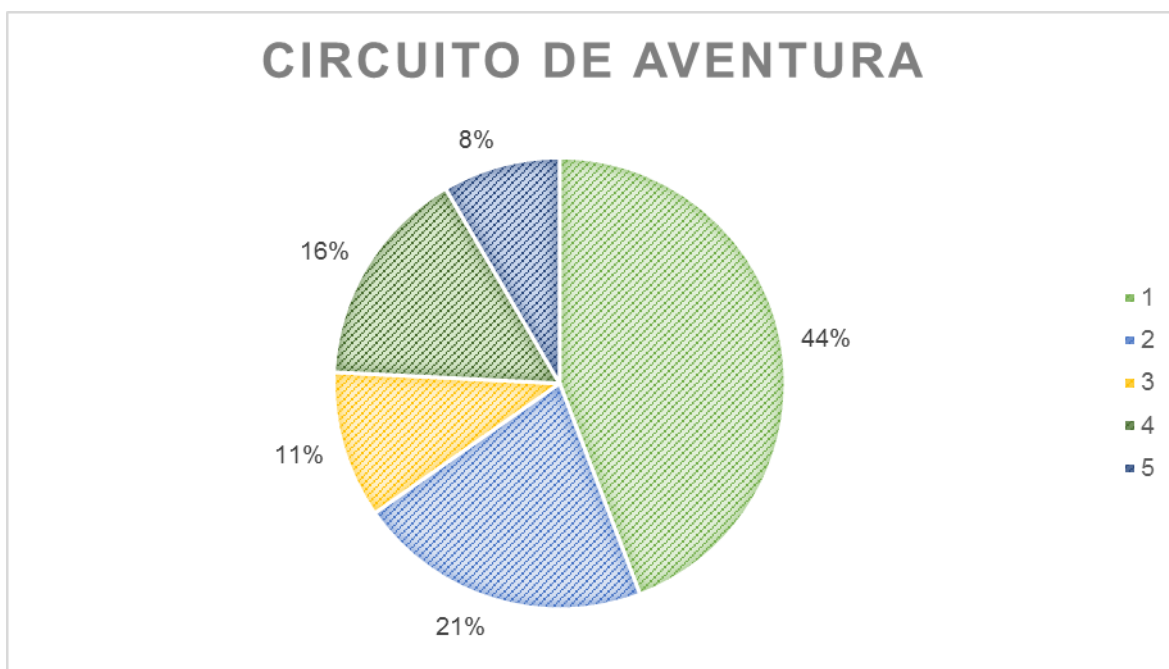


Gráfico 31 Preferencia por circuito de aventura. / Turista joven.

Análisis:

El circuito de aventura es el de mayor preferencia con el 44% seguido del 21% que lo elige como el segundo de mayor preferencia, en tercer lugar el 11%, cuarto lugar el 16% y únicamente el 8% lo califica en quinto lugar.

Circuito cultural.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 11 | 12% |
| 2 | 13 | 14% |
| 3 | 25 | 26% |
| 4 | 24 | 25% |
| 5 | 22 | 23% |
| Total | | 100% |

Tabla 72 Preferencia por circuito cultural / Turista joven.

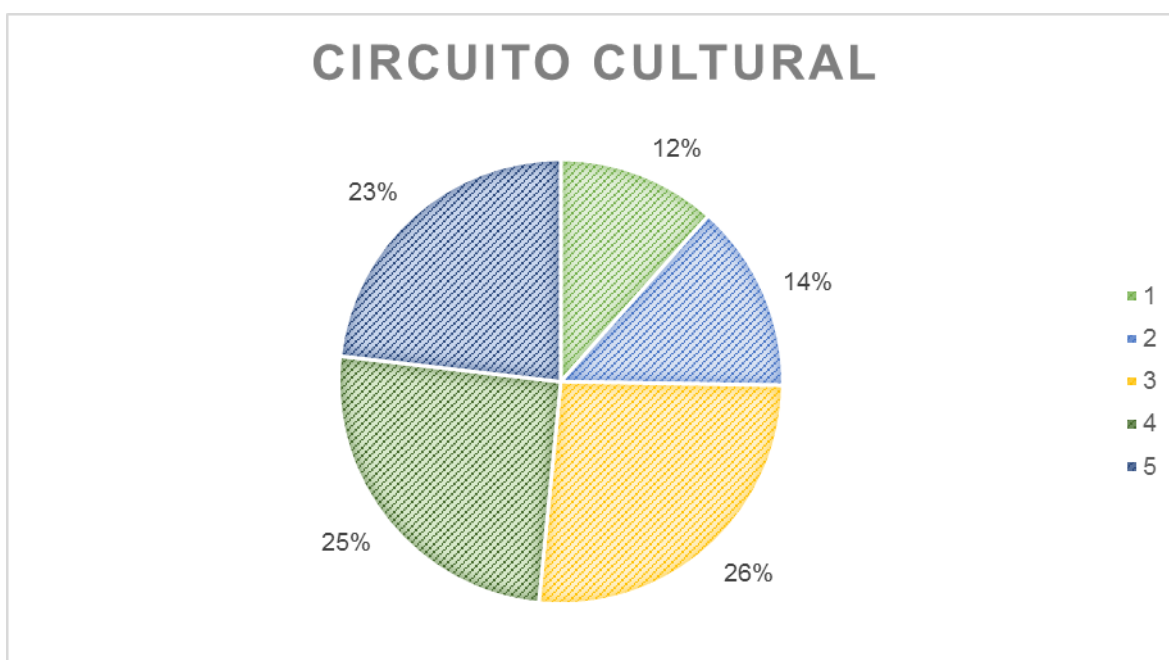


Gráfico 32 Preferencia por circuito cultural / Turista joven.

Análisis:

El circuito cultural es en su mayoría calificado en el tercer lugar por el 26%, en cuarto lugar por el 25%, en quinto lugar por el 23%, en segundo lugar por el 14% y en primer lugar por el 12%.

Circuito histórico.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 10 | 11% |
| 2 | 20 | 21% |
| 3 | 28 | 29% |
| 4 | 22 | 23% |
| 5 | 15 | 16% |
| Total | | 100% |

Tabla 73 Preferencia por circuito histórico / Turista joven.

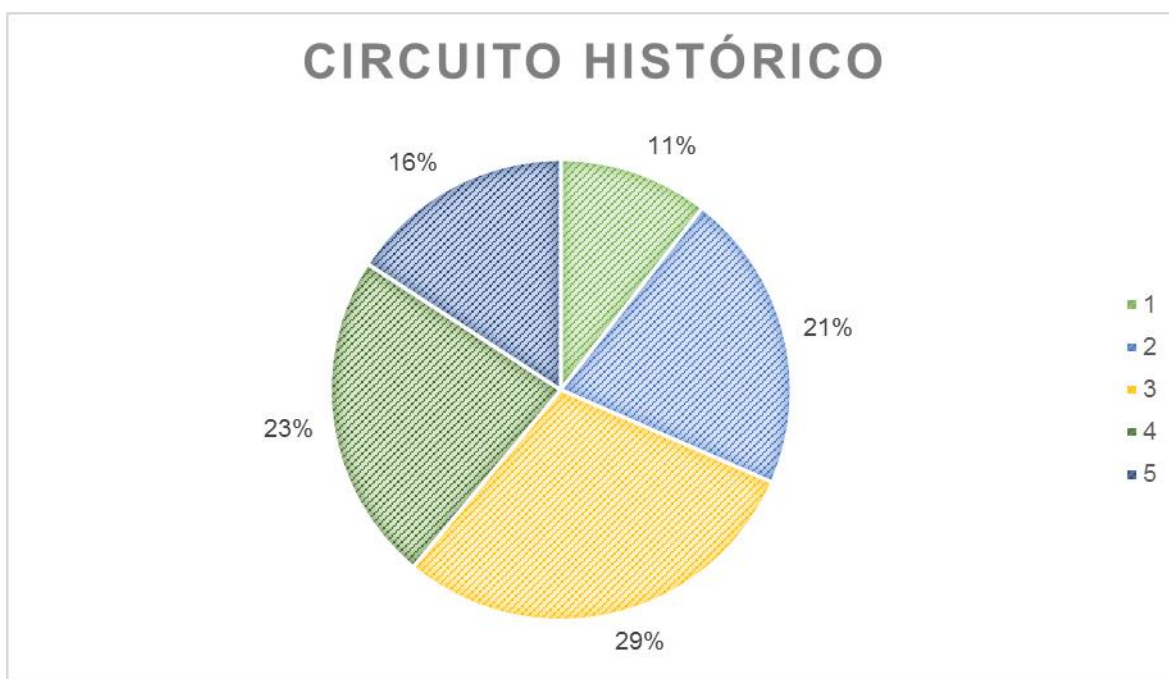


Gráfico 33 Preferencia por circuito histórico / Turista joven.

Análisis:

El circuito histórico es calificado en tercer lugar por el 29%, dejando al circuito cultural en segundo lugar; en cuarto lugar lo califica el 23%, en segundo el 21%, en quinto el 16% y en primero únicamente el 11%.

Circuito ecológico.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 23 | 24% |
| 2 | 30 | 32% |
| 3 | 18 | 19% |
| 4 | 13 | 14% |
| 5 | 11 | 12% |
| Total | | 100% |

Tabla 74 Preferencia por circuito ecológico / Turista joven.

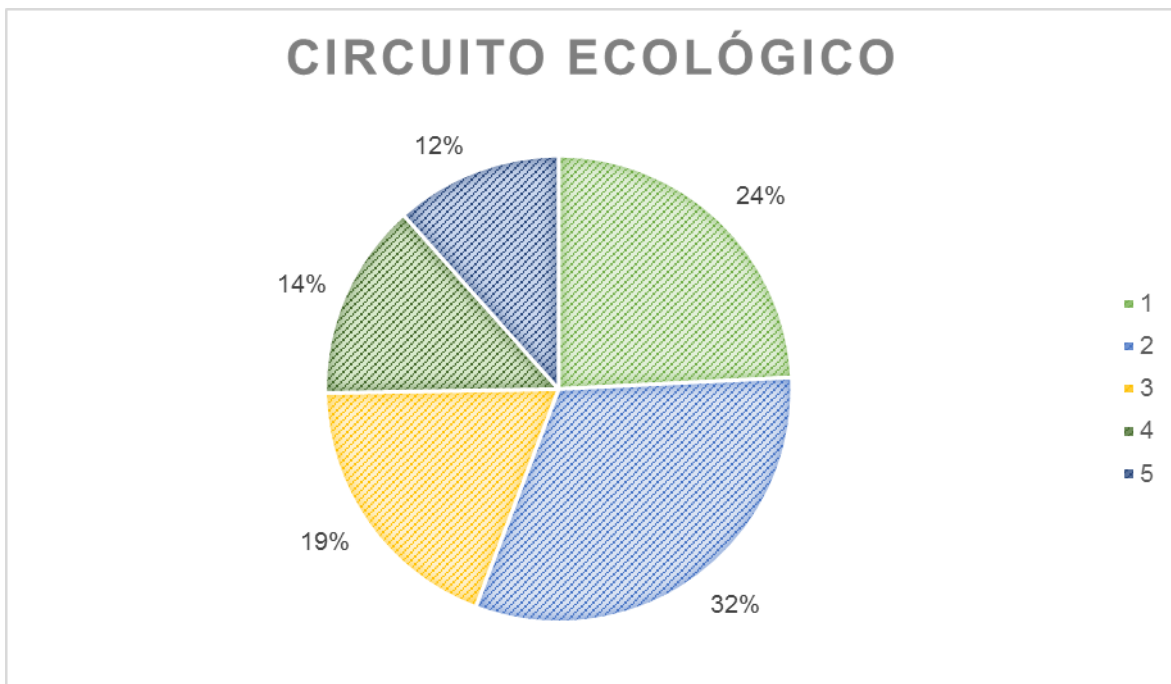


Gráfico 34 Preferencia por circuito ecológico / Turista extranjero.

Análisis:

El circuito ecológico fue calificado en segundo lugar por el 32%, en primer lugar por el 24%, en tercer lugar por el 19%, en cuarto lugar por el 14% y en quinto lugar por el 12%.

Circuito vivencial.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 9 | 9% |
| 2 | 12 | 13% |
| 3 | 14 | 15% |
| 4 | 21 | 22% |
| 5 | 39 | 41% |
| Total | | 100% |

Tabla 75 Preferencia por circuito vivencial / Turista joven.

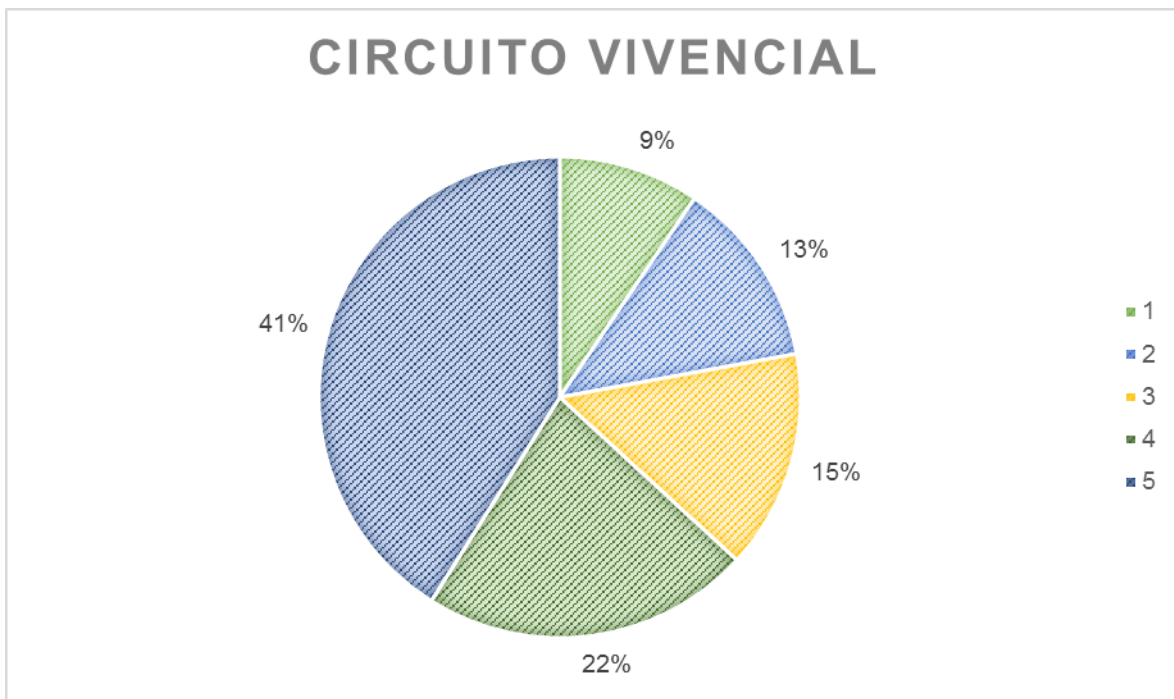


Gráfico 35 Preferencia por circuito vivencial / Turista joven.

Análisis:

El circuito vivencial fue calificado en quinto lugar por la mayoría con un 41%, en cuarto lugar por el 22%, en tercer lugar por el 15%, en segundo lugar por el 13% y únicamente por un 9% en primer lugar.

22. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|-------------|
| Menos de \$10 | 1 | 1% |
| \$10 a \$20 | 31 | 36% |
| \$21 a \$30 | 31 | 36% |
| \$31 a \$40 | 7 | 8% |
| Más de \$40 | 17 | 20% |
| Total | | 100% |

Tabla 76 Dinero dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto. / Turista joven.

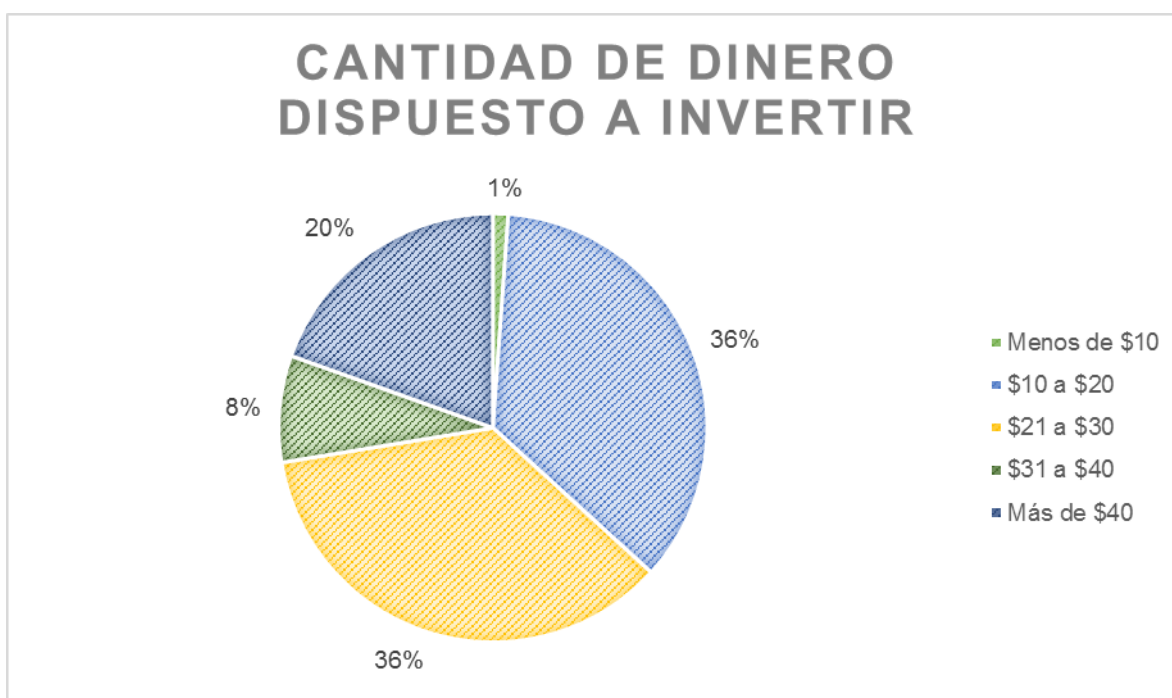


Gráfico 36 Dinero dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto. / Turista joven.

Análisis:

Para el turista joven la cantidad de dinero dispuesta a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto varía entre \$10.00 y \$30.00 dependiendo de los servicios a incluir, el 72% se ubica entre la opción de \$10.00 a \$20.00 y la opción de \$21.00 a \$30.00 con 36% en cada alternativa, dejando el 8% el rango de \$31.00 a \$40.00, y el 20% una cantidad de dinero mayor a \$40.00.

23. ¿Conoce el cerro de Guazapa?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 57 | 48% |
| No | 61 | 52% |
| Total | | 100% |

Tabla 77 Conocimiento de la ubicación del Cerro de Guazapa. / Turista joven.

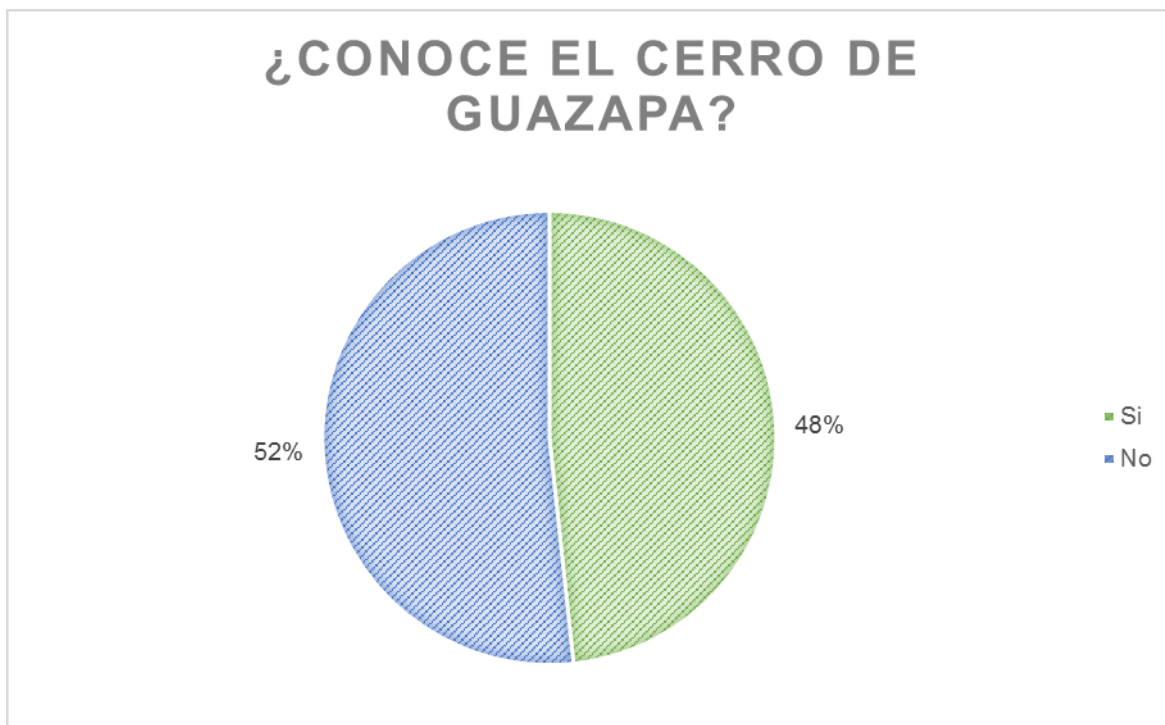


Gráfico 37 Conocimiento de la ubicación del Cerro de Guazapa. / Turista joven.

Análisis:

El 48% conoce el Cerro de Guazapa y el 52% desconoce de su ubicación.

24. ¿Conoce la historia sobre el conflicto armado en el cerro de Guazapa?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 92 | 78% |
| No | 26 | 22% |
| Total | | 100% |

Tabla 78 Conocimiento de la historia sobre el conflicto armado en el Cerro de Guazapa. / Turista joven.

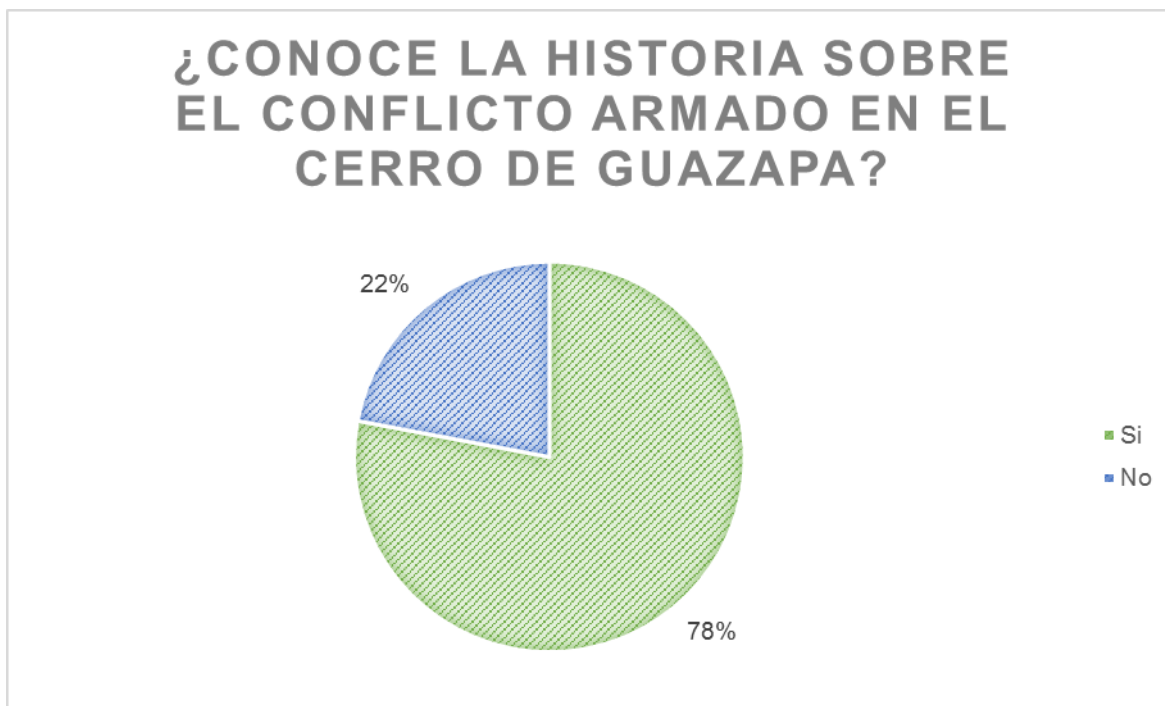


Gráfico 38 Conocimiento de la historia sobre el conflicto armado en el Cerro de Guazapa. / Turista joven.

Análisis:

La historia del conflicto armado en el Cerro de Guazapa es uno de los ejes que enriquecen la oferta turística siendo el 78% de la población quienes conocen de esta historia y el 22% la desconocen.

25. ¿Conoce la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 30 | 25% |
| No | 88 | 75% |
| Total | | 100% |

Tabla 79 Conocimiento de la Cooperativa Guazapa Tours de RL. / Turista joven.

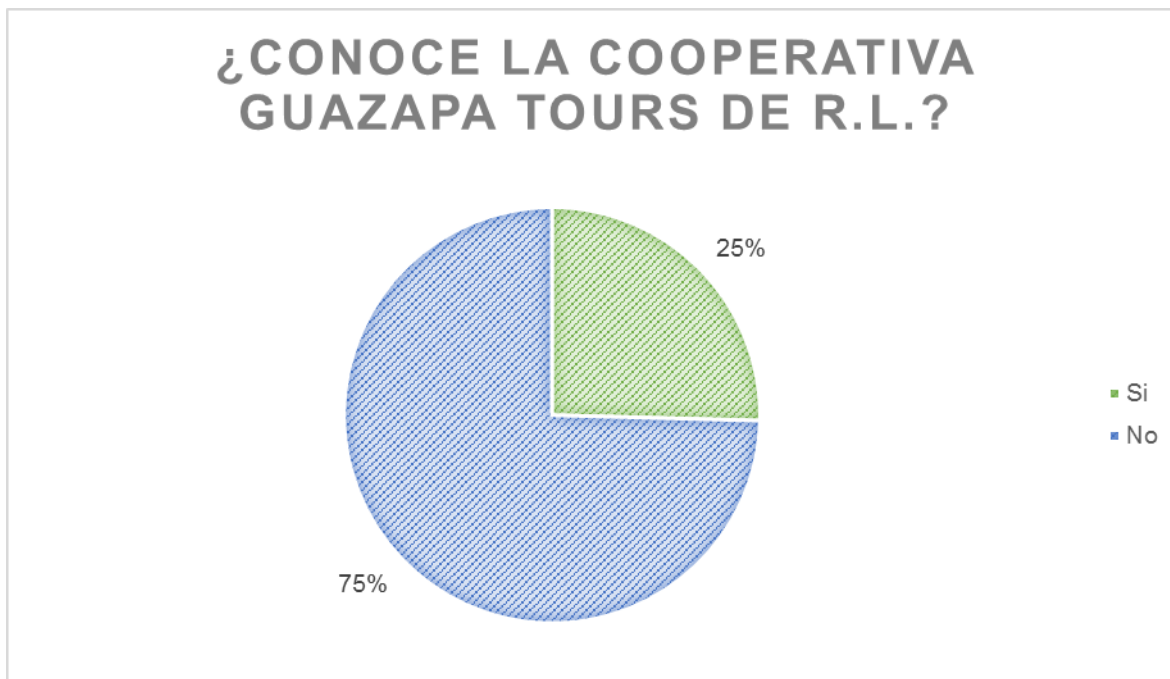


Gráfico 39 Conocimiento de la Cooperativa Guazapa Tours de RL. / Turista joven.

Análisis:

El 75% de los encuestados desconocen la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. y únicamente el 25% de los encuestados si la conocen siendo esta la oportunidad de dar a conocer los servicios brindados por Guazapa Tours de R.L.

26. ¿Alguna vez ha utilizado los servicios que brinda la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 26 | 22% |
| No | 92 | 78% |
| Total | | 100% |

Tabla 80 Utilización de servicios de la Cooperativa Guazapa Tours de RL / Turista joven.

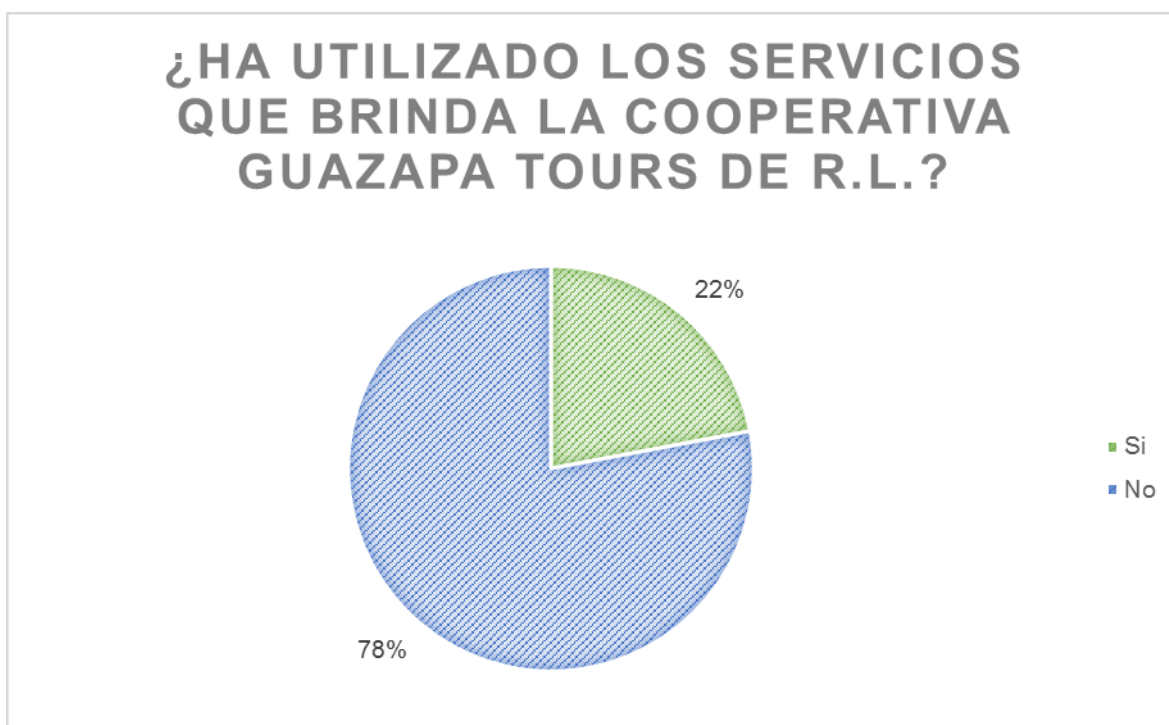


Gráfico 40 Utilización de servicios de la Cooperativa Guazapa Tours de RL / Turista joven.

Análisis:

El 78% de los encuestados nunca ha utilizado los servicios de la Cooperativa y el 22% si los ha utilizado, siendo la mayoría el mercado potencial para brindar los servicios de Guazapa Tours de R.L.

27. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente. | 10 | 38% |
| Bueno. | 14 | 54% |
| Regular. | 2 | 8% |
| Malo. | 0 | 0% |
| Total | | 100% |

Tabla 81 Calificación del servicio recibido en la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista joven.

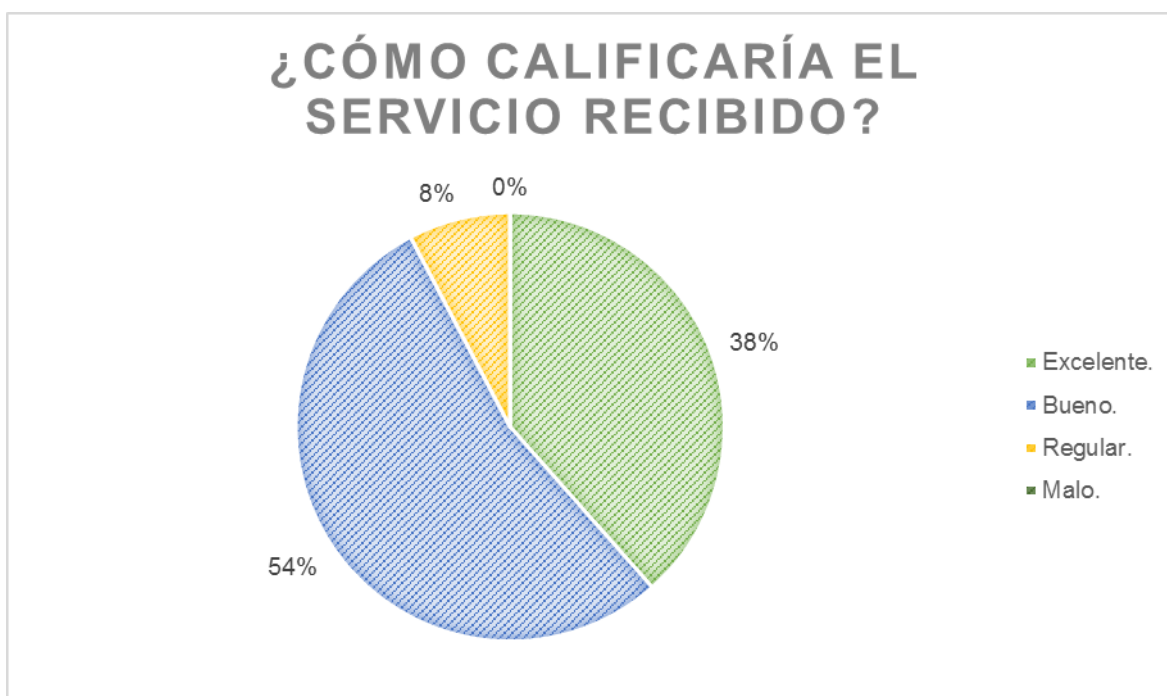


Gráfico 41 Calificación del servicio recibido en la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista joven.

Análisis:

El servicio recibido fue calificado en su mayoría como bueno por el 54%, excelente por el 38% y regular por el 8%; esto refleja una oportunidad de mejora al momento de brindar el servicio turístico.

28. ¿Cómo evalúa la vía de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| Accesible | 17 | 65% |
| Poco accesible | 9 | 35% |
| Inaccesible | 0 | 0% |
| Total | | 100% |

Tabla 82 Evaluación de vías de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista joven.

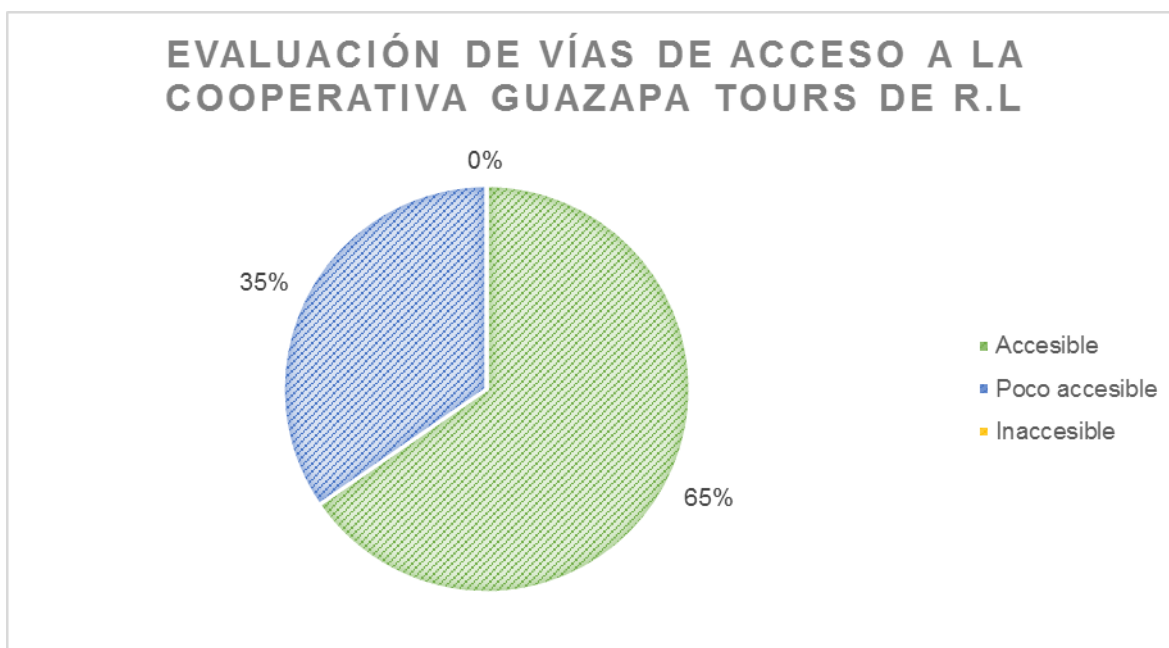


Gráfico 42 Evaluación de vías de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista joven.

Análisis:

La vía de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. fue calificada por el 65% como accesible y por el 35% como poco accesible.

29. ¿Cómo considera el nivel de seguridad en el municipio de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|-------------|
| Muy seguro. | 20 | 17% |
| Seguro. | 47 | 40% |
| Relativamente seguro. | 42 | 36% |
| Inseguro. | 8 | 7% |
| Muy inseguro. | 0 | 0% |
| Total | | 100% |

Tabla 83 Evaluación de seguridad en el municipio de Suchitoto / Turista joven.

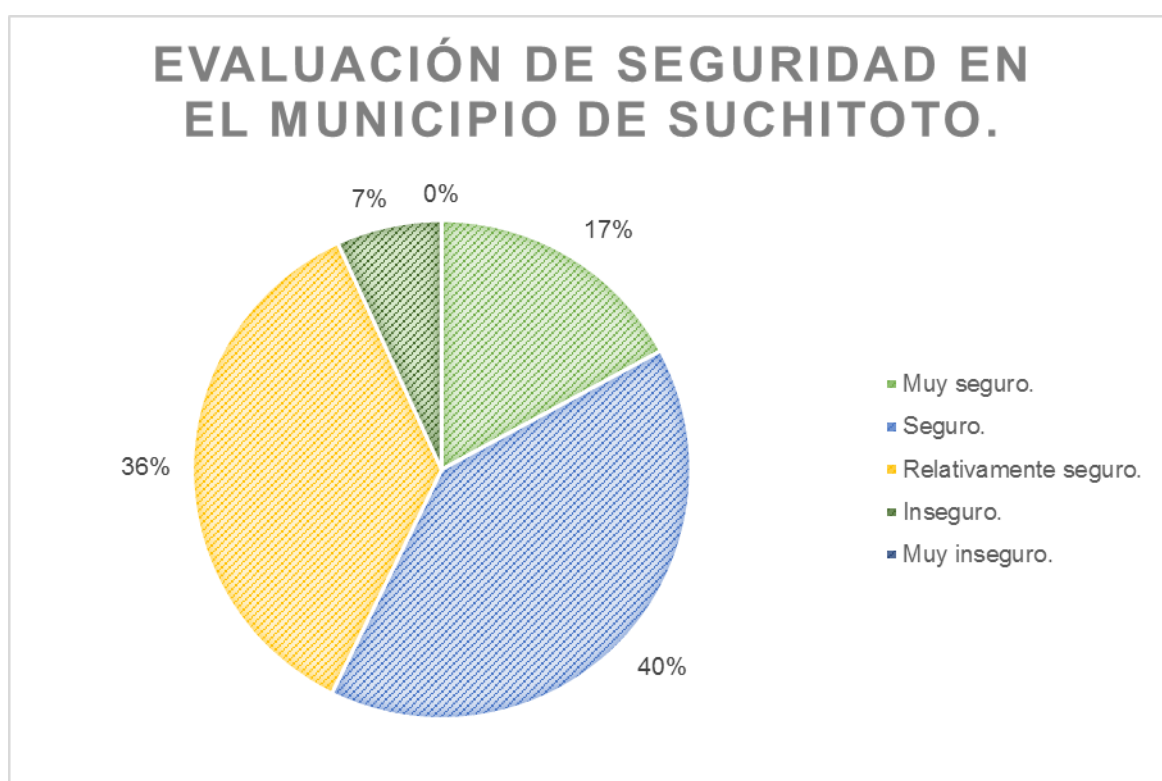


Gráfico 43 Evaluación de seguridad en el municipio de Suchitoto. / Turista joven.

Análisis:

La seguridad del municipio fue calificada en su mayoría como seguro con un 40%, como relativamente seguro por el 36%, como muy seguro por el 17% y como inseguro por el 7%. La delincuencia es un aspecto que afecta directamente al turismo a nivel nacional, Suchitoto al ser considerado un municipio seguro en su mayoría brinda las condiciones idóneas para desarrollar aún más su potencial turístico.

30. ¿Qué tipo de publicidad cree que sea más adecuada para la cooperativa Guazapa Tours de R.L para darse a conocer?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| Redes sociales | 73 | 62% |
| Internet | 9 | 8% |
| Televisión y radio | 24 | 20% |
| Volantes vallas publicitarias y kiosko informativo | 12 | 10% |
| Total | 118 | 100% |

Tabla 84 Tipo de publicidad más adecuada para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista joven.



Gráfico 44 Tipo de publicidad más adecuada para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista joven.

Análisis:

El tipo de publicidad más adecuada en su mayoría por el 62% de encuestados es a través de redes sociales, un 20% opina que a través de medios de comunicación masiva y el 8% por medio de internet (páginas web).

B) TURISMO FAMILIAR

Información general del turista

Género

| Género | Porcentaje |
|--------------|-------------|
| Femenino | 50% |
| Masculino | 50% |
| Total | 100% |

Tabla 85 Género de muestra de turista familiar.

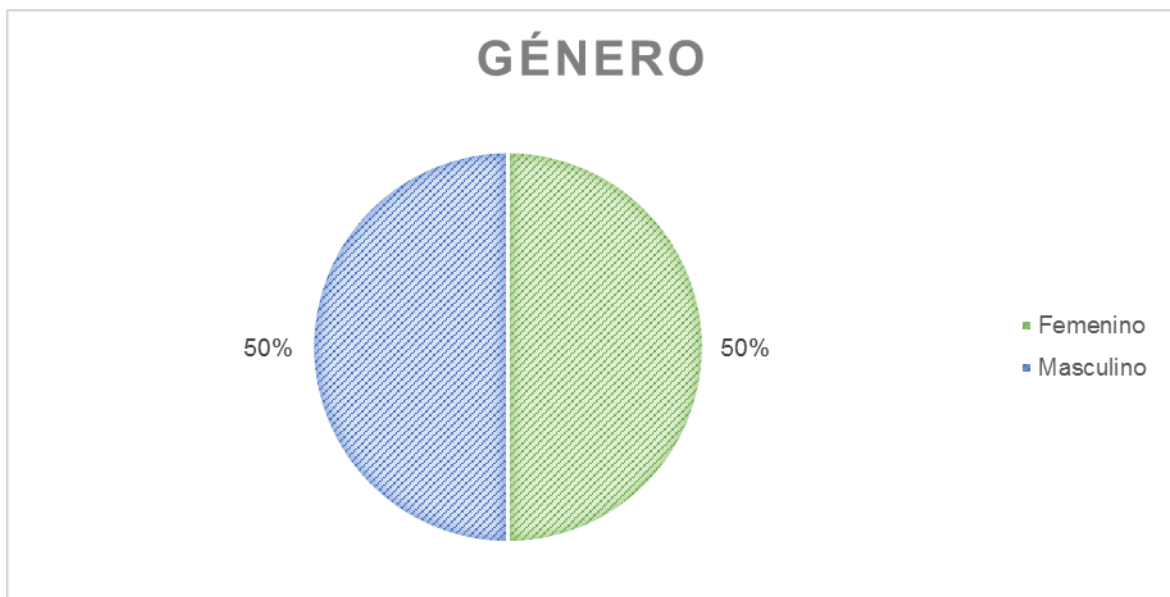


Gráfico 45 Género de muestra de turista familiar.

Análisis:

La distribución de la muestra es equitativa con igual número de encuestados de ambos sexos. Dicha distribución se aproxima a la proporción de población existente actualmente en el área metropolitana del país según la Encuesta de hogares de propósitos múltiples el 52.5% de la población son mujeres y el 47.5% hombres.

Municipio de residencia

| Municipio de residencia | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|------------|-------------|
| San Salvador | 35 | 56% |
| Soyapango | 6 | 10% |
| Mejicanos | 6 | 10% |
| Apopa | 4 | 6% |
| Santa Tecla | 3 | 5% |
| Ciudad Delgado | 3 | 5% |
| Ilopango | 1 | 2% |
| Tonacatepeque | 0 | 0% |
| San Martin | 2 | 3% |
| Cuscatancingo | 0 | 0% |
| San Marcos | 0 | 0% |
| Ayutuxtepeque | 1 | 2% |
| Antiguo Cuscatlán | 1 | 2% |
| Nejapa | 0 | 0% |
| Suchitoto | 1 | 2% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 86 Municipio de residencia de muestra de turista familiar.

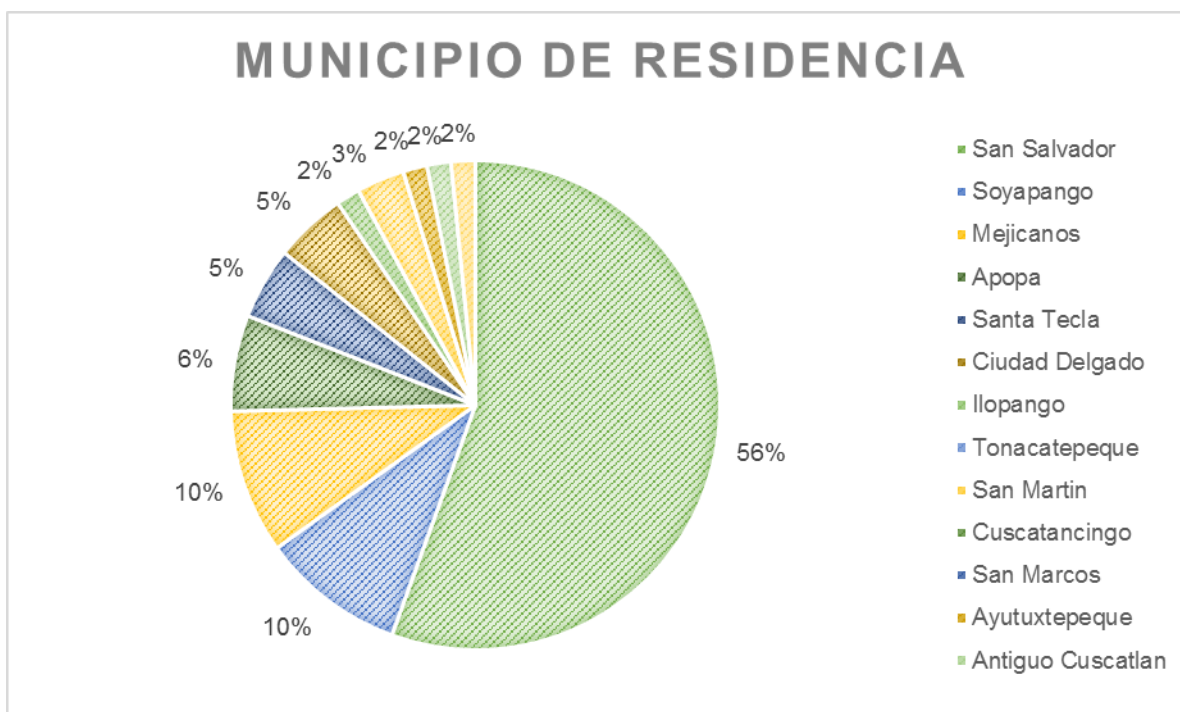


Gráfico 46 Municipio de residencia de muestra de turista familiar.

Análisis:

El 56% de la población encuestada reside en el municipio de San Salvador seguido por los municipios de Mejicanos con 10% y Soyapango con 10% siendo estos tres municipios el 76% de encuestados, además el 6% reside en Apopa, el 5% en Santa Tecla, otro 5% en Ciudad Delgado y el restante 11% se distribuye equitativamente en los demás municipios.

Ocupación

| Ocupación | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|-------------|
| Estudiante | 9 | 14% |
| Negocio propio | 6 | 10% |
| Empleado-estudiante | 9 | 14% |
| Empleado | 39 | 62% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 87 Ocupación de muestra de turista familiar.

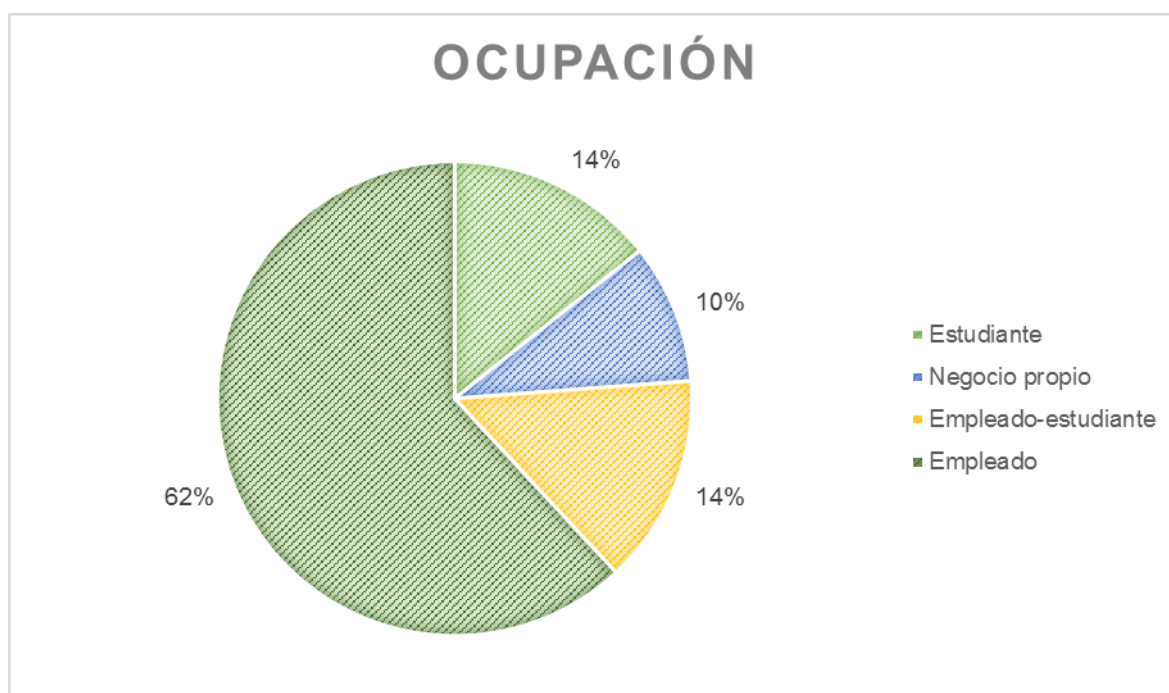


Gráfico 47 Ocupación de muestra de turista familiar.

Análisis:

El 62% de encuestados se encuentra trabajando, un 14% se dedica a estudiar y trabajar, un 14% únicamente estudia y el 10% posee negocio propio.

Edad

| Edad | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|-------------|
| 18 a 29 años | 18 | 29% |
| 30 a 41 años | 27 | 43% |
| 42 a 53 años | 6 | 10% |
| 54 a 65 años | 12 | 19% |
| 66 años o más | 0 | 0% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 88 Edad de los entrevistados. / Turista familiar.

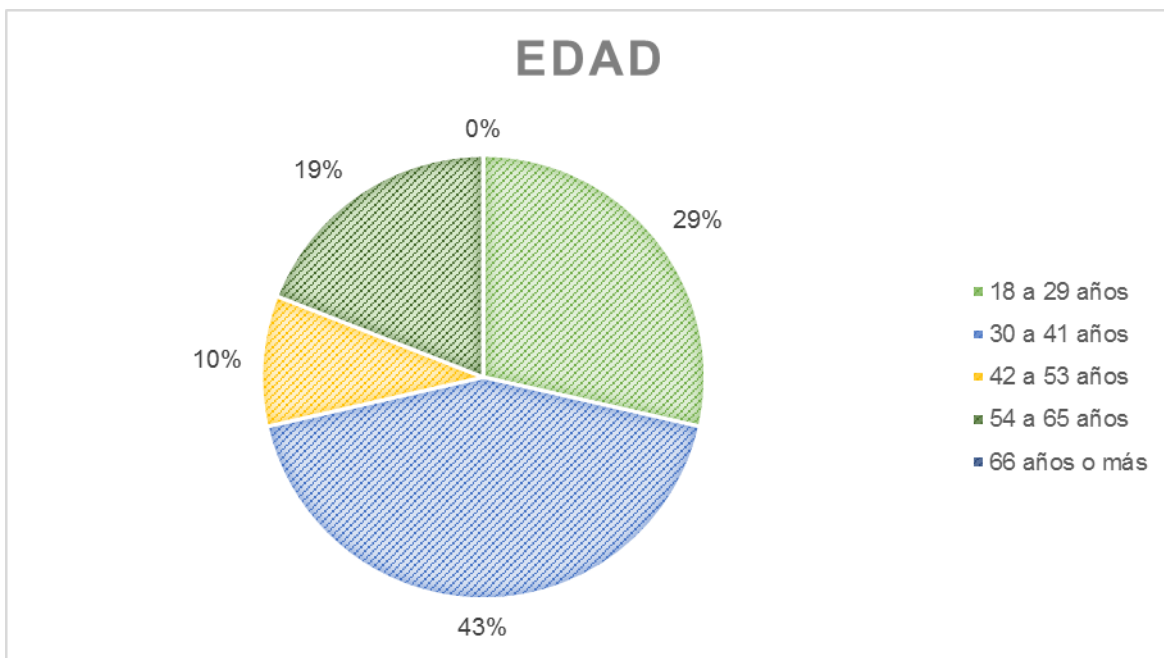


Gráfico 48 Edad de los entrevistados. / Turista joven.

Análisis:

El 43% de encuestados se encuentra entre los 30 y 41 años seguido del 29% entre las edades de 18 a 29 años, el 19% se encuentra entre 54 y 65 años dejando un 10% para mayores de 42 años y menores de 53.

1. ¿Cuántas personas componen su núcleo familiar?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|-------------|
| De una a tres. | 21 | 33% |
| De cuatro a seis. | 33 | 52% |
| Más de seis. | 9 | 14% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 89 Cantidad de personas que componen el núcleo familiar.

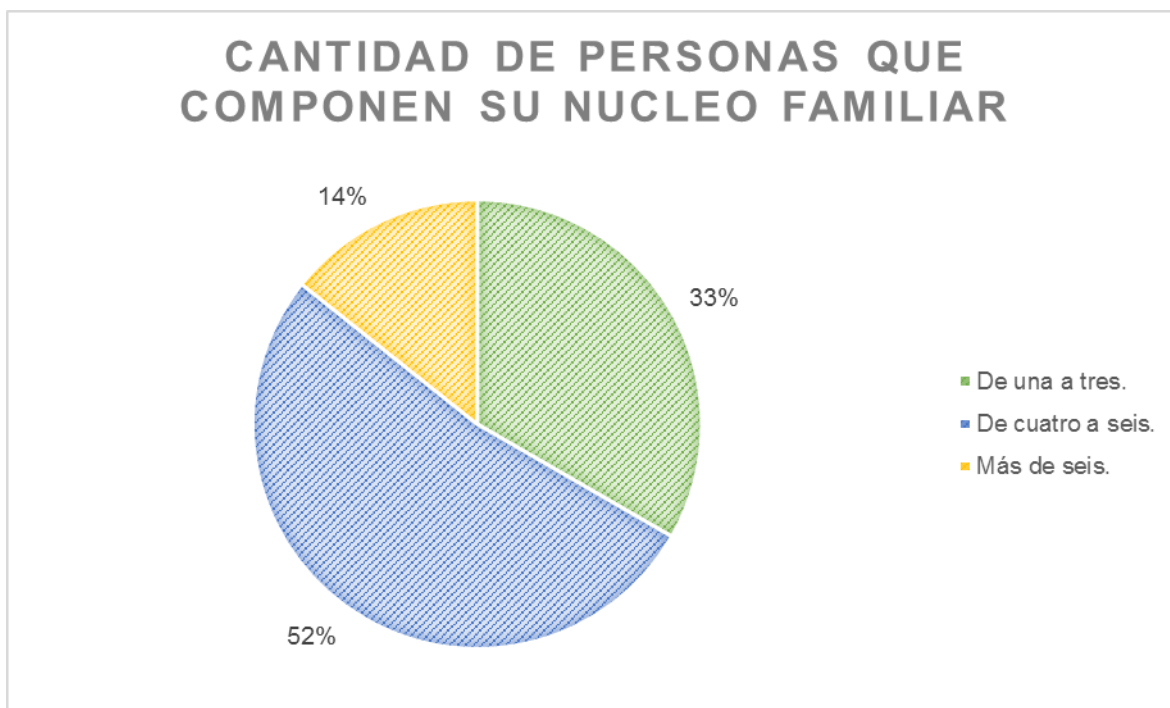


Gráfico 49 Cantidad de personas que componen el núcleo familiar.

Análisis:

El 52% de la muestra tiene un núcleo familiar conformado de cuatro a seis personas, mientras que el 33% de la población tiene un núcleo de una a tres personas dejando un 14% de personas que tienen un núcleo familiar conformada por más de seis personas.

2. De los siguientes tipos de turismo selecciones cuáles son de su preferencia:

| Tipo de turismo | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------------|------------|-------------|
| Ecoturismo. | 21 | 11% |
| Turismo de aventura (Extremo). | 15 | 8% |
| Turismo de Sol y Playa. | 57 | 31% |
| Turismo cultural. | 36 | 20% |
| Turismo rural (Visita pueblos vivos). | 36 | 20% |
| Turismo arqueológico. | 18 | 10% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 90 Tipo de turismo / Turista familiar.

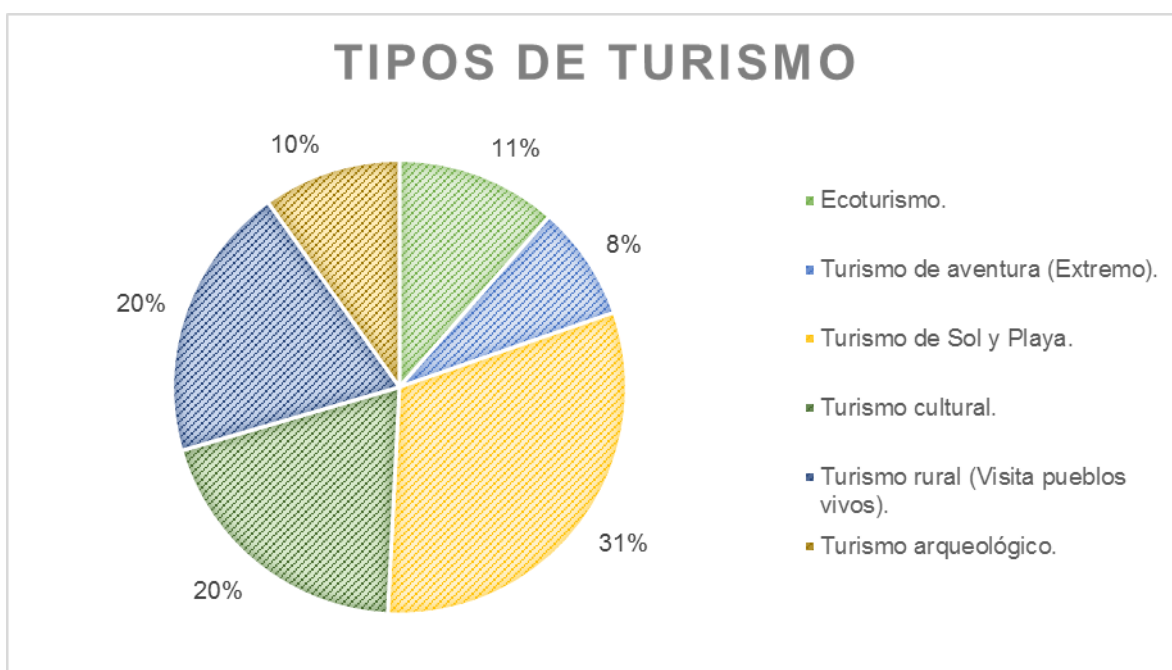


Gráfico 50 Preferencia de tipo de turismo / Turista familiar.

Análisis:

El 31% de la muestra prefiere el turismo de sol y playa seguido del 20% que prefiere el turismo cultural, otro 20% prefiere el turismo rural, el 11% prefiere el ecoturismo, el 10% el turismo arqueológico y el 8% el turismo de aventura.

3. Cuando hace viajes turísticos, ¿Quién desea que lo acompañe en estas actividades?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|-------------|
| Solo. | 0 | 0% |
| En pareja. | 3 | 5% |
| Grupo de amigos. | 9 | 14% |
| En familia. | 51 | 81% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 91 Preferencia de acompañante en viaje turístico / Turista familiar.

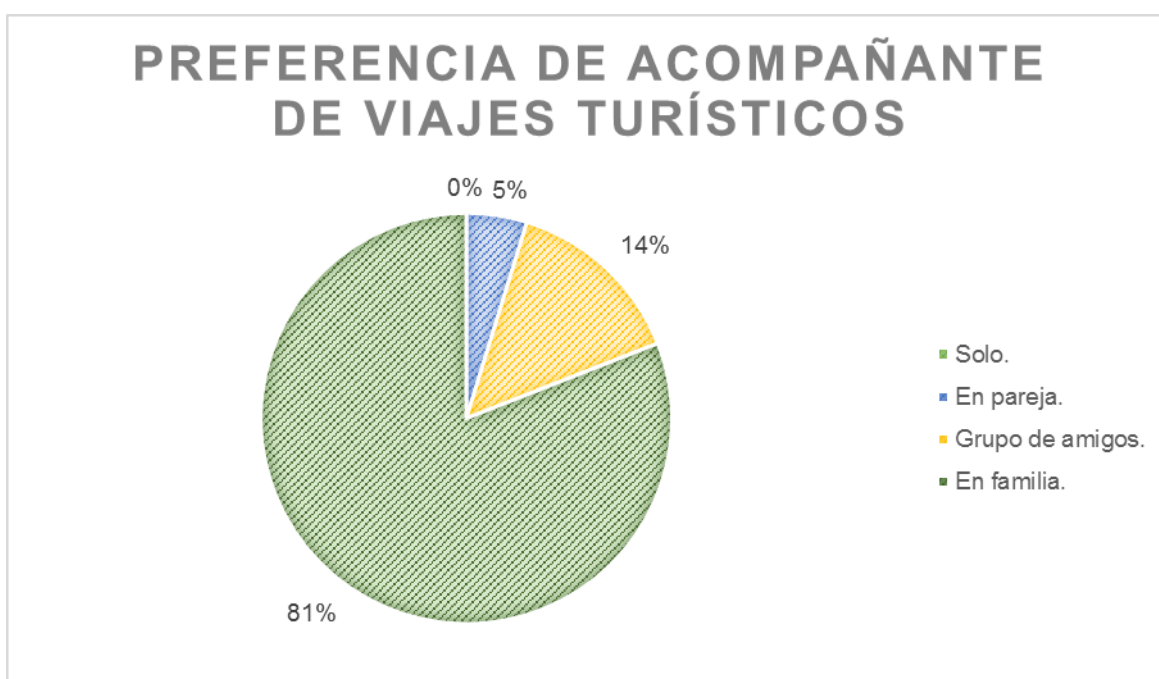


Gráfico 51 Preferencia de acompañante de viaje turístico. / Turista familiar.

Análisis:

El 81% de encuestados prefiere hacer turismo con en familia, el 14% con amigos y el 5% en pareja. La mayoría de encuestados prefiere realizar actividades turísticas con su núcleo familiar con preferencia por el turismo de sol y playa, cultural y rural.

4. ¿En qué época del año suele visitar un lugar turístico?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Fines de semana. | 24 | 21% |
| Vacaciones de Semana Santa. | 24 | 21% |
| Días de asueto. | 21 | 18% |
| Vacaciones agostinas. | 21 | 18% |
| En sus vacaciones anuales. | 24 | 21% |
| Otro. | 0 | 0% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 92 Temporada de visita a lugares turísticos / Turista familiar.

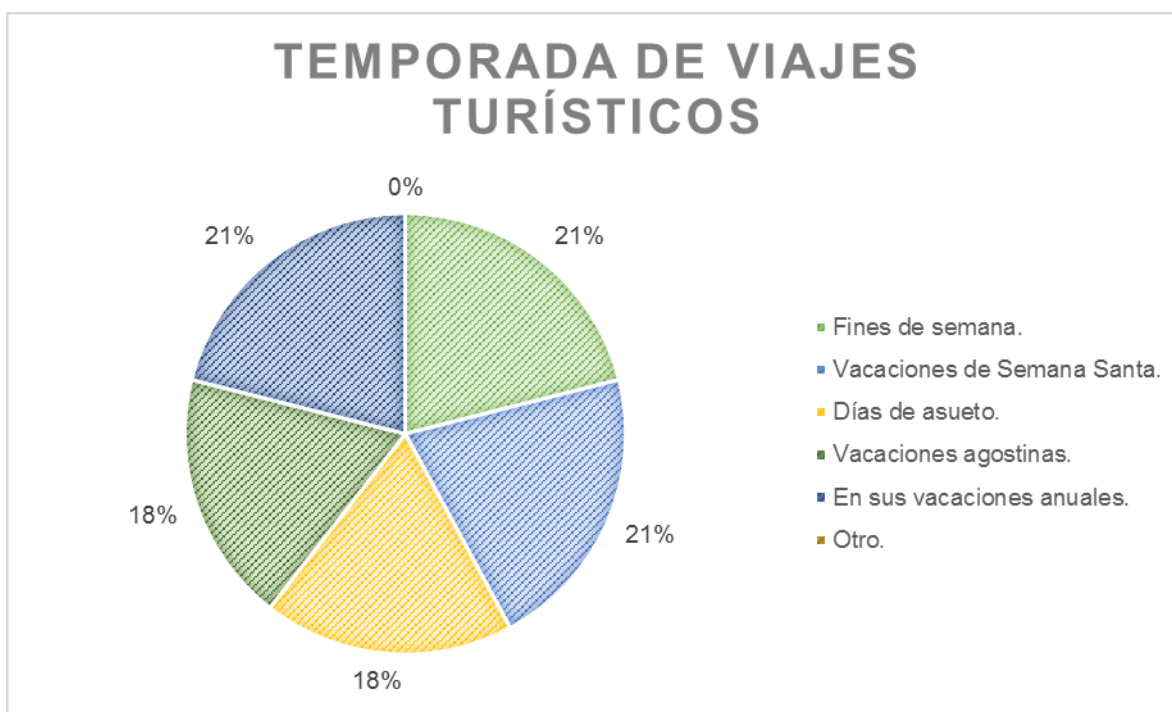


Gráfico 52 Temporada de visita a lugares turísticos / Turista familiar.

Análisis:

La temporada de visita a lugares turísticos se distribuye casi de manera proporcional durante todo el año con las diferentes épocas de vacaciones siendo esta una oportunidad de mantener los niveles de demanda constante todo el año 21% de encuestados que prefieren hacer turismo fines de semana, 21% en vacaciones anuales, 21% en vacaciones de semana santa, 18% en días de asueto y 18% en vacaciones agostinas.

5. En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia ha visitado lugares turísticos?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|-------------|
| Una vez. | 6 | 10% |
| Dos veces. | 24 | 38% |
| Tres veces. | 21 | 33% |
| Cuatro o más veces. | 12 | 19% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 93 Frecuencia de visita a lugares turísticos. / Turista familiar.

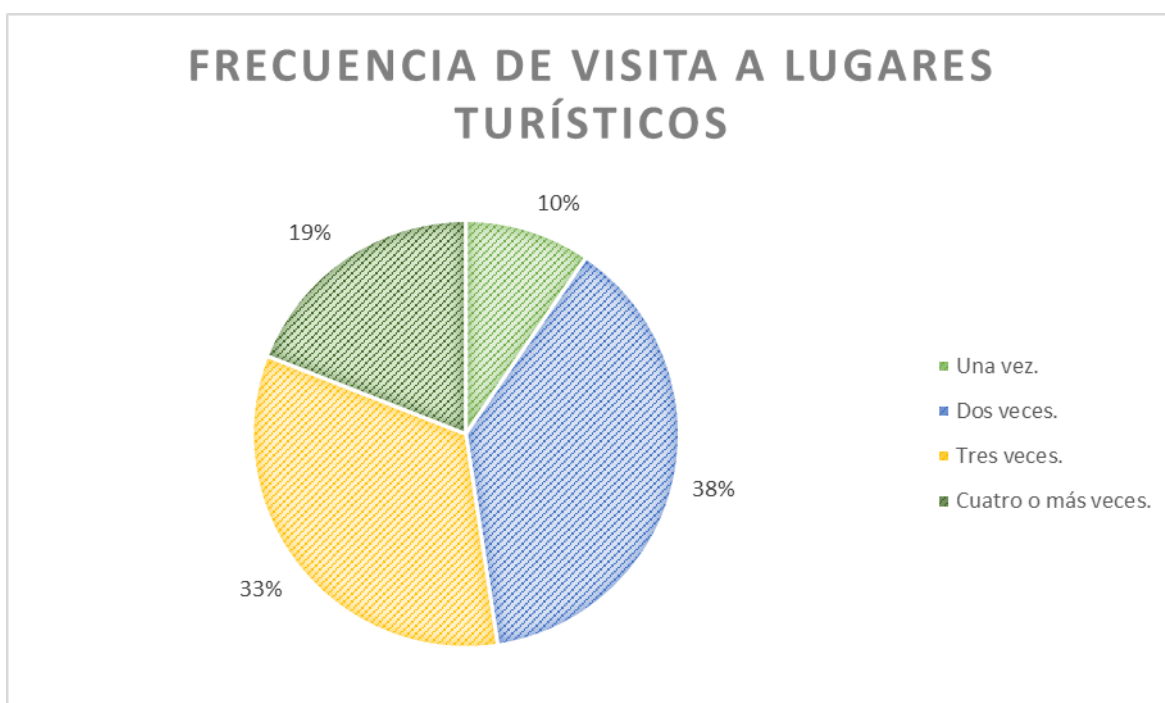


Gráfico 53 Frecuencia de visita a lugares turísticos. / Turista familiar.

Análisis:

El 38% de la muestra realiza viajes turísticos dos veces en el año, seguido por el 33% que ha viajado en tres ocasiones, el 19% cuatro o más veces y el 10% en una ocasión en el año.

6. ¿Cuál fue el último lugar turístico que visitó?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Pueblo | 17 | 27% |
| Lago | 2 | 3% |
| Montaña | 19 | 30% |
| Playa | 24 | 38% |
| Sitio arqueológico | 1 | 2% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 94 Último lugar turístico visitado. / Turista familiar.

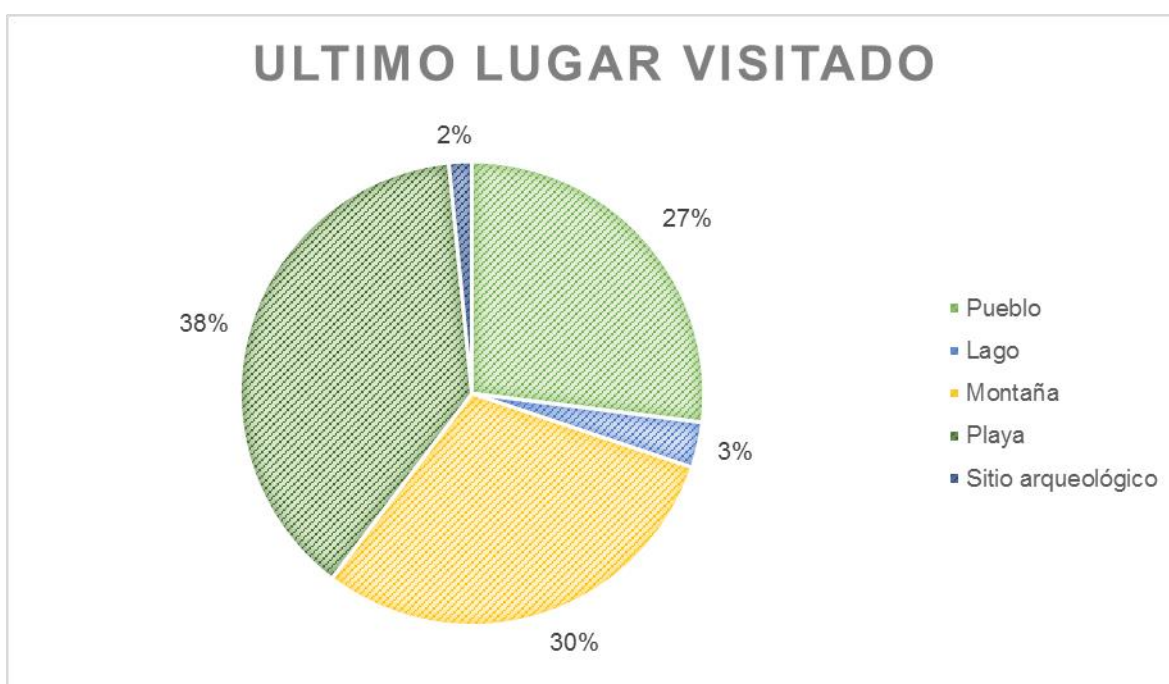


Gráfico 54 Último lugar turístico visitado. / Turista familiar.

Análisis:

El 38% de la población realizó su último viaje turístico a la playa en concordancia con la preferencia del tipo de turismo de sol y playa, el 30% visitó montañas y volcanes, además el 27% hizo turismo en pueblos, el 3% hizo turismo en lagos y el 2% en sitios arqueológicos.

7. En cada visita en promedio ¿Cuánto ha sido la duración de su estadía en el lugar turístico?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|-------------|
| Menos de un día. | 17 | 27% |
| Un día. | 34 | 54% |
| Dos días. | 10 | 16% |
| Más de dos días. | 2 | 3% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 95 Estadía en lugar turístico. /Turista familiar.

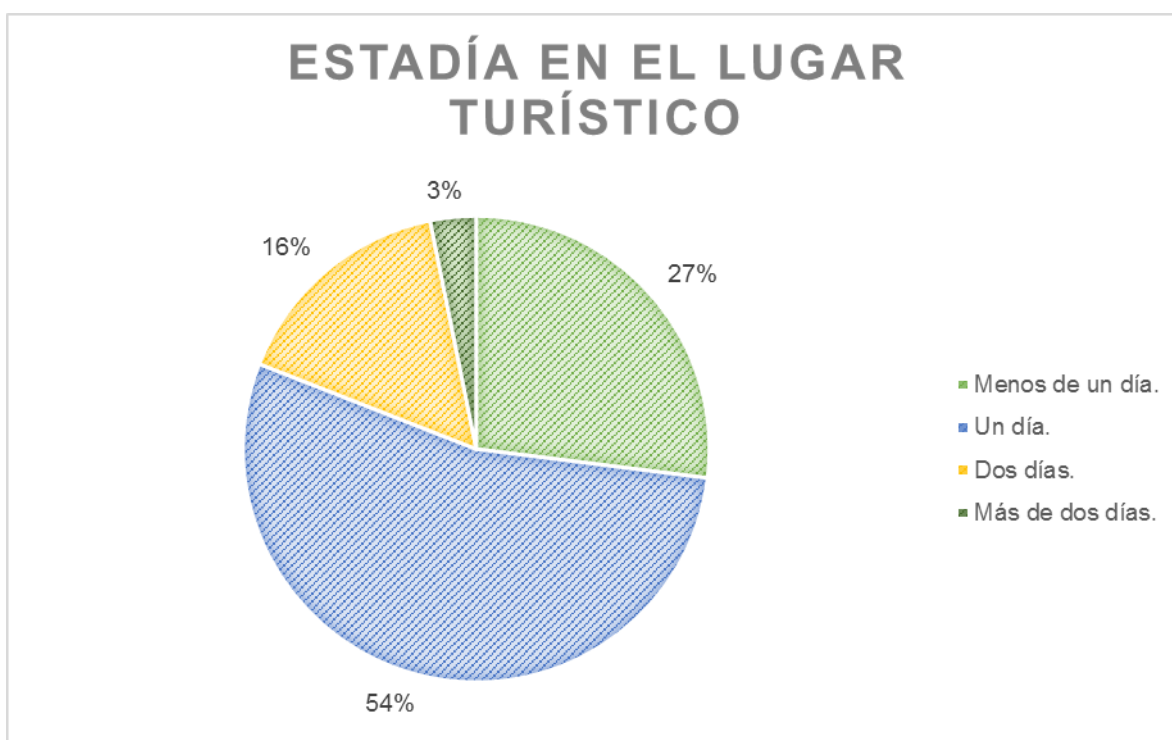


Gráfico 55 Estadía en lugar turístico. / Turista familiar.

Análisis:

El 54% de la población encuestada tiene una estadía promedio de un día seguido del 27% que tiene una estadía de menos de un día con un 19% restante que tiene estadía de dos días o más.

¿A través de que medio conoció información acerca de los lugares que ha visitado?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|-------------|
| Televisión y/o radio. | 6 | 5% |
| Internet (Páginas web). | 24 | 21% |
| Redes sociales. | 34 | 30% |
| Vallas publicitarias. | 3 | 3% |
| Agencias de turismo. | 6 | 5% |
| Ministerio de Turismo. | 3 | 3% |
| Recomendaciones de terceros. | 39 | 34% |
| Otro. | 6 | 5% |
| Total | 115 | 100% |

Tabla 96 Medio de información de lugares turísticos. / Turista familiar.

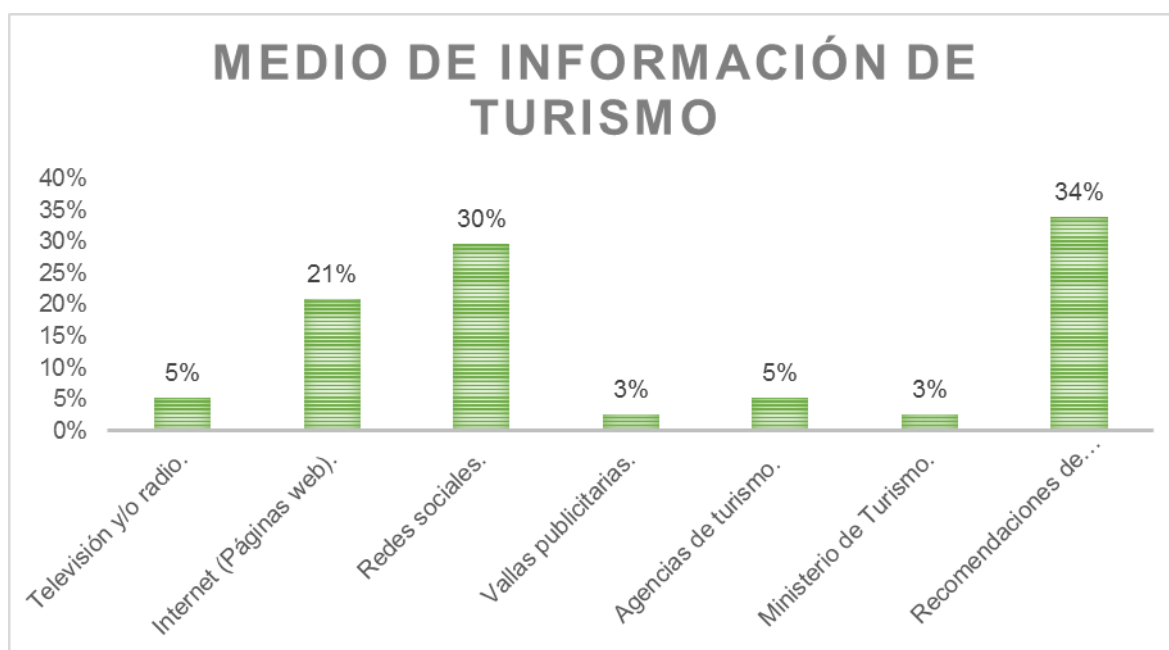


Gráfico 56 Medio de información de lugares turísticos. / Turista familiar.

Análisis:

El 34% de la población encuestada conoce información sobre los lugares turísticos que visita a través de recomendaciones de terceros siendo la publicidad “de boca en boca” como es llamada comúnmente la más importante ya que la percepción positiva de un cliente sirve de publicidad para atraer a otros clientes; el 51% se entera a través de medios electrónicos como internet a través de páginas web y redes sociales reflejando la importancia de la presencia de publicidad a través de estos medios, el restante 21% se informa por medios de comunicación masiva como radio y televisión, vallas publicitarias y agencias de turismo así como el Ministerio de Turismo.

8. ¿En promedio cuánto gastó en su más reciente visita turística?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|-------------|
| Menos de \$25.00 | 3 | 5% |
| De \$26.00 a \$50.00 | 24 | 38% |
| De \$51.00 a \$100.00 | 21 | 33% |
| Más de \$100.00 | 15 | 24% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 97. Gasto promedio de reciente visita turística. / Turista familiar.

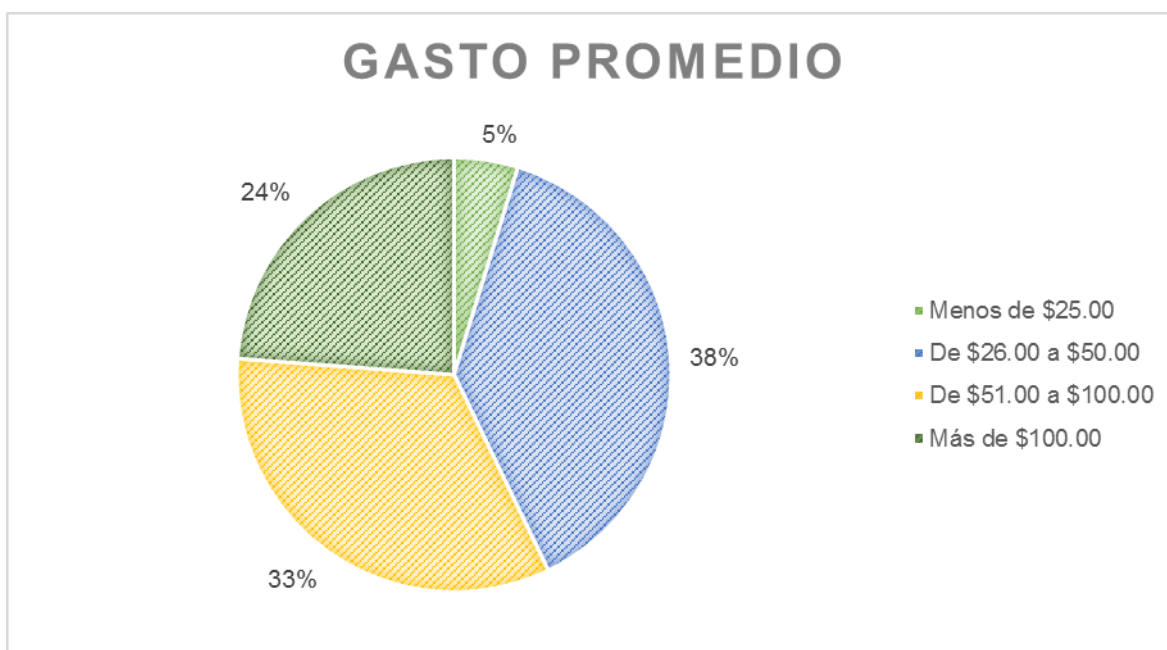


Gráfico 57 Gasto promedio de reciente visita turística. / Turista familiar.

Análisis:

El 38% de la población encuestada tiene un gasto mayor de \$26.00 y menor de \$50.00, el 33% tiene un gasto entre \$26.00 y \$50.00, el 24% tiene gastos promedio mayores a \$100.00 y la minoría del 5% tiene un gasto menor de \$25.00.

9. ¿Entre cuál rango se encuentran sus ingresos promedio mensuales?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|-------------|
| Menos de \$200.00 | 0 | 0% |
| De \$200.00 y \$300.00 | 5 | 8% |
| De \$301.00 y \$500.00 | 6 | 10% |
| De \$501.00 y \$800.00 | 15 | 24% |
| Más de \$800.00 | 37 | 59% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 98 Ingresos promedio mensuales. /Turista familiar.

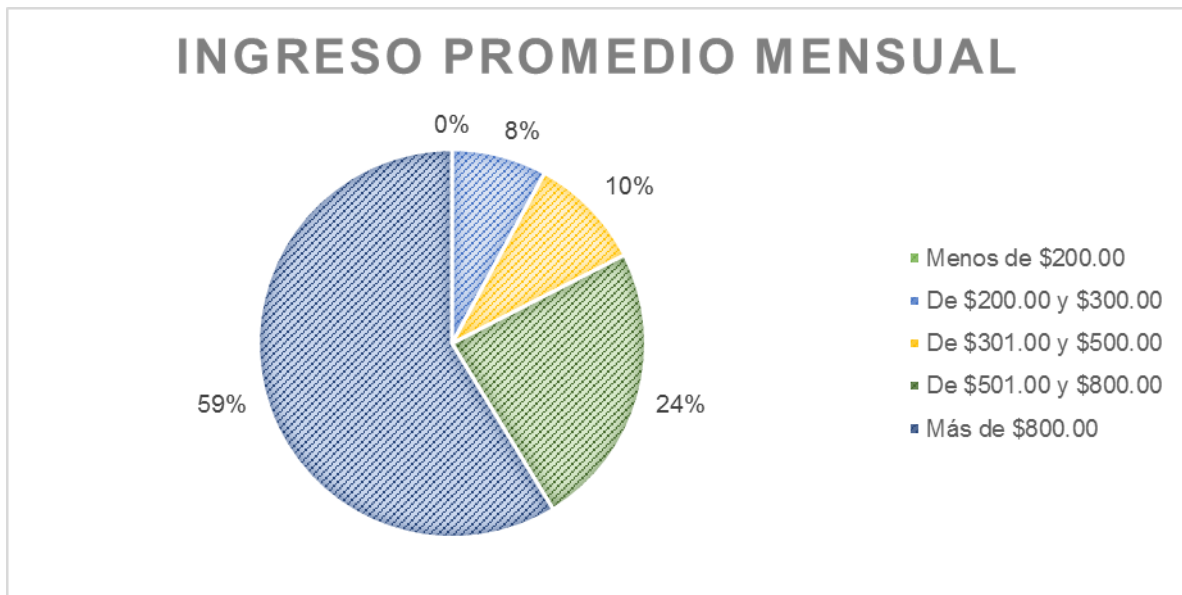


Gráfico 58 Ingresos promedio mensuales. /Turista familiar.

Análisis.

Por las características de la muestra, la población encuestada que realiza turismo familiar tiene un 59% ingresos promedio mensuales mayores a \$800.00, un 24% entre \$501.00 y \$800.00, el 10% entre \$301.00 y \$500.00 y un restante 8% con ingresos menores a \$200.00.

10. ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente en sus paseos o viajes?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|------------|-------------|
| Vehículo propio. | 52 | 83% |
| Vehículo alquilado. | 1 | 2% |
| Vehículo de la empresa. | 2 | 3% |
| Transporte público. | 8 | 13% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 99 Medio de transporte en visitas turísticas. / Turista familiar.

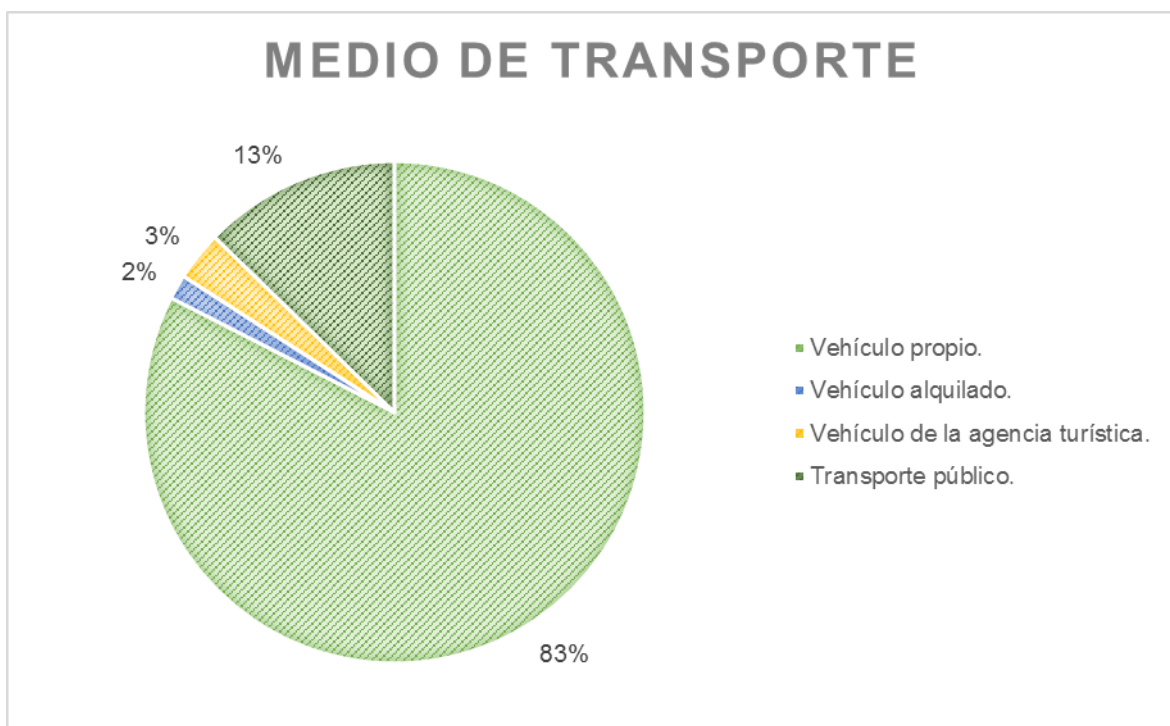


Gráfico 59 Medio de transporte en visitas turísticas. / Turista familiar.

Análisis:

El 83% de encuestados se traslada a visitas turísticas en vehículo propio, esta mayoría que se transporta de esta manera está influenciada en cierta medida por las condiciones de delincuencia en el país prescindiendo de los servicios de transporte público, además de la comodidad y la libertad de movilidad a cualquier hora durante la visita turística; el 13% utiliza transporte público, el 3% utiliza el transporte de agencias turísticas y el 2% restante utiliza transporte alquilado.

11. ¿Qué servicios usualmente utiliza en sus visitas turísticas?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Hospedaje. | 21 | 16% |
| Restaurante. | 60 | 45% |
| Transporte. | 9 | 7% |
| Museos y parques. | 27 | 20% |
| Souvenirs y tiendas. | 15 | 11% |
| Total | 132 | 100% |

Tabla 100 Servicios utilizados en visitas turísticas. /Turista familiar.

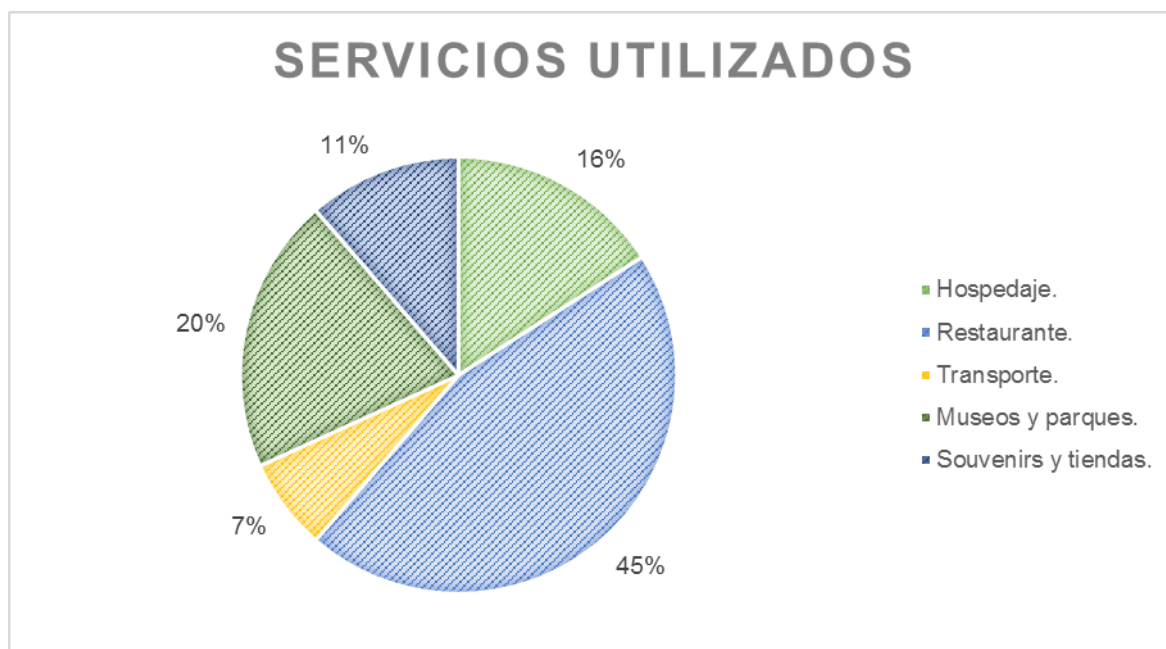


Gráfico 60 Servicios utilizados en visitas turísticas. / Turista familiar.

Análisis:

La población muestral en su mayoría utiliza el servicio de restaurante con un 45% seguido del 20% que visita museos y parques, el 16% utiliza el servicio de hospedaje, el 11% tiendas y souvenirs y el 7% contrata servicios de transporte.

12. Califique en orden de importancia los siguientes aspectos al momento de recibir un servicio turístico.

Atención al cliente

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 3 | 5% |
| 2 | 15 | 24% |
| 3 | 27 | 43% |
| 4 | 3 | 5% |
| 5 | 9 | 14% |
| 6 | 6 | 10% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 101 Importancia de atención al cliente. /Turista familiar.

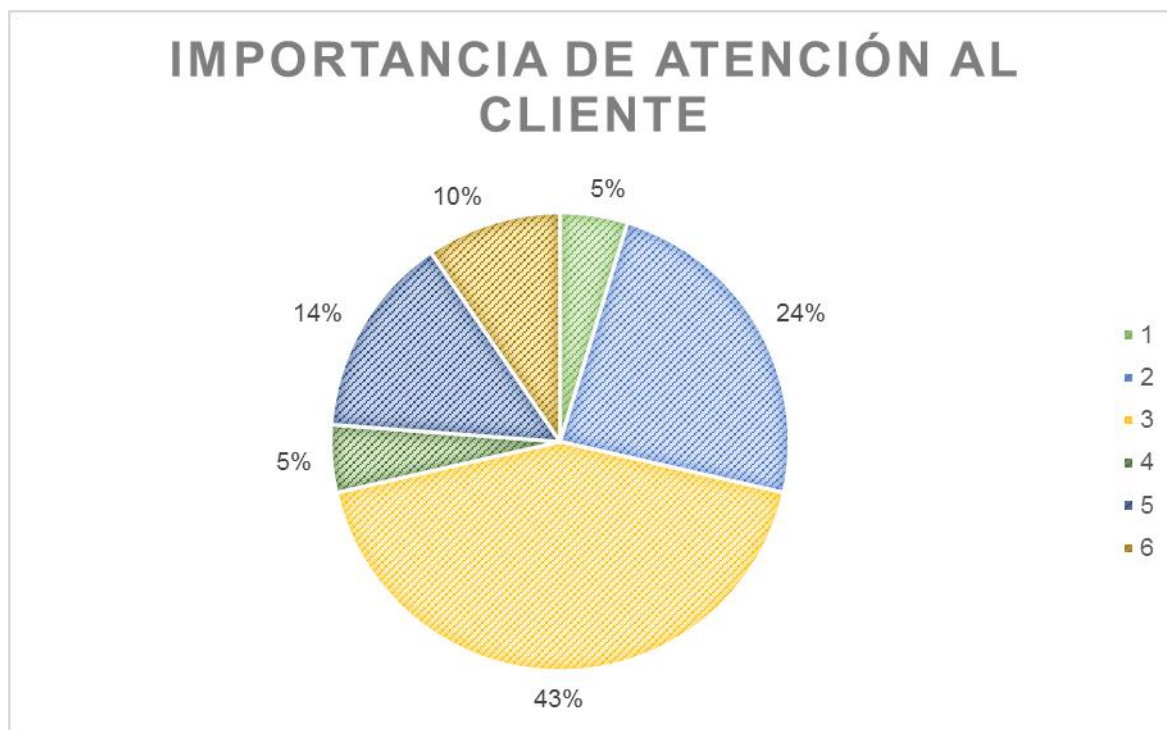


Gráfico 61 Importancia de atención al cliente. / Turista familiar.

Análisis:

El aspecto de atención al cliente fue calificado en tercer lugar por el 43% de la población encuestada, en segundo lugar con el 24%, en tercer lugar por el 14%, el cuarto lugar fue calificado por el 10%, en quinto lugar con el 10% y en primer lugar por el 5%.

Seguridad.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 33 | 52% |
| 2 | 6 | 10% |
| 3 | 10 | 16% |
| 4 | 6 | 10% |
| 5 | 8 | 13% |
| 6 | 0 | 0% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 102 Importancia de seguridad / Turista familiar.

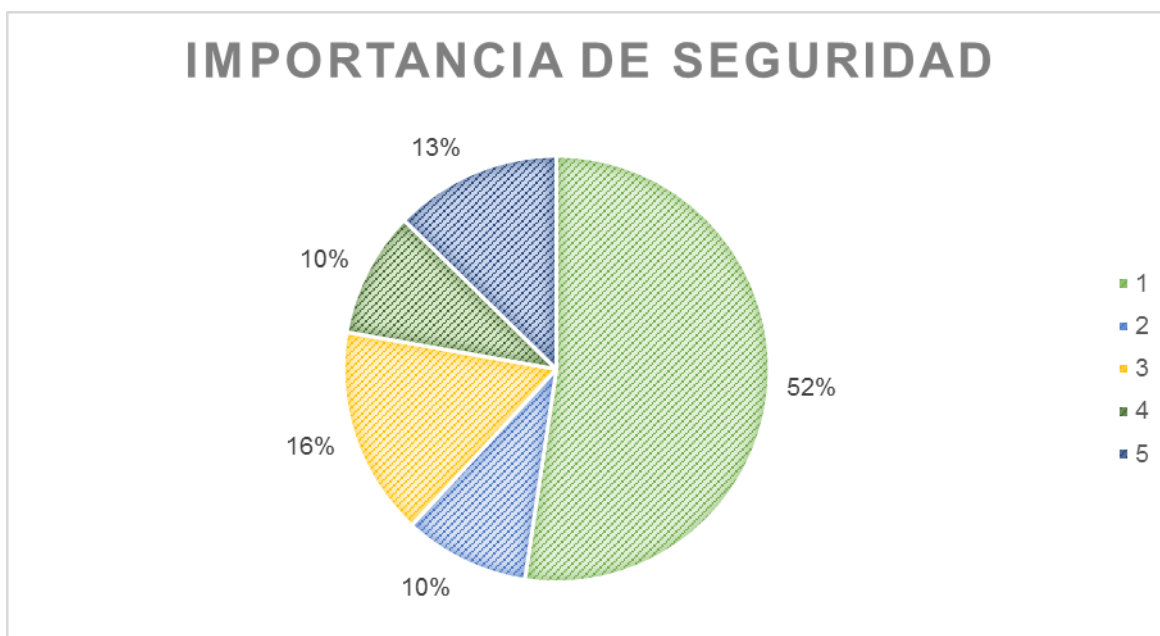


Gráfico 62 Importancia de seguridad. / Turista familiar.

Análisis:

El aspecto de seguridad fue calificado en primer lugar por la mayoría con un 52%, en segundo lugar por el 10%, en tercer lugar por el 16%, en cuarto lugar por el 10% y en quinto lugar por el 13%.

Este aspecto es el más importante para la mayoría de turistas, para el 62% es en primer o segundo lugar lo más importante debido a las condiciones de delincuencia en El Salvador este es sin duda un factor influyente a la hora de visitar un lugar turístico.

Precios accesibles.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 14 | 22% |
| 2 | 9 | 14% |
| 3 | 11 | 17% |
| 4 | 14 | 22% |
| 5 | 9 | 14% |
| 6 | 6 | 10% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 103 Importancia de precios accesibles. / Turista familiar.

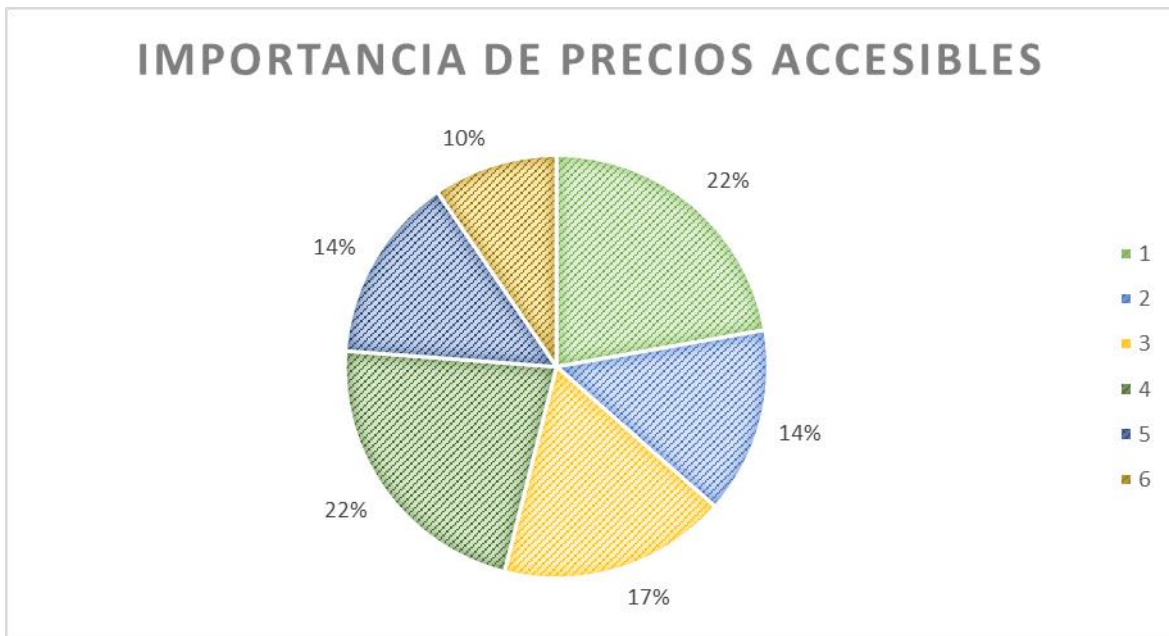


Gráfico 63 Importancia de precios accesibles. / Turista familiar.

Análisis:

Los precios accesibles son un aspecto calificado en su mayoría con el 22% en primer y cuarto lugar, en segundo lugar por el 14%, en tercer lugar por el 17%, en quinto lugar por el 14% y en sexto lugar por el 10%. Se puede observar que este factor no es influyente ya que tiene una importancia variada dentro de los consumidores de turismo familiar.

Actividades turísticas a realizar.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 3 | 5% |
| 2 | 18 | 29% |
| 3 | 0 | 0% |
| 4 | 14 | 22% |
| 5 | 20 | 32% |
| 6 | 8 | 13% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 104 Importancia de actividades turísticas a realizar. /Turista familiar.

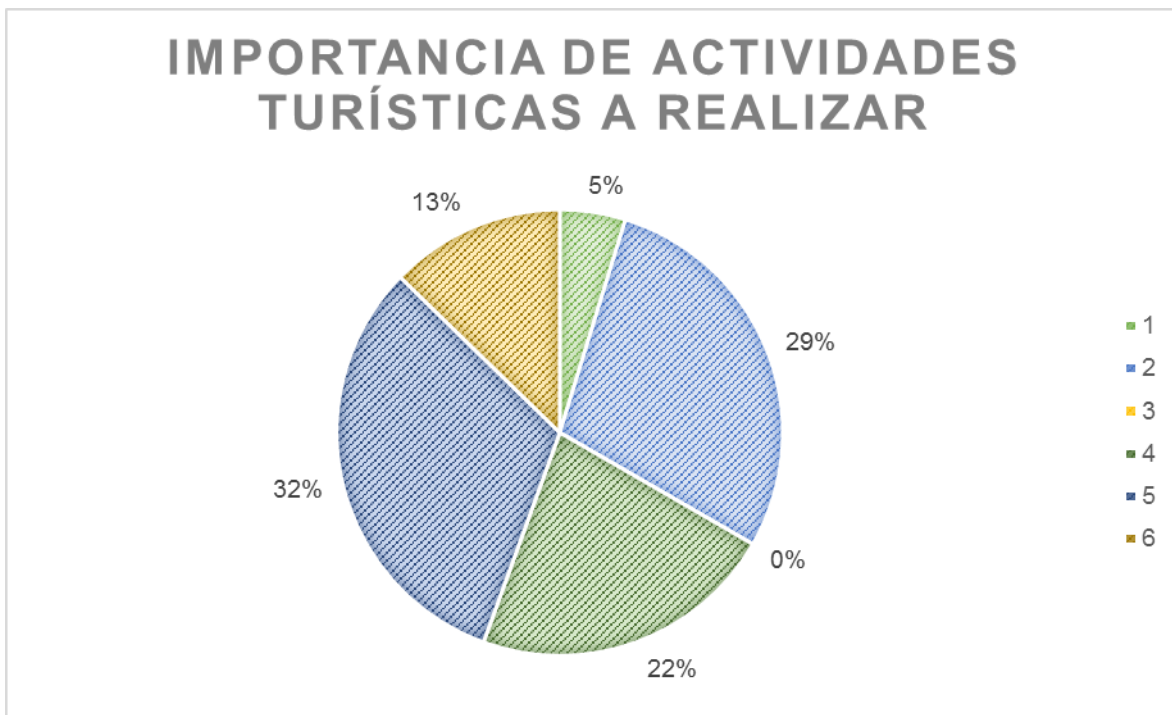


Gráfico 64 Importancia de actividades turísticas a realizar. / Turista familiar.

Análisis:

Las actividades turísticas a realizar fueron elegidas con el 32% como quinto factor, es decir no es un factor relevante para la población que visita los lugares turísticos, el 29% lo calificó en segundo lugar, el 22% en cuarto lugar, el 13% en sexto lugar y la minoría el 5% lo califica en primer lugar.

Acceso a la zona.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 9 | 14% |
| 2 | 11 | 17% |
| 3 | 11 | 17% |
| 4 | 15 | 24% |
| 5 | 6 | 10% |
| 6 | 11 | 17% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 105 Importancia de acceso a la zona. /Turista familiar.

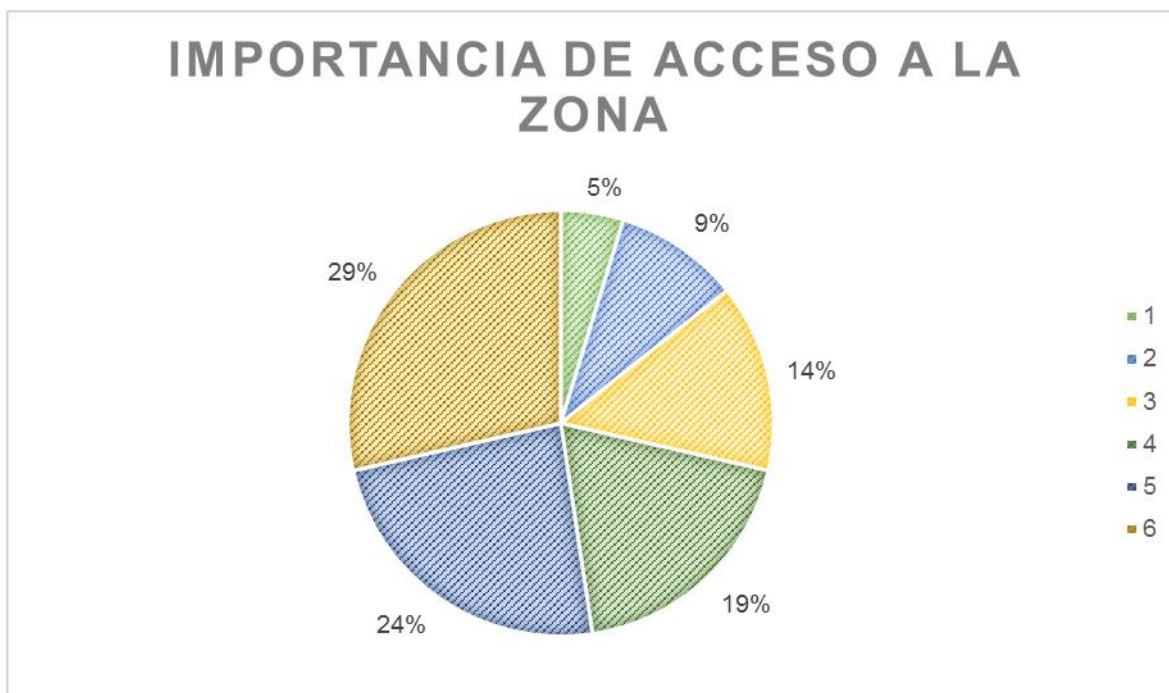


Gráfico 65 Importancia de acceso a la zona. / Turista familiar.

Análisis:

El acceso a la zona según los encuestados es el cuarto factor más importante con el 24%, luego es para el 17% segundo, para otro 17% el tercero y cuarto lugar para otro 17% dejando un 14% como primer lugar y el restante 10% lo califica en quinto lugar.

Juegos y entretenimiento para niños.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 2 | 3% |
| 2 | 6 | 10% |
| 3 | 0 | 0% |
| 4 | 11 | 17% |
| 5 | 12 | 19% |
| 6 | 32 | 51% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 106 Importancia de juegos y entretenimiento para niños. /Turista familiar.

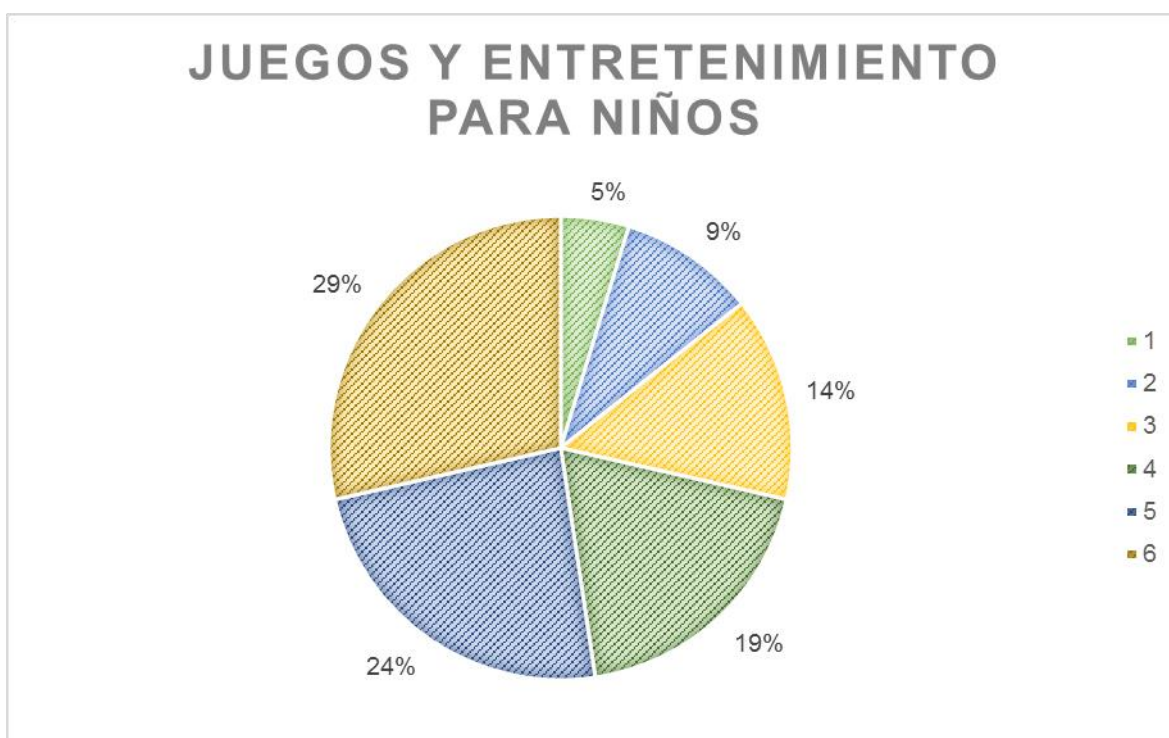


Gráfico 66 Importancia de juegos y entretenimiento para niños. / Turista familiar.

Análisis:

Los juegos y entretenimiento para niños es el factor menos importante calificándolo en sexto lugar con el 51%, 19% lo califica en quinto lugar, el 17% lo califica en cuarto lugar, el 10% lo califica en segundo lugar y el 3% restante lo deja en primer lugar.

13. ¿Indique los aspectos que le atraen más de un destino turístico a la hora de visitarlo?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------|------------|-------------|
| El entorno natural. | 50 | 19% |
| Lugar seguro de visitar. | 44 | 17% |
| La amabilidad de las personas. | 19 | 7% |
| Las actividades culturales. | 15 | 6% |
| Las costumbres y tradiciones. | 9 | 3% |
| Tranquilidad para descansar. | 33 | 13% |
| El clima. | 42 | 16% |
| La oferta gastronómica. | 38 | 15% |
| Las facilidades de compra. | 6 | 2% |
| Las actividades deportivas. | 6 | 2% |
| Total | 262 | 100% |

Tabla 107 Aspectos más atractivos de un destino turístico. /Turista familiar.

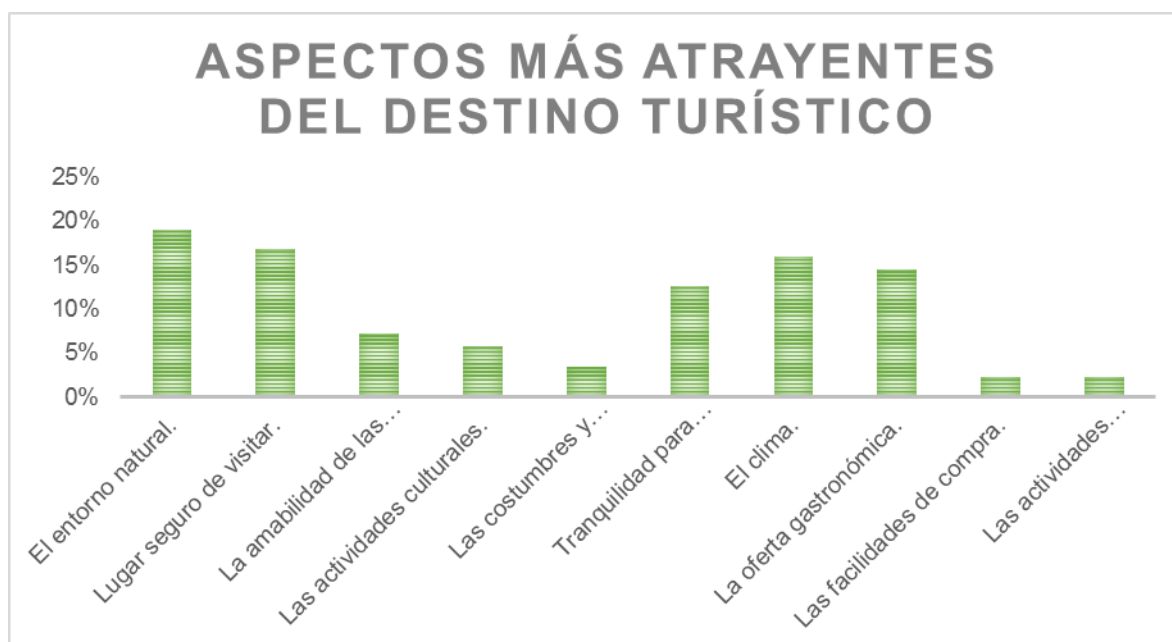


Gráfico 67 Aspectos más atractivos de un destino turístico. /Turista familiar.

Análisis:

El aspecto más atractivo de un destino turístico es el entorno natural con el 19% seguido muy de cerca por el 17% que implica la seguridad del lugar, el 16% donde influye el clima, 15% con la oferta gastronómica, el 13% con la tranquilidad y el restante 17% con otros factores de menor incidencia cada uno.

14. ¿Conoce el municipio de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 14 | 22% |
| No | 49 | 78% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 108 Conocimiento del municipio de Suchitoto. / Turista familiar.

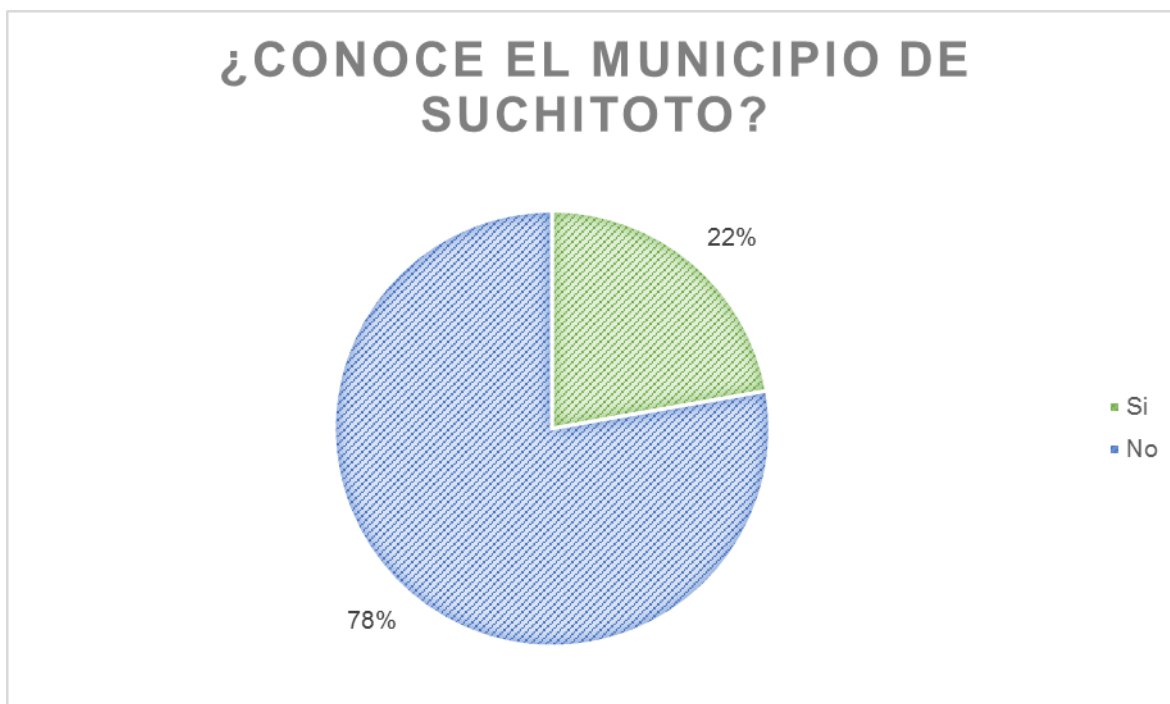


Gráfico 68 Conocimiento del municipio de Suchitoto. / Turista familiar.

Análisis:

El 78% de los entrevistados no conoce el municipio de Suchitoto y el 22% ha visitado el municipio.

15. ¿Cuál fue el motivo principal de su visita?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Descanso o placer. | 9 | 18% |
| Diversión. | 21 | 41% |
| Negocios. | 0 | 0% |
| Congresos. | 0 | 0% |
| Compras. | 0 | 0% |
| Cultura. | 12 | 24% |
| Estudios. | 0 | 0% |
| Trabajo. | 6 | 12% |
| Otros. | 3 | 6% |
| Total | 51 | 100% |

Tabla 109 Motivo principal de visita al municipio. /Turista familiar.

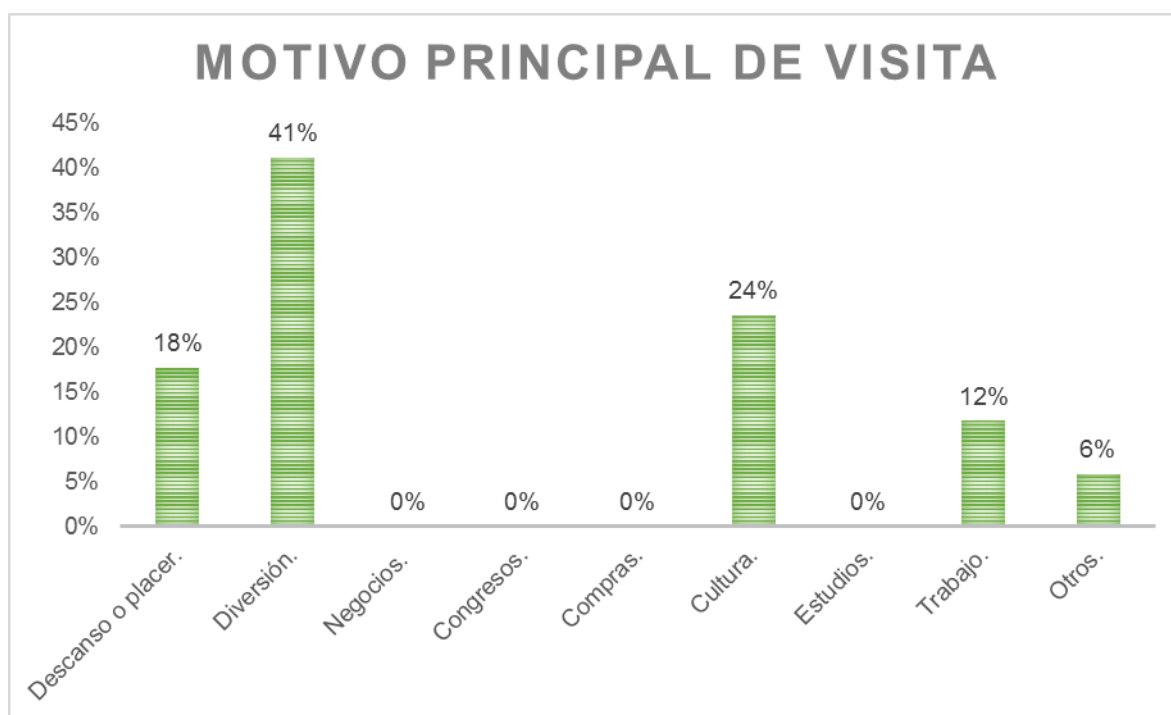


Gráfico 69 Motivo principal de visita al municipio. /Turista familiar.

Análisis:

El motivo principal en su mayoría con el 41% es diversión seguido con el 24% del motivo de cultura, ambas opciones conforman el 65% de personas que visitaron Suchitoto con el propósito de hacer turismo, el 18% lo visitó por descanso o placer y el restante 18% se encuentra distribuido 12% por motivos de trabajo y 6% por otros motivos.

16. ¿Qué tipo de atractivos o recursos turísticos ha visitado en el municipio de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| Sitios Naturales. | 38 | 47% |
| Museos y manifestaciones culturales. | 17 | 21% |
| Folklore. | 12 | 15% |
| Artísticas contemporánea. | 5 | 6% |
| Acontecimientos programados. | 9 | 11% |
| Total | 81 | 100% |

Tabla 110 Tipo de atractivos o recursos turísticos visitados en el municipio de Suchitoto. / Turista familiar.

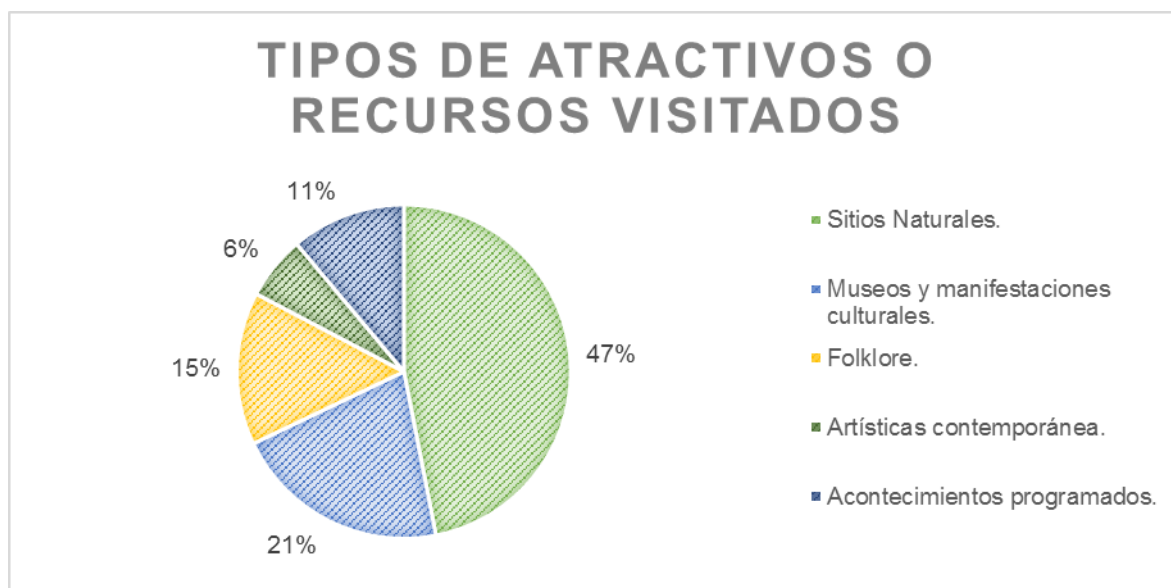


Gráfico 70 Tipo de atractivos o recursos turísticos visitados en el municipio de Suchitoto. / Turista familiar.

Análisis:

El 47% ha visitado sitios naturales, el 21% museos y manifestaciones culturales, en estos atractivos se cubre el 68% de turistas que visitaron Suchitoto, el 15% por folklore, el 15% visitó por acontecimientos programados como las fiestas patronales y el 6% restante por atractivos artístico contemporáneos.

17. ¿Ha visitado el centro de amigos del turista?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 3 | 6% |
| No | 48 | 94% |
| Total | 51 | 100% |

Tabla 111 Visita al Centro de Amigos del Turista CAT. / Turista familiar.

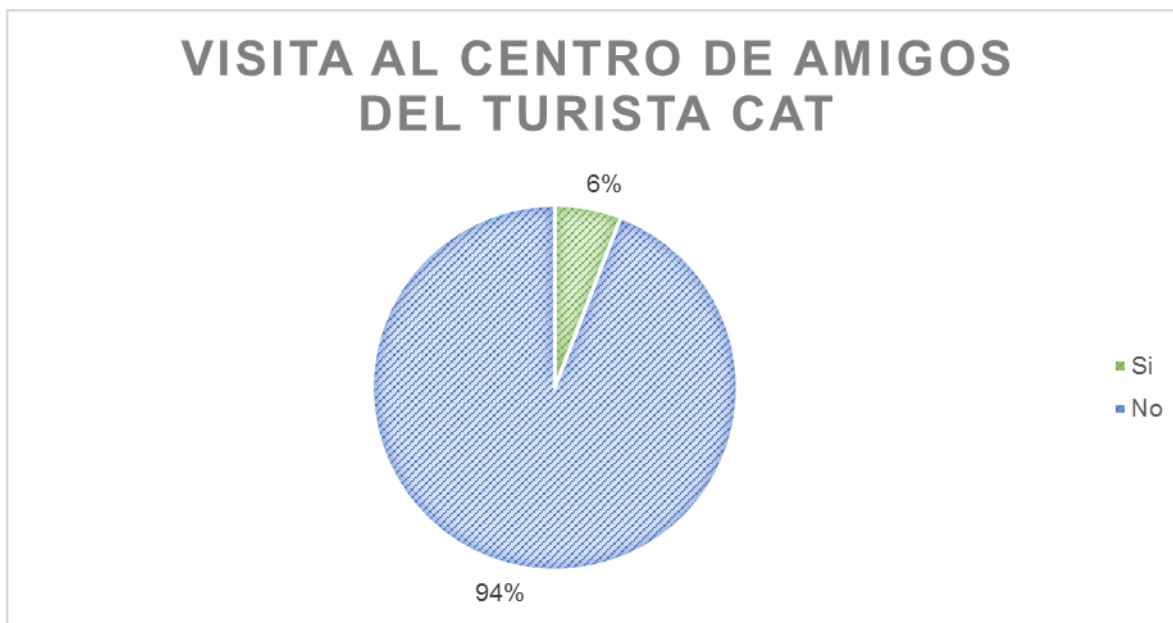


Gráfico 71 Visita al Centro de Amigos del Turista CAT. /Turista familiar.

Análisis:

El 94% de turistas no ha asistido al Centro de Amigos del turista CAT y la minoría del 6% si lo ha visitado, esto se ve reflejado en la falta de consistencia de información turística sobre el flujo de turistas del municipio ya que el control actualmente se hace al visitar la oficina del CAT, debido a esto el cálculo del flujo de turistas se hace mediante los demás establecimientos que llevan algún tipo de control de ingreso y las personas asistentes a eventos programados.

18. ¿Qué lugares turísticos conoce de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| Centro histórico e iglesia Santa Lucia | 33 | 65% |
| Lago de Suchitlán | 18 | 35% |
| Total | 51 | 100% |

Tabla 112 Lugares de Suchitoto que ha visitado. /Turista familiar.

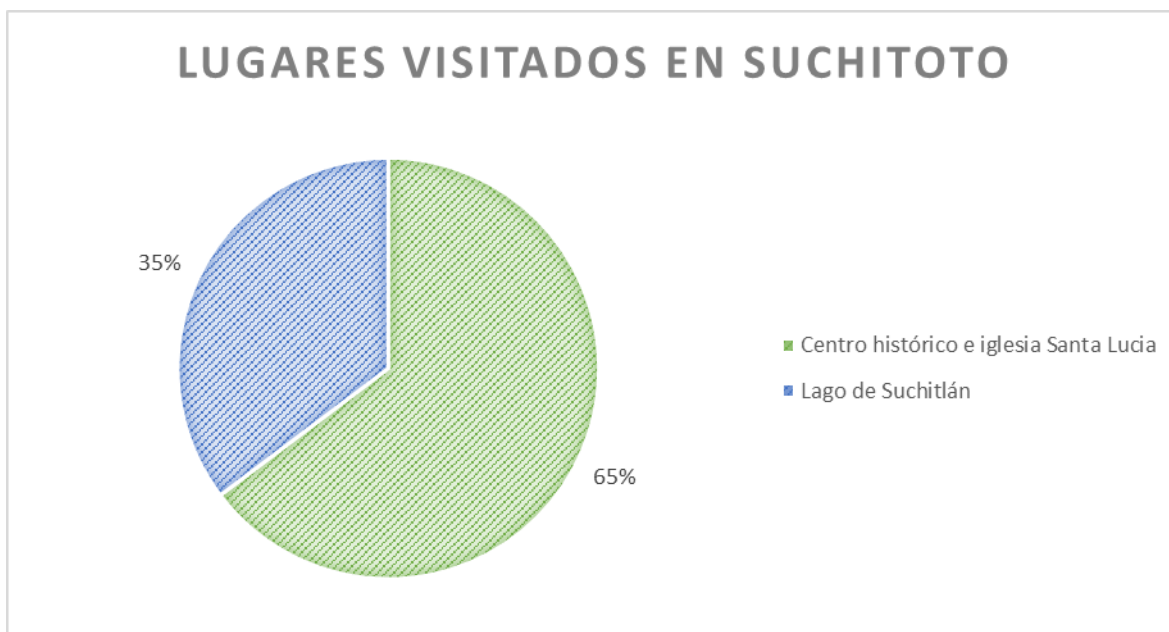


Gráfico 72 Lugares de Suchitoto que ha visitado. / Turista familiar.

Análisis:

El 65% de los encuestados recuerda haber visitado el centro histórico y la Iglesia Santa Lucia, y el 35% recuerda haber visitado el Lago de Suchitlán; cabe mencionar que esta pregunta fue abierta con el propósito de identificar el posicionamiento en la mente del consumidor de los lugares visitados.

19. Marque con una “X” los atractivos turísticos que ha conocido o le gustaría conocer, en función de su grado de interés por ellos. Utilice la escala siguiente:

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|------------|
| Hacienda Colima. | 2 | 1% |
| Ciudad Vieja. | 6 | 4% |
| Hacienda La Bermuda. | 6 | 4% |
| Cihuatán. | 6 | 4% |
| Aguacayo. | 5 | 3% |
| Hacienda Los Nacimientos. | 0 | 0% |
| Cinquera. | 6 | 4% |
| Cerro de Guazapa. | 8 | 5% |
| Centro Recreativo las Américas. | 0 | 0% |
| Agua Caliente (Río Quezalapa). | 0 | 0% |
| Centro Histórico de Suchitoto. | 33 | 19% |
| Lago de Suchitlán. | 36 | 21% |
| Turicentro Puerto San Juan. | 9 | 5% |
| Casa de recuerdos Alejandro Cotto. | 21 | 12% |
| Iglesia de Santa Lucía. | 33 | 19% |
| Total | 171 | 1 |

Tabla 113 Atractivos turísticos que ha conocido o le interesaría conocer. / Turista familiar.

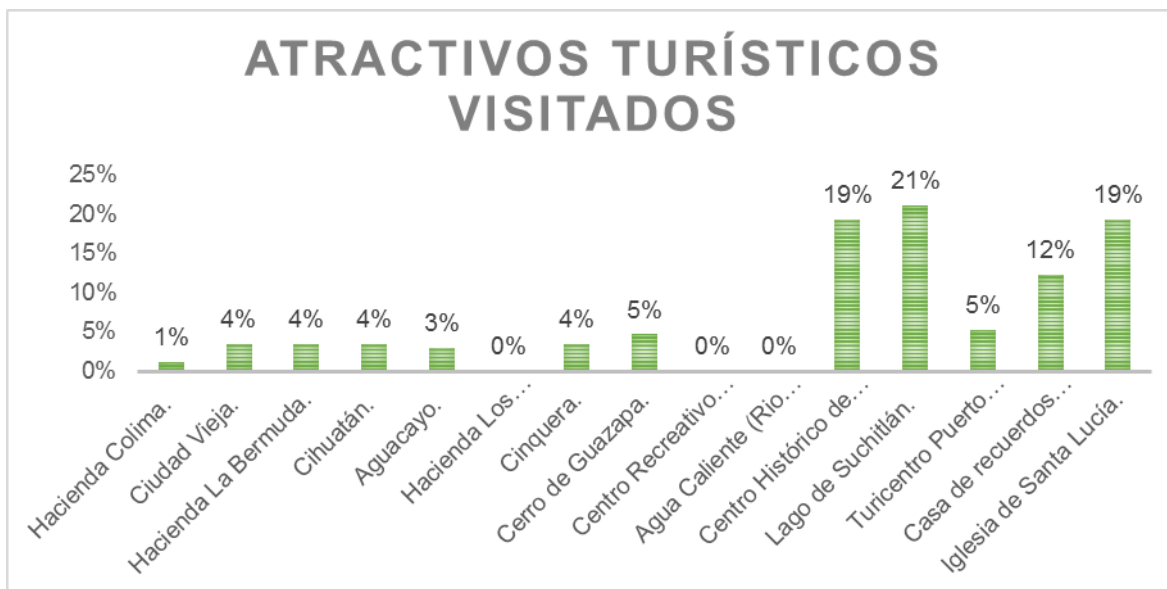


Gráfico 73 Atractivos turísticos que ha conocido o le interesaría conocer. / Turista familiar.

Análisis:

El listado de atractivos turísticos recuerda al consumidor los lugares que probablemente visitó en el municipio dando como resultado que el 21% visitó el Lago de Suchitlán, el 19% visitó el Centro Histórico de Suchitoto, el 19% visitó la iglesia Santa Lucía, el 12% visitó la casa de recuerdos Alejandro Cotto, el restante 30% se encuentra dividido casi equitativamente entre los demás atractivos turísticos.

20. ¿Sabe qué es un circuito turístico rural?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 25 | 40% |
| No | 38 | 60% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 114 Conocimiento de qué es un circuito turístico rural / Turista familiar.

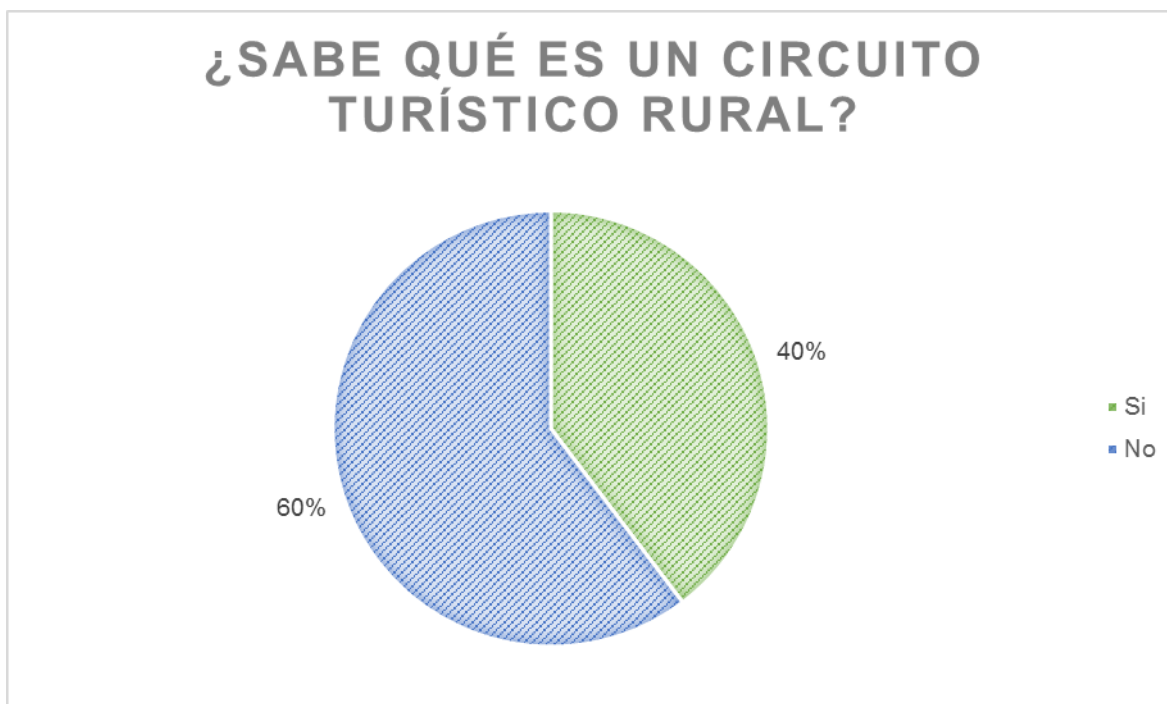


Gráfico 74 Conocimiento de qué es un circuito turístico rural / Turista familiar.

Análisis:

El 60% de la población sabe qué es un circuito turístico rural y el 40% de la población desconoce el concepto, el objetivo de la pregunta es describir el concepto para personas que desconocen el significado.

21. ¿Estaría dispuesto a realizar un circuito turístico rural en Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 58 | 92% |
| No | 5 | 8% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 115 Disposición a realizar un circuito turístico rural. / Turista familiar.

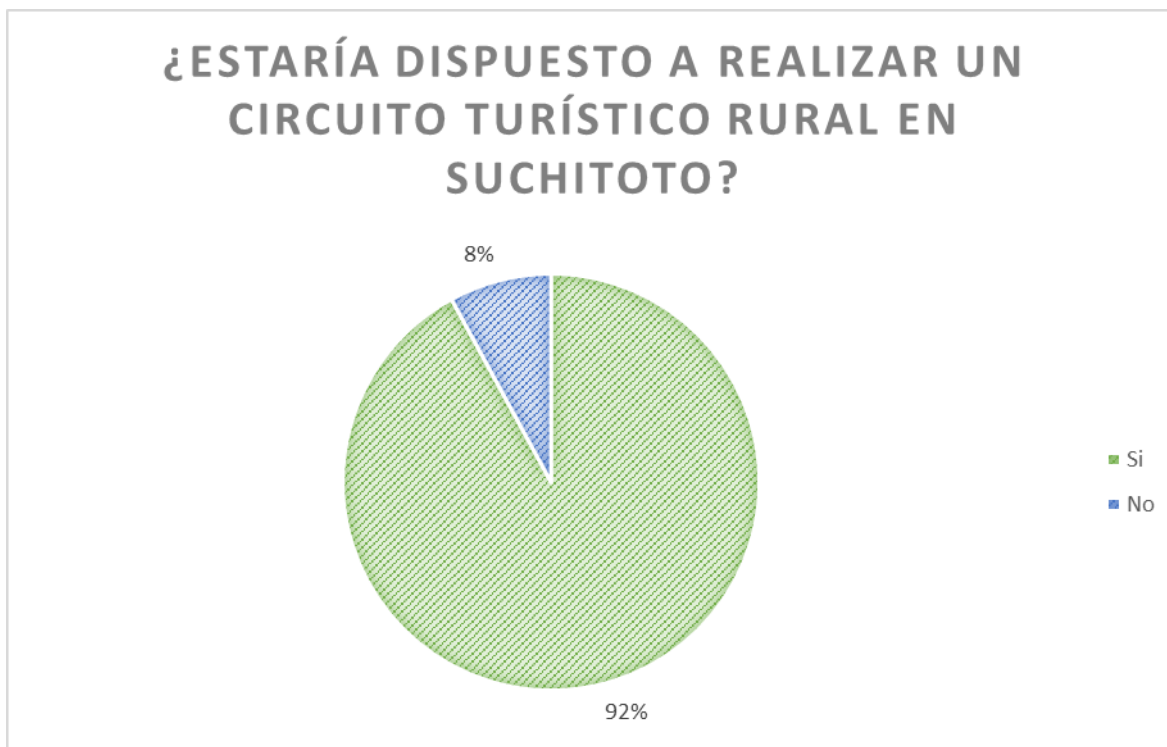


Gráfico 75 Disposición a realizar un circuito turístico rural. /Turista familiar.

Análisis:

El 92% estaría dispuesto a realizar un circuito turístico rural y el 8% no lo realizaría, esto demuestra el potencial que existe para la propuesta de circuitos turísticos rurales.

22. De los siguientes temáticas de circuitos, Califique en orden de preferencia (Siendo 1 el de mayor preferencia y 5 el de menor).

Circuito de aventura

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 15 | 25% |
| 2 | 18 | 30% |
| 3 | 6 | 10% |
| 4 | 9 | 15% |
| 5 | 12 | 20% |
| Total | 60 | 100% |

Tabla 116 Preferencia por circuito de aventura. / Turista familiar.

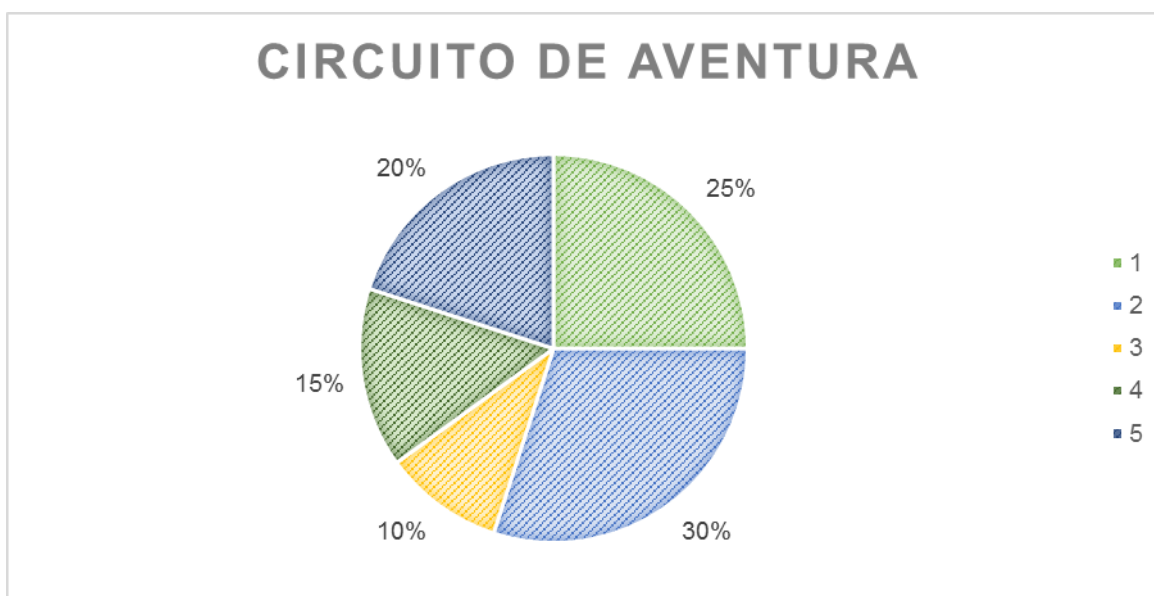


Gráfico 76 Preferencia por circuito de aventura. / Turista familiar.

Análisis:

El circuito de aventura es el de segundo de mayor preferencia con el 30% seguido del 25% que lo elige como el de mayor preferencia, en tercer lugar el 10%, cuarto lugar el 15% y el 20% lo califica en quinto lugar.

Circuito cultural.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 12 | 20% |
| 2 | 12 | 20% |
| 3 | 9 | 15% |
| 4 | 12 | 20% |
| 5 | 15 | 25% |
| Total | 60 | 100% |

Tabla 117 Preferencia por circuito cultural / Turista familiar.

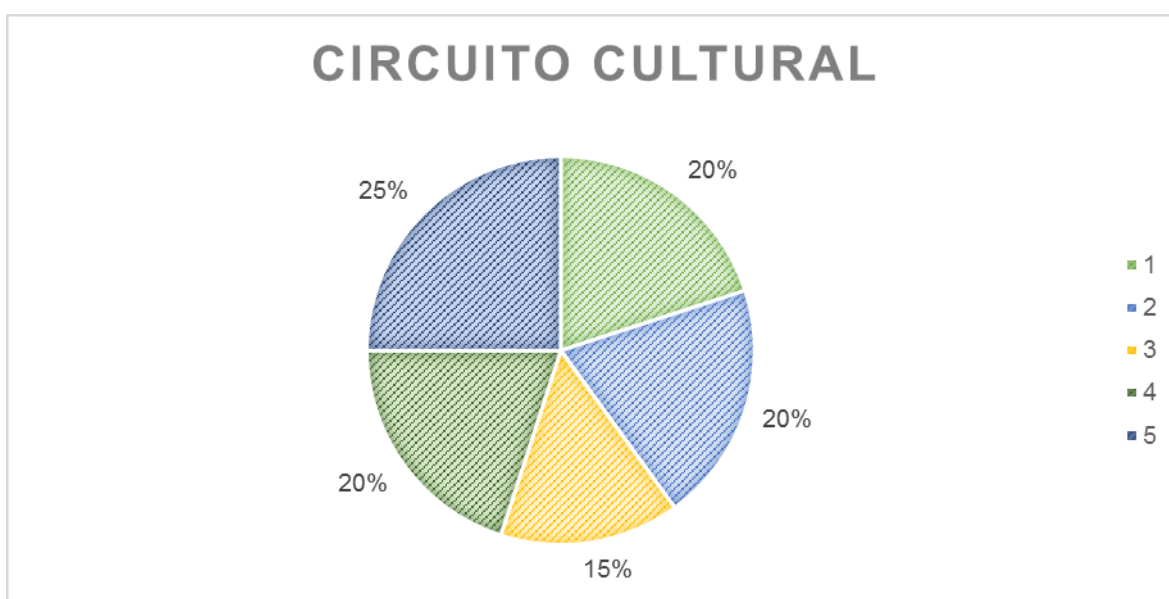


Gráfico 77 Preferencia por circuito cultural / Turista familiar.

Análisis:

El circuito cultural es en su mayoría calificado en el quinto lugar con el 25% de preferencia, en primero, segundo y cuarto lugar con el 20% y en tercer lugar por el 15%, la distribución es casi equitativa siendo un resultado no concluyente.

Circuito histórico.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 9 | 15% |
| 2 | 6 | 10% |
| 3 | 21 | 35% |
| 4 | 6 | 10% |
| 5 | 18 | 30% |
| Total | 60 | 100% |

Tabla 118 Preferencia por circuito histórico / Turista familiar.

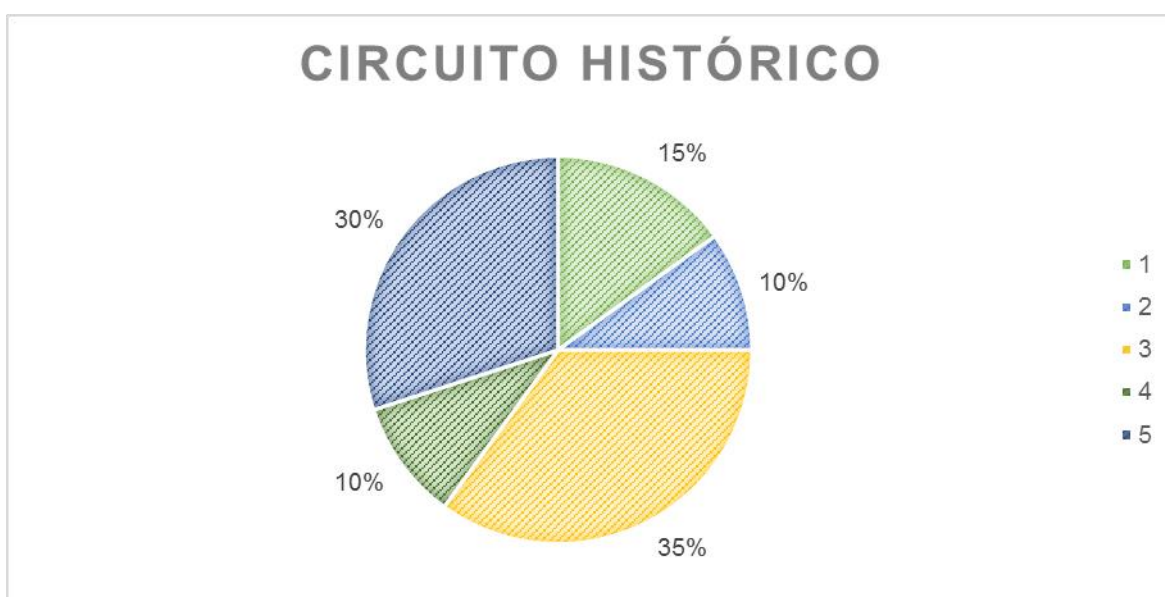


Gráfico 78 Preferencia por circuito histórico / Turista familiar.

Análisis:

El circuito histórico es calificado en tercer lugar por el 35%, el 30% lo califica en quinto lugar, el 15% lo califica en primer lugar, el segundo lugar lo califica el 10% y de igual manera el 10% lo califica en cuarto lugar.

Circuito ecológico.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 21 | 35% |
| 2 | 15 | 25% |
| 3 | 15 | 25% |
| 4 | 9 | 15% |
| 5 | 0 | 0% |
| Total | 60 | 100% |

Tabla 119 Preferencia por circuito ecológico / Turista familiar.

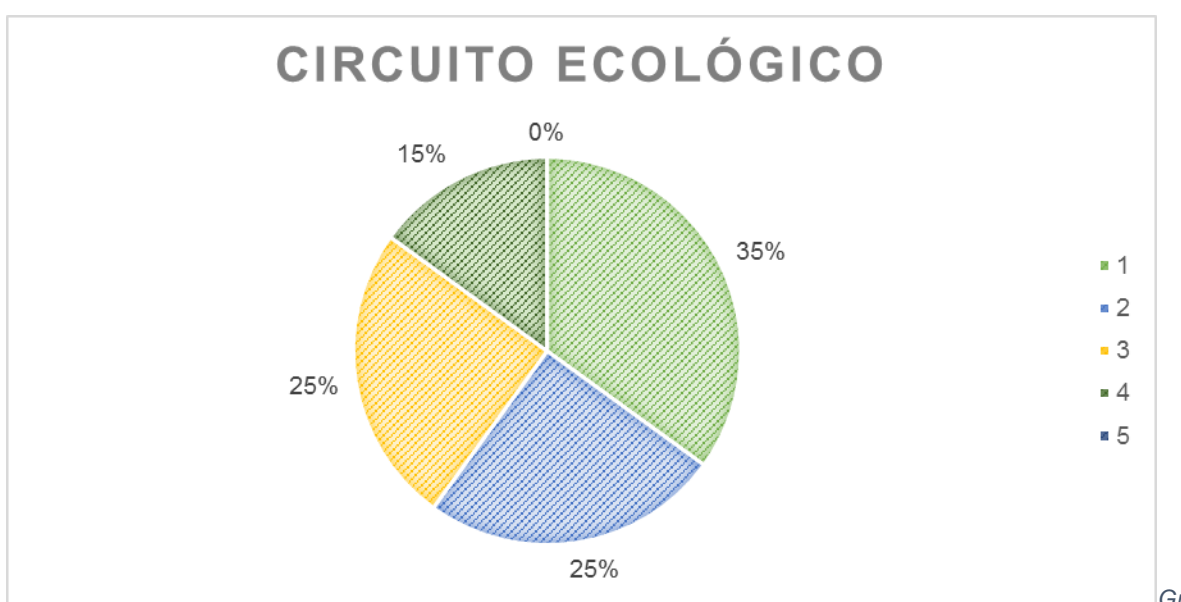


Gráfico 79 Preferencia por circuito ecológico / Turista familiar.

Análisis:

El circuito ecológico fue calificado en primer lugar por el 35%, en segundo lugar por el 25%, en tercer lugar por el 25%, en cuarto lugar por el 15% y en quinto lugar por el 0%.

Circuito vivencial.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 6 | 10% |
| 2 | 6 | 10% |
| 3 | 9 | 15% |
| 4 | 24 | 40% |
| 5 | 15 | 25% |
| Total | 60 | 100% |

Tabla 120 Preferencia por circuito vivencial / Turista familiar.

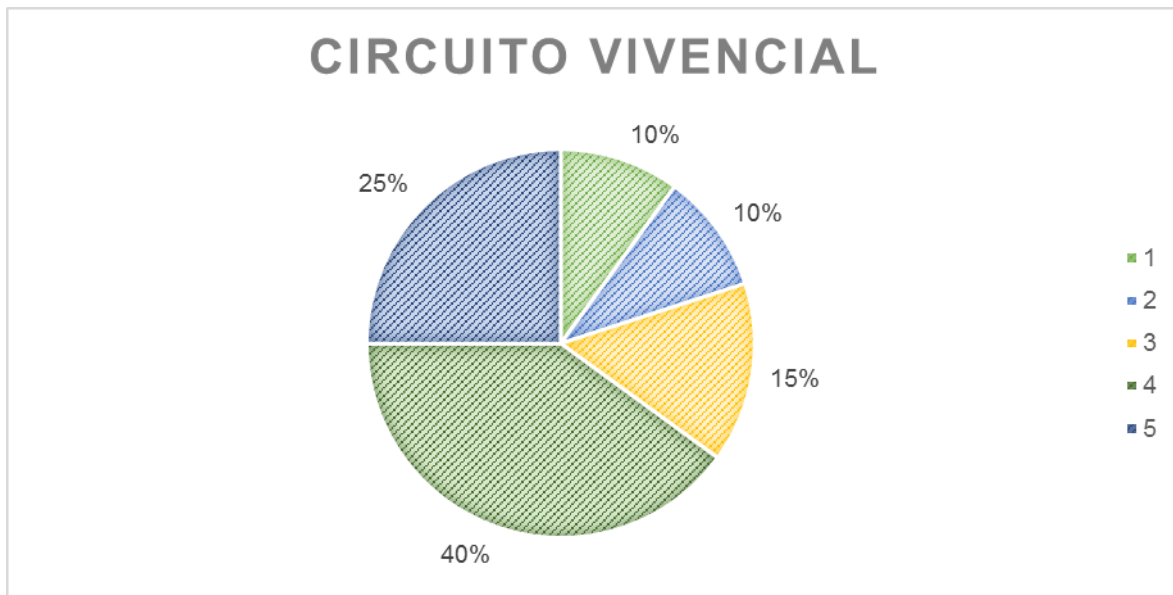


Gráfico 80 Preferencia por circuito vivencial / Turista familiar.

Análisis:

El circuito vivencial fue calificado en cuarto lugar por la mayoría con un 40%, en quinto lugar por el 25%, en tercer lugar por el 15%, en segundo lugar por el 10% y por un 10% en primer lugar.

23. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| \$10 a \$20 | 21 | 35% |
| \$21 a \$30 | 21 | 35% |
| \$31 a \$40 | 15 | 25% |
| Más de \$40 | 3 | 5% |
| Total | 60 | 100% |

Tabla 121 Dinero dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto. / Turista familiar.

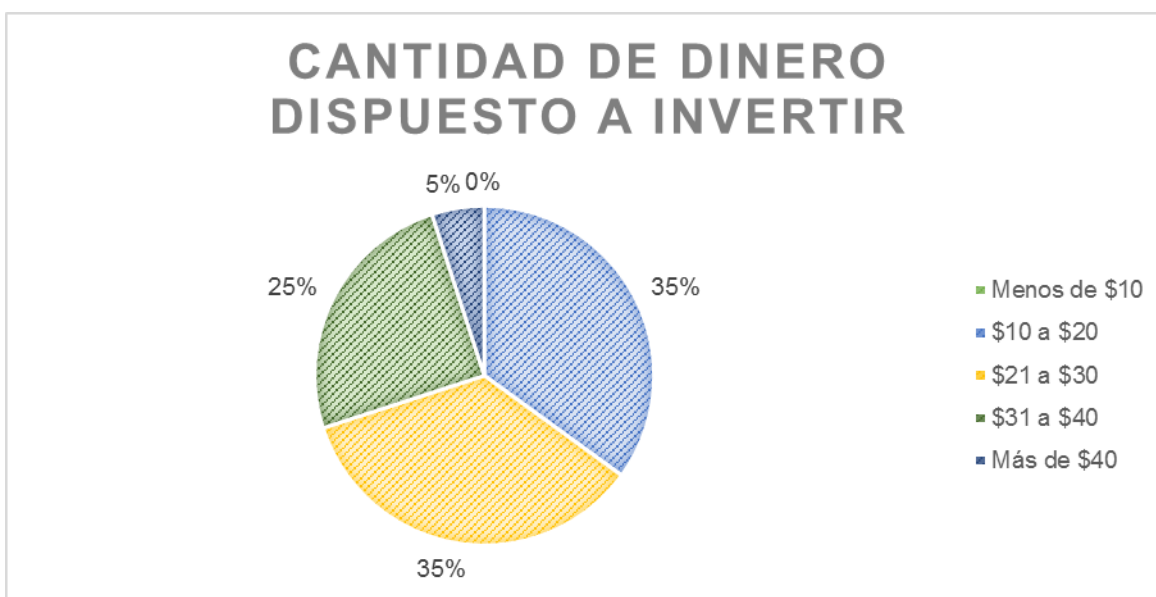


Gráfico 81 Dinero dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto. / Turista familiar.

Análisis:

Para el turista familiar la cantidad de dinero dispuesta a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto varía entre \$10.00 y \$30.00 dependiendo de los servicios a incluir, el 70% se ubica entre la opción de \$10.00 a \$20.00 y la opción de \$21.00 a \$30.00 con 35% en cada alternativa, dejando el 25% el rango de \$31.00 a \$40.00, y el 5% una cantidad de dinero mayor a \$40.00.

24. ¿Conoce el cerro de Guazapa?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 41 | 65% |
| No | 22 | 35% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 122 Conocimiento de la ubicación del Cerro de Guazapa. / Turista familiar.

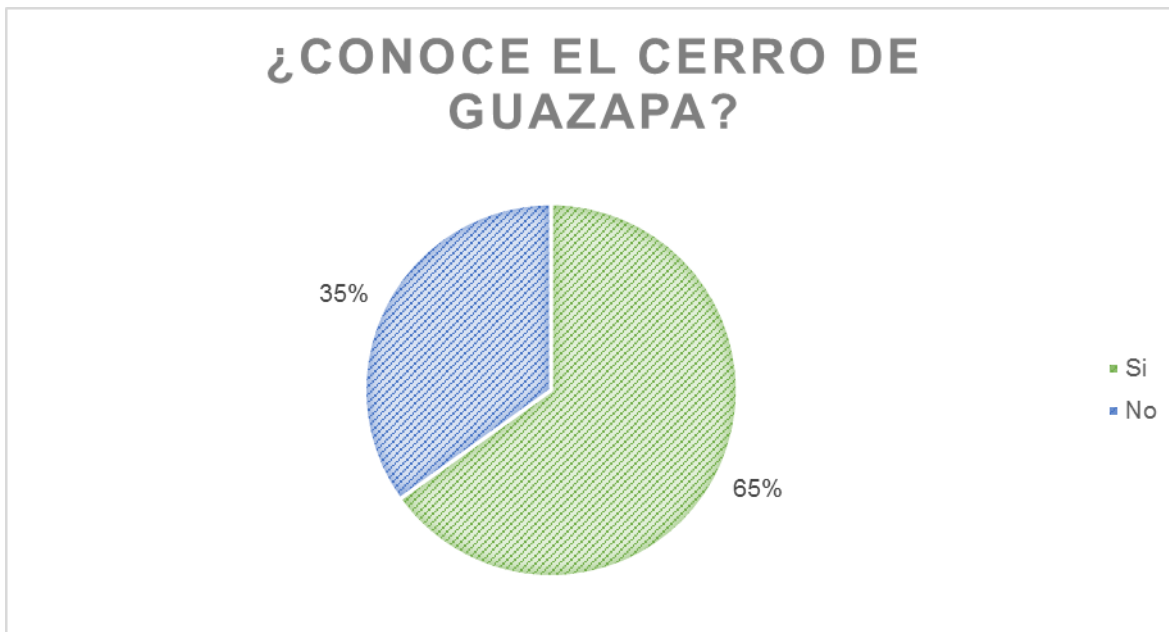


Gráfico 82 Conocimiento de la ubicación del Cerro de Guazapa. / Turista familiar.

Análisis:

El 65% conoce el Cerro de Guazapa y el 35% desconoce de su ubicación.

25. ¿Conoce la historia sobre el conflicto armado en el cerro de Guazapa?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 58 | 92% |
| No | 5 | 8% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 123 Conocimiento de la historia sobre el conflicto armado en el Cerro de Guazapa. / Turista familiar.

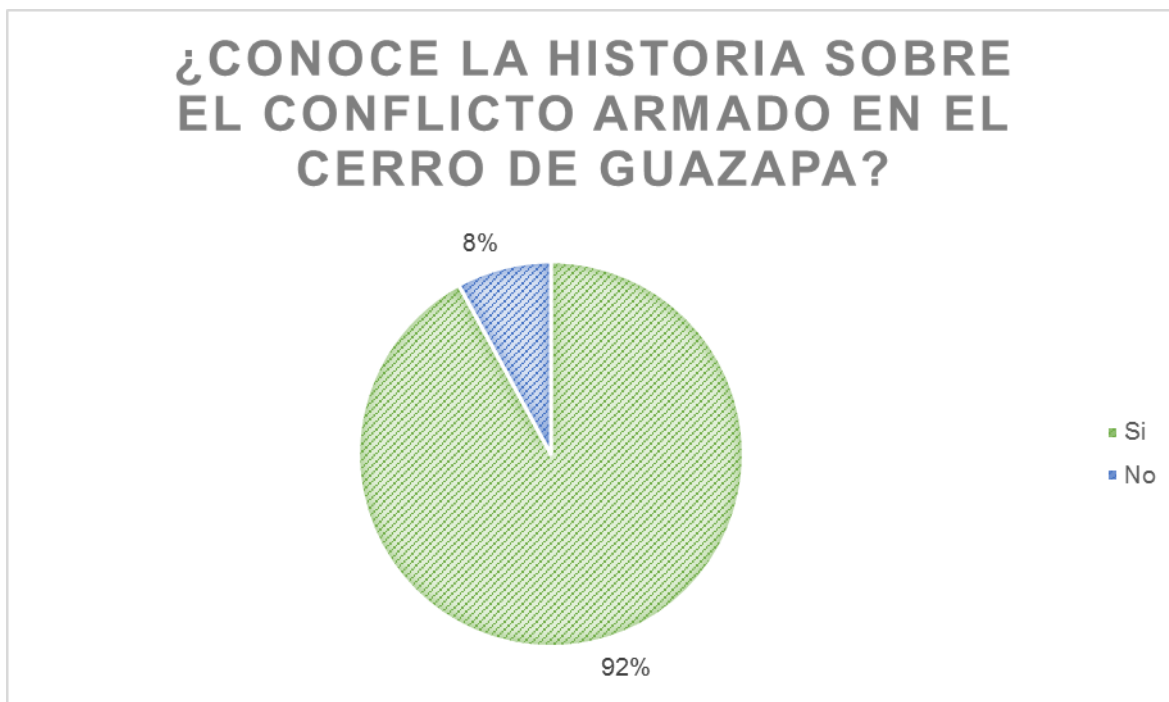


Gráfico 83 Conocimiento de la historia sobre el conflicto armado en el Cerro de Guazapa. / Turista familiar.

Análisis:

La historia del conflicto armado en el Cerro de Guazapa es uno de los ejes que enriquecen la oferta turística siendo el 92% de la población quienes conocen de esta historia y el 8% la desconocen.

26. ¿Conoce la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 8 | 13% |
| No | 55 | 87% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 124 Conocimiento de la Cooperativa Guazapa Tours de RL. / Turista familiar.

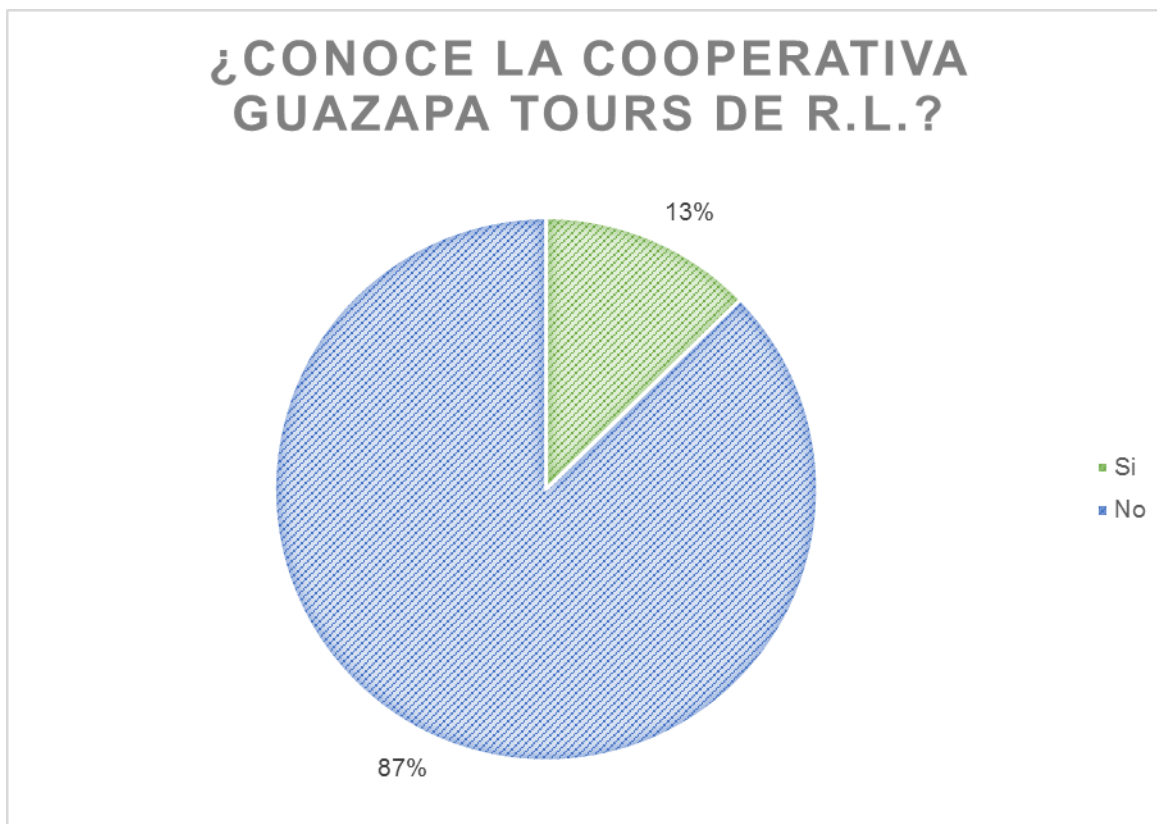


Gráfico 84 Conocimiento de la Cooperativa Guazapa Tours de RL. / Turista familiar.

Análisis:

El 87% de los encuestados desconocen la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. y únicamente el 13% si la conocen siendo esta la oportunidad de dar a conocer los servicios brindados por Guazapa Tours de R.L.

27. ¿Alguna vez ha utilizado los servicios que brinda la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 2 | 3% |
| No | 61 | 97% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 125 Utilización de servicios de la Cooperativa Guazapa Tours de RL / Turista familiar.

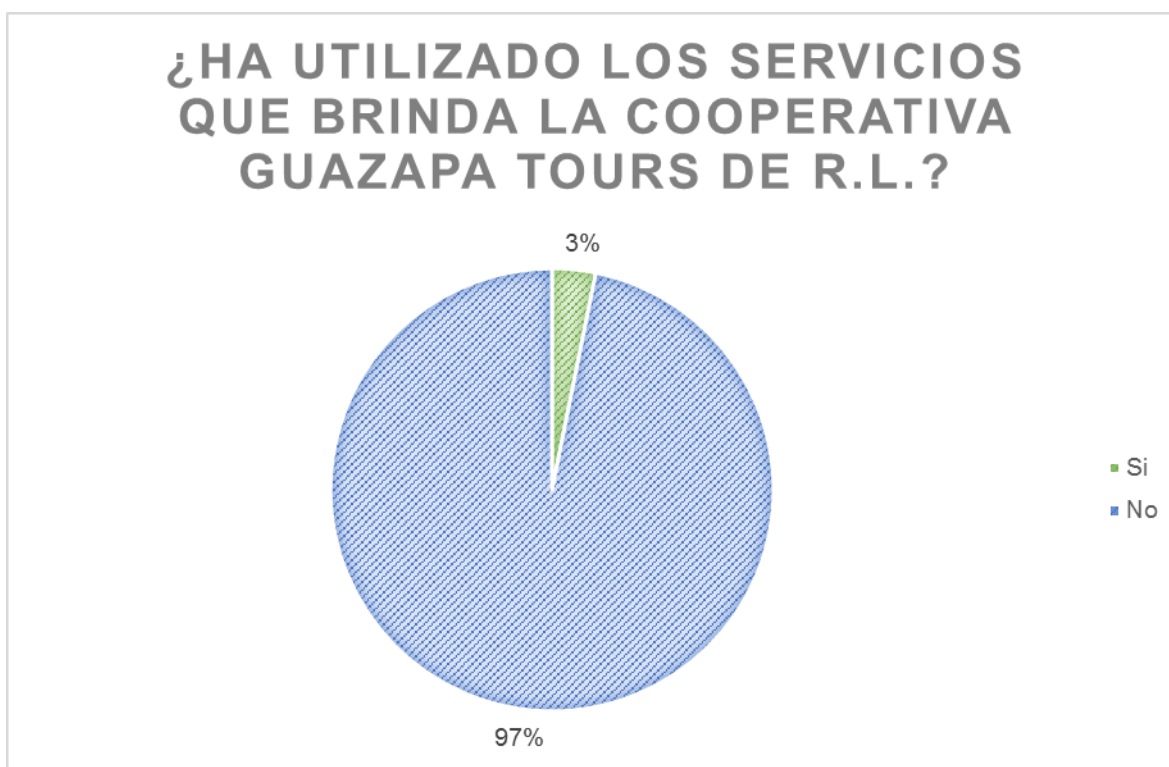


Gráfico 85 Utilización de servicios de la Cooperativa Guazapa Tours de RL / Turista familiar.

Análisis:

El 97% de los encuestados nunca ha utilizado los servicios de la Cooperativa y el 3% si los ha utilizado, siendo la mayoría el mercado potencial para brindar los servicios de Guazapa Tours de R.L.

28. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente. | 2 | 100% |
| Bueno. | 0 | 0% |
| Regular. | 0 | 0% |
| Malo. | 0 | 0% |
| Total | 2 | 100% |

Tabla 126 Calificación del servicio recibido en la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista familiar.

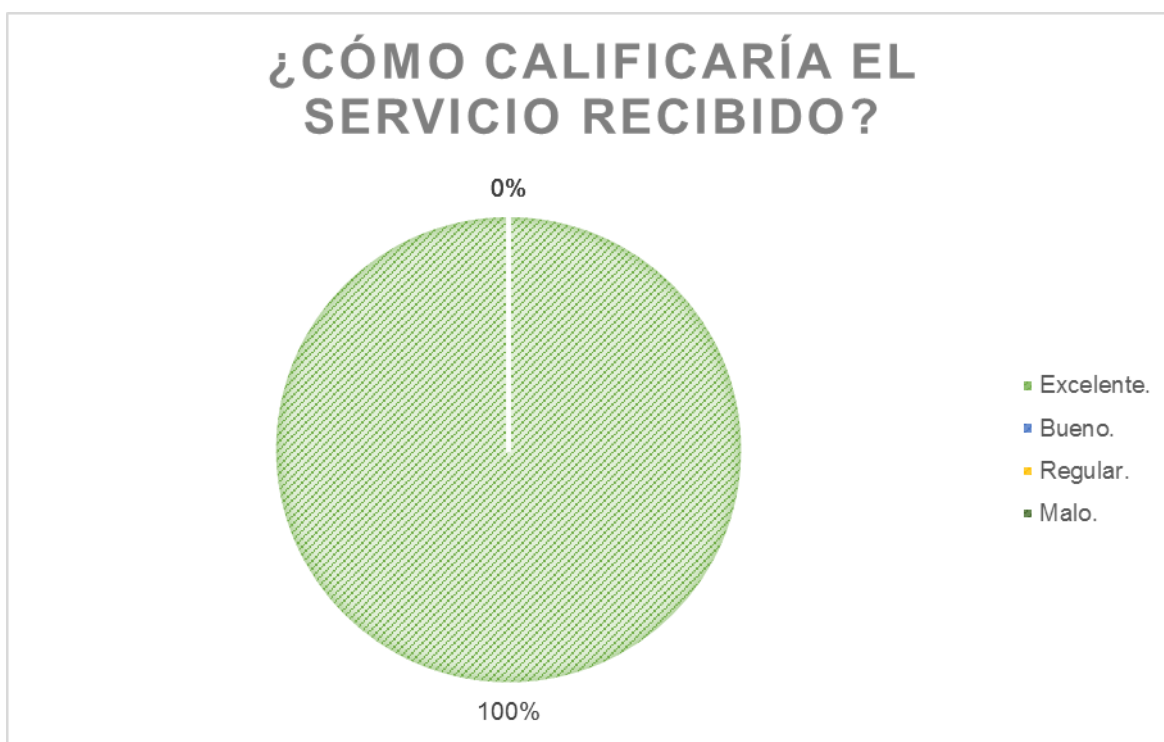


Gráfico 86 Calificación del servicio recibido en la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista familiar.

Análisis:

El servicio recibido fue calificado en su mayoría como excelente por el 100%.

29. ¿Cómo evalúa la vía de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| Accesible | 2 | 100% |
| Poco accesible | 0 | 0% |
| Inaccesible | 0 | 0% |
| Total | 2 | 100% |

Tabla 127 Evaluación de vías de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista familiar.

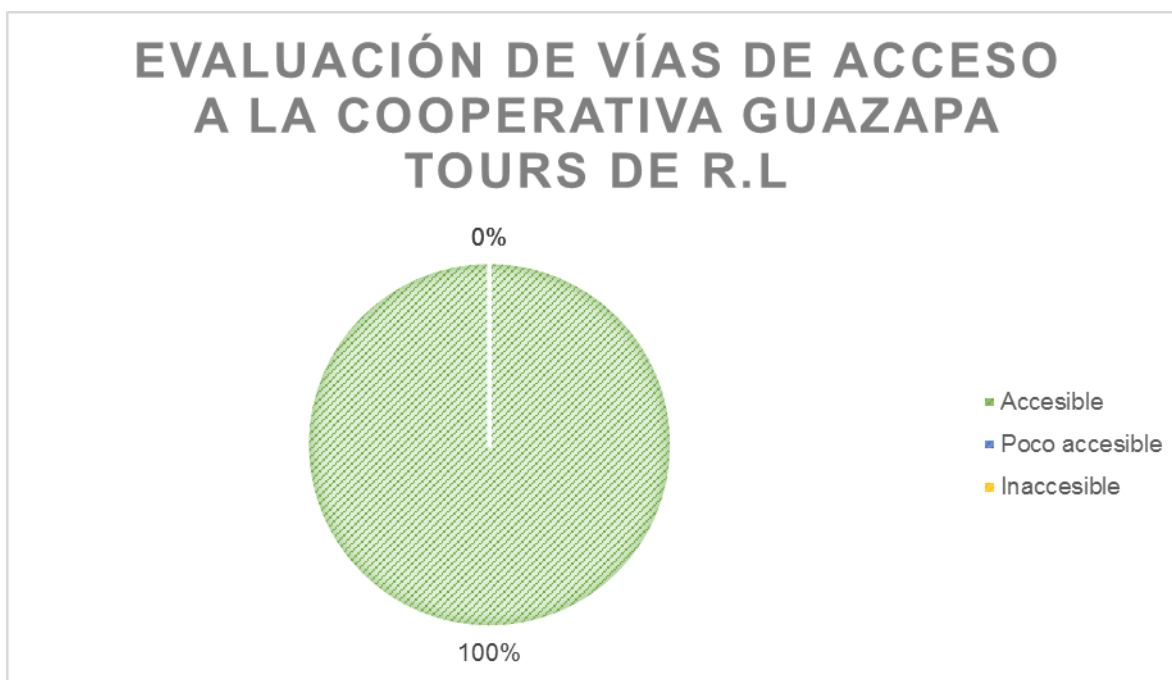


Gráfico 87 Evaluación de vías de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista familiar.

Análisis:

La vía de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. fue calificada por el 100% como accesible.

30. ¿Cómo considera el nivel de seguridad en el municipio de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|-------------|
| Muy seguro. | 2 | 3% |
| Seguro. | 23 | 37% |
| Relativamente seguro. | 32 | 51% |
| Inseguro. | 6 | 10% |
| Muy inseguro. | 0 | 0% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 128 Evaluación de seguridad en el municipio de Suchitoto / Turista familiar.

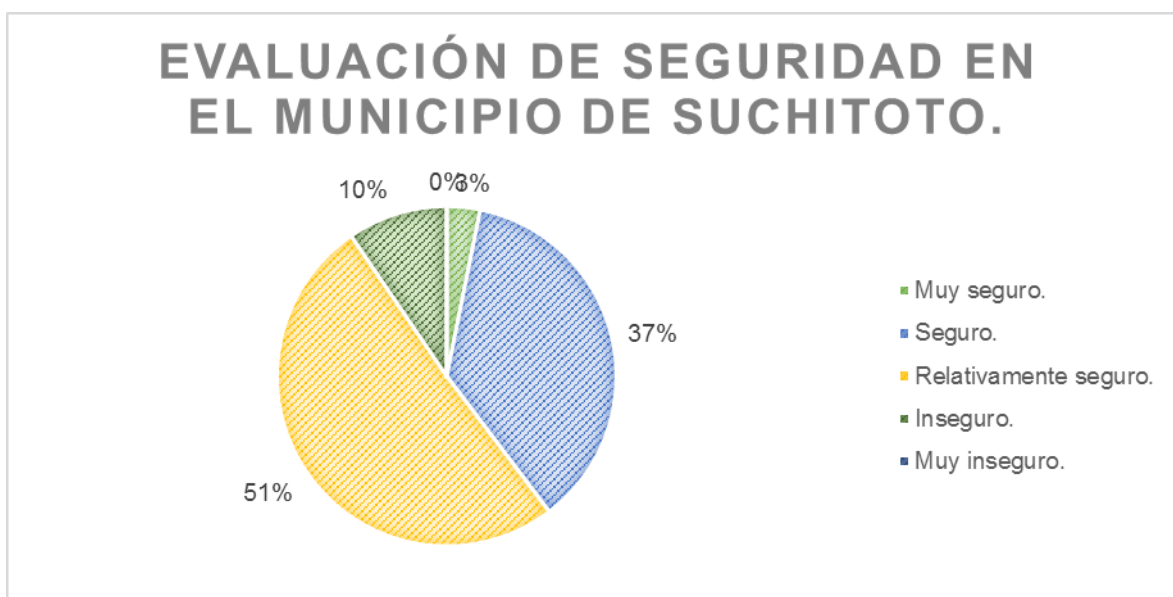


Gráfico 88 Evaluación de seguridad en el municipio de Suchitoto. / Turista familiar.

Análisis:

La seguridad del municipio fue calificada en su mayoría como relativamente seguro con un 51%, como seguro por el 37%, como muy inseguro por el 10% y como muy seguro por el 3%.

La delincuencia es un aspecto que afecta directamente al turismo a nivel nacional, Suchitoto al ser considerado un municipio seguro en su mayoría brinda las condiciones idóneas para desarrollar aún más su potencial turístico.

31. ¿Qué tipo de publicidad cree que sea más adecuada para la cooperativa Guazapa Tours de R.L para darse a conocer?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|-------------|
| Redes sociales. | 32 | 51% |
| Internet. | 14 | 22% |
| Televisión y radio. | 8 | 13% |
| Volantes vallas publicitarias y kiosko informativo. | 9 | 14% |
| Total | 63 | 100% |

Tabla 129 Tipo de publicidad más adecuada para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista familiar.



Gráfico 89 Tipo de publicidad más adecuada para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. / Turista familiar.

Análisis:

El tipo de publicidad más adecuada en su mayoría por el 51% de encuestados es a través de redes sociales, un 22% opina que a través páginas web en internet, el 13% a través de medios de comunicación masiva y el 14% por medio de volantes, vallas publicitarias y kioscos informativos.

D) TURISMO EXTRANJERO

Información general del turista

Género

| Género | Porcentaje |
|--------------|-------------|
| Femenino | 40% |
| Masculino | 60% |
| Total | 100% |

Tabla 130 Género de muestra de turista extranjero.

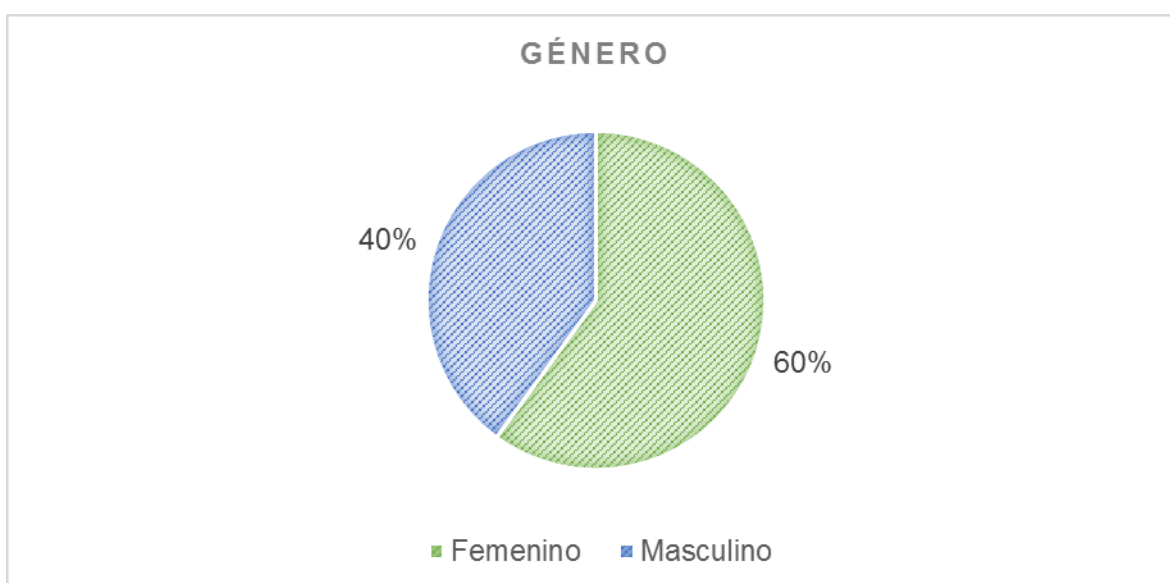


Gráfico 90 Género de muestra de turista extranjero.

Análisis:

El género que predomina en el sondeo es el femenino con un 60%, y un 40% para el género masculino.

Nacionalidad

| Nacionalidad | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| Singapur | 1 | 20% |
| Estados Unidos | 1 | 20% |
| Inglaterra | 1 | 20% |
| Australia | 1 | 20% |
| Canadá | 1 | 20% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 131 Nacionalidad de muestra de turista extranjero.

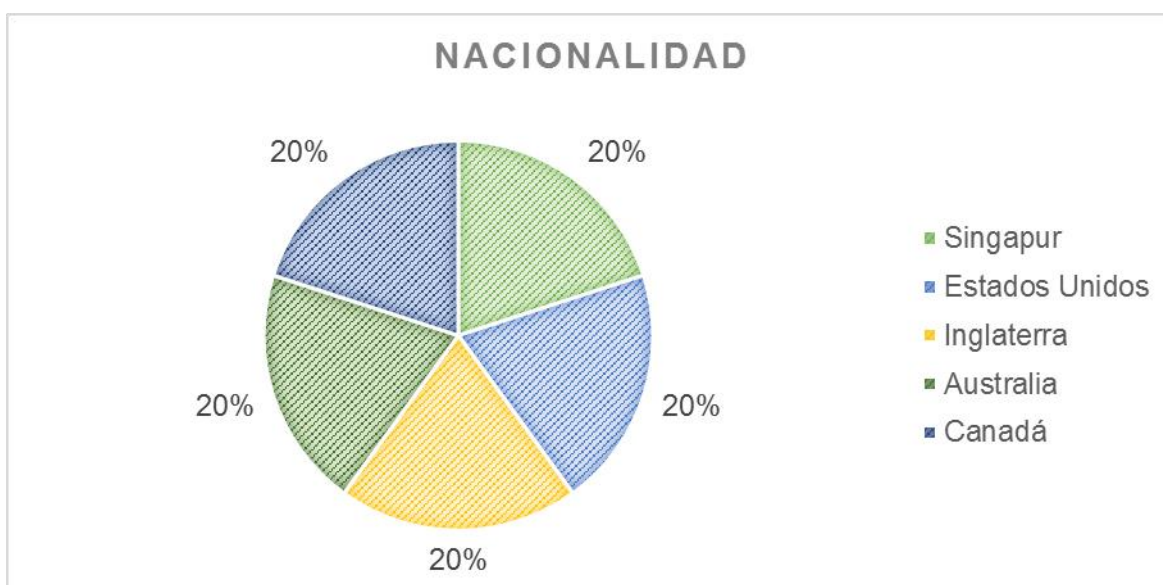


Gráfico 91 Nacionalidad de muestra de turista extranjero.

Análisis:

Del total de las personas que respondieron se observa que la muestra se distribuye equitativamente de diferentes países del mundo.

Ocupación

| Edad | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|-------------|
| Ingeniero de desarrollo | 1 | 20% |
| Estudiante | 1 | 20% |
| Director | 1 | 20% |
| Docente | 1 | 20% |
| Asistente administrativo | 1 | 20% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 132 Ocupación de muestra de turista extranjero.

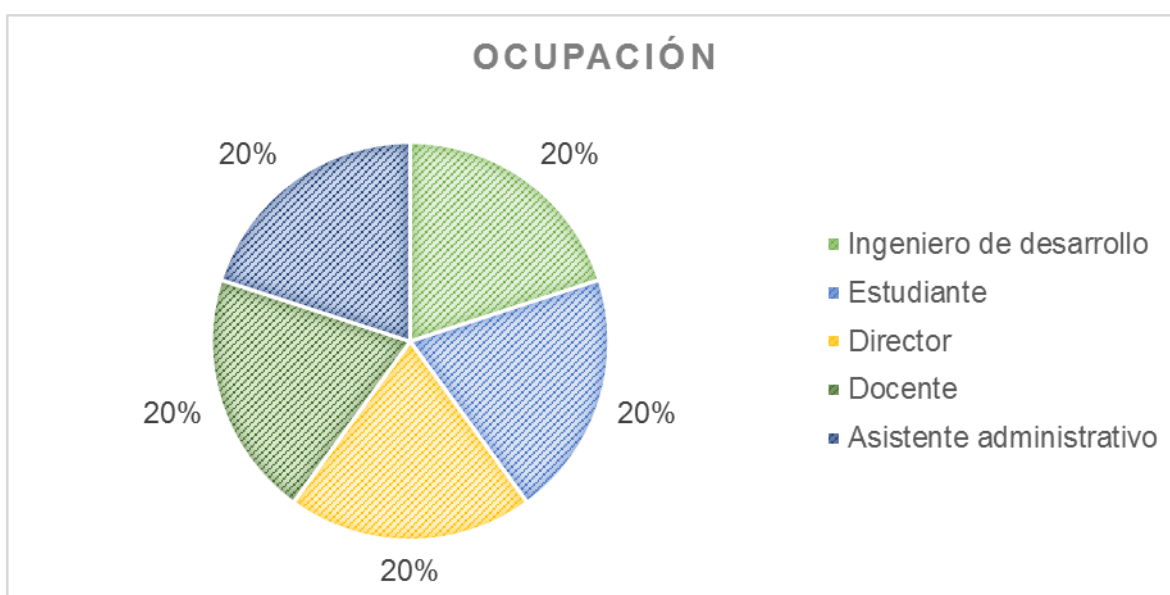


Gráfico 92 Ocupación de muestra de turista extranjero.

Análisis:

La ocupación de la muestra de turismo extranjero es variada lo que contribuye a una mayor calidad de información al ser proveniente de diferentes tipos de ocupaciones y estilos de vida.

Edad

| Edad | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| 18 a 23 años | 0 | 0% |
| 24 a 29 años | 3 | 60% |
| 30 a 35 años | 1 | 20% |
| 36 a 40 años | 0 | 0% |
| Más de 40 años | 1 | 20% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 133 Edad de los entrevistados.

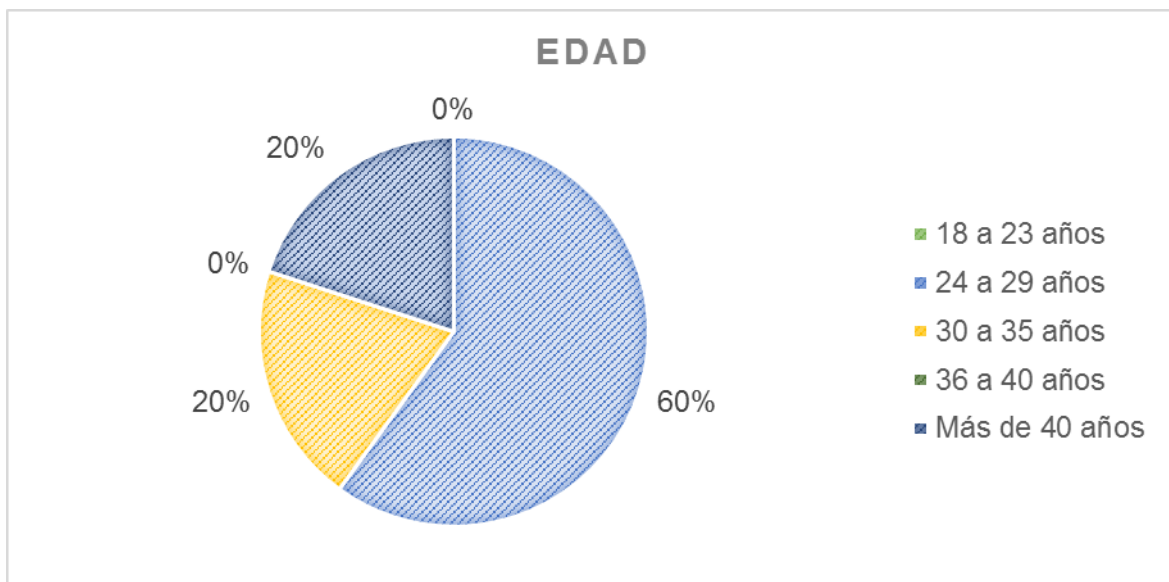


Gráfico 93 Edad de los entrevistados.

Análisis:

La edad de los encuestados se encuentra en su mayor parte en el rango de 24 a 29 años, esto indica que la mayor parte se encuentran en su etapa de adultez temprana, es de resaltar que un 0% posee edades entre 18 años y 23 años, dejando un 40.0% mayores 30 años.

1. De los siguientes tipos de turismo selecciones cuáles son de su preferencia:

| Tipo de turismo | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------------|------------|-------------|
| Ecoturismo. | 4 | 23% |
| Turismo de aventura (Extremo). | 2 | 11% |
| Turismo de Sol y Playa. | 2 | 11% |
| Turismo cultural. | 4 | 22% |
| Turismo rural (Visita pueblos vivos). | 4 | 22% |
| Turismo arqueológico. | 2 | 11% |
| Total | 18 | 100% |

Tabla 134 Tipo de turismo /Turista extranjero.

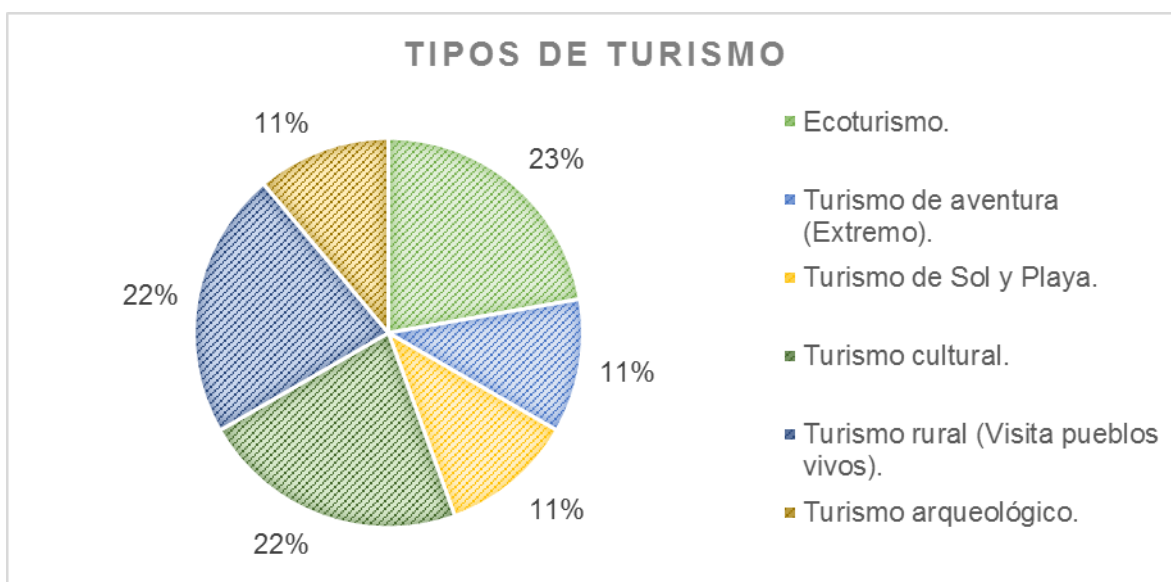


Gráfico 94 Preferencia de tipo de turismo / Turista extranjero.

Análisis:

El 23% de la muestra prefiere el ecoturismo seguido del 22% que prefiere el turismo cultural, otro 22% prefiere el turismo rural, el 11% prefiere el turismo de sol y playa, el 11% el turismo arqueológico y el 11% el turismo de aventura.

2. Cuando hace viajes turísticos, ¿Quién desea que lo acompañe en estas actividades?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|-------------|
| Solo. | 4 | 80% |
| En pareja. | 1 | 20% |
| Grupo de amigos. | 0 | 0% |
| En familia. | 0 | 0% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 135 Preferencia de acompañante en viaje turístico / Turista extranjero

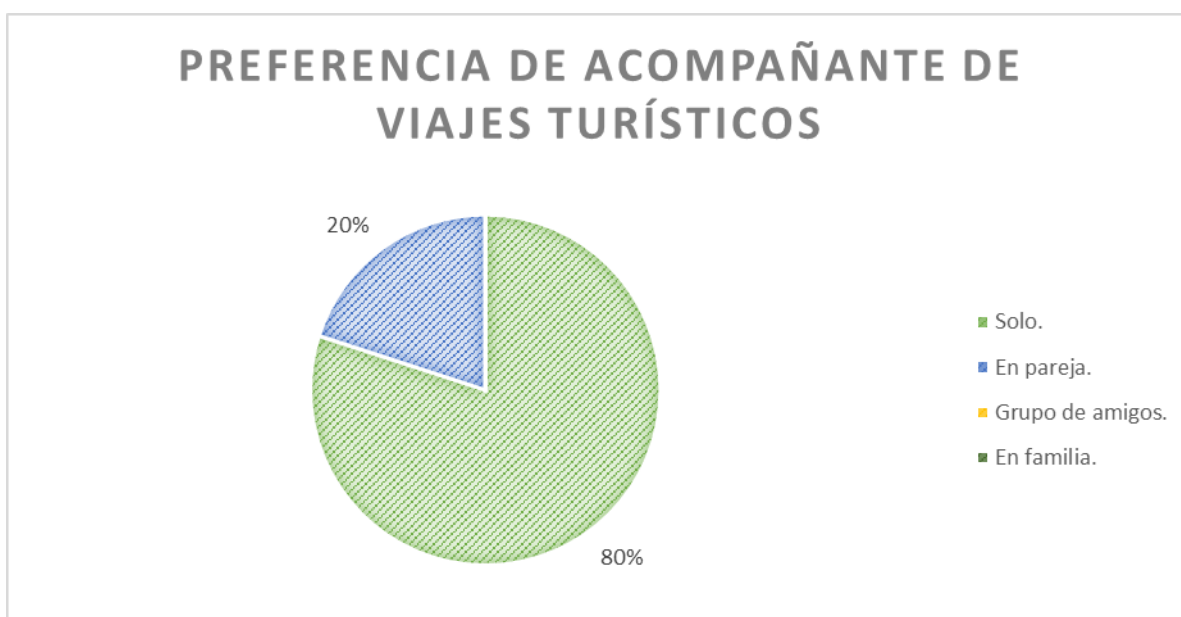


Gráfico 95 Preferencia de acompañante de viaje turístico.

Análisis:

El 80% de encuestados prefiere hacer turismo sin acompañante, el 20% prefiere hacer turismo en pareja.

3. ¿En qué mes del año suele visitar un lugar turístico?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Enero a marzo. | 3 | 25% |
| Abril a junio. | 4 | 33% |
| Julio a septiembre. | 3 | 25% |
| Octubre a diciembre. | 2 | 17% |
| Total | 12 | 100% |

Tabla 136 Meses de visita a lugares turísticos / Turista extranjero.

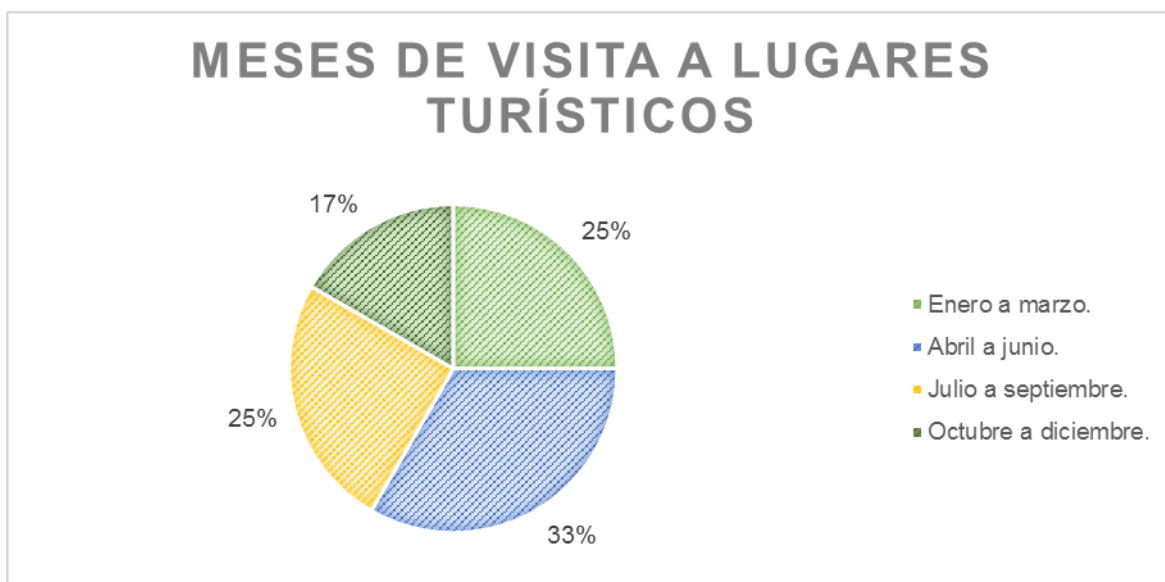


Gráfico 96 Meses de visita a lugares turísticos / Turista extranjero.

Análisis:

El 33% de la muestra para el sondeo realiza turismo en los meses de abril a junio, seguido del 25% que viaja de enero a marzo así como otro 25% que viaja de julio a septiembre dejando el 17% que viaja de octubre a diciembre.

4. En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia ha visitado lugares turísticos?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|-------------|
| Una vez. | 0 | 0% |
| Dos veces. | 2 | 40% |
| Tres veces. | 1 | 20% |
| Cuatro o más veces. | 2 | 40% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 137 Frecuencia de visita a lugares turísticos. /Turista extranjero.

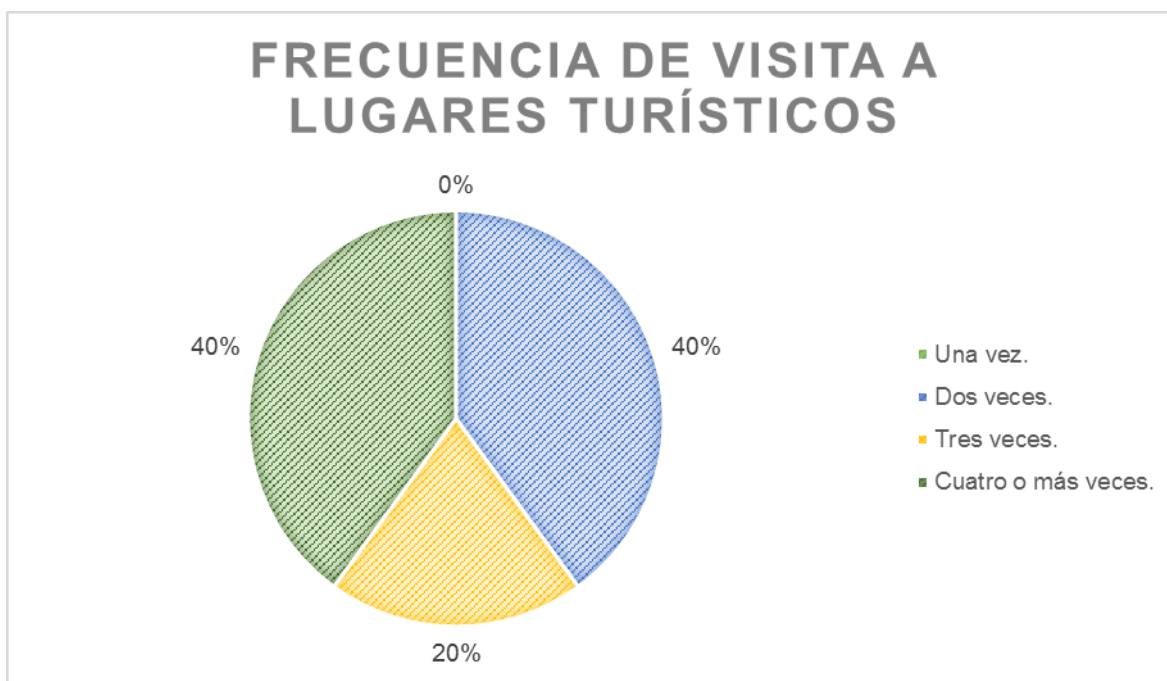


Gráfico 97 Frecuencia de visita a lugares turísticos. /Turista extranjero.

Análisis:

El 40% ha visitado lugares turísticos dos veces, otro 40% cuatro o más veces y el 20% en tres ocasiones.

5. ¿Cuál fue el último lugar turístico que visitó?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Montaña | 1 | 20% |
| Ciudad | 2 | 40% |
| Playa | 2 | 40% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 138 Último lugar turístico visitado. /Turista extranjero.

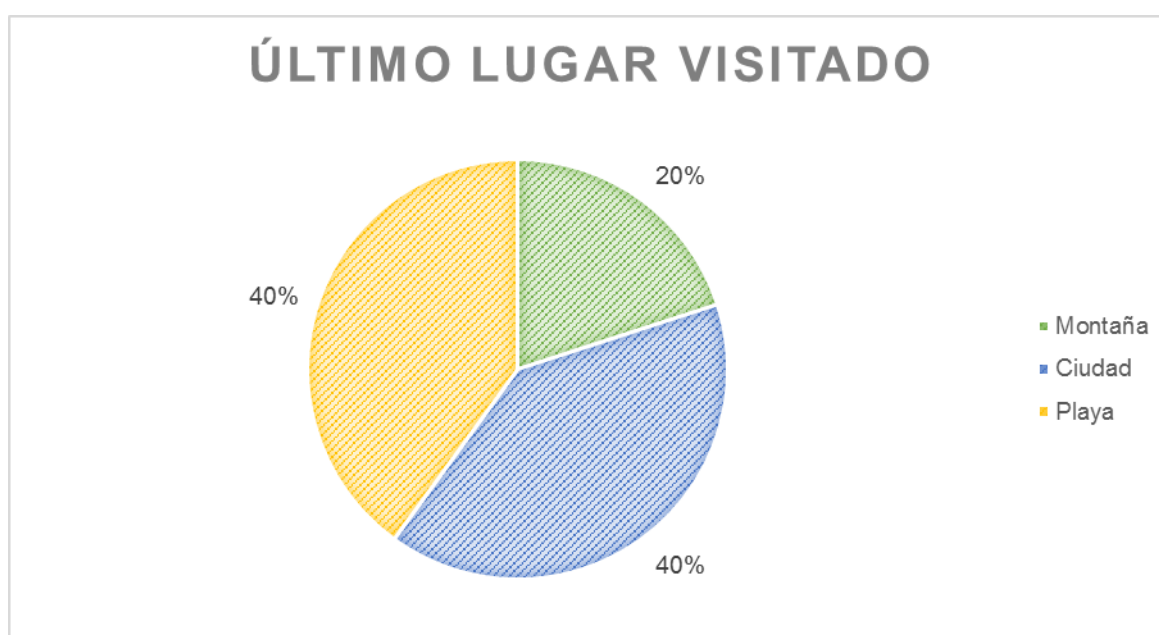


Gráfico 98 Último lugar turístico visitado. /Turista extranjero.

Análisis:

El 40% de la población realizó su último viaje turístico a la playa, el 40% visitó ciudades y el 20% hizo turismo en montañas.

6. En cada visita en promedio ¿Cuánto ha sido la duración de su estadía en el lugar turístico?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|-------------|
| Menos de un día. | 0 | 0% |
| De uno a tres días. | 2 | 40% |
| De cuatro días a una semana. | 1 | 20% |
| Más de una semana. | 2 | 40% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 139 Estadía en lugar turístico. /Turista extranjero.

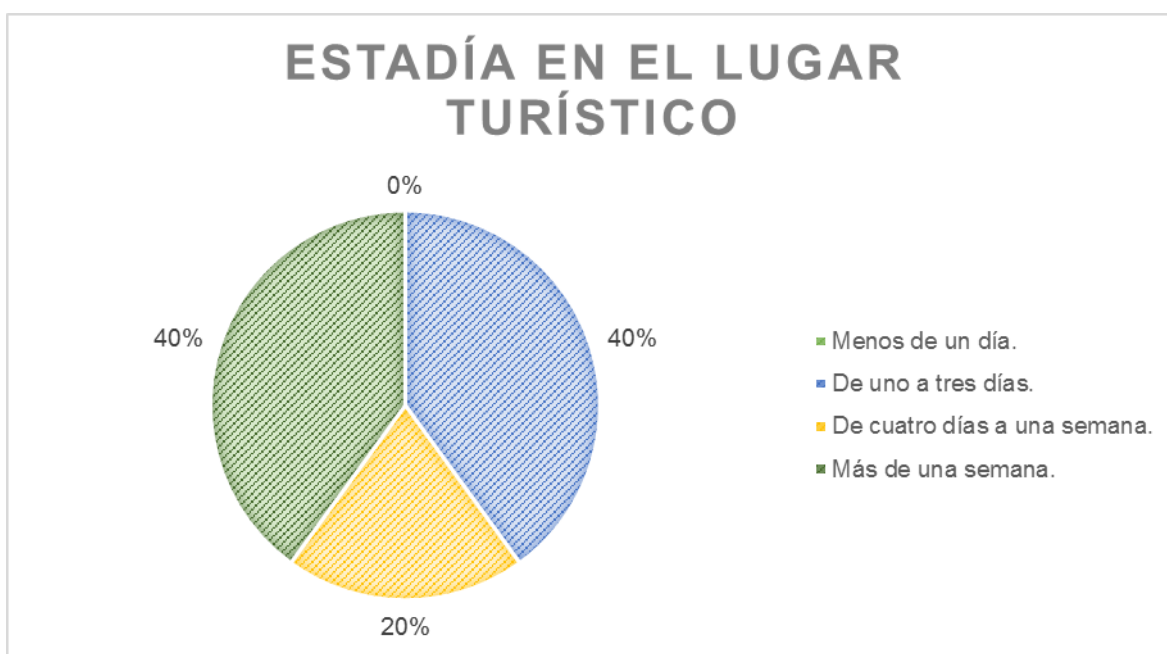


Gráfico 99 Estadía en lugar turístico. /Turista extranjero.

Análisis:

El 40% tiene una estadía promedio de uno a tres días seguido del 40% que tiene una estadía de más de una semana con un 20% restante que tiene estadía mayor a cuatro días pero menor a una semana.

7. ¿A través de que medio conoció información acerca de los lugares que ha visitado?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|-------------|
| Televisión y/o radio. | 0 | 0% |
| Internet (Páginas web). | 5 | 41% |
| Redes sociales. | 2 | 17% |
| Vallas publicitarias. | 0 | 0% |
| Agencias de turismo. | 0 | 0% |
| Recomendaciones de terceros. | 5 | 42% |
| Otro. | 0 | 0% |
| Total | 12 | 100% |

Tabla 140 Medio de información de lugares turísticos. /Turista extranjero.

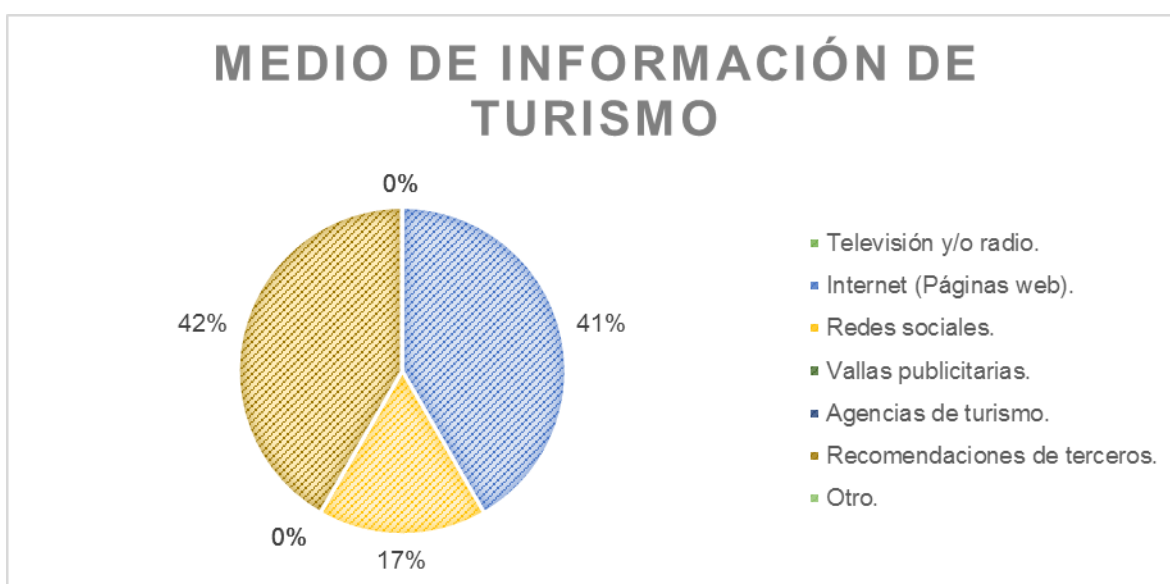


Gráfico 100 Medio de información de lugares turísticos. /Turista extranjero.

Análisis:

El 42% conoce información sobre los lugares turísticos que visita a través de recomendaciones de terceros siendo la publicidad “de boca en boca” como es llamada comúnmente la más importante ya que la percepción positiva de un cliente sirve de publicidad para atraer a otros clientes; el 58% se entera a través de medios electrónicos como internet a través de páginas web y redes sociales reflejando la importancia de la presencia de publicidad a través de estos medios.

8. ¿En promedio cuánto gastó en su más reciente visita turística?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|-------------|
| Menos de \$25.00 | 1 | 20% |
| De \$26.00 a \$50.00 | 1 | 20% |
| De \$51.00 a \$100.00 | 2 | 40% |
| Más de \$100.00 | 1 | 20% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 141. Gasto promedio de reciente visita turística. /Turista extranjero.

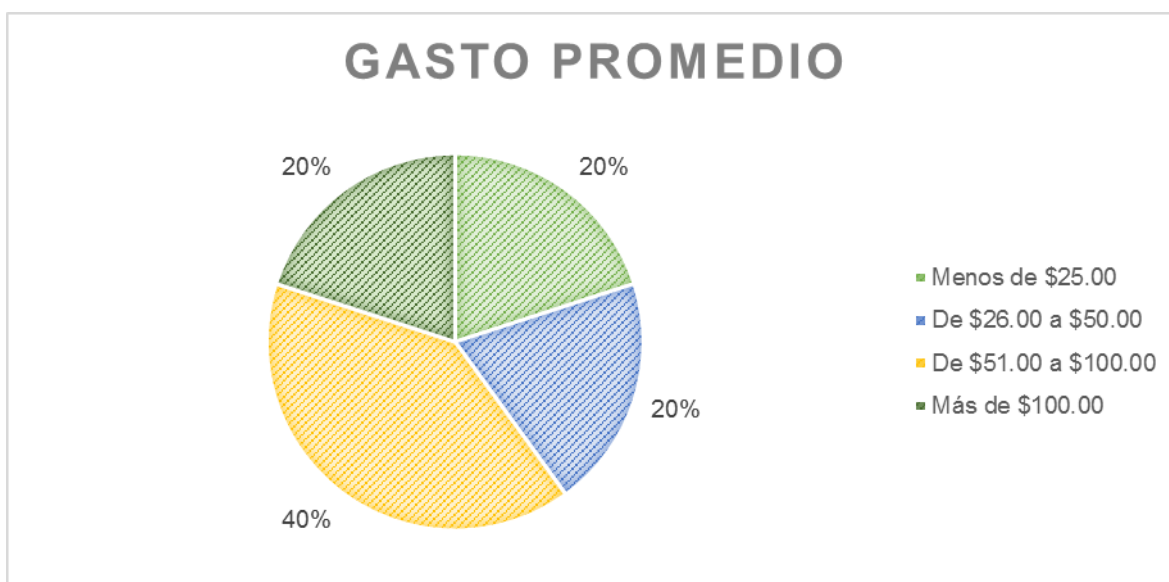


Gráfico 101 Gasto promedio de reciente visita turística. /Turista extranjero.

Análisis:

El 40% tiene un gasto mayor de \$51.00 y menor de \$100.00, el 20% tiene un gasto entre \$26.00 y \$50.00, el 20% tiene gastos promedio mayores a \$100.00 y otro 10% tiene un gasto menor a \$25.00.

9. ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente en sus paseos o viajes?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------|------------|-------------|
| Vehículo alquilado. | 0 | 0% |
| Taxi. | 1 | 20% |
| Vehículo de agencia turística. | 1 | 20% |
| Transporte público. | 3 | 60% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 142 Medio de transporte en visitas turísticas. /Turista extranjero.

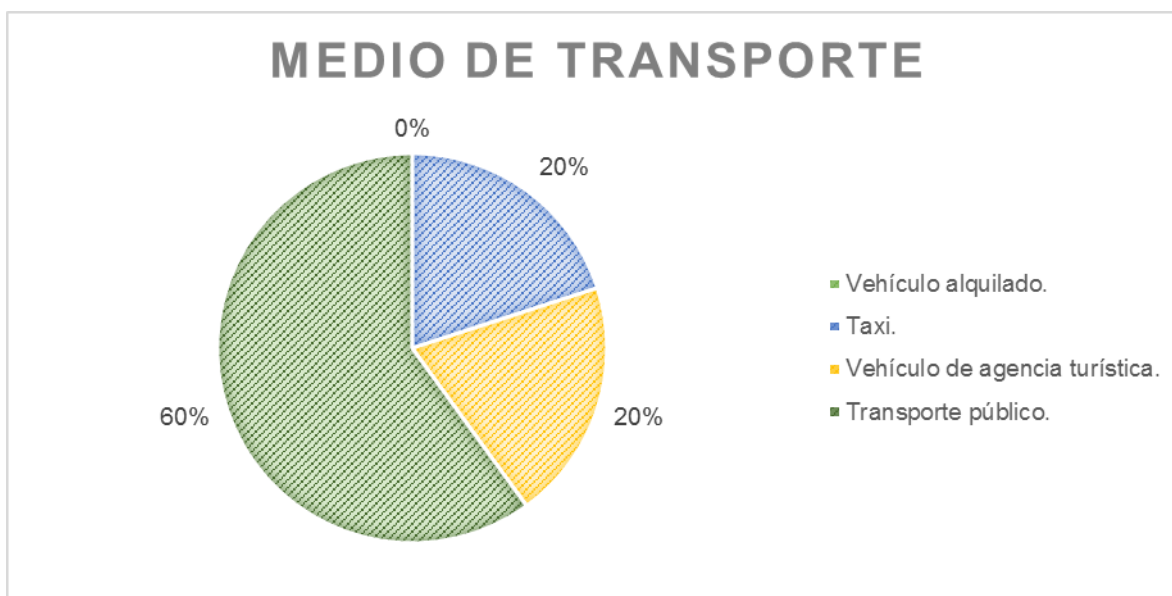


Gráfico 102 Medio de transporte en visitas turísticas. /Turista extranjero.

Análisis:

El 60% de encuestados se traslada en transporte público, el 20% en vehículo alquilado y otro 20% en taxi.

10. ¿Qué servicios usualmente utiliza en sus visitas turísticas?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Hospedaje. | 5 | 25% |
| Restaurante. | 5 | 25% |
| Transporte. | 5 | 25% |
| Museos y parques. | 5 | 25% |
| Souvenirs y tiendas. | 0 | 0% |
| Total | 20 | 100% |

Tabla 143 Servicios utilizados en visitas turísticas. /Turista extranjero.

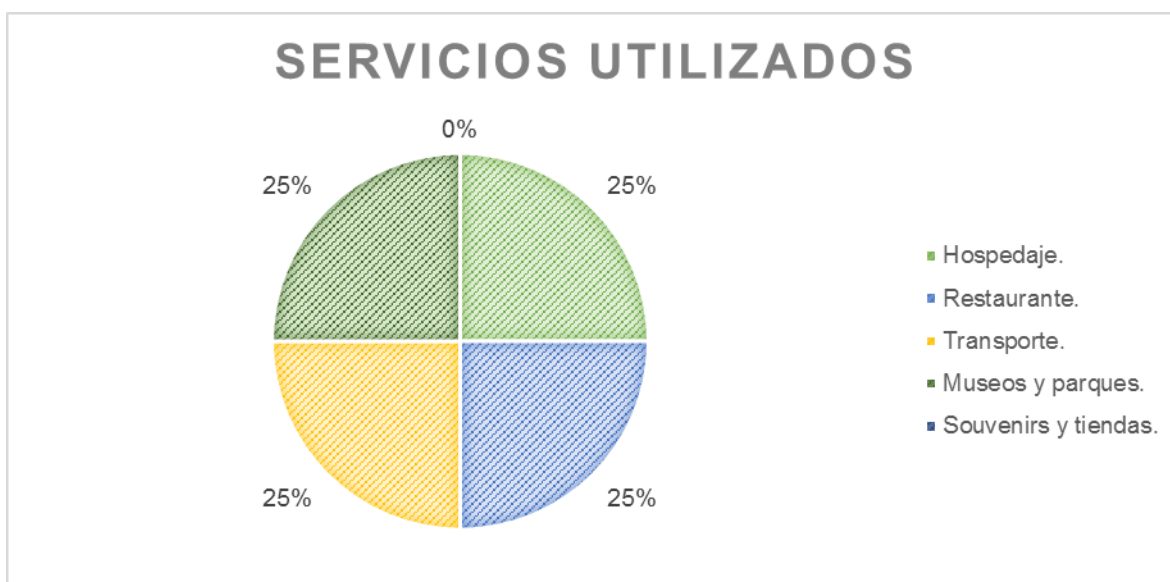


Gráfico 103 Servicios utilizados en visitas turísticas. /Turista extranjero.

Análisis:

Los servicios de hospedaje, restaurante, transporte, museos y parques se distribuyen equitativamente con el 25% cada uno.

11. Califique en orden de importancia los siguientes aspectos al momento de recibir un servicio turístico.

Atención al cliente

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 1 | 20% |
| 2 | 0 | 0% |
| 3 | 1 | 20% |
| 4 | 0 | 0% |
| 5 | 3 | 60% |
| 6 | 0 | 0% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 144 Importancia de atención al cliente. /Turista extranjero.

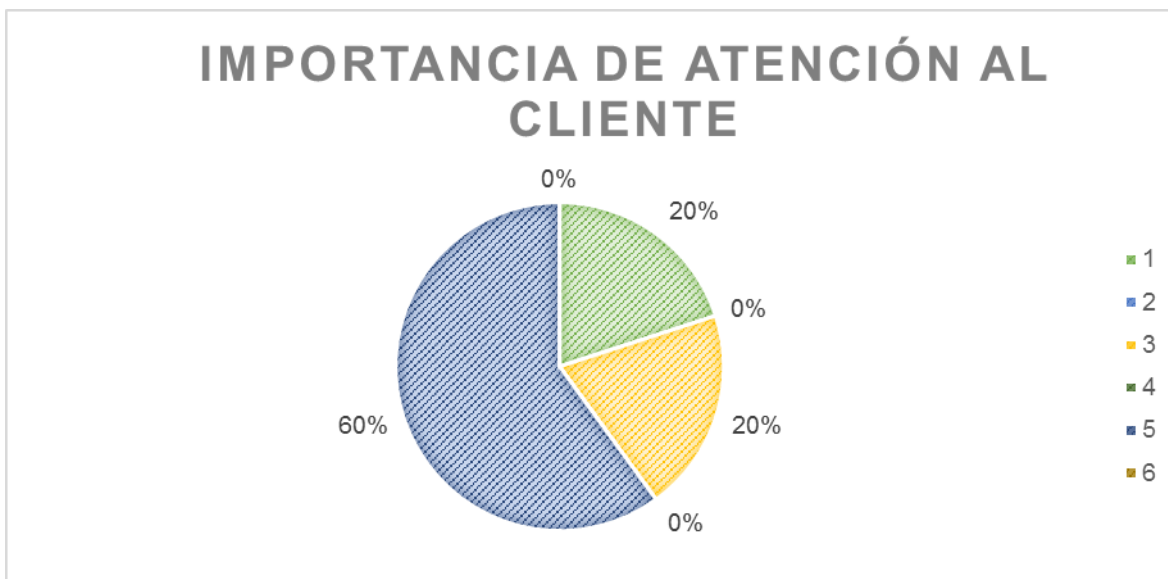


Gráfico 104 Importancia de atención al cliente. /Turista extranjero.

Análisis:

El aspecto de atención al cliente fue calificado en quinto lugar por el 60%, en primer lugar con el 20% y en tercer lugar por el 20%.

Seguridad.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 0 | 0% |
| 2 | 1 | 20% |
| 3 | 0 | 0% |
| 4 | 3 | 60% |
| 5 | 1 | 20% |
| 6 | 0 | 0% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 145 Importancia de seguridad. /Turista extranjero.

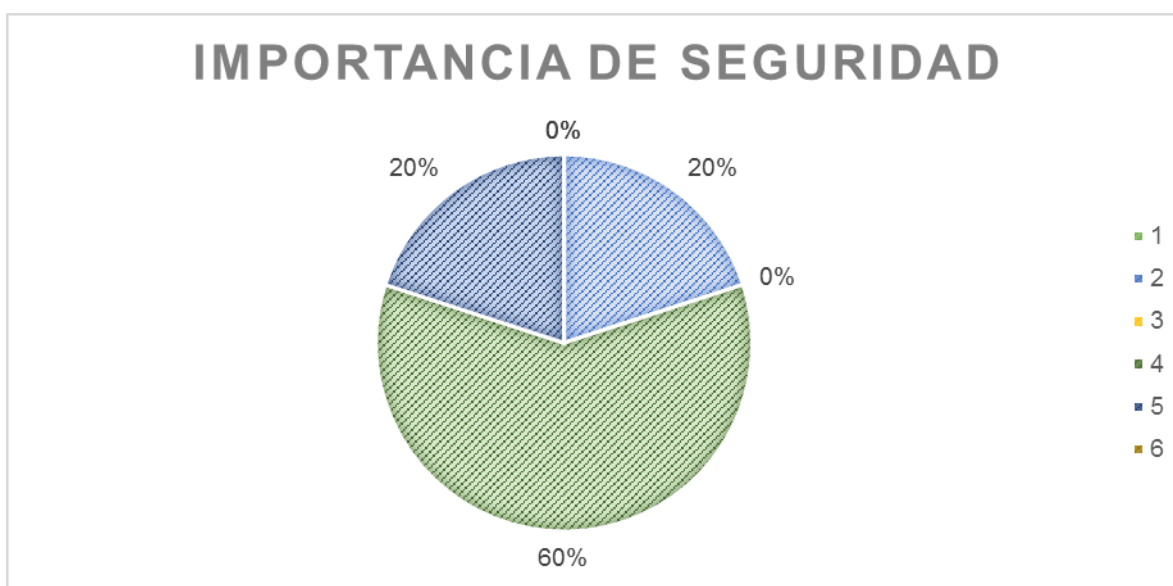


Gráfico 105 Importancia de seguridad. /Turista extranjero.

Análisis:

El aspecto de seguridad fue calificado en cuarto lugar por la mayoría con un 60%, en segundo lugar por el 20%, y en quinto lugar por el 20%.

De este aspecto es importante destacar que a pesar de las condiciones de inseguridad del país, para el turista extranjero eso no representa un factor tan primordial como lo es para el turista nacional.

Precios accesibles.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 2 | 40% |
| 2 | 1 | 20% |
| 3 | 1 | 20% |
| 4 | 0 | 0% |
| 5 | 1 | 20% |
| 6 | 0 | 0% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 146 Importancia de precios accesibles. /Turista extranjero.

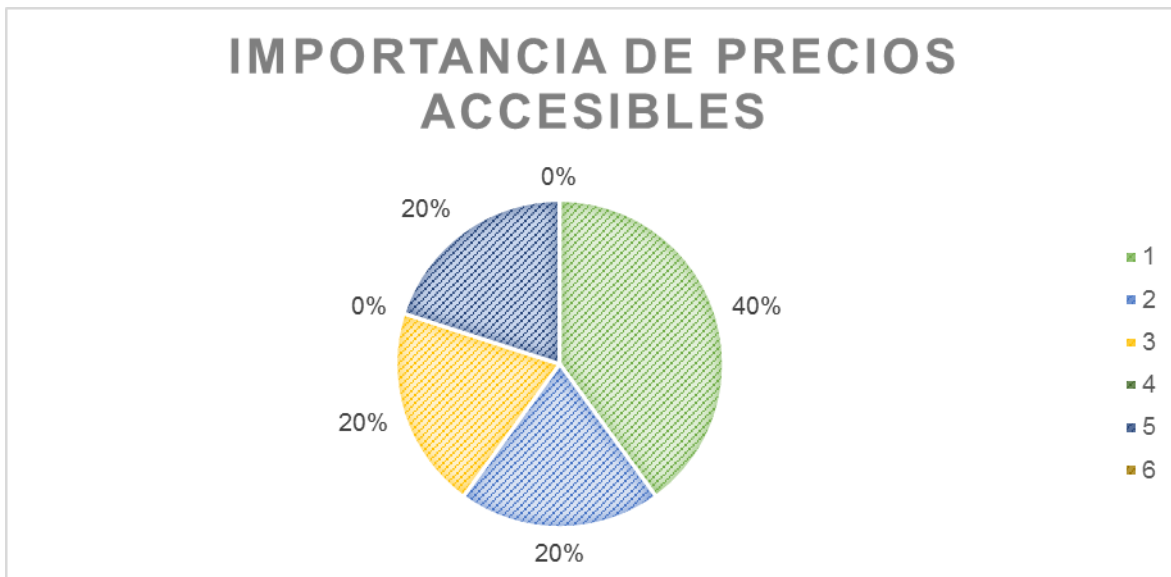


Gráfico 106 Importancia de precios accesibles. /Turista extranjero.

Análisis:

Los precios accesibles son un aspecto calificado en su mayoría con el 40% en primer lugar, en segundo lugar por el 20% y en tercer lugar por el 20%. Se puede observar que este factor es influyente ya que tiene una importancia significativa para el turista extranjero.

Actividades turísticas a realizar.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 1 | 20% |
| 2 | 0 | 0% |
| 3 | 2 | 40% |
| 4 | 2 | 40% |
| 5 | 0 | 0% |
| 6 | 0 | 0% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 147 Importancia de actividades turísticas a realizar. /Turista extranjero.

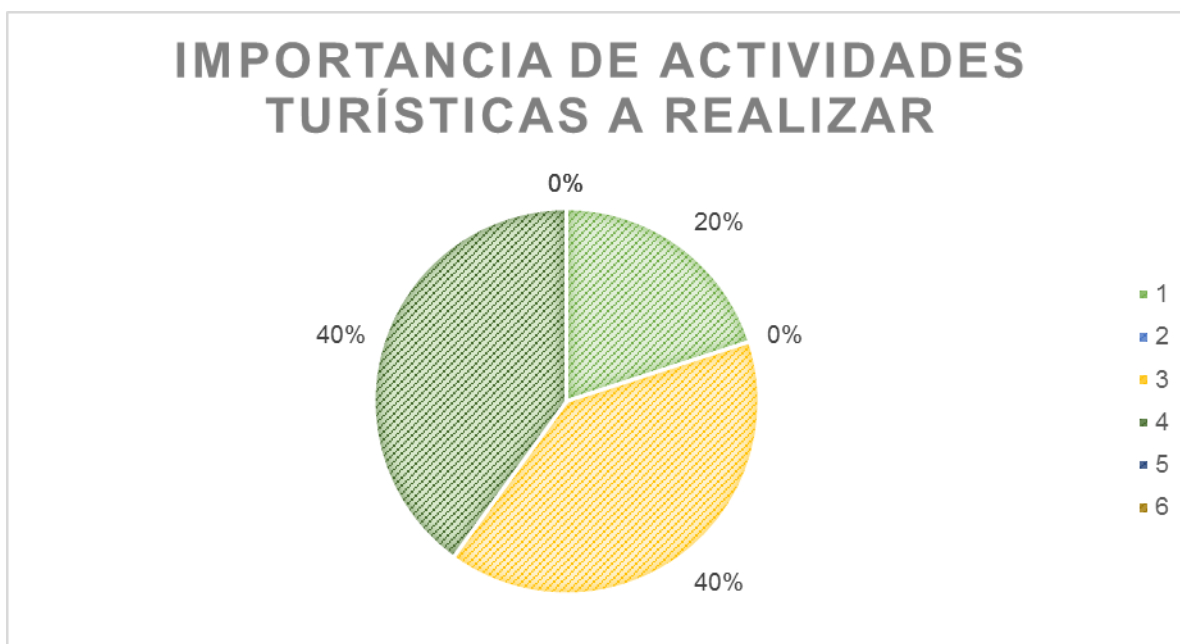


Gráfico 107 Importancia de actividades turísticas a realizar. /Turista extranjero.

Análisis:

Las actividades turísticas a realizar fueron elegidas con el 40% como tercer factor, otro 40% lo califica como cuarto factor y el 20% lo calificó en primer lugar.

Acceso a la zona.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 0 | 0% |
| 2 | 3 | 60% |
| 3 | 1 | 20% |
| 4 | 0 | 0% |
| 5 | 0 | 0% |
| 6 | 1 | 20% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 148 Importancia de acceso a la zona. /Turista extranjero.

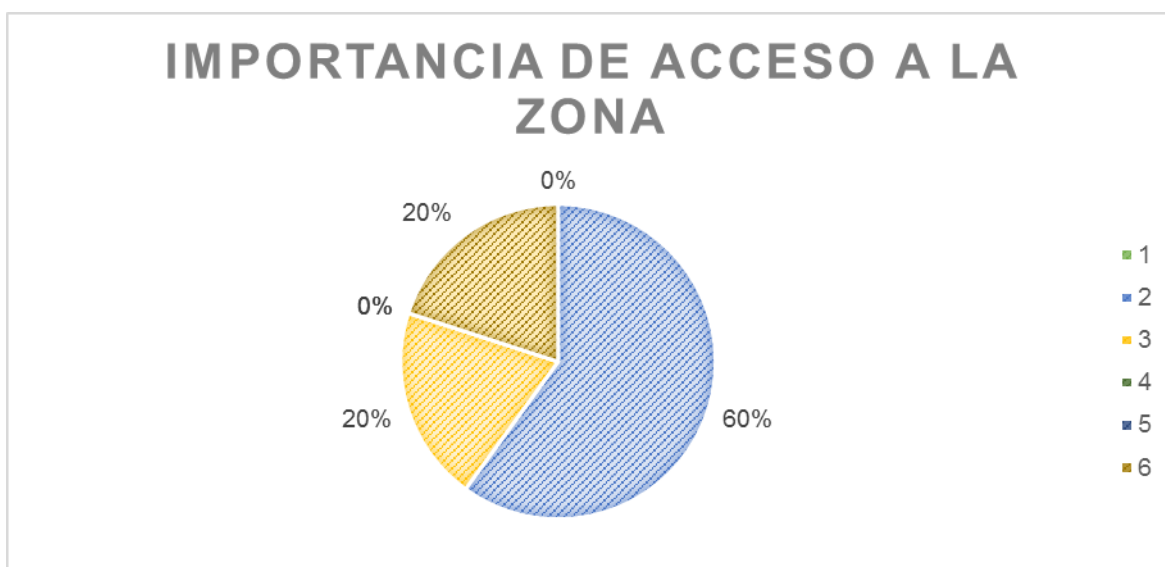


Gráfico 108 Importancia de acceso a la zona. /Turista extranjero.

Análisis:

El acceso a la zona según los encuestados es el segundo factor más importante con el 60%, luego es para el 20% el segundo más importante y para otro 20% es el de menor importancia.

Juegos y entretenimiento para niños.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 1 | 20% |
| 2 | 0 | 0% |
| 3 | 0 | 0% |
| 4 | 0 | 0% |
| 5 | 0 | 0% |
| 6 | 4 | 80% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 149 Importancia de juegos y entretenimiento para niños. /Turista extranjero.

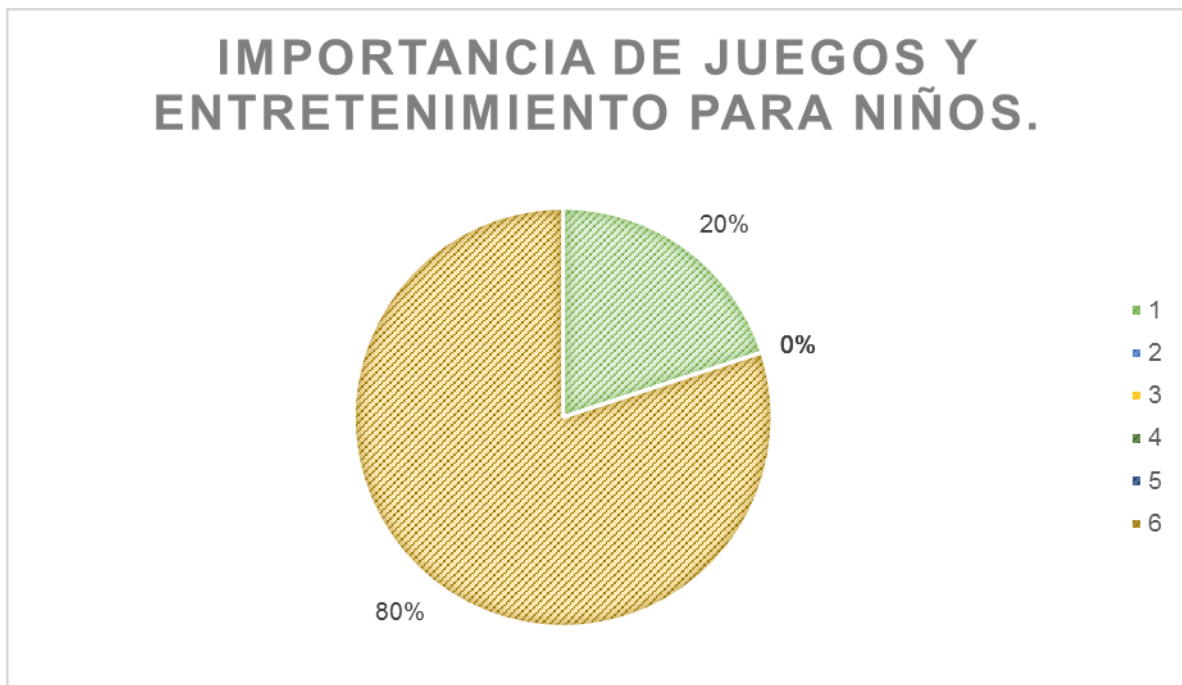


Gráfico 109 Importancia de juegos y entretenimiento para niños. /Turista extranjero.

Análisis:

Los juegos y entretenimiento para niños es el factor menos importante calificándolo en sexto lugar con el 80%, el 20% lo califica en primer lugar.

12. ¿Indique los aspectos que le atraen más de un destino turístico a la hora de visitarlo?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------|------------|-------------|
| El entorno natural. | 5 | 16% |
| Lugar seguro de visitar. | 4 | 13% |
| La amabilidad de las personas. | 5 | 16% |
| Las actividades culturales. | 3 | 9% |
| Las costumbres y tradiciones. | 4 | 13% |
| Tranquilidad para descansar. | 5 | 16% |
| El clima. | 3 | 9% |
| La oferta gastronómica. | 1 | 3% |
| Las facilidades de compra. | 1 | 3% |
| Las actividades deportivas. | 1 | 3% |
| Total | 32 | 100% |

Tabla 150 Aspectos más atractivos de un destino turístico. /Turista extranjero.

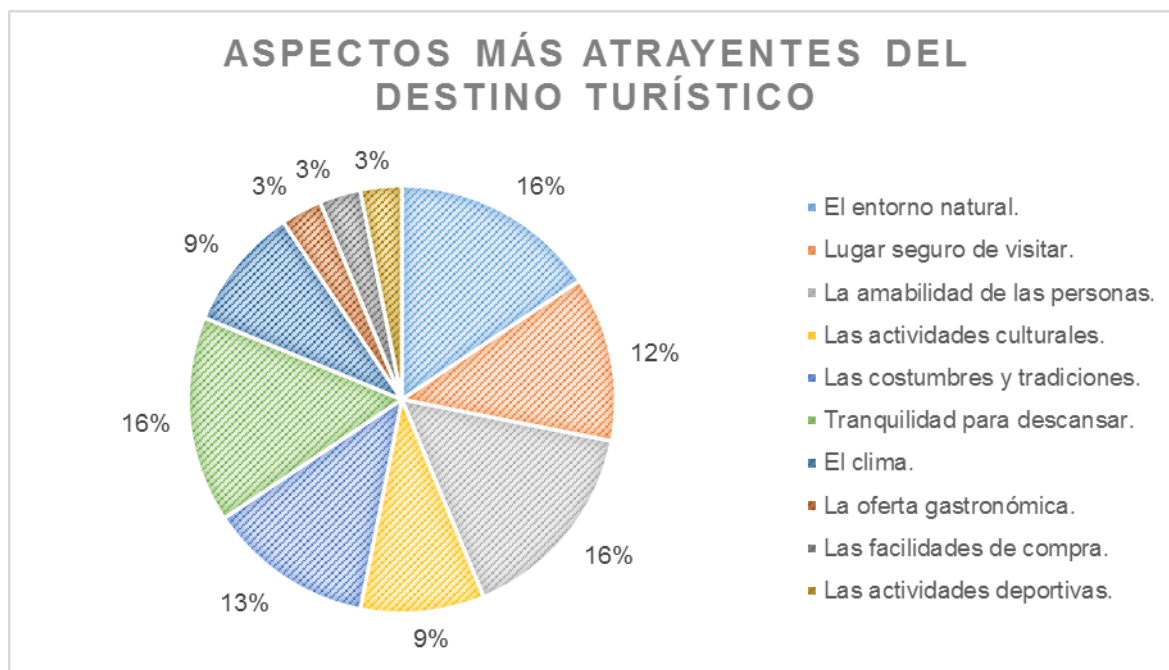


Gráfico 110 Aspectos más atractivos de un destino turístico. /Turista extranjero.

Análisis:

Los aspectos más atrayente de un destino turístico son tres: el primero es el entorno natural con el 16%, la amabilidad de las personas con otro 16%, la tranquilidad para descansar con 16% seguido muy de cerca por el 13% que implica la seguridad del lugar, el 13% con las costumbres y tradiciones, un 9% por las actividades culturales, 9% donde influye el clima, 9% con otros factores de menor incidencia cada uno.

13. ¿Conoce el municipio de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 5 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| Total | | 100% |

Tabla 151 Conocimiento del municipio de Suchitoto. /Turista extranjero.

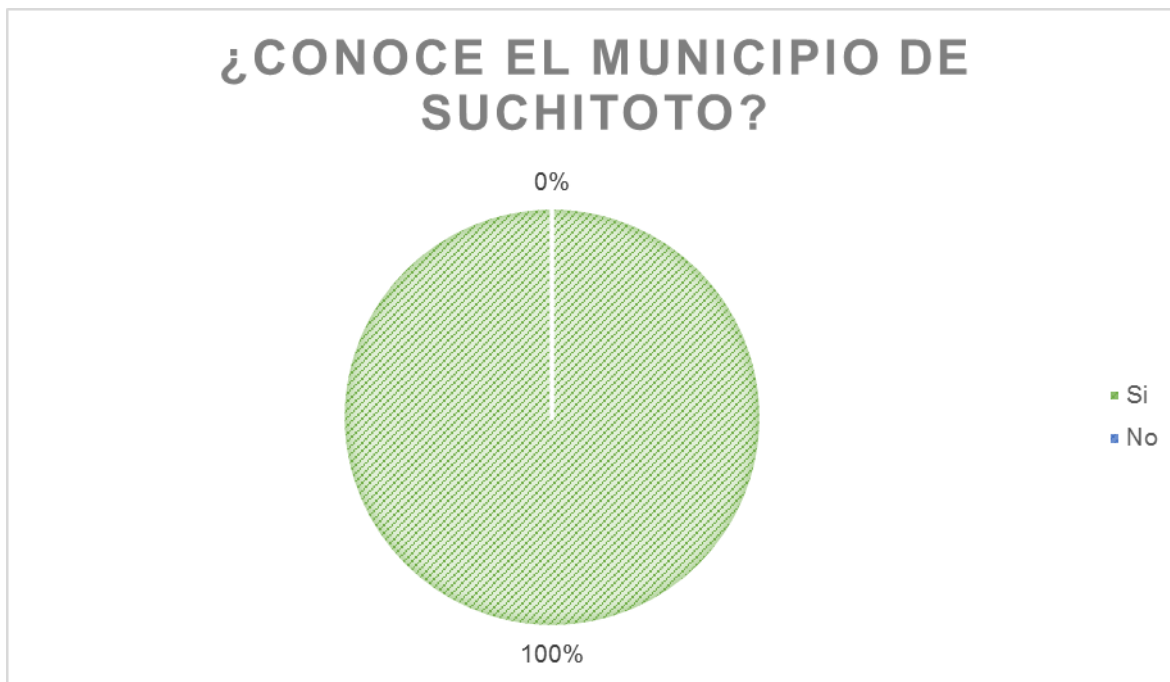


Gráfico 111 Conocimiento del municipio de Suchitoto. /Turista extranjero.

Análisis:

El 100% de los entrevistados en el sondeo conoce el municipio de Suchitoto.

14. ¿Cuál fue el motivo principal de su visita?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Descanso o placer. | 1 | 20% |
| Diversión. | 0 | 0% |
| Negocios. | 0 | 0% |
| Congresos. | 0 | 0% |
| Compras. | 0 | 0% |
| Cultura. | 0 | 0% |
| Estudios. | 3 | 60% |
| Trabajo. | 0 | 0% |
| Otros. | 1 | 20% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 152 Motivo principal de visita al municipio. /Turista extranjero.

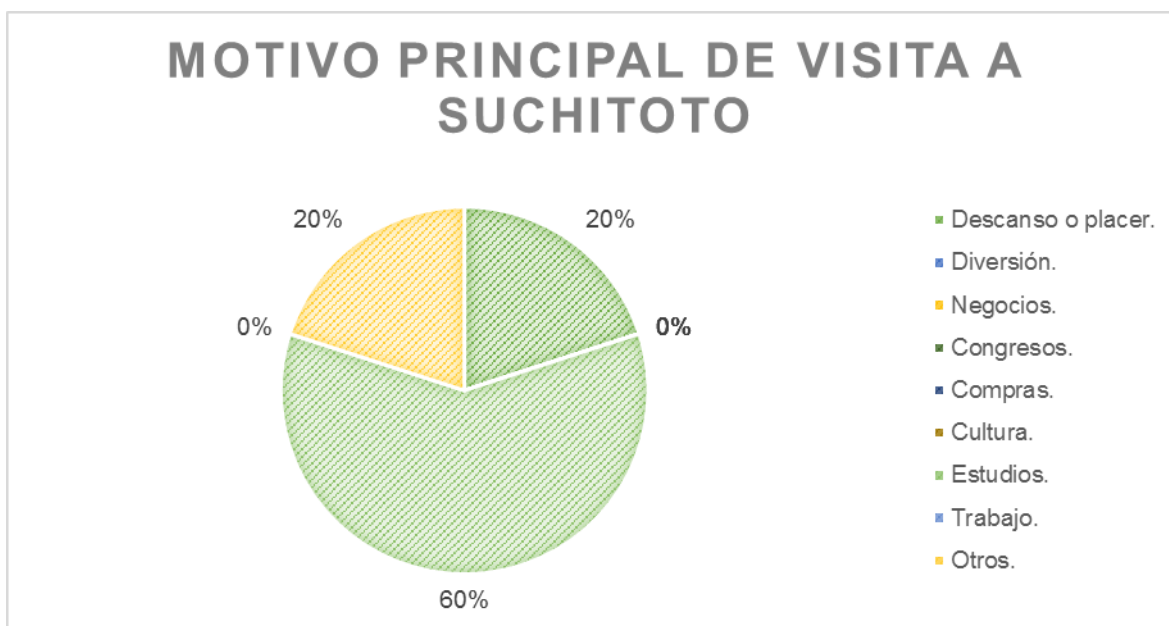


Gráfico 112 Motivo principal de visita al municipio. /Turista extranjero.

Análisis:

El motivo principal en su mayoría con el 60% es debido a estudios seguido con el 20% del motivo de descanso o placer y otro 20% por otros motivos.

15. ¿Qué tipo de atractivos o recursos turísticos ha visitado en el municipio de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| Sitios Naturales. | 5 | 36% |
| Museos y manifestaciones culturales. | 3 | 21% |
| Folklore. | 2 | 14% |
| Artísticas contemporánea. | 2 | 14% |
| Acontecimientos programados. | 2 | 14% |
| Total | 14 | 100% |

Tabla 153 Tipo de atractivos o recursos turísticos visitados en el municipio de Suchitoto. /Turista extranjero.

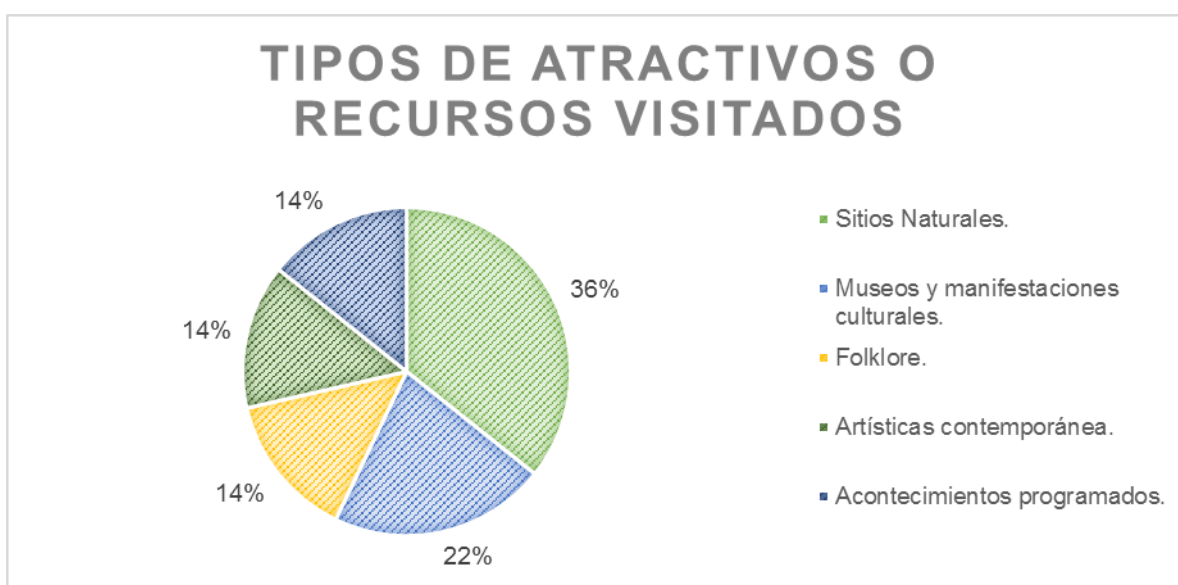


Gráfico 113 Tipo de atractivos o recursos turísticos visitados en el municipio de Suchitoto. /Turista extranjero.

Análisis:

El 36% ha visitado sitios naturales, el 21% museos y manifestaciones culturales, en estos atractivos se cubre el 57% de turistas que visitaron Suchitoto, el 14% por folklore, el 14% visitó por acontecimientos programados como las fiestas patronales y el 14% restante por atractivos artístico contemporáneos.

16. ¿Ha visitado el centro de amigos del turista?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 1 | 20% |
| No | 4 | 80% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 154 Visita al Centro de Amigos del Turista CAT. /Turista extranjero.

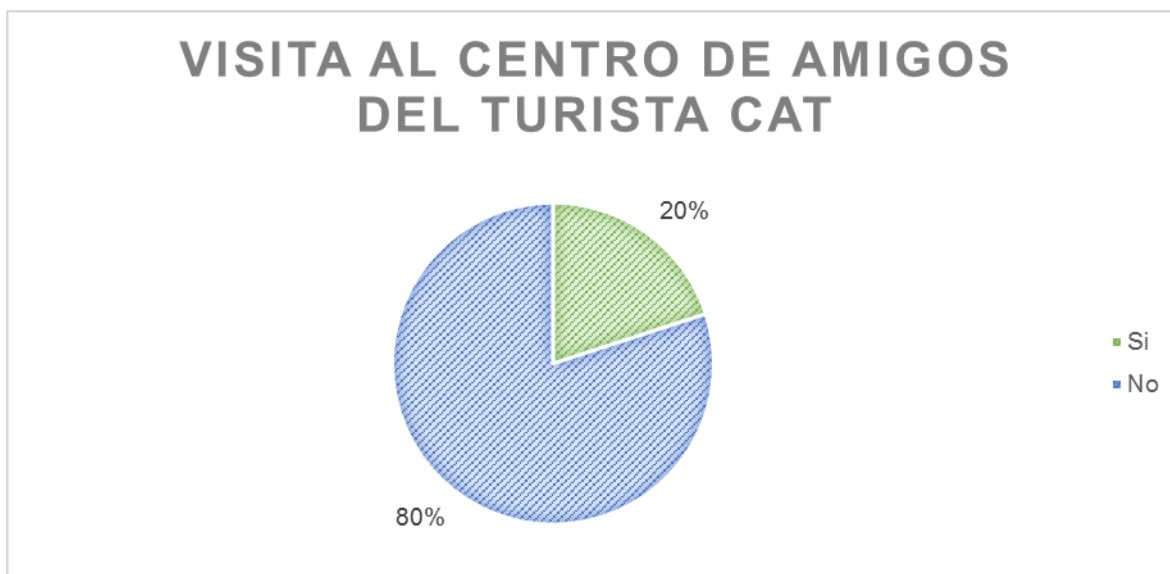


Gráfico 114 Visita al Centro de Amigos del Turista CAT. /Turista extranjero.

Análisis:

El 80% de turistas no ha asistido al Centro de Amigos del turista CAT y la minoría del 20% si lo ha visitado, esto se ve reflejado en la falta de consistencia de información turística sobre el flujo de turistas del municipio ya que el control actualmente se hace al visitar la oficina del CAT, debido a esto el cálculo del flujo de turistas se hace mediante los demás establecimientos que llevan algún tipo de control de ingreso y las personas asistentes a eventos programados.

17. ¿Qué lugares turísticos conoce de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|-------------|
| Iglesia Santa Lucia | 3 | 43% |
| Lago de Suchitlán | 2 | 29% |
| Cerro de Guazapa | 1 | 14% |
| No recuerda | 1 | 14% |
| Total | 7 | 100% |

Tabla 155 Lugares de Suchitoto que ha visitado. /Turista extranjero.

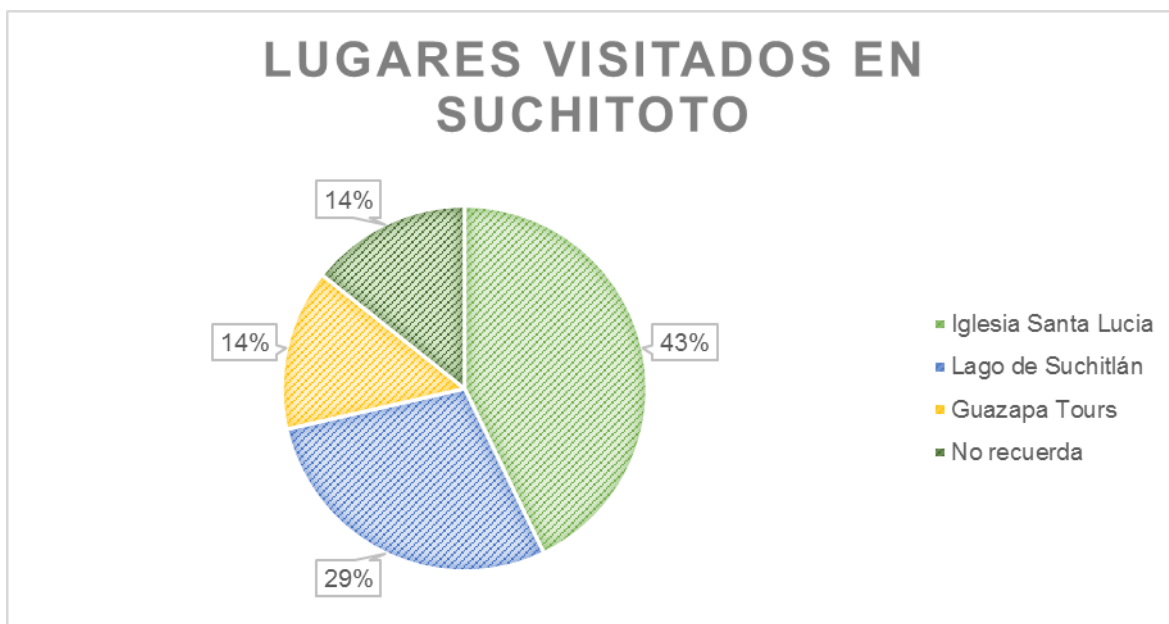


Gráfico 115 Lugares de Suchitoto que ha visitado. /Turista extranjero.

Análisis:

El 43% de los encuestados recuerda haber visitado la Iglesia Santa Lucia, el 29% recuerda haber visitado el Lago de Suchitlán, el 14% recuerda el Cerro de Guazapa y el restante 14% no recuerda los lugares visitados.; cabe mencionar que esta pregunta fue abierta con el propósito de identificar el posicionamiento en la mente del consumidor de los lugares visitados.

18. Marque con una “X” los atractivos turísticos que ha conocido o le gustaría conocer, en función de su grado de interés por ellos. Utilice la escala siguiente:

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|-------------|
| Hacienda Colima. | 0 | 0% |
| Ciudad Vieja. | 3 | 17% |
| Hacienda La Bermuda. | 0 | 0% |
| Cihuatán. | 1 | 6% |
| Aguacayo. | 1 | 6% |
| Hacienda Los Nacimientos. | 1 | 6% |
| Cinquera. | 1 | 6% |
| Cerro de Guazapa. | 1 | 6% |
| Centro Recreativo las Américas. | 0 | 0% |
| Agua Caliente (Río Quezalapa). | 1 | 6% |
| Centro Histórico de Suchitoto. | 1 | 6% |
| Lago de Suchitlán. | 4 | 22% |
| Turicentro Puerto San Juan. | 0 | 0% |
| Casa de recuerdos Alejandro Cotto. | 0 | 0% |
| Iglesia de Santa Lucía. | 4 | 22% |
| Total | 18 | 100% |

Tabla 156 Atractivos turísticos que ha conocido o le interesaría conocer. /Turista extranjero.

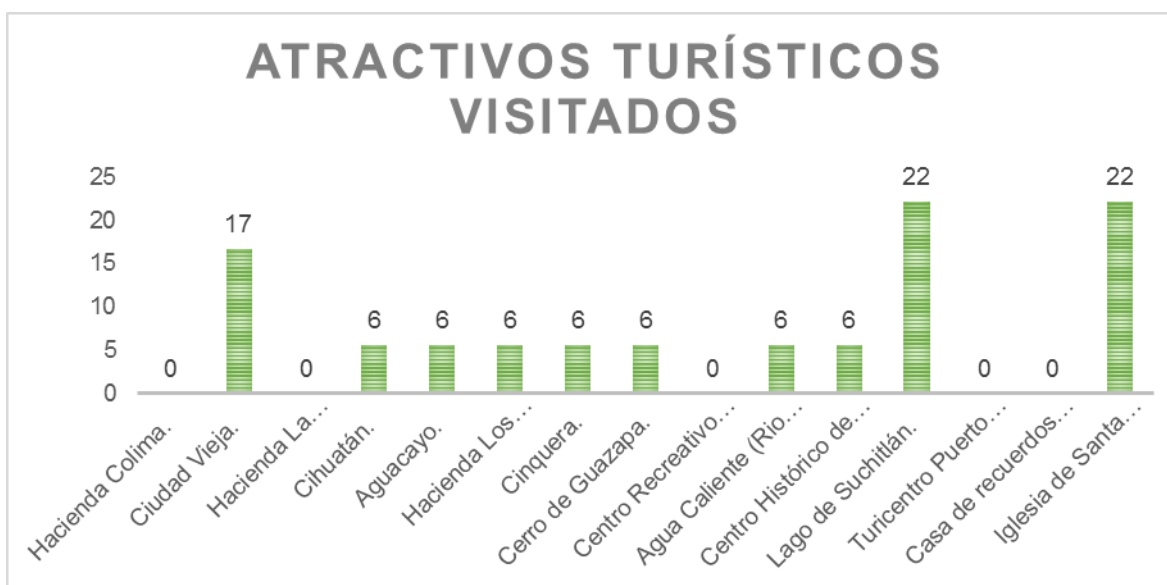


Gráfico 116 Atractivos turísticos que ha conocido o le interesaría conocer. /Turista extranjero.

Análisis:

El listado de atractivos turísticos recuerda al consumidor los lugares que probablemente visitó en el municipio dando como resultado que el 22% visitó el Lago de Suchitlán, el 22% visitó la iglesia Santa Lucía, el 17% visitó Ciudad Vieja, el restante 42% se encuentra dividido casi equitativamente entre los demás atractivos turísticos.

19. ¿Sabe qué es un circuito turístico rural?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 5 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 157 Conocimiento de qué es un circuito turístico rural /Turista extranjero.

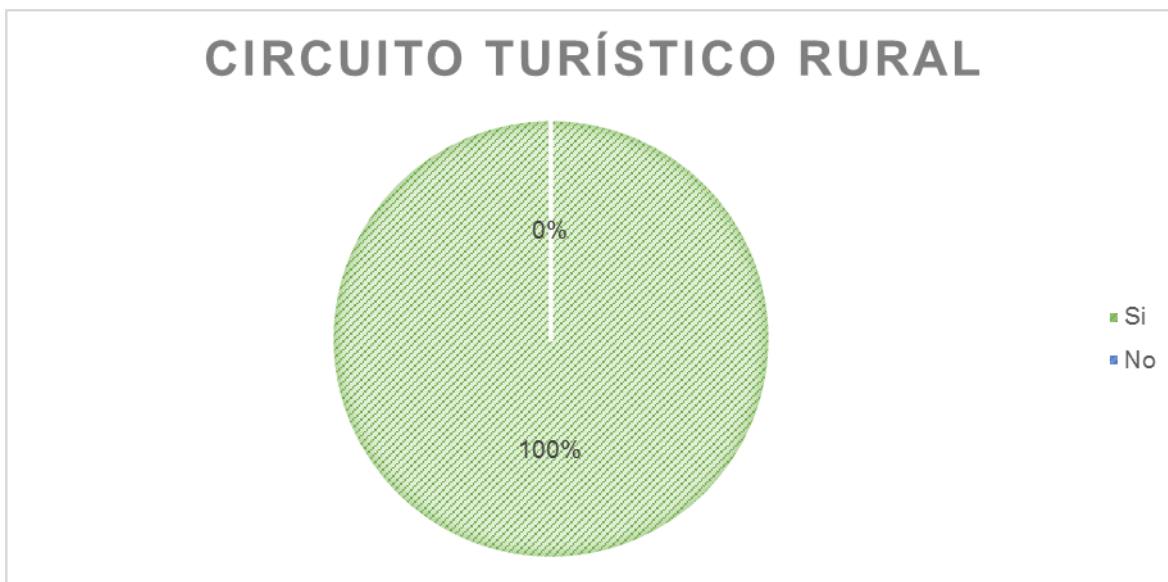


Gráfico 117 Conocimiento de qué es un circuito turístico rural /Turista extranjero.

Análisis:

El 100% de la población sabe qué es un circuito turístico rural, el objetivo de la pregunta es describir el concepto para personas que desconocen el significado.

20. ¿Estaría dispuesto a realizar un circuito turístico rural en Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 5 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 158 Disposición a realizar un circuito turístico rural. /Turista extranjero.

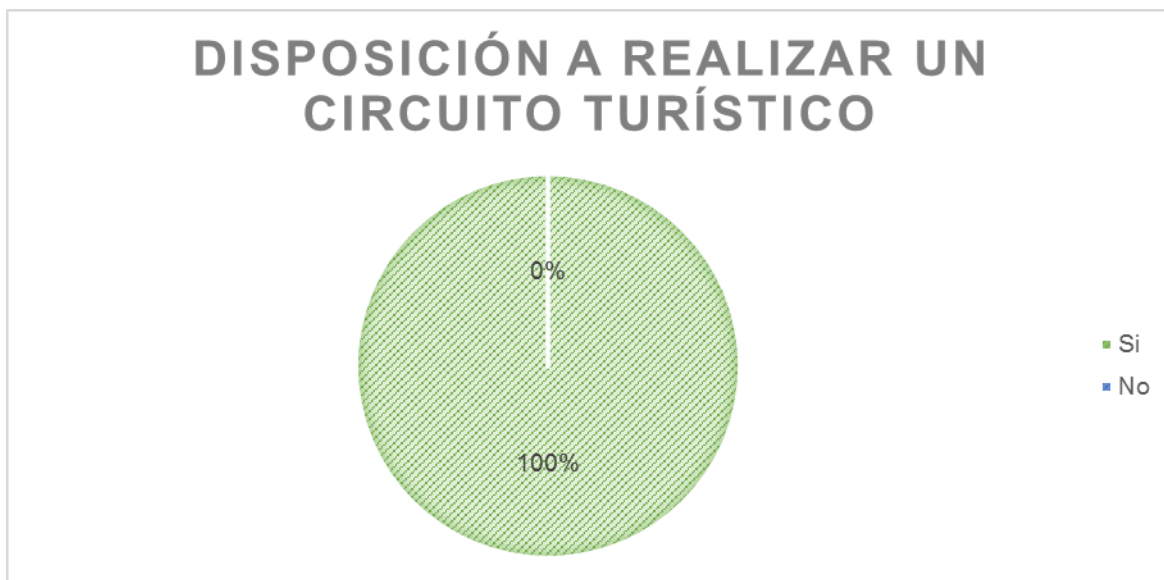


Gráfico 118 Disposición a realizar un circuito turístico rural. /Turista extranjero.

Análisis:

El 100% estaría dispuesto a realizar un circuito turístico rural, esto demuestra el potencial que existe para la propuesta de circuitos turísticos rurales.

21. De los siguientes temáticas de circuitos, Califique en orden de preferencia (Siendo 1 el de mayor preferencia y 5 el de menor).

Circuito de aventura

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 3 | 60% |
| 2 | 1 | 20% |
| 3 | 0 | 0% |
| 4 | 1 | 20% |
| 5 | 0 | 0% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 159 Preferencia por circuito de aventura. /Turista extranjero.

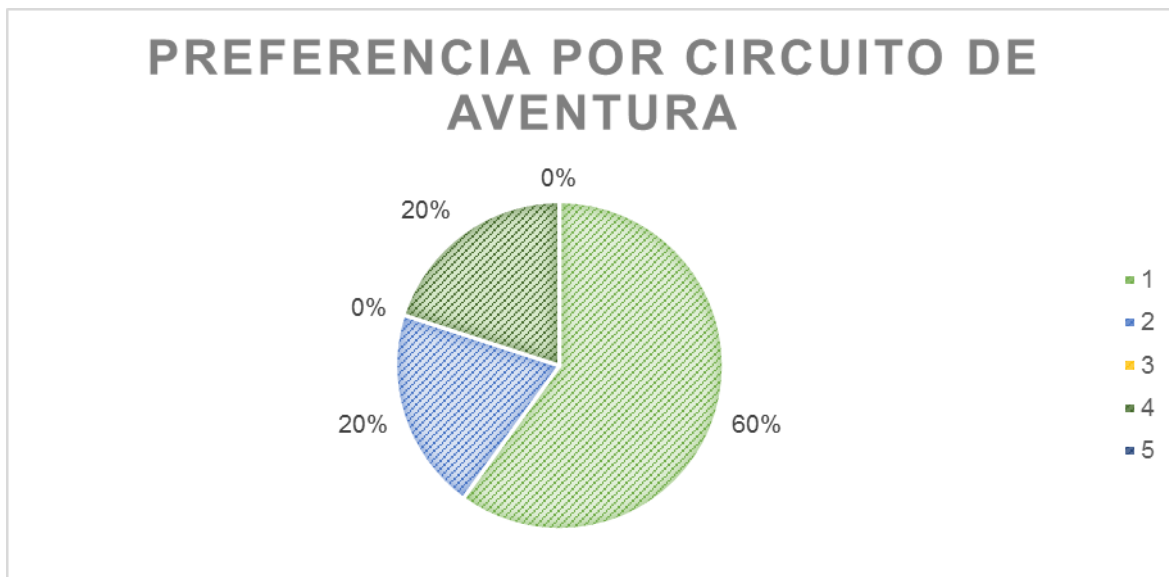


Gráfico 119 Preferencia por circuito de aventura. /Turista extranjero.

Análisis:

El circuito de aventura es el de mayor preferencia con el 60% seguido del 20% que lo elige como el segundo de mayor preferencia y en cuarto lugar el 20%.

Circuito cultural.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 0 | 0% |
| 2 | 0 | 0% |
| 3 | 2 | 40% |
| 4 | 1 | 20% |
| 5 | 2 | 40% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 160 Preferencia por circuito cultural /Turista extranjero.

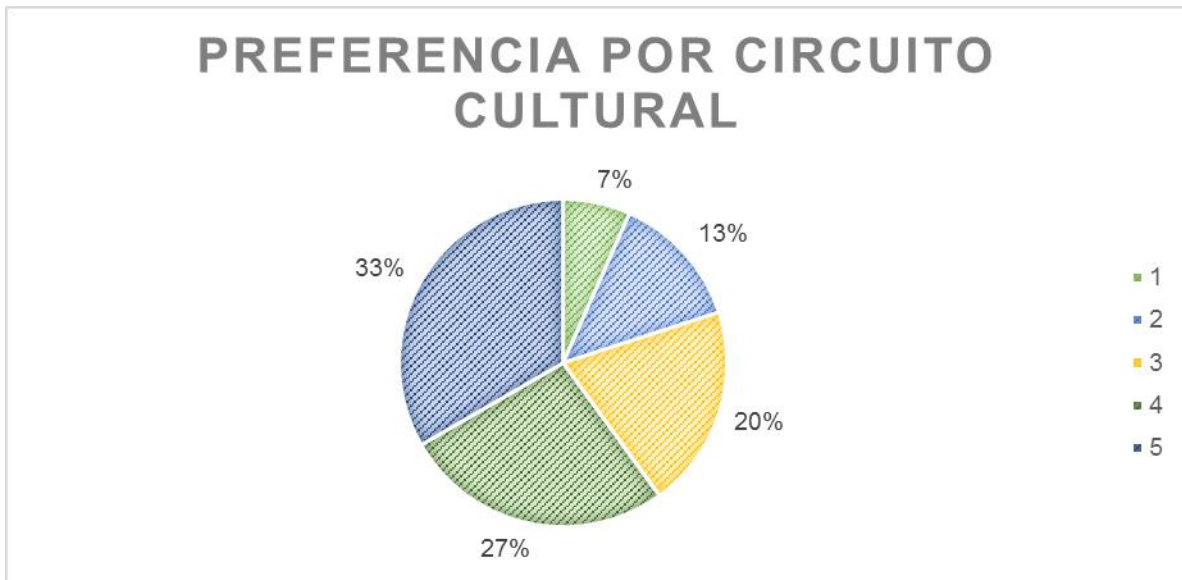


Gráfico 120 Preferencia por circuito cultural /Turista extranjero.

Análisis:

El circuito cultural es en su mayoría calificado en el tercer lugar con el 40% de preferencia, en cuarto lugar con el 20% y en quinto lugar por el 40%.

Circuito histórico.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 1 | 20% |
| 2 | 0 | 0% |
| 3 | 2 | 40% |
| 4 | 1 | 20% |
| 5 | 1 | 20% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 161 Preferencia por circuito histórico /Turista extranjero.



Gráfico 121 Preferencia por circuito histórico /Turista extranjero.

Análisis:

El circuito histórico es calificado en tercer lugar por el 40%, el 20% lo califica en primer lugar, el 20% lo califica en cuarto lugar y en quinto lugar lo califica el 20%.

Circuito ecológico.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 1 | 20% |
| 2 | 3 | 60% |
| 3 | 0 | 0% |
| 4 | 0 | 0% |
| 5 | 1 | 20% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 162 Preferencia por circuito ecológico /Turista extranjero.

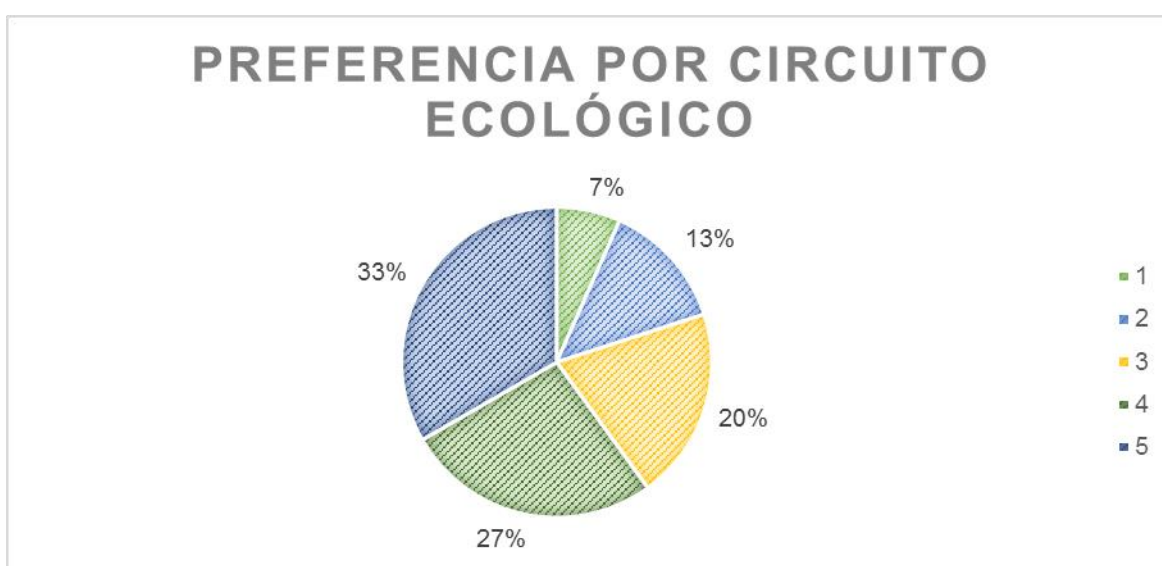


Gráfico 122 Preferencia por circuito ecológico /Turista extranjero.

Análisis:

El circuito ecológico fue calificado en segundo lugar por el 60%, en primer lugar por el 20% y en quinto lugar por el 20%.

Circuito vivencial.

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 0 | 0% |
| 2 | 1 | 20% |
| 3 | 1 | 20% |
| 4 | 2 | 40% |
| 5 | 1 | 20% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 163 Preferencia por circuito vivencial /Turista extranjero.

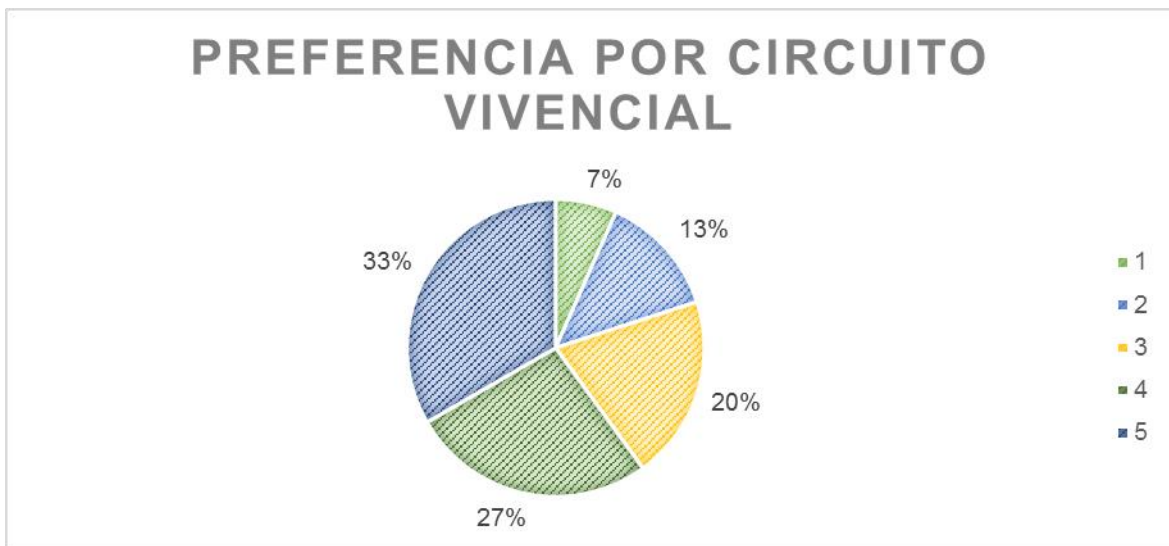


Gráfico 123 Preferencia por circuito vivencial /Turista extranjero.

Análisis:

El circuito vivencial fue calificado en cuarto lugar por la mayoría con un 40%, en quinto lugar por el 20%, en tercer lugar por el 20% y en segundo lugar por el 20%.

22. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| \$10 a \$20 | 2 | 40% |
| \$21 a \$30 | 0 | 0% |
| \$31 a \$40 | 2 | 40% |
| Más de \$40 | 1 | 20% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 164 Dinero dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto. /Turista extranjero.

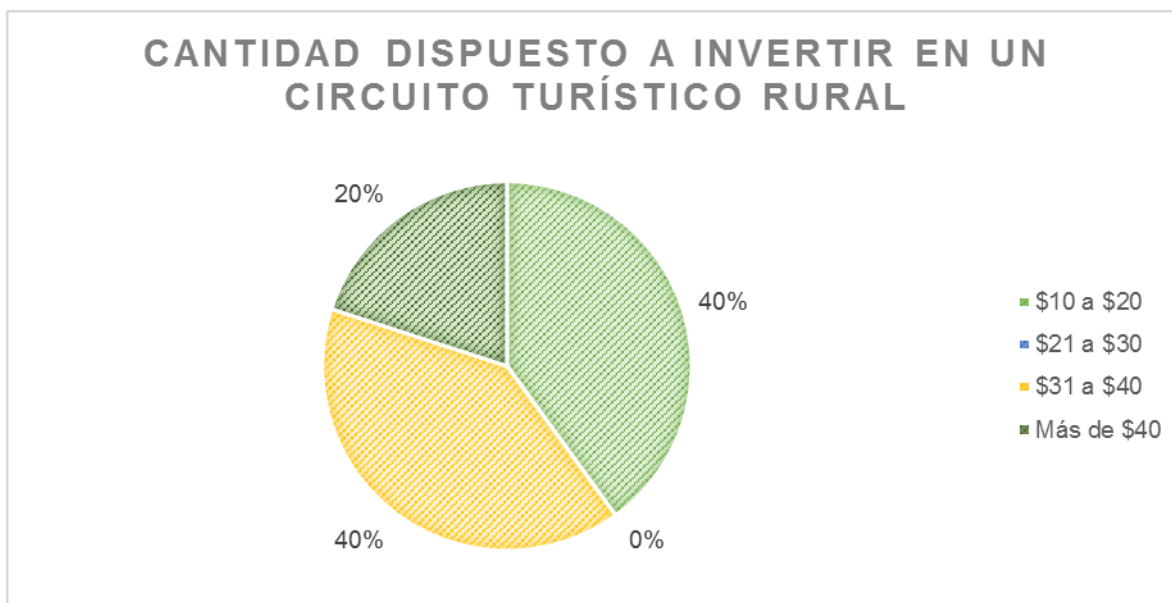


Gráfico 124 Dinero dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto. /Turista extranjero.

Análisis:

Para el turista extranjero la cantidad de dinero dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto el 40% se ubica entre la opción de \$10.00 a \$20.00 y el 40% se ubica en la opción de \$31.00 a \$40.00, dejando el 20% el rango de más de \$40.00.

23. ¿Conoce el cerro de Guazapa?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 2 | 40% |
| No | 3 | 60% |
| Total | | 100% |

Tabla 165 Conocimiento de la ubicación del Cerro de Guazapa. /Turista extranjero.

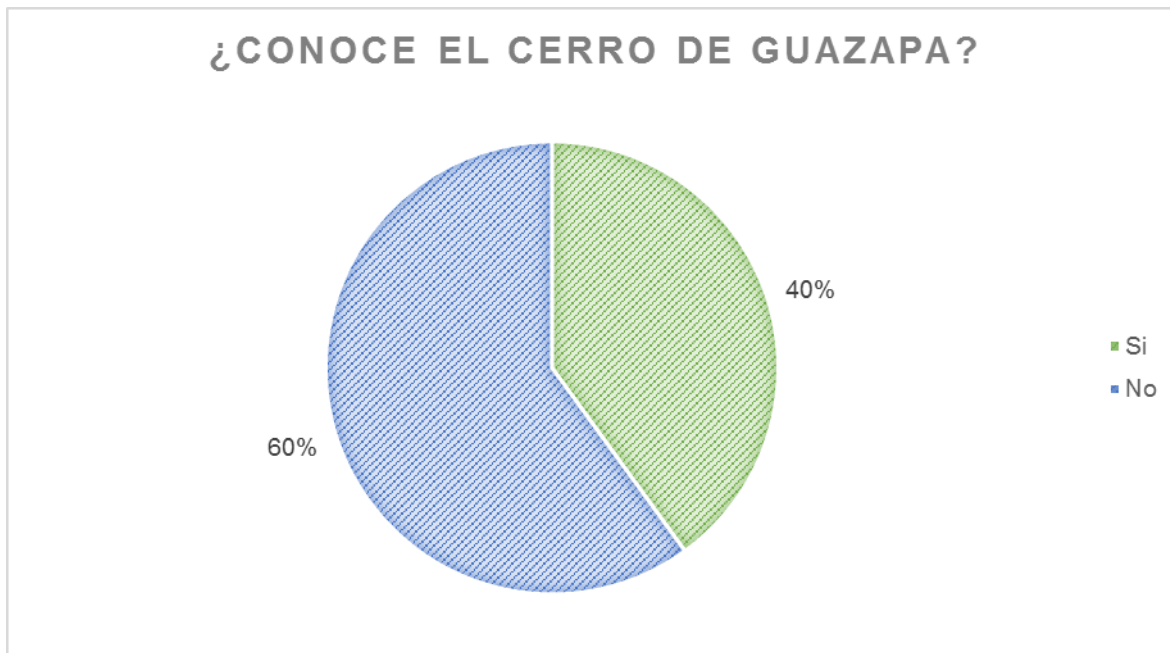


Gráfico 125 Conocimiento de la ubicación del Cerro de Guazapa. /Turista extranjero.

Análisis:

El 60% conoce el Cerro de Guazapa y el 40% desconoce de su ubicación.

24. ¿Conoce la historia sobre el conflicto armado en el cerro de Guazapa?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 2 | 40% |
| No | 3 | 60% |
| Total | 5 | 100% |

Tabla 166 Conocimiento de la historia sobre el conflicto armado en el Cerro de Guazapa. /Turista extranjero.

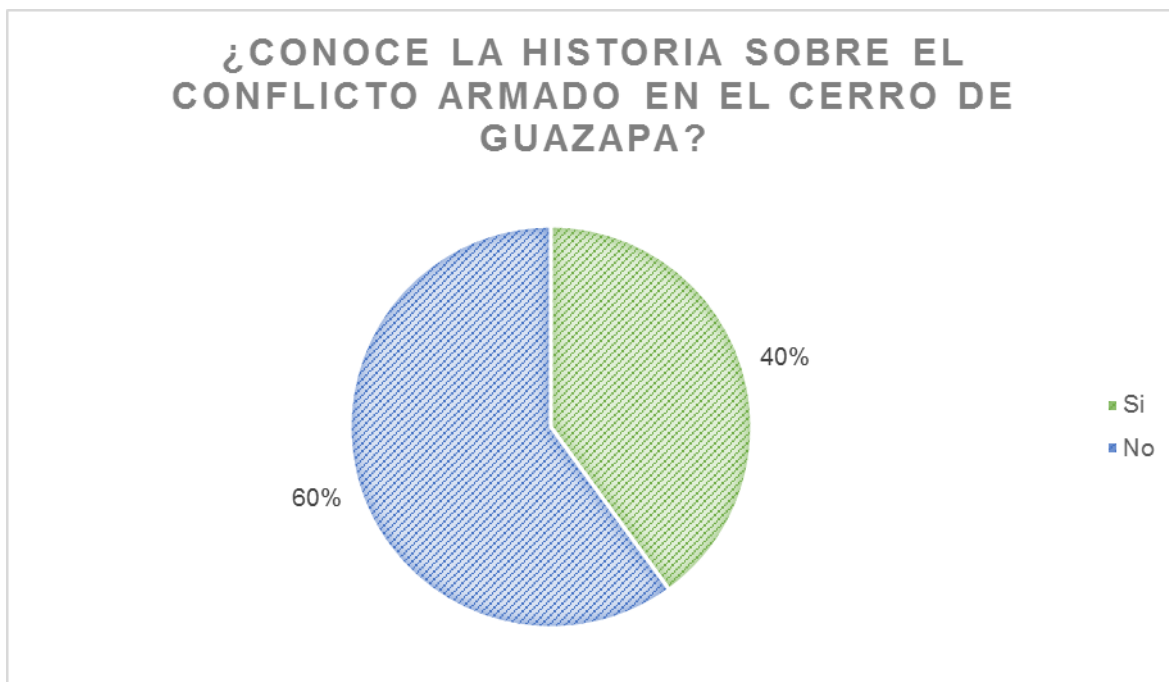


Gráfico 126 Conocimiento de la historia sobre el conflicto armado en el Cerro de Guazapa. /Turista extranjero.

Análisis:

La historia del conflicto armado en el Cerro de Guazapa es uno de los ejes que enriquecen la oferta turística siendo el 60% quienes conocen de esta historia y el 40% la desconocen.

25. ¿Conoce la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 2 | 40% |
| No | 3 | 60% |
| Total | | 100% |

Tabla 167 Conocimiento de la Cooperativa Guazapa Tours de RL. /Turista extranjero.

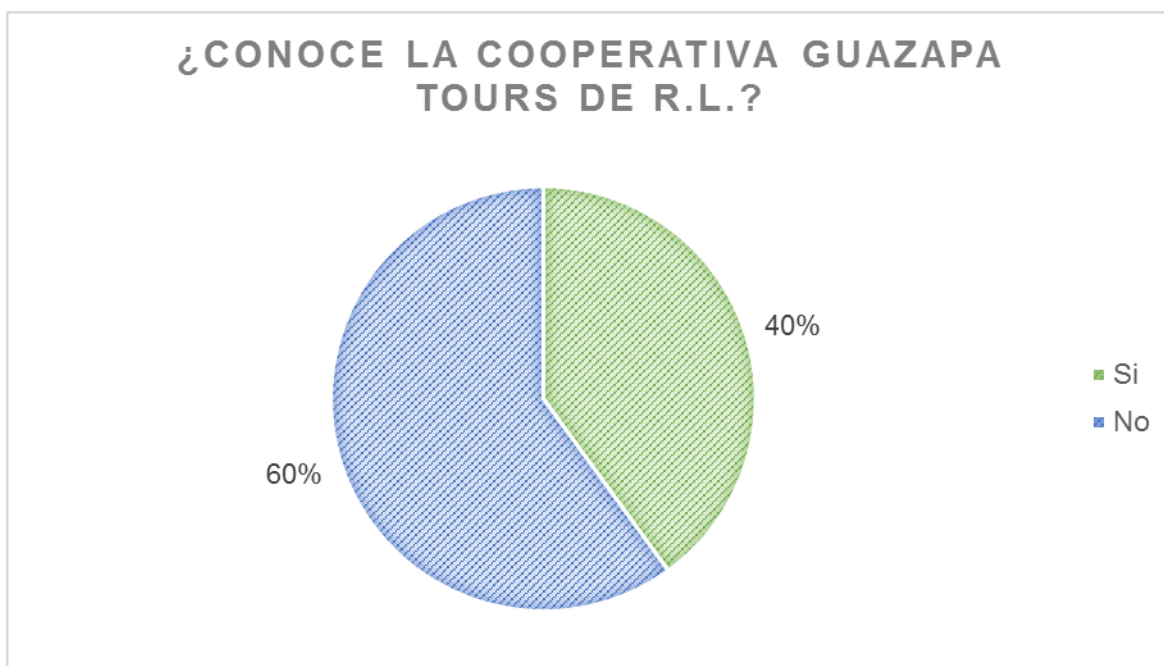


Gráfico 127 Conocimiento de la Cooperativa Guazapa Tours de RL. /Turista extranjero.

Análisis:

El 60% de los encuestados desconocen la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. y únicamente el 40% si la conocen siendo esta la oportunidad de dar a conocer los servicios brindados por Guazapa Tours de R.L.

26. ¿Alguna vez ha utilizado los servicios que brinda la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 2 | 40% |
| No | 3 | 60% |
| Total | | 100% |

Tabla 168 Utilización de servicios de la Cooperativa Guazapa Tours de RL /Turista extranjero.

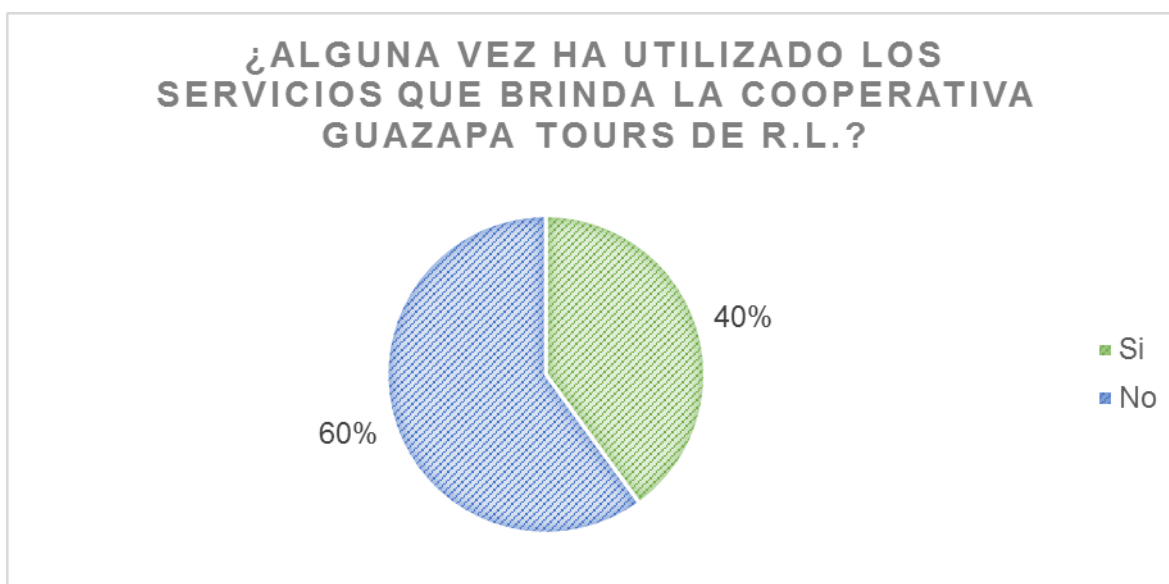


Gráfico 128 Utilización de servicios de la Cooperativa Guazapa Tours de RL /Turista extranjero.

Análisis:

El 60% de los encuestados nunca ha utilizado los servicios de la Cooperativa y el 40% si los ha utilizado, siendo la mayoría el mercado potencial para brindar los servicios de Guazapa Tours de R.L.

27. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente. | 1 | 50% |
| Bueno. | 1 | 50% |
| Regular. | 0 | 0% |
| Malo. | 0 | 0% |
| Total | 2 | 100% |

Tabla 169 Calificación del servicio recibido en la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. /Turista extranjero.

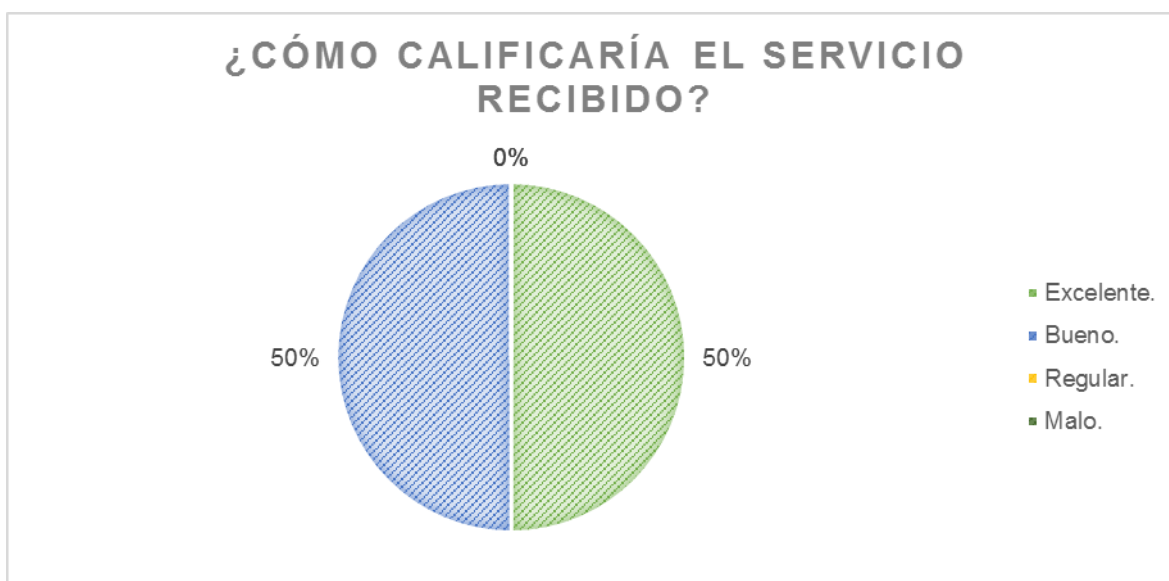


Gráfico 129 Calificación del servicio recibido en la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. /Turista extranjero.

Análisis:

El servicio recibido fue calificado en su por el 50% como excelente y el otro 50% como bueno.

28. ¿Cómo evalúa la vía de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Bueno | 2 | 100% |
| Regular | 0 | 0% |
| Malo | 0 | 0% |
| Total | | 100% |

Tabla 170 Evaluación de vías de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. /Turista extranjero.

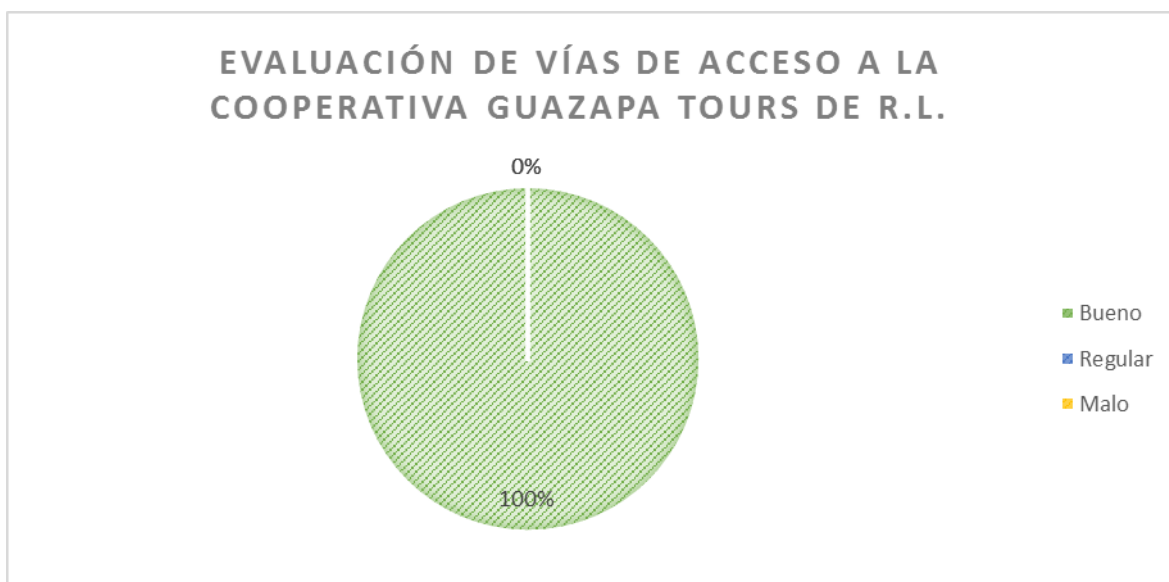


Gráfico 130 Evaluación de vías de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. /Turista extranjero.

Análisis:

La vía de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. fue calificada por el 100% como accesible.

29. ¿Cómo evalúa la seguridad en el municipio de Suchitoto?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|-------------|
| Muy seguro. | 1 | 20% |
| Seguro. | 3 | 60% |
| Relativamente seguro. | 0 | 0% |
| Inseguro. | 1 | 20% |
| Muy inseguro. | 0 | 0% |
| Total | | 100% |

Tabla 171 Evaluación de seguridad en el municipio de Suchitoto. /Turista extranjero.

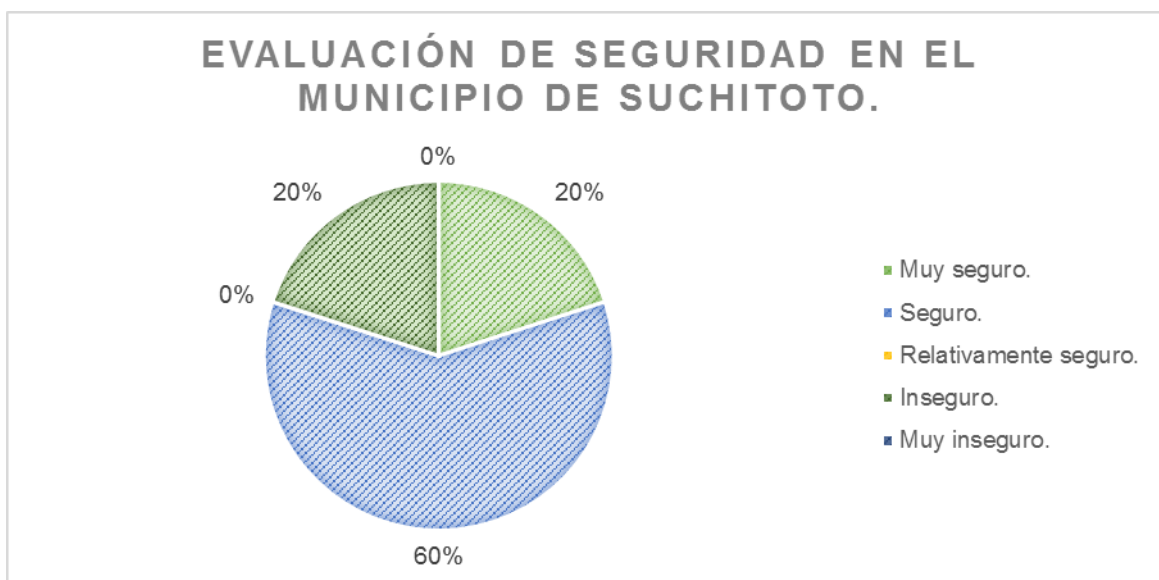


Gráfico 131 Evaluación de seguridad en el municipio de Suchitoto. /Turista extranjero.

Análisis:

La seguridad del municipio fue calificada en su mayoría como seguro con un 60%, como muy seguro por el 20% y como inseguro por el 20%.

La delincuencia es un aspecto que afecta directamente al turismo a nivel nacional, Suchitoto al ser considerado un municipio seguro en su mayoría brinda las condiciones idóneas para desarrollar aún más su potencial turístico.

30. ¿Qué tipo de publicidad cree que sea más adecuada para la cooperativa Guazapa Tours de R.L para darse a conocer?

| Opción | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| No sabe | 2 | 40% |
| Internet | 1 | 20% |
| Redes sociales | 2 | 20% |
| Colaboraciones con otros lugares turísticos y oficina de turismo | 1 | 20% |
| Total | | 100% |

Tabla 172 Tipo de publicidad más adecuada para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. /Turista extranjero.



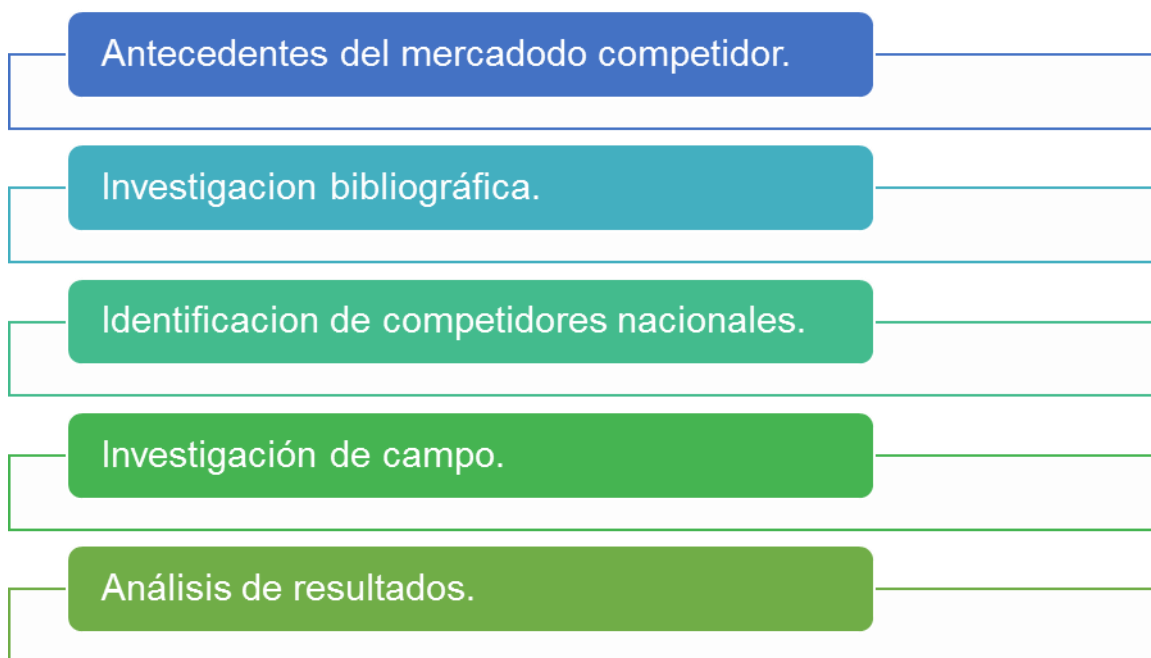
Gráfico 132 Tipo de publicidad más adecuada para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. /Turista extranjero.

Análisis:

El 20% del turista internacional opina que el tipo de publicidad más adecuada para la Cooperativa es internet, otro 20% opina que las redes sociales, el 20% sugiere colaboraciones con otros lugares turísticos y un 40% no respondió.

E. MERCADO COMPETIDOR.

Metodología de la investigación.



Esquema 26. Metodología de investigación para el mercado competidor.

1. ANTECEDENTES DEL MERCADO COMPETIDOR.

A nivel mundial las motivaciones de viaje de un turista han ido modificándose hacia la búsqueda de experiencias más gratificantes, desde el punto de vista de la sostenibilidad. Esto ha hecho que la actividad turística global migre hacia los destinos y lugares turísticos que adopten estas transformaciones, lo que también ha comenzado a influir en el comportamiento del turismo nacional. Las personas buscan algo más que sólo llegar a descansar o tomar el sol en algún destino turístico. Ahora el turista necesita y desea ser parte de un entorno que le permita, además de descansar, conocer y aprender de las culturas locales, interactuar con la naturaleza y vivir una experiencia más enriquecedora.

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

El fortalecimiento del sector turismo a través del apoyo que el gobierno de El Salvador ha estado dando al tema, ha generado beneficios de mucho valor para el país, como al

desarrollo de: la economía y empresas dedicadas a la aventura, a través del impulso de las relaciones con los diferentes tour-operadores del país y las personas interesadas en esta tipo de atracciones.

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

Con todo lo anterior y con el impulso brindado por MITUR al fortalecimiento de la infraestructura turística nacional, se ha vuelto necesario para la Cooperativa Guazapa Tours, modernice, diversifique y mejore los servicios turísticos que ofrece, de tal manera que cumplan con las nuevas demandas del mercado actual.

Pero para poder dar paso a nuevas atracciones, es necesario conocer la competencia a la cual el la Cooperativa Guazapa tours de R.L., debe enfrentarse, sin perder el fin ecológico que profesa la misma, para ello es indispensable que se analice el actuar de las empresas e instituciones que brindan servicios similares a los que con esta propuesta de circuitos turísticos la cooperativa espera captar un mayor número de turistas para que visiten los atractivos turísticos rurales del municipio de Suchitoto y así de esta forma contribuir a un desarrollo sostenible de las comunidades involucradas.

Para lograr el éxito de posicionamiento y reconocimiento en el mercado, debe conocerse quienes son los competidores en el rubro, los cuales pueden ser directos, indirectos

El estudio toma como punto de referencia el desglose de los tipos existentes de turismo que se pueden ofertar en las zonas rurales del municipio de Suchitoto y municipios adyacentes, lo cual permitirá determinar a los competidores en el mercado, que se encuentran inmersos en el negocio de ofrecer una experiencia de este tipo.

2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.

Esta parte de la investigación se lleva a cabo a través de consultas en páginas web, redes sociales, tesis relacionadas con el tema, por lo que son consideradas como fuentes secundarias de información, por lo que estas contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitan el control y el acceso a las fuentes primarias.

A) PERFIL DE LA COMPETENCIA.

Para poder crear adecuadamente un perfil de los competidores a la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto, es necesario conocer previamente lo que la Cooperativa tiene en mente poner a disposición en su oferta de servicios turísticos y además, combinando sus servicios con los de las diferentes iniciativas en las comunidades involucradas.

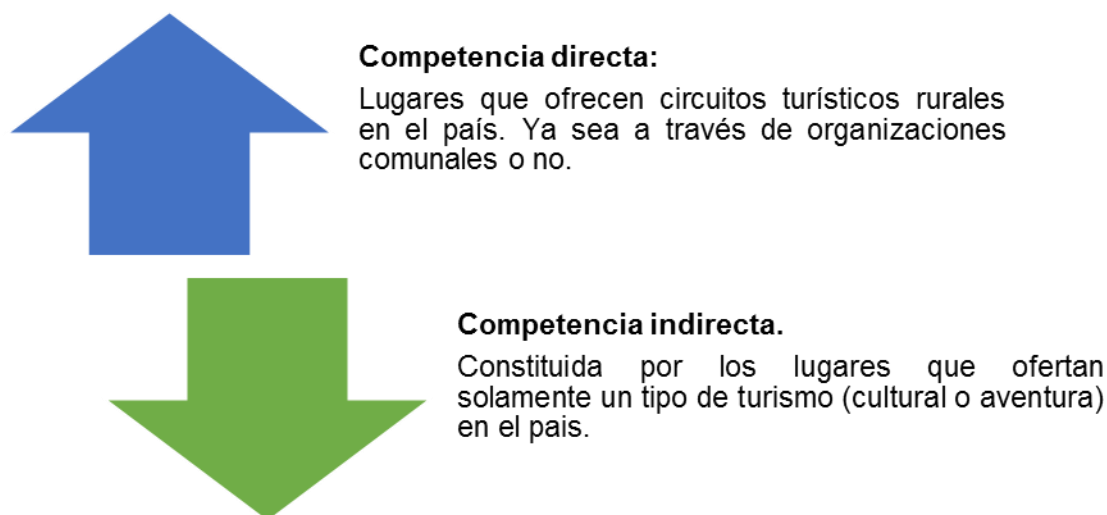
Entonces, para ello debemos conocer las fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades, estrategias, servicios y opiniones de los usuarios, habituales o no, tanto de la Cooperativa, como de la competencia.

Por lo tanto, para definir apropiadamente a la competencia y lograr determinar a los municipios o iniciativas que representan una competencia por el mismo segmento de mercado, con los mismos servicios, se establecerá un perfil, para facilitar la identificación de los mismos. Así pues, teniendo en cuenta el conjunto de comunidades y específicamente los recursos y atractivos turísticos que estas poseen, los cuales seguramente serán incorporados en los circuitos turísticos se puede definir de antemano tres posibles temáticas de circuitos que poseerá el municipio de Suchitoto. Estos son los siguientes:



Esquema 27. Temáticas sujetas a comparación y análisis.

El Mercado competidor para la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto se estudiará primeramente analizando los municipios o asociaciones de municipios que ofertan rutas o circuitos turísticos a nivel nacional para posteriormente diferenciar aquellas que representan una competencia directa o indirecta para la cooperativa Guazapa Tours de R.L. y para el municipio de Suchitoto.



Esquema 28. Tipos de competencia.

3. IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES NACIONALES.

A) ANÁLISIS DE COMPETIDORES DIRECTOS.

En una competencia directa, los ofertantes de turismo que se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe cierta cantidad de ofertantes que realizan el mismo servicio y la participación en el mercado está determinada por la calidad, precio y el servicio que se brinda al consumidor.

Para la propuesta de circuitos turísticos rurales en el municipio de Suchitoto, los competidores directos, son aquellos que ofrecen al mercado los mismos servicios tanto en características como en diversificación, a los que se espera que la Cooperativa Guazapa tours brinde a través de los circuitos turísticos, seguramente para intentar satisfacer una misma necesidad o un mismo deseo en el mercado objetivo.

Al conocer la competencia, los servicios que presta y como los presta, es posible crear estrategias que generen valor a los turistas y visitantes de los atractivos turísticos en las zonas rurales de Suchitoto, con el firme propósito de generar alternativas capaces de posicionarse en la mente de los clientes y aumentar el flujo turístico y además con el fin de contribuir al desarrollo a la comunidad El Sitio El Zapotal, demás comunidades involucradas y algunos municipios adyacentes, los cuales se benefician intrínsecamente a través de la perspectiva social del proyecto.

Con las premisas anteriores, es necesario listar los competidores directos de la Cooperativa Guazapa tours, claramente auxiliándose del perfil de competidor, para realizar una evaluación exclusiva de aquellas organizaciones o municipios, que verdaderamente implican competencia para la cooperativa y para el municipio. Esta clasificación de competencia directa, se hará siempre y cuando la iniciativa o municipio oferte turismo rural en las modalidades de turismo de aventura – naturaleza y turismo cultural – histórico. Para ello se realiza el siguiente listado de iniciativas y municipios con una breve descripción de las mismas:

| MUNICIPIO O LUGAR TURÍSTICO | DESCRIPCIÓN |
|---|--|
|  | <p>La Cooperativa está ubicada en el Cantón de los Pinos, municipio de El Congo, departamento de Santa Ana, en km 55 ½ sobre la carretera que de santa Ana conduce a Sonsonate, vía Cerro Verde. Está a una altura de 1,075 msnm en las riveras del lago de Coatepeque y dispone de un área de terreno de 74 manzanas de las 400 con las que cuenta la cooperativa.</p> <p>La Cooperativa Los Pinos viene desarrollando una nueva oferta turística en El Salvador desde el 2009, cuenta con el</p> |



restaurante Vista Lago que le ofrece comida a la carta, alojamiento en cabañas, sala para eventos y varios paseos por senderos en las fincas de café hasta el Lago de Coatepeque donde se puede disfrutar de un baño e incluso de un recorrido en lancha.

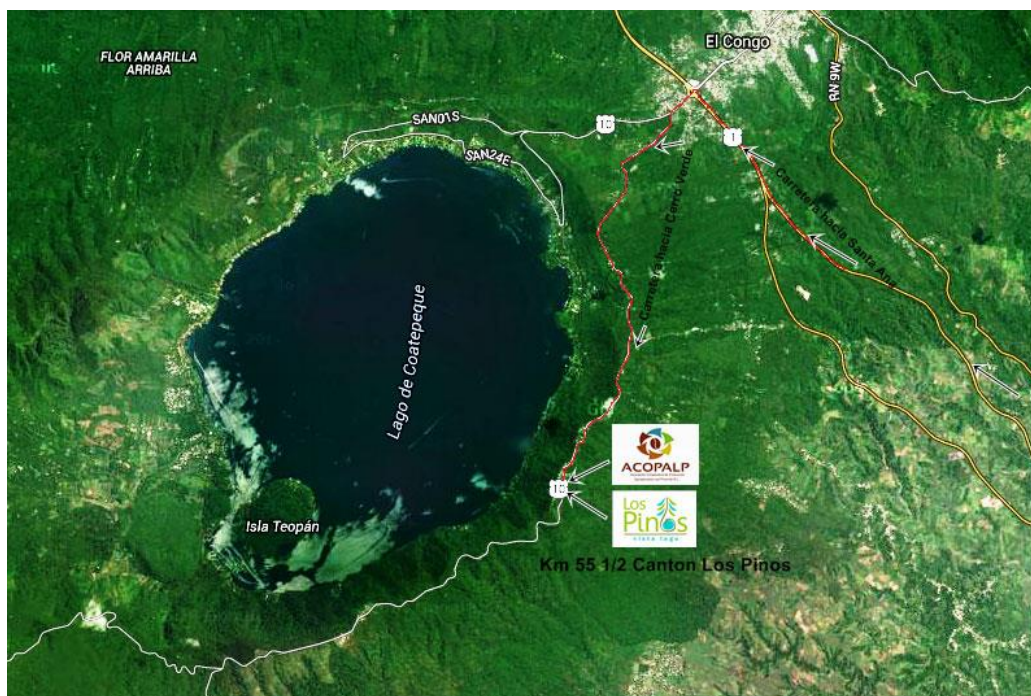
Tabla 173. Descripción de Cooperativa Los Pinos. (FUENTE: Elaboración propia).

En el Restaurante Vista Lago, podrá solicitar el menú a la carta entre carnes, sopas, aves, cocteles desde \$ 6.00 USD a \$8.50 USD y su especialidad de la casa “Pescado Mojarra” arroz, tortillas y otros complementos desde \$8.00 USD hasta \$10.00 USD el plato.



. Atractivos turísticos que ofrece la cooperativa Los Pinos.

Cómo llegar:



Esquema 29 Mapa geográfico de ubicación de la cooperativa Los Pinos.

| MUNICIPIO O LUGAR TURÍSTICO | DESCRIPCIÓN |
|---|--|
| <p data-bbox="349 468 711 499" style="text-align: center;">Municipio de Comasagua.</p>  | <p data-bbox="862 317 1401 1113">A 25 minutos de San Salvador se encuentra un pequeño pueblo exuberante de vegetación, con un clima fresco durante todo el año y dueño de varios puntos desde los que se contemplan panorámicas increíbles. Esta es la Villa de Comasagua. Exactamente se ubica a 16 kilómetros al sudeste del municipio de Nueva San Salvador y para llegar sólo debes tomar el desvío junto al centro comercial Las Palmas en la carretera que de San Salvador conduce al Puerto de La Libertad. Apenas empiezas a subir la cordillera del Bálsamo sentirás la brisa fresca de la montaña. El pueblo es muy tranquilo y puedes dar una caminata entre sus angostas calles; ahí también se elaboran singulares artesanías con flores secas, aunque si lo que deseas es comer delicioso tienes la opción de visitar El Mirador de la Giralda o descansar en las cabañas Bello atardecer.</p> |

Tabla 174. Descripción del municipio de Comasagua.

Como sitios turísticos, Comasagua posee: El Peñón, conocido como Quepis Salvadoreño o Piedra de Santiago, La Gruta de la Lima, un Calendario Indígena labrado en piedra en el Cantón El Peñón y la iglesia parroquial.



. El Peñon de Comasagua.



Cascada El Chorrerón.



. *Restaurante El Mirador de la Giralda.*

| MUNICIPIO O LUGAR TURÍSTICO | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| <p data-bbox="224 678 824 709">Finca San Antonio, Chalchuapa, Santa Ana</p>  | <p data-bbox="849 317 1399 783">La Finca San Antonio es una finca que data desde 1873, como un patrimonio familiar que ha ido de generación en generación por más de dos siglos en los cuales se ha dado a conocer a los visitantes tanto nacionales como extranjeros la historia cultural de la zona y a la vez se le brinda una experiencia única en la cual encuentra una variedad de actividades de recreación, senderismo, museo, talleres de artesanía, teñidos naturales, tienda de artesanías donde se encuentran un bello recuerdo la delicia de nuestro café.</p> <p data-bbox="849 821 1399 1413">En Finca San Antonio se ofrecen tours de senderismo para grupos de 10 personas en adelante, en el cual pueden apreciar de primera mano la historia y conocer más de la cultura maya de la zona en cual también encontrarán 6 montículos arqueológicos incluido el montículo E3-1 EL cual es el montículo más grande de El Salvador en el cual se puede escalar y apreciar el Volcán el Chingo y el Cerro la Olla. Cuentan con viveros y jardines frutales en el cual el visitante podrá apreciar de la belleza de la naturaleza y la fauna del lugar, como infraestructuras coloniales con más de 600 años de existencia llenos de mucha historia en donde también ofrecen tours de fotografía para los amantes de la belleza natural.</p> |

Tabla 175. Descripción de Finca San Antonio, Chalchuapa.

Poseen un Kiosko de artesanías “CAROLA” en el cual pueden encontrar una variedad de artículos hechos a mano con una variedad de colores y artes de la zona hechos con mucho cariño por los habitantes de la zona.

La Finca San Antonio está ubicada en la ciudad de Chalchuapa. Le ofrece turismo rural, cultural, de naturaleza, cuenta con un museo de piezas arqueológicas encontradas en la zona.

Talleres

- De tintes naturales como el achiote que nos muestra sus colores tierra desvanecida y de añil, orégano, café, entre otros.
- Taller de joyería artesanal en donde encontrará collares, pulseras, aretes con

- semillas, piedras y tela.
- Taller de bufandas decoradas con piedras y semillas.
- Taller de velas aromáticas.

Todos los talleres son con materiales incluidos, lo hacemos con el turista y ellos se llevan sus prendas.

Dirección: 7°av. Norte, Barrio Las Animas, Frente a balneario El Trapiche, 78 Km de Chalchuapa, Santa Ana



Museo de antigüedades en Finca San Antonio, Chalchuapa.



Montículo Arqueológico en Finca San Antonio.

| MUNICIPIO O LUGAR TURÍSTICO | DESCRIPCIÓN |
|--|--|
| <p data-bbox="293 485 712 520">La Montañona, Chalatenango.</p>   | <p data-bbox="808 296 1370 625">La Montañona es un macizo forestal y también un área natural protegida que se ubica a unos unos 1,700 metros de alturas obre el nivel del mar. Posee una extensión de al menos 2,700 manzanas repartidas entre los municipios de Las Vueltas, La Laguna, Comalapa, Concepción Quezaltepeque, Chalatenango, El Carrizal y Ojos de Agua, en el departamento de Chalatenango.</p> <p data-bbox="808 632 1370 993">Este territorio también tiene un pasado histórico, ya que durante la guerra civil que vivió El Salvador durante los años 80s sirvió como refugio para los miembros de la guerrilla. Aquí funcionó durante un tiempo la radio Farabundo Martí, la cual era una radio móvil que tenía la guerrilla. Cuentan que para que la Fuerza Armada no les descubrieran la radio, escondían la antena en dentro de las cortezas de los árboles de pino.</p> <p data-bbox="808 999 1370 1598">Precisamente este aspecto es el que se busca explotar en nuestros tiempos y La Montañona se promueve como un destino turístico del departamento de Chalatenango. Muchos turistas llegan al lugar buscando conocer el pasado histórico y cómo vivían sus habitantes en la época de la guerra. Existen asociaciones como por ejemplo el Comité de Repobladores y Beneficiarios de La Montañona, llamado CORBELAM, que se encargan de velar por que esta zona se conserve y se evite la deforestación y los incendios. Esta asociación está compuesta por unos 155 ex guerrilleros y habitantes del lugar que tienen el propósito de “rescatar la memoria colectiva”.</p> |

Tabla 176. Descripción de La Montañona, Chalatenango.

| Municipio o lugar turístico | Descripción |
|---|--|
| <p data-bbox="240 369 740 499">Asociación Pro Desarrollo Turístico de Perquín (PRODETUR) en Jocoaitique, departamento de Morazán</p>  | <p data-bbox="781 285 1372 516">La Ruta de La Paz está conformada por siete municipios: Torola, San Fernando, Villa El Rosario, Jocoaitique, Arambala, Perquín y Meanguera, ubicados todos al norte de Morazán. El recorrido se proyecta como un destino turístico rural, que ofrece riqueza cultural, histórica y natural.</p> <p data-bbox="781 520 1372 978">PRODETUR ha registrado que entre los lugares más visitados está río Sapo a su paso por Arambala, el sitio El Mozote en Meanguera, áreas para acampar, así como las cascadas El Chorrerón y Los Manantiales y los ríos Negro y Pichigual, en San Fernando. Entre las actividades turísticas que ofrece la ruta están las caminatas, ciclismo de montaña, aventurismo, investigación de flora y fauna, rappel, así como la visita a monumentos históricos, recorrido a museos, talleres de artesanías, elaboración de prendas y teñidos de añil.</p> |
| <p data-bbox="331 991 651 1020">Arcatao, Chalatenango</p>  | <p data-bbox="781 1024 1372 1289">Cuenta con los atractivos turísticos de Río Gualsinga y Cerros Las Ventanas, La Cañanada y Quebrada el Avarío, los cuales son ofertados al público como turismo Eco-histórico y colonial ya que las personas pueden realizar su recorrido por el pueblo y ver casas antiguas en su infraestructura así mismo su iglesia.</p> <p data-bbox="781 1293 1372 1352">Cuenta con su propio operador turístico Arcatour.</p> |
| <p data-bbox="240 1587 740 1717">Dulce Nombre de María Asociación cooperativa agropecuaria y de servicios múltiples “El Manzano” de RL</p> | <p data-bbox="781 1444 1372 1839">Ubicada en el caserío el Manzano, cantón el Ocotál en Dulce Nombre de María, Chalatenango. Desde 1998 la cooperativa le apostó al turismo, aprovechando el atractivo del bosque de árboles de pino, roble y liquidámbar, el interés histórico de la zona, más la tranquilidad y belleza de los paisajes. Ofrecen restaurante, tienda de artesanías, cabañas zonas para acampar, servicios como visitas guiadas, caminatas por senderos, visitas a proyectos productivos, pozas y miradores, entre otros.</p> |


| | |
|--|---|
|  | |
| <p style="text-align: center;">San José Cancasque</p>  | <p>El municipio cuenta con atractivos como es el pueblo en si con construcciones de bajareque y adobe, en sus viviendas además representaciones arquitectónicas propias de la colonia. Entre otros atractivos con los cuales este municipio cuenta son pozas, haciendas, caminatas a cerros, senderismo</p> |

Tabla 177. Descripción de iniciativas y municipios a nivel nacional considerados como competidores directos.

B) ANÁLISIS DE COMPETIDORES INDIRECTOS.

A continuación se listan sin ningún orden específico la competencia indirecta, teniendo en cuenta que para ello se tomarán los lugares, municipios o iniciativas que brinden al menos una de las modalidades de turismo rural comunitario como lo es turismo de naturaleza – aventura o turismo cultural – histórico, ya que como competencia directa se tomaron a aquellos lugares donde se realizan ambos tipos de turismo.

| LUGAR O MUNICIPIO | DESCRIPCIÓN |
|---|--|
| <p>“Paraíso entre Ríos” en Concepción de Ataco, Ahuachapán.</p>  | <p>Desarrollo del segmento de turismo de montaña, en una de las zonas geográficas de mayor belleza en El Salvador. Comprende la creación de infraestructura para la atención turística (6 cabañas, rancho restaurante, 7000 mts2 de senderos) con un enfoque de responsabilidad ambiental, así como el desarrollo de cultivos no tradicionales: noni, higo, pacaya, café orgánico, plantas aromáticas, medicinales y ornamentales.</p> |
| <p>Ruta del Bálsamo en San Julián</p>  | <p>Es un proyecto Educativo Cultural orientado a la conservación de la especie y también en dar a conocer la extracción de la resina del bálsamo, una planta milagrosa y muy antigua la cual existe desde la época de la colonia y que está en peligro de extinción. La finca está ubicada en la ciudad de San Julián en Sonsonate. Costo de la entrada es \$ 2.00 e incluye: Tour guiado por un Ingeniero Agrónomo con una especialidad en plantas, una bebida refrescante, brochure con la historia completa del bálsamo, video y uso de las instalaciones. El Menú es campestre</p> |
| <p>EL PITAL</p>  | <p>Es el punto más alto del país. Lugar ideal para acampar, realizar caminatas, reservar la flora y fauna y disfrutar de un clima frío. También se encuentran lugares para hacer rappel, entre ellos el peñón de Calla huanca. El lugar está rodeado de bellos ríos con poca contaminación, el río Sumpul y el río Nunuapa. Se puede escalar la peña rajada; se encuentra un mirador natural sobre una inmensa roca con vistas a San Ignacio, La Palma y partes de Honduras y Guatemala</p> |

Apastepeque, San Vicente



Apastepeque posee sitios turísticos, tales como: la Barranca del Zisimico, donde se pueden observar fósiles de animales prehistóricos; la laguna de Apastepeque y ciega.

Apastepeque es una población precolombina fundada por tribus pipiles y su nombre significa

"Cerro de los Alabastros". En textos antiguos se menciona como Santiago Apastepeque. Obtiene su título de ciudad en 1916.

Tabla 178. Descripción de iniciativas y municipios considerados como competidores indirectos.

| LUGAR O MUNICIPIO | DESCRIPCIÓN |
|--|--|
| <p data-bbox="305 310 570 344">Juayua, Sonsonate</p>  | <p data-bbox="675 310 1367 443">El municipio de Juayua a través de ya varios años ha sido un gran atractivo turístico, en este municipio se encuentran múltiples opciones gastronómicas todos los fines de semana alrededor del parque central.</p> <p data-bbox="675 478 1367 674">En el municipio es posible realizar compras de llamativas artesanías, cestería y otros productos hechos a base de tule y mimbre a precios accesibles. Así mismo se puede recorrer los senderos hacia increíbles caídas de agua, entre otros atractivos que hacen de Juayúa.</p> |
| <p data-bbox="272 814 602 877">San José Las Flores en Chalatenango</p>  | <p data-bbox="675 745 1367 1241">El municipio es conocido y admirado por el desarrollo cultural, educativo, agrícola y turístico que se experimenta. Uno de los lugares más visitados es el restaurante comunal, donde se ofrecen exquisitos platillos con la sazón propia de la gastronomía chalateca, además de ser elaborados con productos naturales cultivados por agricultores de la zona. Parte de su éxito culinario y turístico se lo debe al nivel de organización alcanzado en la última década. San José Las Flores cuenta también con una variada producción de lácteos elaborados por cooperativistas, cuenta con panaderías comunales, talleres artesanales, centros turísticos comunales entre otros proyectos que consideran básicos para continuar impulsando su desarrollo.</p> |
| <p data-bbox="277 1346 597 1379">Jayaque Tour del Café</p>  | <p data-bbox="675 1312 1367 1745">Ofrece a sus visitantes una amplia oferta turística que está integrada por: recorridos por los senderos de las fincas, visita a talleres de artesanías, visitas al centro histórico de la ciudad y consumo de alimentos en los diferentes restaurante, entre otros. Motivados por los atractivos disponibles para el turista: naturaleza, clima fresco, excelentes vistas panorámicas y todo el paisaje que en general. Las empresas que integran la oferta de Jayaque Tour del Café son: Finca linda vista, La casona de jayaque. El carmel café jardín, Arte en lata los pepes, Arte Jayaque, Delicias de Jayaque, Finca La Esperanza y Finca Santa Elena.</p> |

Tabla 179. Descripción de iniciativas y municipios considerados como competidores indirectos.

| LUGAR O MUNICIPIO | DESCRIPCIÓN |
|--|---|
| <p>Santo Domingo de Guzmán, Sonsonate</p>  | <p>Su iniciativa turística ha despuntado desde el año 2010, y es uno de los miembros más activos de la mesa de turismo rural comunitario, cuenta con atractivos como cascadas y recorrido por los talleres de fabricación de artesanías de barro, así mismo cuenta con nahuat hablantes que les brindan una demostración a los turistas.</p> <p>Frente a la alcaldía del pueblo han creado un comedor comunitario, el cual los mimos habitantes atienden así como una tienda donde 10 artesanos de barro exponen sus obras.</p> |
| <p>Parque de Aventura Walter T. Deininger</p>  | <p>Cuenta con una extensión de 1,047 manzanas, 732 Hectáreas y su característica principal es ser un área natural protegida. El parque es una isla biológica en la cual se encuentran remanentes de la primera vegetación de El Salvador. Contiene 3 tipos de bosque: bosque de galería, seco caducifolio y secundario.</p> <p>El parque ofrece la posibilidad de realizar aventura extrema como rappel guiados gratuitamente, así como bicimontaña con recorridos que van de desde los dos hasta los tres kilómetros; caminatas, camping y cuerdas altas.</p> |
| <p>Eco parque El Espino, Santa Tecla, La Libertad</p>  | <p>Se encuentra a 10 kilómetros de la ciudad de Santa Tecla, ubicado en la Finca del mismo nombre. Este se encuentra en la falda sureste del Volcán de San Salvador, muy cerca de San Salvador.</p> <p>En este lugar se pueden desarrollar distintas actividades y además brindan diferentes servicios como: senderismo, cafetería, alquiler de bici montaña, observación de flora y fauna, camping, miradores, entre otros.</p> |

Tabla 180. Descripción de iniciativas y municipios considerados como competidores indirectos.

C) ANÁLISIS DE COMPETIDORES SUSTITUTOS.

Los competidores sustitutos son aquellos que ofrecen al mercado servicios diferentes tanto en características como en diversificación, a los que se incluirán en la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto, para intentar satisfacer una misma necesidad o un mismo deseo en nuestro mercado objetivo.

Con la premisa anterior, es necesario listar los competidores sustitutos de los circuitos propuestos por la Cooperativa Guazapa tours, claramente auxiliándose del perfil del competidor, para realizar una evaluación, exclusiva de aquellas organizaciones, que verdaderamente implican competencia de este tipo para la cooperativa y para el municipio.

Para este apartado se analizarán aquellos lugares o establecimientos entre los cuales el cliente debe decidir para hacer turismo por razones particulares de cada persona. Así pues la competencia sustituta está representada por los lugares que ofrecen servicios turísticos completamente diferentes a los que la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto incluirá como oferta turística, pero que representa un sustituto del tipo de esparcimiento al que se brindaría en los circuitos turísticos rurales.

A continuación se listan sin ningún orden específico la competencia sustituta para la cooperativa, en algunos casos agrupando en rubros un solo tipo de servicio.

- **Playas.**

El Salvador es un país que tiene la ventaja comparativa de limitar al sur con el océano pacífico, razón por la cual miles de salvadoreños durante todo el año aprovechan esta ventaja haciendo turismo en las diferentes playas en los diferentes departamentos del país.

Este atractivo turístico se convierte en un claro sustituto al momento de decidir a donde hacer turismo, razón por la cual se ha incluido en el análisis del mercado competidor. A continuación se listan algunas playas donde tanto turistas nacionales como extranjeros deciden realizar actividades de esparcimiento y turismo en El Salvador.

| ZONA | NOMBRE |
|--|---|
| <p data-bbox="224 1486 375 1518">Occidental</p>  | <p data-bbox="748 1612 987 1707">Los Cóbanos Barra de Santiago Playa el Metalío</p> |

| | |
|---|--|
| <p style="text-align: center;">Central</p>  | <p>Playa El Palmarcito Playa El Zunzal Playa El Tunco Playa La Paz Playa San Diego Playa Costa del Sol y Estero de Jaltepeque Playa El Zonte</p> |
| <p style="text-align: center;">Oriental.</p>  | <p>Bahía de Jiquilisco Playa El Espino Playa El Cuco Playa Las Flores Playa Las Tunas, Torola, Playas Negras y El Tamarindo Golfo de Fonseca</p> |

Tabla 181. Playas más reconocidas a nivel nacional.

▪ **Centros turísticos o parques acuáticos.**

| Nombre | Imagen | Departamento |
|---|---|---|
| <p style="text-align: center;">Sihuatehuacán</p> |  | <p style="text-align: center;">Santa Ana</p> |
| <p style="text-align: center;">Los Chorros</p> |  | <p style="text-align: center;">La Libertad</p> |

| | | |
|-------------------------------------|---|----------------------------|
| <p>Atecozol</p> |  | <p>Sonsonate</p> |
| <p>Agua fría</p> |  | <p>Chalatenango</p> |
| <p>Toma de Quezaltepeque</p> |  | <p>La Libertad</p> |
| <p>Apulo</p> |  | <p>San Salvador</p> |

| | | |
|--------------------------------|---|---------------------------|
| <p>Ichanmichen</p> |  | <p>La Paz</p> |
| <p>Costa del Sol</p> |  | <p>La Paz</p> |
| <p>Amapulapa</p> |  | <p>San Vicente</p> |
| <p>Alto de la Cueva</p> |  | <p>San Miguel</p> |

Tabla 182. Parques acuáticos a nivel nacional.

Existe una gran cantidad de centros turísticos de este tipo en el país, la gran mayoría ofrecen básicamente los mismos servicios, cuyas únicas diferencias pueden ser los precios, cantidad de toboganes, cantidad de piscinas, etc. Sin embargo, no deja de ser una clara competencia para el turismo de Aventura – Naturaleza y el turismo de Historia - Cultura en El Salvador, ya que brindan servicios con actividades no muy variadas pero si de esparcimiento y para disfrutar en compañía de familiares o amigos.

4. FICHA TÉCNICA DEL MERCADO COMPETIDOR.

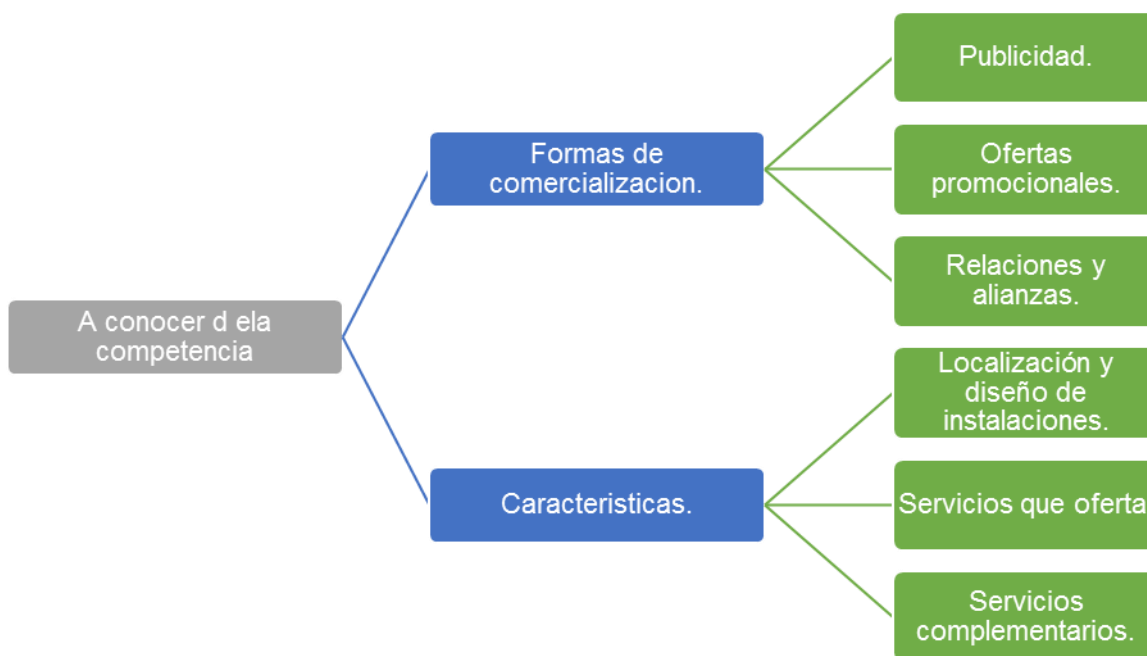
| | |
|-------------------------------|--|
| Universo | Destinos e iniciativas de turismo rural con el concepto de aventura, historia y cultura a nivel nacional. |
| Marco muestral | Destinos turísticos que brindan turismo rural a nivel nacional. |
| Tipo de muestra | Seleccionada por conveniencia de acuerdo al criterio de turismo rural, con elementos de aventura, historia y cultura, de mayor demanda a nivel nacional. |
| Tamaño de la muestra | 5 destinos turísticos. Cooperativa Los Pinos, Santa Ana Cooperativa El Manzano, Chalatengo. Cooperativa La Montañona, Chalatengo. Parque de aventura Walter T. Deininger Parque Ecológico El Espino. |
| Sistema de consulta | El 100 % de las visitas fueron presenciales. |
| Fecha de realización: | Del 17 al 30 de Abril del 2017. |
| Características de la muestra | 80 % asociaciones comunales, 20 % administrador público. |
| Edad | Todos tienen más de 10 años de experiencia en el rubro. |
| Coordinadores de campo | Campos González Mario Rubén De la O Aparicio Mónica Mercedes Vela Benavides Laura Maricela |
| Entrevistadores | Campos González Mario Rubén De la O Aparicio Mónica Mercedes Vela Benavides Laura Maricela |
| Descripción | La recolección e información primaria de la competencia se realizó a través de visitas de campo a dichos establecimientos, para poder constatar los servicios que brindan dichos establecimientos y así determinar quién representaría el competidor más fuerte para la propuesta de circuitos turísticos rurales. |

Tabla 183 Ficha técnica del mercado competidor.

5. INICIATIVAS DE LA COMPETENCIA DIRECTA A VISITAR.

Para conocer la situación prevaleciente en materia de oferta deberá levantarse, dentro del estudio un inventario que cubra tanto los tipos de establecimientos disponibles en la zona del proyecto como sus categorías, capacidades, precios, tarifas y relaciones de cercanía al proyecto.

“Para conocer las peculiaridades funcionales y físicas de la competencia es necesario emprender investigaciones específicas que levanten toda la información sobre este aspecto. Dicha información se subdivide en tres grandes áreas: formas de comercialización, características físicas y datos generales de operación”²⁹.



Esquema 30 Información a recopilar de la competencia directa.

Con base a la información secundaria obtenida en el análisis del mercado competidor, y las respuestas brindadas por los representantes de las tour operadoras se determinó que iniciativas serán objeto de visita para realizar un análisis más certero de la competencia a través de la experiencia y vivencia que se obtengan de la misma. Para ello se establecieron los siguientes criterios:

²⁹ Extracto de: Manual de formulación y operación de proyectos eco turísticos.

- La iniciativa debe estar incluida entre los destinos turísticos que actualmente tienen mayor afluencia de turistas.
- El destino turístico debe tener aspectos y atractivos similares a los que la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto incluirá, como lo son: naturaleza, aventura, historia y cultura.
- En cuanto sea posible, el destino turístico debe ser administrado por una asociación cooperativa.
- El destino debe tener como una prioridad la conservación del medio ambiente.

Por lo anterior se establece que los destinos turísticos a visitar son:

- ACOPALP (Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria Los Pinos) en El Congo, Santa Ana.
- La Montañona, Chalatenango.
- Asociación Cooperativa Agropecuaria y de servicios múltiples “El Manzano” de RL, en Dulce Nombre de María, Chalatenango.
- Parque de Aventura Walter T. Deininger, La Libertad.
- Eco parque El Espino, Santa Tecla, La Libertad.

A) INFORMES DE VISITA.

ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA Y SERVICIOS MÚLTIPLES EL MANZANO DE R.L. (DULCE NOMBRE DE MARÍA).

La Cooperativa se integró por personas desmovilizadas de la guerra y repobladoras, la cual obtuvo su personería jurídica en 1996. Posteriormente se incorporaron personas llegadas de fuera que compraron el derecho de propiedad a algunas personas beneficiarias, y algunas personas asociadas se trasladaron a vivir fuera de la comunidad.

Desde 1998 la cooperativa le apostó al turismo, aprovechando el atractivo del bosque de árboles de pino, roble y liquidámbar, el interés histórico de la zona, más la tranquilidad y belleza de los paisajes en las 110 manzanas de la vocación forestal obtenidas por la cooperativa a través del programa de transferencia de tierras (PTT).

La cooperativa está constituida por 26 personas asociadas, de las cuales 15 son mujeres en el que la participación y compromiso de ellas es mayor que en años anteriores. Las mujeres expresan sus ideas en un clima de mayor respeto y el pertenecer a la cooperativa les ha ofrecido una forma productiva de invertir su tiempo y energía en otras actividades, más allá de las domésticas.

En la parte organizacional de la cooperativa, las mujeres han ocupado cargos muy importantes como Presidentas en dos ocasiones y de Gerente local, actualmente tienen cargos en la Junta de Vigilancia y Secretaria del Consejo Administrativo.

| ASOCIACIÓN COOPERATIVA EL MANZANO DE R.L. | |
|--|--|
| Productos y servicios que ofrecen | Caminatas al bosque y ríos. Restaurante. Museo con vestigios de la guerra. Área para camping. 4 Cabañas de madera para pernoctar Tienda de artesanías. Parqueo. |
| Costos de servicio | Comida \$0.50-\$5.00 Hospedaje \$10.00 por persona Ingreso \$2.00 por persona, más derecho a entrar al museo. Propina al guía del recorrido \$5.00 Costo de caminata \$10.00 por persona. |
| Vías de acceso | Únicamente posee una vía de acceso, desde el casco urbano de Dulce Nombre de María hasta el cantón Ocotál, donde se encuentra la Asociación Cooperativa El Manzano. Dicha vía de acceso consta de 9 Km en su mayoría de subida de calle de tierra, donde a un lado es paredón de tierra y piedra y al otro precipicio, lo cual lo vuelve un acceso bastante inseguro y donde recomendablemente solo automóviles con doble tracción pueden acceder. |
| Señalización y seguridad | Únicamente señalado en los atractivos Punto de información |
| Forma de organización | Asociación cooperativa. |
| Tipo de turista que los visita | Nacional y extranjero. |
| Promoción turística | A través de MITUR, programas de televisión, recomendación |
| Alianzas | No hay. |

Tabla 184. Ficha informativa de Asociación Cooperativa El Manzano.

ELEMENTOS IDENTIFICADOS EN “EL MANZANO”



Visita a la cooperativa y parque ecológico El Manzano.



Parte trasera de un avión derribado por la guerrilla durante el conflicto armado.



Museo comunal.



Área de camping.

Tabla 185. Elementos identificados en El Manzano.

ASOCIACIÓN DE COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA LOS PINOS DE R.L., EL CONGO, SANTA ANA.

El 03 de marzo del 1980 surge la Ley de Reforma Agraria, mediante la cual se ordenó la expropiación de todas aquellas propiedades mayores de 500 hectáreas, estipulando que los beneficiarios de estas tierras tenían que agruparse en Cooperativas para explotar las tierras colectivamente, es aquí donde surge la Cooperativa Los Pinos, nació el 06 de Marzo de 1980. Obteniendo su personalidad jurídica el 03 de junio del mismo año.

La Cooperativa está ubicada en el Cantón los Pinos, Municipio de El Congo, Departamento de Santa Ana, aproximadamente a 5 ½ kms del desvío de El Congo y a 55 ½ kms de San Salvador sobre la Carretera que de Santa Ana conduce a Sonsonate, vía Cerro Verde.

Se encuentra a una altura de 1,075 msnm en las riveras del Lago de Coatepeque, cuenta con un área de terreno de 287 hectáreas; a partir del 2009 la Cooperativa ha diversificado sus actividades e ingresos, siendo una alternativa los Servicios de Turismo, contando actualmente con un Restaurante, Miradores en senderos interpretativos, Alojamiento en Cabañas, Salón de Usos Múltiples, área recreativa en el lago de Coatepeque con alojamiento y paseo en lancha.

La Cooperativa Los Pinos cuenta con 104 asociados, los cuales el 25% son mujeres y el 75% hombres.

| ASOCIACIÓN DE COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA LOS PINOS DE R.L. | |
|---|--|
| Productos y servicios que ofrecen | Restaurante, Miradores en senderos interpretativos, alojamiento en cabañas, salón de usos múltiples, área recreativa en el lago de Coatepeque con alojamiento, caminata al lago de Coatepeque y paseo en lancha. |
| Costos de servicio | Alojamiento: de \$35.00 a \$100.00 Caminata de \$7.50 a \$15.00 Paseo en lancha de \$3.00 a \$6.00 Restaurante de \$6.00 a \$14.00 |
| Vías de acceso | El acceso a la cooperativa es a través de la carretera al cerro verde, la cual se encuentra en perfectas condiciones lo cual permite que cualquier tipo de automóvil pueda transitar y acceder hasta la cooperativa. |
| Señalización y seguridad | Cuenta con señalización y seguridad |
| Forma de organización | Cooperativa |
| Tipo de turista que los visita | Nacionales y extranjeros. |
| Promoción turística | Página web, redes sociales. |
| Alianzas | Ninguna |

Tabla 186. Ficha informativa de Cooperativa Los Pinos.

ELEMENTOS IDENTIFICADOS EN “COOPERATIVA LOS PINOS”



Visita a la cooperativa Los Pinos, El Congo, Santa Ana.



Restaurante.



Senderos para caminata al lago de Coatepeque.



Avista miento de venados.

Tabla 187. Elementos identificados en Cooperativa Los Pinos.

LA MONTAÑONA, CHALATENANGO.

La Montañona es considerada como la mayor reserva ecológica del departamento de Chalatenango y una de las más importantes de El Salvador; por lo que su utilidad ecológica es mucha.

Este territorio también tiene un pasado histórico, ya que durante la guerra civil que vivió El Salvador durante los años 80s sirvió como refugio para los miembros de la guerrilla. Aquí funcionó durante un tiempo la radio Farabundo Martí, la cual era una radio móvil que tenía la guerrilla. Cuentan que para que la Fuerza Armada no les descubrieran la radio, escondían la antena en dentro de las cortezas de los árboles de pino. También se encuentran algunos tatús (cuevas pequeñas o refugios subterráneos) que durante el conflicto servían para esconderse o para curar a los enfermos o heridos en la guerra.

Caminata 6 Km con cinco senderos:

- La laguna mineral.
Sendero hacia laguna con agua con altas concentraciones de minerales.
- Punto cincuenta (La Radio).
Sendero hacia donde se encontraba ubicada la antena de la radio Farabundo Martí.
- El Hospitalito / Tumba de las suizas.
Tumba de dos colaboradoras de los excombatientes en la guerra civil de nacionalidad Suiza que fallecieron en el país.
- Tatu La Radio.
Tatu donde se ubicaba el centro de transmisión de la radio Farabundo Martí.
Duración promedio de caminata de 10 minutos.
- Tatu La planta.
Tatú donde se ubica la planta que se utilizaba para el funcionamiento de la radio, es el sendero que se encuentra más lejano con un recorrido de aproximadamente 20 minutos.

Cabe destacar que las caminatas se hacen durante todo el recorrido bajo la sombra de los árboles de pino y roble que son en su mayoría los que están en el bosque lo que permite la sensación de frescura, además el clima es agradable con temperaturas promedio entre los 20°C.

| LA MONTAÑONA, CHALATENANGO | |
|-----------------------------------|--|
| Productos y servicios que ofrecen | Caminata (6 km), guía turístico, centro de interpretación ambiental, alojamiento, área de camping, transporte (Pick up doble tracción desde La Laguna) y alimentación. |
| Costos de servicio | Se hacen paquetes pero especificando un poco los servicios se detallan de la siguiente manera: Entrada \$1.00 Alimentación \$5.00 Refrigerio \$1.00 Guía turístico \$10.00 Transporte \$40.00 (Desde La Laguna). Cabaña \$3.00 a \$5.00 por persona. |
| Vías de acceso | La Montañona se encuentra a 100 kilómetros de San Salvador, el acceso es por la Carretera Troncal del Norte y luego Carretera a Chalatenango y tomar el desvío El Limón, pasando por los municipios de Concepción Quezaltepeque, Comalapa y La Laguna en dirección a El Camolote o La Cuchilla. El recorrido desde San Salvador se realiza en aproximadamente tres horas, dos en carretera en buenas condiciones y una hora en calle no pavimentada; además en los últimos 20 minutos de recorrido el acceso se puede hacer únicamente en vehículos de doble tracción por las condiciones del terreno, sin embargo con el vehículo adecuado se puede acceder al lugar donde inician los senderos. |
| Señalización y seguridad | Si hay señalización en el lugar, pero no hay señalización vial en el recorrido que indique el camino hacia La Montañona. |
| Forma de organización | Cooperativa de habitantes del Cantón La Montañona Chalatenango con 12 guías turísticos, además de servicio de guarda bosques las 24 horas ya que es reserva ecológica. Encargado de guías turísticos: Juan Carlos Calderón Trujillo. Encargado de entrada a la Montañona: Antolín López Mejía. |
| Tipo de turista que los visita | 70% Turista nacional y 30% Turista Internacional |
| Promoción turística | Redes sociales |
| Alianzas | Programas de capacitación de guías turísticos CORSATUR. |

Tabla 188. Ficha informativa de La Montañona, Chalatenango.

ELEMENTOS IDENTIFICADOS EN “LA MONTAÑONA CHALATENANGO”



Tabla 189. Elementos identificados en La Montaña.

PARQUE DE AVENTURA WALTER T. DEININGER, LA LIBERTAD.

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

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

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

Aventura extrema

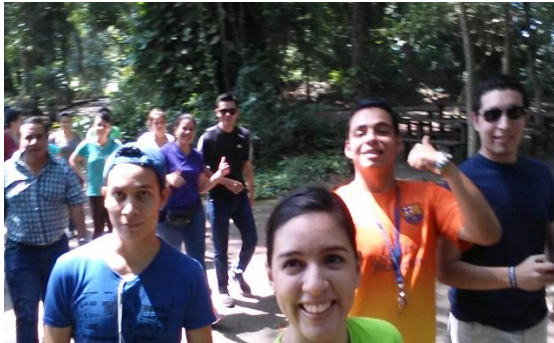
El cuarto sendero “El Coyolar” ofrece la posibilidad de realizar aventura extrema como rappel guiados gratuitamente, así como bicimontaña con recorridos que van de desde los dos hasta los tres kilómetros; pero si se quiere algo más tranquilo en este sendero también se pueden realizar caminatas.

Aunando más aventura en el parque se puede acampar y disfrutar de caminatas nocturnas, fogatas, música, diversión con dinámicas y otras actividades que la noche en este maravilloso parque puede ofrecer.

| PARQUE DE AVENTURA WALTER T. DEININGER | |
|---|---|
| Productos y servicios que ofrecen | Senderismo Miradores Avistamiento de Animales Posa Prácticas de Rappel Bici montaña Área de Acampar Caminatas Nocturnas Cuerdas altas |
| Costos de servicio | Entrada General adultos (nacionales): \$1.50 Entrada extranjeros: \$3.00 Parqueo: \$1.00 Menores de 10 años y adultos mayores de 60 años entran gratis. Alquiler de tarimas de acampar: \$35.00 Práctica de rapel: \$3.00 Circuito de cuerdas altas: \$5.00 |
| Vías de acceso | La entrada al parque se encuentra a la orilla de la carretera del Litoral, la cual está en perfecto estado por lo que vuelve al parque perfectamente accesible. |
| Señalización y seguridad | Senderos señalizados de las rutas, e informativos. |
| Forma de organización | Pública, Instituto Salvadoreño de Turismo. |
| Tipo de turista que los visita | Nacionales y extranjeros. |
| Promoción turística | Televisión, Ministerio de turismo, redes sociales. |
| Alianzas | |

Tabla 190. Ficha informativa del Parque de Aventura Walter T. Deininger.

ELEMENTOS IDENTIFICADOS EN “PARQUE WALTER T. DEININGER”



Visita al parque Walter T. Deininger



Cueva.



Curso de cuerdas altas.

Circ



Plataformas en área de camping.

Tabla 191. Elementos identificados en Parque Walter T. Deininger.

ECO PARQUE EL ESPINO, SANTA TECLA, LA LIBERTAD.

El parque dispone de tres senderos que se recorren en un máximo de 45 minutos. En ellos, hay cultivos de noni, árboles robustos con más de 200 años de vida y también cafetales frondosos.

Entre sus atractivos principales se encuentra el puente de hamaca de 24 metros de largo. También se aprecian las aves residentes de la finca tales como clarineros, tucanes, gallinas, chachas, gallinas de monte y urracas. Asimismo, hay animales silvestres como micoleones, armadillos (mejor conocidos como cuzucos), conejos, cotuzas, entre otros.

El segundo atractivo es el sitio llamado “El Infiernillo”, una pequeña área de tierra donde se experimenta la temperatura del vapor volcánico que emana de las profundidades de la tierra.

El lugar culmen de la caminata de 45 minutos es el mirador, cuya altura es de 1, 233 metros sobre el nivel del mar. En él, se aprecia una espectacular vista panorámica de la urbe capitalina que contrasta con el tesoro natural de la Cordillera del Bálamo.

Cabe destacar que dentro de los esfuerzos de la Asociación está el proceso y comercialización de café orgánico procedente de los cafetales protegidos de la Finca. Este producto puede adquirirse en el parque y en supermercados de la capital. También son generadores de miel de abeja.

| ECO PARQUE EL ESPINO, SANTA TECLA, LA LIBERTAD. | |
|--|---|
| Productos y servicios que ofrecen | Senderismo Miradores Avistamiento de Animales Bici montaña Área de Acampar Tours al Beneficio de café de Zapotitán. |
| Costos de servicios | Entrada General adultos (nacionales): \$1.50 Parqueo: \$1.50 Alquiler de bicicleta: \$1.00 Alquiler de cabañas: pequeña: \$25.00, grande: \$50.00 Venta de café orgánico (Bolsa de 1 libra) a \$3.50 Miel procesada por la Cooperativa a \$4.00 la botella Costo de acampar: \$5.00 |
| Vías de acceso | La calle al volcán (vía de acceso al eco parque el espino), es una vía en muy buen estado razón por la cual no hay impedimento para acceder al lugar y básicamente cualquier tipo de automóvil podría hacerlo. |
| Señalización y seguridad | Senderos señalizados de las rutas, e informativos. |
| Forma de organización | Comunitaria, Cooperativa Espino de R. L. |
| Tipo de turista que los visita | Nacionales y extranjeros. |
| Promoción turística | Televisión, Ministerio de turismo, redes sociales. |
| Alianzas | Ninguna. |

Tabla 192. Ficha informativa de Eco Parque El Espino.

ELEMENTOS IDENTIFICADOS EN "ECO PARQUE EL ESPINO, SANTA TECLA



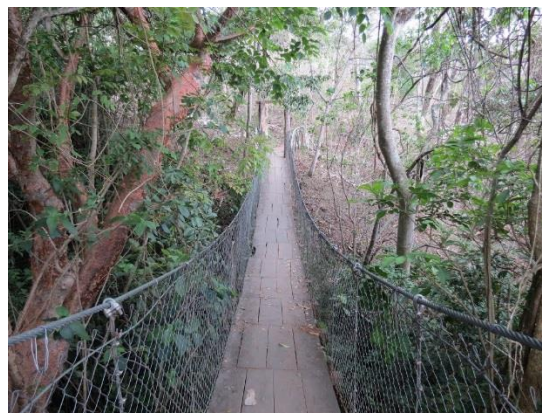
Entrada al eco parque El Espino



Fumarolas en el Eco parque



Mirador en el Eco parque



Puente de hamaca en el eco parque.

Tabla 193. Elementos identificados en Eco Parque El Espino.

B) EVALUACIÓN DE LA COMPETENCIA.

Para determinar la competencia más fuerte a la que se enfrentará el municipio Guazapa Tours y el municipio de Suchitoto en cuanto a la articulación turística a proponer, realiza una evaluación a la competencia con base a diferentes criterios:

| Criterio | Puntaje |
|---|---|
| Vías de acceso | 1 Malo 3 Regular 5 Bueno 7 Excelente |
| Variedad turística | 1 De 1-3 Actividades para realizar 5 De 4-6 Actividades para realizar 10 más de 7 Actividades para realizar |
| Historia, cultura y aventura | 3 Un elemento de los tres. 5 Dos elementos de los tres. 7 Los tres elementos. |
| Instalaciones e identificación del destino | 3 Regular 5 Bueno 7 Excelente |
| Trabajo comunitario | 3 Organización propietario único 5 Organización pública 7 Organización comunal |
| **Puntaje máximo posible a obtener 38 puntos. | |

Tabla 194. Criterios y puntaje de evaluación de la competencia.

| Iniciativas | Gasto promedio p.p. | Vías de acceso | Variedad turística | Historia, cultura y aventura | Instalaciones e identificación del destino | Trabajo comunitario | Total |
|---|---------------------|----------------|--------------------|------------------------------|--|---------------------|-------|
| Asociación Cooperativa Los Pinos | \$16.00 | 7 | 3 | 3 | 5 | 7 | 25 |
| La Montañona, Chalatenango. | \$16.00 | 5 | 3 | 5 | 5 | 7 | 25 |
| Asociación Cooperativa "El Manzano" de RL | \$17.00 | 3 | 3 | 5 | 5 | 7 | 23 |
| Parque de Aventura, Walter T. Deininger. | \$7.50 | 7 | 5 | 3 | 7 | 5 | 27 |
| Eco Parque El Espino | \$6.00 | 7 | 3 | 3 | 5 | 7 | 25 |

Tabla 195. Comparación y evaluación de iniciativas de la competencia.

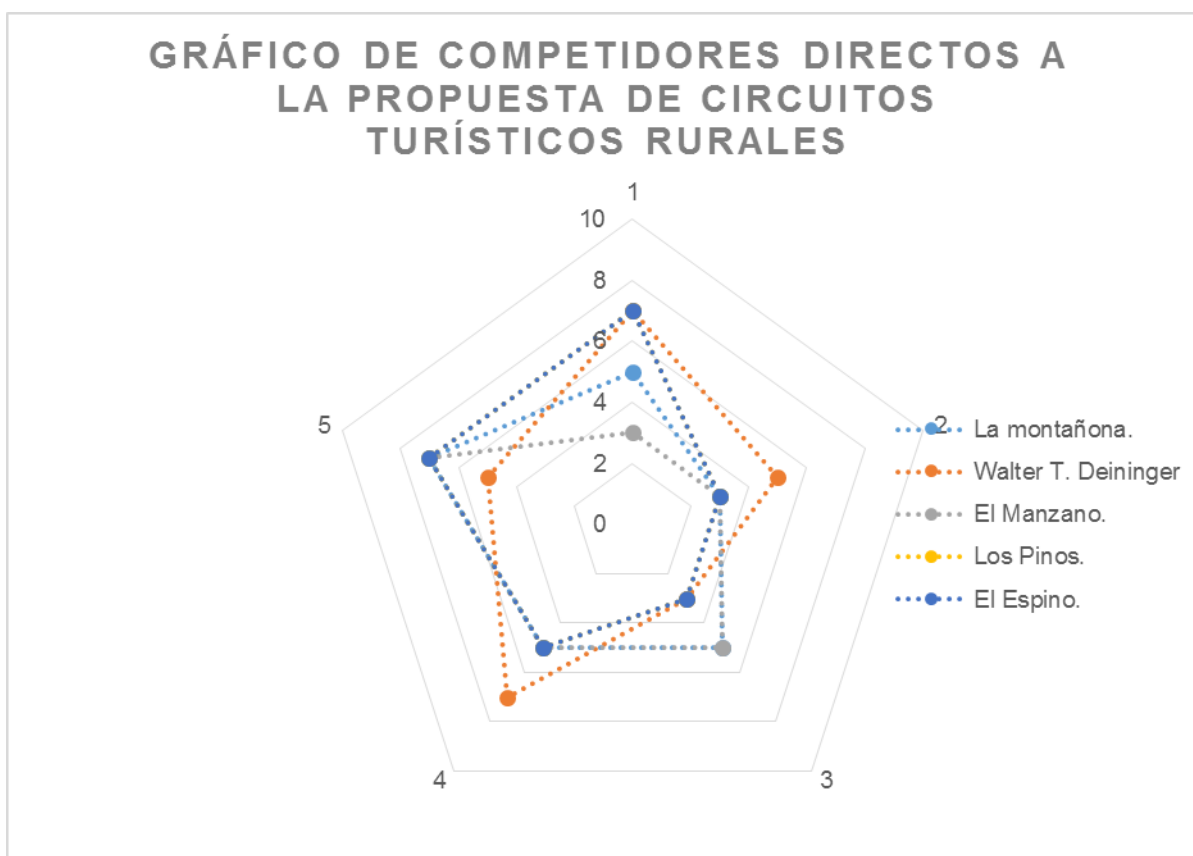


Gráfico 133. Gráfico de competidores directos a la propuesta de circuitos turísticos rurales.

A partir de la tabla y el gráfico anterior es posible identificar que las iniciativas que representan competidores directos más fuertes para la cooperativa Guazapa Tours de R.L., son aquellas cuyo rombo abarca mayor área en el gráfico, tomando en cuenta que cada vértice del gráfico representa un criterio de evaluación, se definen como máximos

posibles competidores el perteneciente a la figura naranja (Parque Walter T. Deininger) donde sus mayores fortalezas son la facilidad de acceso y la buena señalización e identificación del lugar; por otra parte, la figura de color amarillo, celeste y azul (Los Pinos, La Montañona y El Espino, respectivamente) tienen el mismo puntaje debido a que en algunos criterios tienen una buena fortaleza pero en otros no es así.

Al incluir a la cooperativa Guazapa Tours de R.L., y el municipio de Suchitoto, lugar donde se implementaría la propuesta de circuitos turísticos rurales y las respectivas valoraciones para cada criterio de evaluación, el resultado es el siguiente:

| Iniciativa | Gasto promedio p.p. | Vías de acceso | Variedad turística | Historia, cultura y aventura | Instalaciones e identificación del destino | Trabajo comunitario | Total |
|----------------------------------|---------------------|----------------|--------------------|------------------------------|--|---------------------|-------|
| Guazapa Tours de R.L., Suchitoto | * | 5 | 10 | 7 | 7 | 7 | 36 |

Tabla 196. Valoraciones para la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto.

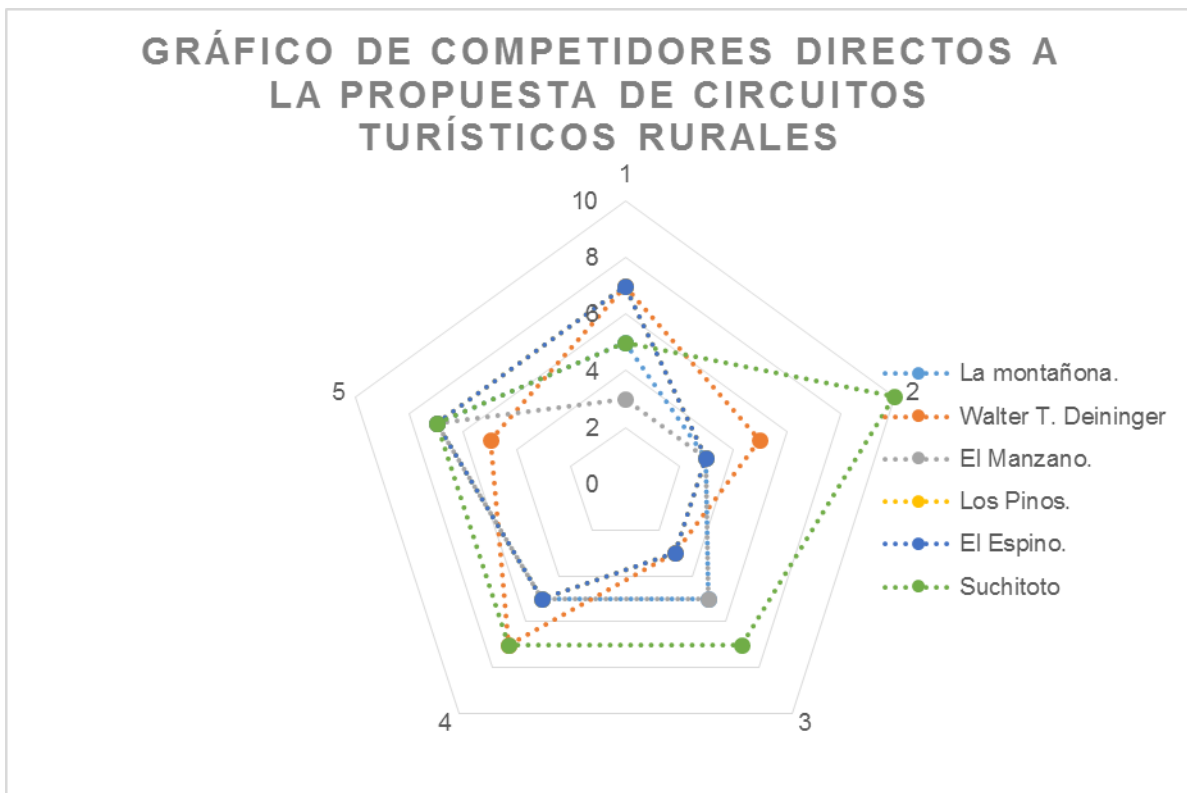


Gráfico 134. Comparación de competidores con la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto.

En el gráfico anterior se observa que la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto, tendría muchas fortalezas en diferentes áreas, principalmente en el conjunto de conceptos de turismo rural comunitario que abarcaría, la amplia variedad actividades a realizar que incluiría, entre otros, lo cual muy posiblemente lo convertiría en un destino muy atractivo para el turista, aumentando de esta forma el flujo de turistas en Suchitoto y por supuesto en el área rural.

F. MERCADO DISTRIBUIDOR.

Metodología de investigación del mercado distribuidor.

Marco conceptual

- Definición de los principales conceptos en cuanto a canales de distribución en los servicios turísticos.

Antecedentes del mercado.

- Breve investigación de la evolución de los servicios de distribución en el sector turismo en El Salvador.

Investigación de campo.

- Entrevista con entes involucrados en el servicio turístico: establecimiento de la situación actual de la comercialización de los servicios turísticos de GuazapaToursdeR.L., identificación de lugares a nivel nacional con mayor demanda, conocer de primera mano qué incluyen los servicios de los tour operadores.

Análisis de resultados.

- Estudio de los resultados obtenidos en las entrevistas y los resultados de la investigación de campo.

Esquema 31. Metodología de investigación para el mercado distribuidor.

1. MARCO CONCEPTUAL.

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra.

La diferencia en la distribución de un producto y de un servicio radica en que el servicio en este caso turístico, el lugar de producción es el lugar de consumo simultáneamente, esto lleva al problema de la distribución de un servicio turístico; la oferta se encuentra lejos de la demanda. Es decir que el turista debe desplazarse hasta el lugar de destino.

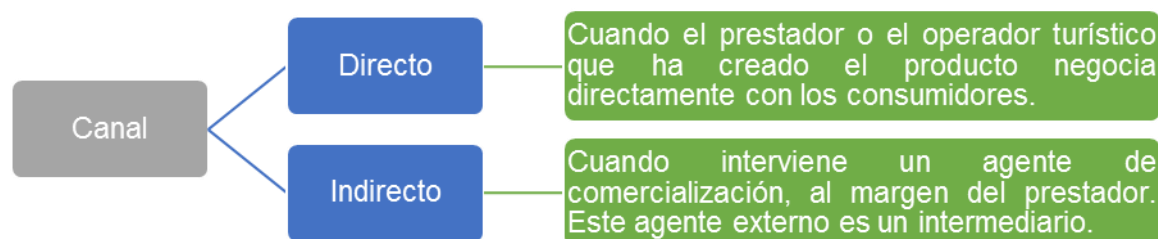
Entre la oferta y la demanda, existen ciertos intermediarios que ayudan a facilitar esta distribución. Dicha cadena de distribución, comienza con la oferta del destino, luego pasa a los tour operadores, luego a las agencias de viajes mayoristas, seguido por las agencias minorista, hasta llegar a los turistas.

En el sector turismo siempre tendrá que existir un intercambio de información en todos los niveles relacionados no solo con los turistas, sino también, con operadores turísticos, que de igual forma necesitan información acerca de vuelos, hoteles, tarifas, etc. Es por eso que la cooperación entre estos niveles da como resultado una red operacional, y la interacción entre ellos es lo que da vida al concepto de turismo.

La función de la distribución en el turismo.

- Incrementar la accesibilidad del potencial consumidor a la información relativa al servicio turístico.
- Facilitar la forma en que se pueden efectuar reservas y/o compras por adelantado.

A) PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN TURISMO.



Esquema 32. Principales canales de distribución turística.

CANAL INDIRECTO O B2B (BUSINESS TO BUSINESS)

Este tipo de canal implica la existencia de intermediarios entre el consumidor y los productos, supone establecer acuerdos entre las partes para el buen funcionamiento de las mismas.

Al igual que con los bienes consumibles puede elegir entre distribuciones extensivas, intensivas y selectivas o exclusivas.

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

- Agencias Mayoristas o Tour operadores (TTOO)
- Agencias Minoristas.
- Agencias Mayorista/Minorista.

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

Agencias Mayorista o Tour operadores (TTOO)

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

Se encargan de la elaboración y distribución de productos turísticos completos, mediante la fusión y combinación de productos turísticos de un destino (ensamble de productos turísticos), que suelen incluir desplazamiento, alojamiento, restauración y visitas guiadas, comercializándolos bajo su marca.

Entre otros productos y servicios que se pueden señalar se encuentran los siguientes:

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

Los canales de distribución empleados por los Mayoristas/ TTOO son los siguientes:

- Venta a través de canales propio.
- Venta a través de canales propios y a través de agencias de viajes minoristas.
- Venta a través de agencias de viajes minoristas.

Agencias de Viajes Minoristas.

Estos son los llamados intermediarios entre los mayoristas y el consumidor final, y su función es concretar en su establecimiento la adquisición de cualquier clase de producto turístico, desde los confeccionados por los mayoristas hasta los demandados por el cliente, tanto de forma global como de forma individual; a diferencia con los mayoristas los minoristas no puede distribuir sus productos entre otras agencias. Entre los productos que comercializan se incluyen:

- Paquetes provenientes de tour operadores, donde el producto viene totalmente definido en muy alto grado, si bien cada vez es mayor la flexibilidad en algunos aspectos como el tipo de alojamiento o extensiones del viaje.
- Productos básicos que generalmente son requeridos ante una demanda específica y explícita de un cliente: transporte, alojamiento, u otros.
- Productos complementarios: seguros, espectáculos, visitas y excursiones, renta de autos, cambio de moneda extranjera.

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

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

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

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

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

Agencias Mayoristas/Minoristas

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

CANAL DIRECTO O B2C (BUSINESS TO CONSUMER)

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

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

Entre los canales directos se encuentran:

- Agencia a la calle
- Sitio Web
- Centro de Contacto
- Venta por Catálogo

Aspectos a considerar para seleccionar un canal de distribución

- Características del producto que determinen la necesidad de intermediarios, qué tan amplio o extenso se necesitará el servicio, ya que algunos servicios que ofrecen los tours operadores serán realizados por el personal de los propietarios dentro de los comités que se realizan como los guías turísticos.
- Características del mercado analizando los segmentos a los que están dirigido el turoperador.
- Limitaciones legales: si es restrictiva y limita la distribución y venta de productos-servicios.
- Relación con otros canales de distribución, para poder hacer alianzas y realizar una red más amplia del servicio.
- Características de los intermediarios, considerando su disponibilidad y eficacia. Los objetivos estratégicos que se han establecido: posicionamiento que se desea, cobertura del mercado que se pretende alcanzar.

2. FORMAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ACTUALES EN SUCHITOTO.

Actualmente, algunas de las iniciativas cuentan con algún canal de distribución, ya sea éste directo, indirecto o ambos. Los canales de distribución utilizados por las iniciativas son:

CANALES DIRECTOS.

- **Agencia a la calle.**

En este caso el consumidor o turista llega al punto de venta o prestación de servicio, lo adquiere y lo consume al instante, si ningún tipo de intermediarios, es como servirse así mismo.

- **Sitios web.**

En este tipo de canal el turista o consumidor chequea por medio de internet, en la página Web del lugar, los servicios y paquetes que se brindan, realiza reservaciones y luego se dirige al lugar donde le brindarán los servicios reservados, o simplemente se dirige hasta el lugar destino a consumir los servicios ofertados por parte del restaurante flotante y sus respectivas lanchas en el caso de los paseos.

CANALES INDIRECTOS.

- **Centro de contacto.**

En este caso las personas que desean visitar Suchitoto o los municipios aledaños a este, realizan una llamada telefónica con el dueño del Ferry "La Luna" quien a través del apoyo de su hermano les brinda el servicio del Ferry el cual brinda paseos desde el Puerto San Juan hasta San Francisco Lempa, San Luis del Carmen u otros lugares de interés por parte del turista y viceversa.

El Ferry "La Luna" donde viajar es un placer, es el lema de su dueño, brindando servicios desde Lago Suchitlan (Embalse Cerrón Grande), Chalatenango y Cuscatlán, el compromiso de sus propietarios hacer vivir una experiencia inolvidable con amabilidad y excelente servicio a todos sus ocupantes (turistas visitantes).

Ofreciendo traslados de:

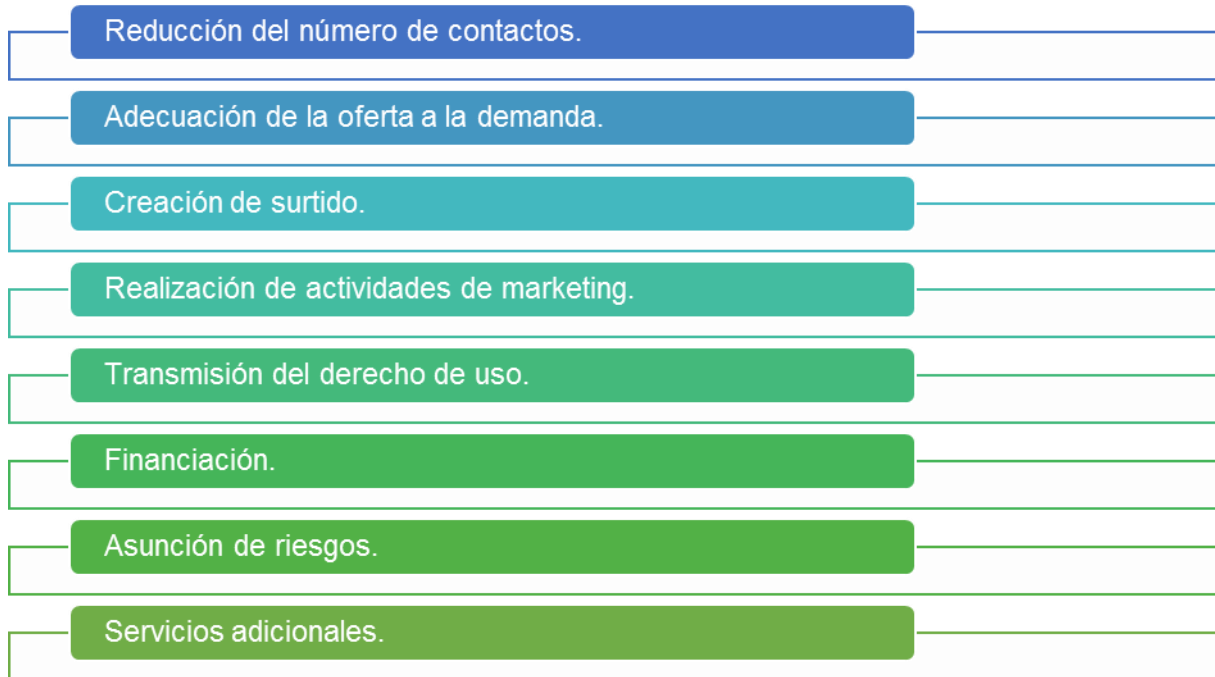
- Vehículos
- Personas
- Excursiones
- Eventos sociales

- **Tour operadores.**

En este caso es utilizado un Tour Operador o una Agencia Minorista para poder dar a conocer el servicio ofertado. La iniciativa oferta sus servicios a través del TTOO y cuando el cliente compra el servicio al TTOO, la iniciativa otorga al TTOO una comisión del 10% o según criterios previamente establecidos sobre el precio

de venta del paquete adquirido por el cliente, en recompensa a su ayuda para la promoción del servicio.

PRINCIPALES FUNCIONES DE LOS INTERMEDIARIOS.



Esquema 33. Principales funciones de los intermediarios.

A) OPERADORES TURÍSTICOS.

Aunque no hay una definición exacta sobre lo que es un tour operador, podría decirse en forma amplia, que es un encargado de consolidar servicios, generalmente en el destino. Este proceso lleva a cabo la intermediación entre el mayorista que vende al cliente final, y el destino turístico con todos los servicios implicados en el proceso de visitación del turista. O bien provee los servicios y la intermediación coordinada directa al cliente final.

La principal característica del operador turístico es que desarrollan productos basados en la facilitación y contemplación de los recursos y atractivos turísticos en la estadía del destino. A estos productos se les llama excursiones o tours. Integrando alrededor de estos todos los servicios relacionados en la visita como lo son traslados, alojamiento, alimentación, servicios complementarios, parques, etc.

Muchos operadores tienen una amplia oferta de excursiones y tienen en sus propuestas actividades que van desde lo cultural, aventura, arqueológico, entre otros. Sin embargo, dentro de estos encontramos prestadores especializados en nichos específicos como son: la aventura, eco-turismo, turismo rural, arqueológico, agroturismo, turismo científico, etc. Estos expertos se localizan en el lugar que se prestarán los servicios turísticos (país, región, zona), actúan como representantes de las agencias emisoras en los mercados de origen ante los usuarios de servicios de su entorno geográfico y se encargan de gestionar

todas sus peticiones.

En El Salvador, por ejemplo estos dan información a los clientes (agencias mayoristas, agencias de viajes, clientes directos) acerca de las posibilidades del lugar elegido para sus vacaciones. Reciben a los turistas, los acomodan, solucionan deficiencias, gestionan nuevos servicios que los clientes demanden durante su estancia, vinculan a los turistas con los destinos y los servicios que este necesita, provee excursiones, promueve áreas rurales para su visita llevando desarrollo y beneficiando así a sus pobladores.

El operador de turismo invierte en promoción en el extranjero para atraer turistas de mercados específicos, viaja a ferias con el producto turístico que incluyen servicios sueltos o amarrados a través de paquetes turísticos.

Este tipo de paquetes incluyen traslados, alojamiento, excursiones, alimentación, renta de vehículos, recuerdos, etc., de diferentes destinos incluidos en un itinerario determinado. Así mismo, el turista ya en el destino consume otros servicios que complementan la experiencia de su estadía.

ESTRATEGIA DE PLAZA O DISTRIBUCIÓN³⁰.

La distribución es la manera en que se pondrá el producto y/o servicio en el mercado teniendo en cuenta el target al que va dirigido. Existen dos formas de colocar el producto en el mercado, de manera “directa” o “indirecta”. Cuando se habla de una distribución directa, es cuando la empresa que produce el producto y/o servicio es el mismo quien lo vende o hace llegar al consumidor final.

Y cuando se habla de distribución indirecta, es cuando la empresa que produce el producto y/o servicio no es el mismo quien lo vende o quien lo hace llegar al consumidor final, sino que intervienen otras personas o entidades que realizan esta función llamadas intermediarios.

A continuación, se describen algunas estrategias de distribución que también pueden ser utilizadas en la industria del turismo, basadas en la cobertura adecuada para una mejor distribución de acuerdo al número de intermediarios que intervengan:

- **Distribución intensiva.**

En una distribución intensiva la empresa busca el mayor número de puntos de venta posible, múltiples centros de almacenamientos para asegurar la máxima cobertura del territorio de ventas y una cifra de ventas elevadas. La ventaja de esta distribución es la de maximizar la disponibilidad del producto y/o servicio.

- **Distribución selectiva.**

Es cuando se recurre a un número inferior de intermediarios disponibles; es decir, solo algunos pueden vender el producto y/o servicio. Esta estrategia es indicada para productos de compra reflexiva, donde el comprador realiza las comparaciones de precios y características de los productos.

³⁰ <http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/04/estrategia-marketing-distribucion.html>.

- **Distribución exclusiva.**

Es cuando un solo distribuidor recibe el derecho de vender la marca y se compromete a no vender marcas competitivas en la misma categoría. Esta estrategia es útil cuando el fabricante quiere diferenciar su producto por una política de alta calidad, de prestigio o de calidad de servicio. La estrecha relación entre distribuidor y productor favorece la puesta en marcha de este programa de calidad.

ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN O COMUNICACIÓN.

Cuando las características de un producto y/o servicio con respecto a las de otros productos de la competencia son idénticas, las estrategias de promoción son utilizadas para ganar mercado dentro del público consumidor, además de obtener un incremento en el volumen de ventas. Las estrategias de la mezcla de promoción o mix promocional son dos básicamente: la promoción de empuje y la promoción de atracción. El énfasis relacionado con las herramientas de promoción específicas difiere para ambas estrategias según las fases que atraviesa el producto y/o servicio en su ciclo de vida. Así en la fase introductoria, la publicidad y las relaciones públicas son eficaces para crear conciencia en el servicio o producto y la promoción de ventas resulta útil en las primeras pruebas. La venta personal debe usarse para que el mercado impulse el producto a la fase de expansión; la publicidad y las relaciones públicas continúan siendo efectivas mientras la promoción puede reducirse, porque aquí se necesitan ya pocos incentivos. En la fase de madurez, la promoción de ventas vuelve a cobrar importancia en relación con la publicidad. En la fase de declive, la publicidad se mantiene como elemento recordatorio, las relaciones públicas dejan a un lado y apenas es necesario que los vendedores sigan prestando atención al producto, la promoción de ventas, sin embargo, debe continuar con firmeza.

- **Estrategia de atracción.**

El productor dirige sus actividades de Marketing (principalmente publicidad y promoción ante consumidores) hacia los consumidores finales para animarlos a comprar el producto.

Si la estrategia de atracción es eficaz, entonces los consumidores demandarán el producto a los miembros del canal, quienes a su vez lo solicitarán a los productores. Así, con una estrategia de atracción, la demanda de los consumidores “hala” el producto a través de los canales de distribución.

- **Estrategia de empuje.**

Implica “empujar” el producto hacia los consumidores finales a través de los canales de marketing. El productor dirige sus actividades de Marketing (primordialmente las ventas personales y la promoción comercial) hacia los miembros del canal para incitarlos a que adquieran el producto y lo promuevan ante los consumidores finales.

| REGISTRO DE TOUR OPERADORES DE EL SALVADOR | | |
|--|---|---|
| <p>Sapito Tour sapitotours@gmail.com</p> | <p>Divertidas e interesantes aventuras. Disfrute con su familia y amigos de actividades culturales, recorridos turísticos, bandas y grupos musicales, alboradas, comidas, dulces típicos y mucho más.</p> |  |
| <p>AVITOURS DMC http://www.avitours.com. SV</p> | <p>Cerro verde y tour de café, Ruta de las Flores, Complejo de los Volcanes y Lago de Coatepeque, Parque Nacional El Imposible, Reserva Montecristo, Laguna de Alegría, pueblos artesanales y coloniales.</p> |  |
| <p>Salvadorean Tours www.salvadoreantraveltours.com bookings@salvadoreantraveltours.com</p> | <p>Comasagua, Ruta de las Flores, Tour ecológico, Complejo de los Volcanes/Coatepeque</p> |  |
| <p>Eco Mayan Tours Dmc ecomayantours@integratours.com.sv http://www.ecomayantours.com</p> | <p>Pueblos de artesanos y coloniales. Tour rurales (Comunidad de Pescadores La Pirraya, Comunidad de Artesanos en Guazapa, Ruta de la Paz, Cabalgata a la Mora y al Cerro Guazapa, Cultivo de Hortalizas en Chalatenango). Ruta de las Flores y del Café.</p> |  |
| <p>Gringo Tours www.elgringosuchitoto.com/tours.htm</p> | <p>Ecoturismo y turismo rural. Suchitoto, Cinquera, Guazapa, La Palma/El Pital/ Miramundo. Ruta de las Flores.</p> |  |
| <p>Talapos Tour http://www.turismoelsalvador.com Chalatenango Chalatenango, Zona Baja: (503) 7744 7233</p> | <p>Divertidas e interesantes aventuras. Disfrute con su familia y amigos de actividades culturales, recorridos turísticos, bandas y grupos musicales, alboradas, comidas, dulces típicos y mucho más.</p> |  |

Tabla 197. Tour operadores de El Salvador.

3. ANTECEDENTES DEL MERCADO.

La llegada de la paz en la década de los 90's supuso el comienzo del despegue definitivo del turismo en El Salvador. A partir de esta década los cambios en este sector fueron notables y por ende la oferta turística también tuvo su evolución con las iniciativas turísticas a desarrollar. Nuevos destinos que habían permanecido ocultos se insertaron en el mapa turístico, y con el aumento de turistas que se generó surgieron nuevas empresas tour operadoras, con el propósito de ofrecer paquetes de destinos turísticos a las personas nacionales o extranjeras que deseaban visitar el país.

En el año 1996, según registros de CORSATUR, 18 compañías estaban manejando turistas en El Salvador. Sin embargo al comparar esta cifra con las estadísticas que formaban otros países de Centroamérica, el sector de operadores del país, junto con Nicaragua, contaban con el menor número de estos en la región; Costa Rica contaba con 162 empresas de turismo receptivo, seguido por Guatemala con 65 operadores, y por lo tanto su oferta era variada y mejor.

En términos reales, el volumen relevante del negocio de los "tours" en El Salvador estaba repartido entre unas nueve compañías, el resto no tiene una participación significativa. Los que llevan el liderazgo, en todo caso, tampoco captan muchos clientes y sus niveles de facturación son modestos. Por citar ejemplos, una de las empresas más exitosas reconoce movilizar 960 pasajeros al año, y otra de las aventajadas atiende a 400. Se trata de un ramo poco relevante y subdesarrollado, la especialización era muy escasa entre las empresas. Por esta razón, en febrero del año 1997 nace una iniciativa por parte de los tour operadores receptivos de El Salvador con el fin de atraer a más extranjeros y aumentar la demanda de turismo; se crea la Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo (ASOTUR) para el desarrollo y promoción de El Salvador como destino turístico. Mediante esta Asociación la mejora de estas empresas fue evidente en cuanto a la calidad y el servicio, y por ende la oferta turística presentada era mucho mejor.

Con el paso de los años más pequeñas empresas se han unido a esta asociación y han surgido otras más, debido a la evolución que ha tenido el turismo en el país, aunque ha sido leve pero positiva. Los operadores turísticos, están tomando un papel muy significativo en el desarrollo del turismo de playa en El Salvador, porque hay que recordar que es un sector que ha tenido su evolución desde la década de los 70's, por considerarse la zona de mayor atractivo en El Salvador debido a la belleza de sus playas y la intensidad de sus olas, lo que las ha hecho popular a nivel nacional y sobre todo a nivel internacional; por lo tanto esta investigación está dirigida a optimizar la oferta de paquetes turísticos de playa que ofrecen las empresas tour operadoras del país, así como también les ayudara en otras categorías de destinos turísticos que ofrezcan al turista interno.

Gradualmente el país le va apostando a la reactivación del turismo en todo el país, a esto se encaminan las políticas del gobierno central a través del Ministerio de Turismo con el objetivo de posicionar a El Salvador como un sitio turístico a nivel internacional.

4. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

A) FUENTES PRIMARIAS DE INFORMACIÓN.

La información primaria en el proceso de investigación, es la que se consulta directamente a la fuente de estudio, donde el equipo de investigación se encarga de diseñar los instrumentos de recolección de información para así tener una mayor efectividad en el proceso que se está realizando.

La importancia de la investigación primaria radica en que la obtención de la información no tiene vicios de forma ni de fondo, ya que el investigador llega directamente a su recaudo en primera intención.

De esta manera, el equipo de investigación diseñó un breve y sintetizado cuestionario³¹ para en lo posible realizarlo en forma entrevista a algunos representantes de estas empresas, por ello se escogieron algunos tour operadores tanto de Suchitoto como a nivel nacional para poder realizarles el cuestionario, de donde se obtuvieron los siguientes resultados:

³¹ El cuestionario puede revisarse en el ANEXO D.

Entrevista realizada a Sapito Tours.

Representante: Luis Carranza.

1. ¿Qué servicios y/o productos incluyen los paquetes que ofrece a los turistas?

Ofrecemos una gama de servicios turísticos para diferentes tipos de clientes, si bien es cierto se promueven diferentes lugares del país somos más locales, donde les ofrecemos transporte básicamente desde cualquier lugar del país, comodidades que requieren, comunicación en el lenguaje de ellos, experiencias y vivencias únicas como montar a caballo, que entren a un tatoo entre otras, servicios de calidad, una botella con agua. Ya que lo que más importante para ellos es conocer nuestra cultura, saber cómo vivimos ya que para ellos (turistas extranjeros) somos “exóticos”.

En cuanto al transporte tenemos muchas alianzas estratégicas de manera que a través de subcontrataciones les damos el transporte necesario desde cualquier lugar del país.

2. De los paquetes que ofrece, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas tienen mayor afluencia de turistas actualmente?

Suchitoto y sus alrededores, La Palma Chalatenango, Cerro Verde Santa Ana y el Lago de Coatepeque en Santa Ana.

3. Entre la oferta turística que brinda, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas considera que son parte del turismo rural?

El Cerro Verde y Suchitoto y sus alrededores como Cinquera, Cihuatán, entre otros.

4. ¿Cuáles son los requisitos que el o los propietarios de una zona turística tienen que pactar con ustedes para que oferten la zona turística?

- Garantizar la Seguridad de la zona
- Costos accesibles
- Cortesía para nuestros guías
- Guías locales

5. ¿Qué medios utiliza para darse a conocer al mercado?

Ofrecer servicios responsables y de calidad, promoción de boca en boca, páginas web, medios de comunicación internacionales, la personalidad y actitud amable con la que se atienden a los clientes, redes sociales y alianzas estratégicas con algunos establecimientos e instituciones como el MITUR, restaurantes, hoteles, entre otros.

Cuestionario dirigido a La Ruta del Guerrillero.

1. ¿Qué servicios y/o productos incluyen los paquetes que ofrece a los turistas?

Una oferta bien variada que va desde rutas naturales e históricas pasando por circuitos de sol y playa hasta city tours.

Abarcamos:

Ruta de los volcanes Santa Ana, Izalco, San Vicente, Conchagua y Tecapa.

Rutas de deportes extremos como Rappel en Los Tercios Suchitoto y cascada San Antonio, Ruta de Paz, Ruta Fresca, Ruta de Las Flores y La Ruta del Guerrillero que abarca El Manzano, La Montañona, Cinquera y Tecoluca, Ruta arqueológica, city tour Monseñor Romero y centro Histórico entre otras.

2. De los paquetes que ofrece, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas tienen mayor afluencia de turistas actualmente?

Las rutas donde ofrecemos senderismo y la ruta de volcanes.

3. Entre la oferta turística que brinda, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas considera que son parte del turismo rural?

Las rutas de El Manzano, La Montañona, algunas zonas de Ruta de Paz y Cinquera.

4. ¿Cuáles son los requisitos que el o los propietarios de una zona turística tienen que pactar con ustedes para que oferten la zona turística?

- Garantizar la Seguridad de la zona
- Costos accesibles
- Cortesías para nuestros guías
- Condiciones adecuadas dentro del producto o servicio
- Lealtad en el acuerdo a establecer
- Guías locales
- Involucramiento de la comunidad en las actividades a realizar

5. ¿Qué medios utiliza para darse a conocer al mercado?

Redes sociales y participación en Ferias Internacionales y Ruedas de Negocios organizadas por MITUR.

Cuestionario dirigido a Talapo Viajero Tours.

El cuestionario está dirigido a empresas intermediarias para la prestación de servicios turísticos con el fin de conocer su función como canales de distribución del turismo en El Salvador.

1. ¿Qué servicios y/o productos incluyen los paquetes que ofrece a los turistas?

Transporte terrestre, acuático, aéreo, alojamiento en hoteles, hostales, alquiler de casa de montañas y playa, alimentación, refrigerios, recuerdos artesanales y guía turísticos.

2. De los paquetes que ofrece, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas tienen mayor afluencia de turistas actualmente?

Ruta de las flores, el arqueológico y sol y playa para los extranjeros o hermanos en el extranjero. Y para los nacionales, los diferentes festivales, paseos al mar, lago o ríos.

3. Entre la oferta turística que brinda, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas considera que son parte del turismo rural?

- Ruta de los pueblos originales (Santo Domingo de Guzmán y la cascada el Escuco),
- La Ruta de la fruta en los Nonualcos (Santa María Ostuma y San Pedro Nonualco)
- La Ruta de aventura en la Costa de los Nonualcos
- Estero de Jaltepeque y la isla de tasajera
- Teculuca – la pita e isla Montecristo
- El Lago de Coatepeque con olor a café _cooperativa los pinos

4. ¿Cuáles son los requisitos que el o los propietarios de una zona turística tienen que pactar con ustedes para que oferten la zona turística?

- Que tenga accesibilidad para llegar
- Seguridad para desplazarse en todo el recorrido hacia el destino
- Higiene en la prestación de los alimentos
- Limpieza y comodidad en la estadía y alojamiento
- Que el entretenimiento y las actividades turísticas estén definidos con tiempos y precios.
- Sobre todo que mantenga los precios por periodos de por lo menos unos dos años y nos dejen margen de ganancia dándonos un porcentaje o precios netos que nos permitan ponerles precios y ganar algo.

5. ¿Qué medios utiliza para darse a conocer al mercado?

Revista y periódicos en los extranjeros, periódicos locales, y facebook.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

De acuerdo a las respuestas brindadas en el cuestionario realizado a algunos de los tour operadores a nivel nacional y otros a nivel local en Suchitoto, se puede establecer lo siguiente:



Esquema 34. Síntesis del cuestionario realizado a tour operadores.

Cabe mencionar que la pregunta número dos y número tres fue muy útil para poder determinar los lugares de la competencia a visitar, debido a que poseen el mismo concepto de turismo, tienen una gran afluencia de turistas (de acuerdo a los tour operadores) y por la similitud en los servicios con la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto.

Por otra parte, el análisis del mercado distribuidor, constituye la base para en la siguiente etapa del estudio determinar si le será factible a la Cooperativa Guazapa Tours R.L. el fungir directamente como su único y propio tour operador o de igual manera siempre establecer alianzas con este sector, de manera que ambos obtengan beneficios mutuos.

G. INSTITUCIONES DE APOYO.

En el país existen muchas empresas del sector público y privado que están organizadas para impulsar el sector turismo con el objetivo primordial de velar por la importancia que posee el sector para alcanzar el crecimiento y desarrollo económico de El Salvador.

Entre las instituciones que promueven el turismo se pueden mencionar: Ministerio de Turismo (MITUR), Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR) y demás instituciones privadas encargadas de impulsar el turismo en El Salvador, a continuación se hace mención de ellas:

1. INSTITUCIONES PÚBLICAS.

MINISTERIO DE TURISMO (MITUR).



Ilustración 42. Logo Ministerio de Turismo.

En 2004, el Gobierno de la República de El Salvador, con la llegada del presidente Elías Antonio Saca; se creó el Ministerio de Turismo, por medio del Decreto Ejecutivo N°1, de fecha 1 de junio de 2004, publicado en el Diario Oficial Numero 100, Tomo No. 363³², con el objetivo de fomentar y ordenar el desarrollo de la actividad turística. A su vez, dicha entidad asumió la responsabilidad de la conducción de dos instituciones ya existentes, el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR). Desde entonces, el MITUR se convirtió en el ente rector en materia turística y en el encargado de velar por el cumplimiento de la Política y el Plan Nacional de Turismo, a través de la inclusión de todos los sectores relacionados.

³² www.mitur.gob.sv

CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO (CORSATUR).



Ilustración 43. Logo de CORSATUR.

Nacida un 25 de julio de 1996, por medio del Decreto Legislativo N° 779, CORSATUR es un organismo dependiente del Ministerio de Turismo; sus acciones están encaminadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que la actividad turística se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida en forma sostenible.

Su Junta Directiva está formada por el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Gobernación, el Ministerio de Medio Ambiente y representantes del sector privado. CORSATUR es la primera administradora nacional de turismo en Centro América que obtiene una certificación de calidad ISO 9001-2008 por su “Sistema de Gestión de Calidad”.³³ CORSATUR también apoya a las instituciones públicas y privadas, en la promoción del rescate de los valores naturales, culturales e históricos del país con la finalidad de convertirlos en atractivos turísticos.

INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU).³⁴



Ilustración 44. Logo Instituto Salvadoreño de Turismo.

³³ Rendición de Cuentas. CORSATUR”, junio 2012 – mayo 2013, Ministerio de Turismo, El Salvador.

³⁴ www.istu.gob.sv

Entidad de utilidad pública que nació el 13 de diciembre de 1961. En el año 1996 el ISTU se sujeta una estrategia descentralizada de Turismo a iniciativa del Gobierno Central para lograr ser más competitivos a nivel mundial, con la creación de la corporación salvadoreña de turismo.

El 2 de octubre del 2008, se reformó la Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo, teniendo a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar u excursionismo, en lo que se refiere a la atracción de visitantes hacia dichos Centros.

La reforma de la Ley del ISTU, también tiene como principal propósito el fomento del desarrollo industrial y cultural del país, a través del turismo, fortaleciendo la Recreación Familiar, lo cual estipula la salud mental y física de los salvadoreños, satisfaciendo de manera integral las necesidades recreativas de la población y sobre todo promoviendo la unión familiar, ya que es la base fundamental en la sociedad.³⁵

SECRETARÍA DE CULTURA DE LA PRESIDENCIA.



Ilustración 45. Logo Secretaria de Cultura de La Presidencia.

La Secretaría de Cultura de El Salvador es la entidad encargada de velar por la conservación, fomento y difusión de la cultura en este país. Fue establecida por el Gobierno de Mauricio Funes como una sustitución del Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (Concultura), fundado en 1991.

³⁵ Diario Oficial 30 de Octubre/2008

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA.



Ilustración 46. Logo Ministerio de Agricultura y Ganadería de El Salvador.

EL Ministerio de Agricultura y Ganadería desarrolla diferentes programas de desarrollo a través de la Dirección General de Desarrollo Rural para apoyar la reducción de la pobreza, la desigualdad económica, de género y la exclusión social en El Salvador, mediante el apoyo a las asociaciones de productores y productoras, comunidades rurales y las municipalidades de diversos territorios; mejorando sus capacidades productivas, asegurándoles el acceso a los mercados formales competitivos gracias a los encadenamientos empresariales.

A través de planes como “Amanecer Rural” brinda apoyo financiero, técnico y encadenamientos empresariales para que pequeños y medianos productores y productoras organizadas, micro y pequeñas empresas rurales, asociaciones y cooperativas, productores y productoras de artesanías, iniciativas de turismo rural comunitario, mujeres y jóvenes rurales y familias de ascendencia indígena a nivel nacional; para que sus productos puedan llegar directamente y sin intermediarios a las manos de la población salvadoreña.

El programa trabaja de manera integral con las organizaciones de productores y productoras rurales, brindando:

- Financiamiento a proyectos de productores y productoras rurales que desean mejorar o incrementar su producción.
- Asistencia Técnica Agrícola especializada para proyectos productivos.
- Servicios Financieros Rurales que garanticen el óptimo manejo financiero en las organizaciones.
- Asistencia Mercadológica para que los productos sean innovadores y atractivos para el público en general.
- Encadenamientos Comerciales que garanticen el acceso a mercados formales a los productos rurales.
- Iniciativas de seguridad alimentaria y cambio climático, que incluyen Inversiones en conservación de suelos y actividades forestales.
- Proyectos de Infraestructura social mejorando la calidad de vida de las familias de los beneficiarios y beneficiarias con la construcción de Letrinas, reservorios de agua y cocinas ahorradoras de leña.

MINISTERIO DE ECONOMÍA.



Ilustración 47. Logo Ministerio de Economía de El Salvador.

Uno de los propósitos del Ministerio de Economía es contribuir a la generación de más y mejores empleos a través de mantener un clima favorable a la inversión y consolidar las capacidades productivas y competitivas del país y las empresas del mercado local e internacional.

Por lo tanto, promover el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos, se vuelve uno de los principales fines de esta dependencia del estado.

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

CONAMYPE.



Ilustración 48. Logo CONAMYPE.

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) es una institución que apoya directamente al turismo en El Salvador, así por ejemplo, en coordinación con el Ministerio de Turismo (MITUR) y el programa salvadoreño de investigación sobre desarrollo y medio ambiente, brinda diplomados como: “Diplomado de Turismo Rural Comunitario”, en el que participaron 22 personas miembros de la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario.

El diplomado se impartió durante tres meses, con el objetivo de crear capacidades en las y los participantes para que mejoren el nivel organizativo de las empresas turísticas y que se contribuya a las dinámicas económicas locales, que giran en torno a la producción y comercialización, como parte de la estrategia de desarrollo económico local.

2. INSTITUCIONES PRIVADAS.

CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO (CASATUR).



Ilustración 49. Logo CASATUR.

La Cámara Salvadoreña de Turismo, fue fundada en el año 1978 en pro del desarrollo turístico del país, para impulsar, promocionar y fomentar el turismo. La institución reúne a todas las gremiales del sector privado turístico y es miembro de la Federación de Cámaras de Turismo de Centro América (FEDECATUR). Además trabaja en apoyo al Sistema de Integración Centroamericano (SICA). Es una institución que trabaja en conjunto con el Ministerio de Turismo, para unificar esfuerzos entre la empresa privada y el gobierno y tiene como misión hacer del turismo el sector más importante de la economía nacional, es decir, convertirlo en el primer generador de ingresos por divisas y posicionar a El Salvador como un destino turístico de clase mundial y líder a nivel regional.

ASOCIACIÓN DE RESTAURANTES DE EL SALVADOR (ARES).



Ilustración 50. Logo ARES.

Los antecedentes de la Asociación de Restaurantes de El Salvador dan inicio en el año 1998 cuando un grupo de propietarios de restaurantes entre los que se encontraban los más conocidos y representativos de la ciudad de San Salvador, decidieron reunirse para formar la ARES con el propósito de:

- Establecer buenas relaciones entre colegas para emprender acciones solidarias en beneficio mutuo.
- Promover la unión y la gestión institucional para encontrar soluciones a problemas comunes.
- Facilitar la capacitación del personal mediante la creación de un instituto especializado en formación profesional.
- Gestionar colectivamente condiciones de oportunidad ante proveedores.
- Promover y cuidar la buena imagen de nuestra industria

BURÓ DE CONVENCIONES Y VISITANTES DE EL SALVADOR.³⁶



Ilustración 51. Logo Buró de Convenciones de El Salvador.

El Buró de Convenciones de El Salvador es una entidad sin fines de lucro fundado en agosto de 1973 que tiene como principal objetivo promover el turismo de negocios en el país. Sus fundadores fueron un grupo de hombres de negocios visionarios de las tendencias del turismo, que compartieron el proyecto de “viajes en grupo” por la región centroamericana, por medio de la “Ruta Maya” y no solo se enfocaron en el turismo de ocio, sino también en el turismo de convenciones.

Desde su creación, hace más de 40 años y hasta el día de hoy, el Buró sigue siendo la mejor propuesta en el país para hacer turismo de negocios, porque es generador de una estrategia única para crear un frente común capaz de proveer los servicios profesionales necesarios para dar apoyo en la coordinación y organización de eventos en El Salvador, tal y como se comprometió desde un principio en promover al país como sede para convenciones, congresos, reuniones y otros eventos nacionales e internacionales.

El Buró de Convenciones y Visitantes de El Salvador cuenta con un equipo especializado que coordina, con los organizadores de eventos, visitas de inspección para la selección de locales o salones adecuados, desarrollando durante la estadía, itinerarios y visitas que permitan maximizar el viaje a El Salvador. El país ofrece excelentes facilidades y servicios a costos competitivos, además de una variada lista de atracciones turísticas a pocos minutos de la capital.

HOTELES PEQUEÑOS DE EL SALVADOR (HOPES)³⁷.



Ilustración 52. Logo Hoteles Pequeños de El Salvador.

³⁶ Boletín Buró de Convenciones de El Salvador, 2007.

³⁷ www.hopes.com.sv

La Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador, C.A. fue conformada el 28 de octubre de 2003 por la iniciativa de empresarios hoteleros que toman el reto de iniciar a trabajar unidos con empresarios hoteleros de El Salvador y Centroamérica para trabajar en ofrecer un producto y oferta hotelera que cumplan con las necesidades y exigencias que el turista internacional.

El objetivo que HOPES persigue es el de ser una asociación que contribuye a concientizar a los empresarios pequeños y medianos del sector hotelero a implementar buenas prácticas dando como resultado el ofrecer productos de calidad con ahorros significativos para la actividad de sus hoteles, logrando así la sostenibilidad y competitividad en el tiempo.

HOPES cuenta con una lista de 65 hoteles socios de la gremial en todo el territorio nacional, clasificados por categorías y que cumplen con el estándar mínimo internacional de calidad y servicio al cliente.

ASOCIACIÓN SALVADOREÑA DE OPERADORES DE TURISMO (ASOTUR).



Ilustración 53. Logo Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo.

La Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo (ASOTUR) es una entidad privada apolítica, no lucrativa ni religiosa, que reúne a las más calificadas empresas operadores de turismo del país, pudiendo así ofertar un gran abanico de actividades a realizar en El Salvador como: arqueología, pesca, aventura, ocio, playa, naturaleza, congresos y convenciones, entre otras.

Entre los objetivos de la institución se pueden mencionar:

- Coordinar, organizar y promover el desarrollo turístico de El Salvador en cualquiera de sus actividades y facetas a nivel nacional e internacional.
- Ser un marco de referencia para las actividades turísticas del país, facilitando los mecanismos necesarios para la coordinación entre entidades públicas y privadas, así como los servicios de información requeridos por la proyección del país.
- Fomentar y regular la unidad entre los operadores de turismo, a fin de obtener una representación como sector tanto a nivel nacional como a nivel internacional.



CAPITULO III.
DIAGNÓSTICO DEL TURISMO
RURAL EN SUCHITOTO

III. DIAGNÓSTICO DEL TURISMO RURAL EN SUCHITOTO

A. SÍNTESIS DEL TURISMO RURAL DE SUCHITOTO

El turismo rural comunitario, en El Salvador, surge en gran parte por factores como: la necesidad de diversificar los medios de vida de la población, la urgencia por asegurar el control de la tierra y la necesidad de restauración y conservación de los recursos naturales, históricos y culturales. (Fundación PRISMA, 2010)

En el país, el turismo rural comunitario es aún incipiente, en gran parte porque la política pública no ha apostado en serio por su desarrollo, en comparación con el resto de Centroamérica, varias comunidades campesinas de estos países están ya participando de experiencias exitosas de Turismo Rural Comunitario, cuyo elemento clave para su despegue, ha sido la creación de estructuras de apoyo y la definición de políticas nacionales para el fortalecimiento del sector.

Por ejemplo en Nicaragua, Guatemala y Costa Rica, se han formado Redes de Turismo Rural Comunitario, integradas por pequeños productores, cooperativistas, comunidades indígenas y afrodescendientes, y pequeños empresarios locales que son apoyadas por ONG's, Cooperación Internacional y municipalidades. Estas redes están enfocadas en la capacitación de los actores, en el fortalecimiento de su parte empresarial, desarrollo de destinos, paquetes y comercialización, logrando consolidar un estilo de hacer turismo alternativo a los modelos más convencionales. El caso más concreto de avance es Costa Rica que cuenta con una Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario. (Fundación PRISMA 2009).

Actualmente, el Turismo Rural Comunitario en El Salvador está dentro de un proceso de construcción de bases para su desarrollo, por este motivo es pertinente señalar la necesidad de crear un marco institucional que responda a este contexto donde exista coherencia entre los diferentes instrumentos de política y que los diferentes sectores estén representados en los espacios de decisión. Ya que las experiencias de turismo rural comunitario y de base local llevadas a cabo hasta este momento en el país, han dependido en gran medida de programas y proyectos de cooperación.

El apoyo más notable a este sector se ha logrado mediante la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario (MNTRC), creada en septiembre de 2009, el cual ha articulado los esfuerzos de dinamización y fortalecimiento del sector, para que pueda desarrollarse en el país, asimismo esta, se ha preocupado porque el tema se encuentre en las estrategias y políticas de las instituciones claves del turismo, principalmente incorporándola dentro de la Política Nacional de Turismo.

Es importante destacar que muchas de las experiencias llevadas a cabo en Turismo Rural Comunitario, demuestran que es posible construir una institucionalidad local participativa e incluyente que regule un modelo de turismo propio, donde los actores locales (pequeños empresarios, comunidades, autoridades, vecinos etc.) puedan ser los principales protagonistas de su desarrollo. (Fundación PRISMA, 2010)

Por lo tanto el desarrollo del Turismo Rural Comunitario es un desafío nada fácil de cumplir, pero el potencial del trabajo conjunto de las instituciones y experiencias que impulsan la MNTRC puede ser un comienzo, para consolidar este turismo como un motor de desarrollo en los ámbitos rurales, mediante una estrategia que, a partir del turismo sostenible, busque estimular el elemento socio productivo con la seguridad alimentaria, la conservación del ambiente y con el rescate y promoción de la historia y la cultura de los territorios. (Fundación PRISMA, 2010).

Actualmente el municipio de Suchitoto carece de iniciativas bien desarrolladas que se dediquen al turismo rural ya que la iniciativa que más destaca es Guazapa Tours siendo la única Cooperativa organizada y formal pero que contrasta con la mayoría de las demás comunidades que no están organizadas o no tienen demanda suficiente como para incentivarse a llevar el rubro turístico a niveles más elevados. En Suchitoto la apuesta es aprovechar el potencial turístico alcanzado en el casco urbano para beneficiar iniciativas de turismo rural que necesitan el impulso para desarrollarse y crecer; además con la correcta combinación de servicios se pueden establecer alianzas que combinen la oferta para diversificarla y beneficiar así tanto al área urbana como al área rural de Suchitoto.

B. SÍNTESIS DEL INVENTARIO TURÍSTICO

Un inventario es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos turísticos de una región.

Es importante recalcar que los inventarios de recursos o atractivos turísticos junto con los otros insumos de formación producidos en los procesos de planificación turística constituyen elementos de trascendencia para la toma de decisiones tanto para el sector público como para el privado en los niveles nacional y regional.

Para poder realizar un inventario turísticos se creó una metodología que posee cinco etapas las cuales son:

En la primer etapa se tomaron todas las consideraciones previas para poder realizar un inventario, entre las más importantes se puede mencionar que un inventario es dinámico y sujeto a incorporar información, los productos del inventario turísticos tienen que ser del municipio de Suchitoto y lugares aledaños, que las visitas de los recursos o atractivos turísticos no se restringidas entre otros.

La segunda etapa se procedió a recopilación de información complementaria, con ayuda de medio a o identidades relacionadas con turismo la cual se obtuvo un listado preliminar de 61 recursos o atractivos turísticos del Municipio de Suchitoto y lugares aledaños.

Ya en la tercera etapa que es la del trabajo de campo se hizo una depuración del listado preliminar, con ayuda de criterios de la contraparte que es Cooperativa Guazapa Tours de R.L. dando como resultado 35 recursos o atractivos turísticos, esto se realizó con el propósito principal de generar una herramienta de utilidad, que facilite el trabajo de campo y propicie el dialogo armónico con miras a la diversificación y consolidación de los productos competitivos; también así conocer su categoría, tipo y subtipo de cada producto del inventario turístico.

Obteniendo la información de cada recurso o atractivo turístico con ayuda de la herramienta (ficha) se procede a la etapa número cuatro donde se evaluaron y jerarquización según criterios como: Particularidades, Publicaciones, Reconocimientos, Estado de Conservación, Flujo de turista, Representación territorial, Inclusión en la visita, Demanda Potencial.

Con la evaluación y jerarquización finalizada se presenta el inventario turístico el cual está formado por 35 recursos o atractivos turísticos, de los cuales:

| Jerarquía | Recurso turístico | Rural/Urbano | Cantidad de Recursos o Atractivos Turísticos |
|-----------------|--|--------------|--|
| 2 | Hotel La Barranca | U | 9 |
| | Comunidad San Antonio | R | |
| | Fiesta de Aniversario de Suchitoto | R/U | |
| | Festival del Maíz | R/U | |
| | Desfile tradicional del INSU | U | |
| | Sitio Cenícero | R | |
| | Turicentro Las Américas | R | |
| | Aguacayo | R | |
| | Rio agua tibia | R | |
| 3 | Casa 1800 | U | 22 |
| | Hotel y Restaurante Los Almendros | U | |
| | Academia de Lenguaje Pájaro flor | U | |
| | La Posada de Suchitlán | U | |
| | Casa de la Abuela U | U | |
| | El Tejado | U | |
| | Hostal Los Sánchez | U | |
| | Centro Arte para la Paz | U | |
| | Hotel Blanca Luna | U | |
| | Parque arqueológico Cihuatán | R | |
| | Parque Ecológico bosque de Cinquera | R | |
| | Hacienda Los Nacimientos | R | |
| | Día de la Cruz | R/U | |
| | Festival permanente de arte y cultura | R/U | |
| | Semana Santa sacando a Jesús de Nazaret | R/U | |
| | Fiestas Patrias | R/U | |
| | Feriado del añoil | U | |
| | Fiestas Patronales en honor a la Virgen de Santa Lucia | R/U | |
| | Festival del cerro de Guazapa | R | |
| | Hacienda la bermuda | R | |
| Palo Grande | R | | |
| Hacienda colima | R | | |
| 4 | Puerto San Juan | U | 4 |
| | Centro Histórico de Suchitoto | U | |
| | Sitio Arqueológico Ciudad Vieja | R | |
| | Cooperativa Guazapa Tours de R.L | R | |
| Total | Recursos o atractivos turísticos rurales. | 14 | 35 |
| | Recursos o atractivos turísticos urbanos. | 14 | |
| | Recursos o atractivos turísticos rurales y urbanos. | 7 | |

Tabla 198 Análisis de inventario turístico.

C. SÍNTESIS DEL MERCADO DE CONSUMO

1. TURISMO JOVEN

El 58% de los encuestados son mujeres y un 42% son hombres, que residen en su mayoría en el municipio de San Salvador seguido por el municipio de Mejicanos. La ocupación de la muestra encuestada se dedica en su mayoría a estudiar y el rango de edades mayormente representadas se encuentra entre 18 y 21 años que representa el 47% de la población muestral.

De los diferentes tipos de turismo que existen, las personas encuestadas prefieren el turismo de sol y playa que representa 29%, seguido del turismo de aventura con un porcentaje de 23%. Para el turista joven la preferencia de acompañante son amigos con el 61%, en pareja con un 20% o en familia con el 19%.

La época del año en que el turista joven realiza actividades turísticas es en su mayoría en fines de semana con el 33%, en semana santa con 17%, en las vacaciones agostinas con el 16% y en vacaciones anuales que son generalmente en diciembre con el 16%. En el periodo de un año, el 38% frecuenta entre 4 o más veces un lugar turístico, y la duración de la estadía en el lugar es de un día. El 44% de los encuestados conoció acerca del lugar turístico que visito por medios electrónicos como páginas web y redes sociales.

El 54% de los encuestados tiene un gasto promedio en turismo menor a \$25.00 y el 37% de la muestra tienen ingresos menores a \$200.00, seguido por el 30% que representa el rango de \$200 a \$300. El medio de transporte a lugares turísticos es para el 69% en vehículo propio y los servicios que usualmente utilizan son restaurante y hospedaje con 41% para alimentación y 19% para el servicio de alojamiento.

El aspecto más importante al momento de recibir un servicio turístico es en primer lugar la seguridad, atención al cliente en segundo lugar, precios accesibles en tercer lugar, el acceso a la zona en cuarto lugar y las actividades turísticas a realizar en quinto lugar.

De 118 encuestados el 51% conoce el municipio de Suchitoto con el motivo principal de visita de diversión y descanso con visitas en su mayoría a sitios naturales y a museos y manifestaciones culturales sin visitas por parte del 87% al Centro de Amigos del Turista CAT reconociendo en su mayoría los atractivos del Lago de Suchitlán y el centro histórico e Iglesia Santa Lucía. Del total de encuestados el 53% tenía conocimientos sobre circuitos turísticos rurales pero con el 81% dispuesto a realizar un circuito siendo el circuito de aventura el de mayor preferencia seguido del circuito cultural en segundo lugar, el histórico en tercer lugar, el ecológico en cuarto lugar y en quinto lugar el circuito vivencial. La cantidad de dinero dispuesta a invertir en un circuito se encuentra entre \$10.00 y \$30.00 por el 72%.

El 25% de encuestados conocen la cooperativa Guazapa Tours de R.L y solo 22% ha utilizado los servicios de la Cooperativa, calificándolas como excelente y bueno. La vía de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours es considerada como accesible por el 65%.

La seguridad en el municipio de Suchitoto fue calificada por el 40% como seguro y como relativamente seguro por el 36%. El tipo de publicidad más adecuada para la Cooperativa es según el 62% de la muestra a través de medios electrónicos.

2. TURISMO FAMILIAR

El 50% de los encuestados son mujeres y un 50% son hombres, que residen en su mayoría en el municipio de San Salvador seguido por el municipio de Soyapango y Mejicanos. La ocupación de la muestra encuestada se dedica en su mayoría únicamente a trabajar y el rango de edades mayormente representadas se encuentra entre 30 y 41 años que representa el 43% de la población muestral.

La muestra de turismo familiar en su mayoría conforma un núcleo familiar de cuatro a seis personas con el 52% de encuestados.

De los diferentes tipos de turismo que existen, las personas encuestadas prefieren el turismo de sol y playa que representa 31%, seguido del turismo cultural y rural ambos con un porcentaje de 20% cada uno. La preferencia de acompañante es en familia con el 81%.

La temporada de visita a lugares turísticos se distribuye casi de manera proporcional durante todo el año con las diferentes épocas de vacaciones siendo esta una oportunidad de mantener los niveles de demanda constante todo el año 21% de encuestados que prefieren hacer turismo fines de semana, 21% en vacaciones anuales, 21% en vacaciones de semana santa, 18% en días de asueto y 18% en vacaciones agostinas. En el periodo de un año, el 38% frecuenta entre dos veces un lugar turístico, y la duración de la estadía en el lugar es de un día para el 54%. El 51% de los encuestados conoció acerca del lugar turístico que visitó por medios electrónicos como páginas web y redes sociales y el 34% a través de recomendaciones de terceros.

El 38% de los encuestados tiene un gasto promedio en turismo entre \$26.00 y \$50.00 y el 59% de la muestra tiene ingresos mayores a \$800.00, seguido por el 24% que representa el rango de \$501.00 a \$800.00. El medio de transporte a lugares turísticos es para el 83% en vehículo propio y los servicios que usualmente utilizan son restaurante y visita a museos y parques con 45% para alimentación y 20% para el servicio que brindan museos y parques.

El aspecto más importante al momento de recibir un servicio turístico es en primer lugar la seguridad, precios accesibles en segundo lugar, atención al cliente en tercer lugar, el acceso a la zona en cuarto lugar, las actividades turísticas a realizar en quinto lugar y los juegos y entretenimiento para niños en sexto lugar. El factor más atrayente a la hora de visitar un destino turístico es en primer lugar el entorno natural, luego la seguridad del lugar y el clima.

De 63 encuestados el 22% conoce el municipio de Suchitoto con el motivo principal de visita de diversión y cultura con visitas en su mayoría a sitios naturales y a museos y manifestaciones culturales sin visitas por parte del 94% al Centro de Amigos del Turista CAT reconociendo en su mayoría los atractivos del Lago de Suchitlán y el centro histórico e Iglesia Santa Lucía. Del total de encuestados el 40% tenía conocimientos sobre circuitos turísticos rurales pero con el 92% dispuesto a realizar un circuito siendo el circuito ecológico el de mayor preferencia seguido del circuito de aventura en segundo lugar, el histórico en tercer lugar, el vivencial en cuarto lugar y en quinto lugar el circuito cultural. La cantidad de dinero dispuesta a invertir en un circuito se encuentra entre \$10.00 y \$30.00 por el 70%.

El 13% de encuestados conocen la cooperativa Guazapa Tours de R.L y solo 3% ha utilizado los servicios de la Cooperativa, calificándolas como excelente servicio. La vía de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours es considerada como accesible por el 100%.

La seguridad en el municipio de Suchitoto fue calificada por el 51% como relativamente seguro y seguro por el 37%.

El tipo de publicidad más adecuada para la Cooperativa es según el 51% de la muestra a través de medios electrónicos.

3. TURISMO INTERNACIONAL

Para realizar el sondeo y analizar al turista Internacional, se enviaron correos electrónicos a 38 extranjeros que visitaron el municipio, dichos correos fueron proporcionados por la Academia Pájaro Flor. Del total de correos enviados cinco turistas extranjeros respondieron el cuestionario. Los resultados obtenidos son los siguientes:

El 40% de los encuestados son mujeres y un 60% son hombres, los países de los encuestados son Singapur, Estados Unidos, Inglaterra, Australia y Canadá. La ocupación de la muestra encuestada se dedica en su mayoría únicamente a trabajar y el rango de edades mayormente representadas se encuentra entre 24 y 29 años que representa el 60% del sondeo.

De los diferentes tipos de turismo que existen, las personas encuestadas prefieren el ecoturismo que representa el 23%, seguido del turismo cultural y rural ambos con un porcentaje de 22% cada uno. La preferencia es realizar turismo sin acompañante para el 80%.

Los meses del año de visita a lugares turísticos se distribuye casi de manera proporcional durante todo el año con las diferentes épocas de vacaciones siendo esta una oportunidad de mantener los niveles de demanda constante todo el año 25% de encuestados que prefieren hacer turismo de enero a marzo, 33% de abril a junio, 25% de julio a septiembre, y 17% de octubre a diciembre. En el periodo de un año, el 40% frecuenta dos veces un lugar turístico, otro 40% frecuenta cuatro o más veces y la duración de la estadía en el lugar es de uno a tres días para el 40% y más de una semana para otro 40%. El 58% de los encuestados conoció acerca del lugar turístico que visito por medios electrónicos como páginas web y redes sociales y el 42% a través de recomendaciones de terceros.

El 40% de los encuestados tiene un gasto promedio en turismo entre \$51.00 y \$100.00. El medio de transporte a lugares turísticos es para el 60% en transporte público y los servicios que usualmente utilizan son hospedaje, restaurante, transporte y visita a museos y parques 25% para cada servicio.

El aspecto más importante al momento de recibir un servicio turístico es en primer lugar los precios accesibles, el acceso a la zona en segundo lugar, las actividades turísticas a realizar en tercer lugar, seguridad en cuarto lugar, atención al cliente en quinto lugar y los juegos y entretenimiento para niños en sexto lugar. El factor más atrayente a la hora de visitar un destino turístico es en primer lugar el entorno natural, luego la tranquilidad para descansar y la amabilidad de las personas.

Los encuestados conocen el municipio de Suchitoto y el motivo principal de su visita fueron estudios y descanso con visitas en su mayoría a sitios naturales y a museos y manifestaciones culturales sin visitas por parte del 80% al Centro de Amigos del Turista CAT reconociendo en su mayoría los atractivos del Lago de Suchitlán y el centro histórico e Iglesia Santa Lucia. Del total de encuestados el 100% tenía conocimientos sobre circuitos turísticos rurales con el 100% dispuesto a realizar un circuito siendo el circuito de aventura el de mayor preferencia seguido del circuito ecológico en segundo lugar, el cultural en tercer lugar, el histórico en cuarto lugar y en quinto lugar el circuito vivencial. La cantidad de dinero dispuesta a invertir en un circuito se encuentra entre \$10.00 y \$20.00 por el 40% y entre \$31.00 y \$40.00 por otro 40%.

El 40% de encuestados conocen la cooperativa Guazapa Tours de R.L y han utilizado los servicios de la Cooperativa, calificándolas como excelente y buen servicio. La vía de acceso a la Cooperativa Guazapa Tours es considerada como accesible por el 100%.

La seguridad en el municipio de Suchitoto fue calificada por el 60% como seguro y muy seguro por el 20%. El tipo de publicidad más adecuada para la Cooperativa es según el 40% de la muestra a través de medios electrónicos y otro 20% mediante colaboraciones con otros lugares turísticos.

De la información destacada para el mercado de consumo se identificaron tres perfiles: el de turista joven, familiar y extranjero con la recolección de información se logró identificar las preferencias en turismo de la población encuestada resumidas en el cuadro descrito a continuación:

| Tipo de turismo preferido | Turista joven | | Turista familiar | | Turista internacional | |
|--|----------------------|----------|--------------------|------------------|-----------------------|------------------|
| | Sol y playa | Aventura | Sol y playa | Cultural y rural | Sol y playa | Cultural y rural |
| Preferencia de acompañante | Grupo de amigos | | Familia | | Sin acompañante | |
| Gasto promedio | Menos de \$25 | | \$26.00 a \$50.00 | | \$51.00 a \$100.00 | |
| Ingresos | Menos de \$200.00 | | Mayor de \$800.00 | | - | |
| Medio de transporte | Vehículo propio | | Vehículo propio | | Transporte público | |
| Circuito turístico rural de mayor preferencia | Circuito de aventura | | Circuito ecológico | | Circuito de aventura | |
| Precio dispuesto a pagar por el circuito turístico rural | \$10.00 a \$30.00 | | \$10.00 a \$30.00 | | \$10.00 a \$40.00 | |

Tabla 199 Cuadro resumen del mercado de consumo.

En general la población encuestada prefiere el turismo de sol y playa seguido muy de cerca por la segunda opción que para el perfil joven es el de aventura, para el familiar e internacional varía entre el turismo cultural y rural, por lo tanto mediante el diagnóstico se define el turismo de aventura como el preferido para el turista joven y buscando apostar a un circuito turístico de esta temática; para el turista familiar e turismo cultural y rural con preferencia a los circuitos ecológicos pero dejando también el circuito cultural en segundo lugar de preferencia y por último para el turista internacional el tipo de turismo cultural y rural de preferencia con circuito de aventura a ofrecer.

D. SÍNTESIS DEL MERCADO COMPETIDOR

Sin duda alguna en el sector turismo la competencia constituye un factor muy importante a tomar en cuenta al realizar un estudio de factibilidad, es por ello que en el desarrollo de esta investigación no ha sido la excepción y partiendo de la información secundaria obtenida a través del internet y las páginas web y con una escueta idea de los servicios a incluir en la propuesta de circuitos turísticos rurales, se diseña un perfil del competidor directo para la cooperativa Guazapa Tours de R.L.

Además la información brindada por los diferentes tour operadores a través del cuestionario dirigido a ellos también resultó muy valiosa para poder conocer las rutas y destinos turísticos de mayor demanda a nivel nacional, distinguiendo de estos los que forman parte del turismo rural comunitario a nivel nacional, y así priorizar estas iniciativas para poder visitarlas y conocer de primera mano la forma de prestar sus servicios y los principales elementos de los que se encuentran equipados y así poder formular estrategias de marketing para captar un buen segmento del mercado.

Por todo lo anterior y con los criterios de selección de las iniciativas a visitar los cuales son:

- La iniciativa debe estar incluida entre los destinos turísticos que actualmente tienen mayor afluencia de turistas.
- El destino turístico debe tener aspectos y atractivos similares a los que la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto incluirá, como lo son: naturaleza, aventura, historia y cultura.
- En cuanto sea posible, el destino turístico debe ser administrado por una asociación cooperativa.
- El destino debe tener como una prioridad la conservación del medio ambiente.

Por ello se establece que los destinos turísticos a visitar son:

- ACOPALP (Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria Los Pinos) en El Congo, Santa Ana.
- La Montañona, Chalatenango.
- Asociación Cooperativa Agropecuaria y de servicios múltiples “El Manzano” de RL, en Dulce Nombre de María, Chalatenango.
- Parque de Aventura Walter T. Deininger, La Libertad.
- Eco parque El Espino, Santa Tecla, La Libertad.

De los cuales al evaluar los criterios de: vías de acceso, variedad turística, Elementos de historia, cultura y aventura, instalaciones e identificación del destino y el trabajo comunitario realizado en la iniciativa, se determina que los destinos que representan la competencia directa más fuerte para la propuesta de circuitos turísticos rurales son: parque de aventura Walter T. Deininger (por el concepto de aventura), la Montañona Chalatenango (por el concepto de historia) y Asociación cooperativa Los Pinos (por disponer de elementos evidentemente similares como el Lago de Coatepeque).

E. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Para el planteamiento del problema se debe tener en cuenta el flujo actual de turistas al casco urbano de la ciudad de Suchitoto que es aproximadamente de 80,000 turistas anualmente, esto según datos del Centro de Amigos del turista CAT para el año 2016 con meses de temporadas altas como marzo, agosto y diciembre.

Teniendo en cuenta el actual posicionamiento turístico del municipio de Suchitoto en el área urbana conviene destacar las iniciativas que no están siendo aprovechadas en el área rural, ya que existe diversidad de recursos y atractivos turísticos que el municipio posee y que la demanda actual desconoce, las iniciativas pudiesen combinarse y establecer alianzas estratégicas para tener así una oferta turística variada que incremente el flujo de visitantes, el desarrollo de las comunidades y el mejoramiento de sus condiciones de vida.

La Cooperativa Guazapa tours ofrece únicamente sus servicios siendo este un potencial para ampliar la oferta turística rural del municipio; es decir que la contraparte pueda contribuir como facilitador de las demás iniciativas y viceversa.

Además cada iniciativa se verá beneficiada al ser incluida en el circuito turístico; sin embargo, generalmente las Cooperativas son administradas por familiares y no por la comunidad representada en sí, esto es frecuente cuando los miembros carecen de compromiso para llevar a cabo las actividades de la Cooperativa. Sin embargo es de vital importancia que las iniciativas estén organizadas para poder coordinar de mejor manera los servicios a ofertar a los turistas, además deben ser iniciativas rurales en su mayoría y que busquen el desarrollo de los habitantes de las comunidades.

2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Las técnicas utilizadas para la definición del problema son:

1. Metodología de marco lógico.

Esta es una de las metodologías más utilizadas en el planteamiento del problema y dentro de su estructura se interesa principalmente en: Matriz de involucrados, árbol de problemas y de objetivos.

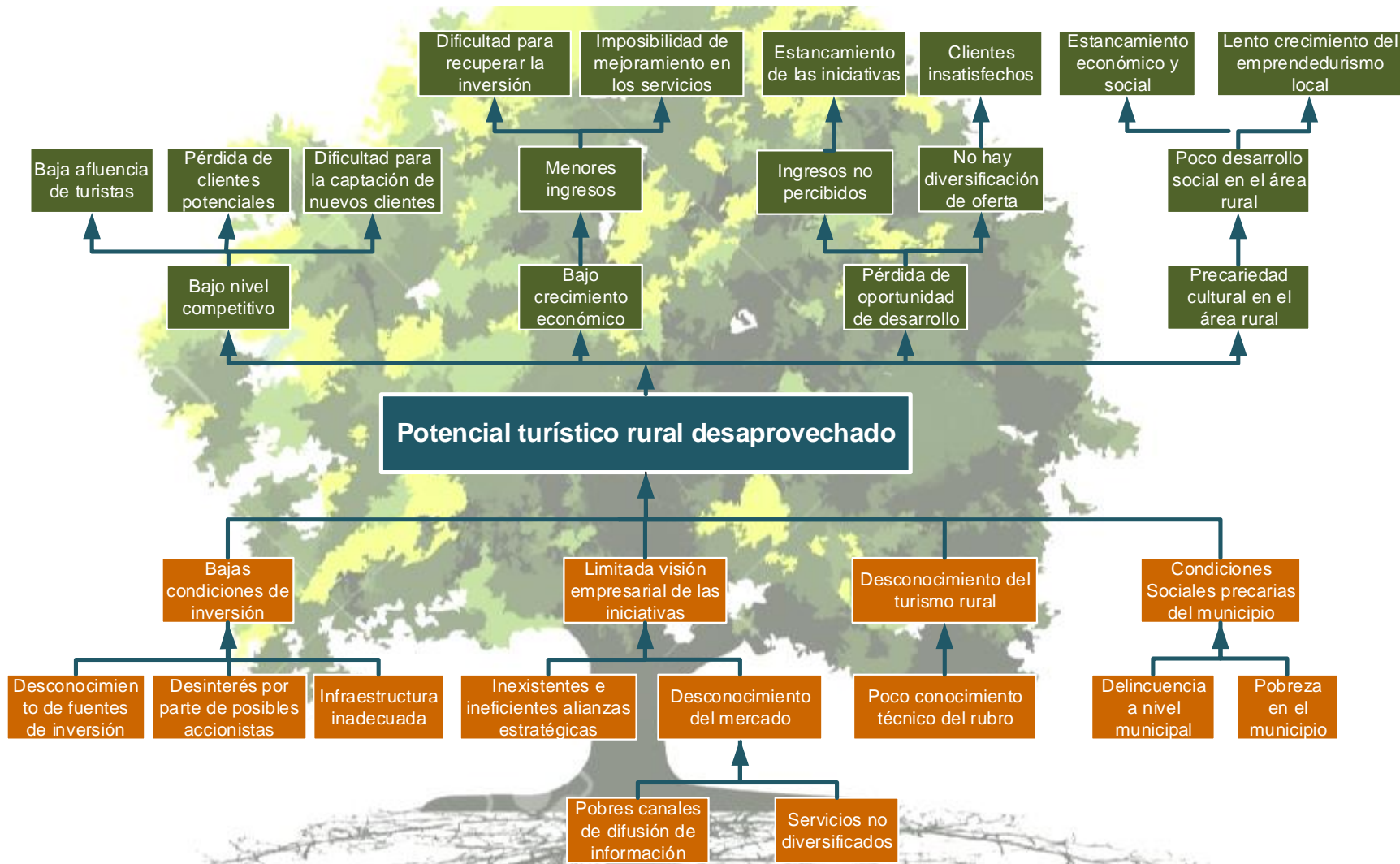
A) MATRIZ DE INVOLUCRADOS.

| ACTORES | INTERESES | RECURSOS | ROL |
|---|--|---|---|
| Guazapa Tours | Desarrollo de la comunidad. Protección del medio ambiente. Preservación de la historia del Cerro de Guazapa. | Terrenos y fincas de la cooperativa en donde se realizan los recorridos. | Interesados principales, los cuales velan porque los miembros de la comunidad perciban ingresos del proyecto. |
| CORSATUR MITUR | El desarrollo turístico del país, generando empleos e ingresos para el país. | Estadísticas de ingreso de turistas a nivel nacional. Oferta de financiamiento a proyectos de turismo innovadores. | Gestor del cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo. |
| Comunidad | Desarrollo local. Generación de empleos. | Mano de obra. Propiedades (terrenos, fincas, etc.) y otro tipo de bienes de aporte. Productos agrícolas a vender. | Interesados principales. Apoyo fundamental para el desarrollo del proyecto. |
| Asociación de Desarrollo Turístico de Suchitoto (ADETURS) | Impulsa el turismo en el Municipio de Suchitoto, para hacer de este un destino turístico nacional e internacional. | Programas de cooperación y fomento de alianzas estratégicas a beneficio de las comunidades. | Dinamiza la economía local, forma parte de uno de los sectores más dinámicos económicamente. |
| CORDES Asociación Fundación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador | Promover y fortalecer de forma equitativa y concertada el desarrollo sostenible de familias salvadoreñas en zonas rurales y sub-urbanas vulnerables en lo económico, social, ambiental y político. | Fomento de alianzas estratégicas y coordinación de proyectos. | Trabajo en la generación de capacidades en los actores locales. |
| Turista | Satisfacción de necesidades de esparcimiento, ocio y aventura. Conocer de la historia que guarda algunos lugares de El Salvador. | Capacidad adquisitiva. Tiempo disponible para la realización de actividades turísticas. | Base fundamental para el desarrollo del proyecto. Generando movimiento comercial local y nacional. |

| | | | |
|--------------------------------------|---|--|--|
| Competencia | Acaparar mayor número de turistas. | Atractivos turísticos. Alojamiento. Productos y servicios. | En contra del proyecto, generando ganancias para sí mismos. |
| Ministerio de Medio Ambiente. | Velar por la protección del medio ambiente del Cerro de Guazapa. | Humano y técnico. Leyes que amparan su accionar. | Velar por la integridad ambiental del cerro. |
| POLITUR | Garantizar seguridad a los turistas. | Humanos. Materiales (patrullas, cuadrimotos, etc.) | A favor, brindando la seguridad necesaria a los turistas. |
| Municipalidad. | Recaudación de impuestos. Desarrollo del municipio. | Legislatura local. Capacidad para lograr acuerdos políticos. | Apoyo a las comunidades. Velar por el cumplimiento de las normas. |
| Tour operadores | Brindar apoyo y gestión de paquetes turísticos a los turistas nacionales y extranjeros. | Las rutas y atractivos turísticos locales. | Dar a conocer los atractivos y rutas, obtención de utilidades. |

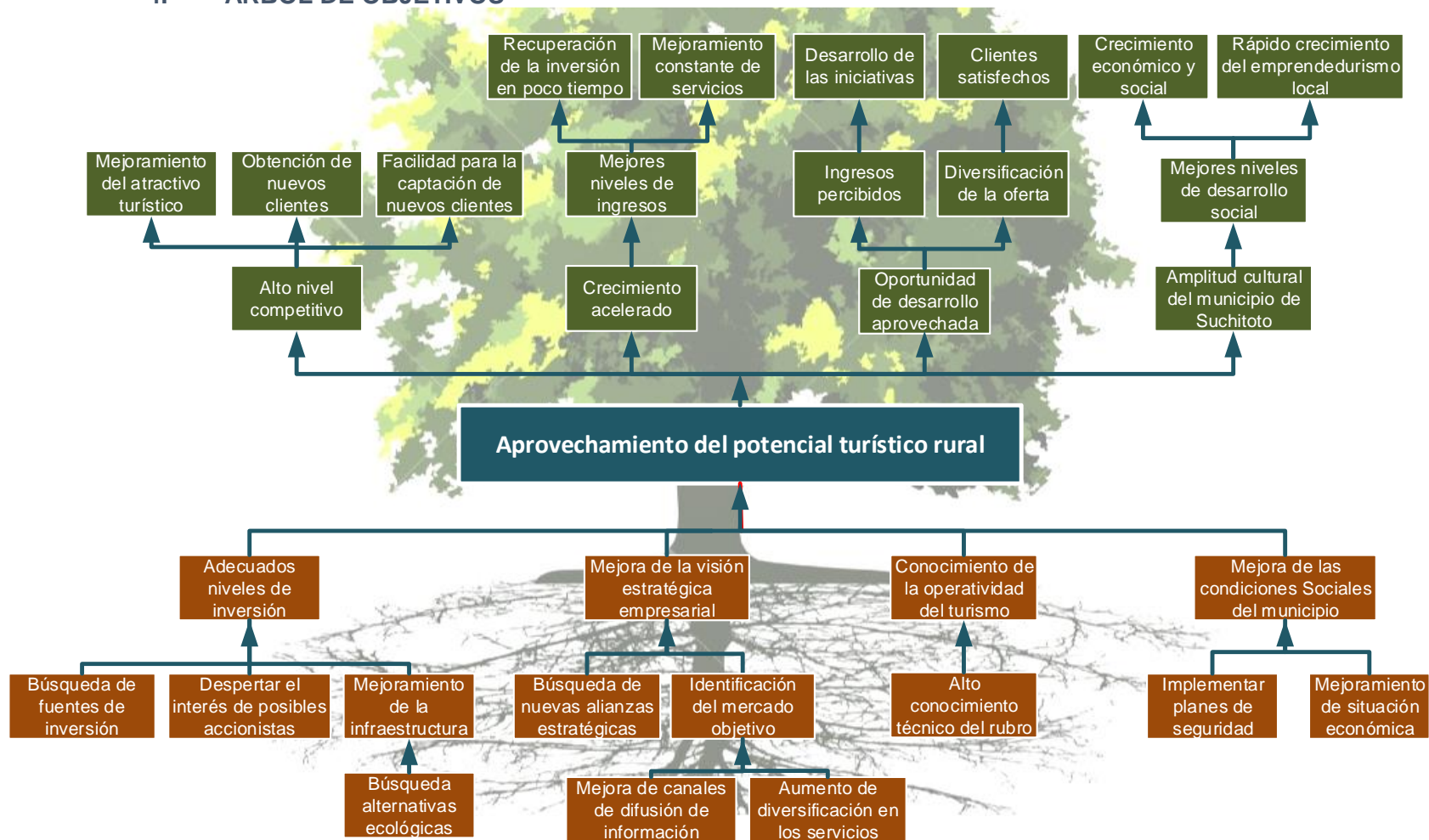
Tabla 200 Matriz de involucrado

3. ÁRBOL DE PROBLEMAS



Esquema 35 Árbol de problemas.

4. ÁRBOL DE OBJETIVOS



Esquema 36 Árbol de objetivos.

F. DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DEL ÁRBOL

El problema central se establece mediante la identificación de causas que originan el desaprovechamiento del potencial turístico rural, dichas causas se detallan a continuación:

1. Bajas condiciones de inversión

Las bajas condiciones de inversión representan un factor principal debido a que para que una iniciativa de emprendimiento crezca, inicialmente requiere de una gran inyección de capital, muchas veces la organización no cuenta con el capital suficiente para ello, razón por la que se ve en la necesidad de buscar aquellas fuentes que le puedan proporcionar dicho capital para poder echar a andar su proyecto. Generalmente dichas fuentes no solamente pueden ser instituciones financieras, sino también potenciales accionistas que quieran invertir en esta iniciativa debido a que consideran que posee el potencial suficiente para su inminente desarrollo.

De esta manera, con los niveles de inversión adecuados, las iniciativas podrán destinar los montos pertinentes para las distintas áreas en las cuales quieran mejorar sus actuales servicios o en la diversificación de los mismos.

Es de suma importancia la búsqueda de fuentes de inversión ya que se ha en algunos países en desarrollo, especialmente los pequeños En muchos países, el turismo actúa como un motor de desarrollo a través de la entrada de divisas y la creación de empleo directo e indirecto. El turismo aporta el 5% del PIB mundial y representa el 6% de las exportaciones de servicios mundiales. Es además el cuarto sector exportador, después del petróleo, los productos químicos y la automoción. El turismo representa 235 millones de empleos, o sea uno de cada doce empleos en el mundo.³⁸

2. Limitada visión empresarial de las iniciativas

Existe bajo aprovechamiento de los ingresos derivados del turismo en el país; en 2015, los ingresos por turismo interno alcanzaron los US \$128, 190,929 esta cifra representa un crecimiento del 22.5% en términos reales; el gasto que los salvadoreños realizan en El Salvador fue de US\$29.6 millones de dólares.³⁹

No hay un plan o visión que permita aprovechar los ingresos y teniendo en cuenta que toda organización es un sistema en esencia y mayormente en el mundo de los negocios, sean estos netamente comerciales, productivos o en la prestación de servicios; es pues en este sentido, se considera necesario formar alianzas estratégicas con otras iniciativas que se fomenten el turismo rural comunitario para la mejora de las condiciones de vida de las comunidades involucradas.

Además Suchitoto cuenta con una separación entre área urbana y rural expresada en la forma en que se gestiona el turismo, donde lo que impera es la lógica de la máxima utilidad individual y hace que algunos empresarios urbanos, cuando

²⁵Adaptación Del "Manual on Tourism and Poverty Alleviation, Practical Steps for Destinations." Organización mundial del turismo.

³⁹ Boletín estadístico 2015, MITUR

mueven grupos de turistas a las áreas rurales, ni siquiera contraten a los guías comunitarios capacitados.

El tejido empresarial local, al estar constituido por foráneos que no comparten una identidad común y ven en los otros a un competidor en vez de un aliado, no ha logrado aglutinarse para potenciar sus sinergias, pese a los diversos esfuerzos hechos para consolidar una gremial sólidamente organizada, es decir la búsqueda de las ganancias del turismo ha contribuido a disociar este grupo que en definitiva es el actor clave.

3. Desconocimiento del turismo rural

En este mismo factor se ubica el posible desconocimiento del mercado ya que al no poseer una visión clara del mercado consumidor, se incurre en el riesgo de no ofrecer los servicios que el cliente demanda y probablemente ofrecer servicios que al cliente no le parezcan atractivos, desaprovechando las riquezas y atractivos a ofrecer al mercado potencial.

El Salvador posee aproximadamente mil doscientos lugares para visitarlos, según La Prensa Gráfica. Por lo tanto hay diversidad de lugares en tan pequeño país. Eso es lo que lo hace impresionante. Actualmente el MITUR tiene el concurso de Pueblos Vivos, el cual ha servido como llave para abrirle las puertas a municipios que estaban totalmente desapercibidos en el mapa salvadoreño.

Se debe aprovechar los atributos mencionados y enseñarle a los pobladores a vender sus ideas, los turistas compran artesanías, ingieren gastronomía local. Esto conlleva a que gasten cien dólares diarios aproximadamente en cada visita turística, según el MITUR. Aunque en el turismo rural los datos de gastos en una visita oscila entre diez dólares como mínimo por persona.

4. Condiciones sociales precarias del municipio.

Según datos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2005), un poco más de la mitad de los hogares de Suchitoto viven en condiciones de pobreza (56.8%), de los cuales 28.7% vive en condiciones de pobreza extrema y 28.1% en pobreza relativa.

Por un lado se puede hablar de la pobreza, elemento que en El Salvador es bastante evidente, lo que vuelve una tarea bastante difícil lograr captar turistas nacionales ya que no existe mucha población con las condiciones y dispuesta a pagar por los tipos de servicios que se ofrecen. Así mismo, el tema de la delincuencia a nivel nacional, se considera como el principal factor por el cual el turismo rural comunitario se le presenta un arduo camino cuesta arriba de poder superar; sin embargo, muchos turistas aun consientes de la situación social de El Salvador deciden visitar muchos lugares turísticos para poder apreciar las bellezas naturales del país.

Con el diagnóstico se indagó que el índice de delitos de homicidio en el municipio de Suchitoto representa el 0.33% de homicidios a nivel nacional en el año 2016⁴⁰ representando un índice muy bajo; además la percepción del consumidor

²⁷Estadísticas Policía Nacional Civil 2016. Fuente: Portal de Transparencia.

según el estudio de 76% como municipio seguro y como relativamente seguro respecto a otros municipios para turistas jóvenes; de 88% para turistas familiares y de 60% para turistas extranjeros reflejando una imagen positiva del municipio a pesar de los niveles de delincuencia a nivel nacional.

Las causas detalladas con anterioridad conducen a efectos derivados de problema, a continuación se describen:

1. Bajo nivel competitivo

El bajo nivel competitivo en el tema turismo, por la misma razón de la falta de diversidad de servicios a ofrecer resulta bastante probable que al turista no le parezca atractivo realizar turismo rural, lo que se traduce en dificultad para captar nuevos clientes y perdiendo aquellos que podrían convertirse en sus consumidores, todo esto se traduce en una baja afluencia de turistas, dando como resultado la percepción de menores ingresos y un bajo crecimiento económico por parte de las comunidades.

2. Bajo crecimiento económico

Las iniciativas de turismo rural en su mayoría no se desarrollan en su mayoría debido a que no hay medidas eficientes que promuevan el turismo rural y que aprovechen la afluencia de turistas al casco urbano.

3. Pérdida de oportunidades de desarrollo

Al referirnos a pérdida la oportunidad de desarrollo, se hace alusión a que por motivos de desconocimiento en el rubro no se buscan nuevas alternativas para mejorar las iniciativas y establecer planes de acción que fomenten el crecimiento de las mismas.

4. Precariedad cultural en el área rural

Además en el ámbito cultural al no promocionar a través de la práctica de estrategias de marketing del turismo rural comunitario, genera estancamiento en el desarrollo social económico de la localidad ya que los habitantes de la zona no se les brindan los espacios necesarios para poder comercializar sus productos, poner en práctica sus habilidades y conocimientos, etc.

Luego de realizado el árbol de problemas, sus diferentes causas y efectos, económicos, sociales, culturales y medioambientales, se procede a realizar el árbol de objetivos; dicho esquema no es más que una extensión del árbol de problemas, en donde cada una de las situaciones identificadas en este, son enfocadas como una situación positiva a lograrse o a mejorarse, dando como resultado el insumo principal para establecer los objetivos del proyecto.

G. PROYECCIONES PARA EL MERCADO CONSUMIDOR.

En base a la información proporcionada por el Centro de Amigos al Turista (CAT) de Suchitoto y la recopilada en el inventario turístico, se tiene lo siguiente:

Flujo total de turistas a Suchitoto: 80,000 turistas⁴¹.

Flujo turístico a zonas rurales de Suchitoto:

| SITIO TURÍSTICO RURAL DE SUCHITOTO | FLUJO TURÍSTICO ANUAL |
|------------------------------------|-----------------------|
| Comunidad San Antonio | 150 |
| Los Nacimientos | 120 |
| Centro recreativo Las Américas | 500 |
| Sitio Cenícero | 100 |
| Guazapa Tours de R.L. | 225 |
| Palo Grande | 50 |
| Hacienda Colima | 600 |
| TOTAL | 1,745 |

Tabla 201. Flujo turístico a sitios rurales de Suchitoto.

$$\frac{\text{Flujo turístico rural anual en Suchitoto}}{\text{Flujo turístico en Suchitoto}} (100) = \% \text{ turismo rural de Suchitoto}$$

$$\frac{1745}{80,000} = 2.18\%$$

Además, del análisis del mercado consumidor y de la pregunta número 13 de la encuesta realizada únicamente el 50 % de la muestra conoce el municipio de Suchitoto, y de la pregunta número 20 el 80 % de la muestra estaría dispuesta a realizar un circuito turístico rural en el municipio de Suchitoto.

Sin embargo, de la pregunta número 12 se obtiene que el 30 % de la muestra conoce el Centro Histórico de Suchitoto, el 50 % no recuerda los lugares que visitó, un 8 % el Cerro de Guazapa y el otro 12 % lugares del urbanos del municipio. Por lo anterior, se observa que las zonas rurales son las menos frecuentadas por los turistas nacionales, mercado al cual se le estaría apostando con la Propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto. Por todo lo anterior, si se analiza el escenario más favorable en el cual el 80 % de la muestra le gustaría realizar los circuitos turísticos rurales en Suchitoto, esto significaría que el total del flujo turístico en sitios rurales aumentaría en un 80 % de la siguiente manera:

$$\text{Flujo turístico rural anual en Suchitoto} * 1.8 = \text{Flujo turístico anual proyectado}$$
$$1,745 * 1.8 = 3,141 \text{ turistas al año.}$$

⁴¹ Fuente: Centro de Amigos del Turista de Suchitoto.

Por lo tanto:

$$\frac{\text{Flujo turístico rural anual proyectado}}{\text{Flujo turístico en Suchitoto}} (100) = \% \text{ turismo rural proyectado}$$
$$\frac{3,141}{80,000} (100) = 3.93 \%$$

Porcentaje de aumento respecto al flujo turístico actual: $3.93 - 2.18 = 1.75 \%$

Además una meta como proyección sería lograr un flujo de turistas como el que presentan otros municipios como el de Aguilares (Cihuatán) y Cinquera, cuyos datos se presentan a continuación:

FLUJO TURÍSTICO A ATRACTIVO Y RECURSOS TURÍSTICOS ADYACENTES DE SUCHITOTO:

| SITIO TURÍSTICO RURAL ADYACENTE A SUCHITOTO | FLUJO TURÍSTICO ANUAL |
|--|------------------------------|
| Cihuatán | 1,800 |
| Cinquera | 16,678 |
| TOTAL | 18,478 |

Tabla 202. Flujo turístico a municipios adyacentes a Suchitoto.



**CAPITULO IV.
DISEÑO DE LA PROPUESTA**

A. CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO

1. DEFINICIÓN DE LA SOLUCIÓN

La propuesta de solución se encuentra enmarcada en el municipio de Suchitoto, departamento de Cuscatlán, en donde se desarrolla en una ciudad que ofrece turismo de aventura, cultural, histórico, ecológico y vivencial. Este municipio cuenta con un rico contenido cultural en arquitectura y patrimonio, como también en paisaje natural con reconocidas especies de la región dignas de ser conservadas y conocidas por el turista habitual a las actividades al aire libre. Se concluye en la importancia de difundir, organizar y optimizar estos recursos naturales y monumentales para la conservación del Patrimonio de Suchitoto que cuenta con una creciente evolución turística en el área urbana y con potencial de crecimiento en el sector rural. Se pretende dar propuestas de circuitos turísticos, con distintas duraciones y distancias de recorridos con detalles para un desarrollo seguro y debidamente aprovechado por los diferentes perfiles identificados del turista visitante.

Para poder llevar a cabo la conceptualización del diseño se sub dividirá la propuesta en tres componentes que se definen como programas. A continuación se presentan cada una de los componentes, posteriormente estos se describirán de una forma detallada:

| PROBLEMA | SOLUCIÓN | |
|--|---|--|
| | PROGRAMAS | RESULTADOS |
| Limitada visión empresarial con alianzas inexistentes o ineficientes que conlleva a la pérdida de oportunidad de desarrollo turístico del municipio debido a la poca diversificación de la oferta que producen bajos ingresos, estancamiento de las iniciativas y cliente insatisfechos. Bajas condiciones de inversión al no conocer el mercado potencial existente en el turismo rural, desinterés y poca inversión en la infraestructura adecuada. | Programa de gestión de las iniciativas turísticas. | Gestión Empresarial con otras iniciativas turísticas, Alcaldía Municipal de Suchitoto, Ministerio de Turismo, Policía de Turismo, Tour operadores y otras. |
| Bajo nivel competitivo con afluencia escasa de turistas, pérdida de clientes potenciales, dificultad para la captación de nuevos clientes y menores ingresos. | Programa de gestión y organización de Guazapa Tours de R.L. | Administración de la Cooperativa de cara a los circuitos turísticos. |

| | | |
|---|---|---|
| <p>Desconocimiento del turismo rural y falta de conocimiento técnico del mismo, falta de especialización para su mayor aprovechamiento que garantice un eje temático del cuidado al medio ambiente y de la satisfacción del cliente.</p> | <p>Programa de calidad para la propuesta de circuitos turísticos rurales.</p> | <p>Seguimiento y Control de Calidad.</p> |
| <p>Desconocimiento del mercado generando una pobre difusión de información de iniciativas turísticas rurales, así como de la riqueza cultural existente en el municipio produciendo estancamiento económico y social además de lento crecimiento del emprendedurismo local.</p> | <p>Programa de Gestión de marketing.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Señalización turística. - Promoción y publicidad. - Acciones de promoción turística. - Promoción de ventas turísticas. |

Tabla 203 Matriz de coherencia problema-solución.

A) PROGRAMA DE GESTIÓN DE LAS INICIATIVAS TURÍSTICAS

El presente programa busca el desarrollo de las iniciativas turísticas. En primer lugar se presenta un apartado que indica las mejoras a las iniciativas identificadas actualmente, donde se señalan los problemas diagnosticados y la propuesta de solución establecida. El programa comprende de dos fases claves, los cuales son:

Sub programa: Gestión Empresarial.

▪ **GESTIÓN EMPRESARIAL**

Este sub programa desarrolla puntos claves los cuales abarcan las áreas de: Gestión Administrativa, Financiera, de Tecnología de la Información y el manejo del Recurso Humano. La Formación y Capacitación constituye un factor de éxito, esto es de gran importancia, pues determina las principales necesidades y prioridades de capacitación de los propietarios/as y administradores de una empresa o institución, y del recurso humano que les colabora en prestar el servicios a los turistas.

Además contribuye a la alianza solida entre las iniciativas involucradas e instituciones de apoyo en el circuito turístico rural.

B) PROGRAMA DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DE GUAZAPA TOURS DE R.L.

El programa comprende la administración del producto turístico bajo la gestión de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. con un esquema de servicio para cada circuito

turístico propuesto con el fin de facilitar la implementación de los procesos requeridos para poner en marcha la propuesta.

C) PROGRAMA DE GESTIÓN DE MARKETING.

El programa de promoción y publicidad proporciona a la industria turística las herramientas mercadológicas necesarias para impulsar el desarrollo turístico del municipio, ya que este busca incrementar la actividad turística a nivel interno, con el objeto que esta rama contribuya aún más a la economía del municipio.

El objetivo es dar a conocer por los diferentes medios existentes el proyecto que se llevará a cabo, y que los turistas puedan conocer y ser atraídos al lugar para disfrutar de lo que este ofrece a partir de sus inicios y en el transcurso de su operación.

Para poder desarrollar este componente se necesita la siguiente información: señalización tanto interna como externa, medios de comunicación que serán utilizados para darse a conocer y promocionarse, realización y promoción de ventas, y estrategias de marketing, todo esto tomando en cuenta los recursos con los que se cuentan para ello y el personal con los conocimientos necesarios para su ejecución, lo cual se llevará a cabo por medio de distintos sub programas los cuales son:

A) SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

Este sub programa tiene por objetivo realizar una propuesta para la señalización tanto externa como interna. Con este programa se pretende realizar una propuesta de señalización vial que detalle las características, actividades y el proceso necesario a seguir para su implantación dentro de las iniciativas y en las afueras.

- 1) En primer lugar se determinará las zonas en las cuales es necesario señalización interna y externa.
- 2) Luego se establecerá el diseño más apropiado de las señales que deben ser colocadas y el lugar donde deben ser colocadas.
- 3) Para la señalización externa se deberá determinar qué tipo de permisos son necesarios y las entidades relacionadas.
- 4) Finalmente proponer el proceso de fabricación de las señales.
- 5) Se deberá establecer un medio de seguimiento a este sub programa, ya que la señalización requerirá de un mantenimiento continuo.

B) PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Dicho sub programa está enfocado en describir la forma en la cual se llevarán a cabo los esfuerzos de publicidad en los diferentes medios, definiendo los medios idóneos, entre otros puntos. Con el fin de promocionar los productos y servicios ofrecidos en el municipio. Este sub programa deberá ser diseñado para una constante implementación.

En este sub programa es importante definir los posibles fondos para dicha inversión, así como la administración del mismo. Se identificarán las empresas con las cuales se puede establecer contactos para publicitar las iniciativas, y los medio idóneos para realizarla.

Se realizará una propuesta para el diseño de la publicidad.

C) ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Por medio de este plan se establecerá una propuesta de las acciones turísticas a realizar con las que se mantendrá contacto con los posibles clientes potenciales y la atracción de nuevos turistas. Este programa es de carácter recurrente, ya que es una forma de atraer turistas y tomar parte del mercado de turismo.

D) PROMOCIÓN DE VENTAS TURÍSTICAS

Este sub programa consiste en analizar las diversas estrategias de promoción para los consumidores. En este sub programa se contemplarán las promociones a corto plazo para incrementar ventas, así como a largo plazo para crear una participación en el mercado.

E) PROGRAMA DE CALIDAD PARA LA PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES.

1) PROPUESTA DE SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD

▪ SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

El turismo cuidadosamente planificado contribuye a la conservación y disfrute de los recursos naturales y culturales de un lugar, y a su progreso económico, sin embargo la planificación sin una adecuada gestión, no puede funcionar, porque la gestión es la voluntad de hacer que todo funcione bien, por eso es la clave del éxito en el desarrollo turístico.

Sin una buena gestión del desarrollo turístico, no hay éxito posible, porque si la planeación es el punto de arranque para planear el turismo como alternativa de progreso, el punto final y definitivo es la gestión.

Para ello se necesita llevar a cabo un seguimiento detallado de la gestión turística, asegurando de esta manera el mejor desarrollo de la misma, es conveniente considerar una serie de instrumentos, sin los cuales sería imposible realizar un trabajo serio y efectivo. La aplicación de estos instrumentos permitirá obtener los resultados esperados, estos se detallan a continuación:

- Determinación de Indicadores de operatividad.
Entre los que tienen: Sostenibilidad, Seguridad, Nivel de Empleo Turístico, etc.
- Determinación de Indicadores de productividad.
Indicadores tales como: el gasto presupuestal en promoción y publicidad, tiempo de estancia media, efectividad del empleado, entre otras.

Para la determinación de indicadores se debe tener la información requerida para la obtención de indicadores, las fuentes de información, periodos para la recolección de

información e instrumentos o formatos; el programa de seguimiento y control se llevará a cabo de forma recurrente.

▪ **SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO**

Este aspecto permitirá mantener un buen control de calidad en los servicios turísticos que se esperan ofertar. Este sistema comprenderá:

1. Lineamientos para el diseño y construcción de infraestructura turística.
2. Funciones y uso de la vegetación.
3. Políticas y Normas de calidad para la prestación de los servicios turísticos.
4. Instrumentos de control de calidad.
5. Identificación de los parámetros de calidad.
6. Evaluaciones a realizar para mantener la calidad de los servicios que se prestarán.
7. Control de las evaluaciones a realizar para asegurar la calidad de los servicios.

Así mismo se hará una propuesta para la aplicación de las Buenas prácticas del Turismo (BPT), con el fin de prevenir los impactos negativos que puede generar la actividad turística, y brindar un servicio de calidad a los turistas. Durante esta propuesta se considerarán puntos como:

- Calidad en la atención y satisfacción al turista.
- Manejo de la vegetación.
- Calidad del agua.
- Consumo de energía.
- Manipulación de residuos.
- Guías Turísticos.

▪ **PROPUESTA DE GESTIÓN**

Dentro de esta propuesta se incluye la gestión de elementos claves para el desarrollo de productos turísticos como: Financiamiento, la Seguridad y las Vías de Acceso, donde se detalla la coordinación que debe llevarse a cabo con instituciones externas al municipio.

▪ **GESTIÓN DE VÍAS DE ACCESO**

En las iniciativas turísticas ubicadas en el municipio una de las principales limitantes es el estado de las vías de acceso interno a los cantones que componen el municipio, es por ellos que es necesario establecer una comunicación continua con las instituciones encargadas de dar mantenimiento a las vías de acceso en cada lugar. Trabajando de forma coordinada con las autoridades de la municipalidad se busca llevar a cabo este programa para planificar la mejora de las vías de acceso mediante:

- 1) Identificar a partir de las rutas turísticas establecidas, las vías de acceso que requieren pronta atención.
- 2) Elaborar el Plan de mejoramiento de vías de acceso, donde se detalle el estado actual, los beneficios de la reparación, y la institución responsable de cada vía para

poder solicitarle de forma oficial la reparación.

▪ **GESTIÓN Y COORDINACIÓN DE SEGURIDAD**

La seguridad es sin duda uno de los elementos fundamentales que las personas valoran al momento de elegir un destino turístico, por lo tanto es necesaria una eficiente coordinación entre La Junta Directiva Municipal de Turismo y la Policía de Turismo la cual es la encargada de dar apoyo en el sector. Esta coordinación se puede llevar a cabo de la siguiente forma:

1. Establecer una programación de los requerimientos de apoyo por parte de la POLITUR.
2. Presentar esta programación y solicitar apoyo con agentes.

2. PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO

La propuesta se desarrollará con el fin de determinar los diferentes circuitos turísticos rurales a realizarse y los paquetes turísticos que se podrán ofrecer en el municipio de Suchitoto, así como también determinar todos aquellos elementos que serán necesarios para su desarrollo.

En su inicio la propuesta comprende la incorporación de iniciativas rurales las cuales han sido priorizadas con anterioridad, ya que cuentan con gran potencial de tipo turístico-rural-comunitario.

Los circuitos turísticos que serán diseñados tomarán en cuenta aspectos identificados en el mercado de consumo así como la distancia entre atractivos turísticos además de diversificar la oferta a través de las iniciativas incluidas.

Esto se detallará de manera específica en la Etapa de Diseño. El producto turístico se enmarca en el eje del turismo rural brindando la oferta de servicios de la contraparte y bajo una política del cuidado al Medio Ambiente.

▪ DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

Una vez diseñado el producto turístico, se diseñarán circuitos turísticos rurales los cuales incluirán las diferentes iniciativas priorizadas así como los servicios complementarios necesarios para ofrecer un buen servicio al turista. El diseño de los circuitos turísticos estará conformado por las siguientes fases:

1. Propuestas de diseño de circuitos turísticos rurales a ofertar.
2. Priorización de los circuitos turísticos/rutas turístico/as a ofertar.

▪ DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS

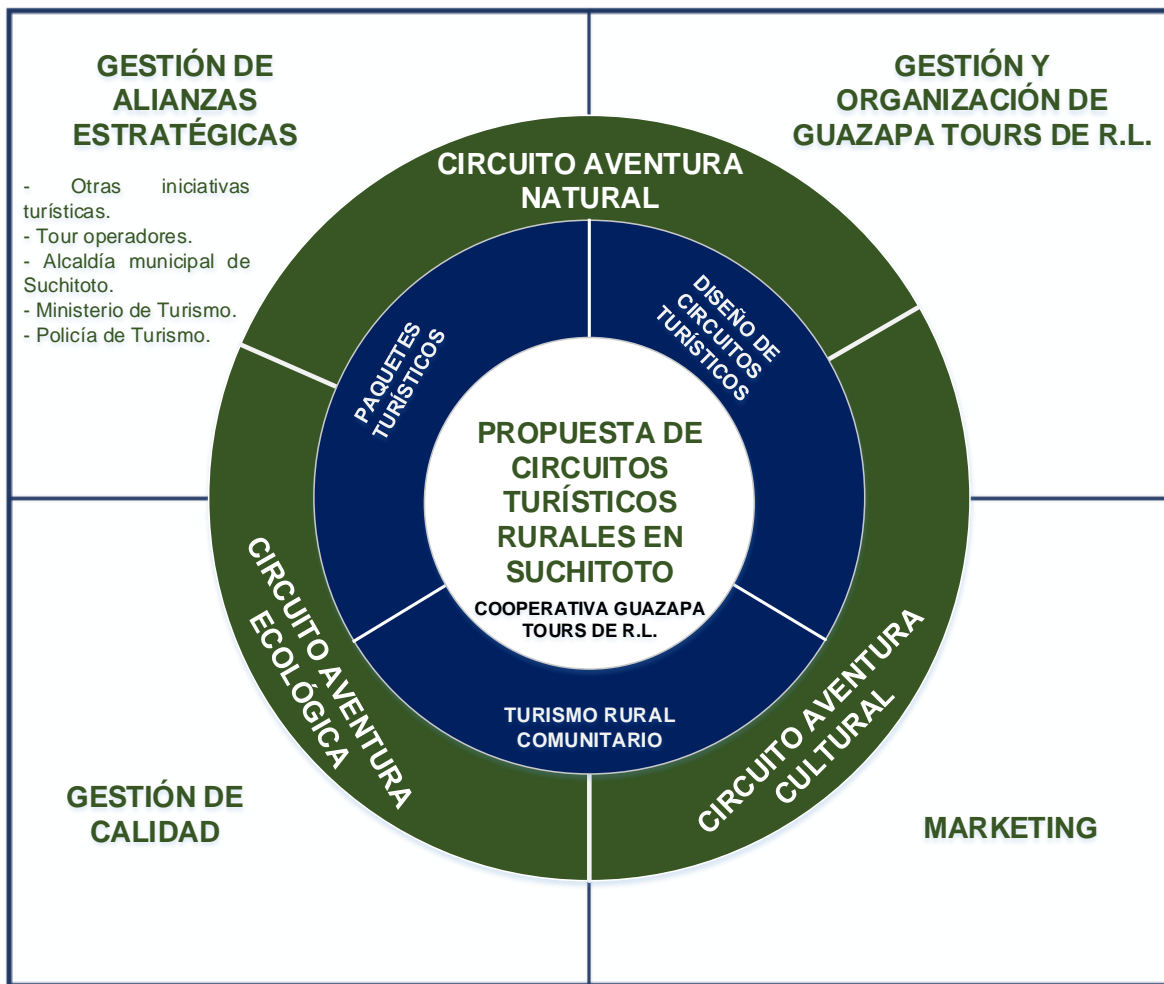
Con los circuitos turísticos establecidos, se procederá a diseñar paquetes turísticos, tomando en cuenta las preferencias de los consumidores en base a los diferentes perfiles identificados, obtenidas de la investigación realizada en la etapa de diagnóstico. Por cada paquete turístico a ofrecer se pretende establecer varios circuitos/rutas turísticas dentro de los cuales estarán contempladas varias iniciativas de las priorizadas con anterioridad. Este programa contará, también, con las siguientes sub etapas:

1. Determinación de la capacidad de recepción de afluencia turística.
2. Pronóstico de ventas.
3. Diseño de imagen del destino turístico.

3. ESQUEMATIZACIÓN DE LA PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES.

La propuesta de Circuitos turísticos se divide en cuatro grandes programas que son el resultado del análisis efectuado en la etapa de Diagnóstico, estos programas están descritos en el inciso A de este capítulo. La solución está orientada al diseño de tres temáticas de circuitos turísticos incluyendo dentro de cada circuito dos propuestas de paquetes turísticos diseñados bajo el enfoque del Turismo Rural Comunitario y administración de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.

La Propuesta de Circuitos Turísticos está diseñada teniendo como eje central el cuidado al Medio Ambiente.



MEDIO AMBIENTE

Esquema 37 Conceptualización del diseño de la propuesta de circuitos turísticos rurales.

4. PRIORIZACIÓN DE INICIATIVAS DE INVENTARIO TURÍSTICOS.

Después de evaluar y hacer la Jerarquización se procede a realizar la priorización de los 35 atractivos o recursos turísticos; para ello primeramente se descartaran los atractivos turísticos intangibles, es decir, los acontecimientos programados y folclore, debido que estos están sujetos a disponibilidad, razón por la cual estos serán incluido únicamente si la visita del turista coincide con la fecha programada para ello y si el turista decide incluirlo.

Los criterios para realizar la priorización son los siguientes:

▪ JERARQUÍA

| JERARQUÍA | PUNTACIÓN |
|-------------------|-----------|
| Jerarquía tipo 4. | 5 |
| Jerarquía tipo 3. | 3 |
| Jerarquía tipo 2. | 1 |

Tabla 204 Criterio de Jerarquía.

▪ ZONA

| RURAL | PUNTACIÓN |
|---|-----------|
| Si el atractivo o recurso pertenece a la zona rural. | 5 |
| Si el atractivo o recurso pertenece a la zona urbana. | 2 |

Tabla 205 Criterio de Zona.

▪ BENEFICIARIO

| ORGANIZACIÓN | PUNTACIÓN |
|--|-----------|
| Que la iniciativa sea a beneficio de la comunidad. | 8 |
| Iniciativa privada. | 2 |

Tabla 206 Criterio Beneficiario.

▪ SERVICIO

| SERVICIO | PUNTACIÓN |
|---|-----------|
| Complementario/os al servicio que ofrece la Cooperativa Guazapa tours de R.L. | 5 |
| Servicios Similares al que ofrece la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. | 2 |

Tabla 207 Criterio de Servicios.

▪ ALIANZAS

| SERVICIO | PUNTACIÓN |
|---|-----------|
| Interés y apertura de alianzas. | 5 |
| Poco Interés y apertura de alianzas. | 3 |
| Falta de interés y apertura de alianzas | 1 |

Tabla 208 Criterio de Alianzas.

▪ **EXPECTATIVAS DEL MERCADO CONSUMIDOR**

| SERVICIO | PUNTACIÓN |
|---|------------------|
| Muy coherente con las expectativas del mercado Consumidor. | 5 |
| Coherente con las expectativas del mercado Consumidor. | 3 |
| Nada Coherente con las expectativas del mercado Consumidor. | 1 |

Tabla 209 Criterios de Expectativas del mercado Consumidor.

TABLA FINAL DE EQUIVALENCIA PARA LA PRIORIZACIÓN:

| RANGOS | INCLUSIÓN |
|---------------|------------------|
| Menor a 15 | Se incluye |
| Mayor que 15 | No se incluye |

Tabla 210 Tabla de equivalencia para priorización.

A continuación se presenta la evaluación de priorización de recursos o atractivos turísticos:

| Nº | Recursos o Atractivos | Jerarquía | Zona | Beneficiario | Servicio | Alianzas | Expectativas del mercado | Total |
|-----------|----------------------------------|------------------|-------------|---------------------|-----------------|-----------------|---------------------------------|--------------|
| 1 | Hacienda Colima | 3 | 5 | 8 | 5 | 3 | 3 | 24 |
| 2 | Ciudad Vieja | 5 | 5 | 8 | 5 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | Hacienda Bermuda | 3 | 5 | 8 | 2 | 3 | 5 | 21 |
| 4 | Aguacayo | 1 | 5 | 2 | 2 | 5 | 1 | 15 |
| 5 | Hacienda los Nacimientos | 3 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 6 | Cinquera | 3 | 5 | 2 | 2 | 3 | 5 | 15 |
| 7 | Turicentro Puerto San Juan | 5 | 2 | 8 | 5 | 3 | 5 | 23 |
| 8 | Hotel el Tejado | 3 | 2 | 2 | 5 | 1 | 3 | 13 |
| 9 | Centro Recreativo las Américas | 1 | 5 | 2 | 5 | 3 | 3 | 16 |
| 10 | Cooperativa Guazapa Tours de R.L | 5 | 5 | 8 | 5 | 3 | 5 | 26 |
| 11 | Centro Histórico de Suchitoto | 5 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 17 |
| 12 | Casa de 1800 | 3 | 2 | 2 | 5 | 5 | 3 | 17 |
| 1 | Academia de | 3 | 2 | 2 | 5 | 5 | 3 | 17 |

| | | | | | | | | |
|--------|-----------------------------------|---|---|---|---|---|---|----|
| 3 | lenguaje Pájaro flor | | | | | | | |
| 1 4 | Posada de Suchitlán | 3 | 2 | 2 | 5 | 5 | 3 | 17 |
| 1 5 | Hotel y Restaurante Los Almendros | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 15 |
| 1 6 | Centro arte para la Paz | 3 | 2 | 8 | 5 | 3 | 5 | 21 |
| 1 7 | Hotel La Barranca | 1 | 2 | 2 | 5 | 3 | 1 | 13 |
| 1 8 | Hotel Blanca luna | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 15 |
| 1 9 | Hostal los Sánchez | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 15 |
| 2 0 | Casa de la Abuela | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 15 |
| 2 1 | Rio Agua tibia | 1 | 5 | 8 | 5 | 3 | 5 | 22 |
| 2 2 | Palo Grande | 3 | 5 | 8 | 2 | 5 | 5 | 23 |
| 2 3 | Sitio Cenícero | 1 | 5 | 8 | 2 | 5 | 5 | 21 |
| 2 4 | Comunidad San Antonio | 1 | 5 | 8 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 2 5 | Cihuatán. | 3 | 5 | 8 | 5 | 3 | 5 | 24 |

Tabla 211 Evaluación de Priorización de recursos turísticos.

Considerando los parámetros de referencia de la priorización, se establece una escala de numeración con rango de aceptación mayor a quince y rangos menores se rechazan por lo tanto los recursos o atractivos turísticos aprobados son:

| | |
|--------------------------|--------------------------------|
| HACIENDA COLIMA | TURICENTRO PUERTO SAN JUAN |
| CIUDAD VIEJA | CENTRO RECREATIVO LAS AMÉRICAS |
| HACIENDA BERMUDA | COOPERATIVA GUAZAPA TOURS |
| LOS ALMENDROS | LA POSADA DE SUCHITLÁN |
| HACIENDA LOS NACIMIENTOS | CENTRO HISTÓRICO DE SUCHITOTO. |
| CENTRO ARTE PARA LA PAZ | HOTEL BLANCA LUNA |
| RIO AGUA TIBIA | HOTEL LOS SÁNCHEZ |
| PALO GRANDE | COMUNIDAD SAN ANTONIO |
| CIHUATÁN | SITIO CENÍCERO |
| CASA 1800 | |

Esquema 38 Iniciativas seleccionadas para el diseño de circuitos turísticos rurales en Suchitoto.

B. PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA PROPUESTA

1. INTRODUCCIÓN AL PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA PROPUESTA.

Luego de realizar en el capítulo anterior, el diagnóstico del turismo rural a nivel nacional y específicamente en el municipio de Suchitoto, y además considerando el marco referencia y teórico desarrollado en los capítulos previos, se procede a plantear de manera detallada el proceso y metodología para el desarrollo de turismo rural en el municipio de Suchitoto, como medio que permita contribuir a la solución del problema planteado en el diagnóstico. Con base al problema planteado en el análisis de marco lógico y el árbol de problemas se establece como fin último de esta propuesta: “Potenciar el turismo rural en Suchitoto, como mecanismo dinamizador del desarrollo sostenible a nivel económico, social, ambiental y cultural del municipio”.

La propuesta, se sustenta en que el turismo rural en Suchitoto, se presenta como una potencial y efectiva herramienta capaz de contribuir al logro del desarrollo local sostenible de las áreas rurales, puesto que permite integrar una gran diversidad de actividades productivas, prestación de servicios, aspectos culturales, históricos y ambientales con los cuales cuenta el municipio y que son gestionados muchas veces por las mismas familias de las comunidades, siendo estos los componentes principales del enfoque de turismo rural, generándose así nuevas alternativas de ingresos para las comunidades rurales, a través del aprovechamiento de los recursos existentes en las mismas y su entorno, beneficiando directamente a las familias rurales, aglutinadas en asociaciones cooperativas, asociaciones de desarrollo comunitario, grupos solidarios u otras expresiones asociativas.

2. OBJETIVOS DEL DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

A) OBJETIVO GENERAL DEL DISEÑO DE LA PCTRS

Diseñar un programa estratégico para el desarrollo del turismo rural en el municipio de Suchitoto, que mejore e incremente su competitividad como destino turístico, permitiendo el aprovechamiento de su potencial en esta modalidad de turismo, a fin de que se convierta en una alternativa que contribuya a la mejora en las condiciones vida de las comunidades.

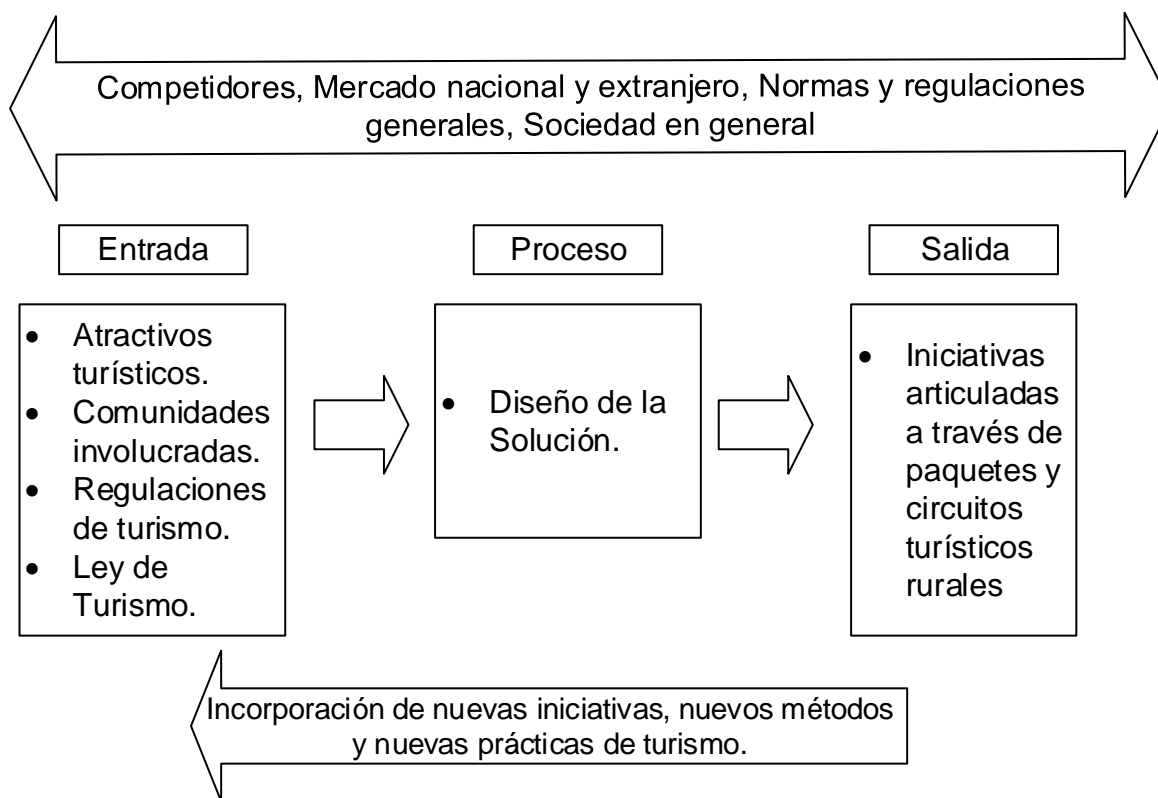
B) OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL DISEÑO DE LA PCTRS.

- Establecer un programa de capacitación de personal de dirección, técnico y operativo, para la cooperativa Guazapa Tours de R.L., y algunas iniciativas turísticas del municipio, mediante el desarrollo de módulos que garanticen las competencias necesarias para el desarrollo del turismo rural en Suchitoto.
- Diseñar un programa organizacional para la cooperativa Guazapa Tours de R.L., considerando su marco legal, elementos organizativos y de funcionamiento de la misma, a fin de que se constituya un ente dinamizador del turismo rural en el municipio.
- Formular un programa para desarrollo de productos turísticos en el municipio de Suchitoto, que comprenda la diversificación, el establecimiento de circuitos y paquetes que permitan generar una oferta turística competitiva bajo la modalidad de turismo rural.
- Elaborar un programa de marketing para el turismo rural de Suchitoto, que comprenda, los pronósticos y las estrategias de mezcla de marketing adecuadas, a fin de apoyar el posicionamiento del municipio como un destino turístico importante y diferenciado a nivel nacional e internacional.
- Formular un programa de gestión de cooperación para la cooperativa Guazapa Tours de R.L., que establezca las estrategias y acciones básicas que permitan la articulación entre la cooperativa, las demás iniciativas y diferentes actores públicos y privados, locales y nacionales vinculados al turismo, con el propósito de obtener la cooperación técnica, material o financiera para potenciar la presente propuesta de circuitos turísticos en el municipio.
- Diseñar un programa de gestión de la calidad del turismo rural en el municipio Suchitoto, aplicando las buenas prácticas de turismo y estableciendo las acciones para la mejora continua de los circuitos turísticos rurales.
- Establecer los requerimientos de recursos humanos, materiales, equipos, infraestructura e intangibles necesarios para la implementación y funcionamiento de cada uno de los programas que componen la presente propuesta de circuitos turísticos rurales en el municipio de Suchitoto, con el fin de determinar las inversiones y costos de operación de cada uno de los programas y de la propuesta en su conjunto.

COMPONENTES DE LA PROPUESTA DE CIRCUITOS TURISTICOS RURALES EN SUCHITOTO.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA ETAPA DE DISEÑO.

Para el establecimiento de los componentes de los cuales estará compuesta la propuesta, inicialmente es necesario realizar un breve análisis de cuáles son los elementos de entrada y qué es lo que se espera lograr con esta investigación. Así pues, se plantea el siguiente diagrama de estado:



Esquema 39 Diagrama de estado para el diseño de la solución.

ENTRADA: Iniciativas rurales que desarrollan actividades turísticas de manera aislada.

VARIABLES DE ENTRADA.

- Recursos y atractivos turísticos evaluados priorizados de Suchitoto.

| Recurso o atractivo turístico | Cantidad |
|-------------------------------|----------|
| Iniciativas turísticas | 13 |
| Hoteles (casco urbano) | 5 |
| Acontecimiento programados | 10 |
| Total | 28 |

Tabla 212 Variables de entrada.

- Comunidades involucradas.

1. Comunidad El Sitio Zapotal
 2. Comunidad San Antonio
 3. Comunidad Palo Grande
 4. Comunidad Sitio Cenícero
 5. Comunidad del rio Agua Tibia
- Regulaciones nacionales e internacionales de turismo.
 1. Constitución de la Republica de El Salvador.
 2. Ley de turismo de El Salvador.
 3. Regulaciones medio ambientales.
 4. Ordenanzas municipales para el manejo de desechos sólidos.
 5. Ordenanzas municipales para la protección del medio ambiente.
 - Plan Maestro de Suchitoto (2015).
 - Datos estadísticos del flujo de turistas nacionales y extranjeros.

Turistas Extranjeros:

Para el 2016, el flujo de turistas extranjeros a El Salvador fue alrededor de 2.051,653 personas y representa un aumento del 4% respecto al año anterior el cual es el promedio para los últimos años⁴².

Además, el porcentaje de turistas que llegan a las áreas rurales de Suchitoto se estima en un 42.5 %⁴³.

Turistas Nacionales:

Para el 2016, el flujo de turistas nacionales que realizaron viajes turísticos se estima que fue de 8, 744,465, es decir, un 11.3% más que el año anterior⁴⁴.

- Capacidades instaladas de las iniciativas turísticas.

La siguiente tabla se establece con base a la información obtenida de las iniciativas al momento de realizar el levantamiento del inventario turístico.

| INICIATIVAS | CAPACIDADES INSTALADAS |
|--------------------------|---|
| Hacienda Colima | 200 personas |
| Ciudad Vieja | - |
| Hacienda la Bermuda | 150 personas |
| Hacienda los Nacimientos | 60 personas |
| Centro Arte para La Paz | 50 personas en cafetería, 35 personas en museo. |
| Rio Agua Tibia | - |
| Palo Grande | 25 personas |

⁴² Según datos del boletín estadístico de MITUR-CORSATUR.

⁴³ Según datos recopilados al momento del levantamiento del inventario turístico en Suchitoto.

⁴⁴ Fuente: <http://www.presidencia.gob.sv/>

| | |
|-----------------------------------|---|
| Cihuatán | 200 personas |
| Centro Recreativo las Américas | 50 personas |
| Cooperativa Guazapa Tours | 30 personas |
| Centro Histórico de Suchitoto | - |
| Comunidad San Antonio | 50 personas |
| Sitio Cenícero | 50 personas |
| La Posada de Suchitlán | 23 personas en hotel y 300 personas en restaurante. |
| Turicentro Puerto San Juan | 256 personas |
| Hotel Blanca Luna | 28 personas |
| Hotel Los Sánchez | 5 personas |
| Casa 1880 | 250 personas en restaurante y 9 personas en hostel |
| Hotel y Restaurante Los Almendros | 28 personas en hotel y 100 personas en restaurante. |

Tabla 213. Capacidad instalada por iniciativa.

SALIDA: representa el resultado final que se espera obtener con la investigación y la puesta en marcha de la propuesta, es decir articulaciones entre iniciativas que permitan el desarrollo en conjunto en beneficio de las comunidades de Suchitoto.

VARIABLES DE SALIDA.

- Temáticas de circuitos turísticos rurales en Suchitoto.
 1. Aventura Natural (AN).
 2. Aventura Cultural (AC).
 3. Aventura Ecológica (AE).
- Paquetes turísticos.
 1. AN-1.
 2. AN-2.
 3. AC-1.
 4. AC-2.
 5. AE-1.
 6. AE-2.
- Determinación del tamaño y localización de la propuesta.
 - La capacidad instalada para los circuitos estará determinada por la iniciativa de menor capacidad, de lo contrario podría suponer un cuello de botella o impedimento a la hora de realizar los circuitos, esta iniciativa es El Centro de Arte para La Paz con capacidad de 35 personas.
- Programas de organizacionales y de gestión.

1. Programa de gestión administrativa.
2. Programa de marketing.
3. Programa de gestión de la calidad.
4. Programa de gestión de apoyo.

VARIABLES DE SOLUCION.

- Análisis sistémico.
- Evaluación por puntos.
- Diagramas de proceso de prestación servicios.
- *Diagrama de actividades relacionadas.*
- *Diagrama de estado.*

RESTRICCIONES.

- Propuesta dirigida a iniciativas turísticas de Suchitoto.
- Marco normativo y legal del rubro turismo en El Salvador.

CRITERIOS

- Flexibilidad de la propuesta a incorporar nuevas iniciativas a futuro.
- Flexibilidad en los paquetes turísticos en función de las exigencias del cliente.
- Mejora de la competitividad del municipio como destino turístico.
- Viabilidad de la puesta en marcha de la propuesta.
- Optimizar los recursos disponibles en las iniciativas involucradas.

USO

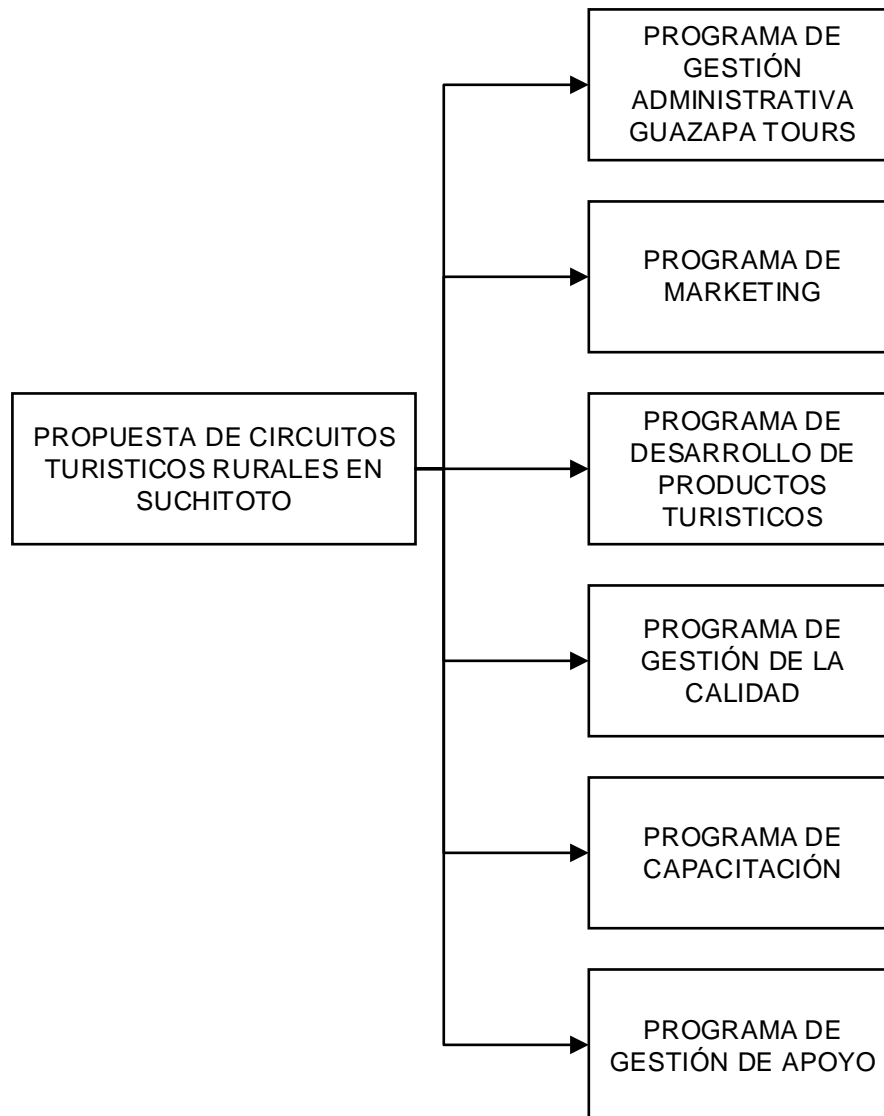
El uso del producto turístico de la propuesta (paquetes turísticos) será en conformidad a demanda de los turistas.

Tomando en cuenta los elementos anteriores, se puede establecer como principal problema de la etapa de diseño el siguiente:

¿Cómo aprovechar los diferentes servicios que brindan las diferentes iniciativas principalmente los recursos de la cooperativa Guazapa Tours de R.L., para el desarrollo del municipio de Suchitoto primordialmente la zona rural, para potenciar el turismo rural en el municipio, como mecanismo dinamizador del desarrollo sostenible a nivel económico, social, ambiental y cultural del municipio?

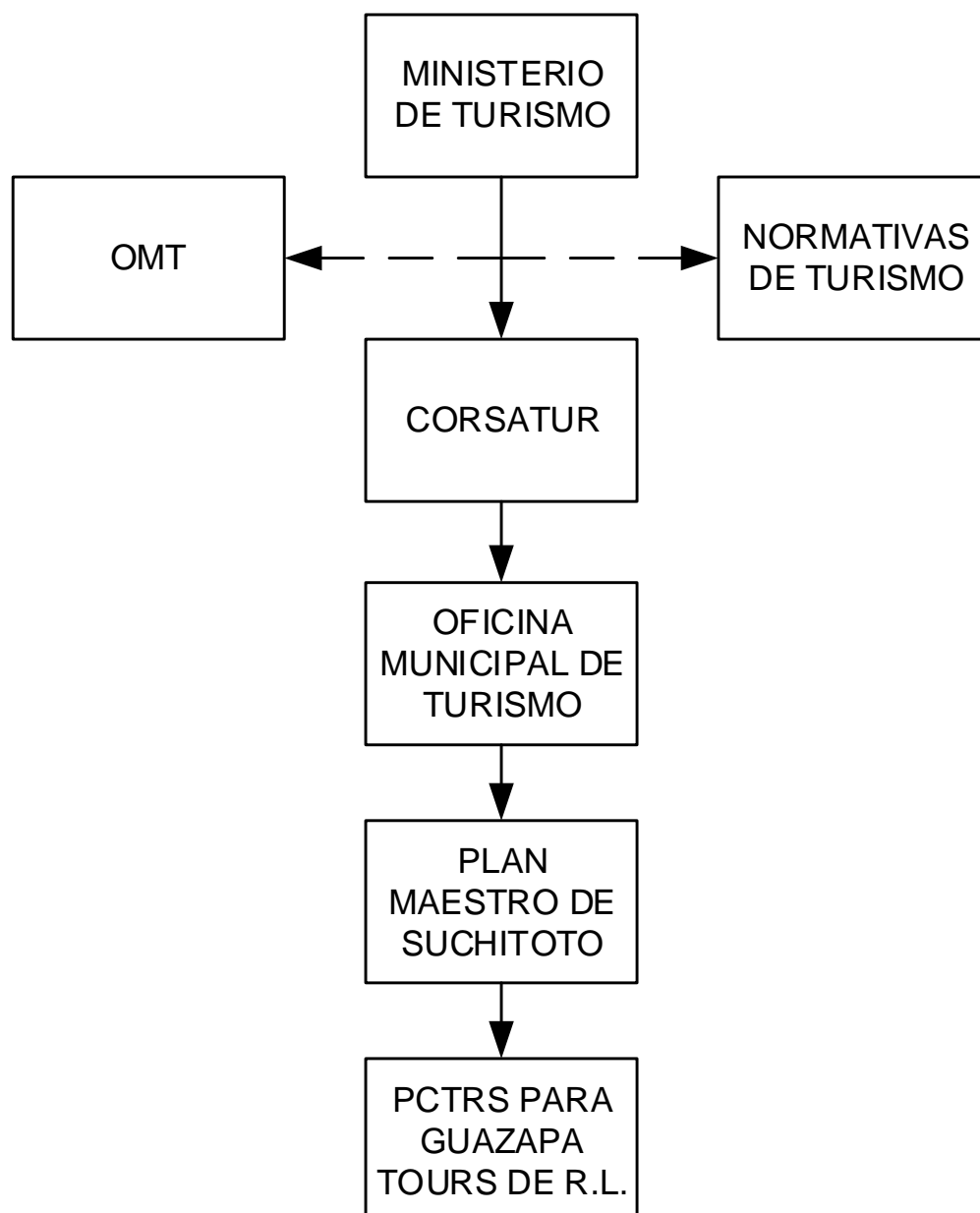
4. PROGRAMAS DE LA PROPUESTA DE LA PCTRS.

Por otra parte, la propuesta de diseño se enmarca dentro de 6 programas específicos, que, si bien no son los únicos, se han considerado como los prioritarios para contribuir y potenciar el desarrollo del turismo rural en Suchitoto. A continuación, se presentan los 6 programas que componen la Propuesta de circuitos turísticos rurales:



Esquema 40 Componentes de la PCTRS.

5. UBICACIÓN DE LA PROPUESTA DENTRO DEL MARCO LEGAL.



Esquema 41 Ubicación de la PCTRS dentro del marco legal.

El diagrama anterior muestra la jerarquía legal donde estará incluida la PCTRS. Partiendo de la institución encargada de velar por el cumplimiento de las políticas y el plan nacional de turismo, apoyado por las diferentes normativas nacionales e internacionales en el rubro, donde la oficina municipal de turismo es la organización a nivel municipal de administrar y gestionar todo en materia turística, la cual en conjunto con otras organizaciones como la Asociación de Desarrollo Turístico de Suchitoto (ADETURS) se formuló el Plan Maestro de Suchitoto, dentro del cual estaría incluida la PCTRS.

C. SOSTENIBILIDAD DE LA PROPUESTA.

Como elementos para asegurar en mayor medida sostenibilidad de la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto, se sugieren una serie lineamientos o políticas, que pueden ayudar a mantener el funcionamiento de los circuitos y todos los componentes de la propuesta.

La idea inicial para el financiamiento de la propuesta de circuitos turísticos rurales, es convertirla en un proyecto para ser gestionada ante la cooperación internacional, para lo cual se cuenta con una coordinación entre la municipalidad de Suchitoto y la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.

A continuación, se detallan los lineamientos complementarios, para que sean retomados por Guazapa Tours de R.L. con el apoyo de la Municipalidad, con el propósito de buscar alternativas de financiamiento y sostenibilidad de forma complementaria a lo que se pueda obtener a través de gestión de cooperación:

- a. Comité de operación turística: Es decir el comité haría la actividad de operador turístico de los circuitos y paquetes de la propuesta, sub-contratando a cada iniciativa por los servicios prestados, lo cual será quizá la principal fuente de generación de recursos de la propuesta de circuitos turísticos. Este comité estará definido por el comité de guías turísticos de Guazapa Tours de R.L.
- b. Establecer una membresía para las iniciativas miembros de la propuesta de circuitos turísticos rurales. Lo cual será retribuido por todos los beneficios que las iniciativas miembros recibirían en el marco de cada uno de los programas: capacitaciones, mejora en los servicios, participar en rutas y paquetes, entre otros. La membresía podría ser mensual, anual o bien proporcional a la cantidad de beneficios recibidos, siendo hasta un 7 % de la valorización de los mismos.
- c. Desarrollo de actividades turísticas importantes, que sean gestionadas por el comité de operación turística y las iniciativas involucradas, en el cual se deje una comisión por parte de las iniciativas participantes, ya sea como monto fijo o como un porcentaje de las ventas. Entre estas actividades podemos señalar: Festivales, ferias y eventos, eventos sobre medio ambiente relacionado con las áreas naturales. Estas actividades podrían desarrollarse trimestralmente a efectos de compensar las bajas de temporada del turismo en el municipio.
- d. Venta de productos promocionales de las distintas iniciativas que conforman los circuitos turísticos rurales en el municipio, relacionadas con la actividad turística, entre ellos: artesanías, productos típicos, bajo el sello del circuito al que pertenezcan, estos podrían estar disponibles a lo largo del circuito.
- e. Gestionar el apoyo con recursos financieros, técnicos y materiales, ante instituciones con trabajo en el municipio y a nivel nacional: ONG`s, Municipalidad, MITUR, MARN, MISAL, MINEC, CONAMYPE, entre otros. Ante ellos se buscaría el apoyo con locales, capacitaciones, promoción y difusión, asesorías y muchos más recursos de los que disponen estas instancias.

D. TAMAÑO DE LA PROPUESTA.

La importancia de definir el tamaño que tendrá la propuesta se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y los costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual manera, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.⁴⁵

1. GENERALIDADES DEL TAMAÑO DE LA PROPUESTA

El Tamaño de la Planta o de la propuesta: "Es la capacidad instalada de producción o de prestación de servicios de la misma". Esa capacidad o tamaño se expresa en unidades producidas en el tiempo.

Para servicios como los que ofrecen las iniciativas se utiliza el concepto de capacidad de carga que es la capacidad de prestar un servicio en condiciones óptimas sin dañar al medio o al entorno.

APROVECHAMIENTO DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Por lo general las plantas, no operan a su capacidad instalada o nominal, debido a factores tales como: Disponibilidad de las materias primas, Tamaño del mercado, Fluctuaciones de la demanda, entre otros. El ritmo de producción al que efectivamente opera la planta, se llama capacidad real o efectiva de operación.

IMPORTANCIA DE UN TAMAÑO ÓPTIMO

El tamaño de la planta es una decisión de largo plazo, casi inflexible en el corto plazo en cuanto a ajustarse a variaciones. Es por ello que es clave e importante una definición óptima de la misma. Ya que los costos imputables a la capacidad instalada, son importantes.

⁴⁵ Sapag (2008).

2. ANÁLISIS DE CADA FACTOR

A) CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE CONSUMO.

Con los resultados de la investigación de mercados se logró identificar la demanda actual y proyectada para los servicios a brindar en los circuitos turísticos, las características de los consumidores se destacan mediante la distinción de perfiles, los cuales se describen a continuación:

▪ PERFIL DE TURISTA NACIONAL JOVEN

PERFIL 1

- Turistas nacionales.
- Residentes del Área Metropolitana de San Salvador y del municipio de Suchitoto.
- Género Femenino y Masculino.
- Edad entre 18 y 35 años.
- Situación económica de no pobreza.

Esquema 42 Perfil del turista nacional Joven.

CARACTERÍSTICAS:

| | | |
|---|---|---|
| Actividades de preferencia: | ▪ Contacto con la naturaleza. | ▪ Disponibilidad de servicio de alimentación. |
| | ▪ Actividades de aventura. | ▪ Transporte. |
| | ▪ Servicios personalizados. | ▪ Comodidad. |
| Necesidades: | ▪ Paquetes de precios accesibles. | ▪ Seguridad. |
| Elementos importantes al elegir un lugar turístico: | ▪ Lugares con belleza, paisajes, flora y fauna exótica. | ▪ Actividades con un sentido preservación de la naturaleza. |
| | ▪ Actividades extremas. | |
| Medio de comunicación que usa para conocer lugares turísticos: | ▪ Redes sociales. | ▪ Páginas web. |
| | ▪ Vallas publicitarias. | |
| Otros aspectos del consumidor Nacional Joven: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizan paseos turísticos con frecuencia. ▪ Deseos de conocer la riqueza natural del país. ▪ Práctica de turismo con amigos o en pareja. ▪ Visita lugares turísticos en época de vacaciones y fines de semana. ▪ Los visitantes se hospedan 1 día en los lugares turísticos. ▪ Entre los servicios que espera un turista son: guías turísticos, caminatas, actividades que se integren con la naturaleza. | |

Tabla 214 Características de Perfil Nacional Joven.

▪ **PERFIL DE TURISTA NACIONAL FAMILIAR**

PERFIL 2

- Turistas nacionales.
- Residentes del Área Metropolitana de San Salvador y del municipio Suchitoto.
- Género Femenino y Masculino.
- Edad entre 0 y 64 años o más.
- Situación económica de no pobreza.

Esquema 43 Perfil de Turista Nacional Familiar.

CARACTERÍSTICAS:

| | | |
|---|---|--|
| Actividades de preferencia: | ▪ Contacto con la naturaleza. | ▪ Disponibilidad de servicio de alimentación. |
| | ▪ Descanso. | ▪ Disponibilidad del servicio de alojamiento. |
| Necesidades: | ▪ Servicios personalizados. | ▪ Comodidad. |
| | ▪ Paquetes que incluyan actividades para niños. | ▪ Seguridad. |
| Elementos importantes al elegir un lugar turístico: | ▪ Lugares con belleza, paisajes, flora y fauna exótica. | ▪ Actividades con un sentido de preservación de la naturaleza. |
| | ▪ Ambiente relajante donde pueda liberar el estrés ocasionado por la ciudad, el trabajo y la vida diaria. | |
| Medio de comunicación que usa para conocer lugares turísticos: | ▪ Referencias personales. | ▪ Páginas web. |
| | ▪ Redes sociales. | ▪ Vallas publicitarias. |
| Otros aspectos del consumidor Nacional Familiar: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizan paseos turísticos con frecuencia. ▪ Deseos de conocer la riqueza natural y cultural del país. ▪ Práctica de turismo con el grupo familiar. ▪ Visita lugares turísticos en época de vacaciones. ▪ Los visitantes se hospedan 1 día en los lugares turísticos. ▪ Entre los servicios que espera un turista son: guías turísticos, caminatas, actividades que se integren con la naturaleza. | |

Tabla 215 Características de Perfil Nacional Familiar.

- **Perfil de turista extranjero**

PERFIL 3

- Turistas internacionales.
- Género femenino y masculino.
- Mayores de 20 años.
- Nivel educativo y cultural alto.

Esquema 44 Perfil de Turista Extranjero.

CARACTERÍSTICAS:

| | | |
|---|---|--|
| Actividades de preferencia: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Canopy. ▪ Gastronomía. ▪ Acampar. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación flora y fauna. ▪ Montañismo. ▪ Actividades culturales. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Descanso. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilidad del servicio de alojamiento. |
| Necesidades: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguridad y comodidad. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diversidad de Atractivos. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ubicación y fácil acceso a las instalaciones del lugar. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calidad en el servicio. |
| Elementos importantes al elegir un lugar turístico: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Contacto con la Naturaleza (Flora y Fauna). | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividades que no contaminen el medio ambiente. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocer actividades Agropecuarias. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ambiente de paz y tranquilidad que sea más relajante. |
| Medio de comunicación que usa para conocer lugares turísticos: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Agencias de viaje/Tour operadores. ▪ Referencias personales. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet. ▪ Vallas publicitarias. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ El 89% de los turistas ya ha visitado con anterioridad El Salvador. ▪ El 75% de los turistas viene a realizar turismo con familiares o amigos; el 10% por trabajo o negocios; el 4% por motivos de estudio y 11% por motivos de voluntariado. ▪ Visita lugares turísticos en época de vacaciones. ▪ Los visitantes se hospedan en los lugares de turismo, el 43% de los turistas tiene una estancia de 3 días y 2 noches; el 39% de una noche; el resto más de 3 noches y 4 días. ▪ Entre los servicios que espera encontrar un turista son: actividades agropecuarias, culturales, guías turísticos, camping, hospedaje, restaurantes, caminatas, y otras actividades que se integren con la naturaleza. | |

Tabla 216 Características de Perfil Extranjero.

1) PROYECCIONES DE LA DEMANDA

CÁLCULO DE LA DEMANDA

1. TURISTA NACIONAL

En primer lugar se partió de la información según la estimación y proyección de población municipal 2005-2025 para el presente año 2017, seleccionando como segmento objetivo, la población que presenta mayores índices de urbanidad a nivel de país: Municipios del Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) y Municipio de Suchitoto.

Para realizar el cálculo de la demanda primeramente se procede a segmentar el total de la población de los municipios del Área Metropolitana de San Salvador y el municipio de Suchitoto, de la misma forma que se hizo en el cálculo de la muestra. De la siguiente forma:

| SEGMENTACIÓN PARA LA DEMANDA NACIONAL | |
|--|------------------|
| Residentes en el AMSS y Suchitoto | 1,797,248 |
| Personas en no Pobreza | 456,183 |
| TOTAL | 1,431,065 |

Tabla 217 Segmentación para la demanda Nacional.

Así mismo es importante resaltar que para calcular la demanda aparente, se tomará como referencia un promedio de los resultados obtenidos tanto en la encuesta del turista nacional joven como la del turista nacional familiar, para poder obtener una dato más representativo del turista nacional, de manera que al realizar el cruce con el dato de la encuesta sobre disposición de realizar un circuito turístico rural en Suchitoto (86%), se obtendrá la cantidad de personas que podrían realizar un circuito turístico rural.

A esta última cifra, para conocer el total de población a demandar este tipo de turismo, se le relacionará con las proporciones encontradas del análisis de las encuestas al mercado consumidor, sobre el tipo de personas con quienes el decisor realiza turismo, a manera de ir encontrando un valor cercano al comportamiento estudiado, se calcularán los rangos por grupos de visitantes que conforman el segmento de Turistas Nacionales a captar.

Por tanto el total de individuos que se espera que realicen un circuito turismo rural de la propuesta es el siguiente:

| TOTAL DEMANDA NACIONAL DEL AÑO 2017 | | | |
|---|---------------|-------------------|--------------------|
| N° | OPCIÓN | PORCENTAJE | TOTAL GRUPO |
| 1 | Solo | 0% | 0 |
| 2 | Pareja | 12% | 171,728 |
| 3 | Familia | 50% | 715,532 |
| 4 | Amigos | 38% | 543,804 |
| TOTAL DEMANDA TURISMO RURAL AMSS Y SUCHITOTO PERIODO DE 2017 AÑO: 1,431,065(0.86)= 1,230,716 | | | |

Tabla 218 Total demanda del año 2017.

2. TURISTA EXTRANJERO

Para este segmento se tomará como universo, las llegadas de turistas internacionales, en el último año (2016), que fueron de 2.051,653 turistas, y dado que con las estrategias de promoción que se ejecutan al segmento, desde el año 2009 a 2016 se observan tasas similares de crecimiento.

Así pues, teniendo en cuenta que aproximadamente el 34% de los turistas extranjeros les interesa realizar turismo rural, la demanda aparente para los circuitos turísticos rurales sería:

$$DEA = TEA * TETR$$

$$DEA = 2.051,653 * 0.22$$

$$DEA = 451,364$$

DEA: Demanda extranjera aparente

TEA: Cantidad de turistas extranjeros a nivel nacional para el año anterior

TETR: % de turistas extranjeros interesados en turismo rural

A continuación, se presenta el cuadro resumen de la demanda estimada para el turismo rural en el AMSS y Suchitoto.

| DEMANDA TOTAL | |
|----------------------|------------------|
| Turistas nacionales | 1,230,716 |
| Turistas extranjeros | 451,364 |
| TOTAL | 1,682,080 |

Tabla 219. Demanda total para el turismo rural en AMSS y Suchitoto.

2) PROYECCIONES DE DEMANDA PARA LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN SUCHITOTO.

Para el cálculo de la demanda potencial para los circuitos turísticos rurales en Suchitoto, se utiliza la información brindada por algunas de las iniciativas rurales de Suchitoto referente a su flujo de turistas de la siguiente forma:

TURISTAS EXTRANJEROS.

| SITIO TURÍSTICO RURAL DE SUCHITOTO | FLUJO TURÍSTICO ANUAL |
|------------------------------------|-----------------------|
| Comunidad San Antonio | 150 |
| Los Nacimientos | 120 |
| Centro recreativo Las Américas | 500 |
| Sitio Cenícero | 100 |
| Guazapa Tours de R.L. | 225 |
| Palo Grande | 50 |
| Hacienda Colima | 600 |
| Total de turistas | 1745 |

Tabla 220. Afluencia de turistas a iniciativas rurales de Suchitoto.

Con estos datos más el flujo de turistas que llega a Suchitoto que fue de 80,000 para el año 2016 y el porcentaje promedio de turistas extranjeros suministrado por algunas iniciativas tanto del área rural como del área urbana, como se muestra en la siguiente tabla:

| TIPO DE TURISTA QUE LLEGA A SUCHITOTO | | |
|--|------------|-------|
| Área urbana | Extranjero | 40% |
| | Nacional | 60% |
| Área rural | Extranjero | 42.5% |
| | Nacional | 56.5% |

Tabla 221. Tipo de turista que llega a Suchitoto según el área.

Con el promedio obtenido de los turistas extranjeros que llegan a Suchitoto es decir el 41%, se establece que el flujo de turistas extranjeros de Suchitoto es equivalente a 33,000 turistas en el 2016. Partiendo de este dato más el aumento general a nivel nacional del rubro turismo el cual es de 4% se pueden establecer las siguientes proyecciones para el municipio de Suchitoto:

| TURISTAS EXTRANJEROS QUE LLEGARÍAN A SUCHITOTO | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 34,332 | 35,718 | 37,160 | 38,661 | 40,221 |

Tabla 222. Proyección de llegada de turistas internacionales a Suchitoto.

Asumiendo que, para las zonas rurales del municipio, el turismo tendrá el mismo comportamiento aumentando en cuatro puntos porcentuales por año se establecen las siguientes proyecciones con base a los datos del año 2016:

| TURISTAS EXTRANJEROS QUE LLEGARÍAN A ZONAS RURALES DE SUCHITOTO | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 772 | 803 | 835 | 869 | 904 |

Tabla 223. Proyección de llegada de turistas internacionales a zonas rurales de Suchitoto.

TURISTAS NACIONALES.

Por otra parte, debido a que no se dispone de datos estadísticos que revelen el flujo de turistas nacionales a Suchitoto más que solo del 2016, el cual es del 59% de los 80,000 turistas que llegaron al municipio, resulta complicado determinar cómo se comportará este mercado en particular para el municipio y principalmente para las zonas rurales. Sin embargo, para efectos de cálculo en el presente estudio, se procederá de la siguiente manera.

Se estima un crecimiento del turismo interno en visitantes del 11.3% (8, 744,465 de viajes al interior del país) para el año 2016, con respecto al año 2015⁴⁶.

⁴⁶ Fuente: <http://www.presidencia.gob.sv/>

| TURISTAS NACIONALES QUE LLEGARÍAN A SUCHITOTO | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| AÑO BASE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 44,000 | 48,972 | 54,506 | 60,665 | 67,520 | 75,150 |

Tabla 224. Proyección de turistas nacionales que llegarían a Suchitoto.

Para efectos de análisis se espera que el flujo de turistas a las áreas rurales y a realizar los circuitos turísticos propuestos incremente de la misma forma, de la siguiente manera:

| TURISTAS NACIONALES QUE LLEGARÍAN A ZONAS RURALES DE SUCHITOTO | | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| AÑO BASE (2016) | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 986 | 1097 | 1221 | 1359 | 1513 | 1684 |

Tabla 225. Proyección de llegada de turistas nacionales a zonas rurales de Suchitoto.

A continuación, se presenta el resumen de la proyección de la demanda para la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto:

| PROYECCIONES POR AÑO Y POR TIPO DE TURISTA | | | | | | |
|---|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| AÑO/TIPO DE TURISTA | TURISTAS QUE REALIZARÍAN LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN SUCHITOTO | | | | | |
| | AÑO BASE (2016) | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Turista Nacional | 986 | 1,097 | 1,221 | 1,359 | 1,513 | 1,684 |
| Turista Extranjero | 742 | 772 | 803 | 835 | 869 | 904 |
| TOTAL POR AÑO | 1,728 | 1,869 | 2,024 | 2,194 | 2,382 | 2,588 |

Tabla 226. Proyecciones de la demanda para la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto.

Así pues, para el cálculo de la demanda por circuito turístico se utilizó la tabla anterior y los resultados de la pregunta número uno y la pregunta 21 acerca de la preferencia turística y la preferencia del tipo de circuito turístico, cabe destacar que para el turista nacional fue necesario obtener un promedio de ambos resultados de la encuesta.

| PROYECCIONES POR CIRCUITO | | | | | |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| TIPO DE CIRCUITO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Aventura-Natural | 689 | 744 | 805 | 871 | 943 |
| Aventura-Cultural | 707 | 765 | 829 | 899 | 976 |
| Aventura-Ecológica | 473 | 515 | 561 | 613 | 669 |
| TOTAL POR AÑO | 1,869 | 2,024 | 2,194 | 2,382 | 2,588 |

Tabla 227. Proyecciones de turistas por tipo de circuito.

Una vez elaborados los paquetes turísticos que conformarían los circuitos turísticos, con los diferentes atractivos y recursos, es posible determinar cuál de ellos tendrá mayor posible aceptación en el mercado, en base a la pregunta número 18 de la encuesta al turista nacional joven, pregunta número 20 de la encuesta al turista nacional familiar y la pregunta 18 del sondeo al turista extranjero. Esto es, sumando las frecuencias de los lugares de mayor aceptación para el turista, estableciendo los siguientes resultados:

| PROYECCIONES POR PAQUETE (CANTIDAD DE TURISTAS) | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| CÓDIGO DE PAQUETE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| AN 1 | 448 | 484 | 523 | 566 | 613 |
| AN 2 | 241 | 261 | 282 | 305 | 330 |
| AC 1 | 212 | 229 | 249 | 270 | 293 |
| AC 2 | 495 | 535 | 580 | 629 | 683 |
| AE 1 | 170 | 185 | 202 | 221 | 241 |
| AE 2 | 302 | 329 | 359 | 392 | 428 |
| TOTAL | 1,869 | 2,024 | 2,194 | 2,382 | 2,588 |

Tabla 228. Proyecciones por paquete turístico para los cinco años de análisis.

Según los pronósticos de demanda mostrados anteriormente para cada paquete de cada uno de los circuitos se puede concluir:

TAMAÑO DE LA DEMANDA > TAMAÑO MÍNIMO DE LA PLANTA POSIBLE INSTALAR

El tamaño de la demanda que ha sido determinado para los paquetes es un factor de alta incidencia en la determinación de la de Capacidad Instalada ya que se pretende definir una capacidad instalada que pueda cubrir los pronósticos de demanda obtenidos a largo plazo. Buscando siempre tener el mayor nivel de aprovechamiento de la capacidad instalada.

B) CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO ABASTECEDOR.

El mercado consumidor considera los volúmenes y características de los insumos requeridos para brindar los servicios actuales, según entrevistas realizadas con el Doctor Orlando Barrera el abastecimiento de los insumos se realiza de manera esporádica, es decir únicamente cuando se posee la necesidad de abastecimiento al momento de la visita de un tour con un número considerable de turistas.

A continuación se muestra una tabla con los principales insumos y sus proveedores:

| Mercado abastecedor | | Alternativas de proveedores | | Disponibilidad de insumos | Aspectos a tomar en cuenta |
|--|-----------------------------------|-------------------------------|---|---------------------------|--|
| A. Proveedores de servicios básicos | Energía Eléctrica | Distribuidora de energía | CAESS | Disponibilidad Constante | Estabilidad del servicio. Costo de alternativas |
| | Agua Potable | Abastecimiento Propio | | Disponibilidad Variable | Capacidad de abastecimiento. Estudios de agua realizados |
| | | Distribuidora de agua potable | Asociación nacional de acueductos y alcantarillados ANDA. | Disponibilidad Constante | Capacidad de abastecimiento. |
| | Internet y Telefonía | Operadores | Claro Digicel | Disponibilidad Constante | Beneficios ofrecidos. Estabilidad del servicio. |
| B. Proveedores de Utensilios de Limpieza | de Artículos Limpieza | Mercados | Aguilares Suchitoto | Disponibilidad Constante | Capacidad de abastecimiento. Distancia entre centro turístico y proveedores Costos |
| | | Supermercados | Súper Selectos Aguilares | | |
| C. Proveedores de Productos Alimenticios | Principales Proveedores Alimentos | Mercados | Aguilares Suchitoto | Disponibilidad Constante | Capacidad de abastecimiento. Distancia entre centro turístico y proveedores Costos |
| | | Supermercados | Súper Selectos Aguilares | | |

Tabla 229 Principales insumos y proveedores.

Debido a las características de los insumos utilizados para la operación de los circuitos turísticos rurales se concluye que estos pueden ser adquiridos en cualquier periodo de tiempo y por ello no es un criterio determinante de la capacidad instalada de la propuesta.

C) ECONOMÍA DE ESCALA

Con respecto a la economía de escala se refiere a las reducciones existentes en los costos de operación como resultado del aumento del tamaño, tanto de actividades como de períodos de servicio, para el caso ocurren ambas, ya que el estudio sugiere brindar una serie de actividades y el aumento del periodo de servicio, actualmente se brinda un horario de 8 am a 4 pm, de tal manera buscar el nivel óptimo de prestación del servicio que genere el menor costo por servicio prestado; pero debe tenerse en cuenta la posibilidad de que los costos tengan un aumento o crezcan a un valor superior a los beneficios; sin embargo un crecimiento de este tipo no se considera en los objetivos a corto plazo, por lo anterior no es considerado como un factor de importancia para la comparación con los demás factores en evaluación.

D) DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

La propuesta de circuito turísticos rural es un proyecto que busca dinamizar el desarrollo económico-social, actualmente cuenta con todos los servicios establecidos que se incluirán en la propuesta; pero si después desea diversificar sus servicios buscara organizaciones que puedan brindarle el financiamiento.

El objetivo de Guazapa Tours es financiarse a través de organizaciones que brinden apoyo económico a través de programas de desarrollo comunitario y de esta manera contribuir al crecimiento de la zona.

E) MANO DE OBRA

Guazapa Tours es una cooperativa que busca el desarrollo del turismo rural comunitario, esto se ve reflejado en los programas de aprendizaje que brinda para el beneficio de la Comunidad El Sitio Zapotal, además de la contribución económica al contratar residentes de la comunidad para brindar el servicio de guías turísticos o para el arrendamiento de caballos, transporte o la contratación del personal que se encarga de la preparación de los alimentos cuando son requeridos.

A continuación se detallan algunas especificaciones de mano de obra que son regidas por la Norma Técnica Salvadoreña para los servicios de caminata (montañismo), Canopy y camping.

1) GUÍAS PARA CANOPY

Con la propuesta de diversificación de actividades turísticas se necesita mano de obra especializada para Canopy; según la Norma Técnica Salvadoreña NTS 03.58.01:12 menciona que toda persona natural para ser guía especializado de canopy, debe cumplir con los requisitos y criterios de desempeño que se mencionan en la Norma.

Además una persona natural es autorizada por el Ministerio de Turismo (MITUR) como guía de canopy, al demostrar experiencia en la especialidad, con un mínimo de 250 h de práctica realizadas, las que consideren funciones de enviador, receptor y rescate,

registradas en su libro bitácora y las evidencias de formación en la especialidad. Los guías de canopy poseen un número de clientes como máximo para poder brindar el servicio de acuerdo a normativa establecida, tal como se visualiza en la siguiente tabla:

| USUARIOS | N° DE GUÍAS ENCARGADOS |
|------------------|------------------------|
| 1 a 8 personas | 2 |
| 9 a 16 personas | 4 |
| 17 a 24 personas | 8 |

Tabla 230 Capacidad por guía de Canopy según norma NTS 03.5801:12

2) GUÍAS LOCALES (MONTAÑISMO Y SENDERISMO)

Los guías turísticos que se necesitan para realizar actividades de montañismo y senderismo según las Norma Técnica Salvadoreña NTS 03.55.01:12 deben tener una formación mínima como guía local, tales como:

| | | |
|-----------------------------|----------------------|--------------------------|
| ANIMACIÓN TURÍSTICA | CONDUCCIÓN DE GRUPOS | ÉTICA PROFESIONAL |
| CONOCIMIENTOS A NIVEL LOCAL | PATRIMONIO CULTURAL | GEOGRAFÍA DE EL SALVADOR |
| MEDIO AMBIENTE | GASTRONOMÍA | HISTORIA DE EL SALVADOR |
| ATRATIVOS Y RECURSOS | OFERTA TURÍSTICA | LEGISLACIÓN TURÍSTICA |

Esquema 45 Áreas de formación de guías locales según norma NTS 03.55.01:12.

3) PERSONAL DE CAMPING

El personal de camping estará presente en jornada nocturna, se pueden definir como guías de sitios, quienes deben poseer como mínimo conocimientos sobre primeros auxilios, conducción de grupos y ética profesional.

F) TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN.

Ya que para el funcionamiento de circuitos turísticos rural lo más importante es la conservación del medio ambiente, no se utilizará compleja tecnología en su funcionamiento y por ello no es un factor aplicable en la determinación de la capacidad instalada de este.

G) POLÍTICA ECONÓMICA.

LEY DE TURISMO

Dentro de la política económica podemos encontrar los incentivos brindados al sector turístico mediante la creación de leyes como La Ley de Turismo que entró en vigencia el 28 de diciembre de 2005, dicha ley contiene 10 capítulos y 41 artículos y únicamente ha sufrido una reforma en diciembre de 2010.

Objetivo:

Promover la inversión nacional y extranjera en El Salvador en actividades turísticas.

Beneficios:

- La inversión mínima para calificar a los incentivos es de US\$ 25,000.
- Total exención de impuesto de la renta por un período de diez años.
- Exención de IVA y aranceles para los bienes importados.
- Total exención de impuestos en transferencias de bienes raíces para la adquisición de inmuebles a ser utilizados en la propuesta.
- Exención parcial de los impuestos municipales (hasta 50 %) por un período de cinco años.

Para el caso del centro turístico dependerá del monto total establecido para la propuesta, por lo que tiene una mínima incidencia en el establecimiento de la capacidad instalada dado que se pretenderá realizar la distribución más adecuada dentro del espacio disponible que permita la mejor utilización de los fondos y exceder la inversión mínima necesaria para lograr gozar de los incentivos brindados por la ley.

H) CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

La naturaleza de la propuesta requiere de la evaluación de este factor debido a que el tamaño de la propuesta de circuitos turísticos rurales estaría también condicionado por las regulaciones ambientales que buscan la protección del medio ambiente.

Este aspecto es considerado de mucha importancia debido a que Guazapa Tours tiene como objetivo fomentar la conservación del ecosistema es por esto que ofrece el Turismo ecológico por lo tanto cada acción debe ir acorde con la filosofía de la cooperativa además de que existen leyes que amparan y protegen toda modificación o actividades que pueda afectar al Cerro de Guazapa y a todas las especies que habitan en él.

Algunas de las legislaciones vigentes bajo las cuales se establecen los servicios eco turístico son:

| LEY O REGLAMENTO | DESCRIPCIÓN |
|--------------------------------------|---|
| LEY DE TURISMO | Esta Ley tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras. |
| POLÍTICA NACIONAL DEL MEDIO AMBIENTE | <p>Los lineamientos de política ambiental son planteados en dos grandes áreas temáticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La Conservación y Aprovechamiento de los Recursos Naturales; y ▪ Gestión Ambiental. <p>En la conservación y aprovechamiento de recursos naturales se enfatiza el ordenamiento territorial, la conservación y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales como el sustrato de la política, a través de la cual se vincula el crecimiento económico y el respeto a los recursos naturales.</p> <p>En la gestión ambiental se abordan seis temas que se complementan entre sí y cuyo ámbito de incidencia provee el marco que orienta la gestión ambiental de manera integral. En su conjunto, los lineamientos o las directrices establecidas, constituyen lazos de vinculación y que hacen compatible los pilares del desarrollo sostenible; además proveen la base para el crecimiento económico sostenible que posibilita el mejoramiento de la calidad de vida de la población del país en un marco jurídico e institucional armónico.</p> |
| LEY DEL MEDIO AMBIENTE | Tiene por objeto desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refieren a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones; así como también, normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes en general; y asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador en esta materia. |

Tabla 231 Legislaciones vigentes para la conservación de áreas naturales.

3. PROCESO DE EVALUACIÓN DEL TAMAÑO DE LA PROPUESTA

Para la determinación del tamaño óptimo de la propuesta se utilizará la metodología cualitativa de evaluación por puntos de los factores que se consideran importantes o influyentes en dicho tamaño de la propuesta.

ANÁLISIS DE INCIDENCIA POR CADA FACTOR:

| Factor | Incidencia | Justificación |
|--|------------|---|
| Características del mercado de consumo. | Alta | El mercado de consumo proyectado demuestra una tendencia al alza debida al crecimiento del turismo tanto a nivel nacional como internacional. |
| Características del mercado de abastecimiento. | Baja | Los insumos utilizados para el funcionamiento de los circuitos turísticos rurales no son estacionales y por lo tanto pueden adquirirse en cualquier momento del año y las variaciones en sus precios no afectan significativamente los costos totales del servicio. |
| Economía de escala. | Media | A mayor externalización de las actividades adicionales al servicio principal se pretende obtener una reducción en los costos fijos. |
| Disponibilidad de recursos financieros. | Media | Guazapa Tours tiene ya establecidos los servicios que se incluirán en la propuesta. |
| Características de la mano de obra. | Alta | La capacitación y especialización de la mano de obra es de vital importancia para el desarrollo de los servicios turísticos en los circuitos. |
| Tecnología de producción. | Baja | No se utiliza equipo sofisticado para el funcionamiento de los circuitos turísticos rurales. |
| Política económica. | Media | En el caso de requerir financiamiento que será analizado en la evaluación financiera en la siguiente etapa, una de las vías podría ser buscar cumplir con los requisitos de la ley de turismo para poder optar a los beneficios que se plantean en la misma. |
| Conservación del medio ambiente. | Alta | Este factor restringe en gran medida el tamaño al buscar el respeto del ambiente natural, la flor y fauna del Cerro de Guazapa. |

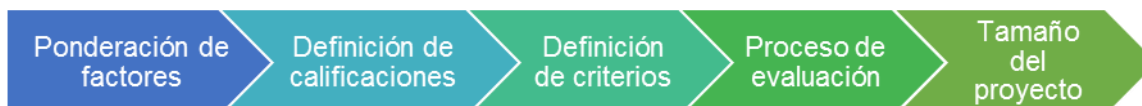
Tabla 232 Incidencia de factores para determinar el tamaño de la propuesta.

Con el análisis anterior se establecen tres factores a evaluar:



Esquema 46 Factores a evaluar para el tamaño de la propuesta.

METODOLOGÍA A UTILIZAR.



Esquema 47 Metodología para la evaluación del tamaño de la propuesta.

▪ PONDERACIÓN DE FACTORES

Para la ponderación de factores, se toman los antes mencionados como factores que forman parte importante para la determinación del tamaño de la propuesta, su ponderación se establece en base al grado de impacto negativo que generaría sino se cuenta con ello para brindar los servicios.

| FACTOR | | PESO (%) | DESCRIPCIÓN |
|---|-----|-------------|---|
| Características del mercado de consumo. | de | 45% | El mercado de consumo refleja el mayor porcentaje debido a que es la demanda la que justifica los ingresos por venta de la Cooperativa. |
| Características mano de obra. | de | 20% | Dentro del sector servicio la atención y capacitación de quienes lo ofrecen representa una gran parte del éxito en la experiencia de hacer turismo. |
| Conservación medio ambiente. | del | 35% | El respeto por el ambiente natural representa un factor de vital importancia para la conservación de la flora y fauna del cerro de Guazapa. |
| TOTAL | | 100% | |

Tabla 233 Ponderación de cada factor.

▪ DEFINICIÓN DE CALIFICACIONES

Los rangos de importancia establecidos para la determinación del tamaño de la propuesta son los siguientes:

| NIVEL DE IMPORTANCIA | CALIFICACIÓN |
|----------------------|--------------|
| Alta importancia | 8 |
| Importancia media | 5 |
| Baja importancia | 3 |

Tabla 234 Escala de calificación.

- **DEFINICIÓN DE CRITERIOS**

La definición de criterios se establece en consenso con el equipo formulador ajustándose a la naturaleza de la propuesta que se realiza.

| N° | Criterios |
|----|---|
| A | Este factor es indispensable para la prestación de los servicios. |
| B | Este factor debe estar presente en la prestación del servicio. |
| C | Este factor influye en la calidad de prestación del servicio. |
| D | Es un factor legal para la prestación del servicio. |

Tabla 235 Criterios a evaluar.

- **PROCESO DE EVALUACIÓN**

Los criterios de evaluación y la escala de calificación permiten realizar el proceso de evaluación para obtener un valor total, que representa el peso del factor respecto a los que se evalúan; el factor a seleccionar será el de mayor ponderación, con eso se identificará el factor determinante del tamaño de la propuesta.

| FACTORES | PESO (%) | CRITERIOS | | | | TOTAL DE CRITERIOS | RESULTADO <i>= (Peso) * (Total de criterios)</i> |
|---|----------|-----------|---|---|---|--------------------|---|
| | | A | B | C | D | | |
| Características del mercado de consumo. | 45% | 8 | 8 | 3 | 3 | 22 | 9.9 |
| Características de mano de obra. | 20% | 8 | 8 | 8 | 5 | 29 | 5.8 |
| Conservación del medio ambiente. | 35% | 8 | 8 | 8 | 5 | 29 | 10.15 |

Tabla 236 Proceso de evaluación.

Según los resultados anteriores el factor de mayor importancia para el tamaño de la propuesta es de conservación del medio ambiente con un valor de 10.15 en ponderación; cabe destacar que es seguido por el mercado de consumo con 9.9, la diferencia es mínima por lo tanto se analiza el tamaño óptimo de la propuesta que armonice estos dos factores.

4. TAMAÑO ESTABLECIDO

Para establecer el tamaño se realiza el cálculo de la capacidad de carga que en su definición más sencilla hace referencia al número máximo de visitantes que puede contener un determinado espacio / recurso / destino turístico; en otras palabras, el límite más allá del cual la explotación turística de un recurso / destino es insostenible por perjudicial.

La capacidad de carga de la contraparte se calcula para el servicio de caminata (senderismo), ya que según el estudio de mercado es la actividad más realizada en el turismo ecológico y la de mayor preferencia.

CÁLCULO DE CAPACIDAD DE CARGA

El cálculo de la Capacidad de Carga Turística se realiza siguiendo la metodología de Cifuentes et al. (1992) que busca establecer el número máximo de visitas que puede recibir un área en base a las condiciones físicas, biológicas y de manejo que se presentan en el área en el momento del estudio⁴⁷.

Para establecer la capacidad de carga de visitantes, se consideran tres niveles consecutivos:



Esquema 48 Componentes de Capacidad de Carga.

- **LA CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA (CCF)**
Es el límite máximo de visitas que se pueden hacer al sitio durante un día.
- **LA CAPACIDAD DE CARGA REAL (CCR)**
Es el límite máximo de visitas, determinado a partir de la CCF de un sitio, tras someterlo a los factores de corrección definidos en función de las características particulares del sendero.
- **LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA**
Es el límite máximo de visitas que se puede permitir para ordenarlas y manejarlas. Se obtiene comparando la Capacidad de Carga Real (CCR) con la Capacidad de Manejo (CM) de la administración del área, que se define como la suma de condiciones que la administración de un área protegida necesita para poder cumplir con sus funciones y objetivos. Al estar todos los senderos fuera de zonas protegidas que tengan Plan de Manejo, se ha omitido el cálculo de este factor.

⁴⁷ M+A. Revista Electrónica@ de Medio Ambiente 2008, 6:1-20

La relación entre los niveles puede representarse como sigue:

$$CCF > CCR > CCE$$

La CCF siempre será mayor que la CCR y ésta podría ser mayor o igual que la CCE.

La CCF está dada por la relación simple entre el espacio disponible y la necesidad de espacio por grupo de visitantes (factor social).

La CCR se determina sometiendo la CCF a una serie de factores de corrección (reducción) que son particulares a cada sitio y pueden por sus características efectuar una reducción en la capacidad de carga.

Cabe destacar que el Cerro de Guazapa no es un área protegida pero los fines de Guazapa Tours son la conservación del medio ambiente y de la memoria histórica del lugar, es por esto que se tomó en cuenta esta metodología.

▪ **CÁLCULO DE CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA CCF.**

$$CCF = \frac{S}{Sv} \cdot NV$$

Dónde:

S = Superficie disponible.

Sv = Superficie por visitante.

NV/día = Número de veces que el sitio puede ser visitado por la persona en un día.

NV se calcula mediante la ecuación:

$$NV = \frac{Hv}{Tv}$$

Dónde:

Hv = Horario de visitas.

Tv = Tiempo necesario para la visita.

Para fines del cálculo se tomará como ejemplo el servicio de caminata media.

| INFORMACIÓN PARA EL CÁLCULO | | |
|----------------------------------|----|------------------------------|
| Superficie disponible. | S | 5,800 metros aproximadamente |
| Superficie por visitante. | Sv | 1 metro |
| Horario de visitas. | Hv | 8 horas |
| Tiempo necesario para la visita. | Tv | 3.5 horas aproximadamente |

Tabla 237 Información para el cálculo de la capacidad física.

$$NV = \frac{8 \text{ horas/día}}{3.5 \text{ día}} = 2.29 \frac{\text{visitas}}{\text{día}} \cong 2 \frac{\text{visitas}}{\text{día}}$$

$$CCF = \frac{5,800m}{1m} * 2 \frac{visitas}{día} = 11600 \frac{visitas}{día}$$

La capacidad física del Cerro de Guazapa es de 11600 visitas al día.

▪ **CÁLCULO DE CAPACIDAD DE CARGA REAL CCR.**

La Capacidad de Carga Real (CCR): responde a la siguiente expresión matemática:

$$CCR = CCF * FC Soc * FC Acc * FC Ero * FC Prep * FC Ane$$

Dónde:

- FC Soc: Factor social.
- FC Ero: Factor de erodabilidad.
- FC Acc: Factor de accesibilidad.
- FC Prep: Factor de precipitación.
- FC Ane: Factor de anegamiento.

CÁLCULO DEL FACTOR SOCIAL.

Está determinado por el flujo de visitantes, grupos máximos de personas y distancia entre grupos y considera aspectos referentes a la calidad de la visitación, para ello se hace necesario el manejo de los visitantes en grupos, esto con el fin de asegurar la satisfacción de los mismos.

Expresiones de cálculo:

$$FS = 1 - \frac{Magnitud\ limitante}{Distancia\ total\ del\ sendero}$$

$$Magnitud\ limitante = MTS - P$$

$$P = NG * \text{Número de personas por grupo}$$

$$NG = \frac{L}{D}$$

Dónde:

- L = Longitud del sendero en metros lineales.
- D = Distancia requerida por grupo.
- P = Número de personas que pueden estar simultáneamente en el sendero.
- MTS = Distancia total del sendero

En Guazapa Tours se atendieron para el año 2015 se atendieron 19 caminatas en el año para 174 turistas con un promedio de 15 turistas por caminata, la distancia entre grupos podría estimarse en 100 metros.

El número de grupos (NG) que puede estar simultáneamente en cada sendero.

$$NG = \frac{5800}{100} = 58 \text{ grupos}$$

$$P = 58 * 15 = 870 \frac{\text{Personas}}{\text{grupo}}$$

$$\text{Magnitud limitante} = 5800 - 870 = 4930$$

$$FS = 1 - \frac{4930}{5800} = 0.15$$

CÁLCULO DEL FACTOR DE ERODABILIDAD.

La erodabilidad del suelo es un índice que indica la vulnerabilidad o susceptibilidad a la erosión y que depende de las propiedades intrínsecas de cada suelo. Cuanto mayor sea la erodabilidad mayor porcentaje de erosión.

Las zonas que tienen un grado de erodabilidad medio o alto son las únicas consideradas significativas al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto de erodabilidad presenta un riesgo de erosión mayor que un grado medio se incorporó un factor de ponderación de 1, para el grado medio de erodabilidad, y de 1,5 para el alto.

Expresiones de cálculo:

$$FC\ Ero = 1 - \frac{(Mae * 1.5) + (Mem * 1)}{Mt}$$

Dónde:

Mea = Metros del sendero con erodabilidad alta.

Mem = Metros del sendero con erodabilidad media.

Mt = Metros torales del sendero.

| GRADO DE ERODABILIDAD | | |
|-----------------------|--------------|----------------------|
| GRADO DE DIFICULTAD | PENDIENTE | LONGITUD DEL SENDERO |
| Ninguno | Menor al 10% | 4700m |
| Media | 10% a 20% | 1000m |
| Alta | Mayor al 20% | 100m |

Tabla 238 Grado de erodabilidad de caminata media*.⁴⁸

$$FC\ Ero = 1 - \frac{(100 * 1.5) + (1000 * 1)}{5800} = 0.8$$

⁴⁸ Valores aproximados. Fuente: Elaboración propia.

*Requiere de evaluación técnica de un experto.

CÁLCULO DEL FACTOR DE ACCESIBILIDAD.

Determina el grado de dificultad que tienen los visitantes al desplazarse por el lugar debido a la pendiente.

Para el cálculo del grado de dificultad se tuvieron en cuenta las siguientes categorías.

| GRADO DE DIFICULTAD | | |
|---------------------|--------------|----------------------|
| GRADO DE DIFICULTAD | PENDIENTE | LONGITUD DEL SENDERO |
| Ninguno | Menor al 10% | 2000 |
| Media | 10% a 20% | 3300 |
| Alta | Mayor al 20% | 500 |

Tabla 239 Grado de dificultad de caminata media.*

Para el Grado de Dificultad Medio es de 1; y, para el Grado de Dificultad Alto, es de 1,5.
Expresiones de cálculo:

$$FC Acc = 1 - \frac{(Ma * 1.5) + (Mm * 1)}{Mt}$$

Dónde:

Ma = Metros de sendero con dificultad alta.

Mm = Metros del sendero con dificultad media.

Mt = Metros totales de sendero.

$$FC Acc = 1 - \frac{(500 * 1.5) + (3300 * 1)}{5800} = 0.30$$

Los factores considerados para el estudio de la capacidad de carga son: factor social, factor de erodabilidad y el factor de accesibilidad; no se toma en cuenta el factor de precipitación ni de anegamiento debido a que para que el cálculo del factor sea acertado requiere de un estudio técnico donde un experto pueda brindar estos datos; la información utilizada muestra valores aproximados.

$$CCR = CCF * FC Soc * FC Acc * FC Ero$$

$$CCR = 11600 * 0.15 * 0.8 * 0.3$$

$$CCR = 417.6 \frac{\text{Visitas}}{\text{día}}$$

▪ **CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA CCE.**

$$CCE = CCR * CM$$

Dónde:

CM = Porcentaje de la capacidad de manejo óptima.

En base a las visitas al Cerro de Guazapa se establecen los siguientes factores a considerar como capacidad de manejo óptimo.

| FACTOR | CALIFICACIÓN |
|-------------------------|--------------|
| Infraestructura | 0.6 |
| Mano de obra calificada | 0.7 |
| Equipamiento | 0.5 |

Tabla 240 Factor de capacidad de manejo óptimo.

La calificación máxima tiene el valor de uno.

$$CM = \frac{(0.6 + 0.7 + 0.5)}{3} * 100 = 60\%$$

$$CCE = (417.6 * 0.7) = 292.32 \cong 293 \frac{\text{visitas}}{\text{día}}$$

Resumen de resultados de capacidad de carga.

| | |
|------------------------------|---|
| Capacidad de carga física. | 11600 $\frac{\text{Visitas}}{\text{día}}$ |
| Capacidad de carga real. | 418 $\frac{\text{Visitas}}{\text{día}}$ |
| Capacidad de carga efectiva. | 293 $\frac{\text{visitas}}{\text{día}}$ |

Tabla 241 Resultados de capacidad de carga.

La capacidad de carga es de 293 visitas/ día, es el valor que limita el número de turistas diarios para realizar los tours sin afectar al ecosistema del Cerro de Guazapa.

5. CAPACIDAD INSTALADA PARA LA PROPUESTA

La capacidad instalada es la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

Para conocer la capacidad instalada de la propuesta de circuitos turísticos rurales, se debe conocer todas las capacidades instaladas de las iniciativas involucradas en los circuitos turísticos rurales proporcionadas por las iniciativas cuando se realiza la recopilación de información por medio de la ficha técnica.

A continuación, se presentan las capacidades instaladas de las iniciativas:

| INICIATIVAS | CAPACIDADES INSTALADAS |
|-----------------------------------|---|
| Hacienda Colima | 200 personas |
| Ciudad Vieja | - |
| Hacienda la Bermuda | 150 personas |
| Hacienda los Nacimientos | 60 personas |
| Centro Arte para La Paz | 50 personas en cafetería, 35 personas en museo. |
| Río Agua Tibia | - |
| Palo Grande | 25 personas |
| Cihuatán | 200 personas |
| Centro Recreativo las Américas | 50 personas |
| Cooperativa Guazapa Tours | 30 personas |
| Centro Histórico de Suchitoto | - |
| Comunidad San Antonio | 50 personas |
| Sitio Cenícero | 50 personas |
| La Posada de Suchitlán | 23 personas en hotel y 300 personas en restaurante. |
| Turicentro Puerto San Juan | 256 personas |
| Hotel Blanca Luna | 28 personas |
| Hotel Los Sánchez | 5 personas |
| Casa 1880 | 250 personas en restaurante y 9 personas en hostel |
| Hotel y Restaurante Los Almendros | 28 personas en hotel y 100 personas en restaurante. |

Tabla 242. Capacidad diaria instalada por iniciativa.

Para establecer la capacidad instalada de la propuesta de circuitos turístico, para poder brindar un excelente servicio se debe tomar de la iniciativa que tiene menor capacidad instalada, en este caso es el Hotel Los Sánchez pero como como los hoteles y restaurantes son opcionales para aquellos turísticos que lo pidan o sea que no pertenecen en si a cada uno de los paquetes establecidos por lo tanto se tomara la iniciativa menor que si está incluida en los paquetes la cual es el Centro Arte para la Paz que su capacidad instalada es de 35 personas al día.

Capacidad instalada para la PCTRS:

35 PERSONAS AL DÍA

E. LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

La localización óptima de una propuesta es la que contribuye de mejor manera a lograr la mayor rentabilidad sobre la inversión (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo es determinar la localización y ubicación óptima para la instalación de la planta de manera que genera la mayor rentabilidad posible.

La localización es una decisión de largo plazo, de difícil y costosa variación. Y que incide significativamente en los resultados económicos.

1. GENERALIDADES DE LA LOCALIZACIÓN

La determinación del lugar donde se instalará la propuesta, se da en dos etapas:

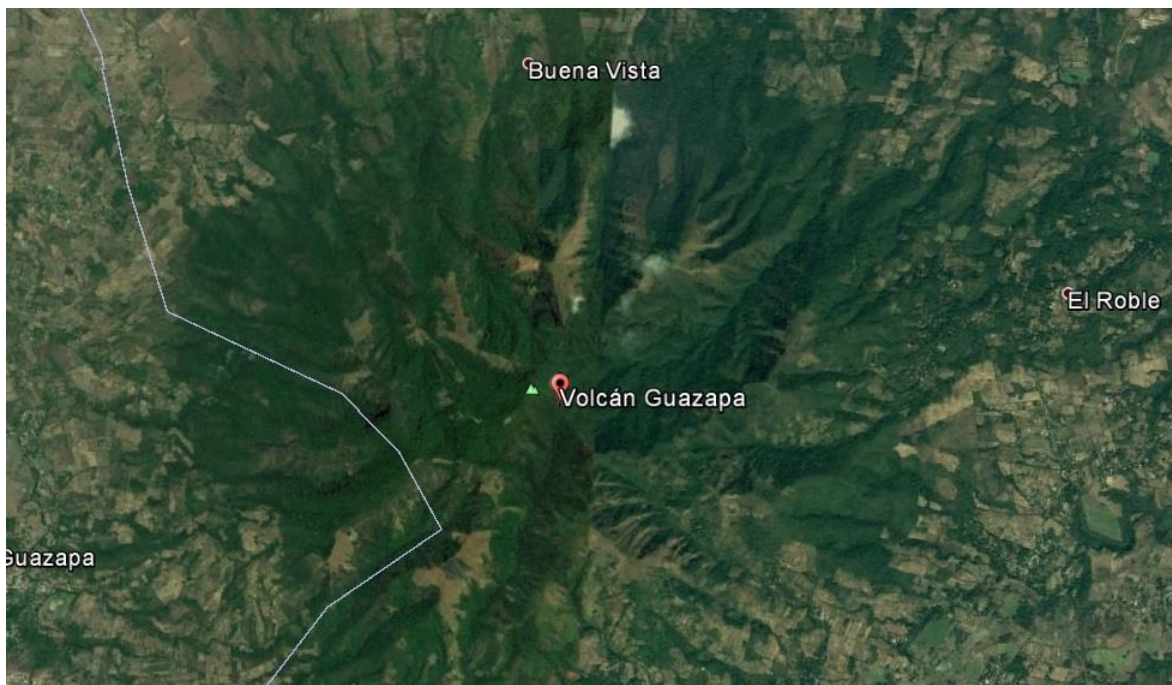


Esquema 49 Partes de la localización de la propuesta.

Una localización óptima ahora podría no serla en el futuro. Por lo que se requiere un análisis objetivo de la localización considerando todos los factores que pueden incidirla ahora y en el futuro.

2. ANÁLISIS DE LA MACRO LOCALIZACIÓN

Por la naturaleza de la propuesta de circuitos turísticos rurales para Guazapa Tours, la cual busca la conservación medio ambiental y de la memoria histórica y cultural del Cerro de Guazapa y del municipio en general, a continuación, se presenta la localización a nivel macro, posteriormente se evaluarán los factores con los que cuenta la actual localización frente a sus competidores, el mercado de consumo y las ventajas y desventajas propias de la propuesta.



Esquema 50 Macro localización, Cerro de Guazapa.

El cerro o volcán Guazapa (Guazapa, significa "Río de los Guaces") está ubicado en las demarcaciones geográficas de los municipios de San José Guayabal y Suchitoto, en el departamento de Cuscatlán y Guazapa en el departamento de San Salvador, El Salvador. La cima alcanza una elevación de 1.438 msnm.

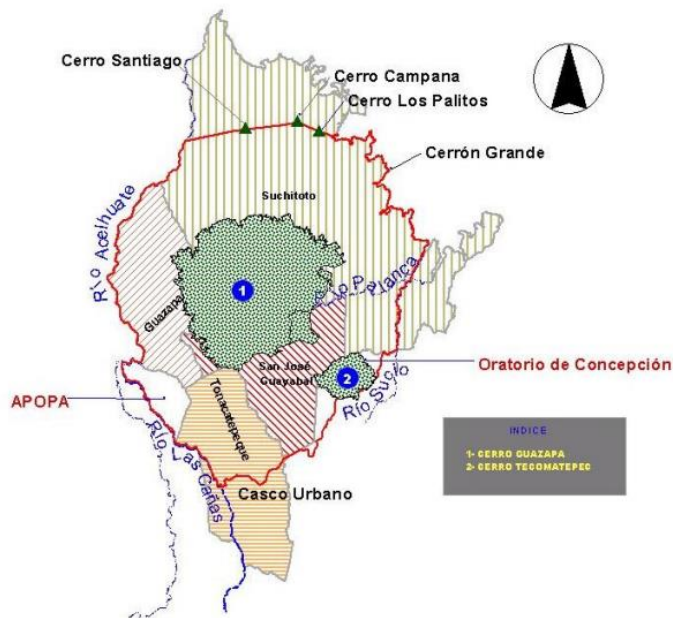
El cerro o volcán Guazapa está ubicado en las demarcaciones geográficas de los municipios de San José Guayabal y Suchitoto, en el departamento de Cuscatlán, y Guazapa en el departamento de San Salvador, El Salvador. La cima alcanza una elevación de 1.438 msnm.

Se encuentra ubicado entre las coordenadas geográficas siguientes: 13° 89' 61" latitud norte 89° 12' 06" longitud oeste.

Es considerado un estratovolcán del pleistoceno, del cual no se encuentran rastros de su cráter. Fue uno de los principales escenarios de la guerra civil salvadoreña y, por su variada flora y fauna, es un sitio de interés para la práctica del turismo ecológico.

Guazapa Tours se encuentra en el área correspondiente al municipio de Suchitoto, está situado en el departamento de Cuscatlán en la zona paracentral del país a 47 Km Norte de San Salvador.

Se localiza entre las coordenadas geográficas 14°04'08" y 13°50'32" (LN) y 88°56'39" y 89°10'07" (LWG), a una altitud promedio de 332 msnm. Con una extensión territorial de 329.9 Km², siendo uno de los municipios más grandes del territorio nacional, con un gran predominio del sector rural y donde sobresale la actividad agropecuaria. Está delimitado al norte por el Embalse Cerrón Grande, al sur a través de los relieves geográficos del Cerro Guazapa y el Cerro Tecomatepec, con los municipios de San José Guayabal, Oratorio de Concepción y Tenancingo; al este con el municipio de Cinquera y al oeste con los municipios de Aguilares y Guazapa.



Esquema 51 Municipio de Suchitoto⁴⁹

Un aspecto a recalcar de este Municipio, que está dado por su posición geográfica, es su jurisdicción sobre el Embalse del Cerrón Grande. Este delimita al Municipio por toda la parte norte y noreste del territorio, conformando una rívera que se extiende a lo largo de casi la totalidad del Embalse, característica que representa un recurso importante para el beneficio económico de su población por medio de la pesca, la navegación turística o deportiva y como sitio de atracción turística por su paisaje.

⁴⁹ Plan de desarrollo turístico y de conservación del Municipio de Suchitoto.

A) RECURSOS NATURALES DE SUCHITOTO.

CLIMATOLOGÍA

El Municipio se caracteriza por tener un clima cálido con temperaturas promedio entre 26°C y 39°C. La precipitación promedio anual es de 1,787 mm. Y una humedad relativa de 77%. (Municipalidad de Suchitoto, 1994). El país se encuentra en la parte Norte del Cinturón tropical de la Tierra y están definidas dos estaciones, climatológicas, una estación seca o verano en los meses de Noviembre, a Abril, y una estación lluviosa comprendida en los meses de Mayo a Octubre.

RECURSOS HÍDRICOS

Uno de los componentes principales de la cuenca hidrográfica, es el lago de Suchitlán que alberga cerca de 2,150 millones de metros cúbicos, de los cuales el 50% pertenecen a Suchitoto, además su precipitación pluvial anual genera una oferta hídrica de alrededor de los 57.5 millones de metros cúbicos, de los cuales, un gran porcentaje se pierde en concepto de escorrentía, y solo el 10% es filtrado a los mantos acuíferos.

Las principales zonas de recarga acuífera se encuentran en el cerro Tecomatepeque, y la parte norte del cerro de Guazapa, desde los cuales se desprenden varios nacimientos de importantes ríos y quebradas que drenan sus aguas hacia el Río Lempa.

La cuenca hidrográfica se divide en tres partes, media, baja y alta, se registran 28 ríos en total, dentro de los cuales destacan, Los Limones, Chalchigüe, Quezalapa, Sinacapa y Acelhuate, en la siguiente tabla puede verse los datos de los caudales superficiales y de los principales afluentes, y un cálculo estimado de la disponibilidad de agua subterránea, que posee la suficiente capacidad para abastecer la demanda para consumo humano, registrada conjuntamente por las juntas rurales y EMASA.

Municipio de Suchitoto, descripción de la cuenca hidrográfica.

| CUENTA | ÁREA TOTAL (KM ²) | CAUDAL PROMEDIO ANUAL (M ³ /SEG.) | CAUDAL PROMEDIO POR ESTACIÓN (M ³ /SEG.) | | AGUA SUBTERRÁNEA DISPONIBLE (M ³) |
|--------------|-------------------------------|--|---|---------------|---|
| | | | LLUVIOSA | SECA | |
| Alta | 7349 | 138.63 | 237.91 | 39.36 | 902622.1 |
| Media | 9268 | 341.76 | 605.42 | 98.72 | 921733.9 |
| Baja | 1622 | 353.86 | 623.91 | 112.01 | 921733.9 |
| TOTAL | 18239 | 834.25 | 1467.24 | 250.09 | 2748089.9 |

Tabla 243. Descripción de la cuenca hidrográfica⁵⁰.

El Municipio tiene jurisdicción sobre el Embalse del Cerrón Grande, principal recurso hídrico a nivel de superficie con el que cuenta. Este cuerpo de agua fue declarado como el tercer humedal de importancia internacional para El Salvador, el 22 noviembre de 2005 por la Convención Ramsar. Se trata de un humedal de enorme importancia hidrológica,

⁵⁰ Fuente: Alcaldía Municipal de Suchitoto, 2001

que destaca por su papel en el control de inundaciones [sic], la depuración de aguas, la producción de energía eléctrica, pastos para el ganado, tierras favorables al cultivo y belleza escénica. Representa el mayor cuerpo de agua dulce del país (13.244 ha.) y está situado en el tramo medio del río Lempa (MARN, 2011).

El embalse muestra una gran abundancia de flora sumergida y flotante, en primer lugar y de vegetación emergente, en segundo lugar. La especie más abundante y que tiene un mayor efecto sobre el funcionamiento del humedal es el Jacinto de Agua. El embalse también sustenta de manera regular las mayores concentraciones de anátidas del país. Se han contado igualmente miles de ejemplares de otras especies de aves acuáticas, entre las que se incluyen varias especies de pelecaniformes, ardeidos y caradriformes. (MARN, 2011). Anualmente, el embalse genera una cantidad de tierras flotantes, propiedad de la CEL, con potencial para usos agropecuarios, pero cuyo uso contraviene la Convención Ramsar.

SUELO

Los suelos del Municipio se caracterizan, físicamente, por ser un terreno de transición entre la planicie del Valle del Alto Lempa hacia la Cordillera Central.

Prevalecen los suelos latosoles arcillozos-rojizos, aluviales y grumosos sobre los que predominan los cultivos mixtos y anuales (38% del territorio municipal), cobertura boscosa 24%, cuerpos de agua 11%, caña de azúcar 10%, pastos 7%, entre otras.

USOS DEL SUELO EN EL ÁREA RURAL⁵¹

El uso de suelo en el sector rural es predominantemente agrícola, ocupado por zonas de cultivo de caña de azúcar, cereales, árboles frutales, hortalizas y pastizales. La mayoría del área no tiene un aprovechamiento adecuado. Se presentan escasas zonas de reserva forestal, ubicándose en el norte de las faldas del Cerro de Guazapa y al sur del Municipio, en los cantones Bermuda, Tenango y El Molino, las mismas no son debidamente explotadas, causando el deterioro del medio ambiente.

En cuanto al uso institucional, en el Municipio se localizan 5 industrias: el ingenio Colima recientemente reactivado, el ingenio San Francisco, la fábrica de concentrado para animales en Aguacayo y la fábrica de bloques en Agua Caliente.

Respecto al uso habitacional en el sector rural, las viviendas están dispersas a lo largo de todo el Municipio.

⁵¹ Fuente: Municipalidad de Suchitoto, 1994.



Esquema 52 Uso de suelos del área rural.

La clasificación de los suelos en clases agrícolas determina las posibilidades de la utilización productiva en forma sostenible. Esta clasificación reconoce ocho clases, de ellas solo se presentan cinco en el municipio, su localización está definida para el área del cerro en:

CLASE IV, VI Y VII

Se constituyen en el 78.19% de los suelos del territorio, lo cuales son aptos para cultivos permanentes, bosques y praderas, que requieren un manejo cuidadoso, también para cultivos forestales, reservas ecológicas, etc. Muchas de estas áreas son tierras de utilidad restringida por causa del peligro de erosión y características desfavorables del tipo de suelo. Estos suelos abarcan grandes áreas de los siguientes cantones: San Lucas, Buena Vista, Mirandilla, El Zapote, Palo Grande, Palacios, El Molino, Tenango, Guadalupe, Pepeishtenango, Copapayo y Corozal.

RECURSOS FORESTALES

Según el Censo Agropecuario 2007-2008, los recursos forestales son, entre bosque natural y bosque plantado, constituyen el 62% (910 mz.) del total de los recursos forestales con que cuenta el departamento de Cuscatlán (1,472 mz).

Las superficies consideradas de mayor importancia para este recurso han sido declaradas zonas protegidas a nivel municipal y se han impulsado acciones para integrarlas al SISAP⁵², estas son:

Área Natural Protegida de Colima, Área Boscosa de Cinquera y Suchitoto, Área Protegida del Volcán de Guazapa, y el Cerro Tecomatepeque. (Alcaldía Municipal de Suchitoto, 2001) Colima está ubicada en el Km 46 de la carretera troncal del norte, a 2 Km de la carretera principal, con calle a Suchitoto, el Área Natural Protegida de Colima, cuenta con una extensión de 932 mz, y forma de los humedales adyacentes al Cerrón Grande. En cuanto al área Boscosa de Cinquera, que comprende desde el Municipio de Cinquera en el Departamento de Cabañas, hasta la Bermuda en el Municipio de Suchitoto, y de Norte a Sur, entre los márgenes del Embalse del Cerrón Grande, hasta el costado del Cerro La Cruz en el Municipio de Tenancingo, se calcula un total de bosque de 3,500 has, la mayoría en manos privadas, de esa cantidad de terreno, la Asociación para la Reconstrucción y Desarrollo Municipal ARDM, de Cinquera maneja un espacio de cerca de 200 mz, como área natural comunal, con fines de conservación, y manejo sostenible.

OTROS RECURSOS RELEVANTES⁵³

Conjunto Histórico de Suchitoto: declarado “Conjunto Histórico de Interés Cultural” por la Asamblea Legislativa⁵⁴. Dentro del Conjunto Histórico están identificados por CONCULTURA, 46 inmuebles con valor Cultural.

- Ciudad Vieja: se encuentra en el cantón La Bermuda, en las faldas del Cerro Tecomatepeque, a 6 Kilómetros de la Carretera San Martín
- Suchitoto. Es un lugar histórico, aquí se ubicó por segunda vez la Villa de San Salvador, actualmente se conoce como “Ciudad Vieja”, teniendo declaratoria de Monumento Nacional⁵⁵.
- Casco de La Hacienda La Bermuda: fue construida hacia el año 1600 y posee un gran valor histórico como casco de hacienda del período colonial.
- Casco de La Hacienda Colima: casco de hacienda con posibilidades de ser visitado como sitio de interés histórico. Es uno de los pocos cascos coloniales de haciendas que se conservan en buen estado en El Salvador, con una antigüedad de más de cien años.
- Iglesia de Aguacayo: ruinas de una iglesia colonial, de la que se conserva parte de la fachada.
- Iglesia de Ichanquezo: iglesia de la época colonial que se conserva en buen estado.
- Iglesia de Santa Lucía: es la principal iglesia de la ciudad declarada Monumento Nacional⁵⁶.

⁵² Fuente: Sistema Salvadoreño de áreas protegidas.

⁵³ Tomado de: (Alcaldía Municipal de Suchitoto, 2001).

⁵⁴ Decreto Legislativo No. 1028, publicado en el diario oficial el 16 de mayo de 1997, tomo No. 335, número 88.

⁵⁵ Decreto Legislativo No. 308, de fecha 8 de julio de 1975, Publicado en el Diario Oficial No.133, Tomo 248 del 18 de julio de 1975.

⁵⁶ Decreto Legislativo No.537 del 25 de mayo de 1978, publicado en Diario Oficial No. 114, tomo No.259 del 20 de junio de 1978.

B) ANÁLISIS DE CADA FACTOR

1) LOCALIZACIÓN DEL MERCADO DE CONSUMO.

El mercado de consumo es de vital importancia debido a que el cliente deberá tomar en cuenta aspectos como tiempo invertido en transporte, distancia recorrida; siendo estos aspectos significativos al momento de elegir entre un destino turístico u otro. Es por esta razón que se determinó una escala de puntuaciones tomando en cuenta el criterio de la distancia recorrida calificando con menores resultados la localización más lejana ya que según el estudio de mercado esto representa una limitante en cuanto a tiempo y costos de traslado.

Mediante la segmentación de mercados se delimito la demanda potencial al área Metropolitana de San Salvador, con una mayor parte proveniente del Municipio de San Salvador.

En el caso de los servicios turísticos la característica principal es que el consumidor se traslada hacia el lugar turístico. Para la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto, esto representa una ventaja considerable sobre sus competidores ya que dicho municipio se encuentra a tan solo 40 minutos desde San Salvador, y con la posibilidad de realizar una gran variedad de actividades turísticas propias de la zona.

2) LOCALIZACIÓN DE LAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO (MATERIAS PRIMAS).

Como se analizó en el proceso de evaluación para el tamaño de la propuesta, el mercado de abastecimiento en general para el funcionamiento de los circuitos turísticos rurales desde el Cerro de Guazapa es proveniente del mercado de Aguilares y Suchitoto.

La cercanía de ambos municipios es notable, el mercado municipal de Suchitoto se encuentra a 7.4 Km de Guazapa Tours y el mercado municipal de Aguilares está a 13.4 Km.

3) DISPONIBILIDAD Y CARACTERÍSTICAS DE LA MANO DE OBRA.

En este aspecto en particular existen algunas variables que son imprescindibles analizar para poder ponderar adecuadamente la importancia de la mano de obra.

La prestación de servicios en el Cerro de Guazapa proviene de las comunidades de alrededor, cuentan con capacitaciones a sus guías turísticos.

Para turismo rural como el que se plantea en la propuesta es habitual que la mano de obra se obtenga naturalmente de los miembros de las comunidades debido a que son estos quienes mejor conocen la historia, costumbres, tradiciones y demás elementos importantes para el turista. Sin embargo, si se convierte en una necesidad en cierto modo la preparación oportuna en el rubro para estas personas, de manera que puedan brindar un servicio acorde a las exigencias del cliente.

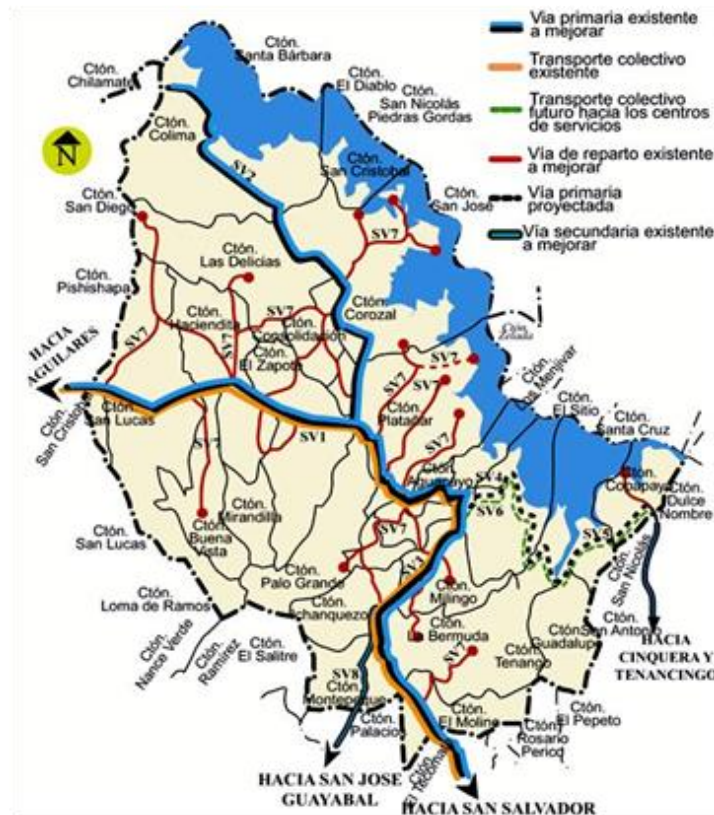
4) FACILIDADES DE TRANSPORTE.

Para llegar a Suchitoto se puede realizar a través de las siguientes rutas:

- Por el Boulevard del Ejército Nacional y la carretera Panamericana. Existe un puente vial a través del cual se accede al municipio de San Martín y a la carretera CUS18 que atraviesa Suchitoto de Norte a Sur.
- Por la Carretera Troncal del Norte llegando al municipio de Aguilares, se dobla a la derecha por el desvío a Suchitoto, la carretera es asfaltada y en buen estado, esta atraviesa el municipio de poniente a oriente.
- Se conecta con los municipios de Ilobasco y Cinquera. Esta calle está totalmente pavimentada y en buen estado.
- A través del Embalse Cerrón Grande (lago Suchitlán) con Chalatenango por Ferry, llegando a San Luis del Carmen y San Francisco Lempa.

En autobús las Rutas que circulan son:

- Desde la terminal de Oriente, rutas hacia Aguilares: ruta 117, 125, 141, 124 o 170.
- Desde la terminal de Oriente, rutas hacia Suchitoto: ruta 129.
- Desde Aguilares y Suchitoto: ruta 163.



Esquema 53 Sistema vial, municipio de Suchitoto.⁵⁷

⁵⁷ Fuente: Plan de desarrollo local.

5) DISPONIBILIDAD Y COSTOS DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y COMBUSTIBLES.

Este factor no es significativo debido a que para los servicios eco turísticos no se requiere de electricidad ya que las actividades se realizan durante el día, y pretenden no alterar al ecosistema, el costo del combustible si se evalúa ya que es necesario para el transporte de los turistas en el caso de que sea requerido o para el traslado de las materias primas. En promedio se consumen 3 galones de combustible en traslado de San Salvador hacia el Cerro de Guazapa, sin embargo, este costo podría variar según los precios de referencia del combustible.

El precio actual de referencia del combustible para la gasolina especial se encuentra en promedio en \$2.93, la gasolina regular se encuentra en promedio en \$2.76 y el Diésel en \$ 2.29⁵⁸

Las gasolineras más cercanas se encuentran sobre la Troncal del Norte en el municipio de Aguilares.

6) FUENTES DE SUMINISTROS DE AGUA.

Este factor es indispensable para cualquier empresa turística, sea está pública o privada. Fundamentalmente el hecho de que este recurso esté a disposición en los tiempos y cantidades necesarias, para poder brindar adecuados servicios a los turistas y visitantes. Este factor es clave para el saneamiento de lo locales, para el consumo y para actividades varias que son vitales en el proceso de prestación de los servicios.

Cerca del 95% de las familias de la zona rural tiene agua potable, y un 98% en la zona urbana⁵⁹.

En las iniciativas que conforman los circuitos existen lugares en los que no se dispone de agua potable, pero si tienen agua de pozos, ríos y nacimientos. Así también existen establecimientos donde se puede adquirir ir este vital líquido para ingerirlo.

7) DISPOSICIONES LEGALES, FISCALES O DE POLÍTICA ECONÓMICA.

Suchitoto particularmente, es un municipio que le apuesta mucho al turismo, razón por la cual existen varios esfuerzos de desarrollo turístico, en los cuales se plantean alternativas de gestión, regulación y normalización para todos aquellos que desean emprender un negocio en este rubro, siempre y cuando uno de sus objetivos sea contribuir al desarrollo socioeconómico del municipio.

El Cerro de Guazapa está en las inmediaciones de San José Guayabal y Suchitoto, la parte en estudio está bajo las legislaciones del municipio de Suchitoto, las normativas vigentes son las siguientes:

⁵⁸ Ministerio de Economía, vigencia del 04 al 17 de julio de 2017.

⁵⁹ Los datos presentados en este apartado corresponden al 2009, según el Almanaque 262. En la actualidad, puede ser que estos datos hayan cambiado. Al respecto, la municipalidad reporta cifras y estimaciones para algunos servicios, que se incluyen en el apartado de servicios municipales del capítulo siguiente.

| NORMATIVA | DESCRIPCIÓN |
|---|--|
| Usos del suelo. | En el área rural cerca del 90% de dicho territorio se dedica a la producción agrícola, actividad principal de cerca del 80% de la población. Por ello la primera diferencia que establece en la de suelos urbanizables y suelos no urbanizables. |
| Sistema vial. | Los objetivos son posibilitar el desarrollo de las actividades urbanas y rurales a través de la circulación de vehículos y personas mediante la red vial. |
| Medio Ambiente. | En sus objetivos se destacan las actividades turísticas, urbanas o rurales, para cuyo desarrollo debe asegurarse el uso racional y la conservación de los recursos naturales. |
| Ordenanzas de las ADESCO | ADESCO significa Asociación de Desarrollo Comunal. Es una agrupación de vecinos de una comunidad que se legalizan para velar por el bienestar del territorio. |
| Ordenanza para la Conservación y Protección de los Bosques. | Busca la protección de los recursos naturales del municipio evitando la tala ilegal sobretodo en el Cerro de Guazapa |
| Plan de ordenamiento y Protección de Recursos Culturales. | Vela por el cuidado y protección de la infraestructura de interés, este Plan establece una paleta de colores para los inmuebles, el tipo de estructura que debe tener, entre otros. |

Tabla 244 Normativas del municipio de Suchitoto.

La Municipalidad opera con una ley municipal de impuestos que data de 1995 y una tabla de tasas e impuestos municipales actualizados al año 2001. También, dispone de un conjunto de ordenanzas con carácter permanente o transitorio, publicadas en el Diario Oficial.

A estas normativas se suman otras de carácter especial que derivan de la declaratoria como Conjunto Histórico de Interés Cultural y que se establecen en pro de la conservación de dicho recurso. Tienen como fundamento la ordenanza (ley) de ordenamiento territorial mediante la cual se norma, se permite y prohíbe el uso del suelo en el territorio municipal, y que para dar cumplimiento a dicha normativa crea la Unidad Técnica.

8) SERVICIOS PÚBLICOS DIVERSOS.

Los servicios públicos diversos analizados son:

- **Infraestructura de comunicaciones.**
En cuanto a la infraestructura de telecomunicaciones para la red de telefonía fija incluye la cobertura en las áreas rural y urbana, conectando al interior del Municipio y con el resto del país.
- **Educación.**
Medida a través de la escolaridad promedio de los habitantes de la zona del municipio.

La escolaridad promedio en años es de 4.6 años, la cual en el nivel urbano sube hasta 5.4 y desciende hasta 4.5 años a nivel rural; estando en una leve ventaja la población femenina respecto de la masculina⁶⁰.

En cuanto a la infraestructura para la educación en el Municipio, se encuentra que la mayor parte de centros educativos están orientados a la escolaridad básica, mientras que la oferta educativa se reduce para la educación media o bachillerato y para la educación superior, ya sea universitaria o técnica, no existe en el Municipio.

- **Salud.**
En materia de salud el municipio de Suchitoto cuenta con cuatro Unidades de Salud, tres Unidades de Salud básicas en el área rural y una Unidad de Salud Intermedia en el área rural.
- **Seguridad.**
La seguridad es un aspecto fundamental en el rubro turístico, según registros de la Policía Nacional Civil hay una tendencia a la baja considerable en la criminalidad del municipio, además esta organización brinda apoyo a los grupos turísticos que lo soliciten.

9) FACILIDADES AMBIENTALES.

Para poder definir adecuadamente las facilidades ambientales de un lugar en específico, es necesario que se conozca la legislación que rige la zona de operación, el dominio de la propiedad y el carácter productivo de las empresas turísticas, dado que de manera regular estas empresas se dedican a la explotación de recursos naturales como atractivos turísticos.

Es indispensable conocer si las empresas que se dedican a rubros tan cercanos al área natural como el eco-turismo, operan sus negocios en áreas naturales protegidas o si sus operaciones no minan excesivamente el recurso natural.

El municipio de Suchitoto trabaja responsablemente en armonía con los cuatro pilares fundamentales de sostenibilidad: medio ambiente, social, cultural y económico; es por esto que su enfoque es de turismo sostenible, realizan tratamientos de desechos sólidos, separando lo orgánico de lo inorgánico.

El recolector de basura cuenta con una planificación establecida por días lunes, miércoles y viernes, posee una planta procesadora de la cual se obtiene abono orgánico. Existen dos plantas de tratamiento de vertidos para las aguas negras y grises, que luego desembocan en el Lago Suchitlán.

Hay una ordenanza para la Conservación y Protección de los Bosques, con la cual buscan proteger los recursos naturales del municipio, sobretodo en el Cerro de Guazapa evitando la tala ilegal.

Con las premisas anteriores es fundamental tomar las medidas adecuadas para determinar la escala de puntuación de este tan relevante factor; básicamente la escala

⁶⁰ Fuente: Almanaque 262, Estado de Desarrollo Humano en los Municipios de El Salvador 2009.

analizará la pertenencia o no a un área natural protegida (ANP), ya que la legislación propia de este tipo de biotopos es completamente diferente a la que regularmente ciñe a los negocios de corte turístico.

10) ACTITUD DE LA COMUNIDAD.

La comunidad en la que se desarrolla la propuesta representa en gran medida el impulso del mismo, ya que es de en medio cercano a la propuesta de donde proviene la mano de obra en su mayoría.

La propuesta de Guazapa Tours es una iniciativa comunitaria que busca el desarrollo social, la contribución de las comunidades aledañas es notoria ya que su principal fuente de mano de obra son lugareños de la Comunidad el Sitio Zapotal, además la ruta de los servicios turísticos que brindan son permisos otorgados por miembros de la Cooperativa o personas que están de acuerdo con apoyar la iniciativa.

Las comunidades vinculadas directamente en los circuitos, deben ser conscientes de que una iniciativa como esta de articular esfuerzos irá orientada hacia el desarrollo y beneficio del municipio y particularmente de sus comunidades, a fin de contribuir a mejorar sus condiciones de vida. Muchas iniciativas por el momento trabajan con gran entusiasmo y se espera que de la misma forma lo hagan en la puesta en marcha de la propuesta de circuitos turísticos rurales.

C) PROCESO DE EVALUACIÓN DE LA MACRO LOCALIZACIÓN

La evaluación es realizada a través del método matriz por puntos; para ello será indispensable evaluar cada uno de los factores claves que determinan y caracterizan a la macro localización con el fin de determinar las ventajas y desventajas del Cerro de Guazapa.

Cabe destacar que la evaluación es únicamente para mostrar las ventajas y desventajas frente a la competencia y no una evaluación en sí para la toma de decisiones.

ANÁLISIS DE INCIDENCIA POR CADA FACTOR:

Puntuación en escala de 1 al 10. (2=Baja, 5=Media, 10=Alta).

| FACTOR | PUNTAJACIÓN | INCIDENCIA | JUSTIFICACIÓN |
|--|-------------|------------|--|
| Localización del mercado de consumo. | 10 | Alta | La disposición del mercado potencial a la visita del Cerro de Guazapa es la fuente de ingresos para la propuesta, el flujo de turistas depende en gran medida de la distancia hacia el destino. |
| Localización de las fuentes de abastecimiento. | 5 | Media | Las fuentes de abastecimiento para alimentos que sería el rubro fundamental para brindar servicios generalmente son mercados municipales los cuales se encuentran en las cercanías de la propuesta. |
| Disponibilidad y características de la mano de obra. | 10 | Alta | Es un factor indispensable ya que las personas que brindan los servicios son originarias de los lugares aledaños a la propuesta de circuitos turísticos rurales. |
| Facilidades de transporte. | 10 | Alta | Es un aspecto muy importante según la investigación de mercados, una vía de acceso complicada o deteriorada impactaría fuertemente las visitas de turistas. |
| Disponibilidad y costos de energía eléctrica y combustibles. | 5 | Media | El uso de energía eléctrica en el Cerro es casi irrelevante ya que el ecoturismo busca una experiencia en armonía con la naturaleza sin la intromisión de la tecnología; en cuanto al combustible se requiere únicamente para el transporte de turistas si lo solicitan. |
| Fuentes de suministros de agua. | 10 | Alta | Este factor es clave, en la prestación de servicios turísticos y para el saneamiento de los locales y las áreas de alimentación, el agua potable es importante para la calidad en la prestación del servicio. |

| | | | |
|--|----|------|---|
| Disposiciones legales, fiscales o de política económica. | 10 | Alta | Garantiza en cierta medida los aspectos del respeto del medio ambiente, normativas municipales y planes que buscan el desarrollo económico de la región. |
| Servicios públicos diversos. | 10 | Alta | Una empresa que brinda servicios turísticos debe garantizar la calidad de sus servicios a través de la educación de su personal, tener a disposición centros de salud y garantizar la seguridad de sus visitantes. |
| Facilidades ambientales. | 10 | Alta | El turismo rural comunitario busca la experiencia del turista a través del contacto con la naturaleza, la disposición de este medio sin alterarlo es clave para garantizar la sostenibilidad de la propuesta. |
| Actitud de la comunidad. | 10 | Alta | Este factor es determinante, ya que por sí solo pudiera detener la ejecución de la propuesta, es necesario hacer notar el componente social de la propuesta y la forma en que se beneficiaran las comunidades y sus habitantes con la incorporación de atractivos turísticos al Cerro de Guazapa, por lo que la llegada de turistas y visitantes es inevitable. |

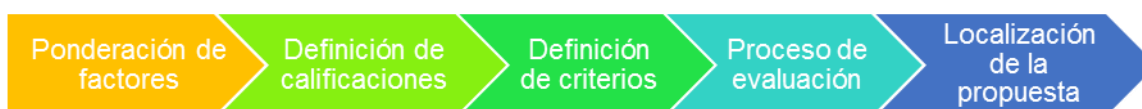
Tabla 245 Incidencia de factores para determinar la macro localización de la propuesta.

Con el análisis anterior se establecen tres factores a evaluar:



Esquema 54 Factores a evaluar para la macro localización de la propuesta.

METODOLOGÍA A UTILIZAR.



Esquema 55 Metodología para la evaluación de la localización de la propuesta.

▪ PONDERACIÓN DE FACTORES

Para la ponderación de factores, se toman los antes mencionados como factores que forman parte importante para la determinación de la macro localización de la propuesta, su ponderación se establece en base al grado de impacto negativo que generaría sino se cuenta con ello para brindar los servicios.

PONDERACIÓN DE CADA FACTOR

| FACTOR | PESO (%) | DESCRIPCIÓN |
|--|-------------|---|
| Localización del mercado de consumo. | 20% | La disposición del mercado potencial a la visita del Cerro de Guazapa es la fuente de ingresos para la propuesta, el flujo de turistas depende en gran medida de la distancia hacia el destino. |
| Disponibilidad y características de la mano de obra. | 15% | Es un factor indispensable ya que las personas que brindan los servicios son originarias de los lugares aledaños a la propuesta. |
| Facilidades de transporte. | 12.5% | Es un aspecto muy importante según la investigación de mercados, una vía de acceso complicada o deteriorada impactaría fuertemente las visitas de turistas. |
| Fuentes de suministros de agua. | 12.5% | Este factor es clave, en la prestación de servicios turísticos y para el saneamiento de los locales y las áreas de alimentación, el agua potable es importante para la calidad en la prestación del servicio. |
| Disposiciones legales, fiscales o de política económica. | 5% | Garantiza en cierta medida los aspectos del respeto del medio ambiente, normativas municipales y planes que buscan el desarrollo económico de la región. |
| Servicios públicos diversos. | 10% | Una empresa que brinda servicios turísticos debe garantizar la calidad de sus servicios a través de la educación de su personal, tener a disposición centros de salud y garantizar la seguridad de sus visitantes. |
| Facilidades ambientales. | 15% | El turismo rural comunitario busca la experiencia del turista a través del contacto con la naturaleza, la disposición de este medio sin alterarlo es clave para garantizar la sostenibilidad de la propuesta. |
| Actitud de la comunidad. | 10% | Este factor es determinante, ya que por sí solo pudiera detener la ejecución de la propuesta, es necesario hacer notar el componente social de la propuesta y la forma en que se beneficiaran las comunidades y sus habitantes con la incorporación de atractivos turísticos al Cerro de Guazapa, por lo que la llegada de turistas y visitantes es inevitable. |
| TOTAL | 100% | |

Tabla 246 Ponderación de cada factor de macro localización.

▪ DEFINICIÓN DE CALIFICACIONES

La puntuación tiene un máximo resultado de 10, y un mínimo de 4

LOCALIZACIÓN DEL MERCADO DE CONSUMO.

| PUNTUACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|------------|--|
| 4 | Distancia mayor a 100 Km de San Salvador. |
| 6 | Distancia entre 50 y 100 Km de San Salvador. |
| 10 | Distancia a menos de 50 Km de San Salvador |

Tabla 247 Escala de puntuación en cuanto a distancia recorrida para la localización de la propuesta.

DISPONIBILIDAD Y CARACTERÍSTICAS DE LA MANO DE OBRA.

Los criterios claves que se deberán considerar son:

- Disponibilidad de mano de obra.
Es la facilidad de encontrar personal disponible a contratar en la zona.
- Estabilidad de mano de obra.
Es el grado de rotación de personal que hay, a menor rotación de personal hay mayor estabilidad de mano de obra.
- Nivel de especialización.
El nivel de especialización es el grado de capacitación de las personas que brindan el servicio, es el nivel técnico y certificaciones que respaldan la calidad de atención al turista.

| CRITERIO | PUNTUACIÓN | DESCRIPCIÓN | |
|----------|------------|---------------------------------|---------------|
| Bajo | 4 | Disponibilidad de mano de obra. | Insuficiente |
| | | Estabilidad de mano de obra. | Alta rotación |
| | | Nivel de especialización. | Insuficiente |
| Medio | 6 | Disponibilidad de mano de obra. | Moderada |
| | | Estabilidad de mano de obra. | Baja rotación |
| | | Nivel de especialización. | Suficiente |
| Alto | 10 | Disponibilidad de mano de obra. | Adecuada |
| | | Estabilidad de mano de obra. | Poca rotación |
| | | Nivel de especialización. | Adecuada |

Tabla 248 Escala de puntuación en cuanto a mano de obra para la localización de la propuesta.

FACILIDADES DE TRANSPORTE.

| PUNTUACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|------------|--|
| 4 | Más de 5 Km de infraestructura vial deteriorada. |
| 6 | Entre 1.5 Km y 5 Km de infraestructura vial deteriorada. |
| 10 | Menos de 1.5 Km de infraestructura vial deteriorada. |

Tabla 249 Escala de puntuación en cuanto a facilidad de transporte para la localización de la propuesta.

FUENTES DE SUMINISTROS DE AGUA.

| PUNTUACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|------------|--|
| 4 | No hay servicio de agua potable. |
| 6 | Hay servicio escaso de agua potable. |
| 10 | Hay servicio ininterrumpido de agua potable. |

Tabla 250 Escala de puntuación en cuanto a fuentes de suministro de agua para la localización de la propuesta.

DISPOSICIONES LEGALES, FISCALES O DE POLÍTICA ECONÓMICA.

| PUNTUACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|------------|---|
| 4 | Normativa local y nacional en contra de la localización de la propuesta/negocio, dificulta su ejecución y operación. |
| 6 | La Normativa local y nacional no detiene las operaciones y la ejecución de la propuesta/negocio, pero dificulta la tramitología y el tiempo invertido en su desarrollo. |
| 10 | Existe Normativa que impulsa el desarrollo de la propuesta y fomenta el crecimiento de este tipo de negocios. |

Tabla 251 Escala de puntuación en cuanto a disposiciones legales para la localización de la propuesta.

SERVICIOS PÚBLICOS DIVERSOS.

Los criterios claves que se deberán considerar son:

- Infraestructura de comunicaciones.
- Educación
- Salud.
- Seguridad.

La escala de calificación tiene un máximo resultado de 10, y un mínimo de 4.

| CRITERIO | PUNTUACIÓN | DESCRIPCIÓN | |
|----------|------------|------------------------------------|---|
| Bajo | 4 | Infraestructura de comunicaciones. | Mala conexión telefónica y de internet. |
| | | Educación | No hay una escuela en 5 Km de cercanía. |
| | | Salud. | No hay una unidad de salud en 5 Km de cercanía. |
| | | Seguridad. | Alto índice de violencia. |
| Medio | 6 | Infraestructura de comunicaciones. | Buena conexión telefónica y de internet. |
| | | Educación | Hay una escuela en 3 Km de cercanía. |
| | | Salud. | Hay una unidad de salud en 3 Km de cercanía. |
| | | Seguridad. | Regular índice de violencia. |

| | | | |
|------|----|------------------------------------|---|
| Alto | 10 | Infraestructura de comunicaciones. | Excelente conexión telefónica y de internet. |
| | | Educación | Hay una escuela en menos de 3 Km de cercanía. |
| | | Salud. | Hay una unidad de salud en menos de 3 Km de cercanía. |
| | | Seguridad. | Bajo índice de violencia. |

Tabla 252 Escala de puntuación en cuanto a servicios públicos diversos para la localización de la propuesta.

FACILIDADES AMBIENTALES.

| PUNTUACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|-------------------|--|
| 4 | No existe una normativa que proteja al medio ambiente para la práctica de turismo sostenible. |
| 6 | Está en vías de la creación de una normativa que proteja al medio ambiente para la práctica de turismo sostenible. |
| 10 | Si existe una normativa vigente que protege al medio ambiente para la práctica de turismo sostenible. |

Tabla 253 Escala de puntuación en cuanto a facilidades ambientales para la localización de la propuesta.

ACTITUD DE LA COMUNIDAD.

| PUNTUACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|-------------------|---|
| 4 | La Comunidad, se opone a la ejecución de la propuesta y no se beneficia en ningún aspecto. |
| 6 | La Comunidad está parcialmente conforme a la ejecución de la propuesta y recibe ciertos beneficios. |
| 10 | La Comunidad apoya la ejecución de la propuesta y se ve beneficiada en gran medida. |

Tabla 254 Escala de puntuación en cuanto a la actitud de la comunidad para la localización de la propuesta.

▪ **PROCESO DE EVALUACIÓN**

La escala de calificación tiene un máximo resultado de 10, un valor medio de 6 y un mínimo de 4.

| FACTORES DE MACRO LOCALIZACIÓN | PONDERACIÓN DE LOS FACTORES | CERRO DE GUAZAPA | | PORTEZUELO PARK (COMPETIDOR DIRECTO) | | PASO DEL ALASKA RESORT (COMPETIDOR DIRECTO) | | PARQUE DE MONTAÑA LA CASA DE CRISTAL (COMPETIDOR INDIRECTO) | | APANECA BUGGY TOUR'S (COMPETIDOR SUSTITUTO). | |
|--|-----------------------------|------------------|-------------|--------------------------------------|-------------|---|-------------|---|-------------|--|-------------|
| | | C | R | C | R | C | R | C | R | C | R |
| Localización del mercado de consumo. | 20% | 10 | 2.00 | 4 | 0.80 | 4 | 0.80 | 4 | 0.80 | 4 | 0.80 |
| Disponibilidad y características de la mano de obra. | 15% | 6 | 0.90 | 6 | 0.90 | 6 | 0.90 | 4 | 0.60 | 6 | 0.90 |
| Facilidades de transporte. | 12.5% | 6 | 0.75 | 6 | 0.75 | 6 | 0.75 | 6 | 0.75 | 6 | 0.75 |
| Fuentes de suministros de agua. | 12.5% | 6 | 0.75 | 4 | 0.50 | 6 | 0.75 | 6 | 0.75 | 10 | 1.25 |
| Disposiciones legales, fiscales o de política económica. | 5% | 6 | 0.30 | 6 | 0.30 | 4 | 0.20 | 10 | 0.50 | 6 | 0.30 |
| Servicios públicos diversos. | 10% | 4 | 0.40 | 6 | 0.60 | 6 | 0.60 | 6 | 0.60 | 10 | 1.00 |
| Facilidades ambientales. | 15% | 10 | 1.00 | 10 | 1.50 | 10 | 1.50 | 10 | 1.50 | 10 | 1.50 |
| Actitud de la comunidad. | 10% | 10 | 1.00 | 6 | 0.60 | 10 | 1.00 | 10 | 1.00 | 6 | 0.60 |
| TOTAL | 100% | | 7.10 | | 5.95 | | 6.50 | | 6.50 | | 7.10 |

Tabla 255 Proceso de evaluación de la macro localización.

1) ANÁLISIS DE RESULTADOS DE MACRO LOCALIZACIÓN

Con el cuadro de evaluación anterior se pueden identificar las ventajas y desventajas del Cerro de Guazapa frente a dos competidores directos un indirecto y un sustituto que fueron identificados en la etapa de mercado del estudio.

▪ COMPETIDORES DIRECTOS

| FACTORES DE MACRO LOCALIZACIÓN | PONDERACIÓN DE LOS FACTORES | CERRO DE GUAZAPA | | PARQUE DE AVENTURA WALTER T. DEININGER | | LA MONTAÑONA | |
|--|-----------------------------|------------------|-------------|--|-------------|--------------|-------------|
| | | C | R | C | R | C | R |
| Localización del mercado de consumo. | 20% | 10 | 2.00 | 4 | 0.80 | 4 | 0.80 |
| Disponibilidad y características de la mano de obra. | 15% | 6 | 0.90 | 6 | 0.90 | 6 | 0.90 |
| Facilidades de transporte. | 12.5% | 6 | 0.75 | 6 | 0.75 | 6 | 0.75 |
| Fuentes de suministros de agua. | 12.5% | 6 | 0.75 | 4 | 0.50 | 6 | 0.75 |
| Disposiciones legales, fiscales o de política económica. | 5% | 6 | 0.30 | 6 | 0.30 | 4 | 0.20 |
| Servicios públicos diversos. | 10% | 4 | 0.40 | 6 | 0.60 | 6 | 0.60 |
| Facilidades ambientales. | 15% | 10 | 1.00 | 10 | 1.50 | 10 | 1.50 |
| Actitud de la comunidad. | 10% | 10 | 1.00 | 6 | 0.60 | 10 | 1.00 |
| TOTAL | 100% | | 7.10 | | 5.95 | | 6.50 |

Tabla 256 Análisis comparativo de la macro localización frente a competidores directos.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS IDENTIFICADAS:

Ventajas

Cercanía a la capital de San Salvador con 42 Km, es una diferencia considerable respecto a los competidores directos, ya que estos se encuentran a un aproximado de 80 Km cada uno de la capital.

Disposiciones legales, fiscales o de política económica, las normativas y ordenanzas del municipio de Suchitoto mediante la preservación del medio ambiente hacen que la iniciativa turística se vea respaldada en cuanto a la protección del ecosistema además de ser una iniciativa de desarrollo turístico de interés nacional mediante el apoyo del Ministerio de Turismo.

Desventajas

Los servicios públicos en cuanto a la infraestructura de comunicación y a la violencia percibida por los turistas es menor que respecto a la competencia.

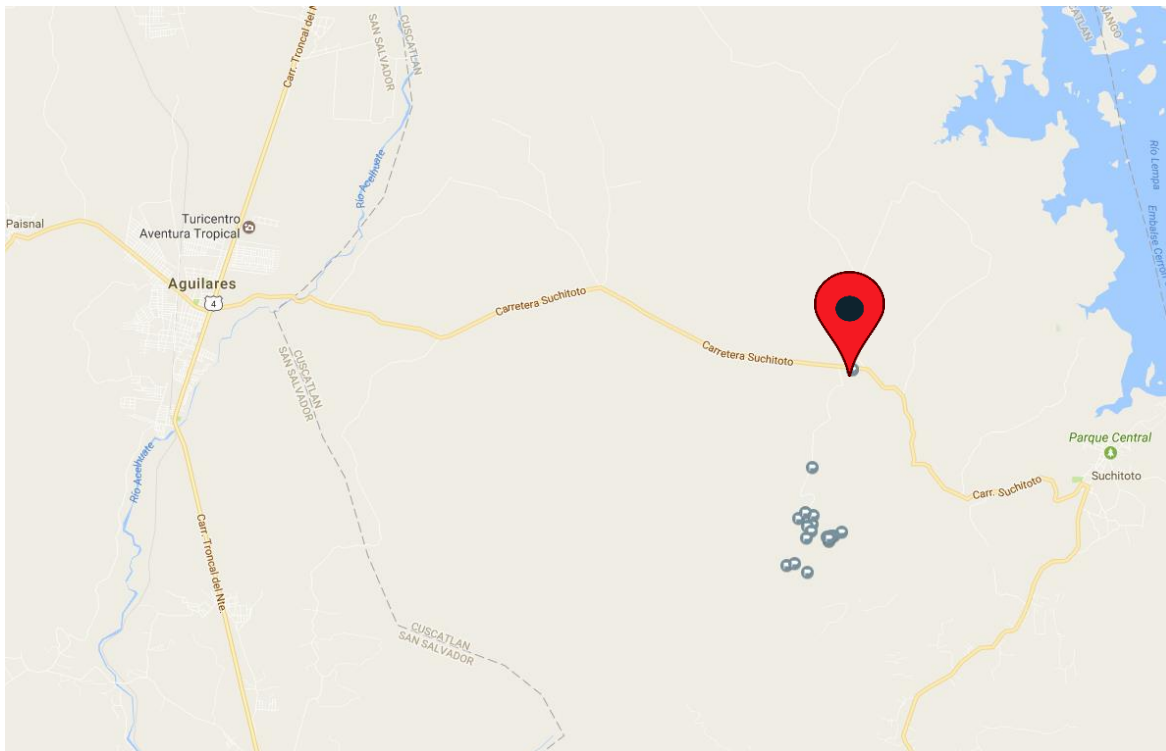
Esquema 56 Ventajas y desventajas de la macro localización respecto a competidores directos.

3. ANÁLISIS DE LA MICRO LOCALIZACIÓN

La micro localización de la propuesta idealmente debe encontrarse en las cercanías a los servicios del circuito turístico además de encontrarse en un lugar de fácil acceso a los turistas.

Actualmente la cooperativa Guazapa tours tiene su sede en la comunidad El Sitio el Zapotal, a tres kilómetros aproximadamente de las faldas del Cerro de Guazapa. La comunidad se formó después de la firma de los acuerdos de paz. Está ubicada en el municipio de Suchitoto, departamento de Cuscatlán, específicamente en el kilómetro 7 de la carretera que conecta a Suchitoto con Aguilares.

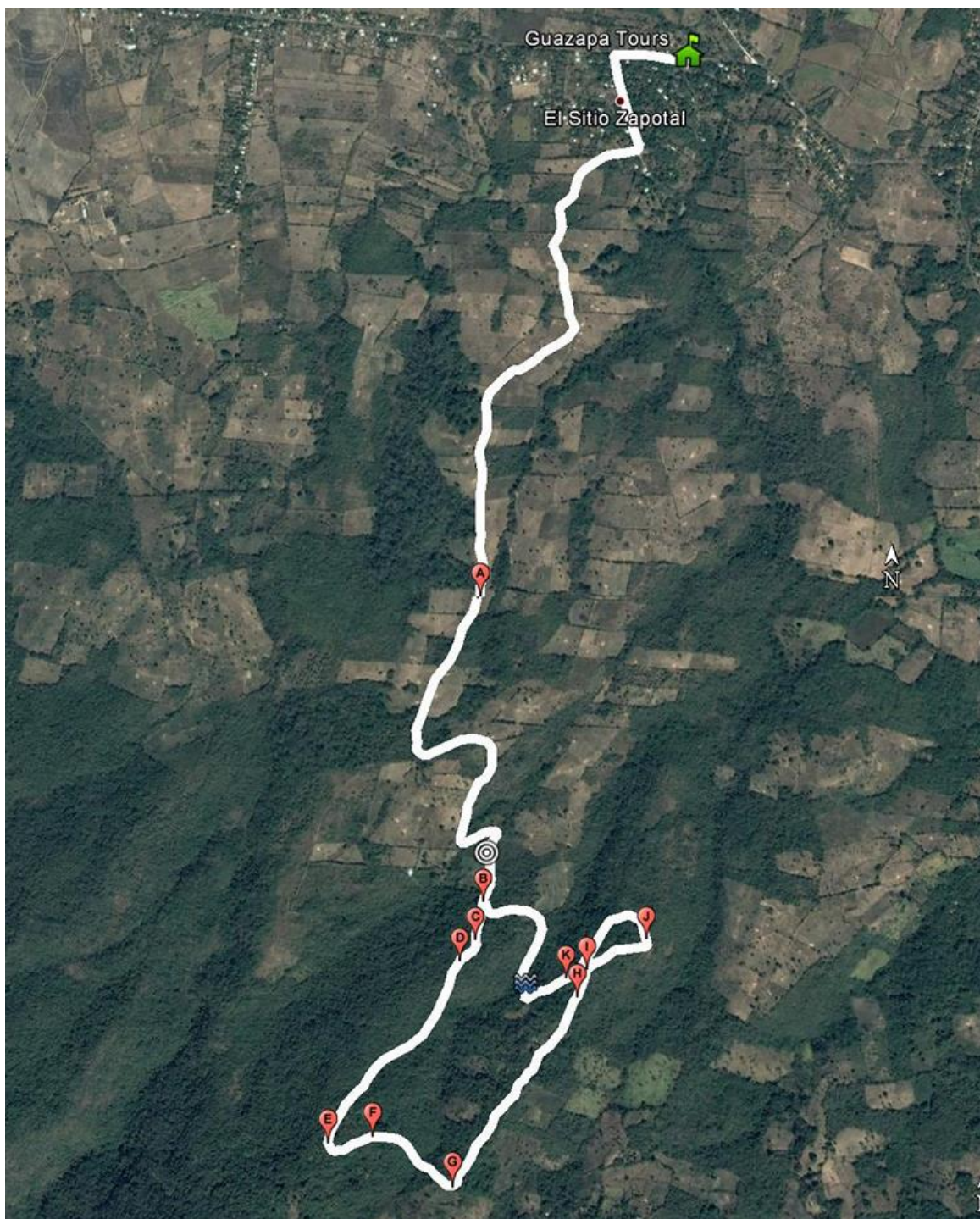
Dentro de los servicios turísticos se encuentra el Centro Interpretativo el cual es sede de la Cooperativa y es el punto de reunión para el inicio de los tours.



Esquema 57 Ubicación de Guazapa Tours.

RECORRIDO BRINDADO POR GUAZAPA TOURS EN EL CERRO DE GUAZAPA.

En el presente mapa se muestran las ubicaciones de las actividades y servicios, los cuales se evaluarán con los criterios básicos de la micro localización para identificar sus ventajas y desventajas.



Esquema 58 Ruta y ubicación de servicios de caminata media.

Cada punto observado se describe a continuación:





| Símbolo | Descripción |
|--|---|
|  | Oficinas de Guazapa Tour. Centro interpretativo. |
|  | Cada letra representa una estación de descanso: A. El Copinol. B. El Mango. C. La Ceiba. D. Ex hospital de la guerrilla. E. La Tumba del Poblador. F. La Escuelita. G. Desvío a palo grande. H. El Conacaste. I. El Kiosko. J. El Mirador. K. K. El Bambú. |
|  | Punto de inicio de caminata media. |
|  | Área de piscinas naturales. |
| Línea blanca | Ruta del recorrido de caminata media. |

Tabla 257 Simbología del mapa de servicios de Guazapa Tours.

Para el análisis de la micro localización se requiere de cierta información proveniente de la ingeniería del proyecto, se deben tomar en cuenta aspectos como:

Características y requerimientos de la planta.

La información requerida para la ubicación de la planta es la siguiente:

- a) Tipo de edificio que habrá que construirse.
- b) Área requerida inicialmente y para expansiones futuras.
- c) La necesidad de calles e infraestructura para el transporte y manejo interno de la planta.
- d) El consumo de agua, energía eléctrica y otros.
- e) El volumen y características de las aguas residuales.
- f) Los volúmenes producidos de desperdicios, gases, humos y otros Contaminantes.
- g) Las instalaciones y cementaciones requeridas para equipo y maquinaria.
- h) Otras especificaciones de la propuesta.

A) ANÁLISIS DE FACTORES PARA LA CONFORMACIÓN DE LA PCTRS.

Una vez definida la macro localización de la propuesta, ahora necesario determinar el sitio específico para la instalación de la misma. Es decir, la ubicación precisa.

Para la ubicación se requiere información de la ingeniería de la propuesta, en cuento a las características y requerimientos de los circuitos turísticos.

Para ello a continuación se detallan los factores que definen la ubicación de la PCTRS:

1) INICIATIVAS INCLUIDAS EN LA PROPUESTA.

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Cooperativa Guazapa Tours. | 10. Palo Grande. |
| 2. Comunidad San Antonio. | 11. Cihuatán. |
| 3. Sitio Cenícero. | 12. Turicentro Puerto San Juan. |
| 4. Hacienda Colima. | 13. Centro Recreativo Las Américas. |
| 5. Ciudad Vieja. | 14. Centro Histórico de Suchitoto. |
| 6. Hacienda Bermuda. | 15. Casa 1800. |
| 7. Hacienda los nacimientos. | 16. Hotel Blanca Luna. |
| 8. Centro de Arte para La Paz. | 17. Hotel Los Sánchez. |
| 9. Río agua Tibia. | 18. La Posada de Suchitlán. |

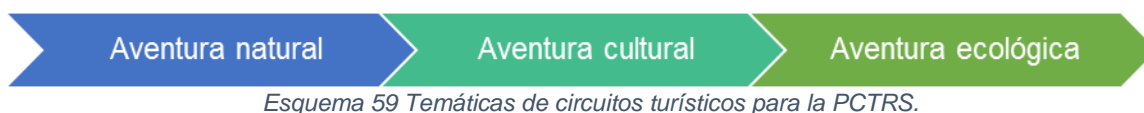
2) DISTANCIAS ENTRE INICIATIVAS.

| INICIATIVA O DESTINO TURÍSTICO | DISTANCIA DESDE EL CENTRO DE SUCHITOTO | DISTANCIA DESDE GUAZAPA TOURS |
|-----------------------------------|--|-------------------------------|
| Cooperativa Guazapa Tours | 7.5 Km | 0 Km |
| Comunidad San Antonio | 7.0 Km | 1.50 Km |
| Sitio Cenícero | 8.1 Km | 8.50 Km |
| Hacienda Colima | 33.1 Km | 25.6 Km |
| Ciudad Vieja | 12.3 Km | 18.8 Km |
| Hacienda Bermuda | 10.5 Km | 17.0 Km |
| Hacienda los Nacimientos | 20.0 Km | 12.0 Km |
| Centro de Arte para La Paz | 450 m | 8.2 Km |
| Río agua Tibia | -- | -- |
| Palo Grande | 9.2 Km | 15.5 Km |
| Cihuatán | 23.1 Km | 15.5 Km |
| Turicentro Puerto San Juan | 2.2 Km | 10.2 Km |
| Centro Recreativo Las Américas | 10.6 Km | 17.1 Km |
| Centro Histórico de Suchitoto | 0 Km | 8.0 Km |
| Casa 1800 | 550 m | 8.5 Km |
| Hotel Blanca Luna | 350 m | 8.2 Km |
| Hotel Los Sánchez | 300 m | 8.2 Km |
| La Posada de Suchitlán | 500 m | 8.4 Km |
| Hotel y restaurante Los Almendros | 230 m | 8.1 Km |

Tabla 258. Distancias entre iniciativas incluidas en la propuesta.

3) CRITERIOS PARA CONFORMAR LOS CIRCUITOS.

Partiendo de la realidad de los recursos y atractivos turísticos de Suchitoto, inicialmente se planteó la conformación de tres circuitos con tres temáticas relativamente diferentes para cada sector de mercado a los cuales estarían dirigidos, esto también basados en los resultados de las encuestas de las preferencias turísticas de los clientes con respecto al turismo rural, así pues, se plantean los siguientes circuitos:



Los criterios que se establecieron para la conformación de los circuitos son los siguientes:

| N° | CRITERIO | PONDERACIÓN |
|----|--|---|
| 1 | Cada iniciativa por incluir en un circuito debe poseer un atractivo coherente con la temática. | 10, Completamente coherente 5, Poco coherente. 1, nada coherente. |
| 2 | El recorrido del circuito debe ser de tal forma que donde se requiera mayor esfuerzo físico sea al principio del mismo | 7, Cumple 5, No cumple |
| 3 | La distancia por recorrer entre iniciativas conformadas por circuito debe ser la mínima posible. | 10, de 0-3 Km 5, de 4-6 Km 3, Más de 7 Km |

Tabla 259. Ponderación de criterios de evaluación.

B) EVALUACIÓN DE CRITERIOS PARA LA CONFORMACIÓN DE LOS CIRCUITOS.

AVENTURA - NATURAL:

| INICIATIVA | CRITERIOS | | | TOTAL |
|---------------------------------|-----------|---|----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | |
| Cooperativa Guazapa Tours. | 10 | 7 | 10 | 27 |
| Comunidad San Antonio. | 1 | 7 | 10 | 18 |
| Sitio Cenícero. | 10 | 7 | 5 | 22 |
| Hacienda Colima. | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Ciudad Vieja. | 1 | 7 | 1 | 9 |
| Hacienda Bermuda. | 10 | 7 | 1 | 18 |
| Hacienda los Nacimientos. | 1 | 7 | 5 | 13 |
| Centro de Arte para La Paz. | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Rio agua tibia. | 10 | 7 | 5 | 22 |
| Palo grande. | 5 | 7 | 3 | 15 |
| Cihuatán. | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Turicentro Puerto San Juan. | 10 | 7 | 3 | 20 |
| Centro Recreativo Las Américas. | 5 | 7 | 5 | 17 |
| Centro Histórico de Suchitoto. | 5 | 7 | 5 | 17 |

Tabla 260 Evaluación de iniciativas de criterios de Circuito AN.

Al evaluar las iniciativas, sus atractivos turísticos y los servicios que brindan con el enfoque del circuito Aventura-Natural en donde la intención de este circuito es ofrecerle al turista servicios que incluyen actividades extremas en contacto con la naturaleza, razón por la cual este se convierte quizá en el criterio más importante para establecer los lugares que conformaran este circuito. Y se incluirán aquellas iniciativas cuyo puntaje total sea mayor o igual a 17, siendo estas las siguientes:

- Guazapa Tours de R.L. y el Cerro de Guazapa.
- Sitio Cenícero.
- Hacienda La Bermuda.
- Río agua tibia.
- Turicentro Puerto San Juan.
- Centro Recreativo Las Américas.
- Centro Histórico de Suchitoto.

AVENTURA - CULTURAL:

| INICIATIVA | CRITERIOS | | | TOTAL |
|---------------------------------|-----------|---|----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | |
| Cooperativa Guazapa Tours. | 10 | 7 | 10 | 27 |
| Comunidad San Antonio. | 10 | 7 | 10 | 27 |
| Sitio Cenícero. | 1 | 7 | 5 | 13 |
| Hacienda Colima. | 5 | 7 | 3 | 15 |
| Ciudad Vieja. | 10 | 7 | 3 | 20 |
| Hacienda Bermuda. | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Hacienda los Nacimientos. | 10 | 7 | 5 | 22 |
| Centro de Arte para La Paz. | 5 | 7 | 3 | 15 |
| Río agua tibia. | 1 | 7 | 5 | 13 |
| Palo grande. | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Cihuatán. | 10 | 7 | 3 | 20 |
| Turicentro Puerto San Juan. | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Centro Recreativo Las Américas. | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Centro Histórico de Suchitoto. | 10 | 7 | 3 | 20 |

Tabla 261 Evaluación de iniciativas de circuito AC.

De la misma forma que el circuito anterior, luego de evaluar las iniciativas, sus atractivos turísticos y los servicios que brindan con el enfoque del circuito Aventura-Cultural en donde la intención de este circuito es ofrecerle al turista servicios que incluyen actividades de conocimiento cultural tanto en contacto con la naturaleza como en la ciudad, razón por la cual este se convierte quizá en el criterio más importante para establecer los lugares que conformaran este circuito. Y se incluirán aquellas iniciativas que tienen un total de puntos mayor o igual a 20, siendo estas las siguientes:

- Guazapa Tours de R.L. y el Cerro de Guazapa.
- Comunidad San Antonio.
- Ciudad Vieja.
- Hacienda Los Nacimientos.
- Cihuatán.
- Centro Histórico de Suchitoto.

AVENTURA - ECOLÓGICA:

| INICIATIVA | CRITERIOS | | | TOTAL |
|--------------------------------|-----------|---|----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | |
| Cooperativa Guazapa Tours | 10 | 7 | 10 | 27 |
| Comunidad San Antonio | 10 | 7 | 10 | 27 |
| Sitio Cenícero | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Hacienda Colima | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Ciudad Vieja | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Hacienda Bermuda | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Hacienda los Nacimientos | 5 | 7 | 5 | 17 |
| Centro de Arte para La Paz | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Rio agua tibia | 5 | 7 | 5 | 17 |
| Palo grande | 10 | 7 | 3 | 20 |
| Cihuatán | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Turicentro Puerto San Juan | 10 | 7 | 3 | 20 |
| Centro Recreativo Las Américas | 1 | 7 | 3 | 11 |
| Centro Histórico de Suchitoto | 10 | 7 | 3 | 20 |

Tabla 262 Evaluación de iniciativas de circuito AE.

Luego de evaluar las iniciativas, sus atractivos turísticos y los servicios que brindan con el enfoque del circuito Aventura-Ecológica en donde la intención de este circuito es ofrecerle al turista servicios que incluyen una variedad de actividades tanto en contacto con la naturaleza, extremas y culturales, razón por la cual este se convierte quizá en este circuito se convierte en el más versátil y variado para el turista. Y se tomarán en cuenta las iniciativas cuyo total de puntos sea mayor o igual a 17, siendo las siguientes iniciativas las que se incluirían en este circuito:

- Guazapa Tours de R.L. y el Cerro de Guazapa.
- Comunidad San Antonio.
- Hacienda Los Nacimientos.
- Río agua tibia.
- Palo Grande.
- Turicentro Puerto San Juan.
- Centro Histórico de Suchitoto.

4. DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS.

| CIRCUITO DE AVENTURA-NATURAL | CIRCUITO DE AVENTURA-CULTURAL | CIRCUITO DE AVENTURA-ECOLÓGICA |
|---|---|--|
| PAQUETE: AN 1. | PAQUETE: AC 1. | PAQUETE: AE 1. |
| *Guazapa tours (Canopy y cuerdas altas 8:00 am-11:00 am) *Sitio Cenícero (paseo en lancha 12:00 md-1:00 pm) *Turicentro Puerto San Juan (Almuerzo 1:00 pm-2:00pm) *Centro Recreativo Las Américas (Uso de piscinas 2:00 pm-3:30pm) *Centro Histórico (Visita de iglesia Santa Lucía 3:30 pm-4:00 pm). | *Guazapa tours (museo y caminata media al Cerro de Guazapa y baño en piscinas naturales si es temporada, 8:00 am-12:00 md) *Hacienda Colima (Almuerzo 12:30 pm-1:30 pm) *Hacienda los nacimientos (realizar recorrido, teñido 2:00 pm – 4:00 pm) | *Guazapa tours (Avistamiento de Aves, caminata media 8:00 am – 12:00 md) * Almuerzo en Guazapa Tours (12:30 – 1:30 pm) * Visitar Comunidad San Antonio (1:30 pm – 2:30 pm) *Turicentro Puerto San Juan (3:00 pm – 4:00 pm) |
| PAQUETE: AN 2. | PAQUETE: AC 2. | PAQUETE: AE 2. |
| *Guazapa tours (Cabalgata al Cerro de Guazapa 8:00 am -11:00 md) * Práctica de rappel en el Cerro de Guazapa por parte de Guazapa tours (11:00 – 12:00 md) opcional. *Hacienda la Bermuda (Almuerzo 12:30 pm- 2:00 pm) *Centro Histórico (2:30 pm – 4:00 pm) | * Cihuatán (recorrido por los vestigios prehispánicos arqueológicos 8:00 am – 10:00 am) *Ciudad Vieja (recorrido por los vestigios de la primera ciudad fundada en El Salvador 11:00 am – 12:00pm) *Centro Histórico de Suchitoto (Almuerzo 12:30pm – 2:00 pm) * Talleres vivenciales en comunidad El Sitio Zapotal y cooperativa Guazapa Tours de R.L. (2:30 – 4:00 pm) | * Guazapa tours (Canopy y cuerdas altas 8:00 am – 10:00 am) * Ir de Guazapa tours hacia el Centro de Suchitoto (10:00 am – 11:30 am) en el pick up. O pueden elegir hacer el viaje en bicicleta de montaña del cerro a la cooperativa o de la cooperativa al Centro Histórico. * Centro Histórico (Almuerzo y paseo 11:30 am – 1:00 pm) * Palo grande (2:00 pm-4:00 pm) |

Tabla 263. Conformación de paquetes por circuito turístico.

Es necesario aclarar que en el caso del circuito Aventura-Ecológica puede en la conformación de los 2 paquetes no se han tomado en cuenta 2 iniciativas, sin embargo, la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. y el comité de operación turística podrá incluirlos de manera conveniente, ya que para la visita del Rio Agua tibia, esta estará sujeta a la estacionalidad, al igual que todos aquellos otros atractivos turísticos de carácter cultural o folclóricos ya que el poder brindarle la asistencia al cliente a estos eventos estará sujeta a la disponibilidad de los mismos.

5. LOCALIZACIÓN ESTABLECIDA

El Cerro de Guazapa es una localización adecuada para la propuesta ya que cuenta con el apoyo de la comunidad al ser una propuesta que pretende el desarrollo económico y social, además la propuesta busca la protección del medio Ambiente así como conservar la memoria histórica del Cerro, goza de una gran riqueza en flora y fauna con la principal ventaja frente a sus competidores de encontrarse más próximo a la capital de San Salvador, tener facilidad de acceso y contar con el apoyo de normativas que impulsen su actuar en pro del ecosistema.

El desarrollo de las comunidades aledañas al Cerro tiene cierta desventaja en cuanto al desarrollo de las condiciones de vida de sus habitantes en cuanto a educación y salud pero a raíz del crecimiento turístico en la zona y el potencial desarrollo que ésta tiene mediante el apoyo del Ministerio de Turismo se proyecta gradualmente una mejora de la cobertura educativa, aumento de fuentes de empleo y mejor cobertura en materia de salud.

F. PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO

1. INTRODUCCIÓN

El programa para el desarrollo de los productos turísticos para la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L., bajo el enfoque de turismo rural, se basa en el diagnóstico, en donde se realizó un inventario de los atractivos turísticos del municipio, tanto tangibles como intangibles, estableciendo las actividades que se pudiesen desarrollar en cada uno de los sitios o iniciativas existentes y a partir de ello definir qué servicios turísticos se pueden mejorar o fortalecer o que nuevos servicios se pudiesen establecer a efectos de potenciar la oferta de cada una de las iniciativas y del municipio en general.

2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

A) OBJETIVO GENERAL

Desarrollar en Suchitoto productos turísticos atractivos y diversificados, aprovechando el potencial de recursos tangibles e intangibles con que cuenta y la articulación de las diferentes iniciativas, a fin de convertirlo en un destino turístico diferenciado en el marco del turismo rural a nivel nacional y regional e internacional.

B) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la situación actual de Guazapa Tours de R.L., para establecer el tamaño de la propuesta de circuitos y la localización de la misma.
- Diseñar los paquetes a ofertar para los circuitos turísticos propuestos tomando en consideración las iniciativas priorizadas.
- Establecer las pautas para el diseño de las mejoras en infraestructura para la prestación de servicios turísticos en Guazapa Tours de R.L., incluyendo el diseño de senderos, áreas de camping, canopy, entre otros.
- Determinar los requerimientos de recursos básicos necesarios para la diversificación, mejora y gestión de los servicios y los circuitos turísticos rurales.

3. COMPONENTES DEL PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

A) CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Las iniciativas seleccionadas para impulsar este esfuerzo de articulación y desarrollo de las áreas rurales del municipio de Suchitoto bajo el enfoque de turismo rural son:

INICIATIVAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS.



Esquema 60 Iniciativas y atractivos turísticos de la PCRTS.

HOTELES Y RESTAURANTES.



Esquema 61 Hoteles y restaurantes de la PCRTS.

ATRATIVOS TURÍSTICOS INTANGIBLES. (EVENTOS PROGRAMADOS)

Cabe destacar que estas iniciativas o sitios son solo el punto de partida para aumentar el aprovechamiento del potencial turístico rural en Suchitoto, pero que a partir del desarrollo de este programa pueden surgir nuevas iniciativas o sitios que se incorporen al mismo y a la propuesta de circuitos turísticos, que será el gestor del programa en desarrollo, de esa manera contribuir con el turismo rural en Suchitoto como un eje dinamizador de la económica local en todo las comunidades.

1) SERVICIOS ACTUALES QUE BRINDA GUAZAPA TOURS DE R.L.

A continuación se detallan los servicios que actualmente brinda la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.

| NOMBRE DEL SERVICIO | DESCRIPCIÓN | COSTO |
|--------------------------------|---|--|
| PEQUEÑA CAMINATA | Recorrido por los sitios históricos de la comunidad y conocer su historia. Tiene como duración de 1 a 2 horas. | El Costo del tour guiado es de \$ 10 dólares para una persona y si el grupo es mayor de 5 personas, el costo por persona se reduce a \$ 5 dólares. |
| CAMINATA MEDIANA ALTURA | Paseo de los senderos de la montaña del volcán de guazapa, recorriendo ex campamento de la guerrilla, trincheras, tatús y refugios antiaéreos utilizados por la guerrilla durante el pasado conflicto armado, además se puede apreciar abundante naturaleza del lugar, el tour se realiza a media altura del volcán (700msnm) y tiene una duración aproxima de 3 a 4 horas. | El Costo del tour guiado es de \$ 25 dólares para una persona y si el grupo es de más de 2 personas, el costo se reduce a \$ 10 dólares por persona. |
| CAMINATA GRAN ALTURA | Comprende un recorrido por la zona más alta del volcán Guazapa (1200msnm) donde se puede apreciar los mejores y más bellos paisajes de la zona norte de El Salvador, incluyendo el antiguo cráter del volcán Guazapa y sus formaciones rocosas. El recorrido tiene una duración aproximada entre 5 a 6 horas. | El costo del tour guiado es de \$ 30 dólares para una persona y si el grupo es de más de dos personas, el costo por persona es \$ 15 dólares. |
| CABALGATAS | Una excitante aventura de conocer el volcán de Guazapa a través de un recorrido a caballo por los senderos de la montaña, visitando sus sitios históricos, así como apreciando la naturaleza y | El costo del tour guiado es \$ 30 dólares para una persona y si el grupo es de más de 2 personas, el costo es \$ 20 dólares por persona. |

| | | |
|------------------------------|---|---|
| | atractivas vistas panorámicas. Tiene una duración entre 3 a 4 horas. | |
| CANOPY | El dosel o canopy es un deporte extremo que consiste en el desplazamiento pendiente de cables que están trazados en bosques entre las ramas de árboles. | |
| CUERDAS ALTAS | Son actividades outdoor o de campo abierto, compuestas por una serie de actividades físicas y desafíos mentales orientados a la solución de problemas evidenciando competencias para el trabajo cooperativo, el trabajo en equipo y con estos, el liderazgo y un sinnúmero de objetivos al ser los talleres canalizados hacia el aprendizaje. | |
| CAMPAMENTO DE MONTAÑA | El área de acampar cuenta con un área de cocina, baños, duchas, energía solar y se proporciona las tiendas de campaña. | \$ 35 dólares por persona, este tour se brinda de 6 personas en adelante. (alimentación, tienda de campaña, tours y uso de instalaciones tales como duchas, kiosco y cocina) |
| AVISTAMIENTO DE AVES | Las montañas del cerro de Guazapa es un bosque ideal donde habitan muchas aves lo cual lo convierten en un lugar ideal para la observación de aves. | El costo del tour guiado de Avistamiento de Aves de día, tiene un costo de \$ 75 para grupos de una persona, hasta grupos hasta de 5 personas. |
| CAFETÍN | Área de cafetín en el museo que brinda a los turistas: alimentos, bebidas, mini tienda de artesanías y servicio sanitario. | |
| MUSEO COMUNITARIO | Exhibición de artículos encontrados en el cerro de la época de la guerra civil, fotografías del conflicto armado y la diversidad de fauna y flora del cerro. | |
| TALLERES | Además de los servicios descritos la cooperativa Guazapa tours realiza diferentes acciones para el fortalecimiento del desarrollo económico de la comunidad el Sitio Zapotal. | |

Tabla 264 Servicios brindados por Guazapa Tours de RL.

2) PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE SERVICIOS EXISTENTES DE LA COOPERATIVA

(a) COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L.

| RECURSOS TURÍSTICOS | ACTIVIDADES TURÍSTICAS | INFRAESTRUCTURA DE APOYO | SERVICIOS TURÍSTICOS |
|---|---|---|---|
| SITUACIÓN ACTUAL | | | |
| 1. Cerro de Guazapa. 2. Ríos. 3. Mirador. 4. Vestigios de la Guerra Civil en el Salvador. 5. Museo comunitario. 6. Abundante Flora fauna. 7. Estacionamiento para 20 automóviles. 8. Cafetería para 20 personas. 9. Senderos y áreas señalizadas. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caminatas. ▪ Cabalgatas. ▪ Canopy ▪ Arborismo (cuerdas altas) ▪ Avistamiento de aves ▪ Camping | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parqueo. ▪ Oficina administrativa y museo. ▪ Energía eléctrica ▪ Agua potable ▪ Teléfono fijo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alimentación ▪ Guías turísticos ▪ Recreación ▪ Alquiler de tiendas de campaña ▪ Alquiler de caballos ▪ Alquiler de equipo para avistamiento de aves ▪ Alquiler de equipo para canopy y cuerdas altas ▪ Venta de artesanías en madera |
| PROPUESTAS ADICIONALES | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Infraestructura de actividades recreativas: muro para escalar. ▪ Mejorar la señalización de senderos y diferentes áreas de servicio. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visita a actividades agrícolas | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestión de mejoramiento de calle de acceso al cerro donde se realizan actividades turísticas extremas. | <ul style="list-style-type: none"> Alquiler de bicicletas. |

Tabla 265 Mejoramiento del servicio de Guazapa Tours de R.L.

3) PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE SERVICIOS EXISTENTES DE LAS INICIATIVAS TURÍSTICAS INCLUIDAS

Al identificar algunas de las necesidades y expectativas de los turistas, junto con las debilidades en los servicios identificadas durante el estudio de diagnóstico, se hace necesario el desarrollo de una propuesta que permita una diversificación y mejora de los servicios ofrecidos por las iniciativas turísticas priorizadas. Se proponen los lineamientos para la prestación de los servicios turísticos actuales, de manera que al implementar los circuitos turísticos por las iniciativas correspondientes logren el desarrollo de las mismas y permitan mayor afluencia de turistas a las zonas rurales y al municipio en general. Con este programa se busca el desarrollo y mayor competitividad en las iniciativas.

Estas mejoras además de asegurar el desarrollo económico de las iniciativas participantes y la sostenibilidad de la propuesta, mejorará también la economía del municipio, sobre todo fortalecerá la relación entre Guazapa Tours y las demás iniciativas, la municipalidad y demás actores locales y nacionales tanto públicos como privados con presencia en Suchitoto.

A continuación se presenta la propuesta para algunas de las iniciativas:

(a) **COMUNIDAD SAN ANTONIO.**

| RECURSOS TURÍSTICOS | ACTIVIDADES TURÍSTICAS | INFRAESTRUCTURA DE APOYO | SERVICIOS TURÍSTICOS |
|--|--|--|--|
| SITUACIÓN ACTUAL | | | |
| 1. Trapiche o molienda 2. Cultivos de caña | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recorridos por cañales. ▪ Recorridos por la comunidad. ▪ Explicación del proceso para la obtención de jugo de caña y demás productos derivados de la caña. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parqueo. ▪ Casa comunal que funge como oficina administrativa. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alimentación ▪ Guías turísticos ▪ Explicación de proceso de funcionamiento de la molienda y la obtención de los productos. ▪ Venta de productos derivados de la caña. |
| PROPUESTAS ADICIONALES | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Señalización de senderos y diferentes áreas de servicio. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visita a actividades Agrícolas. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestión para los permisos de energía eléctrica y agua potable. ▪ Mejoramiento de la infraestructura para la oficina administrativa. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alquiler de caballos. |

Tabla 266 Mejoramiento del servicio de Comunidad San Antonio.

(b) HACIENDA LOS NACIMIENTOS.

| RECURSOS TURÍSTICOS | ACTIVIDADES TURÍSTICAS | INFRAESTRUCTURA DE APOYO | SERVICIOS TURÍSTICOS |
|---|---|---|--|
| SITUACIÓN ACTUAL | | | |
| <p>1. Abundante Flora fauna.</p> <p>2. Estacionamiento para 20 automóviles.</p> <p>3. Senderos por cultivos de Jiquilite (planta de donde se extrae el añil), plantaciones de marañón, plantaciones de rosa de Jamaica, entre otros.</p> <p>4. Equipo para la explicación y experimentación por parte del turista del proceso del teñido.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Historia de la Hacienda. ▪ Caminatas y visitas por los sembrados de jiquilite, caña, Canela, marañones, rosa de Jamaica etc. ▪ Presentación del desarrollo y proceso del añil. ▪ Elaboración de diseños en telas teñido con añil. ▪ Almuerzo con presentaciones artísticas folklóricas. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parqueo. ▪ Oficina administrativa. ▪ Agua de pozo. ▪ Tienda de artesanías a base de añil. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atención a turistas. ▪ Historia de la hacienda. ▪ Caminatas. ▪ Observación, producción de alimentos. ▪ Agroturismo. ▪ Venta de productos artesanales como vino de Maraión, vinagre de marañón, polvo de añil, semillas de marañón, rosa de Jamaica, aceites esenciales de semillas y otros. |
| PROPUESTAS ADICIONALES | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejorar la señalización de senderos y diferentes áreas de servicio. ▪ Continua capacitación de guías. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recorridos en bicicleta o a caballo por las plantaciones. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestión de mantenimiento de calle de acceso a la hacienda. ▪ Gestión para la obtención de los permisos para la instalación de energía eléctrica. ▪ Construcción de áreas de descanso dentro de la hacienda. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alquiler de bicicletas para realizar los recorridos. ▪ Alquiler de caballos. |

Tabla 267 Mejoramiento del servicio de Hacienda Los Nacimientos.

(c) HACIENDA LA BERMUDA.

| RECURSOS TURÍSTICOS | ACTIVIDADES TURÍSTICAS | INFRAESTRUCTURA DE APOYO | SERVICIOS TURÍSTICOS |
|--|--|--|--|
| SITUACIÓN ACTUAL | | | |
| 1. Piscinas. 2. Áreas verdes para realizar senderismo. 3. Cafetería. 4. Estanques de peces. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Uso de piscina. ▪ Pesca que luego se paga por libra de pescado atrapado, caminatas a la zona de Hacienda La bermuda. ▪ Avistamiento de aves. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Restaurante. ▪ Piscinas. ▪ Energía eléctrica. ▪ Agua potable. ▪ Teléfono fijo. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tienda. ▪ Senderos. ▪ Caminatas. ▪ Producción de alimentos. ▪ Agroturismo. ▪ Alimentación. ▪ Granja. |
| PROPUESTAS ADICIONALES | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Miradores es por los estanques de peces. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recorridos en bicicleta o a caballo. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejoramiento de la calle de acceso. ▪ Mejor señalización del lugar. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recorridos a caballo por la hacienda. ▪ Recorridos en bicicleta por la hacienda. |

Tabla 268 Mejoramiento del servicio de Hacienda La Bermuda.

(d) **HACIENDA COLIMA.**

| RECURSOS TURÍSTICOS | ACTIVIDADES TURÍSTICAS | INFRAESTRUCTURA DE APOYO | SERVICIOS TURÍSTICOS |
|--|--|---|--|
| SITUACIÓN ACTUAL | | | |
| 1. Reserva forestal. 2. Estanque de cultivo de peces. 3. Hostal. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caminatas. ▪ Senderismo. ▪ Visita a ríos. ▪ Observación de producción de alimentos. ▪ Tour a la comunidad, posada. ▪ Visita a reserva forestal. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Canchas de fútbol. ▪ Piscina | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cabalgatas. ▪ Alimentación. ▪ Artesanías, atención a turistas. ▪ Servicio de guías. ▪ Talleres. ▪ Alimentación. ▪ Descanso. ▪ Hostal. |
| PROPUESTAS ADICIONALES | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Continua capacitación para los guarda parques. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación y pesca de los peces en el estanque. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Construcción de una nueva piscina. ▪ Mejorar la señalización de la hacienda. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Explicación del proceso de la caña de azúcar. ▪ Rescatar el estanque de cultivo de peces. |

Tabla 269 Mejoramiento del servicio de Hacienda Colima.

B) PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

El municipio de Suchitoto es rico en cultura, tradiciones, historia y paisajes. Estos factores turísticos presentan la oportunidad de desarrollar este rubro, mediante circuitos que articulen las iniciativas urbanas y rurales del municipio, consideramos potenciar el turismo mediante estas ofertas teniendo en cuenta:

1. Los circuitos dan la oportunidad de integrar e incluir a las iniciativas que cuentan con atractivos o recursos naturales, hermanando comunidades y micro regiones.
2. Se unifican esfuerzos en lo económico, recursos humanos, publicidad, infraestructura y seguridad social.
3. Se crean polos de desarrollo turísticos mejor integrados llegando a ser circuitos turísticos de gran demanda.
4. La experiencia positiva de rutas como: de la Paz, Las Flores y la Artesanal en la cual participa el municipio.

Para este estudio se consideró plantear 3 circuitos turísticos, lo cual permitirá tener una participación de las diferentes iniciativas para ofrecer una experiencia diferenciada de producto turístico.

En la actualidad y frente a la proliferación de una nueva oferta turística cada vez más diversificada, se pretende mostrar el patrimonio natural y cultural e histórico del municipio, el concepto de ruta o circuito turístico ha evolucionado, como respuesta a la necesidad de organizar y estructurar productos afines y complementarios, adquiriendo una connotación más temática y particular.

El circuito turístico puede ser definido como un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad, municipio o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto.

Representa el producto básico del Turismo Rural y constituye una oferta organizada y elaborada que incluye atractivos, actividades, instalaciones y servicios turísticos propios del área, susceptible de ser comercializada en forma integrada o parcialmente.

Algunas características o criterios para la definición de los circuitos son los siguientes, los circuitos deben:

- Responder a una imagen motivadora atractiva, particular y predeterminada.
- Posee una extensión espacio - temporal posible de recorrer en plazos razonables, con tiempos mínimos y máximos establecidos.
- Contener e integrar diferentes productos y servicios.
- Tener una gestión unitaria, pero incorpora a distintos agentes intermediarios (operadores y prestadores de servicios turísticos) privilegiando la participación de los miembros de la comunidad local.

- La elaboración de este macro producto (Temático de circuito) debe ser capaz de generar una demanda en el mercado y de su solidez y coherencia, así como de la capacidad de atracción de sus productos y la calidad de sus servicios, dependerá no sólo el éxito de las rutas y su permanencia en el tiempo, sino también su sustentabilidad.

Los tres circuitos turísticos establecidos, pretenden contar con una oferta diversificada y proporcional a cada sector del municipio, considerando que cada uno posee suficientes recursos que permitirán el desarrollo de dichas actividades.

Para el diseño de los circuitos turísticos, se ha tomado en cuenta que en cada uno de ellos se deben brindar los siguientes servicios turísticos:

- Alojamiento:
Se debe contar con un lugar para hospedarse.
- Alimentación:
Debe existir servicio de restaurante.
- Diversidad de Actividades Turísticas Recreativas:
El turista debe tener la oportunidad de visitar o tener contacto con alguna actividad de turismo rural.
- El turista debe tener acceso a algunas de las actividades que ofrece la Cooperativa, algunas de estas son: observación de aves, caminatas o senderismo, cabalgatas, paisajismo, visita al museo, entre otras.

A continuación se presentan tres propuestas de circuitos turísticos para el municipio de Suchitoto teniendo como base el análisis de la etapa de diagnóstico, el estudio del mercado de consumo, el mercado competidor, las instituciones de apoyo y los tour operadores.

CIRCUITO AVENTURA NATURAL



| | |
|------------------------|--|
| Temática | Aventura natural. |
| Criterios | Afinidad de actividades. |
| Destinatarios | Turista nacional. |
| Tiempo de estancia | 1 día. |
| Fechas de visita | Cualquier día del año en especial verano. |
| Descripción de la ruta | Este circuito pretende entrelazar todas aquellas actividades relacionadas con la actividad física en donde se pueden desarrollar actividades como montañismo, natación, acampar, recorrer ríos y caminatas en espacios naturales entre otros, es decir llevar a cabo el turismo de aventura. |
| Iniciativas incluidas | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Guazapa tours. ▪ Sitio Cenícero. ▪ Turicentro Puerto San Juan. ▪ Centro Recreativo Las Américas. ▪ Centro Histórico. ▪ Hacienda la Bermuda. |

Tabla 270 Descripción del Circuito Aventura Natural.

CIRCUITO AVENTURA NATURAL

| LINEAMIENTOS | ACCIONES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Adecuación y seguridad del recorrido del circuito.▪ Se deberá señalar el circuito turístico, para dirigir a los visitantes hacia los sitios propuestos.▪ Los prestadores de servicios deberán tener la capacidad de captación de visitantes, tanto extranjeros como nacionales.▪ Personal capacitado.▪ Servicios básicos. | <ul style="list-style-type: none">▪ Mejoramiento y mantenimiento a todas las arterias de circulación dentro del circuito.▪ Señalización a lo largo de los recorridos.▪ Identificación de la flora de los sitios a visitar dentro de la ruta.▪ Seguridad a lo largo del recorrido y en los sitios que incluyen el circuito.▪ Capacitación del personal para guiar y recibir a los turistas.▪ Mejoramiento en los servicios básicos en las iniciativas involucradas. |

Tabla 271 Lineamientos del Circuito de Aventura Natural.

CIRCUITO AVENTURA CULTURAL



| | |
|------------------------|--|
| Temática | Aventura cultural. |
| Criterios | Afinidad de actividades. |
| Destinatarios | Turista nacional familiar. |
| Tiempo de estancia | 1 día. |
| Fechas de visita | Cualquier día del año en especial verano. |
| Descripción de la ruta | Este circuito pretende entrelazar todas aquellas actividades relacionadas con la actividad cultural en donde se pueden desarrollar actividades como visitas a museos, sitios arqueológicos y lugares de aporte cultural del municipio. |
| Iniciativas incluidas | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Guazapa tours. ▪ Hacienda Colima. ▪ Hacienda los Nacimientos. ▪ Cihuatán. ▪ Ciudad Vieja. ▪ Centro Histórico de Suchitoto. |

Tabla 272 Descripción del Circuito de Aventura Cultural.

CIRCUITO AVENTURA CULTURAL

| LINEAMIENTOS | ACCIONES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Adecuación y seguridad del recorrido del circuito.▪ Se deberá señalar el circuito turístico, para dirigir a los visitantes hacia los sitios propuestos.▪ Los prestadores de servicios deberán tener la capacidad de captación de visitantes, tanto extranjeros como nacionales.▪ Personal capacitado.▪ Servicios básicos. | <ul style="list-style-type: none">▪ Mejoramiento y mantenimiento a todas las arterias de circulación dentro del circuito.▪ Señalización a lo largo de los recorridos.▪ Seguridad a lo largo del recorrido y en los sitios que incluyen el circuito.▪ Capacitación del personal para guiar y recibir a los turistas.▪ Mejoramiento en los servicios básicos en las iniciativas involucradas. |

Tabla 273 Lineamientos del Circuito de Aventura Cultural.

CIRCUITO AVENTURA ECOLÓGICA



| | |
|------------------------|---|
| Temática | Aventura ecológica. |
| Criterios | Afinidad de actividades. |
| Destinatarios | Turista internacional. |
| Tiempo de estancia | 1 día. |
| Fechas de visita | Cualquier día del año en especial verano. |
| Descripción de la ruta | Este circuito pretende entrelazar todas aquellas actividades relacionadas con la actividad de aventura, ecológica y cultural en donde se pueden desarrollar actividades como caminatas, actividades de aventura, visitas a museos, sitios arqueológicos y lugares de aporte cultural del municipio. |
| Trayectoria | |
| Iniciativas incluidas | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Guazapa tours. ▪ Comunidad San Antonio. ▪ Centro Histórico. ▪ Turicentro Puerto San Juan. ▪ Palo grande. |

Tabla 274 Descripción del Circuito de Aventura Ecológica.

CIRCUITO AVENTURA ECOLÓGICA

| LINEAMIENTOS | ACCIONES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Adecuación y seguridad del recorrido del circuito.▪ Se deberá señalar el circuito turístico, para dirigir a los visitantes hacia los sitios propuestos.▪ Los prestadores de servicios deberán tener la capacidad de captación de visitantes, tanto extranjeros como nacionales.▪ Personal capacitado.▪ Servicios básicos. | <ul style="list-style-type: none">▪ Mejoramiento y mantenimiento a todas las arterias de circulación dentro del circuito.▪ Señalización a lo largo de los recorridos.▪ Seguridad a lo largo del recorrido y en los sitios que incluyen el circuito.▪ Capacitación del personal para guiar y recibir a los turistas.▪ Mejoramiento en los servicios básicos en las iniciativas involucradas. |

Tabla 275 Lineamientos del Circuito de Aventura Ecológica.

C) PROPUESTA DE PAQUETES TURÍSTICOS

Las temáticas propuestas en los circuitos están diseñadas para satisfacer las necesidades de cada perfil de consumo, para cada mercado potencial identificado se proponen dos paquetes turísticos que ofrecen actividades y visitas a iniciativas semejantes para que el turista tenga la opción de elegir entre ambos y desarrollar así las actividades del circuito.

Cada paquete se diseñó en base al diagnóstico del mercado de consumo, el inventario de recursos y atractivos turísticos y en común acuerdo con Guazapa Tours de R.L. Los paquetes se describen de la siguiente manera:

| CIRCUITO DE AVENTURA-NATURAL | |
|---|--------------------|
| PAQUETE AN-1. | |
| Guazapa tours Canopy y cuerdas altas. | 08:00 PM- 11:00 AM |
| Sitio Cenícero Recorrido por la comunidad y paseo en lancha. | 12:00 MD- 01:00 PM |
| Turicentro Puerto San Juan Almuerzo (plato de comida y bebida) | 01:00 PM- 02:00 PM |
| Centro Recreativo Las Américas Uso de piscinas | 02:00 PM- 03:00 PM |
| Centro Histórico Recorrido por el parque, iglesia Santa Lucia, y sus diferentes establecimientos en su alrededor. | 03:30 PM- 04:00 PM |

El mapa muestra una ruta azul que comienza en El Sitio Zapotal, pasa por Parque Central y San Juan, luego se dirige hacia La Bermuda y San Luis del Carmen, atravesando el Río Lempa. Se indican carreteras como Carretera Suchitoto y Carretera San Juan. También se ven nombres de municipios como TLANADOR, SAN JUAN, CUSCATLAN, CUSCATLAN CAMBIAS y Cinquera.

Tabla 276 Paquete 1 del Circuito de Aventura Natural.

CIRCUITO DE AVENTURA-NATURAL

PAQUETE AN-2.

| | |
|--|---------------------|
| Guazapa tours Cabalgata al Cerro de Guazapa. | 8:00 AM - 11:00 AM |
| Guazapa tours Practica de rappel en el Cerro de Guazapa (opcional). | 11:00 AM – 12:00 AM |
| Hacienda la Bermuda Almuerzo. (Plato de comida y bebida) | 12:30 PM - 02:00 PM |
| Centro Histórico Recorrido por el parque, iglesia Santa Lucia, y sus diferentes establecimientos en su alrededor. | 02:30 PM - 04:00 PM |

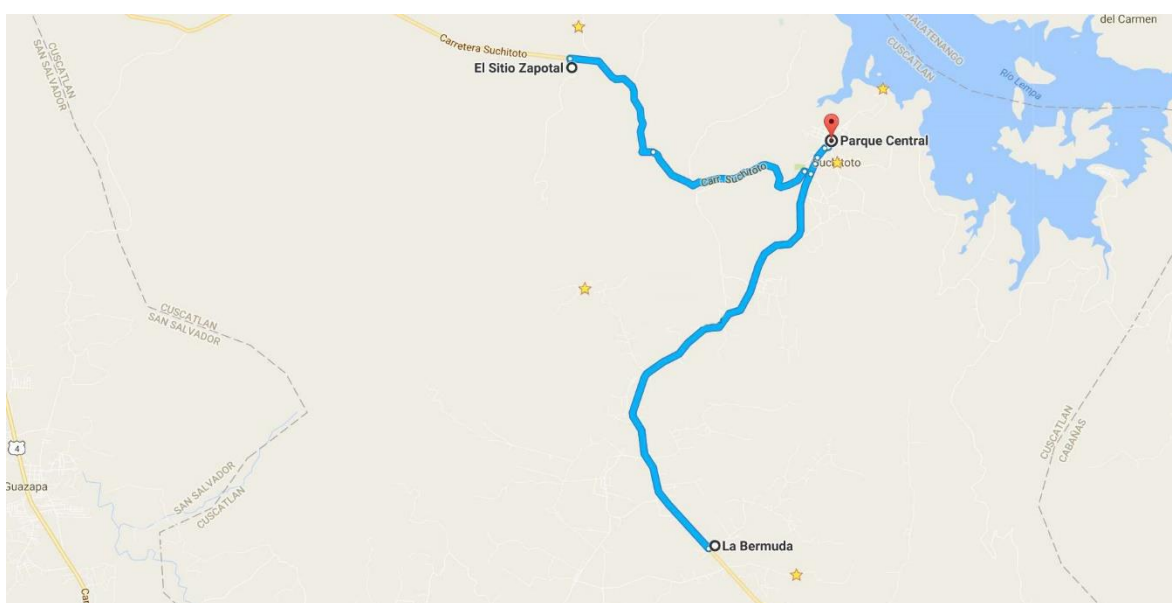


Tabla 277 Paquete 2 del Circuito de Aventura Natural.

CIRCUITO DE AVENTURA-CULTURAL

PAQUETE AC-1.

| | |
|---|---------------------------|
| <p>Guazapa tours Museo y caminata media al Cerro de Guazapa. Y baño en las piscinas naturales si es temporada.</p> | <p>08:00 AM- 12:00 MD</p> |
| <p>Hacienda Colima Recorrido y Almuerzo (Plato de comida y bebida)</p> | <p>12:30 PM- 01:30 PM</p> |
| <p>Hacienda los nacimientos Realizar recorrido. (Conocer las plantaciones de jiquilite, marañón, rosa de Jamaica, y realizar talleres de teñido con añil).</p> | <p>02:00 PM- 04:00 PM</p> |

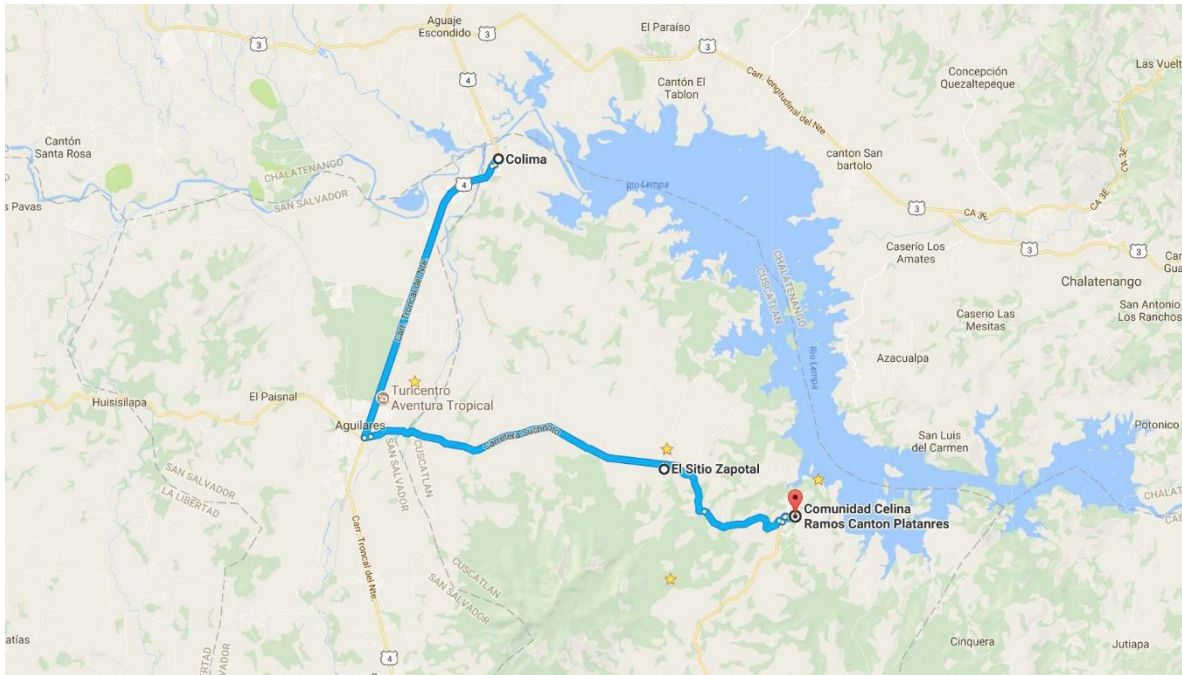


Tabla 278 Paquee 1 del Circuito de Aventura Cultural.

CIRCUITO DE AVENTURA-CULTURAL

PAQUETE 2.

| | |
|---|--------------------|
| Cihuatán Recorrido por los vestigios prehispánicos arqueológicos. | 08:00 AM- 10:00 AM |
| Ciudad Vieja Recorrido por los vestigios de la primera ciudad fundada en El Salvador. | 11:00 AM- 12:00 MD |
| Centro Histórico de Suchitoto Almuerzo (plato de comida y bebida), y recorrido por la ciudad. | 12:30 PM- 02:00 PM |
| Guazapa tours Talleres vivenciales | 2:30 PM – 4:00 PM |

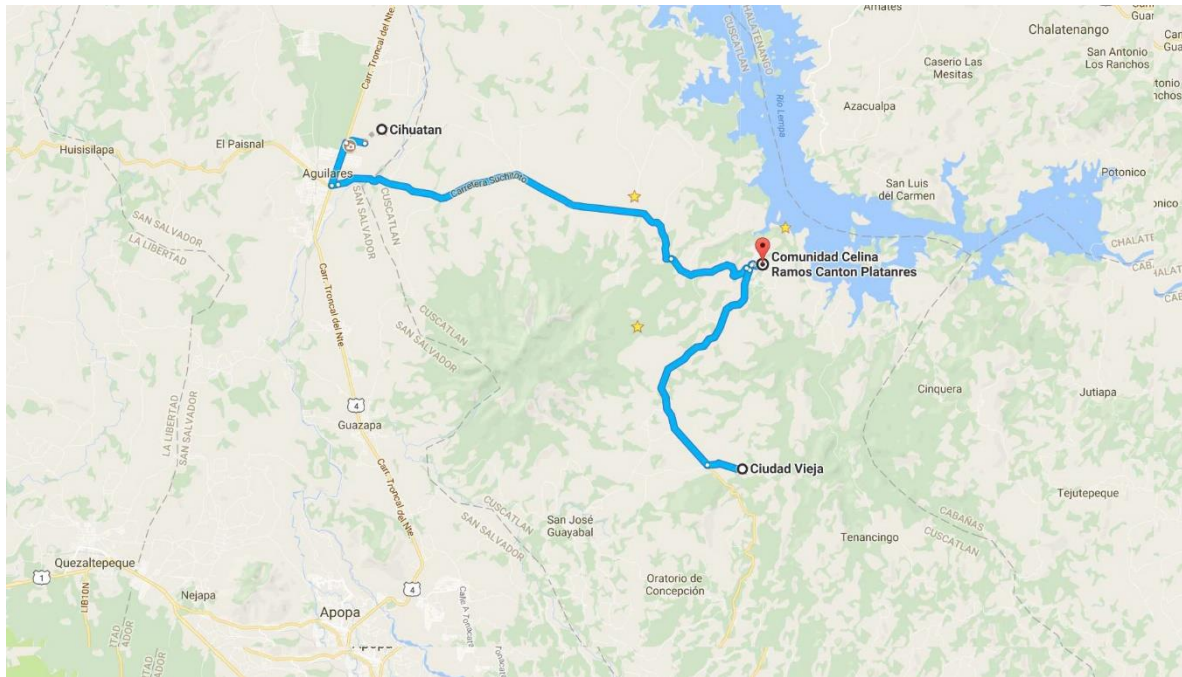


Tabla 279 Paquee 2 del Circuito de Aventura Cultural.

CIRCUITO DE AVENTURA-ECOLÓGICA

PAQUETE AE-1.

| | |
|--|--------------------|
| Guazapa tours Avistamiento de Aves, caminata media y almuerzo. | 08:00 AM- 01:00 PM |
| Visitar Comunidad San Antonio Realizar recorridos por las plantaciones de caña, presenciar el proceso de extracción de jugo de caña y fabricación artesanal de productos derivados de la caña. | 01:30 PM- 02:30 PM |
| Turicentro Puerto San Juan Paseo en lancha en el lago Suchitlán y visita de alguno de los establecimientos para disfrutar de un refrigerio. | 03:00 PM- 04:00 PM |

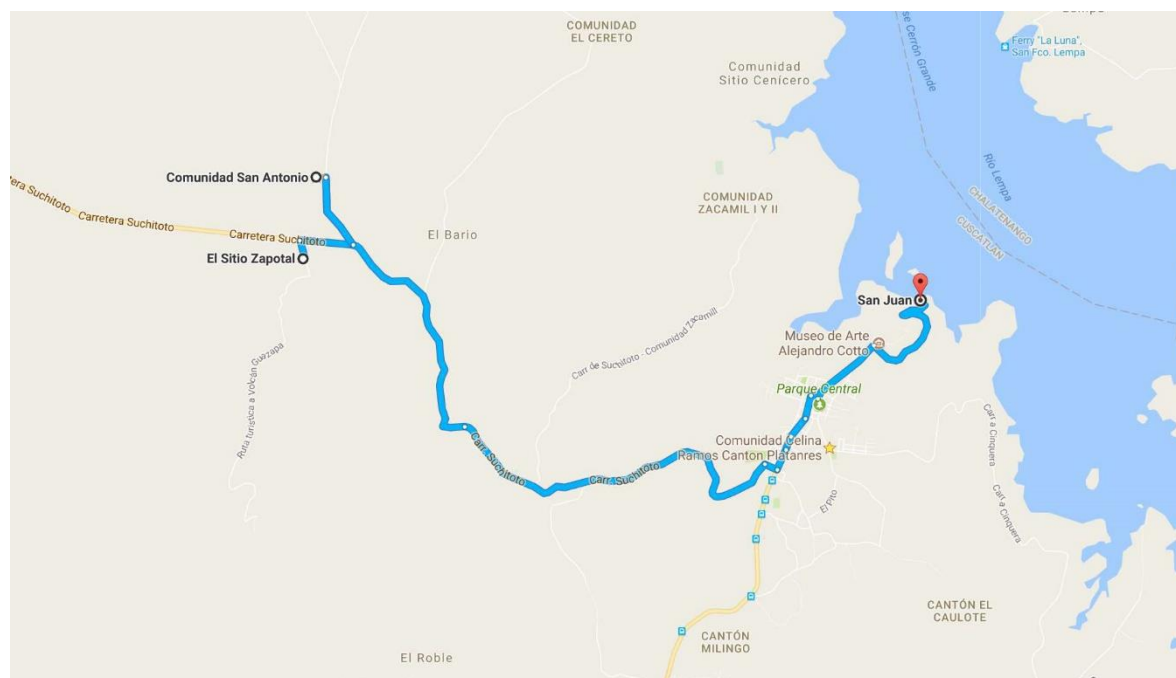


Tabla 280 Paquete 1 del Circuito de Aventura Ecológica.

CIRCUITO DE AVENTURA-ECOLÓGICA

PAQUETE 2.

| | |
|--|--------------------|
| <p>Guazapa tours Canopy y cuerdas altas. Recorrido en bicicleta del cerro a la cooperativa o de la cooperativa al Centro Histórico en bicicleta (opcional).</p> | 08:00 AM- 10:00 AM |
| <p>Centro Histórico Recorrido por el centro de Suchitoto visitando la iglesia, el parque y otros establecimientos en el casco urbano incluyendo un restaurante para poder almorzar.</p> | 11:30 AM- 01:00 PM |
| <p>Palo grande Realizar recorrido por la comunidad, la iglesia, visita de mural y explicación de la experiencia local de la guerra civil en El Salvador. Visita a un establo para presenciar el proceso de ordeño de vacas y compra de productos.</p> | 02:00 PM- 04:00 PM |

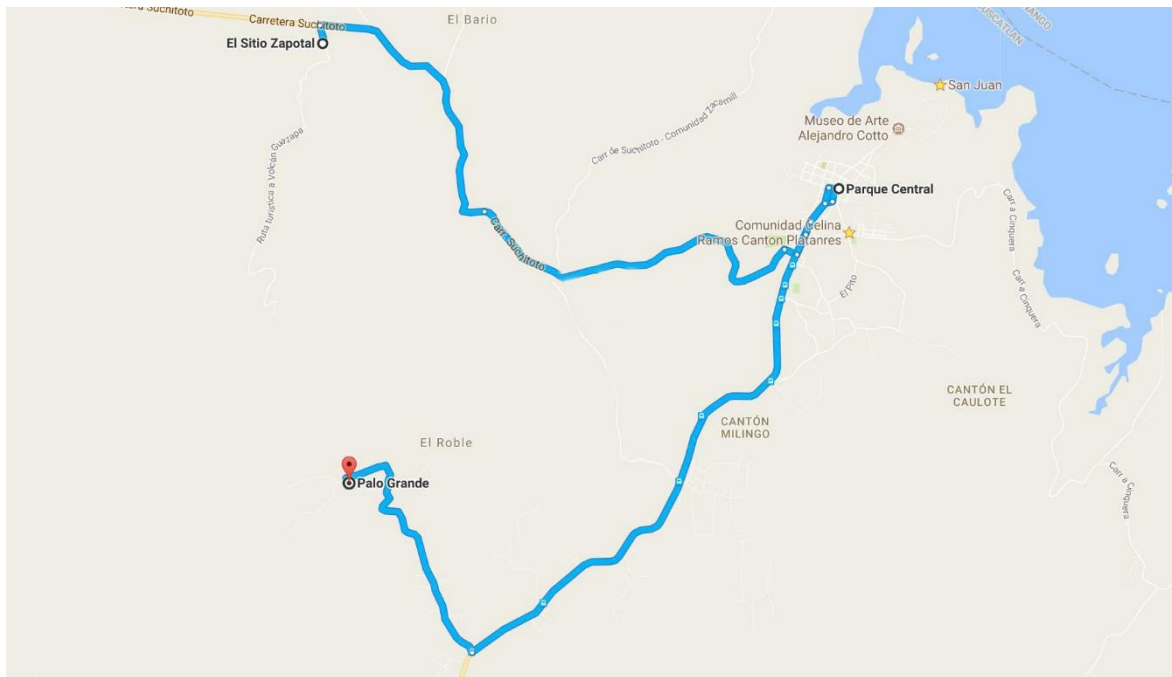


Tabla 281 Paquete 2 del Circuito de Aventura Ecológica.

D) CARACTERÍSTICAS DE INSUMOS

Para que la Cooperativa Guazapa Tours de R.L, preste sus servicios, es necesario una serie de insumos que están directamente relacionados a los tipos de servicios, para poder conocer los clientes esperan recibir.

Pero estos insumos o consumibles tienen una vida útil, un periodo de renovación, en algunos casos hasta se necesita tener un stock para no sufrir paros en la prestación de los servicios, a menos que esté por encima de los valores permitidos por la capacidad de carga de los implementos, de Guazapa Tours y del uso de los recursos disponibles; caso contrario los servicios se deben prestar de la mejor forma posible, teniendo cuidado de no desproteger al turista ni dañar o extraviar estos insumos necesarios para brindar los servicios.

Se presentan los servicios y los insumos que cada uno de estos requiere para poder brindar una experiencia única, relajante junto al medio ambiente y para todas las edades:

| SERVICIOS | INSUMOS |
|----------------------|--|
| CANOPY | <ul style="list-style-type: none">▪ Arnés de cintura.▪ Casco.▪ Guantes de piel.▪ Mosquetón de acero.▪ Polea.▪ Extensión.▪ Cuerdas.▪ Baterías. |
| CAMPING | <ul style="list-style-type: none">▪ Tiendas de campaña.▪ Sleeping.▪ Lámparas de aceite.▪ Lámparas solares.▪ Base de maderas.▪ Duchas.▪ Sillas, mesas, todo plegable. |
| CAMINATA | <ul style="list-style-type: none">▪ Kit de primeros auxilio.▪ Batería. |
| CABALGATA | <ul style="list-style-type: none">▪ Montura.▪ Peleros.▪ Lasos.▪ Jáquimas.▪ Frenos.▪ Batería. |
| AVISTAMIENTO DE AVES | <ul style="list-style-type: none">▪ Telescopio.▪ Binoculares.▪ Cámara.▪ GPS.▪ Baterías. |

| | |
|---------------|--|
| CUERDAS ALTAS | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arnés de cintura. ▪ Casco. ▪ Guantes de piel. ▪ Mosquetón de acero. ▪ Polea. ▪ Extensión. ▪ Cuerdas. |
|---------------|--|

Tabla 282 Insumos de los servicios.

Además se deben de considerar todos aquellos consumibles que contribuyen que la cooperativa Guazapa tours de R.L, preste sus servicios y que son muy necesarios, como lo son:

| SERVICIOS EXTRAS O DE APOYO | |
|-----------------------------|---|
| LIMPIEZA | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Escoba. ▪ Pala. ▪ Rastrillo. ▪ Bolsa para basura. ▪ Trapeadores. ▪ Lejía. ▪ Jabón para mano. ▪ Desinfectante. ▪ Limpiador de vidrios. ▪ Detergente en polvo. |

Tabla 283 Insumos de servicios extras.

E) PRESTACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO

En este apartado, el programa incluye el diseño propuesto de modelos de procesos para la prestación de los servicios turísticos. Modelos de infraestructura que permitan el desarrollo de actividades turísticas en cada una de las iniciativas que se encuentren acorde a las expectativas de los turistas y permitan brindar un servicio de calidad. Dentro de los modelos de infraestructura turística se encuentran los lineamientos a seguir para el diseño de senderos, diseño de las áreas de camping, zonas de descanso, restaurante, alojamiento y centros de atención e información, etc. También se presenta una propuesta que sugiere el almacenamiento de insumos y equipo involucrados en la prestación de los servicios. Además se presenta un modelo de distribución en planta el cual puede ser implementado para una iniciativa turística rural con la prestación de servicios de alojamiento, restaurante y otras actividades más.

El servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicio que se demanda. El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. Constituye la preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades del turista.

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

1) RESERVACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS:

Los clientes tienen la oportunidad de realizar las reservaciones de dos formas: la primera comunicándose a las oficinas de la Cooperativa para realizar la reservación vía teléfono, y la segunda consultado en la página electrónica de la Cooperativa y realizando la reservación vía internet.

2) RECEPCIÓN DE CLIENTES Y CANCELACIÓN DE PAQUETES:

Cuando los turistas lleguen a la Cooperativa deberán pasar a la recepción donde se verificará su reservación, se realizará el cobro del paquete reservado y se indicará dónde se encuentra el motorista y guía turístico que los acompañará.

3) SERVICIO DE INFORMACIÓN:

Cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios. Siendo importante que el turista identifique un sitio que le brinde este tipo de atención, se ha considerado la construcción de un centro de información en el casco urbano.

Algunos servicios son propuestos para las iniciativas incluidas por lo que se plantean a continuación:

4) SERVICIO DE ALOJAMIENTO

RECEPCIÓN

Cuando los turistas llegan al lugar que es el centro de receptor según el paquete adquirido; los turistas deberán ser recibidos cordialmente, en la recepción de cada sitio donde se verificará su reservación o se mostrarán los paquetes disponibles para su elección y los servicios que ofrecen en caso de no poseer reservación; se realizará la contratación del paquete si así lo desea el cliente o simplemente se mostrarán las instalaciones para que las personas se acomoden en el sitio que prefieran.

Si ha contratado un paquete de día y noche se indicará el dormitorio correspondiente o solamente se mostrarán las instalaciones, se hablará sobre los servicios que ofrece con el alojamiento, se deberá presentar al personal que estará a su servicio, se indicará el itinerario del paquete y las explicaciones pertinentes de cada uno. Se puede hablar un poco sobre la historia del lugar.

5) SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

En el momento apropiado deberá entregársele al cliente el menú del restaurante o del lugar encargado de brindar alimentación, esperar la decisión del cliente y cuando éste se encuentre listo registrar la orden, enviar el pedido al restaurante. El mesero debe llevar las bebidas a la mesa, esperar a que los alimentos sean preparados y llevarlos al cliente.

Luego debe mantenerse atento y esperar el momento cuando las personas terminen de comer para retirar los platos, llevarlos a la cocina y trasladar la orden para que sea facturada.

La persona encargada de facturar tiene una lista con el precio de todo el menú que ofrece el restaurante, realiza la factura, si dicho cliente ha contratado un paquete anexa la factura a la cuenta final, caso contrario entrega la factura al mesero, quien cuando el cliente solicita la cuenta se la lleva, recibe el dinero de cancelación lo traslada al lugar de facturación donde se realiza el cobro y la cancelación de la factura.

El mesero debe entregar dicha factura cancelada al cliente junto con dulces de cortesía.

F) MODELOS DE PROCESOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

1) RESERVACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS

El cliente se comunica a las oficinas de Guazapa Tours del que recibe la información que desea, y procede a reservar el paquete turístico de su preferencia. Guazapa Tours se coordina con los guías turísticos y la seguridad, así como con el personal que brinda actividades turísticas rurales en las iniciativas involucradas, para ser desarrollados el día acordado con el turista. Para registrar esta información es recomendable que la Cooperativa utilice un formato como el siguiente:


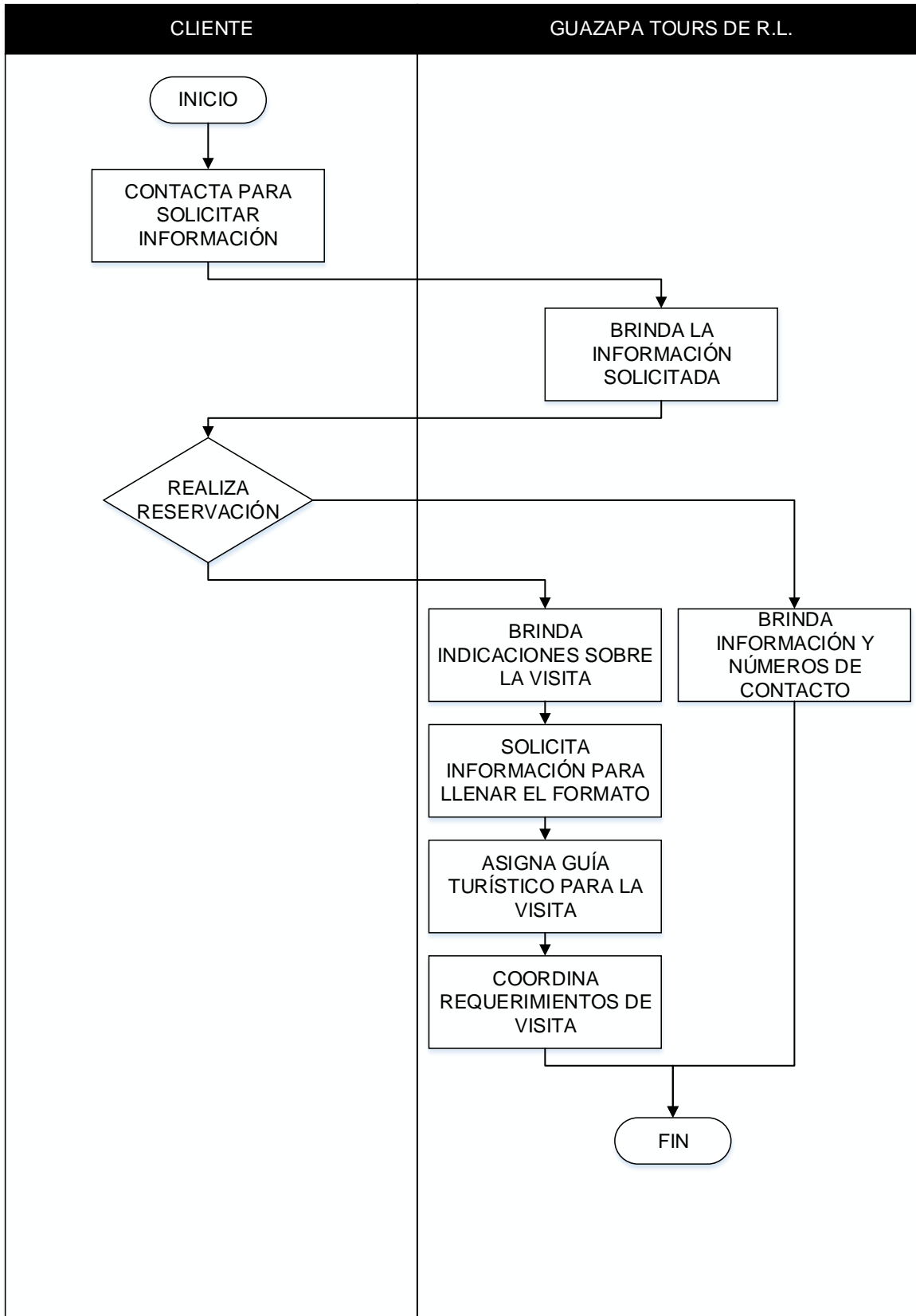
| GUAZAPA TOURS DE R.L. | |  | |
|-------------------------------|---------------|---|--------|
| PAQUETE TURÍSTICO CONTRATADO: | | | |
| FECHA DE LA VISITA: | | HORA: | |
| N° DE VISITANTES: | ADULTOS: | | |
| | NIÑOS: | | |
| | ADULTO MAYOR: | | |
| GUÍAS TURÍSTICOS ASIGNADOS: | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| ENCARGADO DE SEGURIDAD: | | | |
| OTRAS ACTIVIDADES | | | |
| ACTIVIDAD: | | | |
| ENCARGADO (S): | | | |
| | | | |
| COORDINO VISITA: | | | |
| FIRMA: | | | FECHA: |

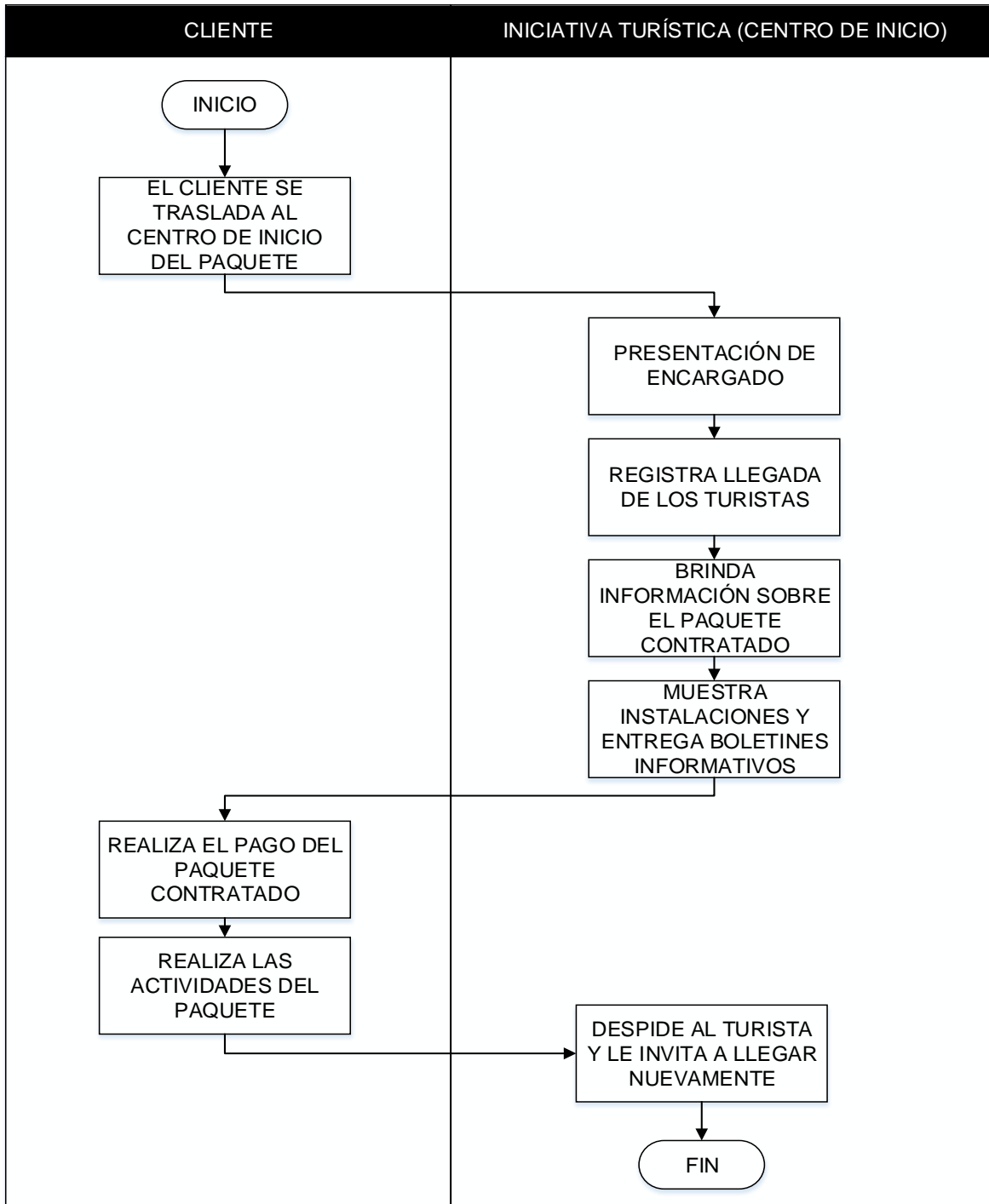
Tabla 284 Formato de reservación de paquetes turísticos.



Esquema 62 Flujo de procedimiento de reservación de paquetes turísticos.

2) RECEPCIÓN DE CLIENTES Y CANCELACIÓN DE PAQUETES:

Al llegar el turista al lugar de inicio del paquete, se recibe al turista con la debida presentación del mismo, se brinda un itinerario de las actividades que se realizarán y los lugares que serán visitados, se presenta al o los guías turísticos en el momento apropiado, y se prestan todos los servicios turísticos acordados en el municipio.



Esquema 63 Flujo de procedimiento de recepción de clientes y cancelación de paquetes.

3) SERVICIO DE INFORMACIÓN:

Las iniciativas turísticas deben manejar información sobre características y número de turistas que los visitan, los servicios y actividades que ofrecen, frecuencia de visitas, control de calidad, entre otros datos que tienen gran importancia para la toma de decisiones. Se plantea a continuación, el diseño de un Sistema de Información Turística en el cual se administre dicha información y pueda compartirse con las asociaciones de los cantones y la cooperativa, de manera que se facilite la integración de la información para los análisis correspondientes.

TIPO DE INFORMACIÓN REQUERIDA

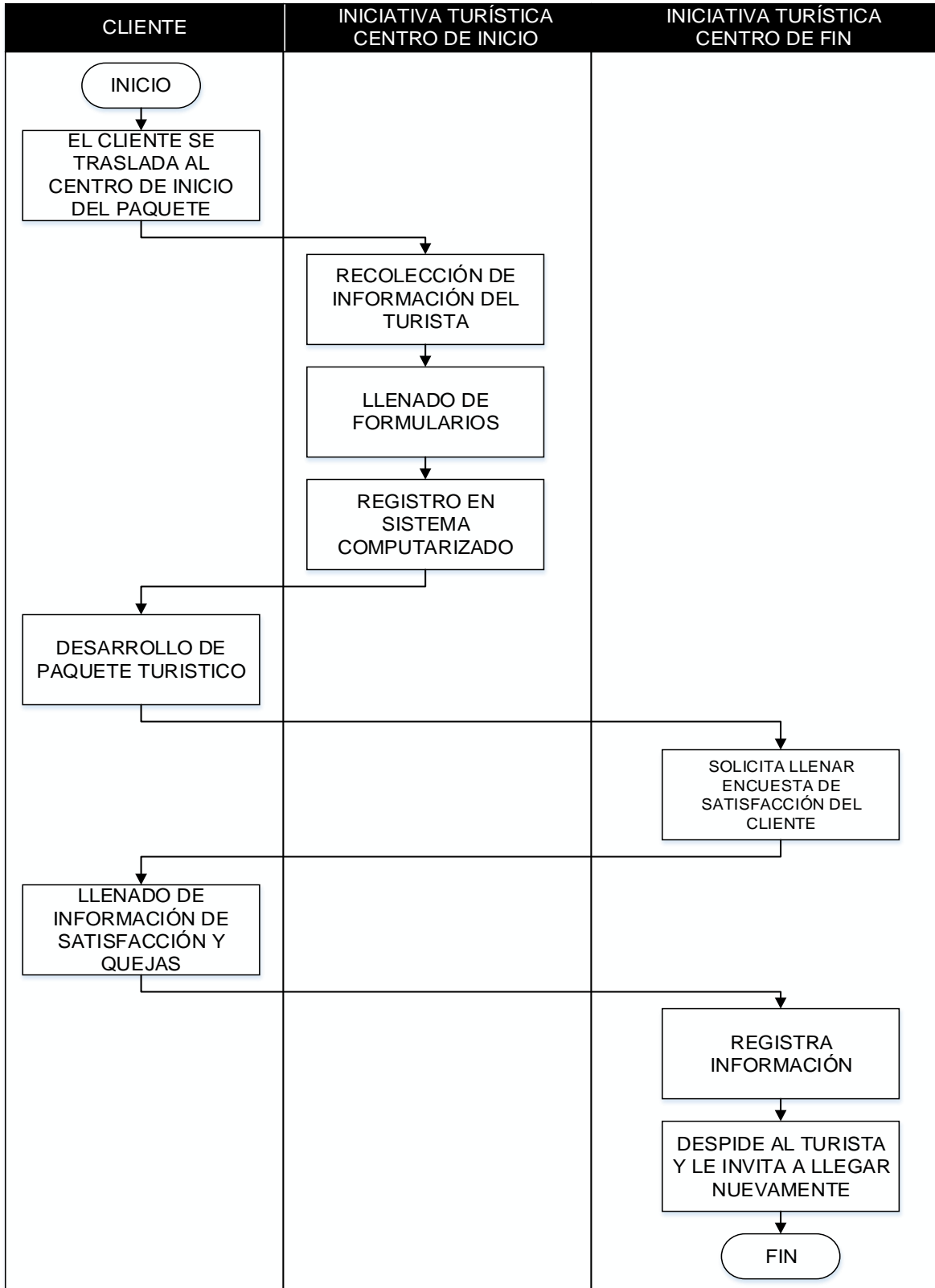
- Llegadas de turistas:
Número de turistas por día, que medio utilizó para conocer sobre los circuitos turísticos, frecuencia de vistas.
- Tipo de turistas:
Niños, jóvenes, adultos, tercera edad.
- Procedencia:
Nacional, extranjero.
- Estadía:
Número de días de estadía.
- Gasto promedio diario.
- Servicios que contrató:
Actividades que realizó.
- Servicios turísticos:
Tipos de servicios turísticos que se ofrecen en el sitio, actividades que se pueden realizar.
- Alojamiento:
Número de cabañas/habitaciones en total, disponibles y ocupadas.
- Registro de empleados:
Tipo de contratación temporal o permanente, cargo.
- Asistencia a capacitaciones:
Fecha, tema impartido, personal que asistió.
- Control de la calidad:
Dirección de quejas, frecuencia de queja, tipo de queja.

UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN

| TIPO DE INFORMACIÓN | UTILIDAD |
|---------------------|---|
| LLEGADA DE TURISTAS | Se podrá llevar un control del flujo turístico del sitio, y saber si llegó por medio de un Tour-Operador, la PCRTS o por cuenta propia; con lo que se comparará el crecimiento turístico para cada sitio, y el desempeño las vías de llegada en la atracción de turistas. |

| | |
|-----------------------------|--|
| TIPO DE TURISTAS | De manera que se pueda realizar un perfil del turista por cada sitio, que ayude a generar estrategias para abordar ese tipo de mercado en específico. |
| PROCEDENCIA | Para tener un registro del porcentaje de turistas nacional y extranjero que visitan el municipio, que permitan crear estrategias dirigidas a cada tipo de mercado. |
| ESTADÍA | Para tener conocimiento del porcentaje de turistas que deciden pernoctar y los que realizan visitas de un solo día, con lo cual se podrán crear nuevas y mejoradas ofertas de paquetes. |
| GASTO PROMEDIO DIARIO | Para tener conocimiento del gasto promedio del turista en un día para tomarlo en cuenta en el manejo de precios, para los paquetes y los servicios individuales. |
| SERVICIOS QUE CONTRATÓ | De forma que se tenga conocimiento de las actividades que tienen mayor preferencia entre los turistas, para poder invertir en ellas. |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | Para tener un registro de todas las actividades que se pueden realizar en el sitio, información que será compartida con las asociaciones de los cantones y la cooperativa, para el diseño de paquetes y diversificación de las mismas. |
| ALOJAMIENTO | Para llevar un registro de la disponibilidad de alojamiento, en caso. |
| REGISTRO DE EMPLEADOS | Para tener un control del número de empleados que laboran en el lugar, con el cargo que desempeñan y el tipo de contrato. |
| ASISTENCIA A CAPACITACIONES | De forma que se tenga un registro que permita llevar el control de asistencia a capacitaciones de las personas que trabajen directamente con las iniciativas así como sus administradores. |
| CONTROL DE CALIDAD | De manera que se tenga conocimiento de las áreas que se deben mejorar según las expectativas del turista. |

Tabla 285 Datos de entrada del modelo de proceso de información.



Esquema 64 Flujo de procedimiento de recepción de clientes y cancelación de paquetes.

Los Formatos propuestos a llenar deberán seguir el siguiente modelo:

| NOMBRE DE LA INICIATIVA TURÍSTICA | |
|---|---|
| FECHA: | |
| LUGAR DE PROCEDENCIA: | |
| NACIONALIDAD: | |
| POR QUE MEDIO SE ENTERÓ DEL CIRCUITO TURÍSTICO: | |
| VISITA POR: | PRIMERA VEZ () OTRO () NIÑOS: _____ JOVENES: _____ ADULTOS: _____ TERCERA EDAD: _____ |
| NÚMERO DE TURISTAS: | |
| SERVICIOS Y ACTIVIDADES QUE CONTRATÓ: | ALOJAMIENTO () RESTAURANTE () MUSEO () CAMINATAS () CAMPING () CABALGATAS () CANOPY () CUERDAS ALTAS () OTRO () _____ |
| DÍAS DE ESTADÍA: | |
| GASTO PROMEDIO: | |

Tabla 286 Formato de registro de turistas.

La administración de la iniciativa debe listar las actividades que se realizan en el lugar para mantener el registro, con una explicación de cada una de ellas y lo que se dispone para brindar dicho servicio o realizar esas actividades. Además se debe contar con un control de la disponibilidad de alojamiento, para lo que se propone un formato como el siguiente:

Cada vez que se asista a una capacitación se deben actualizar los datos, para lo que se utilizará un formato especificado en anexos.

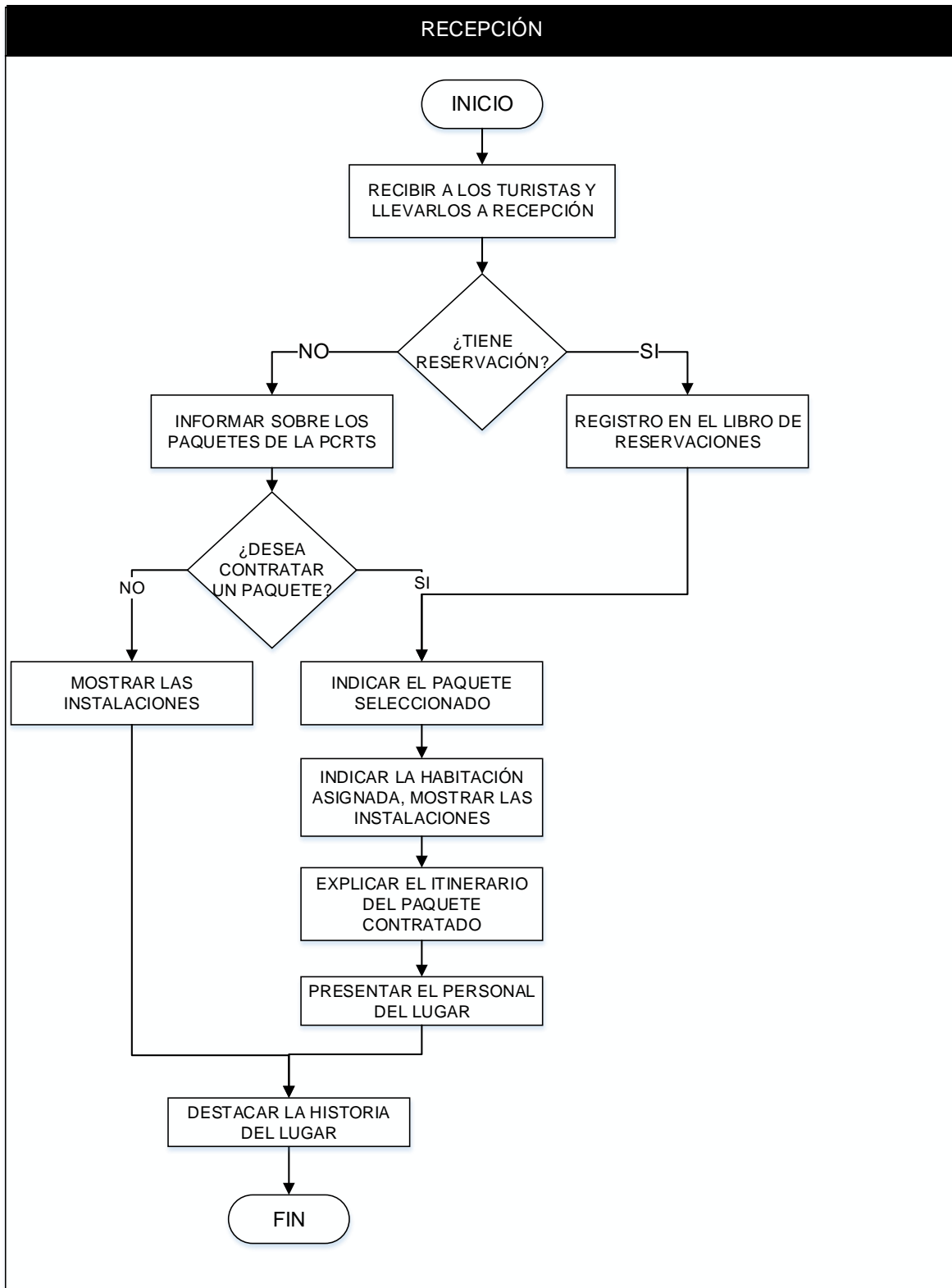
Estos datos serán administrados por Guazapa Tours, cuando el encargado del manejo de dicho sistema solicite la información a las iniciativas, éstas transferirán la información.

REQUERIMIENTOS DE FUNCIONAMIENTO

Para llevar a cabo este registro se necesitará de lo siguiente:

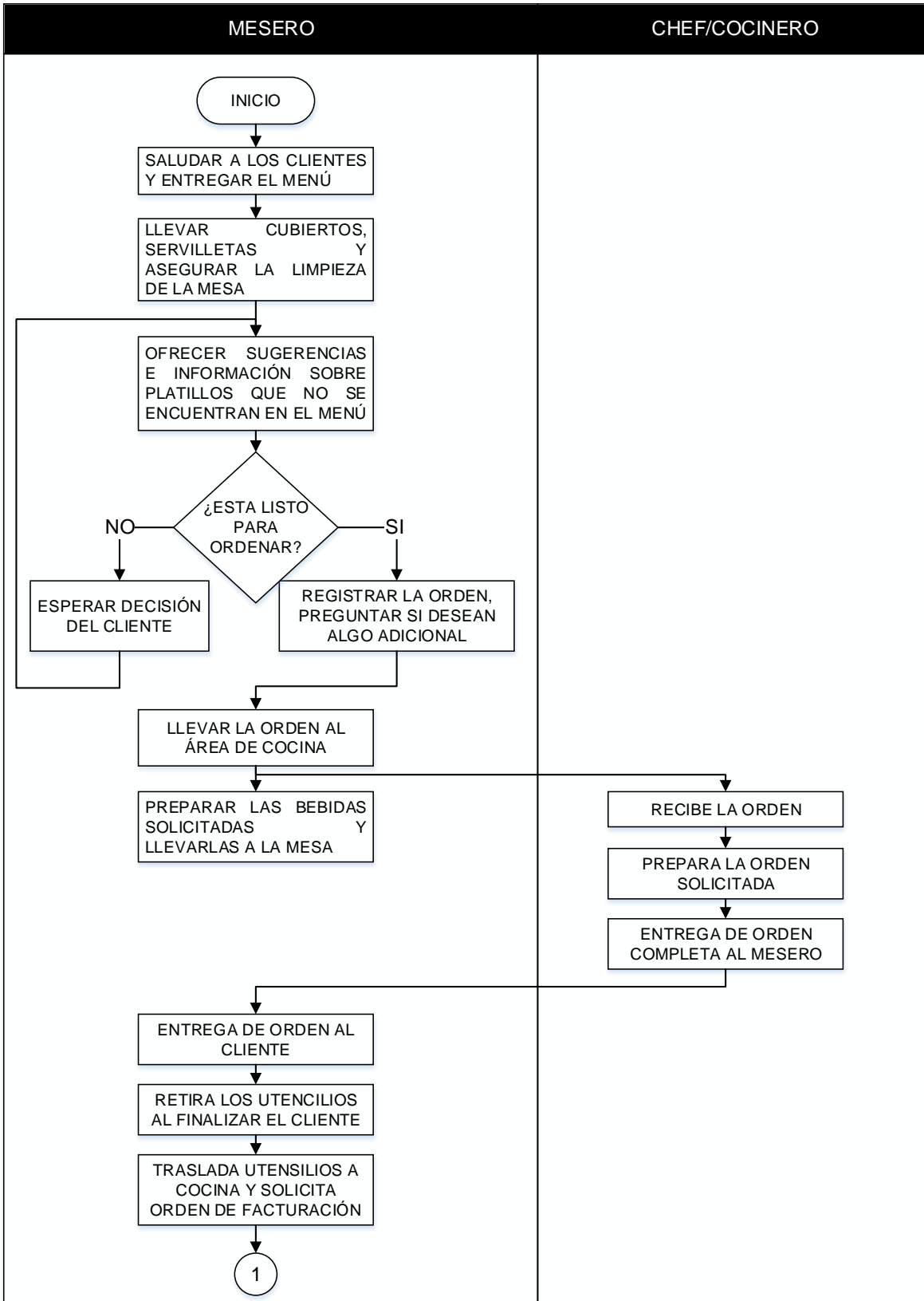
- Computadora equipada con procesador de 500 MHz o superior, 1GB de memoria RAM, 250GB de disco duro, sistema operativo Windows Vista o Siete
- El sistema de información computarizado será implementado en la Cooperativa Guazapa Tours de R.L., y la información a manejar en las iniciativas será en documentación física.
- Un mínimo de tres personas autorizadas para el manejo del sistema con conocimientos intermedios en computación.
- Revisión y mantenimiento del equipo y sistema al menos tres veces en el año.

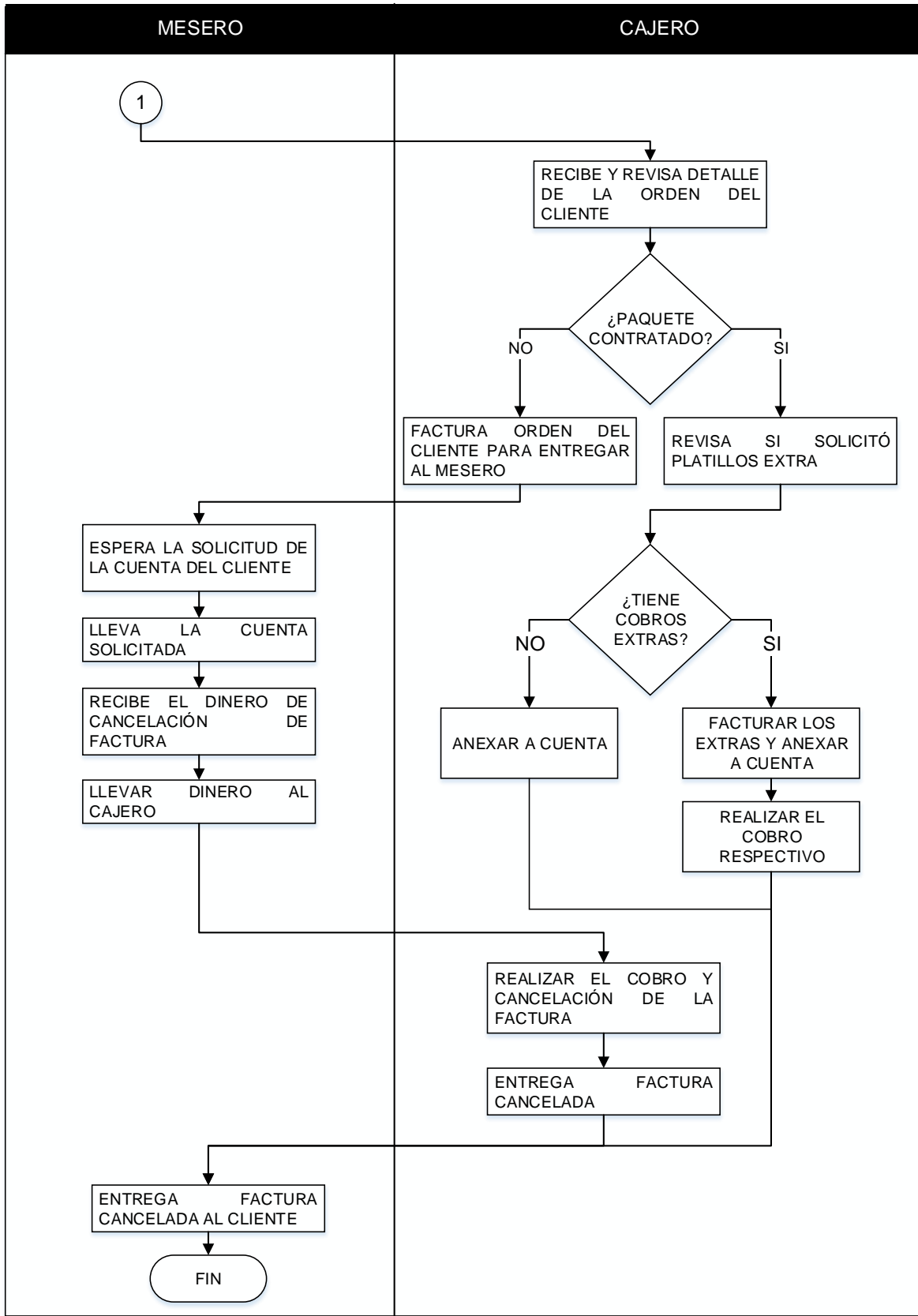
4) SERVICIO DE ALOJAMIENTO



Esquema 65 Flujo de procedimiento de alojamiento.

5) SERVICIO DE ALIMENTACIÓN





Esquema 66 Flujo de procedimientos en alimentación.

G) PLANIFICACIÓN DEL SERVICIO

1) PRONÓSTICO DE VENTAS PARA CADA PAQUETE

Para conocer los pronósticos de venta para cada paquete se debe determinar cuántos visitantes se espera recibir por cada circuito turístico rural. A continuación, se presenta la cantidad proyectada para cada circuito propuesto:

| PROYECCIONES POR CIRCUITO | | | | | |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| TIPO DE CIRCUITO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Aventura-Natural | 689 | 744 | 805 | 871 | 943 |
| Aventura-Cultural | 707 | 765 | 829 | 899 | 976 |
| Aventura-Ecológica | 473 | 515 | 561 | 613 | 669 |
| TOTAL POR AÑO | 1,869 | 2,024 | 2,194 | 2,382 | 2,588 |

Tabla 289. Proyecciones de turistas por tipo de circuito.

Una vez elaborados los paquetes turísticos que conformarían los circuitos turísticos, con los diferentes atractivos y recursos, es posible determinar cuál de ellos tendrá mayor posible aceptación en el mercado, en base a la pregunta número 18 de la encuesta al turista nacional joven, pregunta número 20 de la encuesta al turista nacional familiar y la pregunta 18 del sondeo al turista extranjero. Esto es, sumando las frecuencias de los lugares de mayor aceptación para el turista, estableciendo los siguientes resultados:

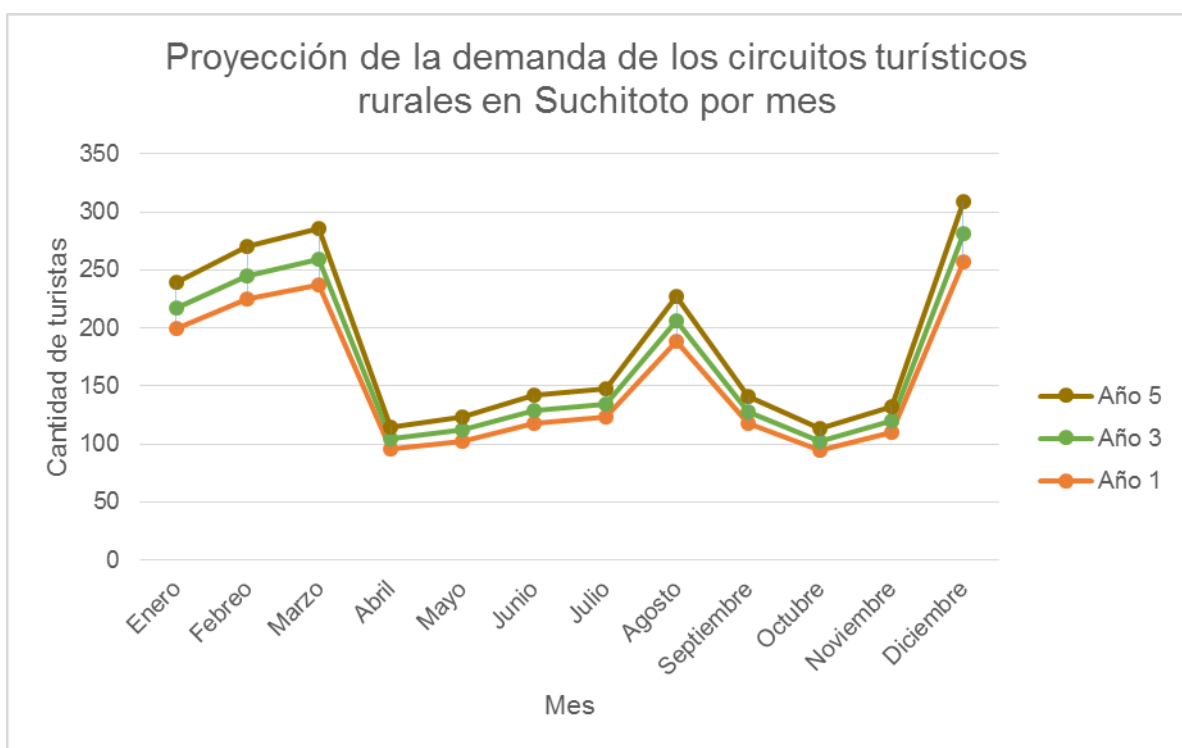
| PROYECCIONES POR PAQUETE (CANTIDAD DE TURISTAS) | | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| CÓDIGO DE PAQUETE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| AN 1 | 448 | 484 | 523 | 566 | 613 |
| AN 2 | 241 | 261 | 282 | 305 | 330 |
| AC 1 | 212 | 229 | 249 | 270 | 293 |
| AC 2 | 495 | 535 | 580 | 629 | 683 |
| AE 1 | 170 | 185 | 202 | 221 | 241 |
| AE 2 | 302 | 329 | 359 | 392 | 428 |
| TOTAL | 1,869 | 2,024 | 2,194 | 2,382 | 2,588 |

Tabla 290. Proyecciones por paquete turístico para los cinco años de análisis.

En base a la información acerca del flujo de turistas en Suchitoto para el año 2016, brindado por el Centro de Amigos al Turista (CAT), se puede establecer una aproximación de cómo se comportaría el flujo de turistas por mes para los circuitos turísticos rurales, y así de esta manera conocer tener una idea de los meses en donde los requerimientos para la gestión de los circuitos sean mayores.

| Mes | % de visita | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Enero | 10.65% | 199 | 216 | 234 | 254 | 276 |
| Febrero | 12.02% | 225 | 243 | 264 | 286 | 311 |
| Marzo | 12.71% | 238 | 257 | 279 | 303 | 329 |
| Abril | 5.12% | 96 | 104 | 112 | 122 | 132 |
| Mayo | 5.50% | 103 | 111 | 121 | 131 | 142 |
| Junio | 6.33% | 118 | 128 | 139 | 151 | 164 |
| Julio | 6.59% | 123 | 133 | 145 | 157 | 171 |
| Agosto | 10.10% | 189 | 204 | 222 | 241 | 261 |
| Septiembre | 6.28% | 117 | 127 | 138 | 150 | 163 |
| Octubre | 5.04% | 94 | 102 | 111 | 120 | 130 |
| Noviembre | 5.89% | 110 | 119 | 129 | 140 | 152 |
| Diciembre | 13.77% | 257 | 279 | 302 | 328 | 356 |
| TOTAL | 100.00% | 1,869 | 2,024 | 2,194 | 2,382 | 2,588 |

Tabla 291 Proyecciones por mes de la demanda para la PCTRS.



Esquema 67 Proyección por mes de la demanda para la PCTRS.

En el gráfico anterior se puede observar que durante el año existiran 3 picos de aumento de la demanda, los cuales son con respecto a la estacionalidad de las vacaciones de semana santa, vacaciones agostinas y vacaciones de fin de año.

2) REQUERIMIENTOS DE INSUMOS PARA CADA PAQUETE

A continuación, se presentan todos los requerimientos necesarios en cada uno de los diferentes paquetes turísticos que ofrecerá la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.:

| PAQUETE AN1 (POR PERSONA) | | |
|---------------------------|-----------------------------------|----------|
| RUBRO | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD |
| RECURSO HUMANO | Recepcionista. | |
| | Guía turístico. | 1 |
| | Motorista. | 1 |
| | Guía para canopy y cuerdas altas. | 1 |
| | Lanchero. | 1 |
| EQUIPO | Casco. | 1 |
| | Cuerdas de vida. | 1 |
| | Cinturón de Seguridad. | 1 |
| | Polea. | 1 |
| | Guantes. | 1 |
| | Arnés. | 1 |
| | Lancha. | 1 |
| | Mesas. | 1 |
| | Sillas. | 1 |
| | Pick up. | 1 |
| INSUMOS CONSUMIBLES | Plato de comida. | 1 |
| | Bebida. | 1 |
| | Entradas a lugares. | 2 |
| | Galones de gasolina. | 3 |
| | Botella con agua. | 1 |
| | Promocionales. | 2 |
| INFRAESTRUCTURA | Oficina de recepción. | 1 |
| | Infraestructura de canopy. | 1 |
| | Circuito cuerdas altas. | 1 |
| | Piscinas. | 1 |
| | Local de restaurante. | 1 |

Tabla 292 Requerimientos para paquete AN1.

| PAQUETE AN2 (POR PERSONA) | | |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------|
| RUBRO | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD |
| RECURSOS HUMANOS | Recepcionista. | 1 |
| | Guía turístico. | 2 |
| EQUIPO | Caballos. | 1 |
| | Montura. | 1 |
| | Arnés. | 1 |
| | Mesas. | 1 |
| | Sillas. | 1 |
| | Pick up. | 1 |
| INSUMOS CONSUMIBLES | Plato de comida. | 1 |
| | Bebida. | 1 |
| | Entradas a lugares. | 1 |
| | Galones de gasolina. | 3 |
| | Botella con agua. | 1 |
| | Promocionales. | 2 |
| INFRAESTRUCTURA | Oficina de recepción. | 1 |
| | Local de restaurante. | 1 |

Tabla 293 Requerimientos para paquete AN2.

| PAQUETE AC1 | | |
|---------------------|----------------------------------|-----------------|
| RUBRO | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD |
| RECURSOS HUMANOS | Recepcionista. | 1 |
| | Guías turísticos. | 3 |
| | Motorista. | 1 |
| | Interprete de museo. | 1 |
| EQUIPO | Pick up. | 1 |
| | Equipo para teñido. | 1 |
| INSUMOS CONSUMIBLES | Botella con agua. | 1 |
| | Plato de comida y bebida. | 1 |
| | Botiquín. | 1 |
| | Promocionales. | 2 |
| | Galones de gasolina. | 4 |
| INFRAESTRUCTURA | Oficina de recepción. | 1 |
| | Local restaurante para almuerzo. | 1 |
| | Museo. | 1 |
| | Local para teñido. | 1 |

Tabla 294 Requerimientos para paquete AC1.

| PAQUETE AC2 | | |
|---------------------|------------------------------------|----------|
| RUBRO | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD |
| RECURSOS HUMANOS | Recepcionista. | 1 |
| | Guías turísticos. | 2 |
| | Motorista. | 1 |
| EQUIPO | Pick up. | 1 |
| | Equipo para teñido. | 1 |
| | Mesas. | 1 |
| | Sillas. | 1 |
| INSUMOS CONSUMIBLES | Botella con agua. | 1 |
| | Plato de comida y bebida. | 1 |
| | Botiquín. | 1 |
| | Promocionales. | 2 |
| | Galones de gasolina. | 3 |
| INFRAESTRUCTURA | Oficina de recepción. | 1 |
| | Local restaurante para almuerzo. | 1 |
| | Local donde se encuentra vestigio. | 1 |

Tabla 295 Requerimientos para paquete AC2.

| PAQUETE AE1 | | |
|---------------------|--|----------|
| RUBRO | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD |
| RECURSOS HUMANOS | Recepcionista. | 1 |
| | Guías turísticos. | 3 |
| | Lanchero. | 1 |
| | Motorista. | 1 |
| EQUIPO | Pick up. | 1 |
| | Telescopio. | 1 |
| | Binoculares. | 1 |
| | Cámara. | 1 |
| | Mesas. | 1 |
| | Sillas. | 1 |
| | Lancha. | 1 |
| | Olla para el dulce. | 1 |
| | Paleta para mover el dulce. | 1 |
| | Molde del dulce. | 1 |
| | Máquina para exprimir jugo de caña (trapiche). | 1 |
| | Cocina (horno). | 1 |
| | GPS. | 1 |
| INSUMOS CONSUMIBLES | Botella con agua. | 1 |
| | Plato de comida y bebida. | 1 |
| | Botiquín. | 1 |

| | | |
|-----------------|-----------------------|---|
| | Promocionales. | 2 |
| | Entradas a lugares. | 1 |
| | Baterías. | 4 |
| | Galones de gasolina. | 2 |
| INFRAESTRUCTURA | Oficina de recepción. | 1 |
| | Local para cafetería. | 1 |
| | Local del trapiche. | 1 |

Tabla 296 Requerimientos para paquete AE1.

| PAQUETE AE2 (POR PERSONA) | | |
|----------------------------------|---|-----------------|
| RUBRO | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD |
| RECURSOS HUMANOS | Recepcionista. | 1 |
| | Guía turístico. | 1 |
| | Motorista. | 1 |
| | Guía para canopy y cuerdas altas. | 1 |
| | Guía para recorrido en iglesia y mural. | 1 |
| EQUIPO | Casco. | 1 |
| | Cuerdas de vida. | 1 |
| | Cinturón de Seguridad. | 1 |
| | Polea. | 1 |
| | Guantes. | 1 |
| | Arnés. | 1 |
| | Mesas. | 1 |
| | Sillas. | 1 |
| | Pick up. | 1 |
| INSUMOS CONSUMIBLES | Plato de comida. | 1 |
| | Bebida. | 1 |
| | Vaso de leche con café | 1 |
| | Entradas a lugares. | 1 |
| | Galones de gasolina. | 3 |
| | Botella con agua. | 1 |
| | Promocionales. | 2 |
| INFRAESTRUCTURA | Oficina de recepción. | 1 |
| | Infraestructura de canopy. | 1 |
| | Circuito cuerdas altas. | 1 |
| | Local del establo. | |
| | Local de restaurante. | 1 |

Tabla 297 Requerimientos para paquete AE2.

H) SISTEMAS DE APOYO

1) TRANSPORTE

Como una buena parte del mercado objetivo a nivel nacional no cuenta con transporte propio y los turistas extranjeros también pocas veces suelen rentar autos para hacer este tipo de turismo, se vuelve necesario poner a la disposición de los clientes y de los clientes potenciales un medio de transporte de tal manera que puedan ser trasladados a las iniciativas incluidas en los circuitos. Sin embargo, dicho servicio deberá ser detallado con anticipación en la adquisición del paquete turístico.

| SERVICIO DE APOYO: | | TRANSPORTE DE TURISTAS |
|--|-----------------------------|------------------------|
| OPERACIÓN | INSTRUMENTOS (HERRAMIENTAS) | CANTIDAD DE OPERARIOS |
| Gestionar el transporte a utilizar el día de la visita de los turistas. | Teléfono fijo o móvil. | 1 |
| Dar instrucciones al motorista del lugar específico a donde debe ir por los turistas. | - | 2 |
| Abordar el transporte, un encargado de la cooperativa y el motorista del transporte (a menos que una misma persona tenga ambas responsabilidades) y conducir hasta el punto de reunión con los turistas. | Microbús o pick – up. | 2 |
| Identificar a los turistas, saludarlos, identificarse como miembros del personal de la cooperativa e invitarlos a abordar el transporte. | - | 2 |
| Transportar a los turistas hasta las oficinas de la Cooperativa para registrar datos y recibir pago e iniciar el recorrido. | Microbús o pick – up. | 2 |
| Transportar a los turistas a la siguiente iniciativa del paquete contratado hasta llegar a su finalización. | Microbús o pick – up. | 2 |

Tabla 298. Sistema de apoyo: transporte de turistas.

2) ALIMENTACIÓN

La gran mayoría de los clientes que visitan lugares turísticos coinciden en que un aspecto importante en estos establecimientos es la alimentación. Además, de las encuestas realizadas en el diagnóstico se comprobó que efectivamente para los clientes la alimentación en todo destino turístico es fundamental; así pues, es necesario detallar este servicio de apoyo de tal manera que sea posible implementarlo dentro de las instalaciones de la cooperativa de la mejor manera y así brindarle a los turistas productos de buena calidad en el momento que los requieran.

| ALIMENTACIÓN (ÁREA DE CAFETERÍA). | | |
|---|--|------------------------------|
| OPERACIÓN | INSTRUMENTOS (HERRAMIENTAS) | CANTIDAD DE OPERARIOS |
| Saludar al turista amablemente y preguntar qué le gustaría que le sirviera de los productos disponibles para ofrecer. | - | 1 |
| El cliente observa y entre la variedad de productos alimenticios disponibles decide y escoge qué desea comer. | Vitrinas, estantes, refrigeradores. | - |
| Pago de parte del cliente el producto seleccionado. | Caja registradora. | 1 |
| Se prepara el plato escogido por el cliente o el producto elegido. | Cocina, tambo de gas, utensilios de cocina. | 2 |
| Se entrega el producto al cliente, este toma asiento y degusta su comida. | Platos, vasos, cubiertos, cuchillos, servilletero, salero. | 1 |
| Después de que el cliente ha comido, se retiran los platos y se limpia la mesa. | Franela, desinfectante para mesa. | 1 |

Tabla 299. Servicio de apoyo: alimentación en cafetería.

3) ALIMENTACIÓN PARA TURISTAS EN CAMPING.

Cuando grupos de turistas deciden realizar camping en el Cerro de Guazapa, muchas veces también requieren como servicio extra la alimentación, lo cual lleva una logística a parte debido a que es un equipo de apoyo distinto al encargado de la logística del camping; por ello, el equipo encargado de la alimentación es un equipo conformado por mujeres de la comunidad dispuestas a apoyar a la cooperativa y también a percibir ingresos a través de su trabajo brindado. Este servicio de apoyo es de los menos demandados debidos a la irregularidad de los turistas al decidir realizar camping en el cerro.

| ALIMENTACIÓN PARA TURISTAS EN CAMPING. | | |
|---|--|-----------------------|
| OPERACIÓN | INSTRUMENTOS (HERRAMIENTAS) | CANTIDAD DE OPERARIOS |
| Gestionar el personal que estará a cargo de la preparación de los alimentos y demás personal de apoyo. | Teléfono celular. | 1 |
| Dar instrucciones al personal del tipo de alimentación que requieren los turistas durante su estadía. | - | 1 |
| El personal a cargo de la alimentación se dirige al centro de abastecimiento de productos básicos para adquirir los insumos necesarios para la preparación de los alimentos requeridos. | Dinero, transporte, bolsas para los insumos a adquirir. | 3 |
| Preparación de la alimentación de para los turistas y demás servicios de apoyo durante esta operación. | Cocina, tambo de gas, utensilios de cocina. | 3 |
| Alimentación de turistas durante el camping. | Platos, vasos, cubiertos, cuchillos, servilletero, salero. | 3 |
| Después de que los turistas han comido, se realiza limpieza en el lugar y todos los utensilios utilizados son devueltos y entregados a sus correspondientes dueños. | Bolsas plásticas, | 3 |

Tabla 300. Servicio de apoyo: alimentación de turistas en camping.

4) MANTENIMIENTO.

Por la naturaleza de los servicios que brinda la cooperativa dentro del Cerro de Guazapa, se vuelve indispensable que cada cierto tiempo se realicen actividades de mantenimiento, tanto de los vestigios de la guerra en el cerro como de los senderos o caminos por los cuales se transita al realizar las diferentes caminatas, cabalgatas o demás servicios turísticos. Por información de miembros de la cooperativa, se sabe que el mantenimiento a los vestigios de la guerra en el cerro se realiza una vez al año y que el mantenimiento a los caminos se realiza dos veces al mes debido a la frecuencia con que los turistas llaman requiriendo realizar caminatas por estos lugares.

| MANTENIMIENTO | | |
|--|--|-----------------------|
| OPERACIÓN | INSTRUMENTOS (HERRAMIENTAS) | CANTIDAD DE OPERARIOS |
| Gestionar el personal que estará a cargo de realizar actividades de mantenimiento dentro en el cerro. | Teléfono o celular. | 1 |
| Dar instrucciones al personal de las actividades que se realizarán y donde se llevaran a cabo. Entrega de herramientas necesarias. | Corvos, cumas, limas, piedras de afilar, botellas con agua, refrigerio. | 1 |
| El personal a cargo del mantenimiento aborda el transporte y se dirige al cerro. Para poder realizar las labores asignadas en los distintos lugares. | Pick-up. | 1 |
| El personal a cargo del mantenimiento realiza las actividades necesarias asignadas en los lugares establecidos. | Corvos, cumas, limas, piedras de afilar, botellas con agua, refrigerio, transporte | 3 |
| Transporte del personal después de haber realizado el mantenimiento en el cerro y regresa a la cooperativa. | Pick-up. | 3 |

Tabla 301. Servicio de apoyo: mantenimiento del Cerro de Guazapa.

5) RECOLECCIÓN DE DESECHOS SÓLIDOS.

Una vez al mes como parte de un convenio con la Alcaldía de Suchitoto, el camión de la basura pasa por la cooperativa recogiendo la basura generada por la misma, lo cual requiere que dentro del cerro también se realicen las respectivas actividades de recolección de desechos sólidos generados por las actividades turísticas durante el mes anterior tanto en los senderos como en los diferentes basureros ubicados dentro del recorrido, precisamente en las áreas de descanso. De esta forma es posible asegurar que la cooperativa está completamente a favor del cuidado y protección del medio ambiente.

| RECOLECCIÓN DE DESECHOS SÓLIDOS | | |
|--|---|-----------------------|
| OPERACIÓN | INSTRUMENTOS (HERRAMIENTAS) | CANTIDAD DE OPERARIOS |
| Gestionar el personal que estará a cargo de realizar actividades de recolección de desechos sólidos dentro en el cerro. | Teléfono celular. | 1 |
| Dar instrucciones al personal de las actividades que se realizarán y donde se llevaran a cabo. Entrega de herramientas necesarias. | Corvos, bolsas para basura. | 1 |
| El personal a cargo de la recolección de desechos sólidos aborda el transporte y se dirige al cerro. Para poder realizar las labores asignadas en los distintos lugares. | Pick-up. | 1 |
| El personal a cargo del mantenimiento realiza las actividades necesarias asignadas en los lugares establecidos. | Corvos, escobas, rastrillos, palas, bolsas para basura. | 2 |
| Transporte del personal después de haber realizado la recolección de desechos dentro del cerro y regresa a la cooperativa, junto con los desechos recolectados. | Pick-up. | 3 |

Tabla 302. Sistema de apoyo: recolección de desechos sólidos.

6) INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Para poder brindar un mejor servicio de la oferta turística se requiere tener un grupo de personal o guías turísticos que reciba a los turistas, les dé una premisa del paquete turístico contratado, duración e indicaciones, así como de las iniciativas a visitar.

| INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE. | | |
|--|------------------------------------|------------------------------|
| Operación | Instrumentos (herramientas) | Cantidad de operarios |
| Saludar al cliente de forma amable, alegre y respetuosa. | - | 1 |
| Anotar en un reporte la inquietud o información que requiere. | Libro de reportes, lapicero. | |
| Brindar la orientación adecuada y oportuna al turista. | Brochures, hojas volantes. | |
| Entregar al supervisor al finalizar sus labores los reportes cada 15 días. | | |

Tabla 303. Sistema de apoyo: información y atención al cliente.

7) SISTEMA ADMINISTRATIVO.

Toda organización debe contar con una buena administración que tenga el control y manejo de sus activos y sus obligaciones.

| ADMINISTRACIÓN. | | |
|---|------------------------------------|------------------------------|
| OPERACIÓN | INSTRUMENTOS (HERRAMIENTAS) | CANTIDAD DE OPERARIOS |
| Recibe todos los reportes de los servicios e inconvenientes en Guazapa Tours. | - | 1 |
| Elabora los informes para la gerencia de la cooperativa. | Libro de reportes, lapicero. | 3 |
| Resuelve problemas de mayor peso. | - | 5 |
| Hace los requerimientos de necesidades de la PCRTS y la cooperativa. | Papelería | 3 |
| Entregar reporte al encargado financiero de los reportes, una vez al mes. | - | 1 |

Tabla 304. Servicio de apoyo: Administración.

I) REQUERIMIENTOS Y ESPECIFICACIONES DE EQUIPOS DE APOYO DE GUAZAPA TOURS.

Para la prestación de los servicios de la PCRTS se requieren una gran cantidad de equipo de apoyo. Y para llevarlos a cabo, muchos de estos se usarán en varios servicios a la vez pero se requerirá en cada uno de ellos para tener una mejor prestación de los mismos, a continuación se detallarán los equipos necesarios por actividad turística ofrecida por la Cooperativa y por transporte requerido en el circuito:




| SERVICIO DE APOYO. | NOMBRE DEL EQUIPO. |
|--|--|
| Transporte hasta las oficinas de la cooperativa y hacia iniciativas turísticas incluidas en los circuitos. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Microbús o pick – up (de acuerdo a la cantidad de turistas a transportar y la capacidad de la cooperativa). ▪ Teléfono. ▪ Computadora. |
| Alimentación (área de cafetería). | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cocina de gas (mínimo tres quemadores). ▪ Tambo de gas de 25 libras. ▪ Utensilios de cocina (ollas, sartenes, cuchillos, cucharas de madera y de metal, peladores, recipientes de distintos tamaños, bandejas, papel aluminio, fósforos, etc.) ▪ Vitrinas. ▪ Refrigeradora. ▪ Estantes. ▪ Mesas y sillas. ▪ Manteles. ▪ Servilletas. ▪ Servilleteros. ▪ Saleros. ▪ Vasos. ▪ Tazas. |
| Alimentación para turistas en camping. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cocina de gas (mínimo cuatro quemadores). ▪ Tambo de gas de 25 libras. ▪ Utensilios de cocina (ollas, sartenes, cuchillos, cucharas de madera y de metal, peladores, recipientes de distintos tamaños, bandejas, papel aluminio, fósforos, etc.) ▪ Vitrinas. ▪ Refrigeradora. ▪ Estantes. ▪ Platos desechables. ▪ Servilletas. ▪ Saleros. ▪ Vasos desechables. ▪ Cubiertos desechables. |






| | |
|--|--|
| Mantenimiento del cerro. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Medio de transporte (pick – up). ▪ Machete. ▪ Cuma. ▪ Piedra de afilar. ▪ Lima. |
| Recolección de desechos sólidos en el cerro. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Medio de transporte (pick – up). ▪ Bolsas plásticas. ▪ Basureros. |
| Información y atención al cliente. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Computadora. ▪ Teléfono. ▪ Brochures. ▪ Banners. ▪ Bitácora de registros. ▪ Lapicero. |
| Administrativo. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Computadora. ▪ Impresora. ▪ Papelería. ▪ Lapiceros. ▪ Libreta de apuntes. |




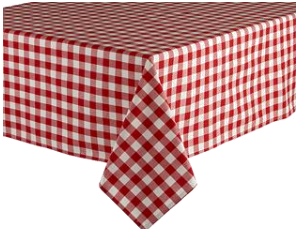



Tabla 305. Requerimientos por servicio de apoyo.








1) DETALLES TÉCNICOS DEL EQUIPO.

| Equipo | Especificaciones técnicas |
|--|--|
| <p>Computadora.</p>  | <p>Modelo del procesador: i3-2120 Familia de procesador: Intel Core i3-2xxx Modo de procesador operativo: 64 bits Tipo de memoria interna: DDR3-SDRAM Memoria interna máxima: 8 GB Altura: 41,4 cm Ancho: 53,2 cm Profundidad: 5,8 cm Sistema operativo instalado: Windows 7 Home Basic Arquitectura del sistema operativo: 64 bits</p> |
| <p>Impresora.</p>  | <p>Características Generales: Dispositivo: impresora/del escáner/copiadora; Tipo de impresión: Color y, al imprimir el trabajo Colocación: escritorio; Ámbito de aplicación: personal; Impresora El tamaño máximo: A4; Impresión de fotos: Sí; Número de colores: 4; El volumen mínimo de la gota: 4 pl; Impresión sin bordes: Sí;</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>La resolución máxima de impresión en color: 5760x1440 dpi; Velocidad de impresión: 30 páginas/minutos (b/w A4), 14 páginas/minutos (color, A4); Si bien la impresión 10x15 cm (Color).</p> |
| <p>Resma de papel bond</p>  | <p>Papel bond tamaño carta xerox resma 500 hojas. Calidad superior. Para copiados de alta velocidad. Extra blanco. Compatible con copiadoras, faxes, impresoras láser e inkjet. Libre de cloro. Corte perfecto. No se atora ni desprende pelusa. 75g/m2 98% de blancura. 003r70024</p> |
| <p>Caja de lapiceros.</p>  | <p>Bolígrafo Bic Cristal Azul (La caja contiene 50 unidades) Bolígrafo de escritura media. Capuchón y tapón del color de la tinta, cuerpo transparente que permite ver el nivel de tinta.</p> |
| <p>Teléfono</p>  | <p>GPRS: Si Velocidad de datos OS: Android OS, v4.4 KitKat Mensajería: SMS, MMS, Email, Push Mail, IM Cámara: 5 MP, 2592 x 1944 pixels, flash LED, foco táctil, detección de rostro, geo-tagging, video, cámara frontal 2 MP GPS con soporte A-GPS</p> <ul style="list-style-type: none"> - EDGE - 3G HSDPA / HSUPA - 4G LTE - Wi-Fi 802.11 b/g/n - Bluetooth v4.0 A2DP - microUSB 2.0 - NFC - Reproductor de video DivX/Xvid/MP4/H.264/H.263 - Reproductor de audio MP3/eAAC+/WAV - Editor de documentos (Word, Excel, PowerPoint, PDF) - Memo/comandos/discado de voz - Manoslibres incorporado - Ingreso predictivo de texto <p>BATERÍA: Standard, Li-Ion 2000 mAh Stand-by: Hasta 300 h Tiempo de conversación: Hasta 15 h</p> |
| <p>Cocina de gas.</p> | <p>Características Principales: Prepara deliciosos platillos en la cocina industrial Tropigas modelo IDTGPT100. Ideal para iniciar tu propia venta de alimentos o disfrutar entre familia. Fabricada en resistente hierro, una amplia plancha freidora,</p> |

| | |
|--|--|
|  | <p>cuenta con 3 quemadores sellados, uno para la plancha y dos quemadores laterales para cocinar más platillos a la vez.</p> <p>Dimensiones: Alto: 95 cm Ancho: 115 cm Profundidad: 68 cm Material: Hierro colado Cantidad de quemadores: 3 Tipo de combustible: Gas Cantidad de rejillas: 1</p> |
| <p>Cilindro de gas.</p>  | <p>Acero laminado en caliente, decapado y aceitado según norma JISG3116-SG295. Soldado con alambre y fundente para arco sumergido de acuerdo a las normas internacionales AWS: A5.1797 E112 y F7A2EM-12K. Terminados con un recubrimiento de pintura en polvo de poliéster, para mayor resistencia a la intemperie y durabilidad. Válvula tipo POL modelo V6 o V9 con aprobación UL especialmente fabricada para Industrias Metálicas Caribe, S.R.L. Proceso de fabricación bajo estricto control de calidad según norma NORDOM 69.</p> <p>Espesor Mínimo: 2.30 mm Capacidad de agua: 26 litros Tara: 25 libras Presión de diseño: 16.87 Kg/cm² Diámetro exterior: 316 mm Altura: 540 mm</p> |
| <p>Batería de cocina.</p>  | <p>Batería de cocina Tramontina, 4 piezas elaboradas en aluminio con revestimiento interno y externo antiadherente, que incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1- Cacerola de 20 cm. 1- Olla de 16 cm. 1- Olla de 18 cm. 1 - Hervidor de 12 cm. |
| <p>Set de cuchillos.</p>  | <p>Juego de Cuchillos de 6 Piezas de la marca Oster.</p> |
| <p>Refrigeradora.</p>  | <p>Mayor capacidad y un espacio más amplio para almacenamiento, Selección fácil de controles de temperatura, Estantes anti-derrames, La puerta puede ser instalada para abrir izquierda o derecha, Te brinda una manera de organizar los elementos de tu congelador.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>Vitrina.</p>  | <p>Vitrina de aluminio y vidrio es una nueva opción que usted puede ya elegir de nuestra amplia gama de productos.</p> <p>Ha sido fabricada bajo la fórmula de calidad a un buen precio. Su resistencia y estabilidad son las características que la distinguen de las demás del mercado. (Ancho x Alto x Profundidad) 1.0 x 1.0 x 0.40, 1.5 x 1.0 x 0.4, 2.0 x 1.0 x 0.4.</p> |
| <p>Estante.</p>  | <p>Estructura en aluminio anodizado con tratamiento resistente a la corrosión.</p> <p>Montaje rápido y sencillo sin necesidad de herramientas.</p> <p>Capacidad de carga de 120Kg por estante y 300 kg por estantería.</p> |
| <p>Mesa plegable.</p>  | <p>Material: madera de roble.</p> <p>Dimensiones;</p> <ul style="list-style-type: none"> -Longitud 160cm -Anchura 150cm -Altura 75cm -Grosor 3,3cm |
| <p>Manteles.</p>  | <p>Telas 100 % polyester.</p> <p>lavables a máquina,</p> <p>no se arrugan con el lavado,</p> <p>sus colores son firmes,</p> <p>Requieren de un planchado ligero (si se desea).</p> <p>Tamaño acorde a las dimensiones de las mesas.</p> |
| <p>Vajilla.</p>  | <p>Vajilla de 16 piezas, elaborada de porcelana, de color blanco con diseño de estrellas en tono gris.</p> <p>Ideal para 4 puestos</p> |
| <p>Vasos de vidrio.</p>  | <p>Set de 12 vasos elaborados de vidrio.</p> <p>Set incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> 6 Vasos de porte alto 6 vasos de porte bajo |
| <p>Machete.</p>  | <p>Fabricado con el mejor acero inglés y técnicas de producción alemanas que lo hacen más durable, resistente y que su filo dure más. Su cacha tiene mayor resistencia mecánica que las demás y se ajusta perfectamente a la mano para ofrecer mayor comodidad.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>Cuma.</p>  | <p>Cuma derecha Con mango de madera remachado Tamaño: 17 pulgadas</p> |
| <p>Piedra de afilar.</p>  | <p>Piedra de afilar Carborundum, medida 203 x 51 x 25. Fabricada en Carburo de Silicio, con una base gruesa para desbaste y una base fina para el afilado. Se recomienda para herramientas de corte y afilado en general.</p> |
| <p>Lima de afilar.</p>  | <p>Lima fina fabricada en cromo de la marca de limas VIIVALA, para afilar cantos. Funda incluida. 200 mm.</p> |
| <p>Bolsa para basura.</p>  | <p>Bolsa Negra de Polietileno Calibre: 200 Medidas: 60 X 90 y 90 X 120</p> |
| <p>Escobas.</p>  | <p>Medidas: 133 x 40 cm Mango: madera. Uso: interior exterior.</p> |
| <p>Trapeadores.</p>  | <p>Trapeador Húmedo Trapeador hecho de un compuesto de algodón/fibra, para todo tipo de superficies. De conexión sencilla. Hace más eficiente el aseo</p> |
| <p>Jabon para platos.</p>  | <p>Detergent apple axion: Es en la forma de una pasta que puede quitar el aceite y las salpicaduras de alimentos, la suciedad difícil e incluso grasa quemada. Es envasado en un recipiente de plástico provisto de una tapa. Este detergente es eficaz incluso en agua fría. Axion apple tiene un olor agradable. Peso: 225 g</p> |

| | |
|--|--|
| <p>Mascones.</p>  | <p>Paste fibra blanca gruesa Color: Blanco Tamaño: estándar. Superficies: suaves Consiga una absoluta limpieza con los pastes de fibra blanca, ideales para lavar vajillas, inodoros, cerámicas, etc. puede lavar superficies delicadas, gracias a sus cerdas finas y suaves puede obtener acabados sin rayones.</p> |
| <p>Desinfectante.</p>  | <p>Desinfectante para piso FABULOSO 5Lt</p> |
| <p>Detergente.</p>  | <p>Detergente rinso en polvo jazmín media noche orquídeas 500 gramos.</p> |
| <p>Jabón para manos.</p>  | <p>Jabón líquido protex para manos aloe 221ml.</p> |
| <p>Servilletas.</p>  | <p>Hoja sencilla servilleta favorita cafetería. 26cm x 17cm. 100 x Paquete.</p> |
| <p>Platos desechables.</p>  | <p>Diámetro: 17 cm Material: Poliestireno Alimentario (No usar en microondas)</p> |
| <p>Cubiertos desechables.</p>  | <p>Cubiertos Blancos, construidos en el resistente y flexible Poliestireno. Longitud: 14.5 cm</p> |

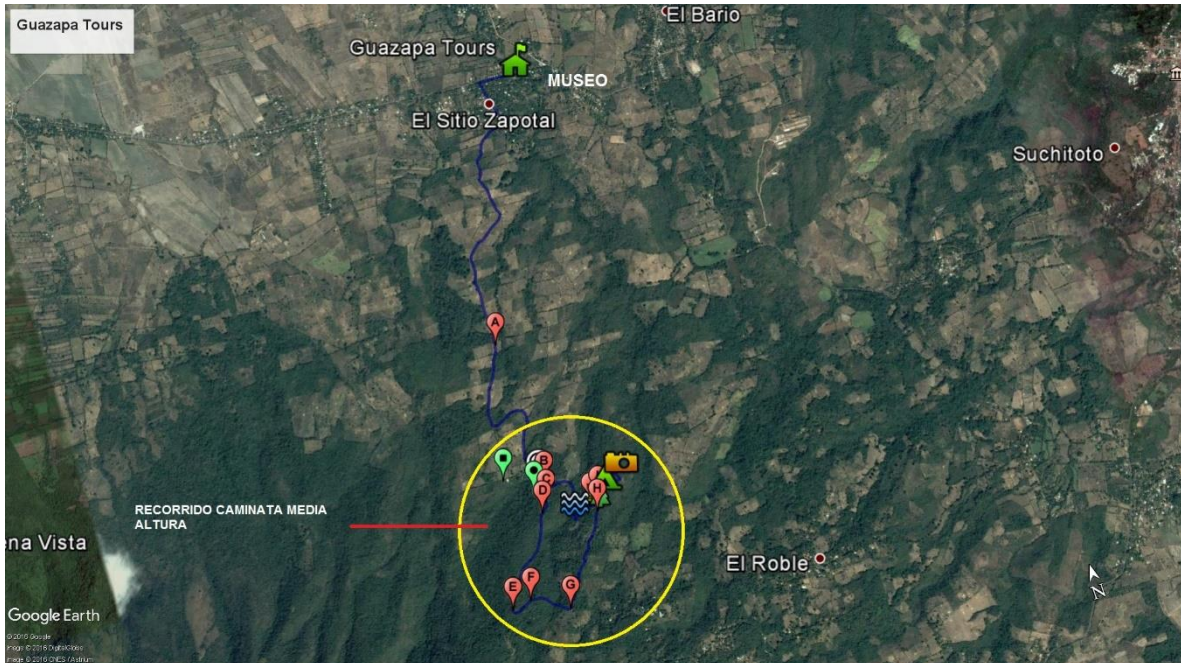
| | |
|---|---|
| <p>Granos básicos.</p> | <p>Para la alimentación dentro del área de cafetería será necesario proveerse de los productos periódicamente de manera que se les pueda ofrecer un buen servicio a los turistas.</p> |
| <p>Verduras.</p>  | <p>Para la alimentación de los turistas cuando realicen camping en el cerro, la adquisición de estos insumos será menos frecuente debido a la naturaleza del servicio principal o del cual depende este servicio de apoyo. Así pues, estos insumos y las cantidades dependerán del gusto y preferencia de los clientes.</p> |
| <p>Alimentos varios.</p>  | |

Tabla 306. Detalles técnicos de equipo necesario para los servicios de apoyo.

J) DISTRIBUCIÓN EN PLANTA DE GUAZAPA TOURS DE R.L.

1) DISTRIBUCIÓN DE LOS SERVICIOS DE GUAZAPA TOURS DE R.L.

Distribución de los servicios a ofrecer por parte de la cooperativa Guazapa Tours de R.L. en el Cerro de Guazapa.



Esquema 68 Croquis de la ubicación de los servicios en el Cerro de Guazapa.

ESTACIONES DE DESCANSO:

- A. EL COPINOL.
- B. EL MANGO.
- C. LA CEIBA.
- D. EX HOSPITAL DE LA GUERRILLA.
- E. LA TUMBA DEL POBLADOR.
- F. LA ESCUELITA.
- G. DESVÍO A PALO GRANDE.
- H. EL CONACASTE.
- I. EL KIOSKO.
- J. EL MIRADOR.
- K. EL BAMBÚ.

2) DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA COOPERATIVA.

En el presente estudio, se realiza un análisis de distribución en planta para la cooperativa Guazapa Tours de R.L., como propuesta para la distribución de espacios para sus instalaciones, en donde se utilizan técnicas ingenieriles como: El diagrama de actividades relacionadas y el diagrama de bloques adimensionales; de la siguiente manera:

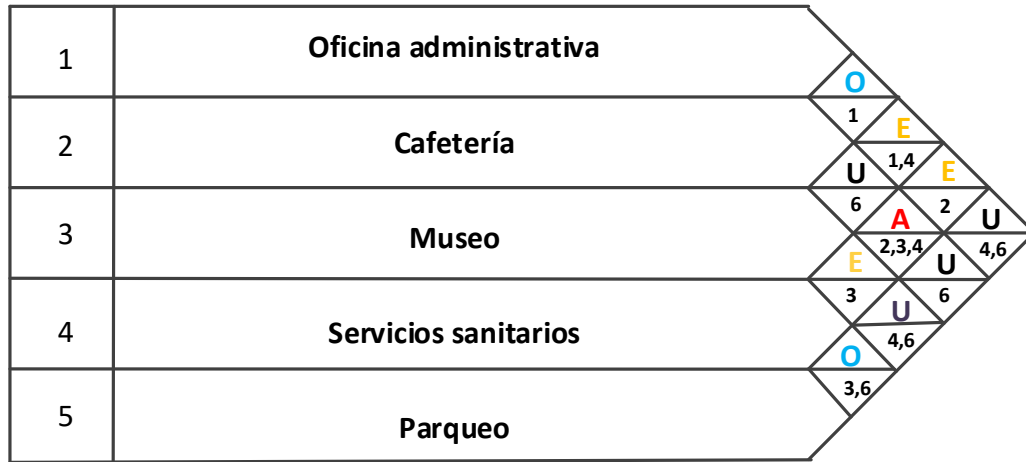
| CUADRO DE PROXIMIDAD | | |
|-----------------------------|-------------------------|----------------|
| SIMBOLO | PROXIMIDAD | COLORES |
| A | ABSOLUTAMENTE NECESARIO | ROJO |
| E | ESPECIALMETE IMPORTANTE | AMARILLO |
| I | IMPORTANTE | VERDE |
| O | ORDINARIO O NORMAL | AZUL |
| U | SIN IMPORTANCIA | BLANCO |
| X | NO RECOMENDABLE | CAFE |

Tabla 307. Cuadro de proximidades para la distribución en planta.

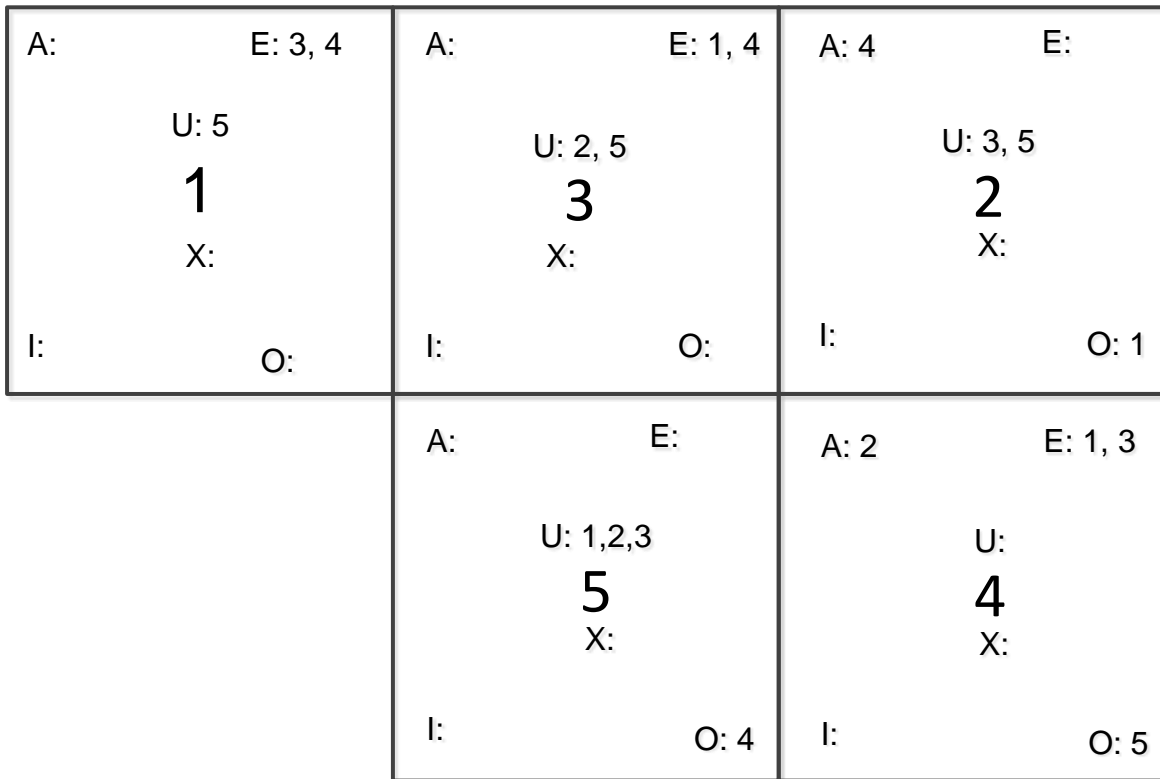
CUADRO DE MOTIVOS

| Nº | MOTIVOS |
|-----------|---|
| 1 | Supervision y control de actividades |
| 2 | Satisfacción de Necesidades Basicas |
| 3 | Fácil Acceso y Proximidad |
| 4 | Facilidad de acceso de clientes, proveedores y personal |
| 5 | Higiene, Seguridad Ocupacional y Manipulación de Desperdicios |
| 6 | No es necesaria una comunicación constante de estas áreas |

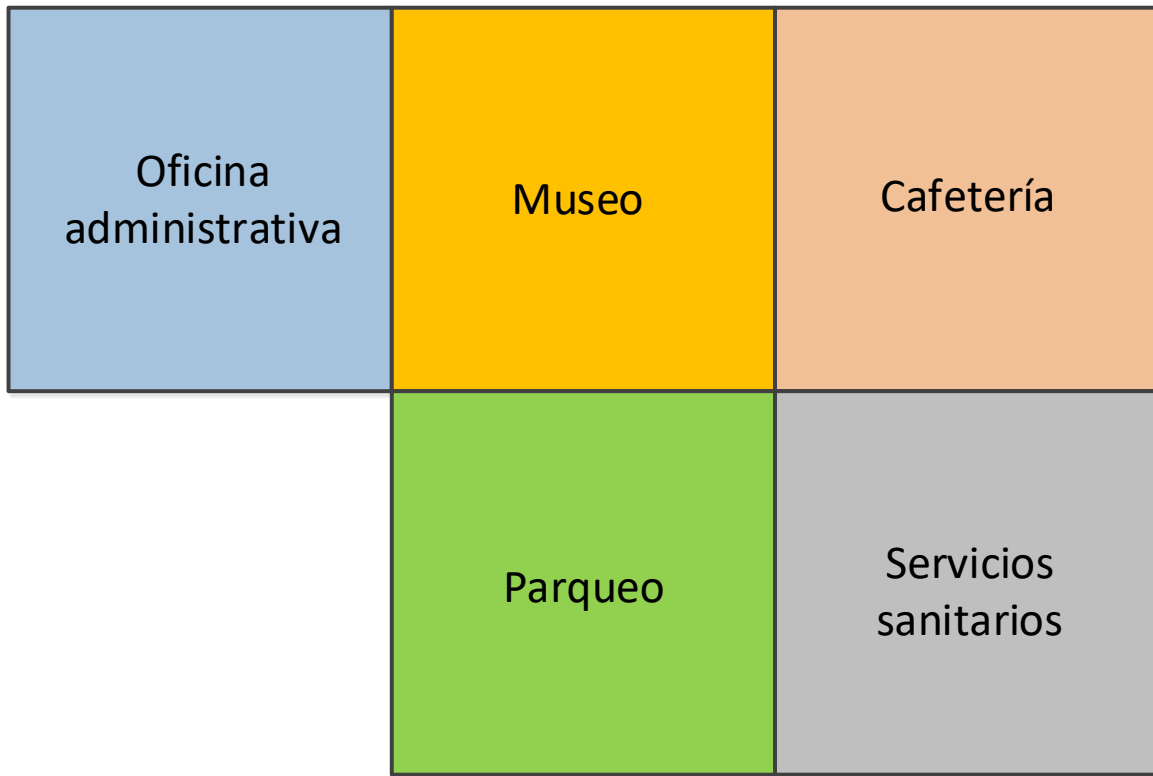
Tabla 308. Cuadro de motivos de las proximidades en la distribución en planta.



Esquema 69 Diagrama de relaciones para las instalaciones de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.



Esquema 70. Diagrama de bloques adimensionales.



Esquema 71. Primera aproximación de la distribución en planta.

INSTALACIONES DE GUAZAPA TOURS DE R.L.



Esquema 72 Vista en planta de las instalaciones de Guazapa Tours de R.L.

G. PROGRAMA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L., PARA DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES DE SUCHITOTO.

1. INTRODUCCIÓN DEL PROGRAMA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

El Programa de gestión administrativa de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. para el desarrollo de la Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el municipio de Suchitoto, propone el camino a seguir a fin de crear el instrumento de gestión organizacional que será el dinamizador de toda la propuesta en el municipio de Suchitoto, aglutinando y articulando a todos los actores que intervienen directa e indirectamente con la actividad turística del municipio, tanto de carácter local, regional o nacional, así mismo en ámbito público como privado pero enfocada al área rural.

Importante destacar que si bien la Cooperativa Guazapa Tours de R.L., pretende articularse con todos los actores y contar con la participación activa en estos, la gestión de la propuesta estará a cargo únicamente de la Cooperativa.

El primer apartado que aborda el programa organizacional, es la figura legal de la Cooperativa la cual ya está establecida, pero se detalla a efectos de poder tener el reconocimiento que le permita acceder a recursos, el apoyo o realizar las gestiones necesarias para el desarrollo del turismo rural en Suchitoto, así mismo se detallan los requisitos, derechos y obligaciones de los socios, y el rol que tendrán las instituciones gubernamentales y no gubernamentales en apoyo a la misma.

Seguidamente se plantea la propuesta organizativa sugerida para los circuitos turísticos, sus definiciones estratégicas esenciales como organización y un manual de organización básico. Así mismo se incluye la identificación de los sistemas administrativos básicos para el buen funcionamiento del comité.

Finalmente, en el programa de gestión administrativa, se establecen los requerimientos de recursos humanos necesarios para la puesta en operación de la propuesta, así como el establecimiento de los demás recursos materiales: instalaciones, mobiliario y equipos, suministros de oficina y servicios diversos que se requieran para el buen desarrollo de su trabajo.

2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

A) OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

Establecer los lineamientos y estructuras de gestión de todos los servicios incluidos en la propuesta de circuitos turísticos para su coordinación eficiente.

B) OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

- Describir la estructura organizacional de la Cooperativa de cara a la PCTRS.
- Definir el rol de los entes involucrados en la PCRTS en cuanto a la coordinación de los servicios y el esquema de funcionamiento.
- Establecer los requerimientos necesarios para el desempeño eficaz y eficiente de la Cooperativa.

3. COMPONENTES DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DEL FUNCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL.

A) PROPUESTA LEGAL DE LA “PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO (PCTRS).”

La propuesta legal de la PCTRS presenta a detalle la figura legal de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L., que le permita entre otros aspectos: la mejora e incremento de eficacia de la organización actual, el reconocimiento y la gestión de recursos técnicos financieros ante instancias de gobierno y de cooperación nacional e internacional, el establecimiento de convenios con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, universidades y otros. Además, el poder integrar una estructura formal a las diferentes iniciativas turísticas del municipio, sin que comprometa la independencia de cada una. Y finalmente el poder realizar operaciones comerciales propias en aras de avanzar a la sostenibilidad de su gestión y funcionamiento. Para realizar este componente se necesita conocer las alternativas jurídicas que establece la legislación salvadoreña para grupos o redes asociativas.

1) SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA⁶¹

Guazapa Tours es una Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Agropecuaria, Ahorro, Crédito y Comercialización de Servicios Turísticos bajo la denominación de responsabilidad limitada.

El Código de comercio en los artículos del 101 al 125 de El Salvador define lo siguiente respecto a las sociedades de responsabilidad limitada:

Sociedad de Responsabilidad Limitada es aquella que se constituye bajo razón social (se forma con el nombre de uno o más socios) o bajo denominación (se forma libremente siempre que sea distinta a la de cualquier sociedad existente), la cual debe de ir inmediatamente seguida de la palabra “Limitada” o su abreviatura “Ltda”. La omisión de esto último hará responsables solidariamente e ilimitadamente a todos los socios. Ya que este tipo de sociedad se caracteriza en que los socios responden de manera limitada, es decir que los socios responden de las obligaciones sociales adquiridas únicamente con su participación social y no con sus propios bienes.

El capital está dividido en participaciones sociales, las cuales nunca estarán representadas por títulos valores. El capital no puede ser inferior a 100,000 colones equivalentes a US\$ 11,428.57. Se divide en participaciones sociales que pueden ser de valor y categoría distinta, pero que en todo caso serán de 100 colones o de un múltiplo de 100. Puede tener únicamente un máximo de 25 socios.

Al constituirse la sociedad, el capital debe de estar íntegramente suscrito debiéndose pagar por lo menos el 50% del mismo, el cual no puede ser menor de 10,000 colones equivalentes a US\$1,142.85. No es permitido el aporte industrial en este tipo de sociedad.

VER ANEXO F. REQUISITOS PARA ORGANIZAR UNA SOCIEDAD EN EL SALVADOR

La administración está a cargo de uno o más gerentes que pueden ser socios o personas extrañas a la sociedad. La vigilancia de la sociedad de responsabilidad limitada, estará confiada a un Auditor Externo designado por la Junta General.

2) COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

Guazapa Tours es una Cooperativa, es decir una asociación de personas y su intención es hacer frente a las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes a todos los socios mediante una empresa. La diversidad de necesidades y aspiraciones, (trabajo, consumo, comercialización conjunta, enseñanza, crédito, etc.

El ente regulador de Guazapa Tours es el Instituto Salvadoreño de Desarrollo Cooperativo INSAFOCOOP y se encuentra bajo los siguientes marcos normativos:

- Ley General de las Asociaciones Cooperativas.
- Reglamento de la ley de las asociaciones cooperativas.
- Ley de creación del INSAFOCOOP.

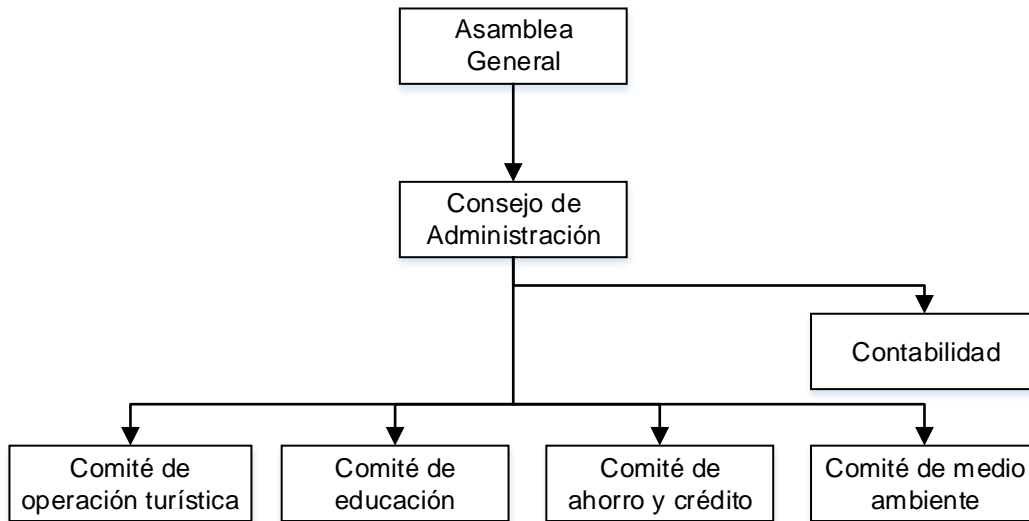
3) ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Para el adecuado funcionamiento y operación de la PCRTS, se requiere de la definición de una estructura organizativa que permita el establecimiento de los niveles de autoridad y responsabilidad de las diferentes áreas y miembros de la Cooperativa.

En el organigrama se puede apreciar la estructura de la organización de GUAZAPA TOURS como una Cooperativa, las líneas de autoridad y responsabilidad, las funciones esenciales y las relaciones que existen entre las diferentes unidades orgánicas. Los diferentes bloques que conforman el organigrama representan las funciones; las líneas continuas indican las líneas de autoridad y responsabilidad; las líneas punteadas indican relaciones de asesoría.

En el establecimiento de la estructura organizativa se parte de los requerimientos de ley sobre las asociaciones cooperativas.

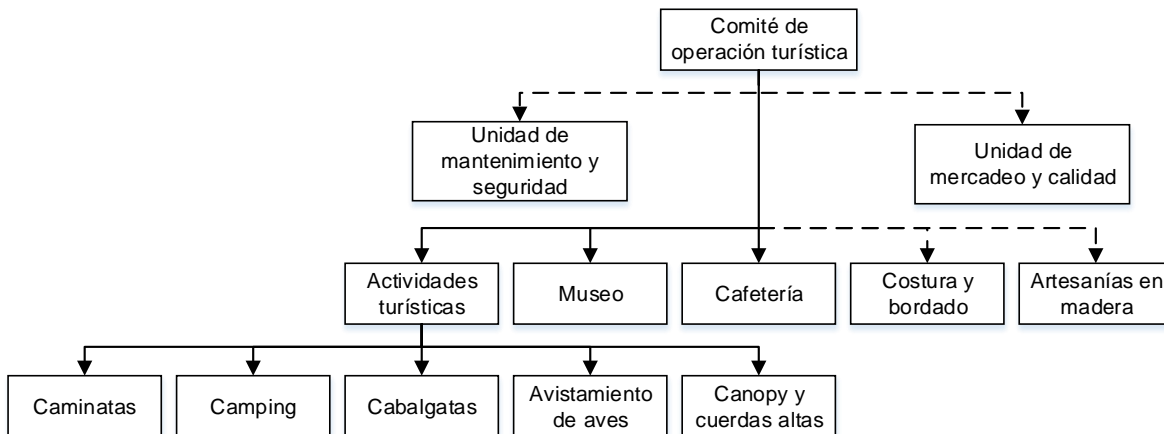
La estructura organizacional de la Cooperativa se encuentra distribuida en cuatro comités dentro de los cuales se abordan diferentes áreas involucradas en los servicios que brinda Guazapa Tour de R.L. El comité de Coordinación incluye seis áreas tanto de servicios como de talleres de formación para la comunidad; en éste comité se encontrará la gestión de los circuitos turísticos y de todas las iniciativas turísticas involucradas; el encargado de esta comisión asignado por la Asamblea General de la Cooperativa es el Señor Orlando Barrera Herrera quien es un guía histórico de la Cooperativa, miembro activo de Guazapa Tours, participante de las reuniones de ADETURS y de la Mesa de Turismo Rural a nivel nacional.



Esquema 73 Organigrama de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.

Una vez establecida la estructura organizativa, es importante establecer una organización específica para el desarrollo de la actividad turística con todos los productos y servicios turísticos que ofrece Guazapa Tours de R.L.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL COMITÉ DE OPERACIÓN TURÍSTICA DE GUAZAPA TOURS DE R.L.



Esquema 74 Estructura organizativa del comité de operación turística.

La estructura permite diferenciar los servicios que ofrece la Cooperativa, de la siguiente manera:

SERVICIOS GESTIONADOS Y PRESTADOS POR LA COOPERATIVA:

- Servicios de Guiado en los servicios de caminatas, camping, cabalgatas, avistamiento de aves, canopy y cuerdas altas.
- Servicio de guiado en museo.
- Servicio de cafetería.

SERVICIOS GESTIONADOS POR SUS PROPIOS COMITÉS:

- Taller de costura y bordados.
- Taller de artesanías en madera.

4) FUNCIONES DE LAS ÁREAS ORGANIZATIVAS DE LA COOPERATIVA

(a) CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

- Planificación de los objetivos y metas de la Cooperativa.
- Seguimiento al funcionamiento de la organización (unidades o equipos).
- Control de unidades o equipos.
- Toma de decisiones trascendentales: inversión, asocio, negociaciones, suspensión de socios, sanciones, etc.
- Liderazgo y motivación de la Cooperativa.
- Conformación de equipos de trabajo.
- Evaluación del trabajo de la Cooperativa, cumplimiento de metas y desempeño.
- Cumplimiento de los principios y valores Cooperativos, reglamentos y normas de trabajo.
- Dar seguimiento al cumplimiento de las obligaciones de los socios y proponer las medidas necesarias ante el incumplimiento.
- Realizar gestiones ante la municipalidad e instituciones de gobierno y ONG's, en cuanto a: apoyo técnico, capacitaciones, seguridad, mejora de vías de acceso, aplicación de normativas ambientales, etc.
- Definir la representación de la Cooperativa en espacios de coordinación o alianzas con otros entes locales o nacionales: Comité de Desarrollo Turístico de Suchitoto, La MNTRC, el MITUR, CONAMYPE y CDMYPE.

(b) COMITÉ DE OPERACIÓN TURÍSTICA

- Preparar y coordinar los diferentes servicios a prestar en el marco de la PCRTS o visitas de turistas por cuenta propia.
- Coordinar con los responsables de cada servicio, las cantidades de turistas que se proyectan atender y hacer los preparativos necesarios: grupo de guías, transporte

(lancha, vehículo, microbús, bicicleta, caballos), alimentación, camping, operación de canopy, cuerdas altas, talleres de artesanías, venta de productos, etc.

- Garantizar la actividad de cobro por los paquetes y servicios turísticos prestados, entrega de recibos y documentación de los mismos.
- Coordinar con otras iniciativas de la zona los requerimientos de servicios de estas y la atención a turistas enviados por la Cooperativa.
- Coordinar con el equipo de guías la atención a los turistas desde la recepción de estos en los lugares acordados hasta la finalización de la actividad turística en el destino definido.
- Coordinar con los guías la prestación de los diferentes servicios en coordinación con cada equipo prestador de servicios y dar respuesta a eventualidades.
- Dar seguimiento a la conformación de los equipos de trabajo de la Cooperativa.
- Controlar el cumplimiento de las normativas por las personas participantes en los diferentes servicios socios y no socios.
- Proponer áreas de capacitación a los diferentes miembros de los equipos de trabajo de la Cooperativa.
- Proponer los incentivos a los participantes en la prestación de servicios turísticos.
- Proponer sanciones a las personas que no cumplan con las responsabilidades o normativas y principios cooperativos.
- Proponer y desarrollar la evaluación del desempeño de los miembros de los equipos de trabajo y sugerir propuestas para la mejora.

(c) CONTABILIDAD

- Llevar los registros contables de ventas, compras, pagos, etc.
- Establecer la rentabilidad de las diversas actividades de la Cooperativa y de manera general.
- Presentar los informes financieros a la dirección y a fuentes de cooperación.
- Establecer y documentar la formas de control, pago, compras y contratación de servicios de las diferentes actividades turísticas
- Presentar las declaraciones de IVA, Pago a Cuenta y Declaración de Renta de la Cooperativa.

(d) UNIDAD DE MERCADEO Y CALIDAD

- Investigar sobre nuevos clientes, tendencias y necesidades de estos.
- Contactar, visitar, negociar y mantener comunicación con: tour operadores, restaurantes, hostales, universidades, etc.
- Diseñar y/o contratar la elaboración de materiales promocionales: trípticos, mapas, otros promocionales, etc.
- Actualización permanente de sitio web, Facebook y dar seguimiento a redes sociales.
- Planificar y desarrollar fam trips (viajes de familiarización), participación en ferias, reuniones con instituciones para la promoción.
- Elaborar y desarrollar propuestas promocionales: Paquetes, descuentos, etc.
- Dar seguimiento a los turistas que visitan el destino y mantenerlos informados de las nuevas promociones o servicios.
- Dar seguimiento a la calidad en la atención a los turistas, especialmente en cuanto

- a recomendaciones que estos den.
- Atender las reservaciones de paquetes turísticos y trasladarlas al equipo de operaciones.
- Dar seguimiento a la calidad en la prestación de los servicios por cada equipo de la Cooperativa.
- Realizar encuesta de satisfacción a turistas.
- Dar seguimiento a las acciones de mejora de la calidad propuestas.

(e) UNIDAD DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD

- Proponer mejoras a los recursos materiales e infraestructura de la Cooperativa.
- Garantizar el manteniendo de equipos, instalaciones de la Cooperativa y áreas de prestación de servicios: locales, canopy, transporte, equipos, etc.
- Realizar campañas de limpieza en los sitios de atención turística previo y posterior a las actividades.
- Mantener en buen estado los accesos viales, senderos, señalización, áreas de descanso, miradores y demás sitios de prestación de servicios.
- Establecer las medidas y acciones tendientes a la protección de todos los recursos propiedad de la Cooperativa.
- Establecer normas de uso de equipos, instalaciones, equipos, accesorios y demás recursos propiedad de la Cooperativa.
- Llevar registro del estado de los recursos patrimoniales de la Cooperativa.

(f) COMITÉS POR ÁREAS DE SERVICIO

- Preparar la logística necesaria para garantizar la adecuada prestación de los servicios en el marco de la PCRTS o visitas de turistas relativos a su área de trabajo.
- Coordinar con los demás responsables de los servicios, las cantidades de servicios que se proyectan atender y hacer los preparativos necesarios.
- Garantizar el buen desarrollo de las actividades de los circuitos y servicios turísticos.
- Coordinar con otras iniciativas de la zona los requerimientos de servicios de estas y la atención a turistas enviados por la Cooperativa.
- Dar respuesta adecuada a las eventualidades que surjan en su área de servicios.
- Planificar las actividades que permitan la sostenibilidad económica de su área de servicios o el mayor aporte posible a la Cooperativa.

5) ENTES PARTICIPANTES DE LA PCTRS.

La alianza estratégica de las demás iniciativas turísticas involucradas en las PCTRS es factor fundamental y a la vez crítico para el éxito de cualquier esfuerzo de desarrollo y en el área de turismo rural no es la excepción. Los productos turísticos actuales y potenciales a ofrecer de turismo rural, necesariamente deben estructurarse pensando en la integración de los distintos recursos turísticos e iniciativas existentes en el municipio de Suchitoto. Una de las características más importantes de este tipo de producto integrado

como municipio es la transmisión hacia los turistas de la identidad de la cultura local que solamente puede llevarse con éxito cuando hay una eficiente combinación de estos factores.

En el funcionamiento de la PCTRS, se plantea la participación bajo dos modalidades, en carácter de alianzas estratégicas y en carácter de instituciones de apoyo.

(a) ALIANZAS ESTRATÉGICAS DE LA PCTRS

Se reconoce que Guazapa Tours de R.L. es una organización cuyo objetivo principal es trabajar por el desarrollo del turismo rural de Suchitoto y los principales protagonistas deben ser las iniciativas turísticas comunitarias, rurales o ambas; es decir las cooperativas, las ADESCOS, los grupos solidarios, los comités de jóvenes o de mujeres o cualquier otra expresión organizada a nivel rural y comunitario que se esté desarrollando o potencialmente pueda prestar servicios turísticos.

Considerando la concepción de Turismo Rural Comunitario de Base Amplia, se admitirá también como aliados de la PCTRS, aquellas iniciativas a nivel familiar o privada que actualmente existan o se puedan desarrollar, y que se articulen y trabajen creando sinergias con el desarrollo turístico del municipio, se ajusten y compartan los objetivos, principios y visión de la PCTRS.

La gestión y protagonismo de la PCTRS será de Guazapa Tours de R.L. bajo el Comité de Coordinación quienes se encargarán de toda la logística que requieran los circuitos turísticos y la integración de los servicios turísticos de las iniciativas que se incluyan acorde a cada temática.

(b) INSTITUCIONES DE APOYO

Conocedores que para potenciar el desarrollo turístico de un municipio, se requiere el concurso de una serie de actores que tienen roles distintos pero complementarios para el desarrollo del turismo rural, se plantea la figura de un comité de apoyo al PCTRS, que sin ser miembros orgánicos de la sociedad colectiva, puedan acompañar al comité, mediante el apoyo consultivo, técnico, financiero o material a fin de contribuir a los objetivos del mismo.

Dentro de este grupo gestor de apoyo de la PCTRS, se han identificado las siguientes instituciones u organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, que tienen presencia permanente en el municipio de Suchitoto:

- Centro de Amigos del Turista (CAT).
- Alcaldía Municipal de Suchitoto mediante la Oficina de atención al turista.
Centro de operación de emergencia municipal.
- Asociación de Desarrollo Turístico de Suchitoto (ADETURS).
- Ministerio de Turismo (MITUR).
Corporación Salvadoreña de Turismo.
- Ministerio de Economía.

- Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE).
Centro de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPE).
- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN).
 - Ministerio de Agricultura y ganadería.
 - Protección Civil.
 - Asociación Fundación para la Cooperación y el desarrollo comunal de El Salvador
CORDES.
 - Policía de Turismo.
 - Equipos Comunitarios de Salud Familiar ECOFAMILIAS.
 - Fondo de Desarrollo Productivo FONDEPRO.

B) PROPUESTA ORGANIZATIVA DE LA PCTRS.

1) MISIÓN.

Somos una Cooperativa que promueve el Desarrollo Turístico Rural del municipio de Suchitoto, articulando y potenciando las capacidades de las diferentes iniciativas turísticas para contribuir al desarrollo socio-económico sostenible de las comunidades, rescatando y protegiendo el patrimonio histórico, cultural y medio ambiental.

2) VISIÓN.

Ser una Cooperativa consolidada que ha posicionado al municipio de Suchitoto, como un destino turístico rural competitivo con reconocimiento a nivel local, nacional e internacional y que contribuye de esa manera al desarrollo sostenible de sus comunidades.

3) PRINCIPIOS Y VALORES.

Como principios y valores rectores del trabajo de la Cooperativa para el desarrollo de la PCTRS de Suchitoto tenemos, los siguientes:



Esquema 75 Principios y valores de la PCRTS

4) OBJETIVOS.

(a) OBJETIVO GENERAL

Desarrollar el Turismo Rural Comunitario del Municipio de Suchitoto, mediante el aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales, el desarrollo de capacidades locales y la concertación de actores públicos y privados que trabajan en el territorio, con el fin de contribuir a mejorar las condiciones integrales de vida de su población.

(b) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Promover el posicionamiento del municipio de Suchitoto como un destino turístico rural

comunitario reconocido a nivel nacional e internacional.

- Fomentar el desarrollo de nuevos emprendimientos económicos innovadores, rentables y sostenibles en el área del turismo rural en el municipio.
- Potenciar el desarrollo de las iniciativas de turismo rural existentes basado la mejora de sus capacidades, la diversificación de los servicios y la asociatividad a escala municipal.
- Trabajar de forma coordinada con la municipalidad e instituciones públicas y privadas con presencia en el municipio y formar alianzas a escala regional y nacional.
- Fomentar el desarrollo del recurso humano local a través de la formación en diferentes ámbitos empresariales, y técnicos para disponer de personas calificadas, y motivados que aporten al turismo rural en Suchitoto.
- Promover la mejora continua como estrategia para el éxito y sostenibilidad de la Cooperativa través de la disposición de una organización eficiente y la autogestión de recursos.
- Promover la competitividad de las iniciativas individuales y colectivamente mediante el aumento de la productividad y rentabilidad de las iniciativas turísticas existentes y su integración en mercados más dinámicos.
- Atraer inversiones públicas y privadas en actividades económicas, infraestructura y equipamiento necesario para el desarrollo del turismo rural en Suchitoto.

5) POLÍTICAS.⁶²

- Crear espacios de participación para las personas o grupos, que quieran emprender iniciativas en turismo y ayudar al desarrollo del mismo.
- Todas las actividades turísticas se harán considerando la protección y/o recuperación tanto del patrimonio natural como cultural del municipio de Suchitoto.
- Promover la implementación de programas de mejora continua, buenas prácticas y certificación de calidad de los servicios y productos turísticos.
- Desarrollar Programas de Capacitación en turismo sostenible a todos los miembros de las iniciativas y de educación en turismo a la población en general del municipio espacialmente a través de los centros escolares.
- Formalizar convenios de cooperación con organizaciones de apoyo.
- Desarrollo del Producto Turísticos innovadores de manera permanente.
- Gestión y Planificación Participativa de la gestión del Turismo Rural.
- Fortalecimiento Institucional mediante la gestión y cooperación técnica y financiera a nivel de instituciones nacionales e internacionales.
- Contratar personas de la comunidad para la realización de las actividades turísticas en la que se requiera personal, y brindarles la adecuada formación para el mismo.

VER ANEXO G. MANUAL DE ORGANIZACIÓN DE LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L. EN SUCHITOTO.

C) PROPUESTA DE FUNCIONAMIENTO DE LA PCTRS.

La Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Agropecuaria, Ahorro, Crédito y Comercialización Guazapa Tours, es una Cooperativa que opera como una prestadora de servicios a turistas nacionales e internacionales, bajo la responsabilidad de su Consejo de Administración.

1) ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD DE LA COOPERATIVA

Como elementos para darle sostenibilidad a la Cooperativa, se sugieren una serie de lineamientos o políticas, que pueden llevar a la consecución de los objetivos de la propuesta y el desarrollo sostenible de la misma.

A continuación se establecen los lineamientos complementarios, para que sean retomados por la Cooperativa para la sostenibilidad, en un carácter complementario a lo que se pueda obtener vía de la venta de los paquetes turísticos:

- Venta de paquetes turísticos.
- Venta de materiales promocionales.
- Aportes o comisiones por parte de los diferentes talleres o iniciativas de la Cooperativa.
- Aporte de los socios en dinero o especie.
- Gestión de proyectos y apoyo técnico.

2) MODELO DE OPERACIÓN

El modelo de operación definido por la Cooperativa, para operar los diferentes servicios que ofrece, es bajo una gestión diferenciada en tres modalidades distintas, así:

- i. Servicios prestados por la propia Cooperativa: Servicios de guiado y los correspondientes a todas las actividades turísticas que brinda Guazapa Tours.
- ii. Servicios subcontratados a comités de la Cooperativa:
Servicio de cafetería, entrada al museo, taller de artesanías, taller de bordado y costura, y otros que se puedan crear.
- iii. Servicios subcontratados a particulares: arrendamiento de caballos, transporte en vehículos, servicios de todas las iniciativas turísticas incluidas en los circuitos turísticos.

3) SISTEMA OPERATIVO Y ADMINISTRATIVO BÁSICO PARA EL FUNCIONAMIENTO.

La Cooperativa Guazapa Tours de R.L. deberá contar con los siguientes sistemas operativos y administrativos básicos que le permitan desarrollar las diferentes actividades y alcanzar los objetivos de una manera ordenada y controlada, para ello dispondrá de los siguientes procedimientos:

RESERVACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS:

Los clientes tienen la oportunidad de realizar las reservaciones de dos formas: la primera comunicándose a las oficinas de la Cooperativa para realizar la reservación vía teléfono, y la segunda consultado en la página electrónica de la Cooperativa y realizando la reservación vía internet.

RECEPCIÓN DE CLIENTES Y CANCELACIÓN DE PAQUETES:

Cuando los turistas lleguen a la Cooperativa deberán pasar a la recepción donde se verificará su reservación, se realizará el cobro del paquete reservado y se indicará dónde se encuentra el motorista y guía turístico que los acompañará.

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS A OFRECER EN LOS PAQUETES:

Se realizará un procedimiento establecido para la contratación de cada servicio de transporte, guiado, alimentación, alojamiento y otros que se ofrecen en cada paquete con cada uno de los miembros de la Cooperativa, los pasos a seguir serán los siguientes:

1. Identificar a qué paquete pertenece el servicio reservado o adquirido.
2. Verificar en la lista de proveedores del servicio, cuáles se encuentran en dicho paquete.
3. Contactar con el proveedor principal del servicio y verificar su disponibilidad para la fecha requerida. Si el proveedor está disponible, contratar el servicio; si no, contactar con el proveedor sustituto y contratarlo.

SISTEMA CONTABLE:

Guazapa Tours deberá disponer de un sistema contable apropiado para llevar el adecuado control contable de los recursos y cumplir con las normas legales de carácter fiscal que rigen a este sector.

4) REQUERIMIENTOS DE RECURSOS HUMANOS PARA GUAZAPA TOURS DE R.L.

A continuación, se muestra un cuadro donde se detallan el número de personas que conforman la Cooperativa y por lo tanto la coordinación de la PCTRS, como propuesta inicial:

| NOMBRE DEL CARGO | NATURALEZA | NÚMERO DE PERSONAS | TIPO DE REMUNERACIÓN |
|--|-----------------|--------------------|----------------------|
| Socios | Socios | 50 | Ninguno |
| Miembros del consejo de administración | Socios | 7 | Dieta |
| Personal Ejecutivo-operativo | Personal | 3 | Salario |
| Personal Sub-contratado (legal, informático y contable): | Sub-contratados | 2 | Honorarios |
| Total | | 62 | |

Tabla 309 Requerimientos de recurso humano de Guazapa Tours.

5) REQUERIMIENTOS FÍSICOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL PCTRS.

Los requerimientos de recursos que demanda el funcionamiento de la PCTRS, están referidos a diferentes aspectos, como se señala a continuación.

(a) INSTALACIONES FÍSICAS:

El funcionamiento de La PCTRS tendrá como sede las oficinas de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. que actualmente tiene en comodato en:

Carretera de Suchitoto hacia Aguilares Km. 7 Comunidad El Sitio Zapotal, Suchitoto, Cuscatlán, El Salvador C.A.

(b) MOBILIARIO Y EQUIPO

El mobiliario y equipo requerido para el buen funcionamiento de las diferentes unidades del comité, implica: mobiliario y equipo de oficina como escritorios, sillas, computadoras, cañón, cámaras, archiveros, oasis y librería. Y equipo de transporte para la movilización del personal. También se requerirá de la compra o elaboración de un software tanto para la parte contable como para la reserva de paquetes.

| Recurso Previsto | |
|---------------------|--|
| Mobiliario y equipo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Oficina administrativa con implementos de oficina existente detallada en la distribución en planta en el capítulo IV “Programa de desarrollo del producto turístico”. |
| Sistema Contable | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un computador de escritorio o portátil ▪ Una impresora multifunción ▪ Un encargado del sistema contable ▪ Oficina Administrativa existente. ▪ Artículos de papelería de oficina. |

Tabla 310 Requerimientos de mobiliario y equipo y software.

(c) SUMINISTROS DE OFICINA, SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS

Finalmente, Guazapa Tours requiere de ciertos recursos o suministros consumibles para su funcionamiento, tales como servicio de agua potable, energía eléctrica, telefonía, internet, papelería de oficina y de atención al personal y socios.

| Recurso Previsto | |
|--------------------------------------|--|
| SERVICIOS BÁSICOS | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Insumos Administrativos ▪ Mano de Obra Indirecta ▪ Depreciación de Equipo administrativo ▪ Energía Eléctrica (KW) ▪ Agua |
| DETALLE DE INSUMOS DE OFICINA | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lápiz ▪ Bolígrafo ▪ Papel bond ▪ Grapas ▪ Folder ▪ Fastener ▪ Tinta para impresora ▪ Tinta para almohadilla de sello ▪ Cintas adhesivas ▪ Jabón de Mano ▪ Papel Higiénico ▪ Garrafrones de agua |

Tabla 311 Requerimientos de suministros de oficina.

H. PROGRAMA DE MARKETING

1. INTRODUCCIÓN AL PROGRAMA DE MARKETING

El programa de marketing turístico, es un componente esencial para el desarrollo de la estrategia de la Propuesta de circuito turístico rural para el municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L., con ello se pretende esencialmente generar la llegada de más turistas e ingresos a corto, mediano y largo plazo. Lo que mejoraría los resultados de los servicios actuales y también permitirá un escenario atractivo para las inversiones necesarias de desarrollo a nivel de municipio, sirviendo éste como un acelerador del proceso de cambio.

El presente programa tiene por finalidad servir como un documento técnico para la planificación del proceso de publicidad y promoción del Servicio de Turismo y promoción del Servicio de Turismo Rural que será ofertado por la Cooperativa Guazapa Tours de R.L., y en el caso de ser implantado, lograr promocionar a través de los diferentes medios de comunicación la diversidad de productos turísticos que se ofrecen en el municipio para que el público atraído por el producto y su oferta, efectúe el consumo turístico (entenderemos por consumo turístico la realización por parte del público de la actividad propuesta en el producto, como lo es visitar, pasear, comer, comprar, etc.).

Diseñar un programa de Marketing, es de suma importancia, ya que proporciona a los responsables de la Cooperativa, las herramientas mercadológicas necesarias para impulsar el desarrollo turístico del territorio, ya que este busca incrementar la actividad turística, con el objeto que esta rama contribuya aún más a la economía local.

En este apartado del programa se propone una serie de estrategias de Mercadeo que deberá seguir Guazapa Tours a fin de lograr un mejor posicionamiento de su oferta turística y que este se traduzca en un mayor flujo hacia la Cooperativa.

2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE MARKETING

A) OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA DE MARKETING

Desarrollar una propuesta para el proceso publicitario, promoción de ventas, acciones de promoción turística y estrategias de posicionamiento a nivel nacional e internacional del Municipio de Suchitoto como un destino de Turismo Rural diferenciado y con suficientes atractivos que permitan un importante y creciente flujo turistas hacia el territorio.

B) OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROGRAMA DE MARKETING

- Definir los medios óptimos para publicitar los productos turísticos que serán ofertados por la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.
- Establecer las acciones de publicidad y promoción precisas y factibles, que faciliten su adecuada implementación.
- Promover al Municipio de Suchitoto y sus rutas turísticas, como un Destino de TRC con una diferenciación con identidad propia y diferente respecto a la competencia a efectos de atraer a diferentes tipos de segmentos.
- Incidir directamente en la generación de un incremento sustancial en el flujo de turistas a las diferentes rutas e iniciativas turísticas rurales del municipio.
- Crear una imagen positiva del municipio de Suchitoto, ante la población salvadoreña y extranjeros.

3. COMPONENTES DEL PROGRAMA DE MARKETING

A) ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Como segmentos de mercados a los que se les apostara, tenemos aquellos segmentos de turistas tanto nacionales como extranjeros atraídos por esta modalidad de turismo, que se puede definir en los siguientes perfiles:

PERFIL DE TURISTA NACIONAL JOVEN



- Turistas nacionales.
- Residentes del Área Metropolitana de San Salvador y del municipio de Suchitoto.
- Género Femenino y Masculino.
- Edad entre 18 y 35 años.
- Situación económica de no pobreza.

Esquema 76 Perfil de Turista Nacional Joven.

CARACTERÍSTICAS:

| | | |
|---|---|---|
| Actividades de preferencia: | ▪ Contacto con la naturaleza. | ▪ Disponibilidad de servicio de alimentación. |
| | ▪ Actividades de aventura. | ▪ Transporte. |
| | ▪ Servicios personalizados. | ▪ Comodidad. |
| Necesidades: | ▪ Paquetes de precios accesibles. | ▪ Seguridad. |
| Elementos importantes al elegir un lugar turístico: | ▪ Lugares con belleza, pa flora y fauna exótica. | ▪ Actividades con un sentido preservación de la naturaleza. |
| | ▪ Actividades extremas. | |
| Medio de comunicación que usa para conocer lugares turísticos: | ▪ Redes sociales. | ▪ Páginas web. |
| | ▪ Vallas publicitarias. | |
| Otros aspectos del consumidor Nacional Joven: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizan paseos turísticos con frecuencia. ▪ Deseos de conocer la riqueza natural del país. ▪ Práctica de turismo con amigos o en pareja. ▪ Visita lugares turísticos en época de vacaciones y fines de semana. ▪ Los visitantes se hospedan 1 día en los lugares turísticos. ▪ Entre los servicios que espera un turista son: guías turísticos, caminatas, actividades que se integren con la naturaleza. | |

Tabla 312 Características de Perfil Nacional Joven.

PERFIL DE TURISTA NACIONAL FAMILIAR



- Turistas nacionales.
- Residentes del Área Metropolitana de San Salvador y del municipio Suchitoto.
- Género Femenino y Masculino.
- Edad entre 0 y 64 años o más.
- Situación económica de no pobreza.

Esquema 77 Perfil de Turista Nacional Familiar.

CARACTERÍSTICAS:

| | | |
|---|---|--|
| Actividades de preferencia: | ▪ Contacto con la naturaleza. | ▪ Disponibilidad de servicio de alimentación. |
| | ▪ Descanso. | ▪ Disponibilidad del servicio de alojamiento. |
| Necesidades: | ▪ Servicios personalizados. | ▪ Comodidad. |
| | ▪ Paquetes que incluyan actividades para niños. | ▪ Seguridad. |
| Elementos importantes al elegir un lugar turístico: | ▪ Lugares con belleza, paisajes, flora y fauna exótica. | ▪ . Actividades con un sentido de preservación de la naturaleza. |
| | ▪ Ambiente relajante donde pueda liberar el estrés ocasionado por la ciudad, el trabajo y la vida diaria. | |
| Medio de comunicación que usa para conocer lugares turísticos: | ▪ Referencias personales. | ▪ Páginas web. |
| | ▪ Redes sociales. | ▪ Vallas publicitarias. |
| Otros aspectos del consumidor Nacional Familiar: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizan paseos turísticos con frecuencia. ▪ Deseos de conocer la riqueza natural y cultural del país. ▪ Práctica de turismo con el grupo familiar. ▪ Visita lugares turísticos en época de vacaciones. ▪ Los visitantes se hospedan 1 día en los lugares turísticos. ▪ Entre los servicios que espera un turista son: guías turísticos, caminatas, actividades que se integren con la naturaleza. | |

Tabla 313 Características de Perfil Nacional Familiar.

PERFIL DE TURISTA EXTRANJERO



- Turistas Internacionales.
- Género Femenino y Masculino.
- Mayores de 20 años.
- Nivel educativo y cultural alto.

Esquema 78 Perfil de Turista Extranjero.

CARACTERÍSTICAS:

| | | |
|---|---|--|
| Actividades de preferencia: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Canopy. ▪ Gastronomía. ▪ Acampar. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación flora y fauna. ▪ Montañismo. ▪ Actividades culturales. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Descanso. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilidad del servicio de alojamiento. |
| Necesidades: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguridad y comodidad. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diversidad de Atractivos. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ubicación y fácil acceso a las instalaciones del lugar. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calidad en el servicio. |
| Elementos importantes al elegir un lugar turístico: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Contacto con la Naturaleza (Flora y Fauna). | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividades que no contaminen el medio ambiente. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocer actividades Agropecuarias. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ambiente de paz y tranquilidad que sea más relajante. |
| Medio de comunicación que usa para conocer lugares turísticos: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Agencias de viaje/Tour operadores. ▪ Referencias personales. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet. ▪ Vallas publicitarias. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ El 89% de los turistas ya ha visitado con anterioridad El Salvador. ▪ El 75% de los turistas viene a realizar turismo con familiares o amigos; el 10% por trabajo o negocios; el 4% por motivos de estudio y 11% por motivos de voluntariado. ▪ Visita lugares turísticos en época de vacaciones. ▪ Los visitantes se hospedan en los lugares de turismo, el 43% de los turistas tiene una estancia de 3 días y 2 noches; el 39% de una noche; el resto más de 3 noches y 4 días. ▪ Entre los servicios que espera encontrar un turista son: actividades agropecuarias, culturales, guías turísticos, camping, hospedaje, restaurantes, caminatas, y otras actividades que se integren con la naturaleza. | |
| Otros aspectos del consumidor Extranjero: | | |

Tabla 314 Características de Perfil Extranjero.

B) PRONÓSTICO DE LA DEMANDA

La demanda ha sido definida para cada uno de los segmentos establecidos: Turista Nacional y Turista extranjero.

Para su proyección se hará uso de tanto información secundaria sobre datos demográficos (Nacional y Extranjero) como información generada en el Diagnóstico específicamente en el análisis del Mercado Consumidor. Estos requisitos de información son los siguientes:

- Datos del flujo de turistas brindados por el Centro de Amigo del Turista
- Resultados obtenidos en las encuestas
- Información dada por las iniciativas que se encuentran en la zona rural
- Intención de visita al municipio y en realizar circuitos turísticos rurales.

CÁLCULO DE LA DEMANDA

1) TURISTA NACIONAL

En primer lugar, se partió de la información según la estimación y proyección de población municipal 2005-2025 para el presente año 2017, seleccionando como segmento objetivo, la población que presenta mayores índices de urbanidad a nivel de país: Municipios del Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) y Municipio de Suchitoto.

Para realizar el cálculo de la demanda primeramente se procede a segmentar el total de la población de los municipios del Área Metropolitana de San Salvador y el municipio de Suchitoto, de la misma forma que se hizo en el cálculo de la muestra. De la siguiente forma:

| SEGMENTACIÓN PARA LA DEMANDA NACIONAL | |
|--|------------------|
| Residentes en el AMSS y Suchitoto | 1,797,248 |
| Personas en no Pobreza | 456,183 |
| Total | 1,431,065 |

Tabla 315 Segmentación para la demanda Nacional.

Así mismo es importante resaltar que para calcular la demanda aparente, se tomará como referencia un promedio de los resultados obtenidos tanto en la encuesta del turista nacional joven como la del turista nacional familiar, para poder obtener un dato más representativo del turista nacional, de manera que al realizar el cruce con el dato de la encuesta sobre disposición de realizar un circuito turístico rural en Suchitoto (86%), se obtendrá la cantidad de personas que podrían realizar un circuito turístico rural.

A esta última cifra, para conocer el total de población a demandar este tipo de turismo, se le relacionará con las proporciones encontradas del análisis de las encuestas al mercado consumidor, sobre el tipo de personas con quienes el decisor realiza turismo, a manera de ir encontrando un valor cercano al comportamiento estudiado, se calcularán los rangos por grupos de visitantes que conforman el segmento de Turistas Nacionales a captar.

Por tanto, el total de individuos que se espera que realicen un circuito turismo rural de la propuesta es el siguiente:

TOTAL DEMANDA NACIONAL DEL AÑO 2017

| N° | OPCIÓN | PORCENTAJE | TOTAL GRUPO |
|---|---------|------------|-------------|
| 1 | Solo | 0% | 0 |
| 2 | Pareja | 12% | 171,728 |
| 3 | Familia | 50% | 715,532 |
| 4 | Amigos | 38% | 543,804 |
| TOTAL DEMANDA TURISMO RURAL AMSS Y SUCHITOTO PERIODO DE 2017 AÑO: 1,431,065(0.86)= 1,230,716 | | | |

Tabla 316 Total demanda del año 2017.

2) TURISTA EXTRANJERO

Para este segmento se tomará como universo, las llegadas de turistas internacionales, en el último año (2016), que fueron de 2.051,653 turistas, y dado que con las estrategias de promoción que se ejecutan al segmento, desde el año 2009 a 2016 se observan tasas similares de crecimiento.

Así pues, teniendo en cuenta que aproximadamente el 22% de los turistas extranjeros les interesa realizar turismo rural, la demanda aparente para los circuitos turísticos rurales sería:

$$\begin{aligned}
 DEA &= TEA * TETR \\
 DEA &= 2.051,653 * 0.22 \\
 DEA &= 451,364
 \end{aligned}$$

DEA: Demanda extranjera aparente

TEA: Cantidad de turistas extranjeros a nivel nacional para el año anterior

TETR: % de turistas extranjeros interesados en turismo rural

A continuación, se presenta el cuadro resumen de la demanda estimada para el turismo rural en el AMSS y Suchitoto.

| Demanda Total | |
|----------------------|-----------|
| Turistas nacionales | 1,230,716 |
| Turistas extranjeros | 451,364 |
| Total | 1,682,080 |

Tabla 317. Demanda Total para el turismo rural en el AMSS y Suchitoto.

C) PROPUESTA DE MEZCLA DE MERCADEO

La propuesta de mezcla de mercado que se propone, es la siguiente:

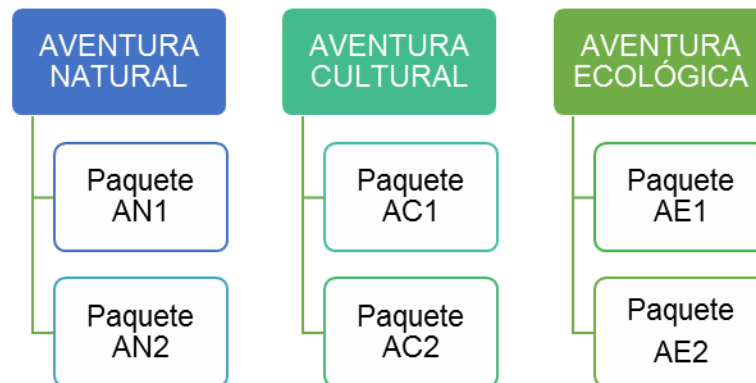
1) PRODUCTO (SERVICIO TURÍSTICO)

“Una mayor diversificación de sus productos y servicios turísticos para llegar a mas segmentos de mercados”.

El plan propone el establecimiento de 6 productos turísticos, incorporando los temas o conceptos de aventura, naturaleza y el de cultura en la zona. Y en tema de servicios turísticos, incorporar al menos 8 nuevos servicios a los 6 que ofrece actualmente la Cooperativa.

Así:

Productos:



Esquema 79 Productos de la PCTRS.

Servicios:

- Alimentación en restaurante
- Arrendamiento de caballos
- Campamentos
- Transporte en vehículo
- Canopy y Arborismo
- Guías Turísticos
- Talleres de Artesanías: madera, bordado y costura.
- Talleres con Añil
- Vivencia de la panela
- Avistamiento de flora y fauna
- Recorridos por vestigios históricos.
- Venta de Productos artesanales y comunitarios
- Acceso a museo
- Alojamiento
- Piscinas

A largo plazo se puede incluir nuevos servicios turísticos, que le brinden al turista un

mayor disfrute como rapel, pesca deportiva en el lago de Suchitoto, alojamiento en cabañas, ciclismo, piscinas naturales, talleres vivenciales, entre otros, los cuales son propicios debido a la geografía del lugar, además se debe de disponer con la infraestructura, equipo necesario y el personal adecuado para ello.

IncurSIONAR sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevas experiencias que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes, uno de ellos puede ser la creación de juegos rurales, como tiro al blanco, laberintos elaborados, juegos tradicionales con materiales de la zona, así también realizar ciclismo en el cerro de Guazapa entre otros que puedan realizarse.

Suponer el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística.

Toda la diversificación de servicios debe ser concéntrica, es decir deberá estar centrada en el concepto que se ofrece en cada ruta y sin desnaturalizar los principios que rigen el turismo rural, es debe procurar vender una Experiencia Turística ya sea cultural, natural o ecológica en el ámbito rural.

2) PLAZA

“Segmentación de mercado objetivo para una atención de las necesidades específicas de cada uno”.

Se establece como mercado objetivo, tres segmentos que tienen particularidades, características, necesidades y expectativas específicas. Los segmentos prioritarios son los siguientes:

- 1) SEGMENTO 1: TURISTA NACIONAL JOVEN.
- 2) SEGMENTO 2: TURISTA NACIONAL FAMILIAR.
- 3) SEGMENTO 3: TURISTA EXTRANJERO.

La Cooperativa deberá hacer uso de diferentes medios para ofrecer los Circuitos turísticos rurales: vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vallas publicitarias y alianzas con las diferentes iniciativas incluidas en los 6 tipos de paquetes; para este caso se recomienda a través de la plataforma que ofrece Facebook debido a que es de bajo costo y es de uso masivo a nivel mundial y es el que tiene mayor presencia en el país.

Hacer uso de intermediarios y de ese modo, lograr una mayor cobertura de los productos turísticos, o aumentar los puntos de venta, ya que es importante que el producto turístico se oferte en lugares no cercanos a donde se encuentra la zona turística porque es donde se encuentran los clientes del mismo, específicamente en el Área Metropolitana de San Salvador.

En la zona turística mostrar siempre una imagen alegre y para ello es necesario darle mantenimiento permanente a todo lo que incorpora para transmitir lo rural, lo natural, lo cultural y atractivo del lugar.

A largo plazo cuando el municipio este posicionado puede crearse un kiosco de publicidad y productos de información y otros, el cual puede estar ubicado en centros comerciales de Área Metropolitana de San Salvador para que las personas puedan obtener mayor información de interés sobre el lugar.

3) PRECIO

“Formular precios de los paquetes y servicios de manera competitiva que permita una afluencia turística”.

Vender a precios altos significa que se debe garantizar calidad en la misma medida. Si no es así, deberán bajarse los precios hasta equilibrarlo con el valor percibido por los turistas. La Cooperativa debe manejar los niveles de utilidad entre 30 y 40 % como se ha mantenido hasta ahora.

Optar por una estrategia de discriminación de precios para el caso de varios productos que se consideren que pueden ser brindados con precios bastantes bajos es una buena opción para no dañar el presupuesto y los beneficios y a la vez brindar productos turísticos que satisfagan a los turistas.

La estrategia de precios se hace viable alcanzando un nivel de calidad o idoneidad del producto, para conseguirlo, se puede preguntar a los consumidores por la satisfacción después de disfrutado el producto turístico, calibrando calidad y precio hasta conseguir el nivel ideal.

El precio es una variable controlable de marketing y es la única que genera ingresos. Como estrategia los precios suelen tener un objetivo común, que es elevar el índice de rentabilidad, concepto muy relacionado con lograr una alta tasa de ocupación. Por lo que podría ser posible establecer una estrategia conjunta de precios para las rutas de actividades y servicios, ya que es habitual encontrar el precio del producto turístico bajo el nombre de precio del paquete turístico, por lo tanto es mejor venderlos como tal que individualmente.

El valor de la conservación del atractivo, se destaca más que el precio del atractivo y en general, valor percibido del producto turístico tiene como base la conservación, calidad de vías de acceso y la limpieza por lo tanto es importante tomar esto en cuenta.

Al final el precio deberá apelar y ser coherente con las experiencias que el turismo rural vende una vivencia a diferencia de otras modalidades de turismo, más centradas en la infraestructura o tecnologías.

4) PROMOCIÓN

“Desarrollar una promoción de la oferta turística de la Cooperativa guazapa tours de R.L., aprovechando los diferentes medios e instituciones posibles”.

Contar con material publicitario y promocional bien diseñado y actualizado, que permita actualizar la información de los diferentes circuitos turísticos que ofrece la Cooperativa a sus diferentes segmentos de mercado.

Buscar el apoyo de medios impresos, radiales, televisivos y electrónicos para colocar reportajes, promocionales, anuncios de los circuitos turísticos rurales de la Cooperativa Guazapa Tours. O bien afiches, volantes, vallas publicitarias, folletos o calendarios publicitarios con fotos y descripción de los lugares con los que se cuenta.

Es importante la creación y/o actualización de una página web de la Cooperativa, Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y realizar el mantenimiento apropiado y permanente a las mismas. Así mismo revisar la efectividad de las mismas, mediante la utilización que de estas hacen los turistas.

Participar en ferias realizadas por organizaciones de apoyo al turismo, por la sociedad misma, o por ferias realizadas por el Ministerio de Turismo u otros ministerios e instituciones públicas y privadas vinculadas al sector.

Crear actividades o eventos con algún concepto en especial, por ejemplo los vinculados a los conceptos de las rutas a nivel comunal, festivales, ferias o días conmemorativos.

Obsequiar artículos promocionales por la adquisición de determinados paquetes, como muestras de productos de la zona, gorras, camiseta, artesanías, llaveros y otros productos que a la vez sean promocionales de la Cooperativa.

Ofrecer descuentos por grupos grandes de personas que adquieren ciertos paquetes de manera frecuente (grupos universitarios) y puede darse ofertas por temporadas, especialmente en las de bajo flujo de turistas.

5) PROCESO

“fomento de los niveles de adquisición de procesos turísticos impulsados por la cooperativa a fin de generar una cultura turística y sostenibilidad organizativa”.

Incentivar al personal para trabajar en una cultura de manera conjunta y que no se desanimen de desarrollar poco a poco la iniciativa turística, y esto puede hacerse a través de actividades dinámicas, reuniones de informes de resultados desempeño y beneficio con todos los asociados e involucrados en los circuitos turísticos en el marco del turismo rula de Suchitoto.

Gestionar apoyo en las instituciones que apoyan al municipio y la región para obtener soporte en conocimientos, financiero y todo el que pueda ser proporcionado, esto a través de darles a conocer mediante informes completos la actividad turística que se está desarrollando y el beneficio que este crea a la población local.

Fomentar capacidades para el impulso de artesanías, entre otras cosas que puedan desarrollarse en la zona con materiales de la misma.

6) PAQUETES

“Desarrollo de nuevos o actualización de la oferta de paquetes turísticos”.

Analizar de manera permanente después de una temporada Alta de turistas la respuesta de estos a los diferentes circuitos turísticos que contienen paquetes en cuanto a demanda, requerimientos especiales, nuevos servicios, quejas y mejoras. Así mismo propiciar la generación de nuevos productos turísticos por lo menos una vez al año, procurando la vinculación a más iniciativas o bien articularse con rutas más amplias establecidas por MITUR, el municipio o municipios aledaños.

Plantear paquetes a la medida, darles la opción a los turistas de escoger su propio paquete de actividades según le sean más interesantes, para ello se debe de respetar los horarios de cada actividad y el costo de cada una de ellas.

7) PERSONAS

“Atención esmerada y diferenciada de las necesidades de segmentos especiales dentro de los grupos turísticos”.

Los turistas más activos, de mente despierta, requieren más. Esto implica más imaginación y sofisticación en la oferta de servicios que se complementan con un nivel del servicio básico, es en base a esto que deben de crearse los mejores servicios en la Cooperativa y en las iniciativas involucradas en los circuitos turísticos pero sin perder el enfoque de turismo rural.

En el segmento familiar como consumidores turísticos, se deberá contemplar las distintas necesidades de cada uno de los miembros y ofrecer una respuesta atractiva a cada uno de los requerimientos de los miembros del grupo familiar, Así se trate de niños, jóvenes, adultos y/o adultos mayores.

Se debe de buscar la mayor comodidad, seguridad, protección, inocuidad e higiene en todas las actividades turísticas a desarrollar en las diferentes actividades, procurando siempre sobrepasar las expectativas para que el turista regrese, y además nos recomiende, generando fidelización con el destino turístico.

Será importante promocionar en los circuitos turísticos el servicio de avistamiento de aves, mediante pequeñas actividades de avistamiento en el resto de circuitos, a fin de ir creando una educación sobre esta modalidad de tours.

I. PROGRAMA DE ACCIONES DE MARKETING TURÍSTICO

Las diferentes acciones de marketing turístico nos llevan a estar en contacto con los posibles clientes potenciales interesados en nuestros productos turísticos, es así como proponemos tres tipos de acciones que son: ferias, viajes de familiarización y misiones comerciales:

1. PARTICIPACIÓN EN FERIAS TURÍSTICAS

Son el escenario para el contacto directo entre la oferta, la demanda y el canal de distribución apropiado de la comunicación para: presentar productos turísticos, crear demandas, investigar la clientela, realizar contactos y seleccionar quien puede ayudar en la venta del producto turístico.

Existen diferentes tipos de ferias que le permitirían a la Cooperativa tener accesos directos con los posibles compradores. La Cooperativa deberá gestionar con el MITUR, MINEC, MAG y Otros espacios como la Mesa de Turismo Rural de Suchitoto y Centro de Amigo del turista, para poder participar en las ferias programadas por ellos, a través de las cuales pueda generar la promoción de los productos turísticos de Guazapa Tours, entre estas se puede mencionar la Feria de Pueblos Vivos, las ferias de un Pueblo un Producto, las ferias de CONAMYPE entre otras Ferias Turísticas del MITUR.

Para poder participar en estas ferias se necesita:

- a. Realizar relaciones públicas: encuentros, contactos o citas, con el Ministerio de Turismo.
- b. Montar stands o espacios que comuniquen el destino que queremos dar a conocer: empleando banner, canopy, mesas apropiadas, equipos para audiovisuales, fotografías gigantes, maquetas, mapas y artesanías.
- c. Maximizar el uso de servicios que ofrece la organización de la feria.
- d. Asignar labores a cada persona que atiende el stand con la participación de los miembros de la Cooperativa.
- e. Ofrecer la información más completa y de manera selectiva proporcionar brochures, volantes y estampas.
- f. Vender algunas artesanías de la Cooperativa.
- g. Diseñar un mecanismo de seguimiento a las personas que se acercan a preguntar o muestran interés en nuestro producto turístico.
- h. La Cooperativa deberá garantizar la participación en al menos 3 ferias al año.

A) VIAJES FAMILIARES

El viaje de familiarización es un medio de presentar un producto turístico de un determinado destino.

Con un viaje de familiarización se busca dar conocer en el sitio los elementos básicos del producto turístico que ofrece el destino, e informar en el sitio sobre las condiciones y entorno del destino para la inversión en turismo.

En los viajes de familiarización se debe seleccionar las empresas a las cuales se quiere invitar. Se puede invitar a tours operadores, periodistas o funcionarios de gobierno, lo importante es que a partir del viaje estas personas puedan promover el producto turístico.

Las alianzas estratégicas realizadas, pueden aliviar los costos, y estas se pueden llevar a cabo con las empresas interesadas en el destino a promover o comercializar.

Es importante efectuar un seguimiento de la acción con apoyo de las empresas representantes turísticas.

El comité deberá promover la realización de al menos tres viajes de familiarización por año, previos a cada temporada vacacional.

B) MISIONES COMERCIALES

El encuentro de empresarios emisores y receptores, en la sede del emisor con la finalidad de efectuar relaciones comerciales sobre un determinado destino, estas son ruedas de negocios que se dan muchas veces en el marco de las ferias turísticas.

Una misión comercial motiva la compra de productos turísticos por parte de un gran número de tour operadores en el mercado emisor. Esta motivación se efectúa mediante la presentación documental de los productos que ofrece un destino turístico adecuado para un mercado objetivo.

Las misiones comerciales pretenden:

- Dar a conocer la oferta de servicios y productos directamente a los tour operadores.
- Difundir la oferta de servicios, productos y en general el destino de la región.
- Brindar información de los destinos turísticos apropiados para los segmentos de mercado que ofrece un emisor.
- Efectuar acciones de relaciones públicas.

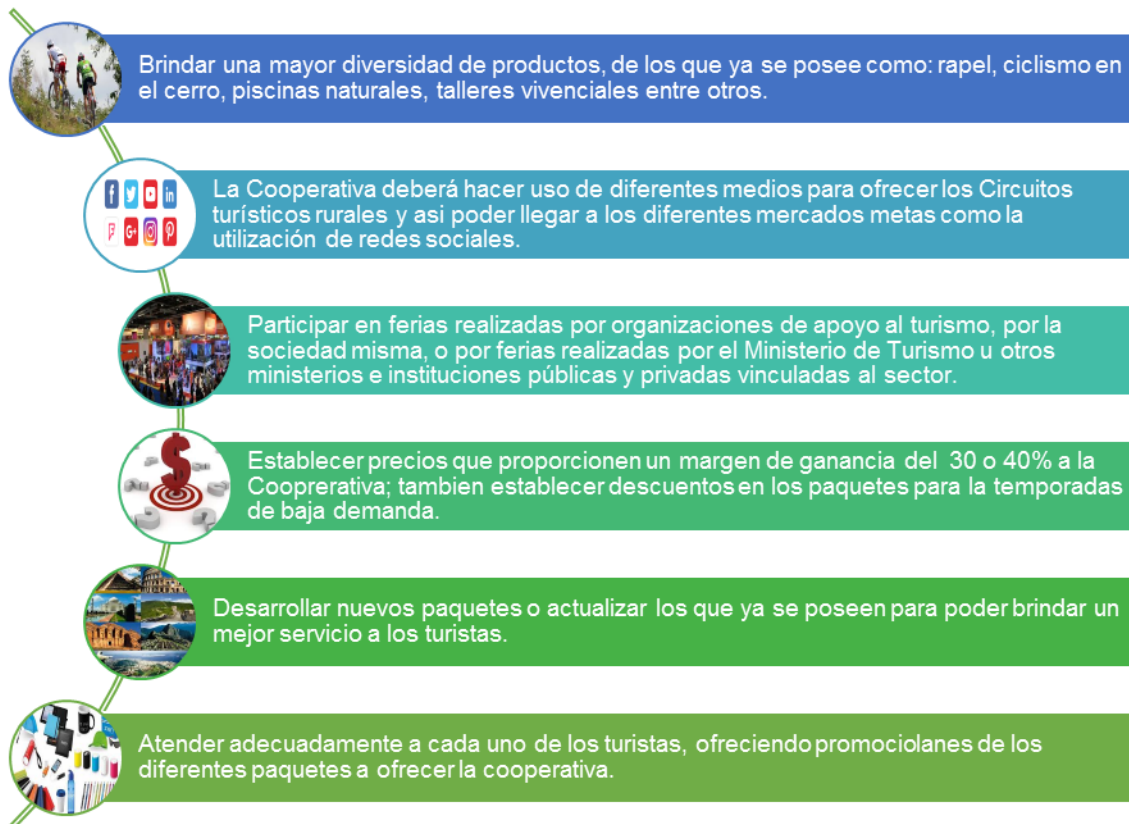
2. RESUMEN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING

El Municipio de Suchitoto tiene todos los atractivos necesarios para consolidarse como uno de los grandes destinos de turismo, precisamente en todos los sectores de mayor rentabilidad, sostenibilidad y posibilidades de crecimiento.

La coexistencia en una dimensión geográfica muy accesible de una gran urbe moderna, dinámica y activa, con un conjunto patrimonial impresionante y un entorno territorial rico en calidad, variedad y diversidad histórica y de naturaleza debe ser la gran baraja de la oferta diferencial de Suchitoto.

La oferta turística del municipio de Suchitoto está formada por diferentes productos para los que la región cuenta con numerosos recursos de elevada calidad y atractivo para el mercado turístico: turismo cultural; turismo activo; turismo deportivo y de naturaleza; gastronomía; compras, ocio y turismo de negocios. A estos productos hay que añadir otros factores o atributos, como el clima, el estilo de vida, que contribuyen a diferenciar a Suchitoto de otros destinos.

Conociendo el potencial que existe en Suchitoto se realizan diversas estrategias para poder aumentar la oferta turística y sobre todo en la zona rural de Suchitoto, a continuación se presenta el resumen de estas estrategias de marketing que harán sostenible la propuesta de circuitos turísticos rurales:



Esquema 80 Resumen de estrategias de marketing.

A) ESTRATEGIAS.

- Actualización y rediseño de material publicitario.
- Es importante la creación y/o actualización de una página web de la Cooperativa, Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y realizar el mantenimiento apropiado y permanente a las mismas. Así mismo revisar la efectividad de las mismas, mediante la utilización que de estas hacen los turistas.
Ésta estrategia está basada en los resultados de la encuesta al consumidor y el grupo focal⁶³.
- Participar en ferias realizadas por organizaciones de apoyo al turismo, por la sociedad misma, o por ferias realizadas por el Ministerio de Turismo u otros ministerios e instituciones públicas y privadas vinculadas al sector.
- Crear actividades o eventos con algún concepto en especial, por ejemplo los vinculados a los conceptos de las rutas a nivel comunal, festivales, ferias o días conmemorativos.

Estas estrategias se detallan e integran con los demás mercados en el apartado de estrategias de marketing mix.

⁶³ Ficha técnica en mercado competidor. Página

B) ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX.

1) FESTIVALES MUNICIPALES.

Atracción de turísticas por medio de celebraciones propias del municipio como las fiestas patronales del pueblo que se desarrollan en el mes de diciembre. Estas, como parte de la tradición del municipio, atrae a aquellos turistas que disfrutan hacer turismo no solo ecológico sino también de pueblos vivos, que ampliaría la demanda para el centro turístico.



Ilustración 54 Iglesia de Suchitoto.

Algunos festivales y otras actividades donde incrementa la afluencia de turistas son los siguientes:

- Festival del Cerro de Guazapa (enero).
- Festival internacional permanente de arte y cultura (febrero).
- Semana Santa.
- Día de la cruz.
- Festival del maíz (agosto).
- Festival de antorchas y desfile tradicional del Instituto Nacional de Suchitoto INSU (14 de septiembre).
- Fiestas patrias (15 de septiembre).

2) PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES

Promoción de los servicios turísticos por medio del uso de redes sociales, para este caso se recomienda a través de la plataforma que ofrece Facebook debido a que es de bajo costo y es de uso masivo a nivel mundial y es el que tiene mayor presencia en el país⁶⁴.

La cooperativa cuenta con una página de Facebook disponible, pero tiene poca promoción y un nivel bajo de visitas que pudiera ser mejor aprovechado, la página se encuentra en la siguiente url: <https://www.facebook.com/GuazapaTours/?fref=ts>

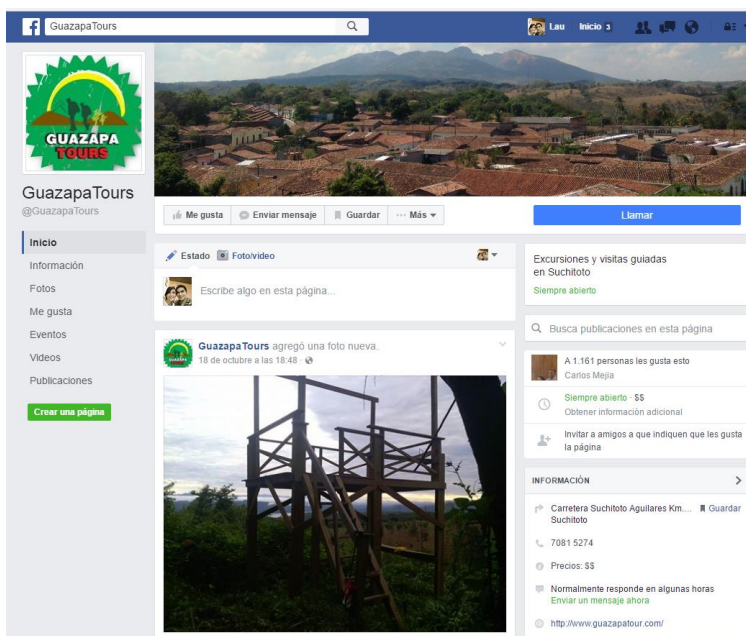


Ilustración 55 Página de Facebook de Guazapa Tours.

Las redes sociales son utilizadas por los destinos para vender sus atractivos turísticos con campañas promocionales. Con ellas se llega a un mayor y más variado público. Permiten que todo el mundo tenga un acceso más directo a la información, permiten conocer la oferta del destino de forma más completa y además, ayudan a que los turistas se sientan parte de algo.

Se consigue fidelizar a los turistas y crear una comunidad en torno al destino. Se crea una sinergia ventajosa, no sólo se realiza la promoción entre los contactos directos o aquellas personas que siguen al destino, si no que toda esta información se reparte por los amigos de estos contactos. Indirectamente, el destino se da a conocer.

Existen empresas dedicadas al manejo de la publicidad por Facebook comúnmente llamadas community manager o administrador de comunidad, en este caso se identificó la empresa Fácil Marketing que describe su forma de trabajo en su página web de la siguiente manera:

⁶⁴ Estudio de redes sociales en El Salvador: <http://www.gestiopolis.com/estudio-de-redes-sociales-en-el-salvador-2015/>

Fácil-Marketing⁶⁵ cuenta con profesionales especializados en *publicidad en Facebook* y *Marketing en Redes Sociales*, además de diversos enfoques y servicios especialmente creados para mejorar y optimizar la presencia de una empresa, compañía o particular en la red.

El anuncio de Facebook llega a las personas que son objetivo de segmentación de la empresa:

Por Género (Ej. Solo Hombres, Mujeres, etc.)

Por Situación Geográfica (Ej. San Salvador, La Libertad, Santa Ana, etc.)

Por Edad (Ej. Mayores a 35 Años)

Por situación sentimental (Ej. Casado, Soltero, Con Novia, etc.)

La segmentación ayuda a que el canal de distribución sea más efectivo logrando una penetración en el mercado potencial.

Mediante esta estrategia el producto turístico busca incrementar la afluencia de turistas nacionales y posicionarse en la mente de los consumidores.

3) REDISEÑO DE IMAGEN Y PUBLICIDAD.

Propuesta de imagen de marca.

Para la Cooperativa:



Diseño minimalista que pretende captar la atención del mercado juvenil al transmitir frescura, tiene como fondo una montaña que representa el cerro de Guazapa, el relleno de las letras son hojas verdes que representan la naturaleza que se puede apreciar en el ecoturismo.

Además incluye una silueta de una persona que va subiendo a la montaña como símbolo de las caminatas extremas.

Al final se destaca la palabra tours en color amarillo para diferenciar que el logo es referido a una empresa que ofrece tour turísticos. También contiene el símbolo de ubicación que pretende que el turista promueva a través de sus redes sociales su ubicación y contribuya a la promoción del lugar a través del cliente.

Para la Propuesta:

⁶⁵ <http://www.facil-marketing.com/>



PROPUESTA DE CIRCUITO TURISTICO RURAL COMUNITARIO

Diseño con los colores verde, café y amarillo representando al Turismo rural y las hojas representan las diferentes iniciativas incluidas en los paquetes turísticos.

Propuesta de brochure

Para la Cooperativa:

Parte exterior



Ilustración 56 Parte externa del brochure propuesto.

Parte interior

Guazapa TOURS

Turismo rural comunitario

Guazapa, significa "Río de los Guaces".

El cerro o volcán Guazapa está ubicado en las demarcaciones geográficas de los municipios de San José Guayabal y Suchitoto, en el departamento de Cuscatlán y Guazapa en el departamento de San Salvador, El Salvador.

Por su variada flora y fauna, es un sitio de interés para la práctica del turismo ecológico.

Por eso, y mucho más, Guazapa es por siempre un sendero histórico en el corazón de El Salvador..

Caminatas

Avistamiento de aves

Cabalgatas

| Guazapa tours precios | |
|----------------------------|---|
| Costo del tour | Una persona \$15. Más de 2 personas \$3 dólares. |
| Caminata de pequeña altura | Una persona \$20 dólares. Más de 2 personas \$10 dólares. |
| Costo del tour | Una persona \$20 dólares. Más de 2 personas \$10 dólares. |
| Cabalgata | Una persona \$15 dólares. Más de 2 personas \$10 dólares. |
| Costo del tour | Una persona \$15 dólares. Más de 2 personas \$10 dólares. |
| Caminata a mediana altura | Una persona \$20 dólares. Más de 2 personas \$10 dólares. |
| Costo del tour | Una persona \$20 dólares. Más de 2 personas \$10 dólares. |
| Caminata extrema | Una persona \$20 dólares. Más de 2 personas \$10 dólares. |
| Costo del tour | \$ 30 dólares por persona, este tour se brinda de forma en solitario, con el acompañamiento de guía. Agua y cena de instalaciones más como desayuno y snacks. |
| Costo del tour | Cuero. |
| Avistamiento de aves | 1 a 3 personas \$10 dólares. |

Si usted lo desea se brinda para todos los tour, transporte y alimentación por un costo adicional.

Correo
guazapatourssuchitoto@gmail.com

Telefonos
76144747, 70426840

Dirección
Carretera Suchitoto Aguilares Km. 7
Comunidad el Sitio Zapotal,
Suchitoto Cuscatlan, El Salvador C.A.

Guazapa TOURS

Ilustración 57 Parte interna del brochure propuesto.

El objetivo del brochure es presentar de manera simplificada los aspectos que llamen la atención de la Cooperativa y que le incentiven a visitar el Cerro de Guazapa.

Para la Propuesta:

Guazapa TOURS

Turismo rural comunitario

Guazapa TOURS

Ilustración 58 Parte externa del brochure propuesto.

Guazapa TOURS

Turismo rural comunitario

SOMOS GUAZAPA TOURS UNA COOPERATIVA QUE PROMUEVE EL TURISMO RURAL EN SUCHITOTO A TRAVÉS DE LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES

MISIÓN

Somos una Cooperativa que promueve el Desarrollo Turístico Rural del municipio de Suchitoto, articulando y potenciando las capacidades de las diferentes iniciativas turísticas para contribuir al desarrollo socio-económico sostenible de las comunidades, rescatando y protegiendo el patrimonio histórico, cultural y medio ambiental.

VISIÓN

Ser una Cooperativa consolidada que ha posicionado al municipio de Suchitoto, como un destino turístico rural competitivo con reconocimiento a nivel local, nacional e internacional y que contribuye de esa manera al desarrollo sostenible de sus comunidades.

TURISMO NATURAL

Paquete 1 Precio: \$47.70
Guazapa tours - Sitio Cenicero - Puerto San Juan - Centro Histórico
De 8:00 am A 4:00 pm

Paquete 2 Precio: \$52.86
Guazapa tours - Hacienda la Bermuda - Centro Histórico
De 8:00 am A 4:00 pm

TURISMO CULTURAL

Paquete 3 Precio: \$79.24
Guazapa tours - Hacienda Colima - Hacienda los nacimientos
De 8:00 am A 4:00 pm

Paquete 4 Precio: \$42.11
Cihuatán - Ciudad Vieja - Centro Histórico
De 8:00 am A 1:30 pm

TURISMO ECOLÓGICO

Paquete 5 Precio: \$61.20
Guazapa tours - Comunidad San Antonio - Puerto San Juan
De 8:00 am A 4:00 pm

Paquete 6 Precio: \$61.20
Guazapa tours - Centro Histórico - Palo grande
De 8:00 am A 4:00 pm

Correo
guazapatoursuchitoto@gmail.com

Telefonos
7614 4747, 7042 6840

Dirección
Carretera Suchitoto Aguilares Km. 7
Comunidad el Sitio Zapotal,
Suchitoto Cuscatlan, El Salvador C.A.

Guazapa TOURS

Circuitos Turísticos Rurales en Suchitoto

Ilustración 59 Parte interna del brochure propuesto

4) REDISEÑO DE IMAGEN DEL PERSONAL



Ilustración 60 Propuesta de camisetas para guías turísticos.

Se propone un diseño sencillo de camiseta que incluye el color propuesto del nuevo logo; en la parte frontal tiene el logo propuesto para identificar a la cooperativa, en la parte de atrás tiene las palabras “Guía Turístico” con el fin de que los visitantes reconozcan quien o quienes son la o las personas a cargo del tour.

El material propuesto es de algodón y se muestra en color verde oscura por efectos de

que el guía desempeña su trabajo.



Ilustración 61 Propuesta de camisa para miembros de la Cooperativa.

Además se propone una camisa blanca con el logo propuesto y una línea verde que representa el ecoturismo, este modelo de camisa podría ser utilizado por miembros administrativos de la Cooperativa, también puede ser llevado en capacitaciones o eventos de campañas promocionales donde se requiera de una imagen con mejor presentación para impulsar a la cooperativa.

5) REDISEÑO DE SITIO WEB

Rediseño de página web como parte del fortalecimiento del canal directo entre los turistas internacionales ya que es más frecuente el contacto de estos turistas a través de este medio, la propuesta del rediseño se muestra en la parte del brief publicitario más adelante.

La página web es un espacio que permite no sólo aumentar la presencia de la marca, sino que también son un canal de promoción y venta de los productos y servicios que ofrece una organización, por lo que una página web bien lograda significará mayores bienes para una compañía.

Los factores más importantes en una página web son los siguientes:

- **Diseño**
Entre más simple, mejor, un sitio web tiene que ser ligero, sencillo y fácil de leer, es decir intuitivo; no debe estar saturado de contenido multimedia (animaciones en flash, videos, fotos, etc.) ya que estos harán que la página tarde en cargar y por ende acabar con la paciencia de un cliente.
- **Contenido**
La información que se proporcione y publique deber ser acorde al giro de la empresa, esta tiene que ser una fiel representación de la imagen de la organización; los contenidos deben ser coherentes y deben de brindar un valor añadido para quien los lee, estos deben ser una herramienta de uso para tus clientes. Crear categorías es

fundamental, así como también lo es una sección de contacto.

- **Movilidad**
El uso de los dispositivos móviles es una tendencia que se está convirtiendo en costumbre, si una página web no tiene un formato adecuado que pueda ser leído de forma correcta lo más seguro es que se pierda la oportunidad de acercarse a un cliente potencial.
- **Innovación**
Los cambios son uno de los elementos claves para que cualquier empresa destaque, una vez que se tenga una página web no se debe dejar en el olvido, el mercado es cambiante y las formas de comunicación también lo son, por lo que debes continuamente buscar nuevas oportunidades para mejorar tu sitio.
- **Dominio Propio**
Tenerlo es sinónimo de credibilidad y seriedad, dos aspectos claves para cualquier industria, una vez que lo tenga podrás incluirlo a Google para que aparezca en las búsquedas que se hagan a través de sus motores, si bien esto se hace de forma automatizada nunca está de más hacerlo manualmente.

En este aspecto la cooperativa cuenta con el dominio propio de www.guazapatours.com

- **Retroalimentación**
Escucha a los clientes, se pueden formular pequeños cuestionarios que brindarán información demasiado útil sobre los servicios, un mar de información del público objetivo que si se utiliza de manera correcta, tendrá beneficios sumamente importantes para la empresa.

Debido a los factores con los que no cumple la página web actual, se propone esta estrategia que pretende ser un canal de distribución efectivo tanto para turistas nacionales como internacionales.

Para promocionar los servicios que brinda la cooperativa a nivel mundial la página web también debe estar disponible en el idioma inglés ya que en base a las estadísticas la mayoría de turistas provienen de países donde este es el idioma oficial; a menudo se le ha denominado "idioma del mundo". Si bien no es un idioma oficial en la mayoría de los países del mundo, es actualmente la lengua que se enseña con más frecuencia como lengua extranjera.

PROPUESTA DE PÁGINA WEB.



Ilustración 62 Tres vistas de la página web propuesta en un teléfono móvil.

En las ilustraciones se observa la flexibilidad del contenido de la página web al adaptarse a la pantalla de cualquier teléfono móvil, esto se realiza mediante el uso de una función denominada responsive.

La página está construida en una tecnología de última generación; tiene un diseño minimalista y juvenil, mantiene la paleta de colores del logo propuesto y se pretende destacar los tours que la cooperativa ofrece.

A continuación se muestran las vistas desde dos dispositivos más que son desde una computadora y desde una tablet o iPad.

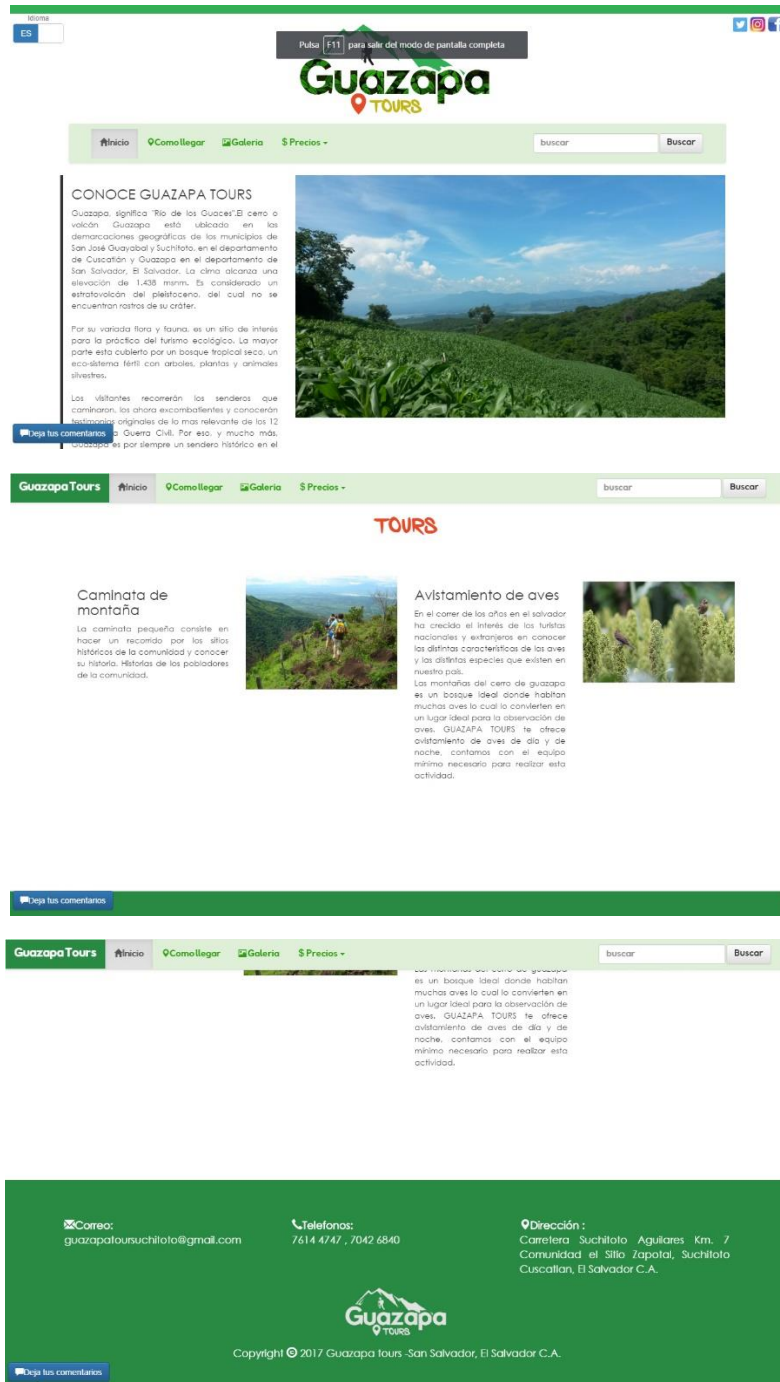


Ilustración 63 Tres vistas de la página web propuesta en un ordenador

En las ilustraciones se observa la flexibilidad del contenido de la página web al adaptarse a la pantalla de una computadora.

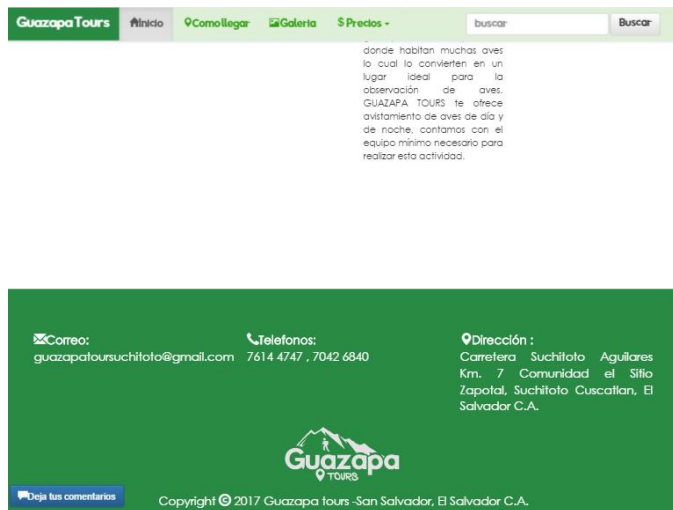
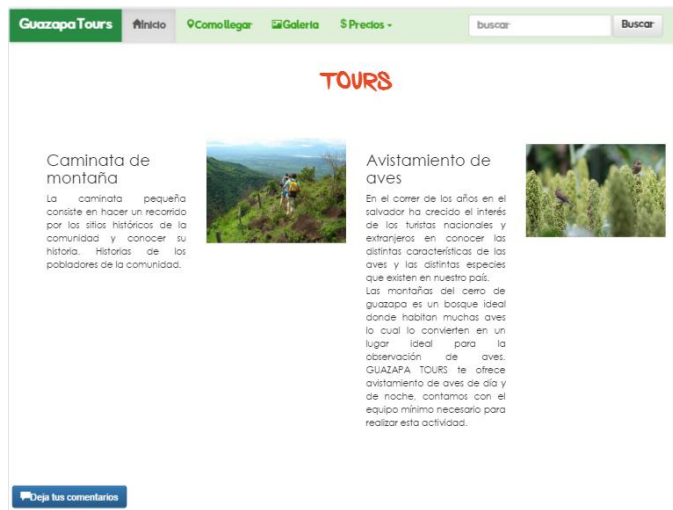


Ilustración 64 Tres vistas de la página web propuesta en una tablet o iPad

Para la Propuesta:

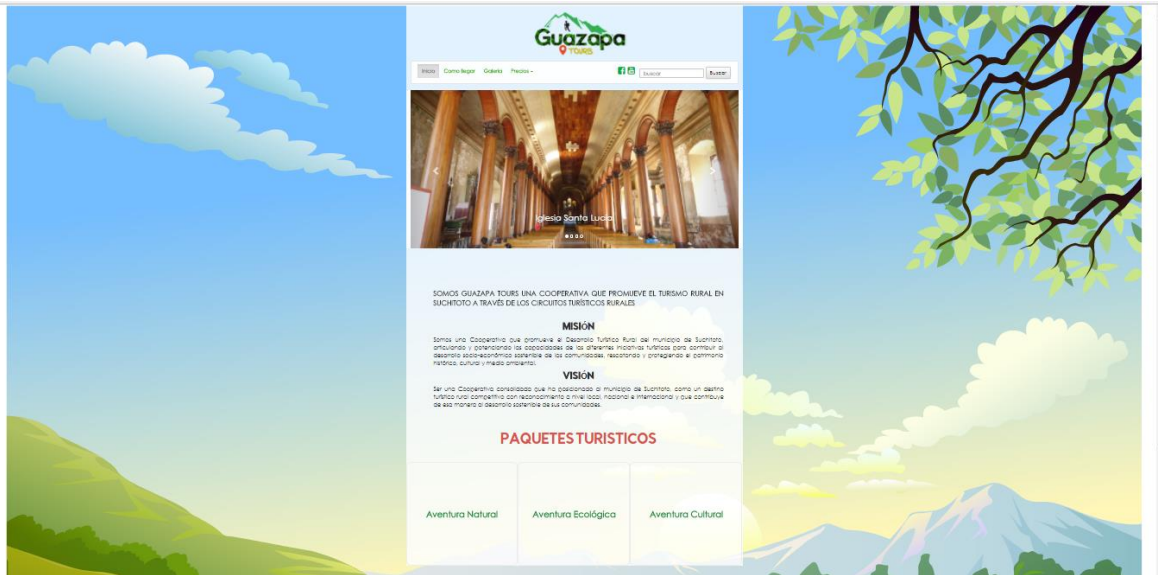


Ilustración 65 Diseño de página web de la PCTRS



Ilustración 66 Diseño de galería de imágenes de página web de la PCTRS



Ilustración 67 Diseño de galería de imágenes de página web de la PCTRS

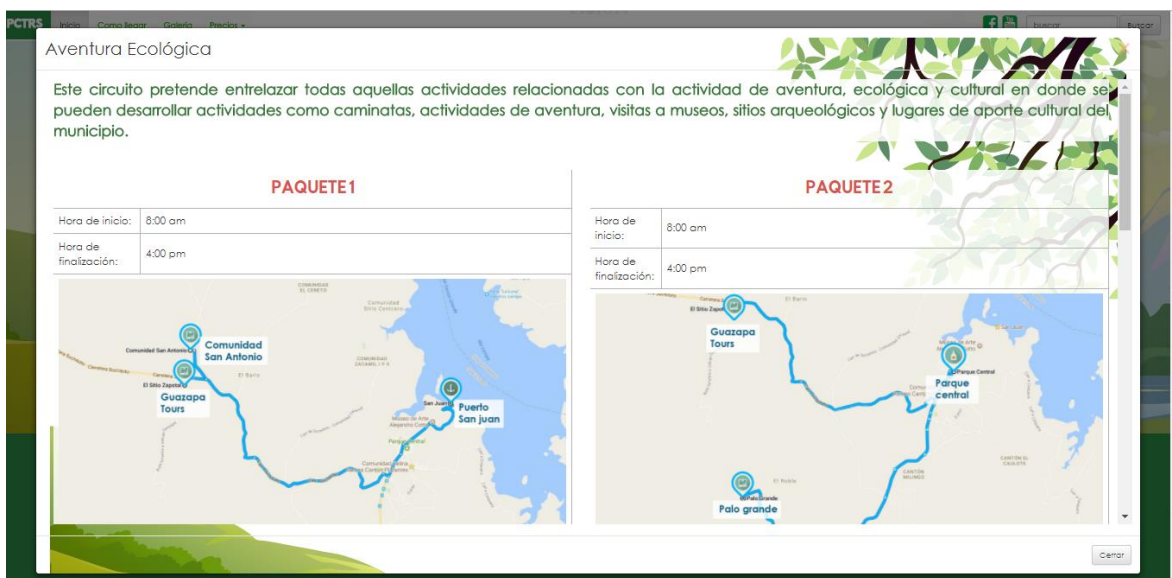


Ilustración 68 Diseño de paquetes turísticos de página web de la PCTRS

3. REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE MARKETING

| Materiales y equipo | | Cantidad |
|---|-----|----------|
| Computadora de escritorio | 1 | |
| Impresora | 1 | |
| Lapicero | 3 | |
| Resma de papel | 3 | |
| Kioskos o stands publicitarios | 2 | |
| Mesa | 1 | |
| Banner que describan los circuitos | 3 | |
| Brochures | 100 | |
| Valla publicitaria | 2 | |
| Calendarios | 100 | |
| Gorras | 15 | |
| Camisetas | 15 | |
| Llaveros | 100 | |
| Recurso Humano | | Cantidad |
| Persona encargada de entregar papelería de publicidad | 1 | |
| Encargado de vender los promocionales | 1 | |
| Encargado de dar mantenimiento página web y redes sociales. | 1 | |

Tabla 318 Requerimientos del Programa de Marketing.

J. PROGRAMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LA PCTRS.

1. INTRODUCCIÓN.

El programa de gestión de la calidad, es el componente de la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto, donde se desarrollarán aquellas actividades posibles para mantener la calidad adecuada en los servicios a ofrecer, planificar y asegurar la calidad en la atención al turista, para asegurar la satisfacción de este, y también velar por que se protejan los recursos naturales y culturales, a fin de que existan buenas prácticas de turismo, cumpliendo con estas prácticas en todo momento para que tanto el turista como la cooperativa Guazapa Tours de R.L. y las comunidades receptoras no se vean afectados en la práctica de este tipo de actividades.

Dentro de este programa se abordará el sistema de gestión de la calidad que comprende la documentación, la definición de políticas de calidad, normas de calidad, así como también cual va a ser la responsabilidad del comité encargado ante la práctica de calidad en el servicio entre otros aspectos. Pero además se indicarán las pautas para el establecimiento de buenas prácticas de turismo, desde una perspectiva de turismo rural.

Las empresas turísticas en general, dan cuenta que los consumidores son cada vez más exigentes y la competencia es creciente, esto obliga a adoptar y mejorar sistemas de gestión de calidad en los servicios que se ofrecen.

La estrategia competitiva más común si bien se sabe consiste en reducir costos, pero no se debe dejar de lado las repercusiones medioambientales y sociales-culturales dentro de un desarrollo sostenible. Desde esta perspectiva se plantea que la propuesta del sistema de gestión de la calidad para la propuesta de circuitos turísticos rurales en el municipio de Suchitoto esté conformada por dos sub-programas, el de gestión de la calidad y las buenas prácticas de turismo rural, los cuales están destinados a garantizar a los clientes excelencia en el servicio. Siendo el comité de operación turística, quien fungiría como administrador de este sistema, verificando que las iniciativas cumplan con las expectativas de los turistas, y midiendo el desempeño funcional.

Teniendo en cuenta que el concepto de calidad total, en empresas de servicios turísticos responde a la satisfacción plena de los usuarios en términos de atención, calidad de servicio, bienestar, seguridad y a su vez, responde al mejoramiento continuo de la imagen y al posicionamiento empresarial. Para lograr lo mencionado anteriormente, las empresas de servicios turísticos deben buscar el cambio como inicio para la implantación de una nueva forma de trabajo, el trabajo con calidad.

El turismo debe ser tratado como un negocio, la calidad en el servicio debe ser analizada desde el punto de vista de cómo conseguirlo, teniendo como resultado que la calidad en un servicio turístico debe gestionarse, mantenerse y monitorearse.

Otro aspecto referente al concepto de calidad, es el hecho de que la calidad total incrementa la productividad, utilidad y rentabilidad de las empresas turísticas a través de la búsqueda de eficiencia. Esto significa que no deben buscarse grandes ganancias a corto plazo, sino por el contrario, la consolidación de la organización dentro del mercado competitivo y la supervivencia de la misma por medio de la calidad, por lo cual la rentabilidad se consigue a mediano y largo plazo.

2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

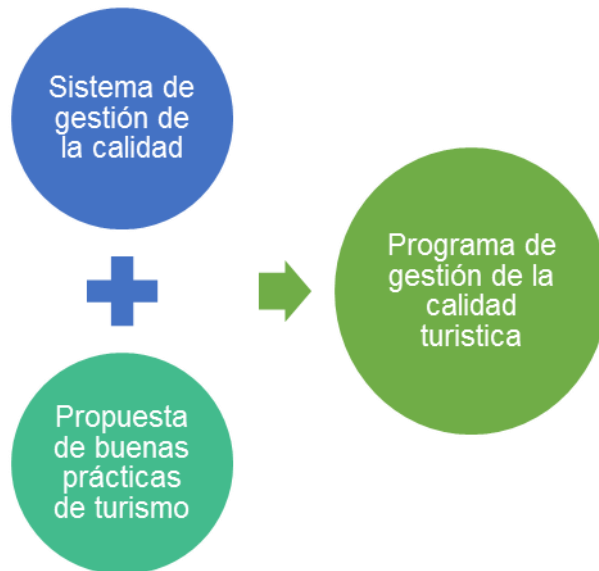
A) OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Diseñar un programa de gestión de la calidad turística para la propuesta de circuitos turísticos rurales del municipio de Suchitoto, que incluya un sistema de gestión de la calidad en la prestación de servicio y la aplicación de buenas prácticas de turismo con enfoque en turismo rural, y que además permita medir el desempeño funcional del conjunto y de cada una de las iniciativas miembros de los circuitos, para brindar servicios turísticos que satisfagan las expectativas de los turistas y de esta forma la propuesta conlleve a un desarrollo sostenible económico, social, ambiental y culturalmente para las comunidades.

B) OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

- Diseñar un sistema de gestión de la calidad y buenas prácticas de turismo que permita planificar, asegurar y mantener la calidad en la atención al turista.
- Diseñar un programa de seguimiento y control para la implementación de un sistema de indicadores que permita evaluar el desempeño funcional de las iniciativas turísticas y de la propuesta de circuitos rurales en conjunto.

3. COMPONENTES DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA



Esquema 81 Componentes del programa de gestión de la calidad turística.

A) SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD.

Actualmente la cooperativa Guazapa Tours de R.L. no posee con un sistema de gestión de la calidad en sus servicios y productos turísticos que brinda. Por otra parte en este apartado se plantea el proceso para poder implantar el sistema de gestión de calidad propuesto, tomando como referencia la Norma ISO 9000, 2015, en los siguientes apartados:

LIDERAZGO⁶⁶.

Enfoque al cliente.

La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al enfoque al cliente asegurándose de que:

- Se determinan, se comprenden y se cumplen regularmente los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;
- Se determinan y se consideran los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente;
- Se mantiene el enfoque en el aumento de la satisfacción del cliente.

OPERACIÓN.

Requisitos para los productos y servicios.

⁶⁶ Norma ISO 9000, 2015

Comunicación con el cliente.

La comunicación con los clientes debe incluir:

- a. Proporcionar la información relativa a los productos y servicios;
- b. Tratar las consultas, contratos o los pedidos, incluyendo los cambios;
- c. Obtener la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas de los clientes;
- d. Manipular o controlar la propiedad del cliente;
- e. Establecer los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.

Satisfacción del cliente.

La organización debe realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas. La organización debe determinar los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar esta información.

Análisis y evaluación.

La organización debe analizar y evaluar los datos y la información apropiados que surgen por el seguimiento y la medición.

Los resultados del análisis deben utilizarse para evaluar:

- a. La conformidad de los productos y servicios;
- b. El grado de satisfacción del cliente.
- c. El desempeño y la eficacia del sistema de gestión de calidad.
- d. Si lo planificado se ha implementado de forma eficaz;
- e. La eficacia y las acciones tomadas para abordar los riesgos y oportunidades;
- f. El desempeño de los proveedores externos;
- g. La necesidad de mejoras en el sistema de gestión de la calidad.

4. PROPUESTA DE SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA PCTRS.

El Sistema de gestión de calidad se refiere a la forma en que una empresa o institución dirige y controla todas las actividades que están asociadas a la calidad.

Ventajas de implantar un sistema de gestión de calidad.

- Aumento de beneficios
- Aumento del número de clientes
- Motivación del personal
- Fidelidad de los clientes
- Organización del trabajo
- Mejora de las relaciones con los clientes
- Reducción de costos debido a la mala calidad
- Aumento de la cuota de mercado

Por lo tanto, el comité de operación turística será el que dirigirá y controlará la calidad en todas las actividades turísticas que se esperan realizar en la zona. Para la realización del sistema de gestión de calidad se debe tener en cuenta, los siguientes puntos, basados en los requerimientos establecidos por la Norma ISO 9000, 2015:

A) DOCUMENTACIÓN

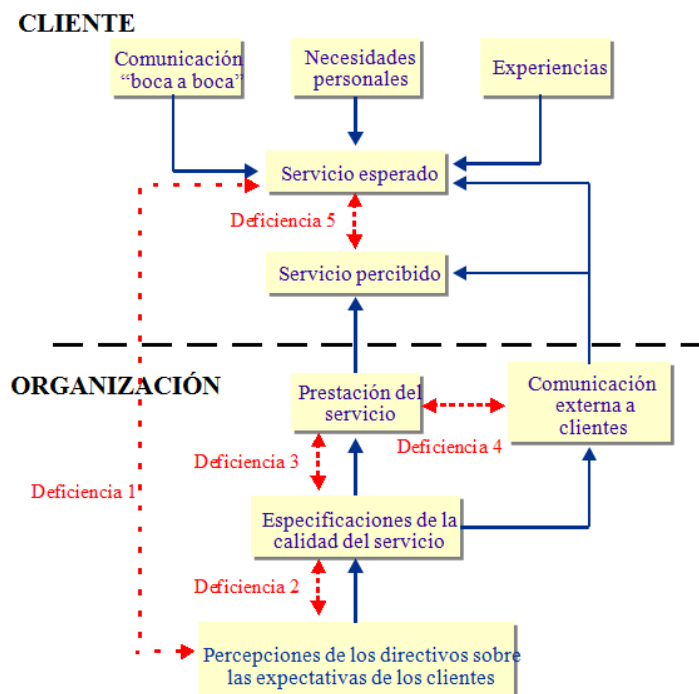
El comité de operación turística deberá establecer, documentar, implementar y mantener un sistema que le permita asegurar globalmente la calidad de los productos y servicios turísticos que se van a ofertar. Para esto se deberá tener en cuenta las políticas y objetivos de calidad, la elaboración de instrumentos de control y otros documentos y registros que permitan asegurar la eficaz planificación, aseguramiento y control de calidad de las actividades turísticas. Todo lo que se realice deberá quedar documentado como prueba del desarrollo del sistema y de las mejoras que se vayan efectuando a medida va progresando el servicio turístico.

B) INSTRUMENTOS PARA EL CONTROL DE CALIDAD.

Las personas encargadas del área de calidad dentro del marco de los circuitos turísticos rurales, deberán realizar diferentes actividades en base a instrumentos de control que se describen a continuación:

▪ SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

El método es empleado para medir el grado de satisfacción del cliente con el servicio recibido y priorizar las acciones de mejora, es el método SERV-QUAL. Este consiste en que al cliente se le preguntará la importancia que para él tiene cada uno de los atributos del servicio recibido y el grado de satisfacción con cada uno de estos atributos.



Esquema 82 Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio.

Este método define un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y

percepciones de los clientes. De este modo, un balance ventajoso para las percepciones, de manera que éstas superaran a las expectativas, implicaría una elevada calidad percibida del servicio, y alta satisfacción con el mismo.

Por otra parte, señala ciertos factores clave que condicionan las expectativas de los usuarios, entre los factores que se listarán están: comodidad, confianza, atención, expectativas cumplidas de acuerdo a lo promocionado, seguridad, diversión, higiene, precio.⁶⁷

La guía o persona encargada del turista deberá de entregar estos formatos al turista al finalizar su visita, se le deberá colocar si esa persona compró un paquete, si fue este el caso el número que identifica al paquete para poder conocer qué actividades le fueron proporcionadas, por otra parte, en el caso que haya realizado actividades individuales qué tipo de actividades realizó. Luego de esto deberá dársele el formato y dejar que chequee los cuadros que allí aparecen tanto en la importancia del tributo y la satisfacción que obtuvo de esos.

GRADO DE SATISFACCIÓN

Los grados de satisfacción se medirán a través de estas notas cualitativas las cuales al ser analizados se medirá el porcentaje que cada una de estas calificaciones presenta en cada atributo.

C) COMPROMISO CON LA CALIDAD TURÍSTICA

El comité de operación turística, deberá estar comprometida con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de la calidad, así como la mejora continua y deberá comunicar a todos los miembros del comité de operación turística e iniciativas miembros la importancia de satisfacer las expectativas del cliente. Así mismo, deberá establecer la política y objetivos de calidad las cuales se deberán revisar una vez por año por la Junta Directiva y los responsables asignados para realizar cambios y mejoras.

Como se mencionó anteriormente el comité operador de los circuitos turísticos o la coordinación de los guías turísticos de Guazapa Tours, serán los encargados del sistema de calidad y las buenas prácticas de turismo quienes además se encargarán de las evaluaciones y análisis que se realizarán para las diferentes actividades turísticas, de acuerdo al tipo de turismo que se ofrecerá en la zona, utilizando las hojas de chequeo para medir la calidad en el servicio brindado.

⁶⁷ Para ver formato del instrumento de recolección de información acerca de la satisfacción del turista ver ANEXO H.

D) OBJETIVOS DE CALIDAD

OBJETIVO GENERAL:

Satisfacer las necesidades del cliente, cumpliendo los estándares requeridos de calidad en los diferentes servicios turísticos a ofrecer en los circuitos turísticos rurales en Suchitoto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Dar a conocer el medio natural en el que se encuentran las iniciativas con la observación de flora, fauna y vistas panorámicas que permitan superar las expectativas de los turistas.
- Permitir al turista una experiencia única al conocer cada una de las actividades agropecuarias y agroindustriales que se realizan en la zona, conviviendo con los habitantes de la comunidad, conociendo sus costumbres y su forma de vivir.
- Asegurar que el turista disfrute de las diferentes actividades de aventura que se realicen en la zona rural con el fin de satisfacer sus emociones y deseos de adrenalina.
- Dar a conocer al turista la reseña histórica de la zona, así como su importancia actual como forma de identidad cultural y conservación ambiental, con el fin de que el turista adquiera un conocimiento más sobre la historia del Cerro de Guazapa y las comunidades de Suchitoto.
- Identificar los servicios turísticos que cumplen con las condiciones de calidad y proponer mejoras y soluciones los que no las cumplen.

E) POLÍTICAS DE CALIDAD

La propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto, tiene el compromiso de ofrecer servicios turísticos de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes, buscando la mejora continua en la prestación de los servicios; además de cumplir con las normas de calidad, seguridad y ambientales aplicables al sector turístico en general y con énfasis en el turismo rural.

Luego de formular la política, se deberán enunciar normas de calidad a nivel de circuitos, para que los propietarios de los servicios turísticos las acaten y de esta manera mantener la calidad de cada una de las actividades.

F) NORMAS DE CALIDAD

Algunas normas propuestas son:

- El comité de operación turística de Guazapa Tours deberá revisar y hacer mejoras en caso de que lo requieran las políticas de calidad dos veces al año.
- El comité de operación turística será el encargado de realizar las evaluaciones y su respectivo análisis, así como de velar porque las buenas prácticas de turismo en las iniciativas involucradas se cumplan.
- Tanto la evaluación interna como la evaluación externa de las iniciativas y de cómo se están brindando los servicios gracias a las opiniones de los clientes se realizará cada cuatro meses.
- Se le dará suspensión del servicio o actividad turística a toda iniciativa turística que no apruebe el cumplimiento de las evaluaciones internas y externas que muestren la calidad del lugar. La suspensión implicará que no se incluirá en las actividades de los circuitos turísticos hasta que supere las deficiencias.
- Difundir las buenas prácticas ambientales mediante la señalización específica para los visitantes.

G) GESTIÓN DE RECURSOS PARA LA CALIDAD

El comité de operación turística debe establecer y proporcionar los recursos necesarios para implementar y mantener el sistema de gestión de la calidad y mejorar su eficacia, teniendo en cuenta:

- La unificación del personal para llevar a cabo la implementación del sistema. El comité deberá hacer conciencia y velar porque cada uno de los miembros del comité, iniciativas turísticas y el personal de las mismas, ya que para satisfacer y atraer la atención de los turistas se debe brindar un servicio de calidad, por lo tanto el comité deberá acatar las recomendaciones y normas del sistema, así como también cumplir con las evaluaciones que se realizarán durante ciertos periodos mencionados en las normas y así brindar un servicio turístico de calidad.
- La capacitación del personal. El de operación turística, tal como se establece en el plan de capacitación, deberá estar consciente que para poder tener personas capaces de realizar evaluaciones y conocer los términos de calidad y su importancia durante la prestación del servicio es necesario tener personal capacitado en estas aéreas que permitan aportar mejoras durante la realización del sistema de gestión. Para esto deberá realizar un programa de capacitación que se comienza realizando un diagnóstico de necesidades de capacitación, con el cual se identificarán las áreas en que el personal requiere aprendizaje.

Algunas capacitaciones pueden estar dirigidas a:

1. Calidad de los sitios turísticos
2. Calidad de los productos turísticos
3. Qué es un sistema de calidad
4. Administración del control de calidad
5. La gestión y mejoramiento de la calidad
6. Planes y aseguramiento de la calidad
7. Atención al turista, etc.

- La estructura y el equipamiento. Cada iniciativa debe procurar integrar los recursos disponibles de la zona y que los métodos no resulten agresivos con el entorno natural y arquitectónico; además debe presentar un buen estado de conservación.
- Cada iniciativa deberá procurar mantener la estructura física y natural de la zona, ya que será un elemento muy importante como atracción para el turista, por lo tanto deberá informar a la coordinación de los circuitos turísticos sobre nuevas características del servicio y de posibles modificaciones realizadas, tanto a la planta arquitectónica como la variación en la capacidad instalada, de manera que el de operación turística disponga de información actualizada a ser considerada para ofertar los paquetes turísticos.

H) PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA

El comité de operación turística debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la prestación del servicio, incluyendo la verificación, validación, seguimiento e inspección cuando fuere necesario.

La planificación encierra acciones como identificar cuáles serán los posibles estándares de calidad para el servicio turístico y establecer la manera de satisfacerlos.

Para la planificación del sistema se tendrán en cuenta los siguientes pasos:

- a) Definir los puntos claves: Estos ayudarán a evaluar los lugares turísticos, ya que se tendrán como estándares de calidad.

Los puntos claves son retomados de algunos de los factores que determinan el cumplimiento de la calidad en espacios turísticos rurales según la OMT, por lo tanto serán los que determinarán la evaluación de calidad en cada una de las actividades que se pretenden desarrollar en la zona. Estos se definen de la siguiente manera:

SEGURIDAD:

cada uno de los productos o servicios turísticos deberán contar con el equipo necesario de protección personal para asegurar la salud de los visitantes y cualquier accidente durante la práctica de actividades, así también deberán contar con los medios de señalización correspondientes a cada actividad para representar las zonas de peligro que se encuentren en la zona. La seguridad contempla todos aquellos elementos laborales, de higiene y salubridad, la prevención de actos delictivos y los accidentes en las operaciones turísticas.

HIGIENE:

Cada una de las iniciativas deberá tener en cuenta que la higiene es un elemento muy importante para asegurar las visitas de los turistas, por lo tanto cada alojamiento y restaurante deberá cumplir con las normas de alojamiento y de inocuidad estipuladas por la ley, así como también las actividades agropecuarias, agroindustriales, eco turísticas, de aventura y de turismo cultural deberán de mantener lugares y caminos saludables y limpios.

ACCESIBILIDAD:

Cada una de las actividades turísticas deberá contar con caminos específicos, señalizados y en buenas condiciones para permitir el acceso de los turistas.

INFORMACIÓN CLARA SOBRE CONTENIDO DE ACTIVIDADES:

Para cada una de las actividades que se brinden en la zona se deberá de informar al turista sobre las características de las actividades, el contenido de paquetes o rutas que se ofrezcan y con un precio definido, con el fin de que el turista esté consciente del pago de cada uno de los servicios que desee experimentar. Esta información tendrá que ser coordinada entre el de operación turística y cada una de las iniciativas miembros de los circuitos que esté prestando un servicio turístico.

NOVEDAD:

El servicio turístico deberá ofrecer una experiencia única, que lo caracterice de otras experiencias similares, teniendo en cuenta la opinión y satisfacción del turista cuando realice las diferentes actividades proporcionadas en la zona.

- Diseñar formatos que ayuden a llevar una inspección del lugar a evaluar.
- Formular instrumentos para evaluaciones internas y externas.⁶⁸

I) ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

El comité de operación turística debe planificar e implementar procesos de seguimiento, análisis y mejora necesarios para demostrar la coherencia del servicio respecto a los requisitos del mercado, también debe asegurarse de la conformidad del sistema de gestión de la calidad en sí y además la mejora continua de la eficacia del mismo.

El aseguramiento de la calidad debe brindar la confianza de que el servicio turístico cumplirá las expectativas de los turistas, tomando en cuenta las sugerencias y respuestas obtenidas de la encuesta realizada a los mismos.

Por lo tanto, las sugerencias proporcionadas por los clientes ayudarán para tomar

Los formatos para la recopilación de esta información se encuentran en el ANEXO I.

acciones correctivas en las actividades turísticas, así mismo de las respuestas obtenidas de la encuesta para turistas, se establecerán rangos que permitirán evaluar las condiciones de las actividades con respecto a la calidad que se le está prestando al turista y así poder realizar mejoras al sistema y asegurar la calidad del servicio turístico.

Para definir estos rangos se tomará en cuenta lo siguiente:

- Un promedio de 10 encuestas realizadas a los turistas cuando se realice la evaluación.
- Las preguntas 1 y 2 de la encuesta para los turistas que se refieren al cumplimiento de expectativas del turista y a los puntos claves que ayudan a determinar el cumplimiento de la calidad en el servicio turístico.
- Calificación de preguntas 1 y 2 de la encuesta (dirigida a turistas) calificadas como Buenas o Excelentes.



| CALIFICACIÓN PARA OBTENCIÓN DE RESULTADOS DE CALIDAD. | | | | | |
|--|--|------------------------------|----------------------|-----------------------------|---|
| RANGO | CALIFICADAS BUENAS O EXCELENTES (PROMEDIO DE ENCUESTAS) | COMO EXCELENTES DE 10 | SE NECESITAN: | DE QUÉ FORMA ATACAR: | SIMBOLOGÍA |
| 1 | De 1 a 4 encuestas | | Acciones Correctivas | Drásticamente | Alerta  |
| 2 | De 5 a 7 encuestas | | Mejoras | A largo plazo | Necesita  |
| 3 | De 8 a 10 encuestas | | Aceptable | ----- | Aceptable |

Tabla 319. Calificación para la obtención de resultados de calidad.

Las acciones correctivas que se pueden efectuar para asegurar la calidad dependerán de la forma en que se deben afrontar según la tabla anterior y de cada uno de los puntos claves calificados como deficientes.

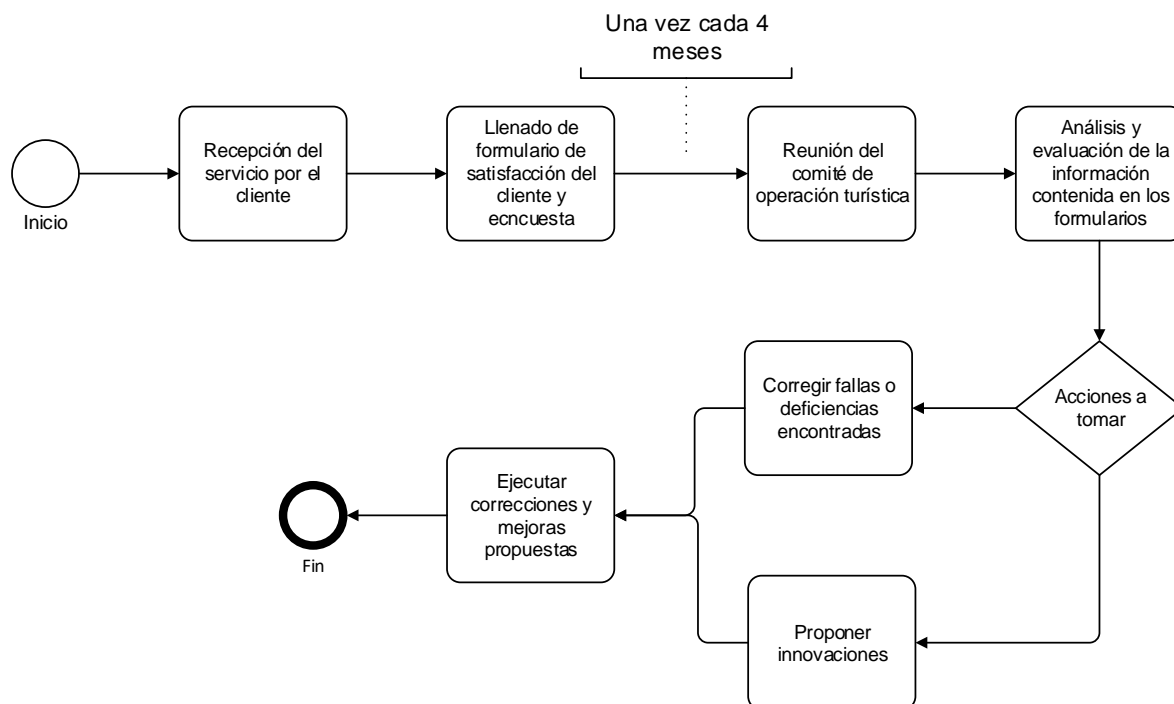
Posteriormente al esfuerzo realizado en términos de la calidad por el de operación turística, durante y después de la implementación del sistema de calidad, prosigue la evaluación de dicha implementación mediante auditorías de calidad (por terceros) donde se puede evidenciar y registrar cuan idóneo es el sistema de gestión de calidad, así como las mejoras que deben continuarse promoviendo de manera que la calidad pase de ser un simple concepto a una mejora diaria, motivada principalmente por los logros obtenidos y la satisfacción del cliente

Algunas recomendaciones que se deben de considerar para mantener y mejorar el sistema son:

- Escuchar la opinión del cliente sobre el servicio recibido.
- Medir si todos los servicios que se realizan están disponibles a tiempo.
- Conocer sobre como la competencia brinda su servicio.
- Realizar cambios y mejoras en objetivos, políticas y normas de calidad del sistema.
- Mantener y mejorar el servicio que se brinda a los clientes, si este está calificado como satisfactorio.
- Realizar las acciones correctivas de acuerdo a los puntos claves incumplidos.
- Someterse a auditorias por terceros.
- Someterse a la obtención de la certificación de calidad del servicio turístico.

Por lo tanto, la propuesta de circuitos turísticos deberá tener en cuenta que para ofrecer un servicio total de calidad tendrá que considerar otros elementos como buscar la certificación y acreditación de calidad a largo plazo, en la cual se realizarán auditorias (por terceros) al sistema de calidad que como comité estén implementando, al cual se le deberán realizar mejoras de acuerdo a las normas por las cuales se certificará. A futuro la propuesta debería aspirar a certificaciones en el marco de las ISO 9001 sobre sistemas de calidad, ISO 14001 sobre gestión ambiental.

PROCESO DE FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE CALIDAD.



Esquema 83. Proceso de funcionamiento del Sistema de Calidad.

J) BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO

Sin duda alguna la implementación de buenas prácticas de turismo, espera corregir o mejorar la situación actual y futura de las empresas, con el fin de prevenir o minimizar los posibles impactos negativos que puede generar la actividad turística, optimizando la calidad de los servicios ofrecidos al visitante.

Las buenas prácticas de turismo son una herramienta que provee a las iniciativas del turismo rural adoptar acciones concretas que les permitan dirigir su gestión hacia la práctica de un turismo sostenible.

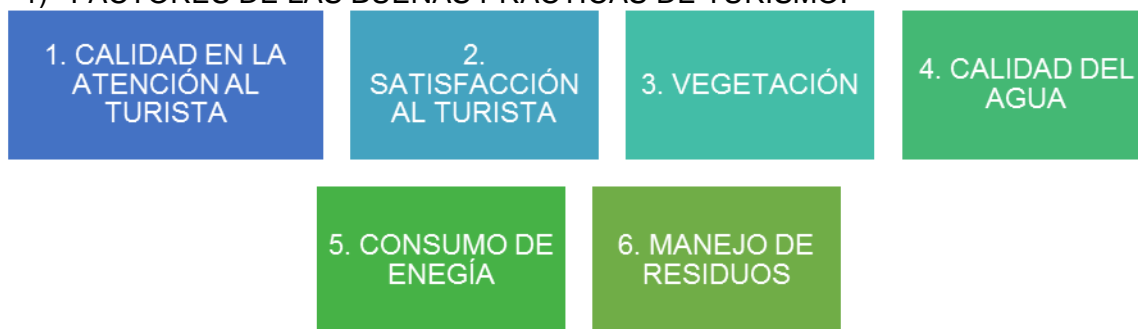
El turismo sostenible ha sido definido por la Organización Mundial del Turismo como aquel que “conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida”.

Hacer del turismo sostenible una realidad, requiere la adopción de “buenas prácticas de turismo”, que son aquellas medidas de corrección o mejoramiento a implementarse en todas las áreas de gestión y operación de las empresas turísticas. Estas labores tienen como fin garantizar que se está produciendo el menor impacto negativo posible, que continuamente se mejora la calidad del producto turístico, así como su imagen frente al cliente y que se hace más eficiente el desarrollo empresarial y, por ende, su desempeño socioeconómico.

Por lo tanto, es muy importante para el comité de operación turística, Guazapa Tours de R.L. y para todas las iniciativas involucradas, conocer sobre ellas y tenerlas en cuenta para aplicarlas durante el desarrollo y futuro de la presente propuesta de circuitos turísticos rurales en el municipio de Suchitoto. De esta forma, se lograrían beneficios fundamentales del turismo sostenible: mejorar la calidad de vida de la población, brindar al visitante una experiencia de alta calidad y conservar la calidad del medio ambiente del que dependen los actores involucrados en la actividad turística: poblaciones locales, visitantes y empresas.

La implementación de buenas prácticas de turismo abarca todos los factores que se muestran a continuación:

1) FACTORES DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO.





Esquema 84. Factores que incluyen las buenas prácticas de turismo.

(a) CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL TURISTA.

En la actualidad se tiene bien claro que la calidad no es un lujo, sino un medio de poder responder a las expectativas creadas por el consumidor. El usuario del turismo rural busca ambientes rústicos (en oposición a los hábitos urbanos), también desea que los servicios propuestos correspondan a sus expectativas. Higiene, comodidad, silencio, seguridad, posibilidad de comunicarse con el exterior, son elementos que deben estar presentes en las organizaciones que realizan turismo rural. Por lo tanto, es muy importante definir seis aspectos indispensables para que el producto turístico ofertado sea percibido con calidad por el cliente:

i. Definir reglas:

Es necesario explicarle al turista que existen algunas reglas que deben ser cumplidas para facilitar las buenas relaciones con sus anfitriones y sus eventuales vecinos. Se trata del respeto a las personas y a los bienes, el respeto de las horas de reposo, el cuidado de los objetos, del material agrícola, la naturaleza, el patrimonio cultural, de los animales, etc.

ii. Comida y venta de productos de las iniciativas:

Se debe tomar en cuenta las normas sanitarias vigentes. La información sobre las autorizaciones necesarias y reglamentos en curso que deben obtenerse en la municipalidad en los servicios de salud y medio ambiente. Estos aspectos se refieren al estado de los locales (higiene de la cocina, baños, evacuación de desechos, aseo), manejo de los productos alimenticios y preparación de comidas y productos tales como conservas, frutas, mariscos, lácteos y otros.

iii. Las Comidas:

Se debe preferir la calidad del producto fresco a la del producto en conserva o congelado. En lo posible, los productos deben provenir de la propia iniciativa, del municipio o de la misma región. El estilo debe ser local; debe evitarse proponer una "cocina internacional", que no corresponde al estilo ni a las expectativas de los turistas interesados en la vida rural. También es conveniente proponer la venta de algunos productos elaborados en las iniciativas productivas visitadas: mermeladas, fruta deshidratada, jugos, miel, mariscos, huevos, aves, frutas, verduras y otros.

iv. **Alojamiento:**

La adecuada preparación de la estructura prevista para el recibimiento de turistas requiere tener en cuenta un conjunto de factores relativos a la construcción del lugar. La restauración de una casa antigua no significa construir algo nuevo sobre cimientos antiguos. Se trata de una evolución que debe tratar de conservar el carácter rural antiguo del lugar, respetando el estilo rural. Deben respetarse los colores, la armonía de las formas, el entorno. El aspecto exterior, en lo posible, debe modificarse sólo en el mínimo necesario, tratando de conservar lo elementos antiguos como pozos, chimeneas, escaleras, maderas, baldosas, huerto y otros, y más aún en un lugar como Suchitoto que es reconocido a nivel nacional e internacional por el concepto y el ambiente que brinda la arquitectura del municipio.

v. **Las Animaciones:**

Aunque el turismo rural se caracteriza por ser un turismo en el cual los usuarios buscan tranquilidad, descanso y un cambio de su ritmo cotidiano, es importante estar informado sobre las posibilidades de animación que pueden existir en las comunidades o en las proximidades del lugar de estadía, las cuales permiten ampliar la gama de actividades propuestas a los visitantes al aportar elementos complementarios de distracción.

vi. **La calidad regional:**

La Calidad turística de una región o municipio se caracteriza por su aptitud para crear y desarrollar un ambiente agradable, junto a la posibilidad de realizar actividades recreativas poco usuales para los visitantes.

(b) SATISFACCIÓN AL TURISTA.

Para que los turistas se vayan satisfechos es necesario que se les atienda bien, se sientan seguros y cumplir o sobrepasar sus expectativas. Como satisfacer al turista:

- Dar al turista más de lo que se le ofrece. Es preferible sorprenderlos gratamente con detalles que no fueron mencionados al momento de la venta.
- Hacer que los clientes se sientan seguros durante los servicios. Informar sobre posibles riesgos en la zona que se visita y la forma de evitarlos.
- Si se ha cometido una falta, recompensar al turista. Que se vea la intención de brindarle el mejor servicio.
- Preguntar a los turistas si todo está bien, hacerlo a través del personal. Poner esa información por escrito.
- Diseñar formularios para comentarios, quejas o sugerencias. Es mejor dar opciones para marcar, evitándose así que el turista tenga que escribir mucho.
- Enviar correos electrónicos pidiendo su opinión sobre los servicios recibidos.
- Solicitar a los turistas, al personal y proveedores recomendaciones y sugerencias para mejorar.
- Reunir al personal mensualmente para evaluar los comentarios.
- Tomar en cuenta las quejas. Con las sugerencias de los turistas hacer planes de acción para la mejora continua.

(c) LA VEGETACIÓN.

Es muy importante tener en cuenta lo siguiente:

- Un uso inadecuado del fuego en áreas protegidas como en otros espacios forestales puede dañar seriamente un ecosistema
- La tala deliberada de árboles para la construcción genera deforestación.
- La excesiva acumulación de basura, además de ser un impacto visual negativo, y alterar otros elementos de la naturaleza, cambia la condición de los nutrientes, según el tipo de basura, y en ocasiones bloquea el paso del aire y la luz, generando alteraciones en la vegetación.
- El tráfico peatonal y de vehículos, así como las áreas de descanso o de camping, generan pérdida de vegetación por pisoteo, compactación, etc.

Para mantener una buena vegetación en la zona, los participantes de los circuitos deberán de realizar acciones como las siguientes:

- Capacitar al personal sobre el buen uso de los recursos naturales.
- Establecer un programa de revisión y mantenimiento de áreas naturales para verificar que la vegetación de la zona se encuentre en las mejores condiciones.
- Realizar siembra de árboles o de otro tipo de flora para enriquecer las áreas naturales o compensar las que se han utilizado para recursos complementarios de la zona.

(d) CALIDAD DEL AGUA.

El agua es uno de los principales elementos de nuestro planeta y es un recurso cada vez más escaso. Es responsabilidad de todos cuidarla.

Qué hacer para darle el mejor uso:

- Sensibilizar y capacitar al personal sobre la importancia del agua y su correcto uso.
- Usar jabones que no requieren mucha agua para disolverse (espumas, jabones líquidos, entre otros).
- Establecer planes de revisión y mantenimiento. Capacitar al personal para detectar fugas, informar y/o dar solución al problema.
- Llevar registros de consumo mensual de agua por áreas y listas de verificación de mantenimiento.
- Colocar anuncios en las oficinas, habitaciones y/o servicios higiénicos para cerrar el chorro, detectar fugas de agua, etc.
- Instalar filtros para purificar y moderar el agua.
- Si se cuenta con amplios jardines que requieren riego, dejar esta labor para el final de la tarde o noche para reducir el desperdicio por evaporación. Tratar de no usar agua potable, usar agua de los ríos más cercanos.

(e) CONSUMO DE ENERGÍA.

Qué hacer para hacer un buen consumo de energía:

- Sensibilizar y capacitar al personal para reducir el consumo de energía.
- Colocar anuncios en zonas claves para apagar luces innecesarias.
- Utilizar en la medida de lo posible sistemas solares de energía.
- Elaborar registros para consumo mensual de electricidad, listas de verificación, de operativos y/o de mantenimiento, para tomar medidas que ayuden a disminuir el consumo de energía
- Colocar láminas transparentes en los techos para aprovechar la luz solar durante el día.

(f) MANEJO DE RESIDUOS.

La basura es uno de los principales problemas en la actividad turística. Su acumulación sin duda da un aspecto desagradable y es un riesgo para la salud y el ambiente. Lo más importante es disminuir la basura y separarla para facilitar su reutilización.

Las siguientes medidas pueden ser retomadas para combatir este problema:

- Gestionar la basura mediante su recogida selectiva con diferentes recipientes diferenciados por colores y carteleras, que estén colocados en zonas claves al uso de todos.
- Informar a los turistas sobre la forma de separar la basura. Colocar anuncios o informar a través del personal.
- Imprimir sólo lo necesario y reutilizar el papel usado por una cara para fax, anotaciones, libretas de apuntes, etc.
- Colocar anuncios que incentiven a los turistas a botar la basura en los lugares correspondientes.
- Colocar los recipientes de basura en zonas visibles y en cantidades moderadas para no opacar el atractivo del lugar.

(g) ÁREAS PROTEGIDAS Y SITIOS ARQUEOLÓGICOS.

Las áreas naturales protegidas son lugares especiales donde se protegen y conservan especies, recursos genéticos y culturales, y la vida en general. Los sitios arqueológicos nos ayudan a conocer nuestro pasado y a conocernos a nosotros mismos. Para la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto incluye lugares como estos como lo son: Cihuatán y Ciudad Vieja.

Para proteger estos lugares se pueden tomar en cuenta las siguientes medidas:

- Denunciar los atentados contra los recursos naturales y culturales.
- Proporcionar información para evitar el impacto social, seguridad, zonas de riesgo y otros.
- Destinar un porcentaje de los ingresos para proyectos de conservación y la revaloración de la cultura local.

- En sitios arqueológicos se deberá tener un estricto control sobre los lugares a visitar como
- por ejemplo nadie deberá caminar sobre las estructuras o sitios para no dañar el patrimonio cultural, solo se permitirá observar y escuchar sobre la historia del lugar que se visita.
- Informar a los clientes sobre la importancia histórica y cultural para la humanidad de los atractivos visitados.

(h) SALUD Y SEGURIDAD.

La operación de la empresa no debe poner en riesgo la salud de los turistas, del personal, de los habitantes locales ni el ambiente en general. Se debe prevenir y estar preparados para atender emergencias.

Para ello es recomendable adoptar las siguientes medidas:

- Informarse antes de la excursión sobre las necesidades médicas y estado físico de cada turista.
- Identificar y controlar los riesgos durante los servicios.
- Llevar un botiquín de primeros auxilios. Consultar a un médico especialista para equiparlo y saber cómo usarlo.
- Prepararse para tratar infecciones estomacales, ya que estas son comunes en los turistas.
- Capacitar y hacer simulacros para actuar en casos de emergencias (desastres naturales, incendios y explosión, evacuación, primeros auxilios, entre otras).
- Conformar una brigada de emergencias, asignando responsabilidades específicas y equipos disponibles.
- Organizar campañas de limpieza en las localidades que visiten los turistas.

(i) GUÍAS TURÍSTICOS.

El Guía turístico desempeña un papel fundamental en la gestión turística, al ser la persona encargada de atender y asistir, conducir e informar, supervisar y hacer cumplir lo ofrecido, y orientar al turista en su idioma durante su estadía en un lugar o país nuevo y desconocido, por lo que sin él, la operación turística y el éxito de la misma probablemente no sería posible.

El bienestar, disfrute de los turistas y la imagen de la empresa durante la visita son responsabilidad del guía.

Por lo que el guía turístico debe:

- Leer bien la información (procedencia y destino, requerimientos de alimentación, salud, alergias, preferencias, experiencia, etc.) de los turistas. Preguntarles al respecto en el primer contacto con ellos.
- El guía debe tratar a todos los turistas como casos particulares, brindando atención personalizada a cada uno de ellos en todo momento.
- Prepararse para satisfacer todas las necesidades de los turistas y poder hacer grata su estadía o aventura.
- Actualizarse, aprender nuevas teorías, estilos de vida de los habitantes locales y su cultura.

- En ambientes naturales, informarse sobre flora y fauna, historia y geografía de la zona.
- No mostrar la cultura local como símbolo de atraso o inferioridad.
- No tratar mal a menospreciar a los pobladores locales.
- Evitar acciones exhibicionistas y exponer a riesgos innecesarios a los turistas.
- Prepararse para prevenir y actuar en casos de emergencia. Tomar cursos de primeros auxilios, rescate, evacuación, reanimación y medicina natural.
- Dar información veraz y manejar los grupos de manera que causen el menor impacto negativo posible al ambiente y la sociedad.
- Asegurarse de que lo ofrecido a los turistas se cumple sobrepasando sus expectativas.
- Reportar a la empresa cualquier problema que se haya tenido durante la excursión.

(j) INTEGRIDAD FÍSICA DEL TURISTA.

- Es necesario contar con medidas preventivas, medidas de respuesta a emergencias de las actividades a realizar, para ello se realizará reuniones para crear las medidas preventivas ya que son las personas de la zona las que conocen los lugares de riesgo y la mejor forma de evitar accidentes.
- El lugar donde se llevarán las personas si sufren un accidente se determinará por el personal de la iniciativa turística o un lugar de atención de emergencias en el centro turístico o en algún lugar de accesibilidad.
- Se deberá contar con personal que conocerá de primeros auxilios dentro de ellos están los guías turísticos que son los que tienen mayor contacto con el turista y deberá responder inmediatamente a una emergencia, así también se contará con el equipo a utilizarse, además se debe de contar con la información de los hospitales o unidades de salud más cercanos.
- Se debe de contar con el equipo y gestiones de apoyo a la actividad como lo es transporte en el caso de algún accidente, acciones de primeros auxilios, agua etc.
- El grupo de trabajo del comité y los guías turísticos debe de estar adiestrado en los ambientes a visitar y destrezas a utilizar para cualquier percance.
- Que el grupo de trabajo sea suficiente para manejar el grupo de visitantes en proporción al menos un guía por cada diez turistas.
- Tener un mapa del área a visitar para la fácil ubicación en el caso algún accidente.
- Deben instruirse al personal sobre la conducta y acciones que deben seguir en caso de emergencia.
- El botiquín de primeros auxilios debe tener mínimamente los siguientes elementos: vendas, gasa, cinta adhesiva, guantes de goma y quirúrgicos, agua potable, tijera sin punta, toalla y una manta; junto a una linterna con pilas, alcohol puro etílico, agua oxigenada y jabón.
- Plan de seguridad de delincuencia que deberá tenerse en cuenta con el apoyo de la policía turística de la zona con la ayuda del ministerio de turismo.
- Inspeccionar cada cierto periodo los restaurantes, y los lugares turísticos en general para garantizar la higiene del destino.
- Hay que recordar que el turista requiere una mayor atención y asistencia por el desconocimiento del destino, por lo que la información se transforma en una variable de altísima valoración, es por ello que se debe de dar la información necesaria al turista antes de la realización de cada actividad, cada tipo de

información dependerá del tipo de actividad a realizar para que el turista sepa tomar en cuenta las recomendaciones para cada caso.

(k) SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA.

La señalización es un verdadero factor de credibilidad que brinda valor agregado a cualquier área. Se incluye igualmente en caminos de acceso como carreteras o brechas, poblados cercanos, módulos de información y sitios de afluencia turística interesante.

El objetivo de la señalización es el de localizar un sitio determinado, en sitios naturales abarca un concepto mucho más amplio, en el que se incluye el trayecto mismo y se involucran veredas, caminos y recorridos cuyos elementos estéticos, naturales, deportivos o culturales contienen un valor y atractivo propios.

Uno de los objetivos principales de este factor de las buenas prácticas de turismo aplicado a la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto, es lograr que las diferentes actividades y servicios turísticos tengan la señalización adecuada de acuerdo al servicio que van a prestar teniendo en cuenta distancias, ubicación, tipo de actividad a realizar, etc., así como también los diferentes símbolos que deberán utilizar para guiar, informar, prevenir y restringir al turista.

La existencia de la señalización turística significará para los visitantes, conocer atractivos y servicios sobre los cuales carecían inicialmente de información por lo que invertirán más días en la región, ahorrar tiempo y sentir que viajan con seguridad.

Las señales del Sector Turismo deben reunir las siguientes características generales:

- Una Fácil interpretación y buena visibilidad tanto de día como de noche.
- Deben ser breves y discretas, para no alterar el paisaje o entorno circundantes, o restar importancia al propio atractivo turístico.
- De fácil colocación y garantizada durabilidad.

El responsable de llevar a cabo el desarrollo de la señalización en la zona, deberá ser el encargado de la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo, quien tendrá que velar porque la señalización de la zona tenga la simbología correspondiente a cada actividad o servicio turístico y de esta manera brindar un servicio de calidad. El responsable de la señalización deberá realizar una petición formal en nombre de Guazapa Tours de R.L. y de las iniciativas miembros de los circuitos turísticos rurales en Suchitoto, al Ministerio de Turismo para que este brinde el apoyo necesario para la realización de la señalización en la zona.

Para el diseño de algunas de las señales deberán utilizarse recursos de la zona como la madera, para indicar rutas y destinos, estas deberán ser decoradas con colores llamativos para atraer la atención del turista. Otras señales deberán ser de material retroreflectivo para indicar actividades a realizarse en la zona.

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

El Símbolo se define como: "Figura u objeto que tiene significación convencional". La acción de simbolizar, implica expresar una idea por medio de un símbolo.

Se debe de brindar al visitante información, y la localización precisa de los atractivos y servicios con que cuenta, creando símbolos especiales para distinguir cada uno de ellos. Estos símbolos constituyen un lenguaje que tiende a hacerse universal para la facilitación y guía al turista durante sus recorridos y estadía. Se caracterizan por la simplicidad de diseño, con la utilización de un mínimo de siluetas, para ser fácilmente perceptibles.

Para establecer cada una de las simbologías, primero se debe de tener en cuenta la identificación y clasificación de los tipos de productos turísticos, servicios y actividades turísticas, etc., que se esperan realizar en la zona.

A continuación se proponen algunos de los productos y servicios, que pueden formar parte de la simbología de las actividades a realizar en la zona. Se debe tener en cuenta que se pueden ir agregando más productos o servicios a los cuales se les asignará símbolos conforme los requieran las necesidades del sector turismo que se esté prestando.

TIPO DE SEÑALIZACIÓN

Para llevar a cabo una buena señalización se debe tener en cuenta, que esta contiene señalamientos de índole informativo, preventivo, restrictivo, los cuales se deberán tener en cuenta para realizar una buena señalización.

a) SEÑALAMIENTOS INFORMATIVOS

Estos señalamientos brindan información geográfica sobre destinos, distancias y actividades que se pueden practicar, así como los servicios disponibles de la zona.

Los señalamientos informativos deben llevar de la mano al viajero desde el acceso en carretera hasta los sitios naturales de mayor belleza o interés. Están enmarcados en un cuadro azul, contrastando con colores comunes en la naturaleza como los verdes y tonos cafés.

b) SEÑALAMIENTOS PREVENTIVOS

La prevención es un aspecto fundamental en cualquier área natural que pretenda promoverse como destino turístico. El propósito de estos señalamientos es el de atraer la atención del turista hacia obstáculos u otros peligros en la naturaleza en general o en la práctica de alguna actividad en particular.

El triángulo rojo tradicionalmente alude a la atención o precaución.

Tanto los señalamientos preventivos como los restrictivos son medios para difundir normas, prevenir accidentes, evitar el mal uso de recursos naturales o el daño a la flora y fauna del área.

c) SEÑALAMIENTOS RESTRICTIVOS

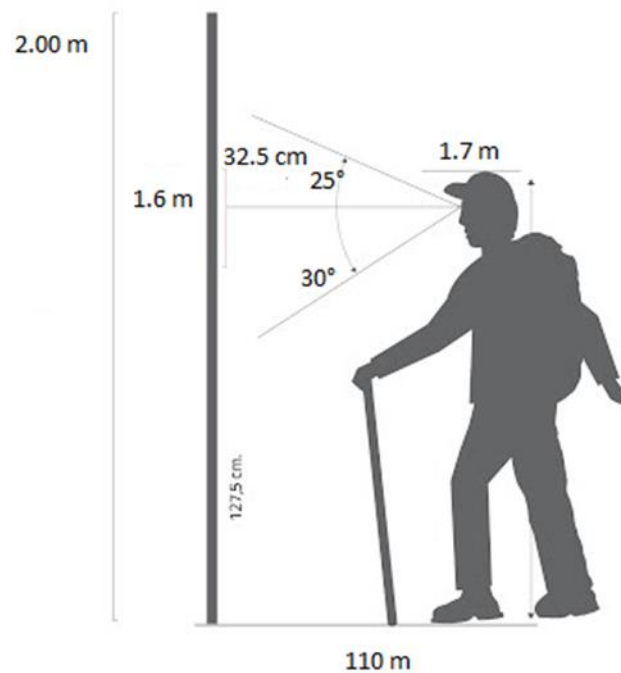
La prohibición de ciertas actividades o actitudes es determinante en la seguridad y comportamiento del turista. Ya sea por inexperiencia del visitante, ignorancia o simple falta de voluntad, serán éstos los señalamientos que marquen los límites de tolerancia.

Una franja cruzada advertirá un señalamiento restrictivo.

Las sanciones atribuidas al incumplimiento de los señalamientos restrictivos deberán ser consecuentes y aplicadas en la medida de lo posible.

Para la los senderos por los que Guazapa Tours realiza las caminatas y por otros senderos por donde se camina en otras iniciativas al momento de realizar los recorridos, se deben tomar en cuentas consideraciones como las siguientes en el diseño de estos elementos para la señalización:

- La altura de las señales no debe sobrepasar los 1.80 m ni ser menores a 1.30 m por razones de legibilidad.
- El tamaño promedio de la señal en relación a la distancia del usuario es de 32.5 cm. La altitud debe ser sobre los 1.20 m sobre el piso.
- El ángulo de visión es de 25° para arriba en relación a la línea visual estándar y de 30° para abajo.



Distancia dentro del rango óptimo de enfoque

Esquema 85 Posición idónea para la ubicación de las señales orientadoras.

En el caso de los recorridos por el Cerro de Guazapa, se podrían implementar señales orientadoras en lugares estratégicos del recorrido, las cuales tienen por objeto situar a los individuos en un entorno, como por ejemplo: mapas o planos de ubicación y de información complementaria. Por otra parte incorporar señales direccionales los cuales son instrumentos específicos de circulación como flechas o prohibiciones de paso. Las primeras podrían ser metálicas, para asegurar su durabilidad en el tiempo, las segundas podrían ser diseñadas y construidas en madera seca, debido a la abundancia de este material en la zona, y así disminuir costos de inversión.

A continuación se presentan algunas de las señales que se pueden implementar en los recorridos que Guazapa Tours brinda alrededor del Cerro Guazapa y en algunas de las otras iniciativas que conforman los circuitos turísticos:



Tabla 320 Ejemplo de tipos de señales propuestas para la PCTRS.

5. REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE GESTION DE LA CALIDAD

| RUBRO | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD |
|---------------------|--|--------------------|
| Recurso Humano | Miembros del Comité de operación turística | 10 |
| Equipo | Cañón | 1 |
| | Laptop | 1 |
| | Mesas | 4 |
| | Sillas | 10 |
| | Basureros para manejo de residuos | 6 por iniciativa |
| | Botiquín | Uno por iniciativa |
| Insumos consumibles | Refrigerio | 10 – 15 |
| | Horas de capacitación | 4 |
| | Material bibliográfico | 10 -15 |
| | Encuestas dirigidas a turistas | Una por turista |
| | Encuesta para evaluación externa (por parte del turista) | Una por turista |
| Infraestructura | Local para capacitación | 1 |
| | Señales orientadoras (Guazapa Tours) | 2 |
| | Señales direccionales (Guazapa Tours) | 20 |
| | Señalización en vía pública | 4 |

Tabla 321. Requerimientos para el programa de Gestión de la Calidad.

K. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

1. INTRODUCCIÓN AL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

El programa de Capacitación del Recurso Humano tanto de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. en general como de las diferentes iniciativas turísticas potenciales, se llevará a cabo con el fin de que cada uno de los que formarán parte de esta propuesta, fortalezcan las competencias necesarias para impulsar el turismo rural en el municipio de Suchitoto, comprendiendo áreas de atención al turista en los diferentes servicios ofrecidos, como también las capacidades empresariales, técnicas, operativas y administrativas necesarias para hacer una gestión adecuada de la PCTRS.

Para que la PCTRS tenga éxito, es fundamental el compromiso del recurso humano que lo desarrollará, por lo que es importante su capacitación tanto a nivel de los comités de la Cooperativa como de su Consejo de Administración. Con estas capacitaciones se busca fortalecer las competencias necesarias para impulsar la oferta turística de la Cooperativa, comprendiendo áreas de atención a los turistas en los diferentes servicios ofrecidos, como también las capacidades empresariales, técnicas, operativas y administrativas necesarias para hacer una gestión adecuada del programa, las iniciativas y servicios aquí propuestos.

Para poder determinar qué tipo de formación y capacitación se deberá impartir, se considera la siguiente información: partiendo de la identificación del recurso humano que formará parte de la organización de la Cooperativa y el personal requerido para ofrecer los diferentes servicios turísticos, se gestionarán las capacitaciones con instituciones como universidades, instituciones de gobierno y organizaciones sin fines de lucro, para que desarrollen los diferentes temas de interés. En tal sentido en el presente programa, se ha hecho una identificación inicial de módulos y temáticas que son necesarios, las orientaciones metodológicas para las capacitaciones y los recursos para ello.

La capacitación es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo o de servicios, mediante la discusión de temas, el desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

A) OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

Fortalecer las capacidades del recurso humano que impulsará la Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el municipio de Suchitoto a fin garantizar la adecuada implementación del mismo, tanto a nivel de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. como en cada una de las iniciativas incluidas.

B) OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

- Fortalecer las capacidades de gestión turística de los miembros de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L., así como de los propietarios de las iniciativas, cooperativistas, personal municipal y miembros de organizaciones sociales vinculadas al mismo a fin de conducir adecuadamente el desarrollo de la PCTRS.
- Generar las competencias técnico-vocacionales del personal que laboran o laborarán en las diferentes iniciativas turísticas en sus respectivas áreas de servicio que desempeñarán.

3. COMPONENTES DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

A) ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN.

1) GRUPOS SUJETOS DE CAPACITACIÓN.

Se establecerán dos grupos objetivos de las capacitaciones, los cuales serán manejados en mediante grupos de 15 participantes por cada grupo, así:

Grupo 1: Miembros la Cooperativa, dueños de iniciativas, cooperativistas, administradores, personal de la municipal, organizaciones sociales. A ellos se les proporcionara los **Módulos I, II y III**

Grupo 2: Dirigido a personal operativo de las iniciativas, empleados y jóvenes del municipio, que ya laboran en las mismas o son potencial mano de obra para estas.

2) DURACIÓN DE LOS MÓDULOS.

La Duración de cada módulo será de 120 horas por modulo, jornadas de 6 horas, dos veces por semana, durante 2 meses y medio. Se manejará un grupo cada vez que se imparta un módulo y la programación estará sujeta a disponibilidad de CDMYPE.

3) MÓDULOS Y TEMÁTICAS DE CAPACITACIÓN.

MODULO I: GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS.

- TURISMO RURAL COMUNITARIO.
- PLANIFICACIÓN DE DESARROLLO TURÍSTICO.
- ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS.
- GESTIÓN DE RECURSOS: FINANCIAMIENTO, COOPERACIÓN Y ALIANZAS.

MÓDULO II: CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS.

- BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE.
- NORMAS SALVADOREÑAS DE TURISMO (EN BASE LAS ESTABLECIDAS POR EL ORGANISMO SALVADOREÑO DE NORMALIZACIÓN OSN).
- SISTEMA DE GESTIÓN Y DESARROLLO DE LA CALIDAD TURÍSTICA.

MÓDULO III: OPERACIÓN Y MARKETING TURÍSTICO.

- TOUR OPERADOR.
- SEGURIDAD DEL TURISTA.

- PROMOCIÓN TURÍSTICA.
- POSICIONAMIENTO DE MARCA.
- INTELIGENCIA DE MERCADO TURÍSTICO.

MÓDULO IV: OPERATIVIDAD DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

- COCINA LOCAL.
- MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS.
- PREPARACIÓN DE BEBIDAS NACIONALES.
- SERVICIO AL CLIENTE.
- SERVICIO DE ALOJAMIENTO.
- SERVICIO DE TRANSPORTE.
- SERVICIO DE GUIADO.

4) MODALIDADES DE CAPACITACIÓN.

Las capacitaciones podrán ser impartidas a través de cursos, seminarios o jornadas prácticas y teóricas.

Es muy importante tener el conocimiento que otras iniciativas puedan ofrecer y poder poner en práctica el intercambio de experiencias.

4. REQUERIMIENTOS DE RECURSOS PARA CAPACITACIONES.

| RECURSOS | LUGAR |
|--|---|
| Recursos didáctico visuales: Pizarrón, proyección, equipo de trabajo: libros, libretas, lapiceros. Recurso humano: Instructores, y personal coordinador. | Instalaciones de diferentes entes: CORDES, las iniciativas o la municipalidad. Oficinas actuales de Guazapa Tours detalladas en la distribución en planta. Si son prácticas también podría realizarse en las mismas iniciativas. Instalaciones de las instituciones que brinden el servicio de capacitación. |

Tabla 322 Requerimientos de recursos para capacitaciones.

5. GESTIÓN DE LAS CAPACITACIONES

Para la obtención de capacitaciones, se sugieren las siguientes alternativas:

- Hacer contacto con profesionales en el ámbito turístico y empresarial del país.
- Solicitar los servicios de capacitaciones brindadas por las instituciones que se dedican a la formación en turismo:

- Ministerio de Turismo MITUR.
 - Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario MNTRC.
 - Corporación Salvadoreña de Turismo CORSATUR.
 - Universidades.
 - Ministerio de Economía.
Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa CONAMYPE
Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas CDMYPE.
 - CENTROMYPE.
 - Etc.
- Buscar entidades no gubernamentales de cooperación extranjera que pueda ayudar y brindar apoyo económico o técnico a través de voluntarios para capacitar al recurso humano del municipio, considerando la modalidad de turismo rural.

A) GESTIÓN DE CAPACITACIÓN EN CDMYPE

INFORMACIÓN GENERAL

Procesos de formación de manera grupal, para varios emprendedores (as) o para una o varias empresas, con un mínimo de 12 participantes. La capacitación puede ser general o especializada.

REQUISITOS GENERALES

Deben ser entidades formales o informales, constituidas por personas naturales o jurídicas, con fines de lucro de las actividades declaradas elegibles.

- Emprendedores/as,
Ventas anuales mínimas de mil dólares de los Estados Unidos de América (\$1,000.00) y hasta un máximo de cinco mil setecientos quince dólares de los Estados Unidos de América (\$5,715.00).
- Micro empresa:
Persona natural o jurídica que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales hasta cuatrocientos ochenta y dos salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y hasta 10 trabajadores.
- Pequeñas empresas:
Persona natural o jurídica que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales mayores a cuatrocientos ochenta y dos salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y con máximo de cincuenta trabajadores.

TIEMPO DE RESPUESTA

La respuesta para solicitar el servicio de capacitación es de inmediato, luego el tiempo de programación puede llevar un aproximado de 2 semanas.

ÁREA ENCARGADA

Centros de desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas. Horario de Atención: lunes a viernes de 8:00 am. a 12:00 pm. y de 1:00 pm. a 5:00 pm. Sábados de 8:00 am a 12:00 pm.

ENCARGADO DEL SERVICIO

Asesores Empresariales de CDMYPE.

DIRECCIÓN CERCANA DONDE SOLICITAR EL SERVICIO

* CDMYPE - Universidad Francisco Gavidia: Edificio D, Avenida Olímpica, contiguo a Súper Selectos. Teléfonos: 2298-2237-

* CDMYPE - Universidad Tecnológica: Edificio Thomas Jefferson Calle Arce y 17 Avenida Sur, San Salvador. 2275 8784

* CDMYPE – PROCOMES: Avenida Emilio Avelar Casa No. 2, Bo. El Centro, Nejapa. Teléfono: 2201-0653

OBSERVACIONES

El grupo meta a ser atendido es:

- Emprendedores/as mayores de dieciséis años;
- Grupos de emprendedores/as;
- Empresas Individuales;
- UDP (Contratos de colaboración empresarial) y
- Grupos Asociativos.

El costo total del servicio es de \$0.00

B) REQUERIMIENTOS PARA UN BUEN DESARROLLO DE LAS CAPACITACIONES.

Información de los participantes:

- Área ocupacional a la que pertenecen.
- Actividades que desempeñan.
- Edad.
- Escolaridad.
- Horario de trabajo o jornada ocupada.

Condiciones del ambiente:

- Selección de aula local de las instalaciones.
- Condiciones materiales e higiénicas.
- Visibilidad, acústica, ventilación, etc.
- Servicios complementarios: cafetería, materiales, servicios, etc.

C) CAPACITACIÓN CONTINUA.⁶⁹

Las capacitaciones deben darse cada cierto periodo de tiempo ya que el personal debe irse actualizando según las necesidades que surjan en el transcurso de la actividad turística y para ello se debe llevar un registro de las personas que han recibido capacitación, el tipo de capacitación que han recibido para poder dar seguimiento a las mismas, quienes son las personas que se están integrando y que necesitan ser capacitadas, y el rendimiento que están dando las capacitaciones a través de lo que refleja el rendimiento de las mismas en el trabajo diario que se realiza.

VER ANEXO J CONTROL Y NECESIDADES DE CAPACITACIÓN.

L. PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN

1. INTRODUCCIÓN AL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN

El Programa de Gestión de Cooperación Inter-institucional, es uno de los componentes esenciales de la propuesta de circuitos turísticos rurales para el municipio de Suchitoto pues es determinante para la viabilidad y sostenibilidad económica, social, política, cultural y ambiental del circuito propuesto. En este se abordan los elementos que están fuera del control de la Cooperativa Guazapa Tours, pero que son esenciales para el buen desarrollo de los circuitos, entiéndase: La seguridad pública de la zona, la infraestructura de vías de acceso en las rutas y hacia las diferentes iniciativas, la salud y saneamiento del entorno de la iniciativas y de las comunidades donde se localizan las iniciativas, la prevención y gestión de riesgos de las rutas y las mismas iniciativas, los procesos de educación turística a la comunidad en que se localizan las iniciativas turísticas, así como también la gestión de los recursos financieros y técnicos para las mejoras de las capacidades y condiciones de los servicios turísticos, y el establecimiento de alianzas a nivel local, regional, nacional e internacional con la Cooperativa Guazapa Tours, cámaras o instancias con que se compartan visiones y que puedan aunar esfuerzos en beneficio del desarrollo turístico del municipio y en general. En este último apartado la Cooperativa Guazapa Tours deberá apostar por la incidencia en leyes, políticas y programas de turismo a nivel de país en el marco de alianzas de los circuitos turísticos, a efectos de que esta modalidad de turismo sea reconocida y beneficiada de los incentivos que existen para el sector.

Dentro de esta propuesta se incluye un conjunto de estrategias de gestión para cada uno de los elementos antes señalados, a fin de que pueda obtenerse la colaboración de las instituciones pertinentes para el desarrollo de los productos turísticos del municipio.

Aquí es importante, la matriz de interesados establecidas en el diagnóstico, donde se detalla la coordinación que debe llevarse a cabo entre la cooperativa, la municipalidad e instituciones con presencia en el municipio. Los principales mecanismos que permitirán hacer de la gestión, un proceso más eficiente y eficaz, son la comunicación, la incidencia y la negociación. Para ello, será importante el mapa de actores, sus intereses y el establecimiento de aliados estratégicos como son las propias iniciativas miembros del comité, la municipalidad, las comunidades, la mesa nacional de Turismo Rural, entre otras, pues ello potenciaría las posibilidades de obtener resultados positivos en diferentes gestiones.

2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN

A) OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN

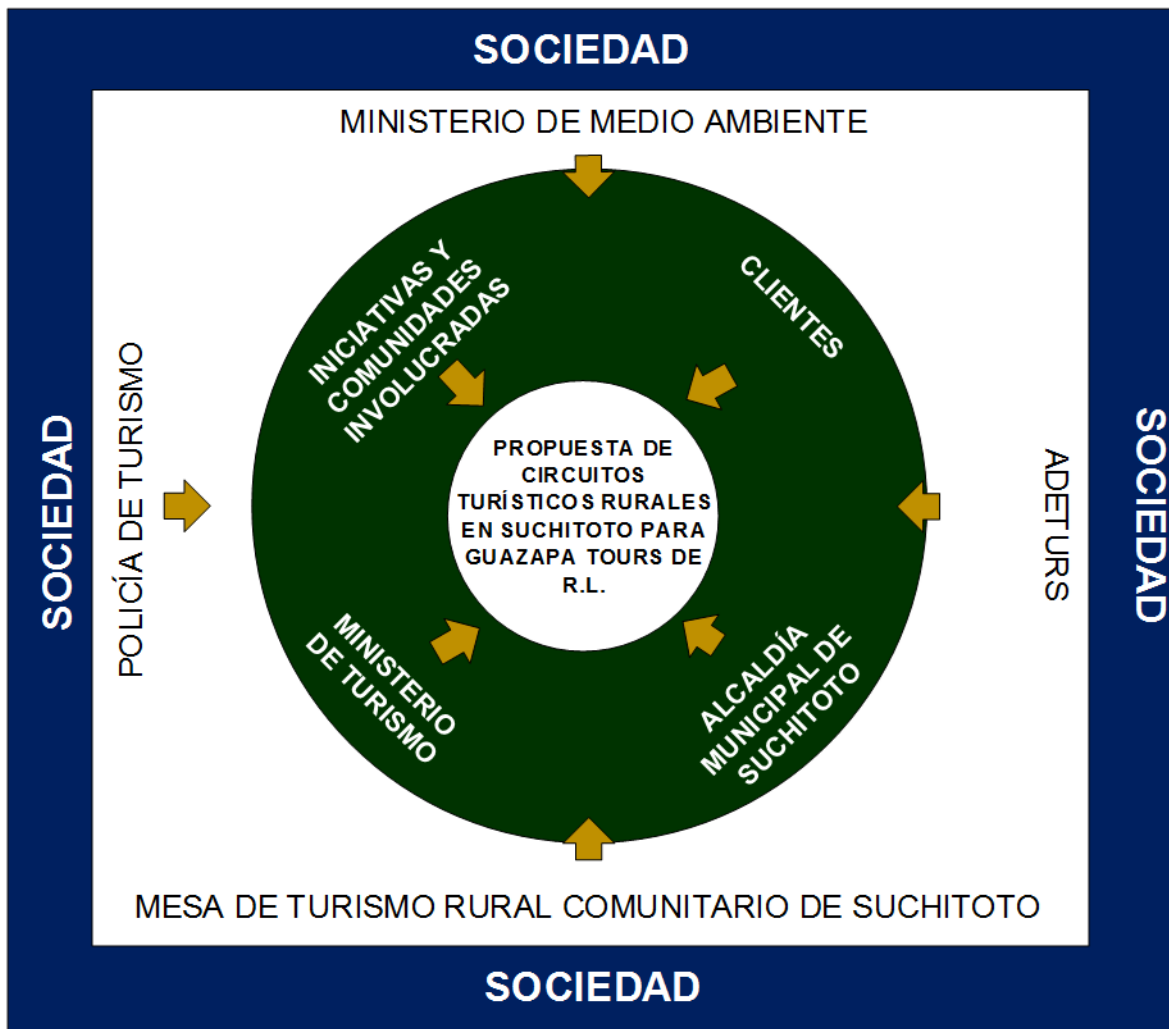
Desarrollar el conjunto de estrategias de gestión que permitan la obtención de los apoyos necesarios para el desarrollo integral de los Circuitos turísticos rurales en el municipio de Suchitoto, garantizando los recursos económicos, servicios básicos, técnicos, humanos y materiales para la integralidad y sostenibilidad de la propuesta.

B) OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN

- Desarrollar una estrategia que facilite la disposición de dispositivos y un ambiente de seguridad ciudadana en el municipio, especialmente en las rutas e iniciativas turísticas que garanticen la integridad física del turista y el desarrollo de las actividades en un ambiente de tranquilidad y confianza.
- Establecer una estrategia de Gestión para la mejora de la infraestructura de vías de acceso y el mantenimiento de mismas, a fin generar un flujo turístico en las rutas durante todo el año.
- Contar con una estrategia de Gestión de la Salud y Saneamiento básico en las comunidades y entornos de las iniciativas turísticas que garantice la salubridad e higiene del ambiente en que se desarrolla la actividad turística.
- Contar con estrategia de Prevención y Gestión de Riesgos de las rutas e iniciativas turísticas a efectos de contar con las alternativas prevengan o reduzcan el impacto de las situaciones de emergencia en la actividad turística del municipio.
- Desarrollar una estrategia de Gestión de Educación Turística hacia las Comunidades en donde se ubican las iniciativas turísticas y población del municipio en general a fin de sensibilizar sobre los beneficios y generar una actitud favorable hacia el turismo.
- Diseñar una estrategia de Gestión de los Recursos Financieros necesarios para la implementación de los circuitos turísticos rurales mediante el acceso a fuentes de financiamiento retornable o no retornable.
- Contar con una estrategia de Gestión de Recursos técnicos, humanos, servicios o materiales que potencien el desarrollo de los circuitos turísticos rurales en Suchitoto.
- Establecer la estrategia de Alianzas a nivel local, Regional, Nacional e Internacional, a efectos de potenciar las diferentes gestiones de cooperación e incidencias para el desarrollo de los circuitos turísticos rurales y a nivel de País en general.

3. ENTES INCIDENTES EN LA PCTRS.

La propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto, requiere de un conjunto de componentes, que incluyen coordinaciones, alianzas, acciones, propuestas, gestiones, recursos y muchos más elementos. Para ello en el siguiente diagrama se muestran los entes incidentes más importantes dentro de la propuesta, con el propósito de tener un panorama más amplio y claro del rol que cada uno de ellos desempeña dentro de la misma.



Esquema 86 Principales entes incidentes en la PCTRS.

El diagrama anterior representa las relaciones de los principales entes que inciden en la PCTRS:




| Figura | Explicación |
|---|--|
|  | Representa las entidades que tendrán una participación directa en el desarrollo y el funcionamiento de la PCTRS, a través de gestiones de alianzas, regulaciones al rubro turístico y los principales beneficiados de la propuesta. |
|  | Contiene todas aquellas instituciones u organismos que si bien es cierto su participación en la PCTRS no será de forma directa, influirá de manera complementaria en la misma, mediante regulaciones de conservación del medio ambiente, apoyo a la realización de las actividades turísticas cuando fuere necesario y gestiones de apoyo para el desarrollo turístico en Suchitoto. |
|  | En esta área se enmarca el ente más externo pero no el menos importante ya que con la propuesta de circuitos turísticos rurales se pretende alcanzar un desarrollo sostenible tanto económico como financiero además mejor la calidad de vida de las personas que la conforman. |

Tabla 323 explicación del diagrama de entes incidentes de la PTRS.

4. COMPONENTES DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN

| ÁREA | OBJETIVOS | ESTRATEGIA | ENTE HACIA EL QUE SE DIRIGE LA GESTIÓN | ALIADOS |
|---------------------|--|--|---|--|
| SEGURIDAD | Seguridad los turistas y seguridad a las iniciativas. | Gestión de comité para seguridad en rutas, a grupos de paquetes, fines de semana y temporada alta. | POLITUR CAM de Suchitoto. | Municipalidad Comunidades |
| INFRAESTRUCTURA | Mejora de vías de acceso y muelles de embarque y su mantenimiento. | Gestión de comité con contrapartida de municipalidad para mantenimiento. | Alcaldía de Suchitoto MOP | Municipalidad Comunidades |
| SALUD | Mejora del saneamiento ambiental: agua, desechos, higiene e inocuidad de zonas de las rutas e iniciativas turísticas | Realización de campañas de limpieza y saneamiento de áreas naturales, áreas comunales y educación en salud ambiental en las comunidades de las rutas e iniciativas turísticas. | Ministerio de Salud (Equipos Comunitarios de Salud Familiar). Alcaldía de Suchitoto. | PROVIDA Municipalidad Comunidades |
| GESTIÓN DEL RIESGO | Reducción del impacto de las situaciones de emergencias en el desarrollo de la actividad turística. | Contar con un programa de gestión del riesgo en las rutas e iniciativas turísticas en coordinación con el comité de emergencia municipal y departamental. | Centro de Operación de Emergencia(COE) Municipal Y Departamental. Dirección de Protección Civil. | Municipalidad Comunidades |
| EDUCACIÓN TURÍSTICA | Mejorar la sensibilidad y disposición de las comunidades y población del municipio a contribuir a la actividad turística | Desarrollar campañas de educación sobre la importancia del turismo y especialmente el turismo rural en medios locales y en los centros escolares del municipio. | Comunidades Población en General del municipio Centros Educativos | Municipalidad Asociación de Desarrollo Turístico de Suchitoto (ADETURS) Centro de Amigos del Turista (CAT). |

| | | | | |
|--|---|--|--|---|
| <p style="text-align: center;">RECURSOS FINANCIEROS</p> | <p>Obtención de recursos financieros para la implementación de los circuitos turísticos rurales.</p> | <p>Presentar propuestas de plan en general y planes específicos para gestión de cooperación financiera en calidad de donación o financiamiento en condiciones favorables ante organismos nacionales e internacionales</p> | <p>Fondo del Milenio El Salvador (FOMILENIO). Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO). Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (CONAMYPE) Ministerio de Turismo (MITUR). Organizaciones Internacionales.</p> | <p>Municipalidad Asociación Fundación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador (CORDES). Asociación para el Desarrollo de El Salvador (CRIPDES). Organizaciones sociales.</p> |
| <p style="text-align: center;">RECURSOS TÉCNICOS</p> | <p>Obtención de recursos materiales, servicios de apoyo, recurso humano y asistencia técnica para la implementación de los circuitos turísticos rurales en Suchitoto.</p> | <p>Presentar propuestas para gestión de capacitaciones, personal voluntario, material publicitario, participación en ferias, asistencia técnica y estudios a diferentes instituciones públicas y privadas estableciendo convenios o cartas de cooperación.</p> | <p>Ministerio de Turismo (MITUR) Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR). Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (CONAMYPE) Ministerio de Economía (MINEC) Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP) Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN). Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). Universidades nacionales y extranjeras Organismos especializados en Turismo.</p> | <p>Municipalidad Asociación Fundación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador (CORDES). Asociación para el Desarrollo de El Salvador (CRIPDES). Organizaciones sociales.</p> |

| | | | | |
|--------------------------------|---|--|---|---|
| ALIANZAS DE COOPERACIÓN | Obtención de recursos, intercambio de experiencias, relaciones de negocios e incidencia en Turismo Rural a nivel nacional e internacional | Participar en redes de Turismo Rural a nivel regional, nacional e internacional que faciliten el acceso a fuentes de cooperación e incidencia en favor del Turismo Rural a nivel local y nacional. | Mesa de Turismo Rural de Suchitoto. Red Centroamericana de turismo rural comunitario. Ministerio de Turismo (MITUR). Sistema de Integración Centroamericana (SICA). | Municipalidad Asociación Fundación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador (CORDES). |
|--------------------------------|---|--|---|---|

Tabla 324 Componentes del programa de gestión de Cooperación.

A) CONTACTO DE LOS ENTES INVOLUCRADOS EN EL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN

| NOMBRE/LOGO | DESCRIPCIÓN | CONTACTO |
|------------------------|--|---|
| POLITUR | Es una unidad especializada en seguridad turística y se ha convertido en un referente para la Región de Centro América. | Tel.: 2511-8300, 2511- 8302 Correo: www.politurelsalvador.com |
| ECOS FAMILIARES | Son un modelo de atención primaria de salud y con enfoque de salud familiar y son parte de la reforma de salud que el Ministerio de Salud Pública. | Dirección: Av. El Comercio, Bo. El Centro, Guazapa. Teléfono: 2324-0002 |
| SICA | Creada por decisión de los presidentes Centroamericanos en el Protocolo de Tegucigalpa con el propósito de prestar servicios y brindar sus capacidades técnicas y ejecutivas en apoyo a los esfuerzos de integración regional, particularmente en la construcción gradual y progresiva de la Unión Centroamericana. | Tel.: 2248 8800 Correo: http://www.sica.int/ |
| CRIPDES | La Asociación para el desarrollo de El Salvador, CRIPDES es una organización de base con vasta experiencia en la organización y desarrollo de comunidades rurales del país. CRIPDES nació el 14 de julio de 1984 en medio del conflicto armado que vivía El Salvador en esos años. | Dirección: Final Calle María Auxiliadora (23 Calle Poniente), #1523, Col. Laico San Salvador, San Salvador, El Salvador Correo: cripdes@gmail.com Teléfono: 2235-4005 |
| FONDEPRO | Es una iniciativa del Gobierno de El Salvador, ejecutada a través del Fondo de Desarrollo Productivo del Vice Ministerio de Comercio e Industria del Ministerio de Economía (MINEC). Es un Fondo financiero destinado a otorgar cofinanciamiento no reembolsable a la MIPYME, a fin de fortalecerla en su competitividad y generar impacto económico. | Dirección: Alameda Juan Pablo II y Calle Guadalupe, Edificio C-1, Segundo Nivel, Plan Maestro, esquina opuesta a Puerto Bus, Centro de Gob., San Salvador. Tel.: 2247-5871 Correo: http://www.fondepro.gob.sv |
| MITUR | El Ministerio de Turismo (MITUR) es la institución rectora en materia de turismo, le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo. | Dirección: Edificio Carbonel #1, Colonia Roma, Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo, Pasaje Carbonel, San Salvador Tel.: 2243 7835 |

| | | |
|-------------------------|--|---|
| CORDES | Comenzó a gestarse con las primeras repoblaciones, frente a la necesidad de dar asistencia a la gente que volvía de los cerros y de los refugios sólo con sus manos y con sus hijos e hijas. | Dirección: 27 Avenida Norte, 1221. Urbanización Buenos Aires, San Salvador, El Salvador, C.A. Tel.: 2235-8262 y 2235-9262. Correo: cordes.central@cordes.org.sv |
| CONAMYPE | Con el fin de acercar los servicios a sus usuarios, CONAMYPE pone a su disposición esta herramienta, para el desarrollo de la micro y pequeña empresa. | Dirección: 25 Av. Nte. y 25 Ca. Pte. San Salvador. Urb. Buenos Aires 2 Pje. Mar de Plata calle Gabriela Mistral Edificio Buenos Aires, San Salvador. Tel.: 2592-9000, 2592-9100 Correo: conamype@conamype.gob.sv |
| PROTECCIÓN CIVIL | Administrar y coordinar con las instituciones del Sistema Nacional de Protección Civil, las acciones de Prevención y Mitigación de Desastres y Emergencias en todo el país, en Función de salvaguardar la vida y proteger los bienes de los habitantes de El Salvador. | Dirección: 15 Avenida Norte y 9ª. Calle Poniente, Torre del Ministerio de Gobernación, Centro de Gobierno, San Salvador, El Salvador, Centro América. |
| MINEC | Contribuir a la construcción de un país próspero, justo, equitativo, solidario y en democracia, por medio del fortalecimiento de las capacidades productivas de todos los sectores empresariales; la profundización de la integración económica regional; la consolidación de la apertura comercial. | Dirección: Alameda Juan Pablo II y Calle Guadalupe Edificio C1 – C2, Centro de Gobierno. San Salvador. Tel.: 2590-5600 Correo: comunicaciones@minec.gob.sv |
| MARN | Cumple su mandato como rector de la gestión ambiental nacional y es una institución cohesionada y respetada que promueve una vigorosa cultura ciudadana para recuperar el medio ambiente y reducir los riesgos socio ambientales. | Tel.: 2132 6276 Correo: http://www.marn.gob.sv/ Dirección: Calle Circunvalación, San Salvador. |
| MAG | Es una institución que formula y ejecuta políticas que promueven el desarrollo sustentable agrícola, pecuario, forestal, pesquero y acuícola, la seguridad y soberanía alimentaria; con enfoque de adaptación al cambio climático, a través de planes, programas y proyectos. | Tel.: 2210-1700 Correo: http://www.mag.gob.sv/ Dirección: Final 1a. Avenida Norte, 13 Calle Oriente y Av. Manuel Gallardo Santa Tecla, La Libertad. |

| | | |
|-------------------------|--|---|
| CAT | El Centro de Amigos del Turista Suchitoto, es una oficina de MITUR & CORSATUR, en la que se brindan una serie de servicios, dotada de información, de salas de capacitación, salas de reuniones y del mobiliario y equipo de oficina mínimo necesario para satisfacer la demanda de servicios requeridos por los usuarios. | Dirección: Avenida 5 de Noviembre, Calle San Martín, #2, Barrio El Centro Suchitoto Tel.: 2335 1835 |
| CORSATUR | Institución autónoma con personalidad jurídica y patrimonio propio, que es “gestora de desarrollo turístico del país” y cuyas acciones están orientadas “hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales” que contribuyan a que el sector se convierta en fuentes de empleos e ingresos para la población. | Dirección: Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo, Pasaje Carbonel y edificio Carbonel #2, col Roma Tel.: 2243-7835 Correo: oficialdeinformacion@corsatur.gob.sv |
| INSAFOCOOP P | El INSAFOCOOP con cuarenta y tres años al servicio del Movimiento Cooperativo Salvadoreño, ofrece los servicios de Constitución, Inscripción de Asociaciones Cooperativas, Fomento y Asistencia Técnica, Vigilancia y Fiscalización y Asesorías en Materia Jurídica, Formación. | Dirección: 15 calle Pte. No. 402, Edificio Urrutia Ábrego No. 2, San Salvador. Correo: oir@insafocoop.gob.sv Tel.: 2222-4122 Ext.: 139 |
| ADETURS | Impulsa el turismo en el Municipio de Suchitoto, para hacer de este un destino turístico nacional e internacional. | |

Tabla 325 Contacto de los entes involucrados en el programa.

5. REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE COOPERACIÓN

| MATERIAL Y EQUIPO | CANTIDAD |
|---|-----------------|
| Computadora laptop | 1 |
| Impresora | 1 |
| Resma de papel | 2 |
| Vehículo para movilizarse | 1 |
| Teléfono | 1 |
| RECURSO HUMANO | CANTIDAD |
| Persona encargada de recibir correos y llamadas de instituciones de cooperación. | 1 |
| Encargado de visitar y gestionar las diferentes necesidades con las instituciones involucradas. | 1 |

Tabla 326 Requerimientos del Programa de Gestión de Cooperación.



CAPITULO V.

EVALUACIONES DE LA PROPUESTA

A. EVALUACIONES DE LA PCTRS.

La decisión de llevar a cabo una idea o un proyecto significa asignar a su realización una cantidad de variados recursos, los cuales se pueden agrupar en dos tipos: los que requieren de la instalación para el proyecto y los requeridos para la etapa de funcionamiento.

Los recursos necesarios para la instalación constituyen el capital fijo y los que se requieren para el funcionamiento constituyen el capital de trabajo, por lo tanto, la inversión del proyecto se refiere a la asignación de recursos para hacerlo realidad.

Para poder llevar a cabo la PCTRS, se han considerado tres tipos de inversiones: inversiones de Guazapa tours de R.L., inversiones de iniciativas turísticas e inversiones públicas.

Las inversiones del proyecto están constituidas por las inversiones fijas tangibles e intangibles actuales y propuestas, las cuales serán tomadas en cuenta para la realización del costeo directo, ya que la prestación del servicio turístico se realizará por parte de Guazapa Tours, iniciativas y comunidades involucradas, al momento de establecer el precio de venta del paquete turístico es necesario que ellos sean capaces de cubrir los costos en los cuales se han incurrido para la prestación del servicio.

Las inversiones de Guazapa tours de R.L., están conformadas por la cantidad económica necesaria para la adecuación de las instalaciones, equipo para la incorporación de nuevos servicios, señalización de senderos y capacitaciones necesarias para el comité de operación turística. El monto de esta inversión se tomará en cuenta en las evaluaciones pertinentes ya que la PCTRS es una propuesta a ser desarrollada por la cooperativa Guazapa tours de R.L.

Las inversiones de iniciativas turísticas están constituidas por la cantidad económica necesaria para la remodelación o adecuación de las instalaciones de cada una de ellas. El monto de esta inversión se considerará únicamente en los costos financieros, como la cantidad a solicitar a las instituciones que apoyarán al municipio por medio de donaciones o bien por otro tipo de instituciones financieras.

Las inversiones públicas están constituidas por la cantidad económica necesaria para la señalización publicitaria y el mantenimiento de las vías de acceso. Esta inversión se considerará únicamente en los costos financieros, como la cantidad que MITUR y la municipalidad de Suchitoto tendrá que aportar para poder llevar a cabo completamente la PCTRS.

1. INVERSIONES DE LA PROPUESTA.

A continuación, se detalla el contenido del estudio económico y financiero efectuado, asimismo las respectivas evaluaciones referentes a la sostenibilidad del proyecto sobre estos temas y otros referentes al nivel de contribución al desarrollo local, asimismo se muestra la organización para la implementación de la Estrategia planteada.

Actualmente la Cooperativa Guazapa Tours de R.L., ha llevado a cabo proyectos como la construcción del canopy y el circuito de cuerdas altas con la cooperación de instituciones internacionales, así como el equipo para la realización de la actividad turística de avistamiento de aves fueron donados por una de ellas. Por lo tanto, los ingresos que registran de la prestación de los diferentes servicios sirven para cancelar costos fijos como (agua potable, energía eléctrica, teléfono, etc.) y algunos variables como (sueldos de guías turísticos, a los cuales se les paga por actividad realizada).

Para el presente proyecto el cual consiste en una PCTRS, es necesario determinar cada uno de los rubros o factores que constituyen la inversión total tanto para la cooperativa como para la propuesta en general. De esta manera, en este apartado se detallarán las inversiones fijas de la propuesta, el capital de trabajo necesario para un año y el respectivo cuadro de inversiones totales de la propuesta.

A) INVERSIONES FIJAS



Esquema 87 Tipos de inversiones fijas de un proyecto.

B) INVERSIONES FIJAS TANGIBLES

Este tipo de inversión está constituida por todos aquellos rubros materiales que están sujetos a depreciación, amortización y obsolescencia.

Dentro de las inversiones tangibles se incluyen las inversiones necesarias para el funcionamiento de la PCTRS para Guazapa tours de R.L., ente encargado de administrar dicha propuesta. A continuación, se detallan los respectivos listados por rubro correspondiente, cantidad y precio de cada elemento necesario para Guazapa tours para poder llevar a cabo la propuesta.

Por otra parte, es necesario mencionar que, la gran mayoría de toda la inversión, es decir la planta turística ya la tiene a disposición y operando la cooperativa Guazapa tours. Así también, algunos de los siguientes precios fueron brindados por el representante de la cooperativa, mientras que otros fueron obtenidos mediante la cotización de páginas web de ferreterías como Vidri⁷⁰.

La siguiente tabla muestra los rubros de inversión en lo referente a las edificaciones necesarias y estructuras requeridas para la prestación de los servicios por parte de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. teniendo en cuenta que cada una de ella ya las posee la cooperativa, donde algunas de ellas como el canopy fue construida a través de un subcontrato con Apaneca Tours.

| Obra civil | | | |
|--|---|-------------|-------------|
| Canopy (subcontrato) | 1 | \$8.000,00 | \$8.000,00 |
| Cuerdas altas o Arborismo (subcontrato) | 1 | \$2.000,00 | \$2.000,00 |
| Oficina, museo y cafetería (infraestructura) | 1 | \$25.000,00 | \$25.000,00 |
| Terreno* | 1 | \$15.000,00 | \$15.000,00 |

Tabla 327 Infraestructura de Guazapa Tours de R.L. para la PCTRS.

* En el caso del terreno donde se encuentra ubicada la oficina de la cooperativa y el museo comunal, este fue donado por la municipalidad en los inicios de la cooperativa, donde el valúo lo brindó el representante de la cooperativa, al igual que los montos de las inversiones en las estructuras de las actividades de aventura extrema.

La siguiente tabla detalla el equipo y la cantidad disponible y requerida para la realización de las actividades turísticas extremas que brinda la cooperativa Guazapa tours de R.L., al igual que con la obra civil, la cantidad y la mayoría de los precios de cada equipo fueron brindados por el representante de la cooperativa.

⁷⁰ <https://www.vidri.com.sv>

| Artículo | Cantidad | Precio Unitario (\$) | Subtotal |
|--|----------|----------------------|------------|
| Equipo de actividades turísticas extremas | | | |
| Avistamiento de aves | | | |
| Telescopio Bushnell | 1 | \$900,00 | \$900,00 |
| Binoculares Bushnell | 5 | \$75,00 | \$375,00 |
| GPS | 1 | \$125,00 | \$125,00 |
| Plasma LG | 1 | \$475,00 | \$475,00 |
| Equipo de sonido | 1 | \$90,00 | \$90,00 |
| Computadora DELL | 1 | \$300,00 | \$300,00 |
| Termómetro | 2 | \$20,00 | \$40,00 |
| Cámara fotográfica Sony | 1 | \$1.750,00 | \$1.750,00 |
| Trípode, memoria, lente de largo alcance, baterías | 1 | \$1.500,00 | \$1.500,00 |
| Cañón para proyectar | 1 | \$300,00 | \$300,00 |
| Pantalla para proyectar | 1 | \$150,00 | \$150,00 |
| Camping | | | |
| Tiendas pequeñas para acampar (cap. 2 personas) | 6 | \$65,00 | \$390,00 |
| Tiendas grandes para acampar (cap. 4 personas) | 8 | \$165,00 | \$1.320,00 |
| Colchonetas | 50 | \$6,50 | \$325,00 |
| Cobijas | 10 | \$11,00 | \$110,00 |
| Juegos de paneles solares | 2 | \$123,50 | \$247,00 |
| Cabalgata | | | |
| Caballos | 1 | \$300,00 | \$300,00 |
| Sillas de montar | 12 | \$120,00 | \$1.440,00 |
| Frenos para caballo | 12 | \$65,00 | \$780,00 |
| Jáquimas | 12 | \$4,50 | \$54,00 |
| Corvos | 3 | \$10,65 | \$31,95 |
| Canopy y cuerdas altas | | | |
| Cascos | 12 | \$50,00 | \$600,00 |
| Arneses | 12 | \$65,00 | \$780,00 |
| Par de guantes | 30 | \$35,00 | \$1.050,00 |
| Poleas | 12 | \$100,00 | \$1.200,00 |

Tabla 328 Equipo para la realización de las actividades turísticas brindadas por Guazapa Tours de R.L.

La tabla siguiente muestra el mobiliario y equipo de oficina del cual dispone la Cooperativa Guazapa Tours de R.L., para este caso, algunos precios fueron obtenidos de la página web de Ferretería Vidrí, ya que la cooperativa no contaba con dichos precios.

| Mobiliario y Equipo de Oficina | | | |
|---------------------------------------|----------|----------|----------|
| Artículo | Cantidad | PU | Total |
| Computadoras Lenovo | 2 | \$345,00 | \$690,00 |
| Impresora Epson | 1 | \$226,00 | \$226,00 |
| Impresora Samsung | 1 | \$140,00 | \$140,00 |
| Escritorio | 3 | \$150,00 | \$450,00 |
| Archivero | 2 | \$175,00 | \$350,00 |
| Mesas plegables | 8 | \$ 80,00 | \$640,00 |
| Sillas plegables | 5 | \$ 19,91 | \$ 99,55 |
| Estantes | 3 | \$ 55,90 | \$167,70 |

| | | | |
|--|-----|----------|----------|
| Sillas de oficina | 2 | \$ 50,00 | \$100,00 |
| Pizarras acrílicas | 2 | \$ 40,00 | \$ 80,00 |
| Rotafolios | 2 | \$ 35,00 | \$ 70,00 |
| Cafetera | 1 | \$ 55,00 | \$ 55,00 |
| Basureros grandes para clasificación de desechos | 8 | \$ 12,50 | \$100,00 |
| Basureros pequeños | 5 | \$ 3,25 | \$ 16,25 |
| Teléfono celular | 1 | \$ 70,00 | \$ 70,00 |
| Sillas plásticas | 100 | \$ 7,50 | \$750,00 |
| Perforador pequeño | 1 | \$ 3,08 | \$ 3,08 |
| Tijeras | 2 | \$ 1,50 | \$ 3,00 |

Tabla 329 Mobiliario y equipo de oficina de Guazapa Tours de R.L.

La tabla siguiente muestra el detalle del equipo, cantidad y precio de cada uno de los implementos necesarios y disponibles para la cafetería, área encargada del servicio de alimentación que se brinda en Guazapa tours de R.L., y de igual forma que en la tabla anterior, la mayoría de precios fueron obtenidos de la página web de Ferretería Vidrí.

| Equipo y Mobiliario de cafetería | | | |
|---|-----------------|-----------|--------------|
| Artículo | Cantidad | PU | Total |
| Cocina eléctrica | 1 | \$499,00 | \$499,00 |
| Plancha de gas | 1 | \$180,00 | \$180,00 |
| Mesas pequeñas | 4 | \$ 50,00 | \$200,00 |
| Mesa grande | 1 | \$100,00 | \$100,00 |
| Bancas | 8 | \$ 20,00 | \$160,00 |
| Gavetero tipo pantri | 2 | \$100,00 | \$200,00 |
| Trastera | 1 | \$ 45,00 | \$ 45,00 |
| Refrigeradora | 1 | \$400,00 | \$400,00 |
| Licuada | 1 | \$ 39,75 | \$ 39,75 |
| Batidora | 1 | \$ 24,50 | \$ 24,50 |
| Cafetera | 1 | \$ 55,00 | \$ 55,00 |
| Estante | 1 | \$ 50,00 | \$ 50,00 |
| Manteles | 12 | \$ 2,00 | \$ 24,00 |
| Batería de cocina | 2 | \$ 30,00 | \$ 60,00 |
| Vajilla de platos de cerámica | 2 | \$ 25,00 | \$ 50,00 |
| Vasos plásticos | 20 | \$ 1,75 | \$ 35,00 |
| Vasos de vidrio | 25 | \$ 1,25 | \$ 31,25 |
| Bandejas | 4 | \$ 5,80 | \$ 23,20 |
| Set de cuchillos | 1 | \$ 15,00 | \$ 15,00 |
| Set de cucharas | 2 | \$ 10,00 | \$ 20,00 |
| Set de cubiertos | 2 | \$ 10,00 | \$ 20,00 |
| Salero | 4 | \$ 0,75 | \$ 3,00 |
| Servilletero | 4 | \$ 0,50 | \$ 2,00 |
| Tambo de gas | 1 | \$ 35,00 | \$ 35,00 |
| Termo | 1 | \$ 46,95 | \$ 46,95 |
| Ventilador | 1 | \$ 26,95 | \$ 26,95 |
| Oasis | 1 | \$175,00 | \$175,00 |

Tabla 330 Mobiliario y equipo de cafetería de Guazapa Tours de R.L.

A continuación, se detallan los instrumentos, herramientas y equipo necesario y disponible para la realización de los talleres, tanto para el taller de artesanías en madera como el taller de bordado y costura impartidos por la cooperativa Guazapa Tours de R.L., donde por la naturaleza de los mismos todos los precios fueron obtenidos de las páginas web de Ferretería Vidrí y de Papelería Diseño⁷¹.

Actualmente la cooperativa desarrolla talleres con miembros de la comunidad, de manera que estos elaboren distintos tipos de artesanías tanto en madera como en tela con el propósito de poder ofrecer estos productos a los clientes que los visiten. Por otra parte, se propone que esta actividad sea incluida en la PCTRS para que los turistas tengan la oportunidad de desarrollar actividades vivenciales como, por ejemplo: pintando sobre madera, piedras, tela, etc. O también bordando sobre tela u otro material apto para ello.

| Taller de artesanías en madera | | | |
|---------------------------------------|-----------------|-----------|--------------|
| Artículo | Cantidad | PU | Total |
| Taladro eléctrico | 2 | \$ 54,95 | \$109,90 |
| Motosierra | 1 | \$375,00 | \$375,00 |
| Mesas de trabajo | 2 | \$150,00 | \$300,00 |
| Prensa mecánica | 1 | \$ 8,30 | \$ 8,30 |
| Sierra eléctrica | 1 | \$ 49,95 | \$ 49,95 |
| Pinceles | 200 | \$ 0,25 | \$ 50,00 |
| Lápices (cajas) | 2 | \$ 2,50 | \$ 5,00 |
| Cajas plásticas para herramientas | 2 | \$ 24,95 | \$ 49,90 |
| Martillos | 3 | \$ 5,50 | \$ 16,50 |
| Serrucho | 1 | \$ 13,25 | \$ 13,25 |
| Lija eléctrica | 1 | \$ 24,50 | \$ 24,50 |
| Cepilladora eléctrica | 1 | \$165,00 | \$165,00 |
| Pintura (Gal.) | 15 | \$ 29,50 | \$442,50 |
| Thiner (Gal.) | 5 | \$ 13,15 | \$ 65,75 |
| Solvente mineral (Gal.) | 4 | \$ 13,15 | \$ 52,60 |
| Barniz (Gal.) | 4 | \$ 15,50 | \$ 62,00 |

Tabla 331 Herramientas y equipo para desarrollar el taller de artesanías en madera en Guazapa Tours de R.L.

| Talleres de costura y bordado | | | |
|--------------------------------------|-----------------|------------|--------------|
| Artículo | Cantidad | PU | Total |
| Máquinas de coser | 3 | \$ 325,00 | \$ 975,00 |
| Material (tela, hilo) | 1 | \$2.000,00 | \$2.000,00 |
| Tijeras | 3 | \$ 2,00 | \$ 6,00 |
| Cintas | 3 | \$ 1,50 | \$ 4,50 |
| Reglas | 3 | \$ 2,00 | \$ 6,00 |

Tabla 332 Herramientas y equipo para desarrollar el taller de costura y bordado en Guazapa Tours de R.L.

⁷¹ www.disenio.com.sv

En la siguiente tabla se muestra y detalla el equipo disponible en el museo de Guazapa Tours, dichos precios fueron brindados por el representante de la cooperativa.

| Museo | | | |
|---------------------------------|-----------------|-----------|--------------|
| Artículo | Cantidad | PU | Total |
| Iluminación | 1 | \$750,00 | \$750,00 |
| Vitrinas | 4 | \$150,00 | \$600,00 |
| TV Samsung | 1 | \$475,00 | \$475,00 |
| Ventiladores | 4 | \$26,95 | \$107,80 |
| Cajas plásticas para materiales | 4 | \$24,95 | \$ 99,80 |
| Láminas de exposición | 15 | \$20,00 | \$300,00 |

Tabla 333 Equipo y elementos del Museo Comunitario de Guazapa Tours de R.L.

En la tabla siguiente se muestran todo lo referente al equipo de apoyo tanto en las actividades administrativas, de mantenimiento y en la realización actividades turísticas extremas brindadas por Guazapa Tours de R.L. donde los precios como del botiquín, equipo de perifoneo y el vehículo fueron brindados por el representante de la cooperativa.

El botiquín sin duda, es uno de los equipos muy necesarios al momento de realizar cualquier recorrido tanto en el Cerro Guazapa como al realizar alguno de los circuitos, debido a que siempre pueden suceder eventualidades con los turistas o incluso con los mismos guías, donde se vuelve necesario contar con medicina e implementos para socorrer a cualquiera de ellos. En cuanto al equipo de perifoneo, este es utilizado para poder realizar publicidad en la comunidad y en el Centro de Suchitoto. El pick up sin duda es una de las principales herramientas para poder brindar los servicios ya que permite la movilización de los turistas de un punto a otro y mayormente cuando ya están cansados físicamente por las actividades que han realizado.

| Equipo de Apoyo | | | |
|------------------------|---|-------------|-------------|
| Botiquín | 3 | \$ 70,00 | \$ 210,00 |
| Caja de Herramientas | 1 | \$ 25,00 | \$ 25,00 |
| Equipo de perifoneo | 1 | \$ 1.167,30 | \$ 1.167,30 |
| Escaleras | 2 | \$ 60,00 | \$ 120,00 |
| Extintor | 1 | \$ 50,00 | \$ 50,00 |
| Pick Up | 1 | \$25.000,00 | \$25.000,00 |
| Escoba | 3 | \$ 1,50 | \$ 4,50 |
| Trapeador | 3 | \$ 2,00 | \$ 6,00 |
| Pala | 3 | \$ 1,00 | \$ 3,00 |

Tabla 334 Equipo de apoyo para desarrollar todas las actividades de Guazapa Tours de R.L.

Dentro de la PCTRS también se incluyen los servicios propuestos, de manera que Guazapa tours continúe diversificando las actividades de recreación para sus clientes. De esta forma, a continuación, se detallan los implementos y equipo necesario para poder brindar los nuevos servicios por parte de la cooperativa.

| Artículo | Cantida d | Precio Unitario (\$) | Subtotal |
|--|--------------|----------------------------|-------------------|
| Equipo de actividades turísticas extremas | | | |
| Bici de montaña | | | |
| Bicicletas | 10 | \$180,00 | \$1.800,00 |
| Rodilleras (pares) | 10 | \$20,00 | \$200,00 |
| Coderas (pares) | 10 | \$20,00 | \$200,00 |
| Caja de herramientas | 1 | \$50,00 | \$50,00 |
| Rapel | | | |
| Estructura para realizar el rappel (subcontrato) | 1 | \$3.700,00 | \$3.700,00 |
| Mosquetón con seguro | 8 | \$10,00 | \$80,00 |
| Cabo de seguridad o pata de anclaje | 8 | \$15,00 | \$120,00 |
| Descensor | 8 | \$25,00 | \$200,00 |
| Piscinas naturales | | | |
| Bolsas de cemento para muros de contención en las piscinas naturales | 75 | \$10,00 | \$750,00 |
| Tubo de poli cloruro de vinilo (PVC) de 3 pulgadas de diámetro (m) | 100 | \$1,17 | \$117,00 |
| Tubo de poli cloruro de vinilo (PVC) de 2 pulgadas de diámetro (m) | 500 | \$0,62 | \$310,00 |
| Total | | | \$7.527,00 |

Tabla 335 Equipo para la realización de las actividades turísticas propuestas a Guazapa Tours de R.L.

A continuación, se presenta una tabla resumen de todos los sub rubros de inversión en el rubro de inversión fija tangible para la PCTRS:

| Resumen de Inversiones Tangibles | |
|---|---------------------|
| Descripción | Total |
| Equipo de actividades turísticas extremas | \$21.859,95 |
| Obra civil | \$50.000,00 |
| Maquinaria, equipo y mobiliario de cafetería | \$2.520,60 |
| Mobiliario y equipo de oficina | \$4.010,58 |
| Equipo de talleres (costura y bordado y artesanías en madera) | \$4.781,65 |
| Equipo de museo | \$2.332,60 |
| Equipo de apoyo | \$26.375,80 |
| Total inversión fija tangible | \$111.881,18 |

Tabla 336 Tabla resumen de la inversión fija tangible para Guazapa Tours para la PCTRS.

C) INVERSIONES FIJAS INTANGIBLES

La inversión fija intangible está constituida por todos aquellos rubros no materiales que por ende no están sujetos a amortización dentro de la empresa turística. Para este estudio se analizará cada uno de estos rubros, en su mayoría referentes al presente estudio y a la administración del proyecto, donde a continuación se presenta de manera resumida únicamente el monto total, pero más adelante en la implementación de la propuesta se detallan cada una de las actividades que conforman este apartado:

La siguiente tabla detalla todos los costos referentes al presente estudio (PCTRS) por etapa y por insumo necesario para llevarlo a cabo.

| ETAPA | CONCEPTO | UNIDAD DE MEDIDA | COSTO |
|--------------------------|--|-------------------------------|------------|
| ANTEPROYECTO | Transporte a Guazapa Tours | 2 visitas | \$ 10.00 |
| | Alimentación | 2 * \$ 2 el almuerzo * 3 | \$ 12.00 |
| | Horas de trabajo especializado | 24 horas/CU *5* 3 | \$ 360.00 |
| | Papelería | 75 impresiones *0.06*3 | \$ 18.00 |
| DIAGNÓSTICO | Visitas de campo a Suchitoto | 4 visitas | \$ 40.00 |
| | Alimentación | 4 * \$ 2 el almuerzo * 3 | \$ 24.00 |
| | Horas de trabajo especializado | 51hrs* \$5 *3 | \$ 765.00 |
| | Papelería | 200 Impresiones* 0.06*3 | \$ 36.00 |
| DISEÑO | Visitas de campo a Suchitoto. | 3 visitas. | \$ 30.00 |
| | Alimentación | 3 * \$2 el almuerzo* 3 | \$ 18.00 |
| | horas de trabajo especializado | 70 * \$5 * 3 | \$1,050.00 |
| | Papelería | 450 impresiones*0.06*3 | \$ 81.00 |
| | Transporte a reuniones de grupo | 6 * \$0.90 * 3 | \$ 16.20 |
| EVALUACIONES | Alimentación | 6 * \$2 * 3 | \$ 36.00 |
| | Horas de trabajo especializado | 20 * 5 * 3 | \$ 300.00 |
| | Papelería | 550 impresiones*0.06*3 | \$ 99.00 |
| | Teléfono | \$ 2.00 * 3 *43 semanas | \$ 108.00 |
| COSTOS INDIRECTOS | Agua | 5 galón *\$2.1 * 43 semanas | \$ 189.00 |
| | Energía eléctrica | 8 kwh/sem * 43 semanas*3*0.13 | \$ 59.62 |
| | Internet | 250 horas * 0.50 * 3 | \$ 97.50 |
| | Empastados, corrección de impresiones, anillados, otros. | | \$ 100.00 |

| | | | |
|--------------------|--|----------------------|--------------------|
| SUB TOTAL | | | \$ 3,449.32 |
| IMPREVISTOS | | 3 % (sobre el total) | \$ 103.48 |
| TOTAL | | | \$ 3,552.80 |

Tabla 337 Costo de estudios previos especializados de la PCTRS.

A continuación, se establece el monto total de la administración de la PCTRS, y más adelante en la Administración del Proyecto se detallará cada una de las actividades que lo conforman y el costo respectivo a cada una de ellas.

| Descripción | Total |
|-----------------------------|--------------|
| Administración del proyecto | \$6,689.00 |

Tabla 338 Resumen del ADP de la PCTRS.

A continuación, se presenta de manera resumida los montos de la inversión fija intangible para la PCTRS.

| Resumen de Inversiones Intangibles | |
|---|--------------------|
| Descripción | Total |
| Administración del proyecto | \$6.689,00 |
| Capital de trabajo | \$7.884,63 |
| Estudios previos especializados | \$3.552,80 |
| Total, inversión fija Intangible | \$18.126,43 |

Tabla 339 Resumen de inversiones fijas intangibles de la PCTRS.

D) CAPITAL DE TRABAJO

Para el buen funcionamiento de una empresa no es suficiente contar con los equipos e instalaciones para llevar a cabo la realización del servicio turístico.

Se entenderá como capital de trabajo, todos los recursos económicos que se deben tener para garantizar el buen funcionamiento de la PCTRS a llevar a cabo por Guazapa tours de R.L., en el inicio de sus operaciones, y durante todo el primer semestre del primer año de operación, es decir que el capital de trabajo está representado por el capital adicional que debe tener la empresa para que comience a funcionar, permitiéndose financiar las primeras actividades turísticas antes de recibir ingresos. Sin embargo, teniendo en cuenta que la mayoría de los costos directos por la prestación de los servicios están relacionados con la presencia del turista, al no recibir turistas estos costos no aumentan, así, por ejemplo, el costo de los almuerzos en las diferentes iniciativas únicamente se incurrirá en él cuando un turista o grupo de turistas decida comprar un paquete en específico. Es por ello que los costos que se reflejan en este apartado son en su mayoría costos fijos que tendrá la PCTRS y Guazapa tours de R.L.

El capital de trabajo ha sido determinado únicamente para el primer semestre de operaciones de la PCTRS debido a que en este periodo ya se tendría un remanente de temporada alta (fin de año, del año anterior e inicio del presente año) y la temporada alta de semana santa, con lo cual se esperaría ya disponer con un flujo considerable de efectivo para continuar las operaciones el siguiente semestre, y con las utilidades del final del año uno hacer frente a las obligaciones del año dos.

| Descripción | Semestre 1 del año 1 | | | | | | Total |
|-----------------------------------|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| Costos administrativos | \$700,00 | \$700,00 | \$700,00 | \$700,00 | \$700,00 | \$700,00 | |
| Insumos administrativos | \$62,45 | \$62,45 | \$62,45 | \$62,45 | \$62,45 | \$62,45 | |
| Costos operativos (mantenimiento) | \$10,00 | \$10,00 | \$10,00 | \$10,00 | \$10,00 | \$700,00 | |
| Costos financieros | \$426,66 | \$426,66 | \$426,66 | \$426,66 | \$426,66 | \$426,66 | |
| TOTAL | \$1.199,11 | \$1.199,11 | \$1.199,11 | \$1.199,11 | \$1.199,11 | \$1.889,11 | \$7.884,63 |

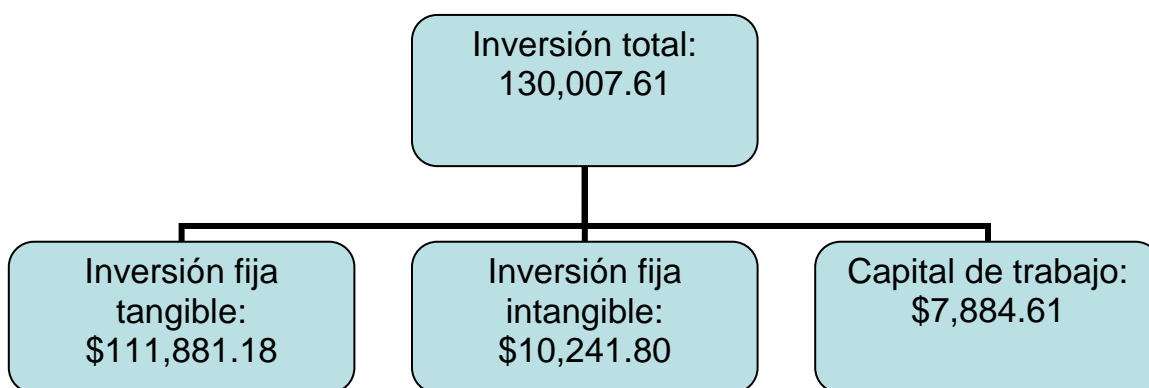
Tabla 340 Capital de trabajo para el funcionamiento de la propuesta durante el primer semestre de operación.

Resumen total del monto de inversión para la Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en Suchitoto:

A continuación, se detallan los montos totales de inversión total y capital de trabajo para obtener el monto total de la inversión para la propuesta:

| RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL DE LA PROPUESTA | |
|--|---------------------|
| Total, inversión fija tangible | \$111.881,18 |
| Total, inversión fija Intangible | \$10.241,80 |
| Capital de trabajo | \$7.884,63 |
| Inversión total | \$130.007,61 |

Tabla 341 Resumen de la inversión total de la PCTRS.



Esquema 88 Distribución de costos de inversión de la PCTRS.

2. COSTOS DE LA PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN SUCHITOTO.

Para poder establecer el cálculo de los costos, es necesario asignar precios a los recursos requeridos, los cuales están físicamente cuantificados en el diseño; esto con el objetivo de conocer cuánto cuesta la prestación del servicio, ya que a partir de este se fijará el precio de venta del producto turístico.

De acuerdo a lo anterior, es necesario llevar un control de los costos incluidos en el proyecto, en donde la información deberá ordenarse y clasificarse de tal manera que permita visualizar todos sus componentes y calcular los montos totales.

Además, se comprenderá como estructura de costos al conjunto de procedimientos, registros y cuentas especialmente diseñadas con el objeto de determinar el costo unitario del servicio, el control de las operaciones que se realizan para llevar a cabo dicha función en la empresa y proporcionar a la dirección de la misma los elementos para ejercer una adecuada toma de decisiones.

De acuerdo a los elementos o rubros que se incluyen en la estructura de costos, se tiene que los costos pueden ser DIRECTOS (Es aquel que requiere la separación plenamente

definida de los costos variable y de los costos fijos.) o ABSORBENTES (en los cuales se incluyen todos los elementos anteriores más los costos indirectos de fabricación fijos).

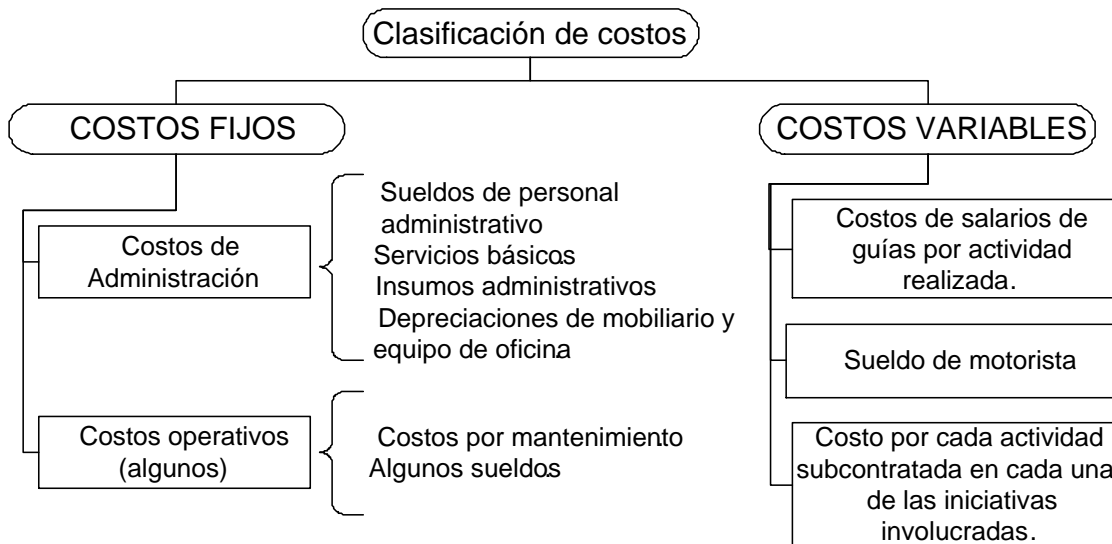
Para determinar los costos del proyecto se utilizará el costeo Absorbente, ya que nos permitirá identificar aquellos costos a los cuales se tendrá que someter las iniciativas al llevar a cabo el proyecto turístico. Además, por el hecho de ser un servicio, nos ayudará identificar de una forma más clara los costos fijos y variables que se encuentren en el proyecto.

El costeo directo es un método de la contabilidad de costos que se basa en el análisis del comportamiento de los costos de producción y operación. Donde los paquetes turísticos, podrán clasificarse en costos fijos y en costos variables, con el objeto de proporcionar suficiente información relevante a la dirección de la empresa para su proceso de planeación estratégica.

Entre algunas de las Características del costeo directo se tienen:

- Todos los costos de la empresa, de producción, distribución, administración y financiamiento se dividen en dos grupos: Fijos y variables.

Por lo tanto, para llevar a cabo la identificación de los costos se hará uso de este método clasificándolos en fijos y variables como se muestra en el siguiente esquema:



Esquema 89 Clasificación de costos fijos y variables.

A) COSTOS ADMINISTRATIVOS DE GUAZAPA TOURS DE R.L. Y LA PCTRS.

Son los costos incurridos al realizar la función de administración de la empresa. Así pues, los costos de este rubro se refieren a los costos en los que se incurre en la dirección, control y operación la PCTRS principalmente e incluyen el pago de salarios. Dicho de otra forma, son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio.

Por ello, esta clasificación también se puede sub clasificar en costos en Fijos y Variables. De la siguiente manera:

1) COSTOS ADMINISTRATIVOS FIJOS.

Dentro de estos costos fijos se consideran todos aquellos montos que permanecen constantes a lo largo del periodo en el que se brindará el servicio turístico, es decir, en esta sub clasificación se incluyen costos como, por ejemplo: Personal de áreas administrativas, consumo de agua y energía eléctrica (sin incluir el área de producción o de prestación de servicio), depreciación de obra civil, equipo y mobiliario de oficina.

. Dentro de estos costos se incluyen los siguientes:

- Sueldos del personal del área administrativa.
- Honorarios pagados por servicios profesionales.
- Servicios públicos correspondientes al área administrativa.
- Consumo de agua, energía, teléfono, etc.
- Papelería e insumos propios de la administración.
- Depreciaciones de oficina y mobiliario y equipo de oficina.

| Descripción | MES DEL AÑO 1 | | | | | | | | | | | | AÑO | | | | |
|-----------------|---------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Auditor externo | \$400.00 | \$400.00 | \$400.00 | \$400.00 | \$400.00 | \$400.00 | \$400.00 | \$400.00 | \$400.00 | \$400.00 | \$400.00 | \$400.00 | \$4,800.00 | \$4,800.00 | \$4,800.00 | \$4,800.00 | \$4,800.00 |
| Recepcionista | \$300.00 | \$300.00 | \$300.00 | \$300.00 | \$300.00 | \$300.00 | \$300.00 | \$300.00 | \$300.00 | \$300.00 | \$300.00 | \$300.00 | \$3,600.00 | \$3,600.00 | \$3,600.00 | \$3,600.00 | \$3,600.00 |
| TOTAL | \$700.00 | \$700.00 | \$700.00 | \$700.00 | \$700.00 | \$700.00 | \$700.00 | \$700.00 | \$700.00 | \$700.00 | \$700.00 | \$700.00 | \$8,400.00 | \$8,400.00 | \$8,400.00 | \$8,400.00 | \$8,400.00 |

Tabla 342 Sueldos administrativos para la PCTRS.

En lo referente al auditor externo, este únicamente se encargaría o sería contratado para llevar la contabilidad de la cooperativa de una forma externa por lo que no sería una plaza fija como tal, ya que no se requeriría su presencia todos los días sino al menos una vez a la semana.

Por otra parte, la recepcionista si sería una plaza fija cuya presencia sería indispensable en todo momento en la cooperativa ya que sería la encargada de brindar la información necesaria a todos los clientes que llamen al teléfono de contacto o que lleguen a la cooperativa.

| Descripción | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Energía Eléctrica | \$12.00 | \$12.00 | \$12.00 | \$12.00 | \$12.00 | \$12.00 | \$12.00 | \$12.00 | \$12.00 | \$12.00 | \$12.00 | \$12.00 | \$144.00 | \$144.00 | \$144.00 | \$144.00 | \$144.00 |
| Agua potable | \$5.25 | \$5.25 | \$5.25 | \$5.25 | \$5.25 | \$5.25 | \$5.25 | \$5.25 | \$5.25 | \$5.25 | \$5.25 | \$5.25 | \$63.00 | \$63.00 | \$63.00 | \$63.00 | \$63.00 |
| Telefonía | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$180.00 | \$180.00 | \$180.00 | \$180.00 | \$180.00 |
| Resmas de papel | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$30.00 | \$30.00 | \$30.00 | \$30.00 | \$30.00 |
| Tinta para impresora | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$120.00 | \$120.00 | \$120.00 | \$120.00 | \$120.00 |
| Caja de lapiceros | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$9.00 | \$9.00 | \$9.00 | \$9.00 | \$9.00 |
| Caja de lápices | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$9.00 | \$9.00 | \$9.00 | \$9.00 | \$9.00 |
| Plumones no permanentes | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 |
| Grapas | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 |
| Pegamento blanco | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.50 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 |
| Folders | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$0.75 | \$9.00 | \$9.00 | \$9.00 | \$9.00 | \$9.00 |
| Fasteners | \$0.45 | \$0.45 | \$0.45 | \$0.45 | \$0.45 | \$0.45 | \$0.45 | \$0.45 | \$0.45 | \$0.45 | \$0.45 | \$0.45 | \$5.40 | \$5.40 | \$5.40 | \$5.40 | \$5.40 |
| Tinta para almohadilla de | \$1.25 | \$1.25 | \$1.25 | \$1.25 | \$1.25 | \$1.25 | \$1.25 | \$1.25 | \$1.25 | \$1.25 | \$1.25 | \$1.25 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 | \$15.00 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| sello | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jabón de manos | \$2.25 | \$2.25 | \$2.25 | \$2.25 | \$2.25 | \$2.25 | \$2.25 | \$2.25 | \$2.25 | \$2.25 | \$2.25 | \$2.25 | \$27.00 | \$27.00 | \$27.00 | \$27.00 | \$27.00 |
| Papel higiénico | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$120.00 | \$120.00 | \$120.00 | \$120.00 | \$120.00 |
| TOTAL | \$62.45 | \$62.45 | \$62.45 | \$62.45 | \$62.45 | \$62.45 | \$62.45 | \$62.45 | \$62.45 | \$62.45 | \$62.45 | \$62.45 | \$749.40 | \$749.40 | \$749.40 | \$749.40 | \$749.40 |

Tabla 343 Insumos para el área administrativa de la PCTRS.

2) COSTOS ADMINISTRATIVOS VARIABLES.

Para este rubro de costos particularmente no existen costos que varíen de acuerdo a la cantidad de turistas que visiten la cooperativa y que realicen los circuitos de la PCTRS, ya que desde el punto de vista administrativo todos estos costos están constituidos por costos fijos.

B) COSTOS OPERATIVOS PARA GUAZAPA TOURS DE R.L. Y LA PCTRS.

1) COSTOS OPERATIVOS FIJOS

Son aquellos desembolsos de dinero en que se incurre para la prestación de servicios o en la elaboración de un producto. Los cuales no se verían influidos directamente por la afluencia de turistas. Entre estos costos se pueden mencionar:

- Costos de mantenimiento de infraestructuras para actividades recreativas.
- Algunos sueldos de servicios subcontratados.

Aquí se incluyen algunos de los costos operativos, como por ejemplo los costos en los que se incurre por el mantenimiento, como accesorios de aseo y limpieza y de mantenimiento de la infraestructura donde se realizan algunas de las actividades turísticas como el canopy. Así también, el sueldo del lanchero ya que debido a la dificultad para determinar la llegada de turistas y la demanda del paquete AN-1 donde se incluye el paseo en lancha y así saber la frecuencia con la que estos llegarían y el número de personas, se plantea la posibilidad de pagar un sueldo mensual al lanchero de manera que habrá meses en los que probablemente no tendrá mucho trabajo, pero habrá otros en los que sí.

Por ello, se ha estimado en función del flujo supuesto de turistas a realizar los circuitos turísticos, que lo conveniente a establecer como

sueldo mensual al lancharo son \$55.00 más \$10.00 mensual por mantenimiento general y \$700.00 cada seis meses para mantenimiento de las infraestructuras de actividades turísticas extremas lo cual da como resultado la siguiente tabla resumen:

| Descripción | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Costos de mantenimiento | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$700.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$700.00 | \$1,500.00 | \$1,500.00 | \$1,500.00 | \$1,500.00 | \$1,500.00 |
| Sueldo del lancharo | \$55.00 | \$55.00 | \$55.00 | \$55.00 | \$55.00 | \$55.00 | \$55.00 | \$55.00 | \$55.00 | \$55.00 | \$55.00 | \$55.00 | \$660.00 | \$660.00 | \$660.00 | \$660.00 | \$660.00 |
| TOTAL | \$65.00 | \$65.00 | \$65.00 | \$65.00 | \$65.00 | \$755.00 | \$65.00 | \$65.00 | \$65.00 | \$65.00 | \$65.00 | \$755.00 | \$2,160.00 | \$2,160.00 | \$2,160.00 | \$2,160.00 | \$2,160.00 |

Tabla 344 Costos fijos para la prestación de servicios en la PCTRS.

2) COSTOS OPERATIVOS VARIABLES.

Dentro de los costos variables se consideran todos aquellos que varían con la cantidad de servicios que se brindarán, es decir dependerán de la cantidad de turistas que lleguen en un mismo tiempo determinado, entre los cuales se han identificado los siguientes:

- Costos de servicios de alimentación, propios y subcontratados.
- Costos de contratación de guías turísticos por actividad a realizar.
- Costos de entrada a iniciativas y realización de las actividades propias del lugar.
- Costos de sueldo de motorista.
- Costos de papelería de publicidad entregada a turistas.

A continuación, se presentan los costos por actividad tanto de Guazapa Tours como las subcontratadas que conforman los paquetes turísticos propuestos.

| Descripción | Costo unitario |
|--|----------------|
| Almuerzo en Puerto San Juan | \$6.25 |
| Almuerzo en La Bermuda | \$7.00 |
| Almuerzo en Hacienda Colima | \$5.00 |
| Almuerzo Centro Histórico de Suchitoto | \$6.50 |
| Almuerzo en Guazapa Tours | \$4.00 |
| Recorrido y taller en Hacienda Los Nacimientos | \$30.00 |
| Uso de Canopy y cuerdas altas (Guazapa Tours) | \$5.30 |
| Entrada a Puerto San Juan | \$1.00 |
| Entrada a Turicentro Las Américas | \$1.00 |
| Uso de piscinas en Turicentro Las Américas | \$2.00 |
| Uso de caballos o cabalgata (Guazapa Tours) | \$12.00 |
| Museo y caminata al Cerro de Guazapa (Guazapa Tours) | \$1.25 |
| Recorrido en Hacienda Colima | \$2.00 |
| Visita y entrada a Cihuatán | \$2.00 |
| Visita y entrada a Ciudad Vieja | \$2.00 |
| Avistamiento de aves (Guazapa Tours) | \$15.23 |
| Visita a Comunidad San Antonio | \$2.00 |
| Refrigerio en Puerto San Juan | \$4.00 |
| Visita a Palo Grande | \$4.00 |
| Uso de bicicletas (Guazapa Tours) | \$1.67 |
| Práctica de rapel (Guazapa Tours) | \$3.08 |
| Taller vivencial (Guazapa Tours) | \$2.00 |
| Gasolina (galón) | \$3.15 |

Tabla 345 Costos unitarios por actividad de Guazapa Tours de R.L. y subcontratadas.

Es necesario aclarar que los costos de las actividades subcontratadas, fueron obtenidos en el capítulo de diagnóstico del presente estudio, con la ficha de recolección de información, cuando se levantó el inventario turístico de Suchitoto. Por otra parte, para los costos de las actividades propias de Guazapa Tours, únicamente fueron brindados los precios de venta y el margen de ganancia que usualmente reciben de ellas, es por ello que para determinar el costo unitario se procedió a restarle el margen de utilidad.

C) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN PARA GUAZAPA TOURS DE R.L. Y LA PCTRS.

1) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN FIJOS.

Se consideran los costos que se relacionan con todas las actividades referentes a comercialización, es decir cómo se harán llegar los paquetes turísticos al cliente. Con base a lo anterior, el encargado de la publicidad y marketing será la misma persona encargada de la recepción en la cooperativa Guazapa tours de R.L. por lo que el sueldo ya estaría cubierto en los costos administrativos⁷².

2) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN VARIABLES.

En esta clasificación se incluirán todos aquellos costos de comercialización que varían en función de la cantidad de turistas que llegarían a Guazapa tours y a la PCTRS. Por ello se incluyen costos como:

- Costos de hojas volantes y brochures a entregar a los clientes.
- Costos de encuestas y formularios para conocer el grado de satisfacción del cliente.

| Descripción | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Brochures | \$38.44 | \$30.96 | \$32.50 | \$15.16 | \$23.37 | \$15.62 | \$17.08 | \$27.20 | \$15.49 | \$12.43 | \$15.84 | \$39.04 |
| Formularios para conocer satisfacción de turista | \$7.69 | \$6.19 | \$6.50 | \$3.03 | \$4.67 | \$3.12 | \$3.42 | \$5.44 | \$3.10 | \$2.49 | \$3.17 | \$7.81 |
| Encuesta para turistas | \$7.69 | \$6.19 | \$6.50 | \$3.03 | \$4.67 | \$3.12 | \$3.42 | \$5.44 | \$3.10 | \$2.49 | \$3.17 | \$7.81 |
| TOTAL | \$53.82 | \$43.35 | \$45.50 | \$21.23 | \$32.72 | \$21.86 | \$23.91 | \$38.08 | \$21.69 | \$17.41 | \$22.18 | \$54.66 |

Tabla 346 Costos de comercialización variables para la PCTRS.

Para determinar el monto de estos costos se cotizó el precio unitario de un brochure el cual es de \$0.15 y el de un formulario y una encuesta (ambos de una página) es de \$0.02 cada una, por lo que al multiplicar estos precios por el la cantidad de turistas proyectadas que llegaría a Guazapa tours y a la PCTRS se obtienen los montos de la tabla anterior.

D) COSTOS FINANCIEROS.

Si bien es cierto la mayoría de la inversión fija tangible la cooperativa ya dispone de ella, para los nuevos servicios propuestos se requerirá un apalancamiento financiero, de esta manera, se propone realizar dicho préstamo con el Banco de Desarrollo de El Salvador, BANDESAL ya que es una institución financiera que busca impulsar el desarrollo sostenible y competitivo de la economía salvadoreña, a través del apoyo financiero a proyectos productivos de mediano y largo plazo de los diferentes sectores productivos y actividades económicas prioritarias, con impacto en la generación de empleos y el aumento del ingreso de la población.

⁷² Ver Tabla 315, sueldos de personal administrativo.

Por ello, en función del costo de los nuevos servicios a incluir por parte de la cooperativa Guazapa Tours de R.L. se establece que la cooperativa requerirá un total de \$25,653.43, para lo cual la siguiente tabla de BANDESAL establece:

| Plazos | Instituciones reguladas |
|------------------------------------|-------------------------|
| Hasta un año | 5.75% |
| De 1 hasta 3 años | 6.00% |
| De 3 hasta 5 años | 6.00% |
| De 5 hasta 7 años | 6.25% |
| De 7 hasta 10 años | 6.50% |
| De 10 hasta 15 años | 6.75% |
| De 15 hasta 20 años | 7.00% |
| Más de 20 años | 7.25% |
| Date Update: 08-ABR-2011 | |
| Tasa de referencia BANDESAL | |
| Tasa de referencia anual | 6.25% |

Tabla 347 Tasas de interés de acuerdo al monto de financiamiento de BANDESAL.

Con la tabla anterior y el monto del financiamiento se puede establecer el monto a pagar cada mes durante el primer año de operación y para los siguientes cuatro de la PCTRS y Guazapa tours de R.L., tomando en cuenta que análisis del estudio se realiza para cinco años, para ese periodo también se establece el pago del financiamiento, y se establece la tasa de referencia anual como tasa de interés para el análisis, de la siguiente forma:

| Descripción | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Abono a capital | \$114.6 2 | \$114.6 2 | \$114.6 2 | \$114.6 2 | \$114.6 2 | \$114.6 2 | \$114.6 2 | \$114.6 2 | \$114.6 2 | \$114.6 2 | \$114.6 2 | \$114.6 2 |
| pago de intereses | \$7.16 | \$7.16 | \$7.16 | \$7.16 | \$7.16 | \$7.16 | \$7.16 | \$7.16 | \$7.16 | \$7.16 | \$7.16 | \$7.16 |
| Total | \$121.7 8 | \$121.7 8 | \$121.7 8 | \$121.7 8 | \$121.7 8 | \$121.7 8 | \$121.7 8 | \$121.7 8 | \$121.7 8 | \$121.7 8 | \$121.7 8 | \$121.7 8 |

Tabla 348 Costos financieros para la PCTRS durante el primer año de operación.

| Descripción | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Abono a capital | \$1,375.40 | \$1,375.40 | \$1,375.40 | \$1,375.40 | \$1,375.40 |
| pago de intereses | \$85.96 | \$85.96 | \$85.96 | \$85.96 | \$85.96 |
| Total | \$1,461.36 | \$1,461.36 | \$1,461.36 | \$1,461.36 | \$1,461.36 |

Tabla 349 Costos financieros por año para la PCTRS para los cinco años de análisis del estudio.

3. COSTO POR SERVICIO EN GUAZAPA TOURS DE R.L.

A continuación, se presentan los costos por servicio brindado en Guazapa tours, los cuales se obtienen a partir de los costos fijos y variables para la cooperativa. El costo unitario representa el costo por persona para cada elemento de costo en función del flujo de turistas proyectado para el primer año de operación. El costo por actividad representa el costo o sueldo a pagar a la persona (guía turístico, cocinera, motorista, etc.) por actividad que realiza.

| Costo por servicio dentro de Guazapa Tours de R.L. | | |
|--|-----------------------|------------------------|
| Guía de turista (guiado) | Costo Unitario | Costo/actividad |
| Guía para el circuito | \$2,50 | \$20,00 |
| Guía especialista en canopy y cuerdas altas | \$3,75 | \$15,00 |
| Guía especialista en rappel | \$1,88 | \$15,00 |
| Guía especialista en avistamiento de aves | \$2,50 | \$20,00 |
| Guía para caminatas | \$1,25 | \$10,00 |
| Instructores de talleres | \$1,25 | \$10,00 |
| Restauración (alimentación) | | |
| Sueldo cocinera(s) | \$0,51 | \$10,00 |
| Insumos necesarios | \$2,50 | - |
| Depreciación de mobiliario y equipo | \$0,40 | - |
| Transporte | | |
| Sueldo de motorista | \$1,00 | \$10,00 |
| Depreciación de vehículo | \$2,65 | - |
| Consumo de gasolina | \$0,79 | - |
| Intermediación e información | | |
| Sueldos administrativos | \$4,45 | - |
| Insumos administrativos | \$0,40 | - |
| Costos por depreciación (estructura y mobiliario de oficina) | \$0,96 | - |
| Costos de marketing | \$0,26 | - |
| Costos financieros | \$2,89 | - |
| Recreación | | |
| Costo por depreciación de infraestructura de cuerdas altas | \$1,55 | - |
| Costo por depreciación de infraestructura de rappel* | \$1,25 | - |
| Costo por depreciación de equipo de cabalgata | \$2,00 | - |
| Costo por depreciación de equipo de avistamiento de aves | \$12,73 | - |
| Costo por depreciación de equipo de ciclismo de montaña* | \$1,67 | - |
| Costo por depreciación de equipo para talleres | \$0,75 | - |
| Costo por mantenimiento | \$0,79 | - |
| Costo por alquiler de caballo | \$10,00 | \$10,00 |

Tabla 350 Costo fijo unitario y costo variable unitario por servicio dentro de Guazapa tours de R.L.

Para el cálculo del costo unitario del servicio de guiado, cada guía tiene un sueldo por actividad y varía según su especialidad. Así por ejemplo para el costo unitario por guía de circuito:

$$CU = \frac{\left(\frac{\text{demanda proyectada}}{\text{capacidad del guía}} \right) * \text{sueldo del guía por actividad}}{\text{demanda proyectada}}$$

Por otra parte, para el servicio de recreación se toma en cuenta la depreciación para la estructura y equipo necesario para realizar cada actividad y se divide entre la demanda proyectada por actividad. Y de igual manera se realiza el costeo por cada elemento de costo dentro de cada servicio que brinda Guazapa tours.

A) CLASIFICACIÓN DE COSTOS POR SERVICIO EN FIJOS Y VARIABLES

Para el servicio de guiado, no se registran costos fijos puesto que estas personas reciben un pago por actividad realizada, por lo tanto, este costo está directamente ligado a la cantidad de turistas que visiten y realicen alguno de los paquetes que tienen a disposición Guazapa tours.

| Servicio: Guía de turista (guiado) | |
|---|-----------------------|
| Costos variables | |
| Elemento de costo | Costo unitario |
| Guía para el circuito | \$2.50 |
| Guía especialista en canopy y cuerdas altas | \$3.75 |
| Guía especialista en rappel | \$1.88 |
| Guía especialista en avistamiento de aves | \$2.50 |
| Guía para caminatas | \$1.25 |
| Instructores de talleres | \$1.25 |
| TOTAL | \$13.13 |

Tabla 351 Costos variables del servicio de guiado.

En cuanto al servicio de alimentación, existe un costo fijo el cual está representado por la depreciación del mobiliario y equipo de cafetería, y dos costos variables constituidos por el sueldo de las cocineras y los insumos para preparar los alimentos. Para determinar el costo unitario del sueldo de las cocineras, se toma como base el paquete AE-1, el cual es el paquete que incluye el almuerzo en Guazapa tours, y así tener una aproximación del costo de este rubro.

| Servicio: Alimentación | | | |
|-------------------------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|
| Costos fijos | | Costos variables | |
| Elemento de costo | Costo unitario | Elemento de costo | Costo unitario |
| Depreciación de mobiliario y equipo | \$0.40 | Sueldo cocinera(s) | \$0.51 |
| | | Insumos necesarios | \$2.50 |
| TOTAL | \$0.40 | TOTAL | \$3.01 |

Tabla 352 Costos fijos y variables del servicio de alimentación.

El servicio de transporte está definido por un costo fijo es decir la depreciación del vehículo y dos costos variables, el sueldo del motorista y la gasolina necesaria para el vehículo. En el caso del sueldo del motorista, este es remunerado de la misma forma que los guías turísticos, es decir, por actividad realizada y se ha asumido que absolutamente todos los turistas que lleguen a Guazapa tours harán uso de este servicio, por ende, el consumo de gasolina también estará directamente afectado por la afluencia de turistas. Para lo cual, en cada recorrido o paquete a realizar se espera utilizar un promedio de tres galones de gasolina, teniendo en cuenta el rendimiento por galón del vehículo.

| Servicio: Transporte | | | |
|-----------------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|
| Costos fijos | | Costos variables | |
| Elemento de costo | Costo unitario | Elemento de costo | Costo unitario |
| Depreciación de vehículo | \$2,65 | Sueldo de motorista | \$1,00 |
| | | Consumo de gasolina | \$0,79 |
| TOTAL | \$2,65 | TOTAL | \$1,79 |

Tabla 353 Costos fijos y variables del servicio de transporte.

El servicio de intermediación o información es aquel en el cual se consideran todos los elementos de costo que no tienen nada que ver con los otros servicios de forma directa, así, por ejemplo, los costos administrativos de los sueldos del personal de esta área, costos por depreciación de la infraestructura de la cooperativa, costos financieros incurridos por el financiamiento adquirido, entre otros.

También todos estos costos son considerados fijos debido a que no variarían con el flujo de turistas recibido, sino más bien permanecerían constantes en el tiempo. Además, cada total de cada elemento de costo ha sido prorrateado entre la cantidad total de turistas que se ha proyectado que recibiría la cooperativa.

| Servicio: Intermediación (información) | |
|--|-----------------------|
| Costos fijos | |
| Elemento de costo | Costo unitario |
| Sueldos administrativos | \$4,45 |
| Insumos administrativos | \$0,40 |
| Costos por depreciación (estructura y mobiliario de oficina) | \$0,96 |
| Costos de marketing | \$0,26 |
| Costos financieros | \$2,89 |
| TOTAL | \$8,96 |

Tabla 354 Costos fijos del servicio de información.

Sin duda alguna, el servicio de recreación es uno de los servicios que mayor costo representa en la cooperativa, debido a que tiene como costo fijo todas las depreciaciones de las infraestructuras donde se realizan las actividades de recreación y del equipo necesario para realizarlas. Y un solo costo variable referente al alquiler de caballos el cual tiene un costo fijo dentro de la comunidad.

Cabe destacar que cada costo de cada estructura y equipo ha sido cargado únicamente a la cantidad proyectada de turistas que harían uso de estos. Así por ejemplo, la depreciación de la infraestructura del canopy y cuerdas altas y del equipo necesario en estas actividades, ha sido cargado al paquete AN-1, AE-2 y al grupo de personas proyectada que llegaría únicamente a Guazapa tours.

| Servicio: Recreación | | | |
|--|-----------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Costos fijos | | Costos variables | |
| Elemento de costo | Costo unitario | Elemento de costo | Costo unitario |
| Costo por depreciación de infraestructura de cuerdas altas | \$1,55 | Costo por alquiler de caballo | \$10,00 |
| Costo por depreciación de infraestructura de rappel* | \$1,25 | | |
| Costo por depreciación de equipo de cabalgata | \$2,00 | | |
| Costo por depreciación de equipo de avistamiento de aves | \$12,73 | | |
| Costo por depreciación de equipo de ciclismo de montaña* | \$1,67 | | |
| Costo por depreciación de equipo para talleres | \$0,75 | | |
| Costo por mantenimiento | \$0,79 | | |
| TOTAL | \$20,74 | TOTAL | \$10,00 |

Tabla 355 Costos fijos y variables del servicio de recreación.

B) COSTOS POR SERVICIO EN LAS OTRAS INICIATIVAS INCLUIDAS EN LA PCTRS.

A continuación, se detallan los costos por servicios disponibles en las otras iniciativas incluidas en la PCTRS, donde algunos costos son por persona por lo que no se pueden prorratear como el costo de los almuerzos en los diferentes lugares o el derecho de entrada, y los que sí es posible prorratearlos, se hizo con base al flujo proyectado de turistas para cada paquete.

| Costo por servicio en las otras iniciativas incluidas en la PCTRS. | |
|---|-----------------------|
| Guía de turista (guiado) | Costo Unitario |
| Guía en Hacienda Colima | \$2.00 |
| Restauración (alimentación) | |
| Almuerzo en Puerto San Juan | \$6.25 |
| Refrigerio en Puerto San Juan | \$4.00 |
| Almuerzo en Hacienda La Bermuda | \$7.00 |
| Almuerzo en Hacienda Colima | \$5.00 |
| Almuerzo en Centro Histórico | \$6.50 |
| Intermediación e información | |
| Costo por ingreso a Puerto San Juan | \$1.00 |
| Costo por ingreso a Turicentro Las Américas | \$1.00 |
| Recreación | |
| Costo por uso de piscinas en Turicentro Las Américas | \$2.00 |
| Costo por recorrido y taller en Hacienda Los Nacimientos | \$30.00 |
| Costo por paseo en lancha en el Lago Suchitlán | \$1.67 |
| Costo por recorrido en Palo Grande | \$4.00 |
| Costo por ingreso a Cihuatán | \$2.00 |
| Costo por ingreso a Ciudad Vieja | \$2.00 |
| Costo por visita a Comunidad San Antonio | \$2.00 |

Tabla 356 Costo unitario por servicio brindado en las otras iniciativas incluidas en la PCTRS.

C) COSTO UNITARIO TOTAL POR PAQUETE DE LA PCTRS.

Para calcular el costo unitario total para cada uno de los paquetes, se debe mencionar que según el método por costeo por absorción se considerarán todos los costos en los que se incurre por paquete, independientemente de si estos costos son fijos o variables, aunque se tome como referencia la demanda proyectada para el año uno.

Estos costos han sido establecidos por cada paquete de la siguiente forma:

| Paquete: AN-1 | |
|--------------------------------|-----------------------|
| Costos operativos | Costo unitario |
| Canopy y cuerdas altas | \$5.30 |
| Entrada a Puerto San Juan | \$1.00 |
| Almuerzo Puerto San Juan | \$6.25 |
| Entrada a Las Américas | \$1.00 |
| Uso de piscinas | \$2.00 |
| Sueldo de guía de circuito | \$2.50 |
| Sueldo lanchero | \$1.68 |
| Transporte | \$1.79 |
| Costos por mantenimiento | \$0.79 |
| Costos administrativos | |
| Sueldos | \$4.45 |
| Insumos administrativos | \$0.40 |
| Costos por depreciación | \$3.61 |
| Costos financieros | \$2.89 |
| Costos de marketing | \$0.26 |
| COSTO TOTAL POR PAQUETE | \$33.91 |
| PV | \$50.87 |

Tabla 357 Estructura de costos para el paquete AN-1.

Para las actividades de recreación que brinda Guazapa Tours de R.L. como el Canopy y cuerdas altas, el costo unitario que aparece reflejado en la casilla, está conformado por la depreciación de la estructura y equipo para realizar dicha actividad y el sueldo del guía especialista para realizar la actividad con los turistas.

| Paquete: AN-2 | |
|--------------------------------|-----------------------|
| Costos operativos | Costo unitario |
| Cabalgata | \$12.00 |
| Práctica de rappel | \$1.67 |
| Almuerzo en La Bermuda | \$7.00 |
| Sueldo de guía de circuito | \$2.50 |
| Transporte | \$1.79 |
| Costos por mantenimiento | \$0.79 |
| Costos administrativos | |
| Sueldos | \$4.45 |
| Insumos administrativos | \$0.40 |
| Costos por depreciación | \$3.61 |
| Costos financieros | \$2.89 |
| Costos de marketing | \$0.26 |
| COSTO TOTAL POR PAQUETE | \$37.36 |
| PV | \$56.03 |

Tabla 358 Estructura de costos para el paquete AN-2.

Para la actividad de cabalgata, necesariamente se debe incurrir en un costo elevado de alquiler de caballos dentro de la comunidad ya que la cooperativa únicamente cuenta con un caballo, sin embargo, esto resulta provechoso ya que la misma comunidad se ve beneficiada al recibir una remuneración por alquilar sus recursos.

| Paquete: AC-1 | |
|---------------------------------------|-----------------------|
| Costos operativos | Costo unitario |
| Museo y caminata al cerro | \$1.25 |
| Recorrido en Hacienda Colima | \$2.00 |
| Almuerzo en Hacienda Colima | \$5.00 |
| Recorrido en Hacienda Los Nacimientos | \$30.00 |
| Teñido en Hacienda Los Nacimientos | |
| Sueldo de guía de circuito | \$2.50 |
| Transporte | \$1.79 |
| Costos por mantenimiento | \$0.79 |
| Costos administrativos | |
| Sueldos | \$4.45 |
| Insumos administrativos | \$0.40 |
| Costos por depreciación | \$3.61 |
| Costos financieros | \$2.89 |
| Costos de marketing | \$0.26 |
| COSTO TOTAL POR PAQUETE | \$54.94 |
| PV | \$82.41 |

Tabla 359 Estructura de costos para el paquete AC-1.

En este paquete se tiene la particularidad de que existe un paquete dentro del paquete principal, el cual se desarrolla en la Hacienda Los Nacimientos y es por ello que el costo del paquete resulta elevado.

| Paquete: AC-2 | |
|---------------------------------------|-----------------------|
| Costos operativos | Costo unitario |
| Visita a Cihuatán | \$2.00 |
| Visita a Ciudad Vieja | \$2.00 |
| Almuerzo en Centro Histórico | \$6.50 |
| Talleres vivenciales en Guazapa tours | \$2.00 |
| Sueldo de guía de circuito | \$2.50 |
| Sueldo instructores | \$1.00 |
| Transporte | \$1.79 |
| Costos por mantenimiento | \$0.79 |
| Costos administrativos | |
| Sueldos | \$4.45 |
| Insumos administrativos | \$0.40 |
| Costos por depreciación | \$3.61 |
| Costos financieros | \$2.89 |
| Costos de marketing | \$0.26 |
| COSTO TOTAL POR PAQUETE | \$30.19 |
| PV | \$45.28 |

Tabla 360 Estructura de costos para el paquete AC-2.

Este paquete es el único que incluye almuerzo en Guazapa tours, por lo que el costo de este incluye el sueldo de las cocineras, los insumos y la depreciación del equipo.

| Paquete: AE-1 | |
|--------------------------------|-----------------------|
| Costos operativos | Costo unitario |
| Avistamiento de aves | \$15.23 |
| Almuerzo en Guazapa tours | \$4.00 |
| Visita a Com. San Antonio | \$2.00 |
| Entrada a Puerto San Juan | \$1.00 |
| Refrigerio en Puerto San Juan | \$4.00 |
| Sueldo de guía de circuito | \$2.50 |
| Transporte | \$1.79 |
| Costos por mantenimiento | \$0.79 |
| Costos administrativos | |
| Sueldos | \$4.45 |
| Insumos administrativos | \$0.40 |
| Costos por depreciación | \$3.61 |
| Costos financieros | \$2.89 |
| Costos de marketing | \$0.26 |
| COSTO TOTAL POR PAQUETE | \$42.92 |
| PV | \$64.38 |

Tabla 361 Estructura de costos para el paquete AE-1.

| Paquete: AE-2 | |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Costos operativos | costo unitario |
| Canopy y cuerdas altas | \$5.30 |
| Recorrido en bicicleta (opcional) | \$1.67 |
| Almuerzo Centro Histórico | \$6.50 |
| Visita a palo grande | \$4.00 |
| Sueldo de guía de circuito | \$2.50 |
| Transporte | \$1.79 |
| Costos por mantenimiento | \$0.79 |
| Costos administrativos | |
| Sueldos | \$4.45 |
| Insumos administrativos | \$0.40 |
| Costos por depreciación | \$3.61 |
| Costos financieros | \$2.89 |
| Costos de marketing | \$0.26 |
| COSTO TOTAL POR PAQUETE | \$34.16 |
| PV | \$51.24 |

Tabla 362 Estructura de costos para el paquete AE-2.

Por último, aclarar que, en el apartado de transporte, este incluye el sueldo del motorista y el costo de gasolina necesaria para realizar los recorridos de iniciativa a iniciativa con los turistas. Y los costos por depreciación se obtienen de todas las depreciaciones ajenas al equipo e infraestructuras necesarias para realizar las actividades de recreación en Guazapa tours, estas son: depreciación de oficina y mobiliario de equipo, depreciación de vehículo, depreciación de cafetería y mobiliario, depreciación de museo, etc.

Por otra parte, resulta necesario establecer un paquete únicamente de Guazapa tours a partir de las actividades de mayor demanda y más representativas dentro de la cooperativa. De esta manera se realiza con las siguientes actividades, formando la combinación de tres parejas y obteniendo el costo de cada pareja y posteriormente el promedio de las tres.

| Paquete: Guazapa | |
|--|-----------------------|
| Costos operativos | costo unitario |
| Canopy y cuerdas altas y caminata a media altura | \$12.40 |
| Canopy y cuerdas altas y cabalgata | |
| Cabalgata y caminata a media altura | |
| Transporte | \$1.79 |
| Costos por mantenimiento | \$0.79 |
| Costos administrativos | |
| Sueldos | \$4.45 |
| Insumos administrativos | \$0.40 |
| Costos por depreciación | \$3.61 |
| Costos financieros | \$2.89 |
| Costos de marketing | \$0.26 |
| COSTO TOTAL POR PAQUETE | \$26.59 |
| PV | \$39.88 |

Tabla 363 Estructura de costos para el paquete Guazapa.

4. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS PARA GUAZAPA TOURS DE R.L. Y LA PCTRS.

A) PRECIO DE VENTA

Para determinar el precio de venta de los diferentes paquetes turísticos que ofrecerá la PCTRS, se vuelve estratégica la fijación del margen de utilidad que se deberá establecer en la actividad económica de la asociación. En este análisis es vital tomar en cuenta la opinión de los clientes recolectada en la etapa de diagnóstico, donde se consideran aspectos tales como el gasto turístico que el mercado consumidor final indicó tener y lo que estarían dispuestos a pagar por la prestación de ciertos servicios turísticos rurales. Además de considerar en cierto aspecto los precios de los productos turísticos ofrecidos por la competencia y también el margen de utilidad que la cooperativa Guazapa tours de R.L. espera obtener.

Para ello en el apartado anterior cuando se presenta la estructura de costos por paquete, también lleva una casilla llamada "PV" o precio de venta, el cual es el costo del paquete más un 50% de utilidad sobre dicho costo.

| Paquete | Precio de venta |
|-----------------|-----------------|
| AN-1 | \$50.87 |
| AN-2 | \$56.03 |
| AC-1 | \$82.41 |
| AC-2 | \$45.28 |
| AE-1 | \$64.38 |
| AE-2 | \$51.24 |
| Paquete Guazapa | \$39.88 |

Tabla 364 Precio de venta por paquete de la PCTRS.

También es necesario diferenciar los precios de los paquetes de la PCTRS y los precios de los servicios individuales de Guazapa Tours, los cuales se presentan en la siguiente tabla:

| ACTIVIDADES RECREATIVAS EN GUAZAPA TOURS | | | | | |
|--|------------------------|-----------|---------------------------------|----------------------|---------|
| Actividad | Canopy y cuerdas altas | Cabalgata | Caminata media al Cerro Guazapa | Avistamiento de aves | Camping |
| Precio | \$10.00 | \$20.00 | \$15.00 | \$75.00 | \$35.00 |

Tabla 365 Precios por actividades individuales en Guazapa Tours de R.L.

Para establecer el presupuesto de ingresos y gastos, se hace uso de los pronósticos de demanda por paquete y por servicios individuales de la cooperativa, calculados en el capítulo anterior. Y así tener una aproximación de cuánto se espera vender por paquete, y por servicios individuales tanto por mes en el primer año como para los siguientes cuatro años.

La siguiente tabla muestra las proyecciones de turistas para la PCTRS, por paquete turístico y por año para el periodo de análisis.

| PROYECCIONES POR PAQUETE (Cantidad de turistas) | | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| Cód. Paq. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| AN 1 | 394 | 426 | 460 | 498 | 540 |
| AN 2 | 212 | 229 | 248 | 268 | 291 |
| AC 1 | 187 | 202 | 219 | 237 | 258 |
| AC 2 | 435 | 471 | 511 | 554 | 602 |
| AE 1 | 150 | 163 | 178 | 195 | 213 |
| AE 2 | 267 | 290 | 317 | 346 | 378 |
| Total | 1,645 | 2,024 | 2,194 | 2,382 | 2,588 |

Tabla 366 Proyección de turistas por paquete de la PCRTS por año.

La tabla siguiente muestra la proyección de turistas para la PCTRS, por paquete turístico y por mes para el primer año de operación.

| PROYECCIONES POR PAQUETE POR MES PARA EL AÑO UNO (cantidades de turistas) | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------|
| Mes/Paq. | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
| AN 1 | 42 | 47 | 50 | 20 | 22 | 25 | 26 | 40 | 25 | 20 | 23 | 54 | 394 |
| AN 2 | 23 | 26 | 27 | 11 | 12 | 13 | 14 | 21 | 13 | 11 | 12 | 29 | 212 |
| AC 1 | 20 | 22 | 24 | 10 | 10 | 12 | 12 | 19 | 12 | 9 | 11 | 26 | 187 |
| AC 2 | 46 | 52 | 55 | 22 | 24 | 28 | 29 | 44 | 27 | 22 | 26 | 60 | 435 |
| AE1 | 16 | 18 | 19 | 8 | 8 | 9 | 10 | 15 | 9 | 8 | 9 | 21 | 150 |
| AE 2 | 28 | 32 | 34 | 14 | 15 | 17 | 18 | 27 | 17 | 13 | 16 | 37 | 267 |
| Total año 1 | 175 | 198 | 209 | 84 | 90 | 104 | 108 | 166 | 103 | 83 | 97 | 226 | 1645 |

Tabla 367 Proyección de turistas por paquete por mes para el año uno.

La siguiente tabla muestra la proyección de la demanda de turistas a realizar actividades individuales en Guazapa tours, con base a los porcentajes brindados por el encargado de la cooperativa para cada actividad.

Así también, el porcentaje de aumento es conforme al incremento general del turismo a nivel nacional tanto del turista extranjero como el turista nacional.

| PROYECCIONES DE CLIENTES POR ACTIVIDAD POR AÑO | | | | | | |
|--|---|---------|----------|-----------|--------------------|--------------|
| Año | Actividad (% por actividad)/turistas al año | Camping | Caminata | Cabalgata | Canopy y Arborismo | Avistamiento |
| | | 25% | 25% | 20% | 27% | 3% |
| 1 | 243 | 61 | 61 | 49 | 66 | 7 |
| 2 | 264 | 66 | 66 | 53 | 71 | 8 |
| 3 | 286 | 71 | 71 | 57 | 77 | 9 |
| 4 | 310 | 78 | 78 | 62 | 84 | 9 |
| 5 | 337 | 84 | 84 | 67 | 91 | 10 |

Tabla 368 Proyección de turistas a realizar actividades individuales en Guazapa tours de R.L.

| PROYECCIONES DE CLIENTES POR ACTIVIDAD POR MES EN EL AÑO UNO | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------|
| MES/SERV | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
| Camping | 20 | 2 | 2 | 4 | 16 | 0 | 1 | 4 | 0 | 0 | 2 | 8 | 61 |
| Caminata | 20 | 2 | 2 | 4 | 16 | 0 | 1 | 4 | 0 | 0 | 2 | 8 | 61 |
| Cabalgata | 16 | 2 | 2 | 3 | 13 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 2 | 7 | 49 |
| Canopy y arborismo | 22 | 2 | 2 | 5 | 18 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 2 | 9 | 66 |
| Avistamiento | 2 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1.0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 7 |
| Total Turistas al mes | 81 | 9 | 8 | 17 | 65 | 0 | 5 | 15 | 0 | 0 | 9 | 34 | 243 |

Tabla 369 Proyección de turistas por mes y por actividad para el año uno para Guazapa tours de R.L.

Con base a estos datos es posible establecer el siguiente presupuesto de ventas para los 12 meses del año uno y los siguientes cuatro años.

B) PRESUPUESTO DE INGRESOS PARA GUAZAPA TOURS.

El siguiente presupuesto de ingresos se obtiene multiplicando la cantidad de turistas proyectada por mes para cada paquete por el precio de venta establecido anteriormente. Así también, se multiplica la cantidad de turistas proyectada por mes para cada actividad por el precio de venta establecido por Guazapa tours de R.L.

| PRESUPUESTO DE INGRESOS PARA LOS CINCO AÑOS DE LA PCTRS | | | | | | | | | | | | |
|---|------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| Paquete | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| AN-1 | \$2,134.70 | \$2,409.30 | \$2,547.61 | \$1,026.26 | \$1,102.43 | \$1,268.79 | \$1,320.91 | \$2,024.46 | \$1,258.77 | \$1,010.22 | \$1,180.60 | \$2,760.07 |
| AN-2 | \$1,266.12 | \$1,428.99 | \$1,511.02 | \$608.69 | \$653.87 | \$752.54 | \$783.45 | \$1,200.74 | \$746.60 | \$599.18 | \$700.23 | \$1,637.04 |
| AC-1 | \$1,637.51 | \$1,848.15 | \$1,954.25 | \$787.23 | \$845.66 | \$973.28 | \$1,013.26 | \$1,552.94 | \$965.59 | \$774.93 | \$905.63 | \$2,117.23 |
| AC-2 | \$2,099.53 | \$2,369.61 | \$2,505.63 | \$1,009.35 | \$1,084.26 | \$1,247.89 | \$1,299.14 | \$1,991.10 | \$1,238.03 | \$993.58 | \$1,161.15 | \$2,714.60 |
| AE-1 | \$1,027.95 | \$1,160.18 | \$1,226.78 | \$494.19 | \$530.87 | \$610.98 | \$636.07 | \$974.86 | \$606.15 | \$486.47 | \$568.51 | \$1,329.10 |
| AE-2 | \$1,454.44 | \$1,641.53 | \$1,735.76 | \$699.22 | \$751.12 | \$864.47 | \$899.98 | \$1,379.32 | \$857.64 | \$688.30 | \$804.38 | \$1,880.52 |
| Total | \$9,620.24 | \$10,857.78 | \$11,481.06 | \$4,624.94 | \$4,968.20 | \$5,717.95 | \$5,952.81 | \$9,123.42 | \$5,672.78 | \$4,552.68 | \$5,320.49 | \$12,438.57 |

Tabla 370 Presupuesto de ingresos por mes para el año uno para la PCTRS.

| PRESUPUESTO DE INGRESOS PARA LOS CINCO AÑOS DE LA PCTRS | | | | | | | | | | | | |
|---|------------|----------|----------|----------|------------|--------|----------|----------|--------|--------|----------|----------|
| Actividad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Caminata | \$304.28 | \$33.78 | \$29.58 | \$63.36 | \$245.12 | \$0.00 | \$21.09 | \$54.96 | \$0.00 | \$0.00 | \$33.78 | \$126.80 |
| Cabalgata | \$324.56 | \$36.03 | \$31.55 | \$67.58 | \$261.46 | \$0.00 | \$22.49 | \$58.62 | \$0.00 | \$0.00 | \$36.03 | \$135.26 |
| Canopy y arborismo | \$219.08 | \$24.32 | \$21.30 | \$45.62 | \$176.48 | \$0.00 | \$15.18 | \$39.57 | \$0.00 | \$0.00 | \$24.32 | \$91.30 |
| Camping | \$709.98 | \$78.82 | \$69.02 | \$147.83 | \$571.94 | \$0.00 | \$49.21 | \$128.23 | \$0.00 | \$0.00 | \$78.82 | \$295.88 |
| Avistamiento | \$182.57 | \$0.00 | \$0.00 | \$38.01 | \$147.07 | \$0.00 | \$0.00 | \$75.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$76.08 |
| Total | \$1,740.45 | \$172.94 | \$151.44 | \$362.40 | \$1,402.08 | \$0.00 | \$107.97 | \$356.38 | \$0.00 | \$0.00 | \$172.94 | \$725.32 |

Tabla 371 Presupuesto de ingresos por actividades realizadas en Guazapa tours de R.L. por mes para el primer año de análisis.

De igual forma que para el presupuesto de ingresos por mes, el presupuesto de ingresos anual, se obtiene multiplicando la cantidad de turistas proyectada por año por paquete por el precio de venta establecido anteriormente. Y también, se multiplica la cantidad de turistas proyectada por año por actividad por el precio de venta establecido por Guazapa tours de R.L.

| PRESUPUESTO DE INGRESOS PARA LOS CINCO AÑOS DE LA PCTRS | | | | | |
|--|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| Paquete | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| AN-1 | \$20,044.11 | \$21,644.21 | \$23,398.53 | \$25,323.42 | \$27,437.05 |
| AN-2 | \$11,888.47 | \$12,837.51 | \$13,878.02 | \$15,019.70 | \$16,273.33 |
| AC-1 | \$15,375.66 | \$16,640.24 | \$18,028.81 | \$19,554.61 | \$21,232.37 |
| AC-2 | \$19,713.88 | \$21,335.27 | \$23,115.61 | \$25,071.92 | \$27,223.06 |
| AE-1 | \$9,652.12 | \$10,515.48 | \$11,467.30 | \$12,517.23 | \$13,675.96 |
| AE-2 | \$13,656.68 | \$14,878.23 | \$16,224.96 | \$17,710.49 | \$19,349.96 |
| Total | \$90,330.92 | \$97,850.94 | \$106,113.22 | \$115,197.35 | \$125,191.73 |

Tabla 372 Presupuesto de ingresos para la PCTRS para los cinco años de estudio.

| PRESUPUESTO DE INGRESOS POR SERVICIOS INDIVIDUALES PARA GUAZAPA TOURS DE R.L. | | | | | |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|
| Actividad | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Caminata | \$912.73 | \$988.85 | \$1,072.28 | \$1,164.00 | \$1,264.91 |
| Cabalgata | \$973.58 | \$1,054.77 | \$1,143.76 | \$1,241.60 | \$1,349.24 |
| Canopy y arborismo | \$657.17 | \$711.97 | \$772.04 | \$838.08 | \$910.73 |
| Camping | \$2,130.14 | \$2,307.32 | \$2,501.98 | \$2,716.00 | \$2,951.45 |
| Avistamiento | \$547.75 | \$593.31 | \$643.37 | \$698.40 | \$758.94 |
| Total | \$5,221.37 | \$5,656.23 | \$6,133.43 | \$6,658.08 | \$7,235.27 |

Tabla 373 Presupuesto de ingresos por año por actividad para Guazapa Tours de R.L.

Por lo tanto, al sumar los totales por año de los ingresos que registraría Guazapa Tours, se obtiene la siguiente tabla resumen de los ingresos totales para la cooperativa:

| PRESUPUESTO DE INGRESOS GENERALES PARA GUAZAPA TOURS DE R.L. | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| \$95,552.29 | \$103,507.17 | \$112,246.66 | \$121,855.43 | \$132,427.00 |

Tabla 374 Presupuesto de ingresos totales para Guazapa Tours de R.L. y la PCTRS.

C) PRESUPUESTO DE EGRESOS PARA GUAZAPA TOURS DE R.L.

A continuación, se establecen los presupuestos de egresos para Guazapa Tours para el primer año de operación en conjunto con la PCTRS. Primeramente, el presupuesto de egresos para la PCTRS por mes y por actividad se determina a partir de la demanda proyectada por paquete para el año uno, la cual es multiplicada por el costo del paquete determinado anteriormente. De igual manera para el presupuesto de egresos por actividades individuales en Guazapa tours, se utiliza la proyección de la demanda por mes por actividad, la cual se multiplica por el costo unitario de cada actividad también determinado anteriormente.

Así, por ejemplo: el costo por el paquete AN-1 es de \$33.91 y la proyección de la demanda para el mes de enero en el año uno es de 42 personas, lo cual da un costo total por paquetes AN-1 vendidos para el mes de enero de \$1,423.13.

| PRESUPUESTO DE EGRESOS PARA LOS CINCO AÑOS DE LA PCTRS | | | | | | | | | | | | |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Paquete | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
| AN-1 | \$1,423.13 | \$1,606.20 | \$1,698.40 | \$684.17 | \$734.95 | \$845.86 | \$880.60 | \$1,349.64 | \$839.18 | \$673.48 | \$787.07 | \$1,840.05 |
| AN-2 | \$844.08 | \$952.66 | \$1,007.35 | \$405.79 | \$435.91 | \$501.69 | \$522.30 | \$800.49 | \$497.73 | \$399.45 | \$466.82 | \$1,091.36 |
| AC-1 | \$1,091.67 | \$1,232.10 | \$1,302.83 | \$524.82 | \$563.77 | \$648.85 | \$675.50 | \$1,035.29 | \$643.73 | \$516.62 | \$603.75 | \$1,411.49 |
| AC-2 | \$1,399.69 | \$1,579.74 | \$1,670.42 | \$672.90 | \$722.84 | \$831.93 | \$866.10 | \$1,327.40 | \$825.35 | \$662.39 | \$774.10 | \$1,809.73 |
| AE-1 | \$685.30 | \$773.46 | \$817.86 | \$329.46 | \$353.91 | \$407.32 | \$424.05 | \$649.91 | \$404.10 | \$324.31 | \$379.01 | \$886.06 |
| AE-2 | \$969.62 | \$1,094.36 | \$1,157.18 | \$466.15 | \$500.74 | \$576.31 | \$599.98 | \$919.55 | \$571.76 | \$458.86 | \$536.25 | \$1,253.68 |
| Total | \$6,413.50 | \$7,238.52 | \$7,654.04 | \$3,083.30 | \$3,312.13 | \$3,811.96 | \$3,968.54 | \$6,082.28 | \$3,781.85 | \$3,035.12 | \$3,546.99 | \$8,292.38 |

Tabla 375 Presupuesto de egresos por paquete para el primer año de operación para la PCTRS.

| PRESUPUESTO DE EGRESOS PARA LOS CINCO AÑOS DE LA PCTRS | | | | | | | | | | | | |
|--|------------|----------|----------|----------|----------|--------|---------|----------|--------|--------|----------|----------|
| Actividad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Caminata | \$25.36 | \$2.81 | \$2.46 | \$5.28 | \$20.43 | \$0.00 | \$1.76 | \$4.58 | \$0.00 | \$0.00 | \$2.81 | \$10.57 |
| Cabalgata | \$194.70 | \$21.61 | \$18.93 | \$40.54 | \$156.85 | \$0.00 | \$13.49 | \$35.17 | \$0.00 | \$0.00 | \$21.61 | \$81.14 |
| Canopy y Arborismo | \$116.12 | \$12.89 | \$11.29 | \$24.18 | \$93.54 | \$0.00 | \$8.05 | \$20.97 | \$0.00 | \$0.00 | \$12.89 | \$48.39 |
| Camping | \$709.98 | \$78.82 | \$69.02 | \$147.83 | \$571.94 | \$0.00 | \$49.21 | \$128.23 | \$0.00 | \$0.00 | \$78.82 | \$295.88 |
| Avistamiento | \$37.07 | \$0.00 | \$0.00 | \$7.72 | \$29.87 | \$0.00 | \$0.00 | \$15.23 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$15.45 |
| Total | \$1,083.23 | \$116.13 | \$101.70 | \$225.55 | \$872.63 | \$0.00 | \$72.51 | \$204.18 | \$0.00 | \$0.00 | \$116.13 | \$451.43 |

Tabla 376 Presupuesto de egresos por actividad y por mes para el año uno de operación de Guazapa tours en conjunto con la PCTRS.

De la misma forma que para el cálculo de los egresos por mes, para determinar los egresos para los cinco años de análisis del estudio, se utiliza la proyección de la demanda por año por paquete y por actividad de la siguiente manera:

| PRESUPUESTO DE EGRESOS PARA LA PCTRS EN 5 AÑOS DE OPERACIÓN | | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Paquete | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| AN-1 | \$13,362.74 | \$14,429.47 | \$15,599.02 | \$16,882.28 | \$18,291.37 |
| AN-2 | \$7,925.64 | \$8,558.34 | \$9,252.01 | \$10,013.13 | \$10,848.89 |
| AC-1 | \$10,250.44 | \$11,093.49 | \$12,019.20 | \$13,036.41 | \$14,154.91 |
| AC-2 | \$13,142.59 | \$14,223.51 | \$15,410.41 | \$16,714.61 | \$18,148.70 |
| AE-1 | \$6,434.75 | \$7,010.32 | \$7,644.87 | \$8,344.82 | \$9,117.30 |
| AE-2 | \$9,104.45 | \$9,918.82 | \$10,816.64 | \$11,806.99 | \$12,899.97 |
| Total | \$60,220.61 | \$65,233.96 | \$70,742.15 | \$76,798.24 | \$83,461.15 |

Tabla 377 Presupuesto de egresos para los cinco años de análisis de la PCTRS.

| PRESUPUESTO DE EGRESOS POR ACTIVIDADES INDIVIDUALES DE GUAZAPA TOURS DE R.L. | | | | | |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| Actividad | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Caminata | \$76.06 | \$82.40 | \$89.36 | \$97.00 | \$105.41 |
| Cabalgata | \$584.05 | \$632.76 | \$686.14 | \$744.84 | \$809.41 |
| Canopy y Arborismo | \$348.32 | \$377.37 | \$409.21 | \$444.21 | \$482.72 |
| Camping | \$2,129.71 | \$1,186.62 | \$1,286.73 | \$1,396.80 | \$1,517.89 |
| Avistamiento | \$105.34 | \$120.49 | \$130.65 | \$141.83 | \$154.12 |
| Total | \$3,243.49 | \$2,399.64 | \$2,602.09 | \$2,824.67 | \$3,069.55 |

Tabla 378 Presupuesto de egresos por actividades para los cinco años de análisis de la PCTRS.

Por lo tanto, al sumar los egresos tanto por paquetes vendidos como por actividades individuales realizadas en Guazapa tours se obtiene el siguiente resumen de egresos para la cooperativa.

| PRESUPUESTO DE EGRESOS TOTALES PARA GUAZAPA TOURS DE R.L. | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| \$63,464.10 | \$67,633.60 | \$73,344.24 | \$79,622.91 | \$86,530.70 |

Tabla 379 Total de egresos para Guazapa Tours en los cinco años de análisis de la PCTRS.

5. PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del nivel mínimo de ventas o punto de equilibrio, es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios de una empresa.

El punto de equilibrio de un bien o servicio, está dado por el volumen de ventas para el cual, los ingresos totales se hacen iguales a los costos totales. Es decir, el nivel de actividad para el cual no hay pérdidas ni ganancias, de tal forma que éste viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento en los volúmenes de venta generará pérdidas.

Para la determinación del Punto de Equilibrio se deben conocer los costos Fijos y Costos Variables de la empresa; entendiéndose por Costos Variables aquellos que están directamente relacionados con la prestación del servicio turístico y que varían con la cantidad de servicios prestados, y por Costos Fijos son los que no están directamente relacionados con la prestación del servicio turístico y que permanecen constantes para un rango relevante de actividad turística.

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en dólares y unidades. Puede calcularse de varias formas:

Al obtener el punto de equilibrio en dólares, se considera la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio en unidades monetarias} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Precio de venta}}}$$

Y para obtener el punto de equilibrio en unidades (paquetes) se realiza el análisis a través de la fórmula siguiente:

$$\text{Punto de equilibrio en unidades (paquetes)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo de venta unitario}}$$

| Paquete | PVU | CVU | CF | CT | PE (mes) | PE (año) | PE (\$) ANUAL |
|--------------|---------|---------|------------|------------|----------|----------|---------------|
| AN 1 | \$50.87 | \$33.91 | \$191.68 | \$225.59 | 11 | 136 | \$6,900.32 |
| AN 2 | \$56.03 | \$37.36 | \$191.68 | \$229.03 | 10 | 123 | \$6,900.32 |
| AC 1 | \$82.41 | \$54.94 | \$191.68 | \$246.61 | 7 | 84 | \$6,900.32 |
| AC 2 | \$45.28 | \$30.19 | \$191.68 | \$221.86 | 13 | 152 | \$6,900.32 |
| AE 1 | \$64.38 | \$42.92 | \$191.68 | \$234.59 | 9 | 107 | \$6,900.32 |
| AE 2 | \$51.24 | \$34.16 | \$191.68 | \$225.83 | 11 | 135 | \$6,900.32 |
| Paq. Guazapa | \$39.88 | \$26.59 | \$191.68 | \$218.26 | 14 | 173 | \$6,900.32 |
| Total | | | \$1,341.73 | \$1,601.79 | 76 | 910 | \$48,302.26 |

Tabla 380 Punto de equilibrio para la PCTRS en paquetes y unidades monetarias.

Donde:

PVU: Es el precio de venta unitario por paquete.

CVU: Es el costo de venta unitario por paquete.

CF: Son los costos fijos totales por mes, prorrateados entre los 7 paquetes. Además, estos costos fijos están conformados por: Costos administrativos, costos de insumos administrativos, costos de mantenimiento y costos financieros.

CT: Son los costos totales, es decir la suma del costo variable unitario más el costo fijo.

PE (mes): Representa la cantidad de paquetes necesarios a ser vendidos por mes para no obtener pérdidas en ese mes.

PE (año): Es la cantidad de paquetes necesarios a ser vendidos al año para no obtener pérdidas en el año.

PE (\$) ANUAL: Es el PVU por el PE (año), es decir, el precio de venta de cada paquete por la cantidad de paquetes a ser vendidos para no obtener perdidas en el año.

Por lo tanto, se establece que para que la cooperativa no registre pérdidas en el año, al menos debe vender 136 paquetes AN-1, 123 paquetes AN-2, 84 paquetes AC-1, 152 paquetes AC-2, 107 paquetes AE-1, 135 paquetes AE-2, y 173 paquetes de Guazapa Y de acuerdo con las proyecciones de la demanda, estas cantidades de venta estarían siendo alcanzados desde el primer año, equivalente a un costo total de \$48,302.26

6. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Los estados financieros proforma (estados financieros futuros) pueden ser proyectados para el número de años deseados, sin embargo, el riesgo del error al proyectar se aumenta conforme aumenta el tiempo de proyección.

Los estados financieros proyectados son el flujo de efectivo, el estado de resultados y el balance general, todos para los 5 años que es el periodo de estudio establecido.

A) ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

El estado de resultados o llamado también de pérdidas y ganancias tiene como objetivo calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo de la propuesta, que son, de manera global, el beneficio de la operación, este se calcula restando de los ingresos los costos en que se incurren, los impuestos que sobre éste deben de pagarse. El ingreso por ventas se obtiene de multiplicar el precio de venta de cada servicio por el número de unidades que se venderán en dichos períodos.

Los estados de resultados se han calculado para de forma consolidada para los 6 paquetes que se ofrecerán. A continuación, se presentan los estados de resultados proformas para la PCTRS para los cinco años de análisis.

Los siguientes estados de resultados proyectados reflejan los posibles ingresos y erogaciones financieras que registraría la cooperativa Guazapa tours de R.L. durante los cinco años de análisis.

| CUENTAS | ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA POR MES AÑO 1 | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|---|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Ventas | \$11,360.70 | \$11,030.72 | \$11,632.50 | \$4,987.34 | \$6,370.28 | \$5,717.95 | \$6,060.78 | \$9,479.81 | \$5,672.78 | \$4,552.68 | \$5,493.43 | \$13,163.89 |
| Costo del servicio | \$5,957.38 | \$5,663.27 | \$5,932.19 | \$2,945.49 | \$3,670.66 | \$3,930.43 | \$3,409.79 | \$4,960.49 | \$3,220.03 | \$2,714.12 | \$3,162.27 | \$7,363.65 |
| Utilidad Bruta | \$5,403.31 | \$5,367.45 | \$5,700.32 | \$2,041.85 | \$2,699.62 | \$1,787.52 | \$2,650.99 | \$4,519.32 | \$2,452.75 | \$1,838.56 | \$2,331.17 | \$5,800.23 |
| Gastos Administrativos | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 |
| Costos de comercialización | \$53.82 | \$68.35 | \$45.50 | \$21.23 | \$57.72 | \$21.86 | \$23.91 | \$38.08 | \$71.69 | \$17.41 | \$22.18 | \$54.66 |
| Gastos Financieros | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 |
| Utilidad/pérdida antes de impuesto | \$4,132.76 | \$4,082.37 | \$4,438.08 | \$803.89 | \$1,425.17 | \$548.93 | \$1,410.36 | \$3,264.51 | \$1,164.33 | \$604.42 | \$1,092.26 | \$4,528.85 |
| ISR (30%) | \$1,239.83 | \$1,224.71 | \$1,331.43 | \$241.17 | \$427.55 | \$164.68 | \$423.11 | \$979.35 | \$349.30 | \$181.33 | \$327.68 | \$1,358.65 |
| Utilidad/pérdida después de impuesto | \$2,892.93 | \$2,857.66 | \$3,106.66 | \$562.73 | \$997.62 | \$384.25 | \$987.25 | \$2,285.16 | \$815.03 | \$423.10 | \$764.58 | \$3,170.19 |

Tabla 381 Estado de Resultados Proforma para el año uno de la PCTRS.

| CUENTAS | ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA POR AÑO | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ventas | \$95,552.29 | \$103,507.17 | \$112,246.66 | \$121,855.43 | \$132,427.00 |
| Costo del servicio | \$52,930.02 | \$58,273.11 | \$62,410.67 | \$66,959.72 | \$71,964.49 |
| Utilidad Bruta | \$42,622.27 | \$45,234.06 | \$49,835.98 | \$54,895.71 | \$60,462.50 |
| Gastos Administrativos | \$9,149.40 | \$9,149.40 | \$9,149.40 | \$9,149.40 | \$9,149.40 |
| Costos de comercialización | \$496.40 | \$580.43 | \$620.89 | \$665.36 | \$714.28 |
| Gastos Financieros | \$5,451.35 | \$5,451.35 | \$5,451.35 | \$5,451.35 | \$5,451.35 |
| Utilidad/pérdida antes de impuesto | \$27,525.12 | \$30,052.88 | \$34,614.34 | \$39,629.60 | \$45,147.47 |
| ISR (30%) | \$8,257.54 | \$9,015.86 | \$10,384.30 | \$11,888.88 | \$13,544.24 |
| Utilidad/pérdida después de impuesto | \$19,267.58 | \$21,037.02 | \$24,230.04 | \$27,740.72 | \$31,603.23 |

Tabla 382 Estado de Resultados Proforma por año para la PCTRS.

B) FLUJO NETO DE EFECTIVO

El Estado de Flujos de Caja muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos a una fecha determinada. Las variables de flujo, suponen la existencia de una corriente económica y se caracterizan por una dimensión temporal; se expresan de manera necesaria en cantidades medidas durante un periodo. El estado de Flujo de efectivo a diferencia del Estado de resultados es un informe que incluye las entradas y salidas de efectivo para determinar el saldo final, es un factor decisivo en la evaluación de liquidez (excedente o faltante de efectivo) de un negocio, la forma en que está estructurado tanto las entradas como las salidas de efectivo se clasifican en actividades de operación y financiamiento, esto es útil para efecto de toma de decisiones pues especifica el origen o destino de los movimientos de efectivo.

A continuación, se presenta el detalle de ventas en efectivo para los 12 meses del primer año y posteriormente para los cinco años de análisis:

| Cuentas | FLUJO DE EFECTIVO MES POR MES AÑO 1 | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Ingreso por ventas | \$9,620.24 | \$10,857.78 | \$11,481.06 | \$4,624.94 | \$4,968.20 | \$5,717.95 | \$5,952.81 | \$9,123.42 | \$5,672.78 | \$4,552.68 | \$5,320.49 | \$12,438.57 |
| Costos de producción/operación | \$5,957.38 | \$5,663.27 | \$5,932.19 | \$2,945.49 | \$3,670.66 | \$3,930.43 | \$3,409.79 | \$4,960.49 | \$3,220.03 | \$2,714.12 | \$3,162.27 | \$7,363.65 |
| Utilidad Bruta | \$3,662.86 | \$5,194.51 | \$5,548.87 | \$1,679.46 | \$1,297.54 | \$1,787.52 | \$2,543.02 | \$4,162.93 | \$2,452.75 | \$1,838.56 | \$2,158.23 | \$5,074.91 |
| Costos de Administración | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 | \$762.45 |
| Costos de Comercialización | \$53.82 | \$68.35 | \$45.50 | \$21.23 | \$57.72 | \$21.86 | \$23.91 | \$38.08 | \$71.69 | \$17.41 | \$22.18 | \$54.66 |
| Gastos financieros | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 | \$454.28 |
| Utilidad Antes de antes de Impuestos | \$2,392.31 | \$3,909.43 | \$4,286.64 | \$441.50 | \$23.09 | \$548.93 | \$1,302.39 | \$2,908.13 | \$1,164.33 | \$604.42 | \$919.32 | \$3,803.53 |
| Impuestos sobre la Renta | \$717.69 | \$1,172.83 | \$1,285.99 | \$132.45 | \$6.93 | \$164.68 | \$390.72 | \$872.44 | \$349.30 | \$181.33 | \$275.80 | \$1,141.06 |
| Utilidad Neta del Ejercicio | \$1,674.62 | \$2,736.60 | \$3,000.65 | \$309.05 | \$16.16 | \$384.25 | \$911.67 | \$2,035.69 | \$815.03 | \$423.10 | \$643.52 | \$2,662.47 |
| Depreciaciones | \$979.47 | \$979.47 | \$979.47 | \$979.47 | \$979.47 | \$979.47 | \$979.47 | \$979.47 | \$979.47 | \$979.47 | \$979.47 | \$979.47 |
| Flujo neto de efectivo después de impuesto | \$2,654.09 | \$3,716.07 | \$3,980.12 | \$1,288.52 | \$995.64 | \$1,363.72 | \$1,891.14 | \$3,015.16 | \$1,794.50 | \$1,402.57 | \$1,622.99 | \$3,641.94 |

Tabla 383 Flujo de efectivo proyectado para el primer año de operación.

| Cuentas | FLUJO DE EFECTIVO POR AÑO PARA LA PCTRS | | | | |
|--|---|-------------|--------------|--------------|--------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ingreso por ventas | \$90,330.92 | \$97,850.94 | \$106,113.22 | \$115,197.35 | \$125,191.73 |
| Costos de producción/operación | \$52,930.02 | \$58,273.11 | \$62,410.67 | \$66,959.72 | \$71,964.49 |
| Utilidad Bruta | \$37,400.90 | \$39,577.83 | \$43,702.55 | \$48,237.64 | \$53,227.23 |
| Costos de Administración | \$9,149.40 | \$9,149.40 | \$9,149.40 | \$9,149.40 | \$9,149.40 |
| Costos de Comercialización | \$496.40 | \$580.43 | \$620.89 | \$665.36 | \$714.28 |
| Gastos financieros | \$5,451.35 | \$5,451.35 | \$5,451.35 | \$5,451.35 | \$5,451.35 |
| Utilidad Antes de antes de Impuestos | \$22,303.74 | \$24,396.65 | \$28,480.91 | \$32,971.52 | \$37,912.20 |
| Impuestos sobre la Renta (NA) | \$6,691.12 | \$7,319.00 | \$8,544.27 | \$9,891.46 | \$11,373.66 |
| Utilidad Neta del Ejercicio | \$15,612.62 | \$17,077.66 | \$19,936.64 | \$23,080.06 | \$26,538.54 |
| Depreciaciones | \$11,753.64 | \$11,753.64 | \$11,753.64 | \$11,753.64 | \$11,753.64 |
| Flujo neto de efectivo después de impuesto | \$27,366.27 | \$28,831.30 | \$31,690.28 | \$34,833.71 | \$38,292.18 |

Tabla 384 Flujo Neto de Efectivo para Guazapa tours de R.L. para los cinco años de análisis.

C) BALANCE GENERAL PROFORMA

El cálculo del Balance General Proforma, permite ver la situación financiera de la cooperativa al final del primer periodo de operación, como al final de cada año de análisis. A continuación, se presenta el balance Inicial Proforma para el mes 1 del primer año de operaciones.

| ACTIVOS | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Activo Circulante | | | | | | |
| Bancos y caja | \$7,675.68 | \$7,675.68 | \$19,267.58 | \$21,037.02 | \$24,230.04 | \$27,740.72 |
| Inventario de MP (talleres) | \$2,622.85 | \$2,622.85 | \$2,360.57 | \$2,124.51 | \$1,912.06 | \$1,720.85 |
| Total activo circulante | \$10,298.53 | \$10,298.53 | \$21,628.15 | \$23,161.53 | \$26,142.10 | \$29,461.57 |
| Activo no circulante | | | | | | |
| Equipo de actividades turísticas extremas | \$21,859.95 | \$21,859.95 | \$21,859.95 | \$21,859.95 | \$21,859.95 | \$21,859.95 |
| Terreno | \$15,000.00 | \$15,000.00 | \$15,000.00 | \$15,000.00 | \$15,000.00 | \$15,000.00 |
| Obra civil | \$35,000.00 | \$35,000.00 | \$35,000.00 | \$35,000.00 | \$35,000.00 | \$35,000.00 |
| Maquinaria, equipo y mobiliario de cafetería | \$2,520.60 | \$2,520.60 | \$2,520.60 | \$2,520.60 | \$2,520.60 | \$2,520.60 |
| Mobiliario y equipo de oficina | \$4,010.58 | \$4,010.58 | \$4,010.58 | \$4,010.58 | \$4,010.58 | \$4,010.58 |
| Equipo de talleres (costura y bordado y artesanías en madera) | \$2,158.80 | \$2,158.80 | \$2,158.80 | \$2,158.80 | \$2,158.80 | \$2,158.80 |
| Equipo de museo | \$2,332.60 | \$2,332.60 | \$2,332.60 | \$2,332.60 | \$2,332.60 | \$2,332.60 |
| Equipo de apoyo | \$26,375.80 | \$26,375.80 | \$26,375.80 | \$26,375.80 | \$26,375.80 | \$26,375.80 |
| Depreciaciones Acumulada | | \$11,753.64 | \$23,507.29 | \$35,260.93 | \$47,014.58 | \$58,768.22 |
| Total activo no circulante | \$109,258.33 | \$97,504.69 | \$85,751.04 | \$73,997.40 | \$62,243.75 | \$50,490.11 |
| TOTAL ACTIVOS | \$119,556.86 | \$107,803.21 | \$107,379.19 | \$97,158.92 | \$88,385.85 | \$79,951.68 |
| PARTICIPACIONES | | | | | | |
| Pasivo Circulante | | | | | | |
| Pago de sueldos y costos administrativos | | \$15,769.27 | \$15,769.27 | \$15,769.27 | \$15,769.27 | \$15,769.27 |
| Gastos financieros | | \$5,451.35 | \$5,451.35 | \$5,451.35 | \$5,451.35 | \$5,451.35 |
| Total pasivo circulante | | \$21,220.62 | \$21,220.62 | \$21,220.62 | \$21,220.62 | \$21,220.62 |
| Capital | | | | | | |
| Capital Social | \$119,556.86 | \$67,315.01 | \$45,853.97 | \$30,671.24 | \$15,194.47 | -\$612.89 |
| Utilidades retenidas | | | \$19,267.58 | \$21,037.02 | \$24,230.04 | \$27,740.72 |
| Utilidad del ejercicio | | \$19,267.58 | \$21,037.02 | \$24,230.04 | \$27,740.72 | \$31,603.23 |
| TOTAL PARTICIPACIONES | \$119,556.86 | \$107,803.21 | \$107,379.19 | \$97,158.92 | \$88,385.85 | \$79,951.68 |

Tabla 385 Balance General Proyectado para Guazapa tours de R.L. para los cinco años de análisis.

B. EVALUACIÓN ECONÓMICA DE LA PROPUESTA

La evaluación económica tiene como objetivo analizar el rendimiento y rentabilidad de toda la inversión independiente de la fuente de financiamiento. Entre los aspectos a evaluar se encuentran:

- La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR).
- El Valor Actual Neto (VAN).
- Tasa Interna de Retorno (TIR).
- Tiempo de Recuperación de la Inversión.
- La Relación Beneficio-Costo.

1. TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO (TMAR)

Este punto es tal vez, el principal a determinar en el análisis económico, la TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento, también llamada TIMA, tasa de interés mínima aceptable o TREMA, tasa de rendimiento mínimo aceptable.

La tasa mínima atractiva de rendimiento, cumple la función de brindar una referencia en función de análisis por realizar de los que el inversionista esperaría de las oportunidades de inversión. Como su nombre lo indica es la mínima cantidad de rendimiento que el inversionista estaría dispuesto a recibir por arriesgarse a colocar en un proyecto su dinero.

Para poder invertir en la PCTRS, se hace necesario establecer parámetros de aceptación antes las posibilidades de éxito o fracaso de invertir en la propuesta, lo cual se plasma a través de la aplicación de la Tasa Mínima Aceptable de la propuesta (TMAR), que representa el costo de oportunidad que tiene el capital a invertir en esta iniciativa.

Por su parte, la TMAR para inversionistas está dada por la suma de un porcentaje de inflación considerado una tasa de inflación promedio de los 5 años anteriores más otro porcentaje como premio al riesgo.

La TMAR para el financista está compuesta por los mismos elementos antes mencionados, y su diferencia radica en la determinación del premio al riesgo.

Para calcular TMAR se hacer uso de la siguiente fórmula:

$$I + R + (I \times R) = TMAR$$

Dónde:

- I: Tasa de Inflación
- R: Premio al riesgo

De acuerdo a los datos proporcionados por el banco central de reserva para la tasa de inflación en los últimos 10 años fue:

| Años | Promedio de inflación ⁷³ |
|----------------|-------------------------------------|
| 2007 | 4.9 |
| 2008 | 5.5 |
| 2009 | -0.2 |
| 2010 | 1.18 |
| 2011 | 5.13 |
| 2012 | 1.76 |
| 2013 | 0.77 |
| 2014 | 1.13 |
| 2015 | -0.73 |
| 2016 | 1.8 |
| Promedio Total | 2.22 |

Tabla 386 Inflación para los últimos 10 años.

El promedio del índice de inflación será el valor usado para el cálculo de la TMAR, este valor es: **$I = 2.22\%$**

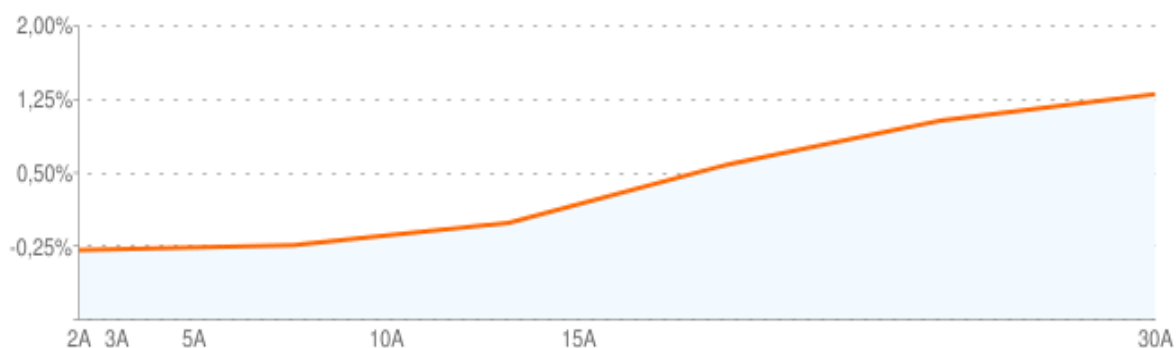
El valor del premio al riesgo se calcula de la siguiente manera:

1. Se determina el valor de rentabilidad para un bono de riesgo cero.
2. Se usa un valor de referencia del mercado secundario para hacer la comparación de riesgo.

Alemania es considerada el país más solvente por lo que los bonos de Alemania son considerados bonos de riesgo cero.

En cuanto a el bono de referencia se usa el país con respecto al cual se desea calcular el riesgo, para este estudio se usa el precio de los bonos en el mercado secundario de Estados Unidos para 10 años. De la investigación se tienen los siguientes resultados:

Curva del bono alemán⁷⁴



Esquema 90 Curva del bono alemán.

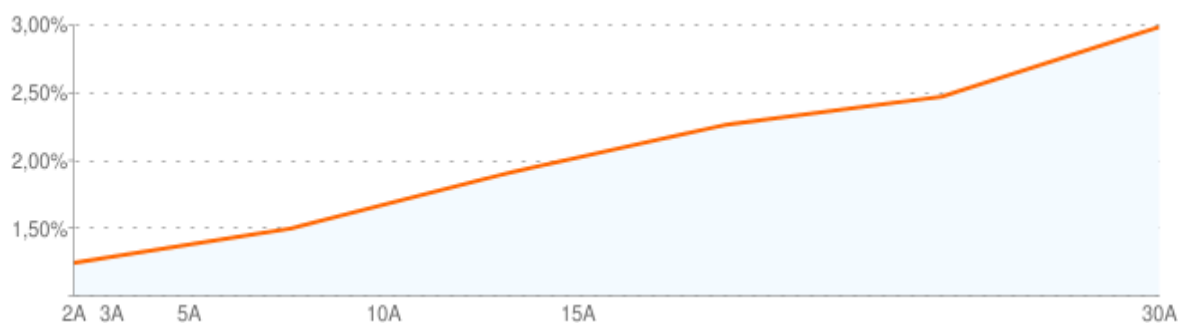
⁷³ Banco Central de Reserva.

⁷⁴ <http://www.eleconomista.es/bono/bono-aleman-10-years>

| Datos comparativos de la Curva del bono alemán ⁷⁵ | | | | |
|--|----------------|------------------|-----------|-------------|
| Tipo | Último (29/12) | Anterior (28/12) | Variación | Variación % |
| Bono alemán 2 años | -0,29% | 0,00% | 0 | -2,89% |
| Bono alemán 3 años | -0,25% | 0,00% | 0 | -1,00% |
| Bono alemán 5 años | -0,02% | 0,00% | 0 | -35,59% |
| Bono alemán 10 años | 0,58% | 0,00% | +0 | +1,24% |
| Bono alemán 15 años | 1,00% | 0,00% | +0 | +0,91% |
| Bono alemán 30 años | 1,27% | 0,00% | +0 | +0,48% |

Tabla 387 Datos comparativos del bono alemán.

Curva del bono americano⁷⁶



Esquema 91 Tendencia del bono americano.

| Datos comparativos de la Curva del bono americano | | | | |
|---|----------------|------------------|-----------|-------------|
| Tipo | Último (29/12) | Anterior (28/12) | Variación | Variación % |
| Bono americano 2 años | 1,23% | 0,00% | 0 | -0,01% |
| Bono americano 3 años | 1,48% | 0,00% | -0 | -0,59% |
| Bono americano 5 años | 1,91% | 0,00% | -0 | -0,25% |
| Bono americano 10 años | 2,25% | 0,00% | -0 | -1,03% |
| Bono americano 15 años | 2,46% | 0,00% | -0 | -0,98% |
| Bono americano 30 años | 2,97% | 0,00% | -0 | -0,88% |

Tabla 388 Datos comparativos de la curva del bono americano.

El valor del premio al riesgo es el siguiente:

$$R = 2.25\% - 0.58\% = 1.67\%$$

La tasa mínima atractiva del inversionista es la siguiente

$$TMAR = 2.22\% + 1.67\% + (2.22 \times 1.67)\% = 7.60\%$$

⁷⁵ <http://www.eleconomista.es/bono/bono-aleman-10-years>

⁷⁶ <http://www.eleconomista.es/bono/bono-americano-10-years>

2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

EL Valor Actual Neto es la ganancia (o pérdida) en términos del valor del dinero en este instante (tiempo presente), después de haber recuperado la inversión inicial a una tasa igual a la TMAR. El método del Valor Actual Neto es utilizado por dos razones importantes como son su fácil aplicación y segundo porque los ingresos y egresos futuros se transformarán a dinero en el presente, de esa manera puede verse con facilidad si los ingresos son mayores que los egresos.

El valor actual neto (VAN) de un proyecto se define como el valor obtenido en el presente proyecto y se elabora actualizando para cada año por separado las entrada y salidas de efectivo que acontecen durante la vida del mismo a una tasa de interés fija determinada. Esta también incluye las inversiones las cuales deben ser tomadas de flujo neto de ingresos y egresos.

La tasa de actualización o descuento es igual a la Tasa Mínima de Rendimiento, TMAR. El análisis del valor actual neto o valor presente es una cantidad que expresa cuanto valor se lograra de efectuar una inversión en un proyecto específico. Esto se hace ajustando o descontando todos los fondos de un cierto plazo hasta el momento cero o inicial de la inversión.

El análisis del valor actual neto o valor presente, da como criterio de decisión una comparación entre los ingresos y gastos que se han tenido a través del período de análisis, los traslada hacia el año de inicio del proyecto, siendo el criterio de decisión el siguiente:

- Si el valor presente de los ingresos y gastos anuales es mayor que cero ($VAN > 0$), entonces se acepta el proyecto.
- Si el valor presente de los ingresos y gastos anuales es menor que cero ($VAN < 0$), entonces se rechaza el proyecto.
- Si el valor presente de los ingresos y gastos anuales es igual a cero ($VAN = 0$), la rentabilidad será igual a la tasa de rechazo. Por lo tanto, un proyecto con un VAN positivo o igual a cero, puede considerarse aceptable.

Para el cálculo del valor actual neto se utiliza la siguiente fórmula:

$$AN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i}$$

Dónde:

- **I₀** = Inversión inicial.
- **F_i** = Flujo neto de efectivo, el cual se obtiene del estado de flujo de efectivo proyectado
- **t** = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR), o tasa de descuento o actualización.
- **n** = años en el análisis del proyecto.

Para el caso del cálculo de la VAN se tendrá:

| lo | Fi | n | t |
|--------------|-------------|---|-------|
| \$130,007.61 | \$19,267.58 | 1 | 7.60% |
| | \$21,037.02 | 2 | |
| | \$24,230.04 | 3 | |
| | \$27,740.72 | 4 | |
| | \$31,603.23 | 5 | |

Tabla 389 Datos principales para conocer la VAN.

$$VAN = -\$130,007.61 + \frac{19,267.58}{(1 + 0.0760)^1} + \frac{21,037.02}{(1 + 0.0760)^2} + \frac{24,230.04}{(1 + 0.0760)^3} + \frac{27,740.72}{(1 + 0.0760)^4} + \frac{31,603.23}{(1 + 0.0760)^5}$$

$$VAN = -\$31,874.29$$

El Valor Actual Neto de la propuesta es negativo, por lo cual la propuesta generará pérdidas por un monto de \$ 31,874.29 al final de los 5 años de operación, sin embargo, a largo plazo muy probablemente si genere ganancias.

3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero, es decir la que reinvierte en el proyecto todos los beneficios. La TIR muestra a los inversionistas la tasa de interés máxima a la que debe contraer préstamos, sin que incurra en futuros fracasos financieros. Para lograr esto se busca aquella tasa que aplicada al Flujo neto de Efectivo hace que el VAN sea igual a cero.

El procedimiento para determinar la TIR es igual al utilizado para el cálculo del VAN: para posteriormente aplicar el método mediante aproximaciones sucesiva hasta acercarnos a un VAN=0. Para el cálculo se aplica la siguiente formula del VAN.

El criterio de aceptación o rechazo de un proyecto, mediante el método de la Tasa de retorno, se describe a continuación:

- Si $TIR \geq TMAR$, entonces el proyecto se acepta
- Si $TIR < TMAR$, entonces el proyecto se rechaza
- Si $TIR = TMAR$, entonces el inversionista es indiferente entre realizar el proyecto o no.

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1 + t)^i}$$

$$0 = -\$127,528.36 + \left(\frac{19,267.58}{(1+i)^1} + \frac{21,037.02}{(1+i)^2} + \frac{24,230.04}{(1+i)^3} + \frac{27,740.72}{(1+i)^4} + \frac{31,603.23}{(1+i)^5} \right)$$

TIR: 1.31%

La Tasa Interna de Retorno es del 1.31 % y está es menor a la TMAR del 7.60% por lo que el proyecto generará pérdidas durante el periodo de análisis, por lo tanto, pero a largo plazo si se podría aceptar por la naturaleza del proyecto ya que en el rubro turismo usualmente se lleva mucho tiempo para poder obtener ganancias.

4. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

El tiempo de retorno de la inversión es otro factor importante a tomar en cuenta para tomar la decisión de si se debe o no invertir en el proyecto. Para el cálculo de dicho tiempo de recuperación se utilizará la siguiente fórmula:

$$TRI = \frac{\text{Inversión total}}{\text{Utilidad promedio}}$$

- Inversión inicial: \$130,007.61

| Año | Utilidad |
|-----------------|--------------------|
| 1 | \$19,267.58 |
| 2 | \$21,037.02 |
| 3 | \$24,230.04 |
| 4 | \$27,740.72 |
| 5 | \$31,603.23 |
| Promedio | \$24,775.72 |

Tabla 390 Utilidad por año y utilidad promedio.

$$TRI = \frac{\$130,007.61}{\$24,775.72}$$

TRI= 5.25 años, es decir en aproximadamente 5 años 3 meses de implementada la propuesta, se podrá recuperar la inversión hecha.

5. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

Es la relación entre el valor presente de todos los ingresos del proyecto sobre el valor presente de todos los egresos del proyecto, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

B/C = valor presente de ingresos / valor presente de egresos=VAN/INVERSIÓN INICIAL

El criterio de evaluación B/C, Infante (1988), lo define: este índice de utilización frecuente en estudios de grandes proyectos públicos de inversión, se apoya en el método del valor presente neto. Se calcula de la siguiente manera:

- a) Valor presente de los ingresos asociados con el proyecto en cuestión.
- b) Valor presente en los egresos del proyecto.
- c) Se establece una relación entre el VPN de los ingresos y el VPN de los egresos.

Cuando se utiliza ésta herramienta de evaluación en proyectos privados de inversión, se hace la siguiente interpretación:

B/C > 1: los beneficios son superiores a los sacrificios. El proyecto es viable porque genera aportes económicos y sociales a la comunidad independientemente de que el VPN sea negativo o igual a cero porque el impacto de la inversión es social y no toma en cuenta la rentabilidad.

B/C = 1: los beneficios son iguales a los costos. Es indiferente realizar o no la inversión desde el punto de vista financiero. El proyecto es auto sostenible, concepto que se aplica a los proyectos sociales para que su desarrollo sea ideal.

| Año | Ingresos | Costos | Flujo neto de efectivo | Acumulado | Tasa (1+t) ⁻ⁿ | Ingresos actualizados | Costos actualizados |
|-------|--------------|--------------|------------------------|---------------|--------------------------|-----------------------|---------------------|
| 0 | \$0.00 | \$130,007.61 | -\$130,007.61 | -\$130,007.61 | 1 | \$0.00 | \$130,007.61 |
| 1 | \$95,552.29 | \$76,284.71 | \$19,267.58 | -\$110,740.03 | 0.92936803 | \$88,803.24 | \$70,896.57 |
| 2 | \$103,507.17 | \$82,470.15 | \$21,037.02 | -\$89,703.02 | 0.86372493 | \$89,401.72 | \$71,231.53 |
| 3 | \$112,246.66 | \$88,016.62 | \$24,230.04 | -\$65,472.98 | 0.80271834 | \$90,102.45 | \$70,652.55 |
| 4 | \$121,855.43 | \$94,114.71 | \$27,740.72 | -\$37,732.26 | 0.74602076 | \$90,906.68 | \$70,211.53 |
| 5 | \$132,427.00 | \$100,823.77 | \$31,603.23 | -\$6,129.03 | 0.69332785 | \$91,815.33 | \$69,903.93 |
| Total | \$565,588.55 | \$571,717.57 | -\$6,129.03 | | | \$451,029.42 | \$482,903.72 |

Tabla 391 Datos para el cálculo de la razón Beneficio/Costo.

$$\frac{B}{C} = \frac{451,029.42}{482,903.72} = 0.93$$

Dado que B/C es menor que uno, entonces la propuesta registrará ganancias, por cada dólar invertido únicamente se recuperan \$0.93 al cabo de los 5 años de estudio, sin embargo, es muy probable que en un análisis con un periodo mayor los resultados de este análisis mejoren considerablemente.

6. ANALISIS FINANCIERO DE LA PCTRS.

A) RAZONES FINANCIERAS.

Las razones o índices financieros no son más que relaciones que se establecen entre las cifras de los estados financieros, para facilitar su análisis e interpretación. A través de ellas se pueden detectar las tendencias, las variaciones estacionales, los cambios cíclicos y las variaciones irregularidades que pueden presentar las cifras de los estados financieros.

Dependientemente de la orientación que se dé al cálculo de las razones financieras, estas se pueden dividir o agrupar en cuatro grupos:

- Liquidez
- Apalancamiento
- Actividad
- Rentabilidad

En este apartado se realiza un análisis financiero para la cooperativa Guazapa Tours de R.L., y la PCTRS para poder tener una idea de la situación financiera en la que se encontraría la cooperativa al implementar la propuesta. Por ello se tomarán en cuenta solo algunos ratios para el estudio, ya que debido a la naturaleza del proyecto no todos los índices son aplicables para ser analizados.

B) RAZONES FINANCIERAS DE RENTABILIDAD.

- Margen de Utilidad

Mide la relación de las ventas menos el costo de las ventas con las ventas. Indica la cantidad de utilidad que se obtiene de las ventas después de descontar el coste de los bienes vendidos. Es deseable un margen de utilidad de nivel alto, pues significa que la empresa tiene un coste bajo de los bienes vendidos.

$$\text{Margen Bruto de Utilidad} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ventas Totales | \$95,552.29 | \$103,507.17 | \$112,246.66 | \$121,855.43 | \$132,427.00 |
| Costo de Ventas | \$52,930.02 | \$58,273.11 | \$62,410.67 | \$66,959.72 | \$71,964.49 |
| Margen Bruto de Utilidad | 0.45 | 0.44 | 0.44 | 0.45 | 0.46 |

Tabla 392 Margen de Utilidad.

- Margen Operativo

Es el porcentaje de las ventas que supone el margen del negocio en sí mismo, antes del impacto financiero extraordinarios e impuestos. Mide las unidades monetarias ganadas operativamente por cada unidad vendida.

$$\text{Margen Operativo} = \frac{\text{Utilidades Antes de Impuesto}}{\text{Ventas}}$$

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ventas Totales | \$95,552.29 | \$103,507.17 | \$112,246.66 | \$121,855.43 | \$132,427.00 |
| Utilidades Antes de Impuesto | \$ 27,525.12 | \$ 30,052.88 | \$ 34,614.34 | \$ 39,629.60 | \$ 45,147.47 |
| Margen Operativo | 0.29 | 0.29 | 0.31 | 0.33 | 0.34 |

Tabla 393 Margen Operativo.

- Rendimiento Sobre Activos

Mide la rentabilidad sobre el activo total. Es decir, el beneficio generado por el activo de la empresa. A mayor ratio, mayores beneficios ha generado el activo total, por tanto, un valor más alto significa una situación más próspera para la empresa. Relaciona la utilidad neta obtenida en un período con el total de activos.

$$\text{Rendimiento Sobre Activo} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| Utilidad Neta | \$19,267.58 | \$21,037.02 | \$24,230.04 | \$27,740.72 | \$31,603.23 |
| Activos Totales | \$107,803.21 | \$107,379.19 | \$97,158.92 | \$88,385.85 | \$79,951.68 |
| Rendimiento sobre activo | 0.18 | 0.20 | 0.25 | 0.31 | 0.40 |

Tabla 394 Rendimiento sobre Activos.

C) RAZONES FINANCIERAS DE ACTIVIDAD

Evalúan la habilidad con la cual la empresa utiliza los recursos de que dispone.

- Rotación de Activos Totales

Indica la eficiencia relativa con que una empresa utiliza sus activos totales para generar ventas.

$$\text{Rotación de Activos Totales} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activos Totales Promedio}}$$

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ventas Netas | \$95,552.29 | \$103,507.17 | \$112,246.66 | \$121,855.43 | \$132,427.00 |
| Activos Totales | \$107,803.21 | \$107,379.19 | \$97,158.92 | \$88,385.85 | \$79,951.68 |
| Rotación de activos | 0.89 | 0.96 | 1.16 | 1.38 | 1.66 |

Tabla 395. Rotación de activos totales.

A continuación, se presenta una tabla resumen de todos los ratios financieros calculados para la PCTRS.

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Margen Bruto de Utilidad | 0.45 | 0.44 | 0.44 | 0.45 | 0.46 |

| | | | | | |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|
| Margen Operativo | 0.29 | 0.29 | 0.31 | 0.33 | 0.34 |
| Rendimiento sobre activo | 0.18 | 0.20 | 0.25 | 0.31 | 0.40 |
| Rotación de activos totales | 0.89 | 0.96 | 1.16 | 1.38 | 1.66 |

Tabla 396 Resumen de los ratios financieros para la PCTRS.

D) ANALISIS.

Del margen bruto de utilidad se puede establecer que, si bien es cierto para los cinco años el valor resulta estar por debajo de uno, este va incrementando respecto a cada año ya que año con año el costo de los servicios ira disminuyendo.

Para el margen operativo se concluye que, año con año la cooperativa ira aumentando las unidades monetarias ganadas por cada unidad monetaria vendida, dicho de otra forma, con el pasar del tiempo la cooperativa recibirá mayores ganancias por cada paquete, servicio o actividad vendida.

En cuanto al rendimiento sobre activos se observa que el beneficio generado por los activos al pasar de los años también aumenta considerablemente, al igual que en la rotación de activos totales puesto que es el índice que registra mayor crecimiento registra, y porque todos los activos de la cooperativa estarían siendo utilizados para generar ventas y beneficios para la cooperativa.

7. ANALISIS DE SENSIBILIDAD PARA LA PCTRS Y GUAZAPA TOURS DE R.L.

En este análisis se evaluará tres escenarios posibles, los cuales estarán influidos por el porcentaje de incremento demanda para la PCTRS, cambio de precios en el producto y otros tipos de consideraciones, y se plantearán los índices económicos para conocer el estado financiero y económico de la cooperativa en las condiciones propuestas.

A) ESCENARIO UNO.

Debido a los resultados obtenidos en el análisis económico de la propuesta en donde se observa una pérdida de más de \$31,000.00, al final del quinto año, un beneficio costo de 0.93 y una TIR DE 1.31%, en el presente escenario se plantea buscar un aumento en la demanda producto de una fuerte y efectiva campaña publicitaria de la PCTRS tanto por parte de Guazapa tours como de las otras iniciativas, en conjunto con instituciones de apoyo como el MITUR y la Alcaldía de Suchitoto. Dicho aumento debe ser tal que, las condiciones actuales mejoren a tal grado de poder registrar ganancias al cabo de los cinco años de análisis.

Por lo anterior, se determina que la demanda por parte de los turistas extranjeros debería aumentar no en 4% sino en 9% y la demanda de turistas nacionales necesariamente tendría que aumentar no en 11.3% sino en 20.5% respecto al año anterior. Con base a los datos anteriores se tiene lo siguiente:

| ÍNDICE ECONÓMICO | RESULTADO |
|--|------------|
| TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO | 7,60% |
| TASA INTERNA DE RETORNO | 8,63% |
| VALOR ACTUAL NETO | \$4.185,76 |
| RELACIÓN BENEFICIO COSTO | 1,01 |
| TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN | 3,78 |

Tabla 397 Índices económicos para el escenario uno de la PCTRS.

Como se puede observar, si la demanda extranjera y demanda nacional hacia la PCTRS y hacia Guazapa Tours aumentara en 9% y 20.5% respectivamente con base al año anterior para cada mercado, como se estableció en el párrafo anterior, la TIR refleja un cambio muy considerable, ya que la TIR aumenta de 1.31% a 8.63% lo que indicaría que el proyecto al final del año 5 claramente estaría generando utilidades, lo cual también se puede observar con el valor del VAN, que es de \$4,185.76, es decir que al final del quinto año se tendrían utilidades por ese monto y ya estaría cubierta la inversión, ya que esta ha sido recuperada en aproximadamente 4 años, ya que por cada dólar invertido se estaría obteniendo \$0.01 de ganancia a lo largo del proyecto, lo cual a largo plazo sin duda serían mejores los resultados a obtener.

B) ESCENARIO DOS.

Para este escenario, se plantea una estrategia diferente, sin duda una con mayor riesgo la cual dependería de la cooperativa Guazapa Tours de R.L., pero sería otra opción para poder cambiar la situación del análisis actual. Esta estrategia consiste en aumentar los precios de cada paquete turístico o dicho de otra forma aumentar el margen de ganancia a recibir por cada paquete vendido y establecer algunas estrategias de precios con las otras iniciativas por los servicios subcontratados.

En el análisis actual se percibe un margen de ganancia del 50% sobre el costo de cada paquete. Para este nuevo análisis se plantea aumentar el margen de ganancia un 20%, es decir que la ganancia sería un 70% sobre el costo del producto.

Además, en términos de acuerdos de precios con las otras iniciativas se esperaría llegar a un acuerdo con las otras iniciativas que por cada grupo de personas que llevaran a sus establecimientos les hicieran un 10% de descuento. Con todo lo anterior se obtienen los siguientes resultados:

| ÍNDICE ECONÓMICO | RESULTADO |
|--|------------------|
| TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO | 7,60% |
| TASA INTERNA DE RETORNO | 8,70% |
| VALOR ACTUAL NETO | \$4.137,21 |
| RELACIÓN BENEFICIO COSTO | 1,01 |
| TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN | 3,85 |

Tabla 398 Índices económicos para el escenario dos de la PCTRS.

En este escenario se observa que para poder obtener buenos resultados con la ejecución de la propuesta de manera que sea rentable, con los niveles de demanda proyectados, aun cuando las otras iniciativas hicieran el descuento propuesto del 10%, siempre se debería aumentar el margen de ganancia hasta un 70% sobre el costo de cada paquete para poder obtener ganancias al cabo del periodo de análisis.

C) ESCENARIO TRES.

Como en el análisis original, se está considerando que toda la inversión del proyecto es nueva, en este escenario se recalculan los índices económicos con la misma demanda proyectada para la propuesta, pero deduciendo algunas de estas inversiones como el terreno, ya que este ya es propiedad de la cooperativa, al igual que la infraestructura de la oficina y museo.

| ÍNDICE ECONÓMICO | RESULTADO |
|--|------------------|
| TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO | 7,60% |
| TASA INTERNA DE RETORNO | 10,11% |
| VALOR ACTUAL NETO | \$6.633,68 |
| RELACIÓN BENEFICIO COSTO | 1,02 |
| TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN | 3,69 |

Tabla 399 Índices económicos para el escenario tres de la PCTRS.

Sin duda, desde esta perspectiva la propuesta resulta bastante factible, puesto que los rubros de inversión fija como el terreno e infraestructura de la oficina y museo (solo edificación) han sido deducidos para el análisis en vista de que en realidad no deben invertir en ellos, puesto que ya disponen de estos. Aun cuando la mayoría de la inversión fija la cooperativa ya la tiene, todas las otras infraestructuras (para la prestación de servicios) y equipo no se restan debido a que en algún momento próximo deberán ser reemplazadas y reemplazados.

Como se observó, lo ideal sería aumentar el nivel de demanda para Guazapa tours y para la PCTRS de manera que la propuesta sea rentable y factible, tomando en cuenta todas las fortalezas tanto de la cooperativa como el municipio de Suchitoto y así llevar una fuerte campaña de marketing para logara alcanzar la mayor cantidad posible de clientes potenciales, además de otras estrategias disponibles y propuestas en este documento para lograr el objetivo deseado.

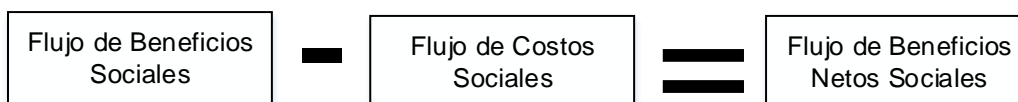
C. EVALUACIÓN SOCIO ECONÓMICA DE LA PCTRS

Para efectuar la Evaluación Social de la Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el Municipio de Suchitoto (PCTRS) se utiliza el Método Costo-Beneficio.

1. METODOLOGÍA COSTO / BENEFICIO

Esta metodología se basa en determinar la rentabilidad social de un proyecto de inversión pública a partir del flujo de beneficios sociales y costos sociales incrementables, sobre cuya base se calcularán los indicadores de rentabilidad.

Flujo de costos y Beneficios Sociales



Esquema 92 Esquema de metodología B/C social.

La evaluación social consiste en aportar información relevante a los involucrados en la toma de decisiones respecto al uso de los recursos. La evaluación social mide la contribución del proyecto en cuanto al desarrollo social y económico de la zona en estudio.

Los beneficios y costos sociales intangibles, aunque no se pueden cuantificar monetariamente, deben considerarse cualitativamente en la evaluación con respecto a los efectos que la implementación del proyecto puede tener sobre el Bienestar y la Calidad de vida de la población en la zona.

El crecimiento poblacional de Suchitoto entre 1992 y 2007 refleja una tendencia a la alza significativa posiblemente originada por la repoblación de cantones y caseríos que fueron escenario de la guerra civil finalizada para 1992, las oportunidades de desarrollo en un municipio en reconstrucción eran evidentes y en la actualidad tienen un gran potencial turístico e histórico lo cual es una oportunidad de inversión para la mejora no solo de la economía sino de las condiciones de vida de sus habitantes.

El porcentaje de desempleo en la zona es uno de los objetivos a disminuir con la propuesta; se busca que a través del desarrollo de la PCTRS se creen fuentes de trabajos directos e indirectos. Directos por aquellos que se habrán de crear justamente para que las actividades del proyecto durante su ejecución (Temporales) y puesta en marcha (Fijos), se realicen conforme a las formuladas con anterioridad; e indirectos por aquellos negocio que habrán de crearse por la suplir necesidades que se generen por el incremento del flujo de personas dentro del municipio.

Además el proyecto busca generar una contribución a la mejora de la escolaridad promedio del municipio mediante el incentivo de mejores salarios y trabajos a personas capacitadas con oportunidades de trabajo cercanas.

La PCTRS es de naturaleza Social, ya que el establecimiento de condiciones relacionadas a mejorar la Calidad de vida de las comunidades rurales de Suchitoto forma parte de los objetivos principales que se persiguen, sin embargo su medición como la de cualquier proyecto es compleja, debido a la multiplicidad de elementos que afectan la calidad de vida de una persona, sin embargo para efectos de esta investigación, se han definido una serie de Indicadores en base a la situación identificada en el diagnóstico y a las líneas estratégicas propuestas en la fase de diseño.

La estrategia de intervención social de la Propuesta se orienta hacia la satisfacción de las necesidades prioritarias de los grupos más vulnerables de la municipalidad, promoviendo el incremento de la autogestión comunitaria con respeto a su actividad comercial y rubro, de forma que les permita alcanzar un mayor grado de participación en la toma de decisiones en sus respectivas áreas.

A) ASPECTO ECONÓMICO

1) APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS

El Municipio es rico en recursos naturales y culturales, por ello existen diversas actividades que se pueden llevar a cabo. Con la realización de la PCTRS, se ampliarán los servicios turísticos que ofrecerá el municipio, a partir de la diversidad de atractivos específicos, que enfatizan la experiencia en Turismo cultural y de aventura. Pudiéndose mencionar.

| Propuesta | Recurso o actividad aprovechada |
|----------------------------|---|
| Actividades eco turísticas | <ul style="list-style-type: none"> - Visitas al Lago de Suchitlán. - Visita al Río Agua Tibia. - Caminatas al Cerro de Guazapa. - Vistas panorámicas del Lago de Suchitlán. - Camping. - Canopy. - Espacios recreativos y de descanso. |
| Paquetes turísticos | <ul style="list-style-type: none"> - Visita a Hacienda Colima. - Visita a Hacienda Los Nacimientos. - Visita a Comunidades rurales como San Antonio y Sitio Cenícero. - Visita al Centro Histórico de Suchitoto. |
| Actividades culturales | <ul style="list-style-type: none"> - Visita al Centro Histórico de Suchitoto. - Visita a Ciudad Vieja. - Visita a Cihuatán. |

Tabla 400 Aprovechamiento de recursos por iniciativa.

2) INCREMENTO DEL TURISMO

Con el fortalecimiento del turismo en Suchitoto, a través de la propuesta y programas estratégicos a seguir, se aumentará el ingreso de turistas al municipio en porcentajes considerables respecto al año 2016, para el caso el crecimiento se observa de la siguiente manera.

A continuación, se presenta el resumen de la proyección de la demanda para la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto:

| Proyecciones por año y por tipo de turista | | | | | | |
|--|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Año/Tipo de turista | Turistas que realizarían los Circuitos Turísticos Rurales en Suchitoto | | | | | |
| | Año base (2016) | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Turista Nacional | 986 | 1,097 | 1,221 | 1,359 | 1,513 | 1,684 |
| Turista Extranjero | 742 | 772 | 803 | 835 | 869 | 904 |
| Total por año | 1,728 | 1,869 | 2,024 | 2,194 | 2,382 | 2,588 |

Tabla 401. Proyecciones de la demanda para la propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto.

De la proyección anterior se puede predecir un crecimiento general para todos los establecimientos, para el caso, se tomará como un aumento en su capacidad instalada directamente proporcional al crecimiento de la demanda que para efectos de cálculo es del 4% para el turismo nacional anualmente, sin embargo este porcentaje es mayor en el turista internacional (aproximadamente 14%) pero se calcula de esta manera para generar un dato más apegado a la realidad.

Establecimientos de servicio de alimentación

| Establecimiento | Capacidad actual | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Crecimiento a 5 años |
|--------------------------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|
| Hacienda Bermuda | 150 | 156 | 162 | 169 | 175 | 182 | 32 |
| Centro Arte para la Paz (cafetería). | 50 | 52 | 54 | 56 | 58 | 61 | 11 |
| Guazapa Tours | 30 | 31 | 32 | 34 | 35 | 36 | 6 |
| La Posada de Suchitlán | 300 | 312 | 324 | 337 | 351 | 365 | 65 |
| Turicentro Puerto San Juan | 256 | 266 | 277 | 288 | 299 | 311 | 55 |
| Casa 1800 | 250 | 260 | 270 | 281 | 292 | 304 | 54 |
| Hotel y restaurante Los Almendros | 100 | 104 | 108 | 112 | 117 | 122 | 22 |
| Total | 1136 | 1181 | 1229 | 1278 | 1329 | 1382 | 246 |

Tabla 402 Proyecciones del aumento de capacidad instalada para el servicio de alimentación.

Establecimientos de servicio de alojamiento

| Establecimiento | Capacidad actual | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Crecimiento a 5 años |
|-----------------------------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------------------|
| La Posada de Suchitlán | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 5 |
| Hotel Blanca Luna | 28 | 29 | 30 | 31 | 33 | 34 | 6 |
| Hotel Los Sánchez | 5 | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 | 1 |
| Hotel y restaurante Los Almendros | 28 | 29 | 30 | 31 | 33 | 34 | 6 |
| Casa 1800 (hostal). | 9 | 9 | 10 | 10 | 11 | 11 | 2 |
| Centro Arte para la Paz. | 32 | 33 | 35 | 36 | 37 | 39 | 7 |
| Total | 125 | 130 | 135 | 141 | 146 | 152 | 27 |

Tabla 403 Proyecciones del aumento de capacidad instalada para el servicio de alojamiento.

Establecimientos de servicio de turísticos, culturales y ecológicos

| Establecimiento | Capacidad actual | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Crecimiento a 5 años |
|---------------------------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------------------|
| Hacienda Colima | 200 | 208 | 216 | 225 | 234 | 243 | 43 |
| Sitio Arqueológico Ciudad Vieja | - | - | - | - | - | - | - |
| Hacienda Los Nacimientos | 60 | 62 | 65 | 67 | 70 | 73 | 13 |
| Centro Arte para la Paz | 35 | 36 | 38 | 39 | 41 | 43 | 8 |
| Guazapa Tours de R.L. | 30 | 31 | 32 | 34 | 35 | 36 | 6 |
| Río Agua Tibia | - | - | - | - | - | - | - |
| Comunidad Palo Grande | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 5 |
| Comunidad El Sitio Cenícero | 50 | 52 | 54 | 56 | 58 | 61 | 11 |
| Sitio Arqueológico Cihuatán | 200 | 208 | 216 | 225 | 234 | 243 | 43 |
| Centro Histórico de Suchitoto | - | - | - | - | - | - | - |
| Comunidad San Antonio | 50 | 52 | 54 | 56 | 58 | 61 | 11 |
| Centro recreativo Las Américas | 50 | 52 | 54 | 56 | 58 | 61 | 11 |
| Total | 650 | 738 | 768 | 799 | 831 | 864 | 154 |

Tabla 404 Proyecciones del aumento de capacidad instalada para el servicio de alojamiento.

Mejora en ingresos según establecimiento de alimentación

| Establecimiento | Capacidad actual | Precio | Total según CAP actual | Crecimiento a 5 años | Ingresos por unidad de CAP instalada | Diferencial de mejora |
|--------------------------------------|------------------|----------------|------------------------|----------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| Hacienda Bermuda | 150 | \$12.00 | \$1,800.00 | 182 | \$ 2,189.98 | \$ 389.98 |
| Centro Arte para la Paz (cafetería). | 50 | \$ 5.00 | \$ 250.00 | 61 | \$ 304.16 | \$ 54.16 |
| Guazapa Tours | 30 | \$ 5.00 | \$ 150.00 | 36 | \$ 182.50 | \$ 32.50 |
| La Posada de Suchitlán | 300 | \$15.00 | \$4,500.00 | 365 | \$ 5,474.94 | \$ 974.94 |
| Turicentro Puerto San Juan | 256 | \$15.00 | \$3,840.00 | 311 | \$ 4,671.95 | \$ 831.95 |
| Casa 1800 | 250 | \$ 9.00 | \$2,250.00 | 304 | \$ 2,737.47 | \$ 487.47 |
| Hotel y restaurante Los Almendros | 100 | \$27.50 | \$2,750.00 | 122 | \$ 3,345.80 | \$ 595.80 |
| Total | 1136 | \$88.50 | \$15,540.00 | 1382 | \$18,906.79 | \$3,366.79 |

Tabla 405 Proyección de Mejora en ingresos según establecimiento de alimentación.

Mejora en ingresos según establecimiento de alojamiento

| Establecimiento | Capacidad actual | Precio | Total según CAP actual | Crecimiento a 5 años | Ingresos por unidad de CAP instalada | Diferencial de mejora |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------------|----------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| La Posada de Suchitlán | 23 | \$ 115.00 | \$2,645.00 | 28 | \$ 3,220.00 | \$ 575.00 |
| Hotel Blanca Luna | 28 | \$ 17.50 | \$ 490.00 | 34 | \$ 595.00 | \$ 105.00 |
| Hotel Los Sánchez | 5 | \$ 15.00 | \$ 75.00 | 6 | \$ 90.00 | \$ 15.00 |
| Hotel y restaurante Los Almendros | 28 | \$ 140.00 | \$3,920.00 | 34 | \$ 4,760.00 | \$ 840.00 |
| Casa 1800 | 9 | \$ 39.00 | \$ 351.00 | 11 | \$ 429.00 | \$ 78.00 |
| Centro Arte para la Paz | 32 | \$ 65.00 | \$2,080.00 | 39 | \$ 2,535.00 | \$ 455.00 |
| Total | 125 | \$ 391.50 | \$9,561.00 | 152 | \$105,616.42 | \$ 2,068.00 |

Tabla 406 Proyección de Mejora en ingresos según establecimiento de alojamiento.

Mejora en ingresos según establecimiento de servicios turísticos, culturales y ecológicos

| Establecimiento | Capacidad actual | Precio | Total según CAP actual | Crecimiento a 5 años | Ingresos por unidad de CAP instalada | Diferencial de mejora |
|--------------------------------|------------------|----------------|------------------------|----------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| Hacienda Colima | 200 | \$ 4.00 | \$ 800.00 | 243 | \$ 972.00 | \$172.00 |
| Ciudad Vieja | - | - | - | - | - | - |
| Hacienda Los Nacimientos | 60 | \$35.00 | \$2,100.00 | 73 | \$2,555.00 | \$455.00 |
| Centro Arte para la Paz | 35 | \$ 1.00 | \$ 35.00 | 43 | \$ 43.00 | \$ 8.00 |
| Guazapa Tours de R.L. | 30 | \$15.00 | \$ 450.00 | 36 | \$ 540.00 | \$ 90.00 |
| Rio Agua Tibia | - | - | - | - | - | - |
| Comunidad Palo Grande | 25 | \$10.00 | \$ 250.00 | 30 | \$ 300.00 | \$ 50.00 |
| Comunidad El Sitio Cenícero | 50 | \$10.00 | \$ 500.00 | 61 | \$ 610.00 | \$ 110.00 |
| Sitio Arqueológico Cihuatán | 200 | \$ 2.00 | \$ 400.00 | 243 | \$ 486.00 | \$ 86.00 |
| Centro Histórico de Suchitoto | - | - | - | - | - | - |
| Comunidad San Antonio | 50 | \$ 3.00 | \$ 150.00 | 61 | \$ 183.00 | \$ 33.00 |
| Centro recreativo Las Américas | 50 | \$1.00 | \$ 50.00 | 61 | \$ 61.00 | \$ 11.00 |
| Total | 700 | \$81.00 | \$4735.00 | 851 | \$5750.00 | \$1015.00 |

Tabla 407 Proyección de Mejora en ingresos según establecimiento de servicios turísticos, culturales y ecológicos.

Con el análisis de resultados, se puede afirmar que la implementación de la PCTRS se deriva en un aumento en el turismo respecto a su demanda y con ello, un aumento de capacidad de diferentes establecimientos lo cual se traduce en empleos y mejora en sus ingresos.

3) GENERACIÓN DE EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE LA PCTRS.

Poner en marcha la PCTRS es crear una nueva fuente de ingresos para la población en el Municipio ya que se requiere contratar personal que se encargue de realizar las actividades turísticas.

La actividad turística demanda principalmente el segmento de mujeres y jóvenes, en un primer momento, no se requiere de formación altamente especializada ya que los conocimientos se adquirirán por medio de las capacitaciones.

(a) EMPLEOS DIRECTOS

Si la propuesta se implementase, se asume que las proyecciones de demanda y por ende crecimiento en comercio se darán por sentadas, por lo tanto, se calcula la proporción de aumento en empleados que pueda requerir cada establecimiento según capacidad.

Se realiza una semejanza de triángulos para calcular ratios según demanda proyectada que brindan una relación entre capacidad instalada y cantidad de empleados.

Número de empleados de iniciativas de servicios de alimentación.

| N° Establecimiento | Capacidad actual | N° de empleados fijos | Ratio capacidad empleado | Ratio Crecimiento Año 1 | Ratio Crecimiento Año 2 | Ratio Crecimiento Año 3 | Ratio Crecimiento Año 4 | Ratio Crecimiento Año 5 | N° de empleados fijos Año 5 | Total de empleos generados |
|--------------------------------------|------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Hacienda Bermuda. | 150 | 7 | 0.05 | 0.05 | 0.05 | 0.05 | 0.05 | 0.06 | 9 | 2 |
| Centro Arte para la Paz (cafetería). | 50 | 2 | 0.04 | 0.04 | 0.04 | 0.04 | 0.05 | 0.05 | 2 | 0 |
| Guazapa Tours. | 30 | 3 | 0.30 | 0.31 | 0.32 | 0.34 | 0.35 | 0.36 | 11 | 2 |
| La Posada de Suchitlán. | 300 | 9 | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.04 | 0.04 | 11 | 2 |
| Turicentro Puerto San Juan. | 256 | 28 | 0.11 | 0.11 | 0.12 | 0.12 | 0.13 | 0.13 | 34 | 6 |
| Casa 1800. | 250 | 8 | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.04 | 0.04 | 0.04 | 10 | 2 |
| Hotel y restaurante Los Almendros. | 100 | 12 | 0.12 | 0.12 | 0.13 | 0.13 | 0.14 | 0.15 | 15 | 3 |
| Total | 1136 | 75 | | | | | | | | 16 |

Tabla 408 Proyección de incremento de empleos en servicios de alimentación.

Número de empleados de iniciativas de servicios de alojamiento.

| N° Establecimiento | Capacidad actual | N° de empleados fijos | Ratio capacidad empleado | Ratio Crecimiento Año 1 | Ratio Crecimiento Año 2 | Ratio Crecimiento Año 3 | Ratio Crecimiento Año 4 | Ratio Crecimiento Año 5 | N° de empleados fijos Año 5 | Total de empleos generados |
|-----------------------------------|------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| La Posada de Suchitlán | 23 | 4 | 0.17 | 0.18 | 0.19 | 0.20 | 0.20 | 0.21 | 5 | 1 |
| Hotel Blanca Luna | 28 | 3 | 0.11 | 0.11 | 0.12 | 0.12 | 0.13 | 0.13 | 4 | 1 |
| Hotel Los Sánchez | 5 | 3 | 0.60 | 0.62 | 0.65 | 0.67 | 0.70 | 0.73 | 4 | 1 |
| Hotel y restaurante Los Almendros | 28 | 5 | 0.18 | 0.19 | 0.19 | 0.20 | 0.21 | 0.22 | 6 | 1 |
| Casa 1800 | 9 | 4 | 0.44 | 0.46 | 0.48 | 0.50 | 0.52 | 0.54 | 5 | 1 |
| Centro Arte para la Paz | 32 | 2 | 0.06 | 0.07 | 0.07 | 0.07 | 0.07 | 0.08 | 2 | 0 |
| Total | 125 | 21 | | | | | | | 26 | 5 |

Tabla 409 Proyección de incremento de empleos en servicios de alimentación.

Número de empleados de iniciativas de servicios turísticos, culturales y ecológicos

| N° Establecimiento | Capacidad actual | N° de empleados fijos | Ratio capacidad empleado | Ratio Crecimiento Año 1 | Ratio Crecimiento Año 2 | Ratio Crecimiento Año 3 | Ratio Crecimiento Año 4 | Ratio Crecimiento Año 5 | N° de empleados fijos Año 5 | Total de empleos generados |
|---------------------------------|------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Hacienda Colima | 200 | 9 | 0.05 | 0.05 | 0.05 | 0.05 | 0.05 | 0.05 | 11 | 2 |
| Sitio Arqueológico Ciudad Vieja | - | 2 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Hacienda Los Nacimientos | 60 | 31 | 0.52 | 0.54 | 0.56 | 0.58 | 0.60 | 0.63 | 38 | 7 |
| Centro Arte para la Paz | 35 | 5 | 0.14 | 0.15 | 0.15 | 0.16 | 0.17 | 0.17 | 6 | 1 |
| Guazapa Tours de R.L. | 30 | 30 | 1.00 | 1.04 | 1.08 | 1.12 | 1.17 | 1.22 | 36 | 6 |
| Rio Agua Tibia | - | 1 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Comunidad Palo Grande | 25 | 1 | 0.04 | 0.04 | 0.04 | 0.04 | 0.05 | 0.05 | 1 | 0 |
| Comunidad El Sitio | 50 | 2 | 0.04 | 0.04 | 0.04 | 0.04 | 0.05 | 0.05 | 2 | 0 |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|------------|------------|------|------|------|------|------|------|------------|-----------|
| Cenícero | | | | | | | | | | |
| Sitio Arqueológico Cihuatán | 200 | 12 | 0.06 | 0.06 | 0.06 | 0.07 | 0.07 | 0.07 | 15 | 3 |
| Centro Histórico de Suchitoto | - | 40 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Comunidad San Antonio | 50 | 20 | 0.40 | 0.42 | 0.43 | 0.45 | 0.47 | 0.49 | 24 | 4 |
| Centro recreativo Las Américas | 50 | 4 | 0.08 | 0.08 | 0.09 | 0.09 | 0.09 | 0.10 | 5 | 1 |
| Total | 700 | 157 | | | | | | | 139 | 25 |

Tabla 410 Proyección de incremento de empleos en servicios turísticos, culturales y ecológicos.

Las iniciativas como Sitio Cenícero y Rio Agua Tibia tienen como encargados de brindar los servicios turísticos a familias aledañas; por lo tanto la capacidad de empleo es una aproximación ya que no hay una coordinación para brindar servicios abiertamente; serán los guías de Guazapa Tours de R.L. quienes se contacten con las familias e informen a los turistas sobre los lugares que visitan para que a medida crezca la demanda, las familias se coordinen y formalicen el servicio.

El Centro histórico de Suchitoto al ser un lugar turístico no beneficia directamente a cierta iniciativa en cuando a la capacidad de empleo, sino que beneficia a todo el municipio; para el caso se hace la aproximación de veinte locales en los alrededores del parque central con dos empleados cada uno.

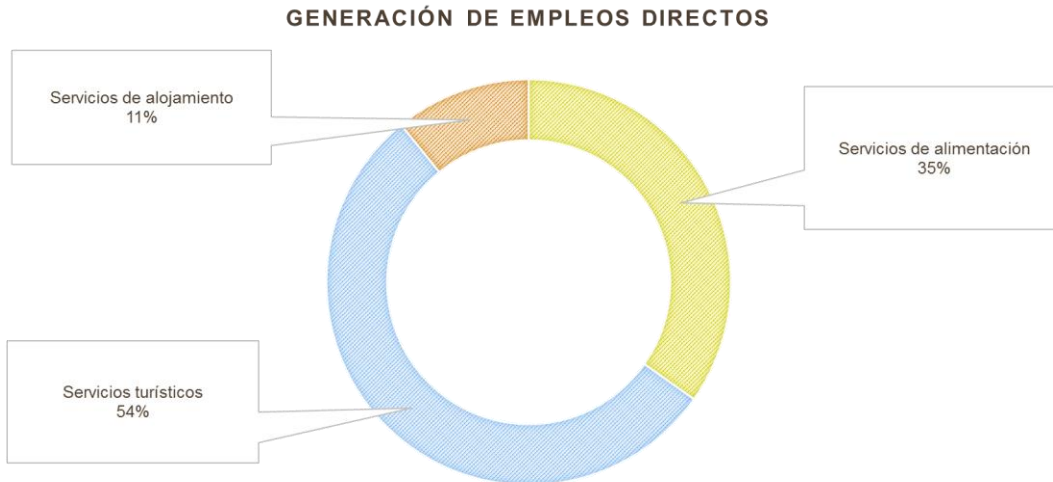
De igual manera la Comunidad Palo Grande beneficia a pequeños comerciantes al visitar el municipio, pero de manera directa no puede ser cuantificado porque puede variar entre la visita a la iglesia, al museo o al parque central, para el caso se toma en cuenta únicamente a un empleo generado que correspondería al guía turístico local.

En total se generan 16 empleos directos en servicios de alimentación, 5 en servicios de alojamiento y 25 empleos en servicios relacionados a actividades turísticas, teniendo un total de:

46 EMPLEOS DIRECTOS.

Si se considera que cada empleado directo genera ingresos para una familia de 4 personas aproximadamente; la cantidad beneficiaria directa será:

184 BENEFICIARIOS DIRECTOS.



Esquema 93 Empleos directos generados por la PCTRS.

(b) EMPLEOS INDIRECTOS

El ministerio de turismo plantea que por cada empleo directo que genera el sector de turismo se generan tres empleos indirectos. Esto significa que, si la propuesta genera 46 empleos directos, se estarán generando a su vez 138 empleos indirectos, entre los cuales podrían estar los comerciantes de diferentes productos, personas que alquilan servicios extras, etc.

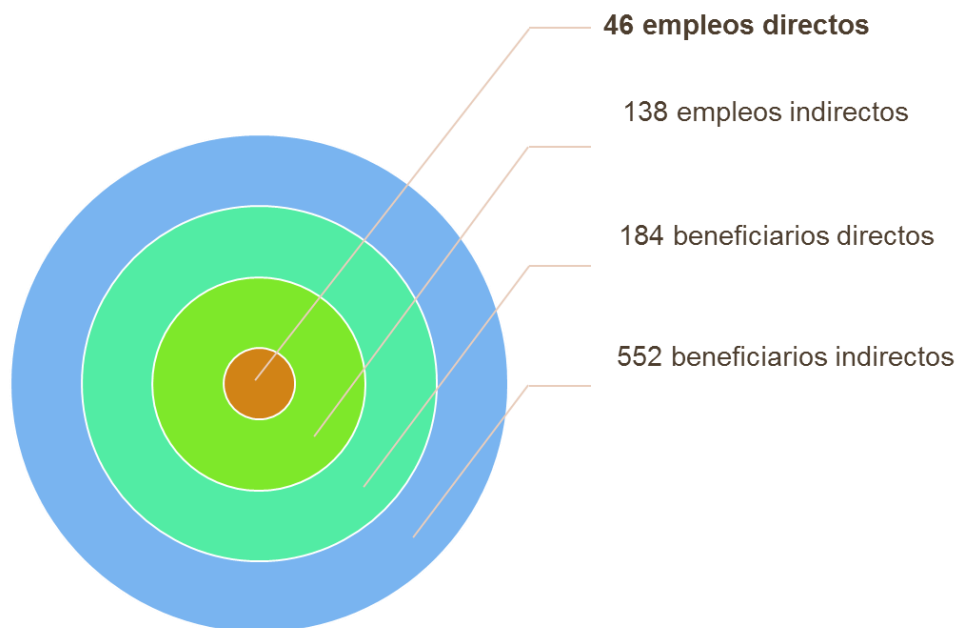
138 EMPLEOS INDIRECTOS

En éste sentido, partiendo de 4 integrantes familiares por empleo, se tiene la cantidad de beneficiarios de:

552 BENEFICIARIOS INDIRECTOS.

En resumen:

Se generan 46 empleos directos en iniciativas de alimentación, alojamiento y servicios turísticos, de esto derivan 184 beneficiarios directos, 138 empleos indirectos y 552 beneficiarios indirectos.



Esquema 94 Consolidado de generación de empleo de la PCTRS.

(c) BENEFICIO A COMPONENTES POTENCIALES

La implementación de la PCTRS en lo que respecta a los circuitos turísticos, supone un beneficio directo a la economía de los habitantes de las zonas rurales, ya que los circuitos buscan avocar al turista a zonas rurales como parte de los recorridos, lo cual es una oportunidad para que los habitantes se puedan convertir en comerciantes y ofrecer sus productos a los turistas que recorrerán los circuitos turísticos establecidos; así como los propietarios de pequeños viveros que se encuentran en zonas alejadas del casco urbano.

B) ASPECTOS SOCIALES

EDUCACIÓN

La PCTRS generará educación al capacitar al personal en los diferentes rubros turísticos, así como preparación en aspectos como atención al cliente. Indirectamente se favorece a este aspecto al contribuir en la generación de ingresos a los empleados los cuales pueden acceder a educación para sí o para los miembros de su familia.

Así mismo se podrá concebir que por cada empleo generado sea directo o indirecto se está beneficiando a por lo menos 2 personas en lo que a oportunidad de estudio respecta, por lo que se establece que la cantidad aproximada de personas beneficiadas en educación; es decir, la sumatoria de 46 empleos directos y 138 empleos indirectos multiplicado por dos, el resultado es de:

368 BENEFICIARIOS EN EDUCACIÓN.

SALUD

Se espera mejorar las condiciones de salud de las personas habitantes de la zona ya que la visita de los turistas motivará a mantener limpio y libre de basura los caminos, además debido a la afluencia cada vez mayor de clientes a los diferentes atractivos turísticos, la alcaldía ofrecerá el servicio de recolección de basura hasta el lugar y los pobladores podrán también hacer uso de este servicio.

Un efecto importante sobre la salud, lo genera la implementación de la propuesta en lo que respecta a la implementación de buenas prácticas turísticas, generará una cultura de cuidado al medio ambiente entre turistas y pobladores que a la larga se traduce en reducción de contaminación y buen uso de los recursos naturales.

Un beneficio palpable será la implementación de políticas de manejo de desechos sólidos lo cual capacitará trabajadores respecto a ellas y a turistas, lo cual se traduce en adecuado uso de desechos que en caso diferente serían fuertes fuentes de enfermedades e infecciones. Un aspecto cuantificable, en el cual se observa beneficio, se tiene en la incorporación de personal fijo a las nuevas plazas a crearse para echar a andar las propuestas presentadas, así mismo los empleados indirectos que se incorporarán de manera formal a restaurantes y otros establecimientos turísticos.

1) IMPACTOS POSITIVOS.

- Generación de inversiones privadas.

La PCTRS servirá como factor atrayente al municipio generando ingresos a otros comercios.

- Generación de empleo y mejoramiento de la calidad de vida desde un punto de vista económico

El desarrollo de la propuesta genera empleos desde su formulación, pasando por la administración de la ejecución y la puesta en marcha; una vez ejecutada la implementación, éste en sus inicios de funcionamiento generará empleos directos e indirectos; directos por aquellos puesto necesarios para llevar a cabo las actividades requeridas para el funcionamiento del establecimiento, e indirectos por aquellos que se generan a partir de una necesidad del establecimiento que no es primordial para su funcionamiento pero que debe ser llevada a cabo para satisfacer las exigencias del mercado consumidor.

A parte de los empleos generados que se mencionan con anterioridad, se espera que se generen empleos fuera de las actividades del establecimiento, es decir, dentro de la comunidad que habita el municipio se generan establecimientos de comercio que permitan que el turista tenga más opciones en su visita a Suchitoto, como hostales, comedores a la vista, venta de implementos acuáticos, venta de artesanías, etc.

- Mejora del ICM del municipio
 - Generación de rentas al Estado y municipios por concepto de impuestos.
 - Turismo receptor entrada de flujos económicos.
 - Generación de divisas por prestación de servicios.

El ICM es el índice de competitividad municipal, el ICM evalúa nueve subíndices relacionados con la gobernabilidad económica local: transparencia, servicios municipales, pro actividad, pagos informales, seguridad ciudadana, tiempo para cumplir con las regulaciones, tasas e impuestos, costos de entrada y regulaciones municipales.

El objetivo del ICM es mejorar el desempeño del gobierno local y del sector privado, identificando las áreas en las cuales las Municipalidades pueden mejorar y que favorecen la competitividad de los negocios que operan dentro del Municipio.

Se han realizado dos mediciones del ICM, la primera en 2009 y la segunda en 2011. Suchitoto obtuvo un ICM total de 6.04 en 2009, el cual logró subir a 6.48 en 2011, permitiéndole pasar de la posición 34 a la 32 en el nivel nacional, entre la primera y la segunda medición, ubicándolo como un Municipio de desempeño alto.

Sin embargo algunos de los subíndices que fueron calificados con notas bajas pueden mejorarse mediante la gestión eficiente de la municipalidad que se ve beneficiada por los impuestos recaudados por el aumento de inversiones, con el incremento de afluencia de turistas se busca mejorar de manera paulatina estos índices así como el efecto que esto produce en todos los establecimientos comerciales y turísticos del municipio.

- Generación y demanda de empleos calificados implicará mayor inversión en la formación para generación de empleo local.

La generación de empleo y la inversión dentro del mismo municipio, con el objetivo que pueda ingresar capital al municipio y que se reinvierta ahí mismo, incrementará el desarrollo económico, social, cultural, personal, tecnológico, etc., para cada uno de los habitantes del municipio; permitirá también que demográficamente exista un crecimiento que genere un mayor número de personal que puede generar mayores ingresos a la economía del municipio.

La afluencia de turistas externos (no habitantes del municipio), incrementará el flujo del efectivo a través del municipio, lo que también abonará al desarrollo en todos sus sentidos; el flujo de turistas impulsará que se realicen formulaciones de proyectos que busquen mejorar la accesibilidad que posee actualmente el municipio, a los principales departamentos de El Salvador, situación que impulsará en gran medida el desarrollo del mismo.

Además la propuesta contribuye a la preservación de la memoria histórica del pasado conflicto armado.

- Valoración de la cultura local

La inversión en Guazapa Tours es de interés ambiental y cultural para su preservación y uso.

La PCTRS tiene como eje fundamental el cuidado y protección del medio ambiente en el Suchitoto, los servicios turísticos buscan mostrar a los turistas la belleza natural del Cerro respetando los materiales utilizados para cada servicio, que sean bio degradables en la medida de lo posible así como fomentar la cultura del reciclaje, de la protección de especies en peligro de extinción, el rechazo a la tala ilegal de árboles, etc.

- Sano esparcimiento como medida de prevención de la violencia.

El porcentaje de niños, jóvenes y adolescentes comparado con las formas de recreación y esparcimiento dentro del municipio, presenta una amplia diferencia lo que aumenta la posibilidad del nacimiento de grupos delictivos o grupos de jóvenes que comiencen a organizarse de forma ilícita y generen desordenes sociales, que perjudiquen la estabilidad de los habitantes del municipio.

Con la creación de la PCTRS se pretende ofrecer un recurso de distracción y liberación de estrés para todos aquellos habitantes del municipio que busquen de alguna forma, liberar energías, mantenerse ocupado o divertirse de una forma sana;

con lo anterior se atacará de forma preventiva hechos de violencia, robos, agrupaciones ilícitas, etc., que pudiesen originarse entre los jóvenes desocupados.

- Inversiones públicas para dar facilidades para el desarrollo de actividades turísticas (carreteras, comunicación, alcantarillado otros).

Mejora de la conectividad vial y de servicios básicos en el municipio derivado del crecimiento económico, la inversión privada y municipal.

- Recuperación de la industria artesanal.

Guazapa Tours ofrece diferentes talleres de bordado y costura para el fomento de la industria artesanal y como medio de trabajo para los habitantes de la comunidad.

2) IMPACTOS NEGATIVOS.

- Sobre explotación de recursos culturales y naturales.

El eje bajo el que se rige la PCTRS incluye políticas de cuidado ambiental y cultural conservando el ecosistema teniendo como política el respeto al medio ambiente y la capacidad de carga definida en la etapa técnica.

- Cambios drásticos en el estilo de vida de las comunidades.

En el caso de la mejora de cobertura de servicios el cambio repentino en el estilo de vida de las personas podría ser contraproducente ya que el modo de vida se modifica súbitamente, sin embargo si el cambio es paulatino y se toma en cuenta las diferentes posiciones ante un potencial cambio se logran acuerdos que contribuyan a que las partes involucradas se incluyan y no se vean afectados negativamente.

Además se debe ejercer una concientización acerca de los cambios en cobertura de servicio estableciendo las ventajas y mejoras que estas pueden llevar al mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes del municipio.

- Crecimiento de problemas sanitarios, salud, violencia y otros.

La afluencia de turistas podría aumentar los niveles de violencia pero este factor a su vez mediante la ejecución de la propuesta podría verse reducido ya que ofrece sano esparcimiento a jóvenes y un incentivo a que se preparen académicamente para aspirar a un empleo digno.

3) CONSOLIDADO DE RESULTADOS DE BENEFICIOS SOCIO ECONÓMICOS.

| | |
|---|---|
| Crecimiento en la demanda en un horizonte de 5 años. | 2,588 personas más respecto al año 2016. |
| Capacidad instalada aumentada por crecimiento en demanda. | 246 personas en rubro alimentación. |
| Capacidad instalada aumentada por crecimiento en demanda. | 27 personas en rubro alojamiento. |
| Capacidad instalada aumentada por crecimiento en demanda. | 164 personas en rubro de servicios culturales y ecológicos. |
| Mejora de ingresos por unidad de capacidad instalada en rubro alimentación. | \$3,366.79. |
| Mejora de ingresos por unidad de capacidad instalada en rubro alojamiento. | \$2,068.00. |
| Mejora de ingresos por unidad de capacidad instalada en rubro alojamiento. | \$1,015.00. |
| Empleos directos. | 46 empleos. |
| Empleos indirectos. | 138 empleos. |
| Beneficiarios directos. | 184 beneficiarios. |
| Beneficiarios indirectos. | 552 beneficiarios. |
| Beneficiarios en educación. | 368 beneficiarios. |

4) RESULTADOS.

Se puede concluir que la PCTRS para la Cooperativa Guazapa Tours representa un **impacto positivo** para el municipio de Suchitoto ya que no solo contribuirá al desarrollo económico de la zona brindando oportunidades de empleo sino que ayudará al cuidado del medio ambiente y la preservación de la memoria histórica; además de brindar programas de capacitación para guías turísticos y demás contrataciones derivadas de cada requerimiento de los servicios turísticos que la Cooperativa ofrece.

La PCTRS contribuye de manera generalizada a la mejora de las condiciones de vida de cada uno de los habitantes involucrado en alguna de las iniciativas turísticas que se encuentran en el municipio y de manera más directa con las iniciativas incluidas en los paquetes.

2. INDICADORES DE BENEFICIO-COSTO SOCIAL

| Beneficio | Cálculo Beneficio/costo | Interpretación |
|--|---|---|
| Empleos directos | $\frac{B}{C} = \frac{46}{482,903.72} = 0.00010$ | Por cada dólar invertido se generan 0.00010 empleos directos. Para que se genere un empleo directo se deben invertir \$8,845.33 |
| Empleos indirectos | $\frac{B}{C} = \frac{138}{482,903.72} = 0.00029$ | Por cada dólar invertido se generan 0.00029 empleos indirectos. Para que se genere un empleo indirecto se deben invertir \$3,499.30 |
| Beneficiarios por generación de empleos. | $\frac{B}{C} = \frac{552}{482,903.72} = 0.00114$ | Por cada dólar invertido se generan 0.00114 beneficiarios indirectos. Para que haya un beneficiario indirecto se deben invertir \$874.83 |
| Aumento demanda turística | $\frac{B}{C} = \frac{(2,558 - 1,728)}{482,903.72} = \frac{860}{482,903.72} = 0.00178$ | Por cada dólar invertido se incrementa (al quinto año) 0.00178 turistas respecto a la demanda actual. Para que incremente un turista respecto a la demanda actual se deben invertir \$561.52 |
| Personas beneficiadas con educación. | $\frac{B}{C} = \frac{310}{482,903.72} = 0.00064$ | Por cada dólar invertido se benefician 0.00064 personas en educación. Para que se genere un beneficiario en educación se deben invertir \$1,557.75 |

Tabla 411 Indicadores de beneficio costo social.

D. EVALUACIÓN DE GÉNERO

Evaluar en función de género significa comparar y apreciar, en función de ciertos criterios referidos a la igualdad, la situación existente para mujeres y hombres antes, durante y resultado de la realización del proyecto.

El género es una categoría de análisis que sirve para evaluar un proyecto dentro de un contexto y una realidad determinada, la de las mujeres y los hombres. Por tanto, no se limita a recoger datos específicos desagregados por sexo de la realidad de hombres y mujeres sino a lo que estos datos revelan, a cuál es su función en los proyectos y a cómo se modifica esa realidad de forma positiva para ambos sexos.

El término “género” se refiere a las diferencias en las relaciones sociales entre los hombres y las mujeres, que son adquiridas y que pueden evolucionar a lo largo del tiempo y que varían entre las sociedades y culturas; a menudo se producen cambios en los roles de género como respuesta al cambio de las circunstancias económicas, naturales o políticas, incluidos los esfuerzos por el desarrollo. Este término no reemplaza al de “sexo”, que se refiere exclusivamente a las diferencias biológicas.

Históricamente se ha generado una situación de discriminación y marginación de las mujeres en los aspectos económicos, políticos, sociales y culturales, así como en los ámbitos público y privado, estableciendo muy clara y diferenciadamente la intervención de los hombres en la esfera productiva y de las mujeres en la reproductiva.

La igualdad entre hombres y mujeres es una situación en que todos los seres humanos son libres de desarrollar sus capacidades personales y de tomar decisiones, sin las limitaciones impuestas por los estrictos roles tradicionales, y en la que se tienen en cuenta, valoran y potencian por igual las distintas conductas, aspiraciones y necesidades de hombres y mujeres.

En algunos países se tiene políticas de género, en las cuales se tiene la prioridad de promover la igualdad de oportunidades entre géneros en ingresos, seguridad y promoción dentro del trabajo, resaltando la capacidad y conocimientos, buscando garantizar un ambiente de trabajo armonioso y que posibilite el mejor desempeño, desarrollo personal y profesional.

La participación de la mujer en el mercado laboral salvadoreño ha crecido significativamente en los últimos diez años, constituyéndose en una fuente importante de ingreso en los hogares e incidiendo significativamente en la distribución del ingreso total y la reducción de la pobreza. En el año 1997, de cada 100 mujeres en edad de trabajar, 35 trabajaban o buscaban activamente trabajo, para el 2001 la cifra subió a 40. Sin embargo, esta cifra aún es baja comparada con la de los hombres, la cual asciende a 69 de cada 100.

Durante la última década se observan avances importantes en cuanto a equidad de género y educación. Sin embargo, de acuerdo a datos registrados por la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples, en el grupo poblacional de 10 años y más a nivel nacional, las mujeres son las que presentan el mayor porcentaje de analfabetismo, 18.8 % respecto al de los hombres que fue de 13.9%. En el área urbana la tasa de analfabetismo

en las mujeres es de 12.5% y la de los hombres es menor 7.0%. En el área rural las mujeres tienen una tasa del 29.2% mucho mayor que la de los hombres que llega al 23.75%. En síntesis, para lograr avanzar hacia un desarrollo más humano y sostenible es necesario promover la plena incorporación de las mujeres a la vida activa del país.

Un análisis desde una perspectiva de género ayuda a ver si las necesidades de mujeres y hombres se toman en cuenta equitativamente y si así están reflejadas en la propuesta.

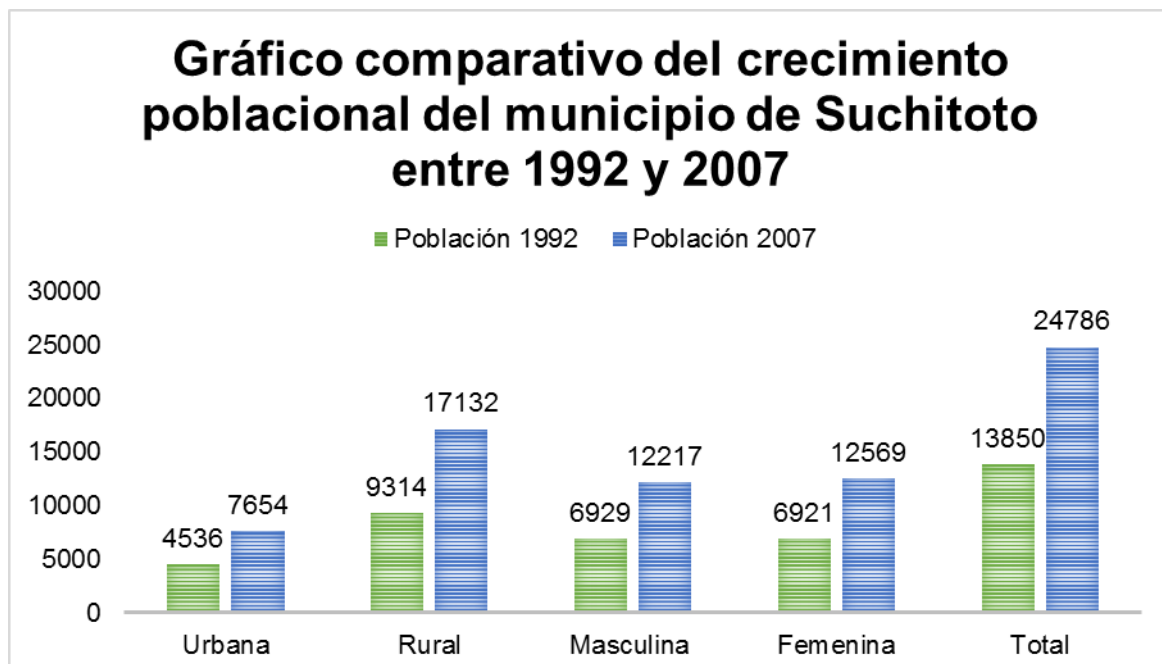
En la propuesta no existe alguna limitante o especificación sobre la ocupación de los empleos directos que se generen sean exclusivos para hombres o para mujeres. En todos los casos pueden ser empleados por cualquiera de ellos, con la única condición que cumpla con los aspectos básicos de educación o técnicos que requiera dicho puesto.

1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.

La PCTRS se encuentra en el departamento de Cuscatlán, en el municipio de Suchitoto, la población de este municipio según el VI censo de población y V de vivienda en 2007 se describe a continuación:

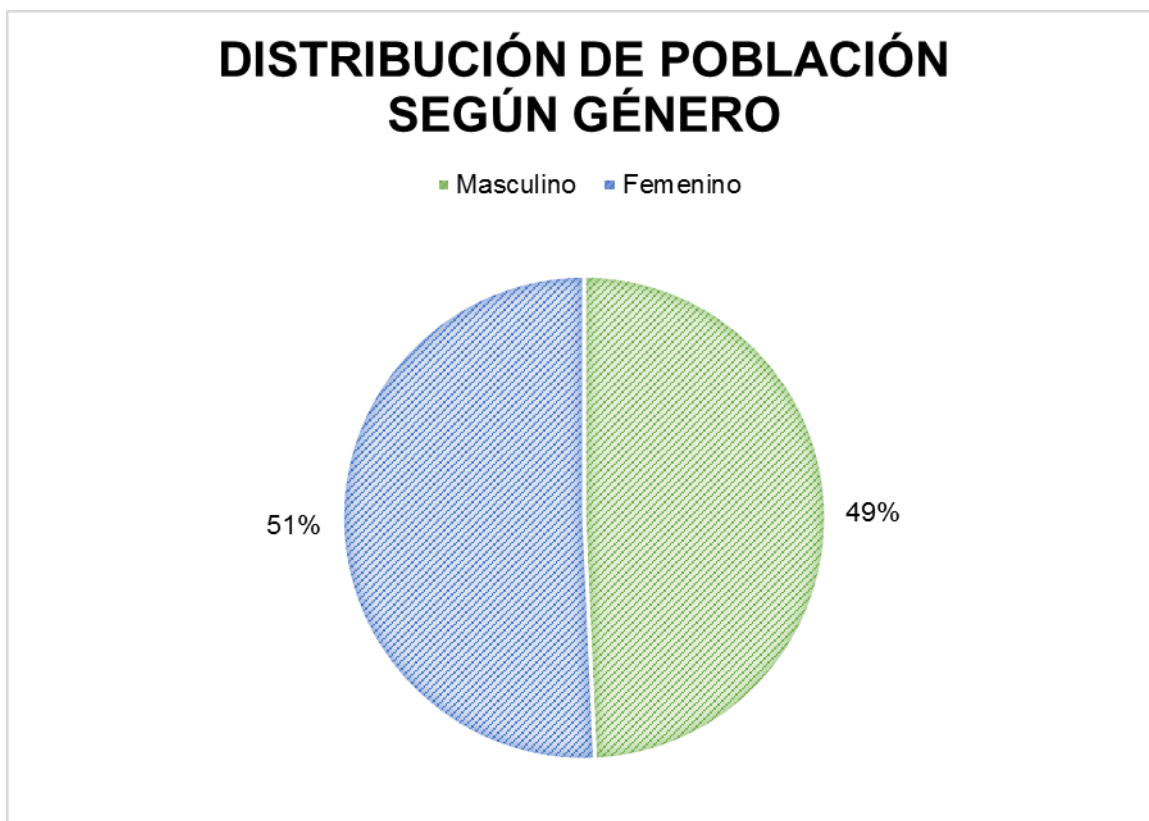
Respecto de la distribución por sexos, la población femenina es mayor a la masculina ya que por cada 100 mujeres existen 97 hombres.

En el siguiente gráfico se representa una comparación entre los datos poblacionales del área rural y urbana así como de género masculino y femenino entre la información del censo del año 1992 y el del año 2007.



Esquema 95 Comparación entre VI Censos de Población y V de Vivienda, 2007) y (V Censo de Población y IV de Vivienda, 1992

Según el último censo poblacional en 2007, la distribución de género en el municipio se encontraba de la siguiente manera:

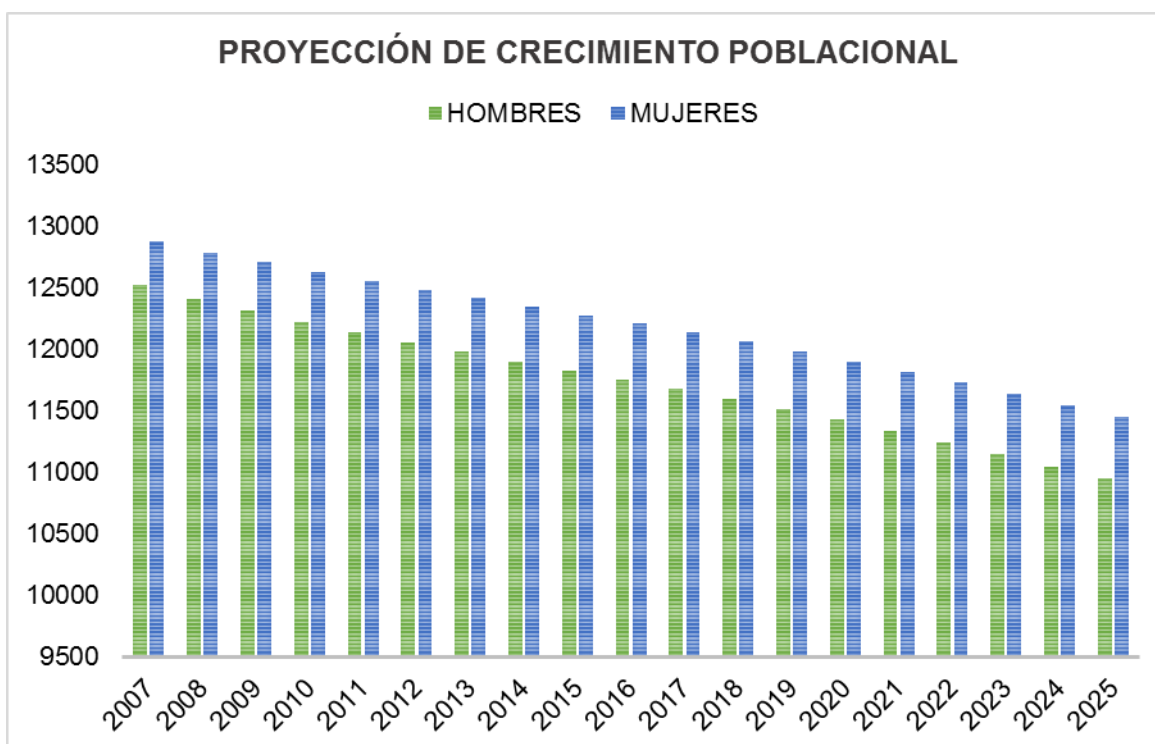


Esquema 96 Distribución de género en el municipio de Suchitoto en 2007.

El gráfico anterior nos muestran que el 49% de los habitantes de Suchitoto son mujeres y el resto son hombres, sobre el total de los habitantes del municipio. En la siguiente tabla se muestra el comportamiento que tienen estas variables según las proyecciones del municipio.

| TOTAL | SUCHITOTO | | MUNICIPIO |
|-------|-----------|---------|-----------|
| | MUJERES | HOMBRES | |
| 25406 | 12881 | 12525 | 2007 |
| 25204 | 12791 | 12413 | 2008 |
| 25020 | 12708 | 12312 | 2009 |
| 24849 | 12629 | 12220 | 2010 |
| 24692 | 12556 | 12136 | 2011 |
| 24542 | 12486 | 12056 | 2012 |
| 24397 | 12417 | 11980 | 2013 |
| 24253 | 12348 | 11905 | 2014 |
| 24108 | 12278 | 11830 | 2015 |
| 23961 | 12208 | 11753 | 2016 |
| 23812 | 12136 | 11676 | 2017 |
| 23658 | 12063 | 11595 | 2018 |
| 23499 | 11986 | 11513 | 2019 |
| 23331 | 11904 | 11427 | 2020 |
| 23158 | 11820 | 11338 | 2021 |
| 22976 | 11731 | 11245 | 2022 |
| 22787 | 11639 | 11148 | 2023 |
| 22597 | 11547 | 11050 | 2024 |
| 22403 | 11453 | 10950 | 2025 |

Tabla 412 Proyecciones de crecimiento poblacional Suchitoto. Fuente: DIGESTYC.



Esquema 97. Proyección de crecimiento poblacional en el municipio de Suchitoto. Fuente: DIGESTYC.

2. CONDICIONES DE EMPLEO SEGÚN GÉNERO DE LA PCTRS

| Iniciativa turística | Total de empleos | |
|---|------------------|------------|
| | Hombres | Mujeres |
| Casa 1800 | 7 | 5 |
| Hotel y Restaurante Los Almendros | 8 | 9 |
| La Posada de Suchitlán | 6 | 7 |
| Puerto San Juan | 10 | 18 |
| Hostal Los Sánchez | 2 | 1 |
| Centro Arte Para La Paz | 4 | 5 |
| Hotel Blanca Luna | 2 | 1 |
| Parque Arqueológico Cihuatán | 8 | 4 |
| Comunidad San Antonio (Molienda) | 0 | 20 |
| Hacienda Los Nacimientos | 20 | 11 |
| Centro Histórico De Suchitoto | 20 | 20 |
| Hacienda La Bermuda | 4 | 3 |
| Rio Agua Tibia | 1 | |
| Turicentro Las Américas, La Bermuda | 2 | 2 |
| Sitio Arqueológico Ciudad Vieja | 2 | |
| Sitio Cenícero | 2 | |
| Comunidad El Sitio Zapotal, Guazapa Tours De R.L. | 20 | 13 |
| Comunidad Palo Grande | 1 | |
| Hacienda Colima | 5 | 4 |
| Total | 124 | 123 |

Esquema 98 Condiciones de empleo según género de la PCTRS.

De la totalidad de empleados contabilizados en la PCRTS 124 empleados son del género masculino y 123 son del género femenino, dando como resultado valores equitativos de aproximadamente 50% a cada género, sin embargo cabe destacar que no existen distinciones entre género para las diferentes actividades turísticas por lo que a partir de esta propuesta se buscará desarrollar más oportunidades equitativas de empleos para que hombres y mujeres participen en la selección, que tanto hombres como mujeres tengan las mismas posibilidades de poder ejercer un cargo sin importar su nivel jerárquico, que las condiciones de empleo sean por igual, generar una estabilidad laboral, que todos los empleados puedan dar sugerencias a la administración, ofrecer oportunidades de progreso tanto en formación como económicamente y que el trato para los empleados sea por igual tanto para hombres como mujeres.

3. CONDICIONES EQUITATIVAS A DESARROLLAR

- Aumentar las oportunidades formativas a las mujeres de la zona y a las mujeres que trabajarán directamente en la propuesta de circuitos turísticos.
- Mejorar las condiciones de empleo de las mujeres, dándole las oportunidades de incorporarse en estas labores.
- Que todas las personas participantes en la PCTRS y las mismas personas que se encuentran involucradas indirectamente en esta pueden tener oportunidad de dar opiniones y sugerencias en relación a la forma de desempeñar el trabajo turístico.
- Involucrar a todos sin discriminación por capacidades o aportaciones, si no brindándoles a estos el apoyo necesario para ser capaces y puedan tener una oportunidad de progresar formativa como económicamente.
- Creando buzones de sugerencias y quejas para poder tener un acercamiento con las inconformidades existentes de parte de todos sin discriminación alguna.
- Trato igual para todos, lo cual debe ser fomentado sin discriminación por desempeño jerárquico en el proyecto.

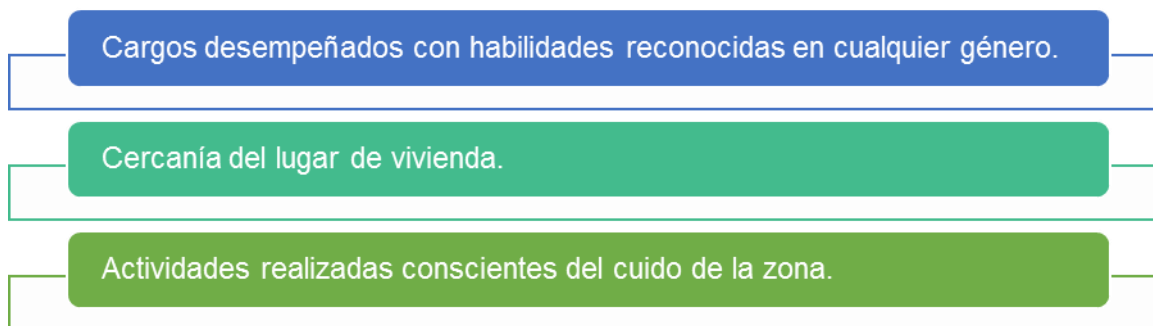
Al contar con una equidad de géneros Guazapa Tours puede optar por muchos beneficios que pueden ser de mucha ayuda para la Cooperativa.

De acuerdo a las consideraciones hechas anteriormente se puede concluir que con la propuesta se pretende contribuir a:



Esquema 99 Contribuciones de la propuesta.

Y como último criterio tomando en cuenta que las ocupaciones a desarrollarse por el proyecto dan como beneficio lo siguiente:



Esquema 100 Beneficios del proyecto.

“A partir del concepto de equidad de género se justifica la realización de acciones afirmativas...” y a su vez el establecimiento de condiciones... “que favorezcan específicamente a las mujeres, con el objetivo de compensar la brecha existente entre hombres y mujeres en relación al acceso a oportunidades de desarrollo, participación e igual disfrute de los beneficios”. Como parte de las estrategias para la puesta en marcha en las Propuestas de Turístico-Educativas se propone la incorporación del enfoque de Género a través del establecimiento de Políticas que vayan encaminadas en este sentido:

- Debe existir un liderazgo representativo de mujeres dentro las iniciativas (no menor al 50%).
- Considerar dentro de actividades como cooperativas, la inserción de mujeres en no menos de un 50%.

E. EVALUACIÓN AMBIENTAL

La Ley del Medio Ambiente establece un Sistema de Evaluación Ambiental, que puesto en marcha por el Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales como entidad estatal que controla la temática, consiste en la aplicación y desarrollo institucional pertinente relativa a la construcción y operación del proyecto propuesto; para la PCTRS se realiza la presente evaluación de ecoturismo debido a que se toman en cuenta los permisos ambientales del MARN pero para la evaluación de impacto ambiental no existe aún una metodología específica ni un patrón bien definido, ya que los aspectos dependerán directamente del tipo de proyecto sobre el que se va a aplicar, de las características ambientales del sitio del proyecto, de la intensidad y extensión de los posibles impactos generados y de la profundidad de la modalidad de impacto general del proyecto.⁷⁷

Los aspectos del ambiente natural y sociocultural que constituyen importantes recursos turísticos, atraen a la gente por su valor estético, recreativo o educativo/científico. Sin embargo, muchos de los mismos aspectos son particularmente sensibles a la alteración debido a las actividades humanas.

Los impactos negativos que resultan de un desarrollo turístico inadecuadamente planificado e incontrolado, pueden fácilmente dañar a los mismos ambientes de los cuales depende el éxito del proyecto. Esto a su vez puede reducir severamente los beneficios de la PCTRS. En otras palabras, sin una cuidadosa atención al equilibrio entre el volumen y tipo de actividades turísticas por un lado, y la fragilidad y capacidad de carga de los recursos siendo explotados por otro, los proyectos turísticos pueden ser no sólo ecológicamente dañinos sino también económicamente autodestructivos.

El turismo aumenta la demanda de infraestructura local transporte, agua potable, recolección y tratamiento de aguas servidas, eliminación de desechos sólidos, instalaciones médicas y de varios servicios públicos que generalmente son de responsabilidad del gobierno local. A menudo estas demandas acusan importantes picos de temporada. Sin una coordinación y planificación, la demanda de servicios puede exceder su capacidad, con resultados negativos tanto para los residentes como para los turistas.

La magnitud y escala de los impactos depende del tamaño y tipo de desarrollo turístico que se propone, en relación con la fragilidad de su ambiente propuesto. El éxito, depende de una selección inteligente del sitio, unos diseños y lineamientos operativos bien fundamentados, que tomen en cuenta la fragilidad y capacidad de los recursos que conforman la atracción turística. En consecuencia, una de las principales preocupaciones en la planificación de otros tipos de desarrollo y el análisis de sus impactos, consiste en evitar la exclusión de opciones para el desarrollo turístico debido a la degradación de los recursos especialmente aptos para ello. Una amplia planificación ambiental y del uso de la tierra, puede identificar opciones y alternativas de largo plazo y equilibrar los conceptos de un solo uso y de múltiples usos.

El impacto ambiental puede ser definido (Sanz, 1991) como la alteración producida en el medio natural donde el hombre desarrolla su vida, ocasionada por un proyecto o actividad dadas. El impacto ambiental tiene una clara connotación de origen humano, dado que son

⁷⁷ Fuente: MARN.

las actividades, proyectos y planes desarrollados por el hombre, los que inducen las alteraciones mencionadas, las cuales pueden ser o bien positivas, cuando impliquen mejoramiento de la calidad ambiental, o bien negativas cuando ocurra la situación contraria.

El impacto ambiental se caracteriza por varios factores, los cuales son usualmente considerados en las técnicas de valoración de impactos (Sanz, 1991):

| Magnitud | Importancia | Signo |
|--|---|--------------------------------------|
| •Calidad y cantidad del factor ambiental afectado. | •Condicionada por la intensidad, la extensión, el momento y la reversibilidad de la acción. | •Si es benéfico o si es perjudicial. |

Esquema 101 Factores del impacto ambiental.

El impacto de un proyecto sobre el medio ambiente es la diferencia existente entre la situación del medio ambiente futuro modificado (proyecto ejecutado), y la situación del medio ambiente futuro tal y como éste habría evolucionado sin la realización del mismo, lo cual se conoce como alteración neta (Conesa, 1193). Donde un factor cualquiera del ambiente es analizado, y para el cual, la distancia existente entre su evolución sin alteración y con ella, representa el impacto generado.

Los criterios necesarios para realizar la evaluación ambiental son:

| | | |
|--|---|-----------------------------------|
| Comprensivo. | Flexible. | Objetivo. |
| Aporte multidisciplinario. | Tecnología Evaluativa. | Claridad y definición. |
| Detección de impactos, buen cálculo de magnitud y significación de los impactos. | Detección de áreas ambientales sensibles. | Medidas de mitigación apropiadas. |

Esquema 102 Criterios necesarios para la evaluación ambiental.

Instituciones públicas ambientales.

Ministerio del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales.

- Tiene por objeto desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refieren a la protección, conservación y recuperación del Medio Ambiente y el uso sostenible de los mismos que permitan la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones, así como también normar la gestión ambiental pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado.
- Este Ministerio es el organismo rector de la política de protección del medio ambiente y quien se encarga de aplicar la Ley.

Ministerio de Agricultura y Ganadería.

- Este ministerio es el que por el Reglamento Interno del Órgano Ejecutivo en el ámbito nacional, tiene como principal obligación la aplicación de las leyes sectoriales, especialmente en lo que se refiere a bosques, vida silvestre y agua, pero para su uso agropecuario. Cabe señalar que el uso del agua para energía, lo ve la Comisión Ejecutiva Hidroeléctrica del Río Lempa (CEL) y para uso humano que lo trata la Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados (ANDA)

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

- De acuerdo al Reglamento Interno ya referido, esta institución en base a la disposición constitucional número 69, es la entidad del Estado que a través del Código de Salud, tiene el control permanente de la calidad de los productos químicos, farmacéuticos y veterinarios, por medio de organismos de vigilancia, asimismo controla la calidad de los productos alimenticios y las condiciones ambientales que puedan afectar la salud y el bienestar.

Ministerio de Educación.

- Esta institución aunque en realidad aparentemente no tiene una gran injerencia en el aspecto del medio ambiente, de acuerdo al Artículo 60 de la Constitución, tiene una obligación muy importante, como es enseñar a través del sistema educativo, la importancia de la conservación de los recursos naturales a nivel nacional.

Esquema 103 Principales instituciones públicas ambientales.

1. APLICACIÓN AL PROYECTO

La evaluación del impacto ambiental tiene como propósito asegurar que la PCTRS sea aceptable y viable ambientalmente, mediante una identificación y valoración de los efectos que contraen las operaciones del mismo al medio físico-biológico, social, económico y cultural; mediante la aplicación de medidas ambientales asegurándose que esos costos no sean que los beneficios esperados.

Objetivos de la evaluación ambiental de la PCTRS

- Determinar si la PCTRS cumple con las Leyes Medio Ambientales de El Salvador.
- Conocer el impacto positivo y negativo que la implementación provocaría en Municipio de Suchitoto.
- Buscar la viabilidad del Proyecto desde el punto de vista Medio Ambiental.
- Identificar acciones o mecanismos del proyecto que permitan la mitigación, prevención o reducción de impactos negativos que pudiese generar durante su implementación y funcionamiento.

A) LEGISLACIÓN

Al momento de realizar evaluaciones ambientales se debe tomar en cuenta que es importante conocer las leyes que se tienen que cumplir según el rubro a evaluar, dentro de estas leyes tenemos las siguientes:

- Ley del Medio Ambiente de El Salvador.

La Constitución de la República de El Salvador, a través del Art. 117, estipula lo siguiente: “Se declara de interés social la protección, restauración, desarrollo y aprovechamiento de los recursos naturales. El Estado creará los incentivos económicos y proporcionará la asistencia técnica necesaria para el desarrollo de programas adecuados. La protección, conservación y mejoramiento de los recursos naturales y del medio serán objeto de leyes especiales.”

Por tanto, cada habitante de El Salvador tiene el derecho humano a tener un medio ambiente ecológicamente equilibrado y sano. El crecimiento demográfico y el desarrollo económico, no deben traer consigo una excesiva contaminación del medio ambiente o la extinción y destrucción de animales y plantas.

Este artículo delega la responsabilidad al Estado Salvadoreño, a través de las leyes y acciones, a cumplir con lo siguiente:

1. Promover y apoyar las iniciativas que pretendan proteger y desarrollar los recursos naturales.
2. Controlar y sancionar a las personas y a las empresas que contaminen el medio ambiente.

La Ley de Medio Ambiente de El Salvador tiene 116 artículos divididos en 13 secciones las cuales se describen de manera generalizada a continuación:

| | |
|-----------------|--|
| Artículo 1-5 | Título I. Del objeto de la ley |
| Artículo 6-10 | Título II. Gestión del medio ambiente. |
| Artículo 11-14 | Título III. Instrumentos de la política del medio ambiente |
| Artículo 15 | Capítulo III Normas ambientales en los planes de desarrollo y ordenamiento del territorio. |
| Artículo 16-29 | Capítulo IV. Sistema de evaluación ambiental. |
| Artículo 30-31 | Capítulo V. Información ambiental |
| Artículo 32-38 | Capítulo VI. Incentivos ambientales y desincentivos económicos |
| Artículo 39-41 | Título IV. Dimensión ambiental. |
| Artículo 42-43 | Título V. Prevención y control de la contaminación |
| Artículo 44-45 | Capítulo II. Establecimiento de las normas técnicas de calidad ambiental |
| Artículo 46-52 | Capítulo III. Prevención y control de la contaminación |
| Artículo 53-55 | Capítulo IV. Contingencias, emergencias y desastres ambientales. |
| Artículo 56-60 | Capítulo V. Riesgos ambientales y materiales peligrosos. |
| Artículo 61-65 | Parte II. Disposiciones especiales. Título VI. Recursos naturales. |
| Artículo 66-69 | Capítulo II Diversidad biológica. |
| Artículo 70-77 | Título VIII. Los ecosistemas. Capítulo I aguas y los ecosistemas acuáticas, capítulo II Medio ambiente costero-marino, capítulo III gestión y aprovechamiento sostenible de los bosques. |
| Artículo 78-81 | Título IX. Áreas protegidas. Capítulo único sistema de áreas naturales protegidas. |
| Artículo 82 | Título X. Recursos naturales no renovables Capítulo único. Aprovechamiento racional de recursos naturales no renovables. |
| Artículo 83-84 | Parte III. Responsabilidad administrativa, civil y penal. |
| Artículo 85-90 | Título XII. Infracciones, sanciones, delitos y responsabilidad ambiental. |
| Artículo 91-116 | Título XIII. Procedimientos |

Esquema 104 Capítulos de la Ley de Medio Ambiente de El Salvador.

Algunos conceptos y definiciones básicas que se muestran en el Art-5 de la presente ley son los siguientes:

| Concepto | Definición |
|---|---|
| Capacidad de carga | Es la propiedad del ambiente para absorber o soportar agentes externos, sin sufrir deterioro tal que afecte su propia regeneración o impida su renovación natural en plazos y condiciones normales o reduzca significativamente sus funciones ecológicas. |
| Desarrollo sostenible | Es el mejoramiento de la calidad de vida de las presentes generaciones, con desarrollo económico, democracia política, equidad y equilibrio ecológico, sin menoscabo de la calidad de vida de las generaciones venideras. |
| Estudio de impacto ambiental | Es el instrumento de diagnóstico, evaluación, planificación y control, constituido por un conjunto de actividades técnicas y científicas realizadas por un equipo multidisciplinario, destinadas a la identificación, predicción y control de los impactos ambientales, positivos y negativos, de una actividad, obra o proyecto, durante todo su ciclo vital, y sus alternativas, presentado en un informe técnico; y realizado según los criterios establecidos legalmente. |
| Educación ambiental | Proceso de formación ambiental ciudadana, formal, no formal e informal, para la toma de conciencia y el desarrollo de valores, concepto y actitudes frente a la protección, conservación o restauración, y el uso sostenible de los recursos naturales y el medio ambiente. |
| Evaluación ambiental | Es el proceso o conjunto de procedimientos, que permite al Estado, en base a un estudio de impacto ambiental, estimar los efectos y consecuencias que la ejecución de una determinada obra, actividad o proyecto pueden causar sobre el ambiente, asegurar la ejecución y seguimiento de las medidas que puedan prevenir, eliminar, corregir, atender, compensar o potenciar, según sea el caso, dichos impactos. |
| Evaluación ambiental estratégica | Es la evaluación ambiental de políticas, planes, programas, leyes y normas legales. |
| Impacto ambiental | Representa cualquier alteración significativa, positiva o negativa, de uno o más de los componentes del ambiente, provocados por acción humana o fenómenos naturales en un área de influencia definida. |

Tabla 413 Definiciones básicas de la Ley de Medio Ambiente de El Salvador.

2. IMPACTOS AMBIENTALES

A) METODOLOGÍA GENERAL

Haciendo uso de la Metodología de las siete etapas, Metodología general para estudios de impacto ambiental, la cual es basada en el cálculo del Valor Índice Ambiental junto con la metodología expuesta para la evaluación Ambiental del documento Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las Áreas Protegidas de Centro América⁷⁸ se tiene las siguientes etapas:

B) DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y SUS ALTERNATIVAS

En este apartado se identifican las actividades principales a ser desarrolladas en el proyecto propuesto, las cuales podrían tener algún impacto ambiental. El proyecto consta en la Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el Municipio de Suchitoto.

De las actividades en la construcción que se consideran con algún tipo de impacto significativo se tienen:

| Construcción | Operación |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Construcción de piscinas naturales.• Almacenamiento de materiales y equipos a utilizar en la construcción.• Localización de zonas para trabajadores y personal durante la construcción (obra civil).• Carga y transporte de escombros, equipo, etc.• Instalación de señalización en el municipio. | <ul style="list-style-type: none">• Servicio de camping.• Servicio de alimentación.• Actividades recreativas (senderismo, área de juegos infantiles, paseos en lancha, etc) |

Esquema 105 Áreas del proyecto.

⁷⁸ Documento elaborado por PROARCA/CAPAS, USAID – CCAD, San José, Costa Rica, 1998

C) DESCRIPCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE NATURAL

Ésta consiste en la identificación del mayor número posible de impactos ambientales, reales o potenciales, positivos y negativos, asociados a la actividad de la empresa, dando énfasis a los impactos negativos.

| Tipo de impacto | Aplicación | Descripción |
|---|------------|---|
| Biológico | Si aplica | Debido a que la desviación del cauce del río puede afectar la vida de los diferentes seres vivos del ecosistema del entorno. El incremento de ruido por la presencia de turistas puede repercutir en el alejamiento de la fauna que habita en los recursos turísticos. |
| Incidencia en la comunidad local | No aplica | Debido a la naturaleza del proyecto, no se verá afectada significativamente la comunidad en cuanto a impacto ambiental se refiere. No se verán afectadas las fuentes de abastecimiento de servicios, sin necesidad tampoco de llegar a acuerdos con las comunidades para que defiendan el proyecto, las áreas naturales y vida silvestre de la zona. |
| Incidencia en los recursos naturales y el paisaje | Si aplica | No se verá afectado el paisaje con la PCTRS pero si en la parte de la construcción de piscinas naturales, señalización y mejora de accesos debe verificarse que no pasen a formar el objetivo visual primario o que su presencia no constituya una agresión al paisaje. Además existe una política de la Cooperativa para el uso de materiales bio degradables y que no requieren de una mayor construcción. |
| Incidencia en la economía. | No aplica | El impacto ambiental no tendrá repercusiones significativas sobre el recurso económico, ya que no influye en la inflación local por aumento de demanda de servicios y abastecimientos. Y una revisión de la infraestructura en cuanto a abastecimiento de agua potable y disposición de desechos. |

Tabla 414 Tipo de impacto ambiental del proyecto.

Dentro de los impactos Biológicos y relacionados al proyecto, se encuentran:

- Amenaza a Fauna, mediante la migración de aves y otras especies derivada del ruido generado en la construcción de piscinas, mantenimiento de senderos y ruido de turistas.
- Dentro de los impactos sobre los recursos naturales y paisaje relacionados al proyecto:
Cambios Sobre Medio perceptual o paisaje, debido al cambio de áreas verdes por la construcción de piscinas naturales e instalación de señalizaciones.
- Amenaza a recurso Hídrico, río abastecedor de piscinas naturales.
- Contaminación de Suelos durante la construcción de las obras civiles.

D) PREDICCIÓN E INTERPRETACIÓN DE IMPACTOS

En esta etapa consiste en predecir el comportamiento de cada impacto con el tiempo, anticiparse a los cambios que experimentaría cada componente ambiental si se lleva a cabo la propuesta. A partir de esta se determina si el impacto por la puesta en marcha del proyecto será benéfico o adverso.

Nomenclatura:

- N Impacto Neutral.
- Impacto Negativo.
- + Impacto Positivo.

| Actividad | | Aspecto ambiental | Impacto | Respuesta ambiental | |
|--------------|-------------------------------------|-------------------|---|---------------------|---|
| Construcción | Construcción de piscinas naturales. | Suelos | Deterioro del suelo por compactación y construcción de bases de muro para almacenar el agua de la piscina. | - | La construcción de la piscina en el río conlleva a la modificación del suelo. |
| | | Agua | Contaminación por materiales de construcción, además de la contaminación provocada por turistas cuando ya esté en funcionamiento. | - | El cemento que se utiliza para unir las piedras para el muro de la piscina contamina el agua, además de los contaminantes que generan los turistas. |
| | | Recurso forestal | Deforestación leve de maleza y pequeños árboles que sea necesario talar debido a que crecen en la orilla del río. | N | Los árboles que se encuentran alrededor en su mayoría han caído, por lo tanto solo se tala la maleza de alrededor de donde se ubica la piscina. |
| | | Fauna | Migración de aves, peces y otras especies pequeñas que habitan en los árboles. | N | En general las especies que pudieran migrar cambiarían de hábitat a uno cercano derivado del ruido de los turistas, en cuanto a los peces comúnmente se mantienen en el mismo lugar independiente de las personas que utilicen el servicio. |
| | | Paisaje | Modificación del paisaje mediante el movimiento de piedras y limpieza del río. | N | El paisaje se mantendrá en armonía con el ambiente natural. |

| | | | | | |
|------------------|--|--|--|--|--|
| | Almacenamiento de materiales y equipos a utilizar en la construcción | Suelos | Contaminación de suelo y aire. | - | Contaminación cruzada de diferentes materiales de construcción a utilizar. |
| | Localización de zonas para trabajadores y personal durante la construcción (obra civil) | Suelos | Contaminación. | - | Generación de basura derivada de la construcción. |
| | | Fauna | Cambios temporales de la privacidad del hábitat. | - | Generación de ruido perjudicial para la fauna. |
| | Carga y transporte de escombros, equipo, etc. | Suelos | Contaminación. | N | Generación de basura derivada de la construcción. |
| | Instalación de señalización en el municipio. | Suelos | Empotramiento de postes con señalización. | N | Excavación para instalación de señales. |
| Paisaje | | Instalación de señales que interfieren la vista del paisaje natural. | N | Rótulos que pueden afectar el entorno. | |
| Operación | Servicio de camping. | Suelos | Adecuación de áreas verdes para área del campamento. | N | Limpieza de maleza y plantas en el área de camping. |
| | | Agua | Uso de agua potable. | - | Gasto de agua potable derivado del servicio brindado. |
| | | Fauna | Ruido y alteraciones al hábitat natural. | - | Aislamiento de fauna. |
| | Servicio de alimentación. | Suelos | Contaminación por basura generada. | - | Producción de basura derivada de la presencia de turistas. |
| | Actividades recreativas (senderismo, área de juegos infantiles, paseos en lancha, etc.). | Suelos | Contaminación. | - | Producción de basura derivada de la presencia de turistas. |
| | | Recurso forestal | Disminución de áreas verdes por instalación y mantenimiento de senderos. | - | Limpieza de caminos y de áreas de descanso. |
| | | Fauna | Alteraciones en el hábitat. | - | Cambio en el entorno natural del ecosistema. |

Tabla 415 Predicciones para impactos posibles.

Se trata de la determinación de la importancia relativa del impacto ambiental. Consiste en evaluar o valorar los impactos ambientales cuantitativa (a través del Valor del índice ambiental o VIA) y cualitativamente.

Entre los criterios de evaluación se encuentran:

- Variación de la calidad ambiental (V)
- Escala del impacto o Magnitud (E)
- Gravedad del impacto (G)
- Duración del impacto (D)
- Dificultad para cambiar el impacto o Reversibilidad (C)
- Momento de manifiesto o tiempo en hacerse notar (M)

A continuación se presenta un cuadro resumen de los criterios, sus valores y descripciones:

| Criterio | Descripción de criterio | Alternativa | Valor | Descripción de valor |
|-----------------|---|--------------------|--------------|---|
| Calidad (V) | Indica la variación o cambios experimentados debido al impacto. | Positivo | 0 | Se refieren a modificaciones que resultan en ganancias o beneficios para el medio ambiente. |
| | Se considera las cercanías a lugares protegidos, recursos naturales y/o culturales sobresalientes o en el caso a poblaciones humanas. | Negativo | 3 | Modificaciones que resultan en pérdidas o costos para el medio ambiente. |
| Escala (E) | Se considera las cercanías a lugares protegidos, recursos naturales y/o culturales sobresalientes o en el caso a poblaciones humanas. | Bajo | 0 | Impacto es puntual dentro de los límites de la acción que lo genera. |
| | | Medio y/o alto | 1 | Impacto está dentro de la zona de la empresa. |
| | | Notable o muy alto | 2 | Trasciende de la zona de la empresa y es de interés municipal. |
| | | Total | 3 | Trasciende a los límites normales y se convierte en peligro nacional. |
| Gravedad (G) | Indica la utilización de recursos, cantidad, calidad de efluentes, emisiones y residuos que genera la empresa y la probabilidad de riesgo para la salud de la población humana. | Intrascendente | 0 | No produce cambios sobre el medio ambiente. |
| | | Moderado | 1 | Produce cambios indirectos o indirectos sobre el medio ambiente, pero no trascendentes. |
| | | Severo | 2 | Produce cambios directos e indirectos |

| | | | | |
|--------------------|--|---------------|---|---|
| | | | | sobre el medio ambiente que urgen solución, pero están bajo límites permisibles. |
| | | Crítico | 3 | Magnitud es superior al umbral y de urgencia extrema de solución, requiere atención inmediata. |
| Duración (D) | Tiempo de duración del impacto si no se aplican medidas correctivas. | Fugaz | 0 | < 1 año. |
| | | Temporal | 1 | 1-3 años. |
| | | Prolongado | 2 | 4-10 años. |
| | | Permanente | 3 | Alteración indefinida. |
| Reversibilidad (C) | Dificultad para cambiar el impacto. Es el grado de cambio y tiempo requerido para su mitigación, a través de medidas naturales o inducidas por el hombre | Recuperable | 0 | Si se elimina la acción que causa el impacto y automáticamente desaparece. |
| | | Mitigable | 1 | Si al eliminar la causa del impacto hay que esperar un tiempo corto (1 a 6 meses) para que desaparezca. |
| | | Reversible | 2 | Si elimina la acción causante del impacto, debe transcurrir un período largo de tiempo (6 meses en adelante) para que el impacto desaparezca. |
| | | Irreversible | 3 | Nunca desaparece aunque se apliquen medidas correctivas. |
| Manifiesto (M) | Momento en que se hace notar o se manifiesta el impacto. | Inmediato | 0 | Los efectos son inmediatos. |
| | | Corto plazo | 1 | Los efectos se prevén en corto plazo (de 1 a 4 años). |
| | | Mediano plazo | 2 | Para que se observen los efectos debe transcurrir un tiempo considerable (de 5 a 10 años) |
| | | Largo plazo | 3 | El tiempo para observar los efectos es de largo plazo (mayor de 10 años). |

Tabla 416 Criterios, valores y descripción de la evaluación ambiental.

E) MATRIZ DE CALIFICACIÓN POR SITUACIÓN PROPUESTA

| Impacto ambiental | V | E | G | D | C | M | VIA |
|--|---|---|---|---|---|---|------|
| Cambios significativos en el paisaje. | 3 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 1.00 |
| Migración de aves y otras especies pequeñas. | 3 | 1 | 0 | 1 | 3 | 0 | 1.33 |
| Deforestación. | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0.83 |
| Desperdicio de suelo por compactación. | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1 | 0.83 |
| Consumo mayor de agua. | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0.17 |
| Contaminación por aguas negras. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.00 |
| Generación de basura. | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0.33 |
| Promedio | | | | | | | 0.75 |

Tabla 417 Matriz de calificación para situación propuesta.

El valor del Índice Ambiental VIA anterior para cada impacto se calcula utilizando la fórmula:

$$VIA = \frac{(V + E + G + D + M)}{6}$$

Para la evaluación de los impactos se compara el VIA obtenido con las categorías mostradas en el siguiente cuadro:

| Categoría | Valores límites (Valor mínimo – Valor máximo) | Calificación |
|-----------|--|-------------------------|
| 1 | 0.00 – 0.60 | Impacto insignificante. |
| 2 | 0.61 – 1.20 | Impacto mínimo. |
| 3 | 1.21 – 1.80 | Mediano impacto. |
| 4 | 1.81 – 2.40 | Impacto considerable. |
| 5 | 2.41 – 3.00 | Gran impacto. |

Tabla 418 Valores límites por categoría.

El índice de la situación propuesta (0.75) se califica dentro de la categoría 2, considerado como un impacto mínimo para el ambiente.

F) VISIÓN GLOBAL DEL IMPACTO AMBIENTAL

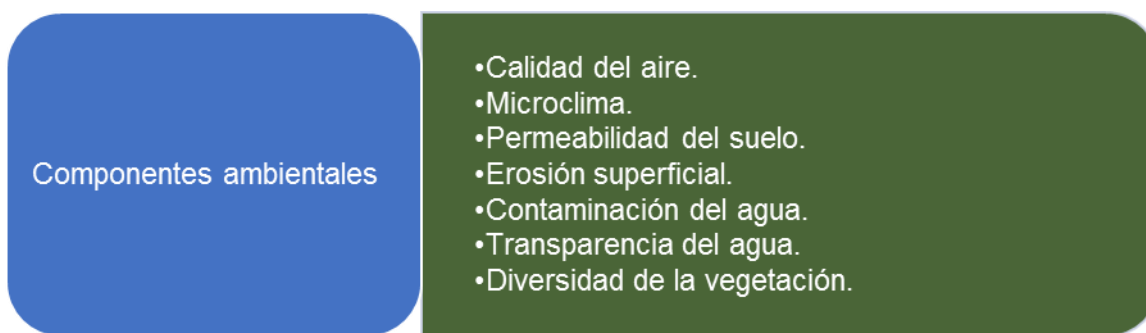
| POSITIVOS | NEGATIVOS |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mayor conciencia ambiental. ▪ Interés de áreas naturales y su conservación. ▪ Lucha contra la contaminación. ▪ Demanda por parte de los turistas de un medio ambiente de calidad. ▪ Apoyo a programas de conservación e investigación | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Exceso de demanda y saturación de destinos y sitios naturales de interés mundial. ▪ Destrucción de áreas naturales. ▪ Contaminación de aire, agua y suelo. ▪ Afectación de sitios naturales de anidación, reproducción o de alta concentración de biodiversidad. |

Tabla 419 Impactos ambientales del proyecto.

G) DESCRIPCIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES:

Los impactos ambientales se originan en la interacción del proyecto con los factores ambientales de su área de influencia, haciendo muy necesaria la identificación del tipo de acciones que en cada etapa del proyecto interviene sobre el ambiente natural y sociocultural. Diversos estudios a nivel mundial permiten concluir que existe una amplia variedad de impactos que afectan la calidad del Turismo, los más comunes afectan las condiciones del agua, flora y fauna y paisaje.

H) COMPONENTES AMBIENTALES Y ACTIVIDADES CORRESPONDIENTES A LA ETAPA DE CONSTRUCCIÓN Y DE OPERACIÓN DEL PROYECTO⁷⁹



Esquema 106 Componentes ambientales del proyecto.

Acciones de la etapa de construcción:

- Alteración de la cubierta vegetal.
- Control de insectos.
- Alteración del drenaje.
- Emisión de polvo.
- Ruidos.

Acciones de la etapa de operación:

- Baños.
- Caminatas.
- Observación de flora y fauna.

1) MITIGACIÓN DE IMPACTOS E INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD.

Estas medidas tienen como objetivo reducir los impactos ocasionados por la propuesta en alguna de sus etapas y en el caso de la actividad turística deberán asegurar que las condiciones en que se desarrolla la actividad turística se pueden consolidar en el tiempo.

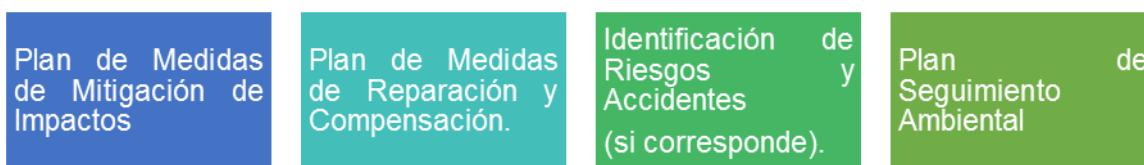
¿Qué se debe lograr con su aplicación?

- Crecimiento sostenido de la actividad turística en el área de influencia.
- Acceso expedito a los recursos turísticos naturales, culturales y otros.
- Conservación de los componentes de calidad, fragilidad y visibilidad del paisaje.

⁷⁹ Gómez Orea, 1994; Conesa y Vítora, 1995.

- Protección del equipamiento e instalaciones necesarias para el desarrollo de las actividades turísticas.
- Protección de los componentes ambientales básicos.
- Incorporación de la comunidad residente.
- Conservación de la imagen turística de la zona.
- Conservación de la calidad de las rutas de transporte turístico.
- Protección de la infraestructura básica.
- Conservación de fuentes de energía y de servicios básicos para los turistas.
- Preservación de los valores culturales autóctonos de la zona.

Como resultado de la evaluación de impactos ambientales se requiere diseñar una estrategia de manejo ambiental cuyos contenidos básicos incluyen:



Esquema 107 Contenidos básicos de la estrategia de manejo ambiental.

Por el interés que puede generar la discusión detallada de este plan, y aunque el espacio disponible en esta ponencia es insuficiente, es oportuno hacer referencia en unas pocas líneas al tema de la aplicación de indicadores de sustentabilidad como parte del seguimiento de los proyectos.

Algunos indicadores que pueden aplicarse en el Plan de Seguimiento Ambiental. Se entiende que la sustentabilidad de una zona turística depende de un conjunto de factores ambientales, sociales, culturales y económicos que involucran tanto a la industria turística propiamente tal, como la comunidad residente y a los propios turistas.⁸⁰

A modo de ejemplo, pueden integrarse a la etapa de seguimiento ambiental de un proyecto de inversión en el área rural, algunos indicadores como los siguientes:

- Indicador para medir la destrucción causada por incendios forestales en áreas turísticas:

$$\frac{\textit{Superficie destruida en incendios forestales por causas atribuibles a visitantes}}{\textit{Superficie total destruida en incendios forestales}} \times 100$$

- Indicador para evaluar la capacidad de gestión del desarrollo turístico a nivel de predios:

$$\frac{\textit{Monto de inversión destinado a inversión en protección ambiental por predio}}{\textit{Total de inversión en el predio}} \times 100$$

⁸⁰ (United Nations, 1997; Manning, 1997; 1998).

- Indicador para medir la percepción del turista:

$$\frac{\textit{Total de turistas que declaran su satisfacción con el medio ambiente local}}{\textit{Número total de turistas encuestados}} \times 100$$

- Indicador para medir la percepción turística de la comunidad residente en una localidad turística:

$$\frac{\textit{Población que declara que el turista respeta a los residentes}}{\textit{Población total}} \times 100$$

- Indicador para medir la capacidad de normativa municipal:

$$\frac{\textit{Total de municipios que cuentan con Ordenanzas de Turismo}}{\textit{Número total de municipios}} \times 100$$

I) RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL

Con el análisis de información referente a los factores de mayor incidencia ambiental, se concluye que genera un impacto mínimo al medio Ambiente ya que la propuesta esta cimentada en el eje del cuidado y protección de medio ambiente, las políticas de reciclaje, uso de materiales biodegradables, campañas contra la tala de árboles reflejan el compromiso de la PCRTS con el ecosistema tanto como eje temático de Guazapa Tours como de la propuesta para todo el municipio de Suchitoto.



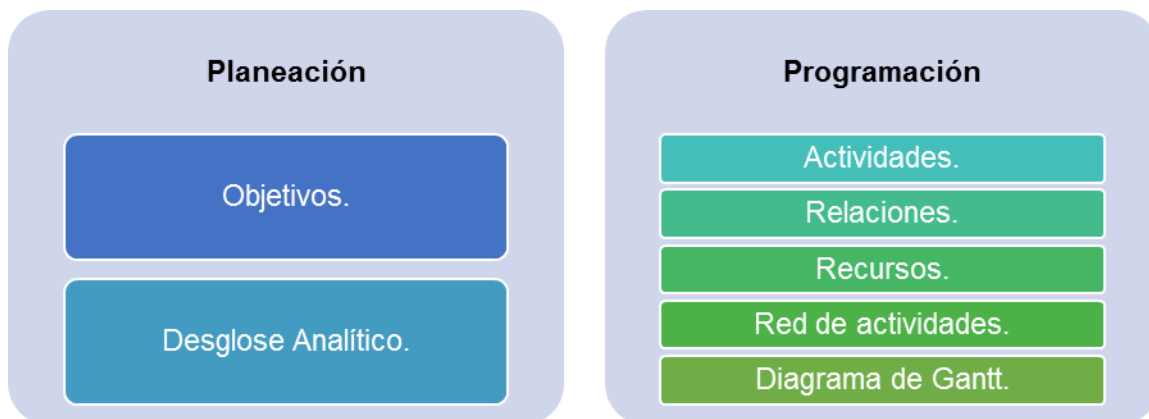
CAPITULO VI
ADMINISTRACIÓN DE LA
PROPUESTA

A. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO.

1. METODOLOGÍA

En esta sección se desarrollará el plan para la implementación de la Propuesta de Circuitos turísticos rurales en el municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L, estableciendo las actividades a realizarse y la interrelación entre ellas, así como las personas responsables de realizar dichas actividades directamente y aquellas que deberán de supervisar el desarrollo de éstas.

La planeación de la implementación se realizará en dos etapas, según se muestra a continuación:



Esquema 108 Etapas de la planeación de la implementación.

2. PLANIFICACION DE LA EJECUCION O IMPLANTACION

A) OBJETIVOS

Objetivo General

Instalar los recursos físicos y humanos necesarios para el funcionamiento de la "Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. con un monto de \$30,199.14 y una duración de 77 días.

Objetivos Específicos

- Formular la agrupación de actividades que permita una mejor administración durante su ejecución.
- Especificar cada actividad requerida para la ejecución eficaz de la Propuesta de circuitos turísticos.
- Establecer las políticas y estrategias a seguir para mejorar la administración de la implementación de las actividades del proyecto.
- Especificar el orden cronológico, duración y la relación de dependencia que habrá de seguirse durante la implementación de las actividades del proyecto.
- Definir los recursos necesarios que exige cada actividad a llevarse a cabo.

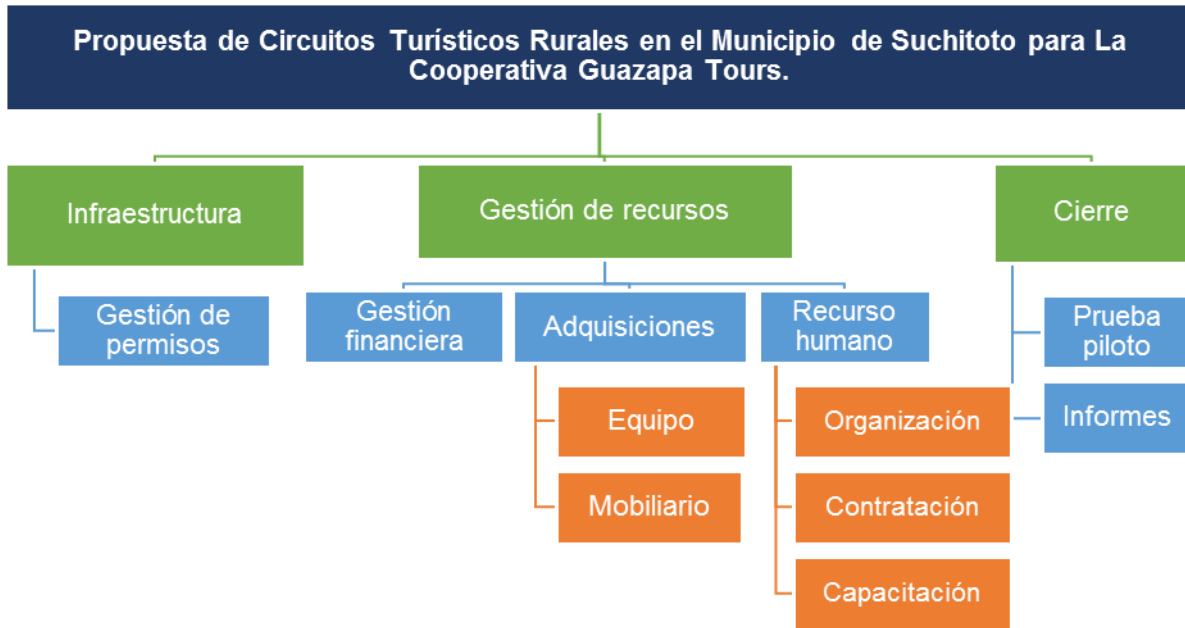
3. DESGLOSE ANALÍTICO

Se define el objetivo de la implementación del proyecto, estableciendo los sistemas en los que se desglosa y representa cada uno de los objetivos específicos para la implementación del proyecto dentro de los cuales, se identificarán conjuntos de actividades (paquetes de trabajo) que permitirán cumplir con dicho objetivo, diseñar las estrategias y políticas de ejecución para facilitar la administración de las actividades del proyecto.

El desglose se desarrollará de la siguiente forma:

- Identificación de los paquetes o conjunto de actividades a desarrollarse.
- Definición de los objetivos del paquete dentro de la implementación general del proyecto.
- Definición de estrategias y políticas a seguir para facilitar la administración de los paquetes de trabajo.

A) ESTRUCTURA DE DESGLOSE DEL PROYECTO.



Esquema 109 Estructura de desglose del proyecto.

La estructura anterior representa la siguiente distribución de entregables:



Esquema 110 Entregables del proyecto.

1) DESCRIPCIÓN DE ENTREGABLES

■ **Infraestructura:**

Este entregable involucra la obtención de los permisos necesarios para la realización de la obra civil de la propuesta. Este entregable abarca desde la gestión de los permisos ambientales, el establecimiento de los requerimientos y necesidades de la Propuesta de Circuitos Turísticos y de los servicios a incluir en las instalaciones de Guazapa Tours en cuanto a espacio, instalaciones, construcción de piscinas naturales, instalación de señalización, la búsqueda y cotización de empresas constructoras de la obra civil, evaluación y selección de la mejor opción.

- **Gestión de recursos:**

Este entregable está dividido en tres partes, la gestión financiera, las adquisiciones y el recurso humano.

En el paquete gestión financiera se definen las diferentes actividades necesarias para garantizar la inversión requerida. En el paquete adquisiciones se involucra la compra del activo fijo, dividido en 2 tipos. El primero es el equipo, el cual está constituido por todas aquellas herramientas necesarias para el desarrollo de las distintas actividades turísticas requeridas. El segundo es el mobiliario, formado por los muebles de oficina, equipos informáticos, y todo lo necesario para el área administrativa de la propuesta. Para cada uno de los tipos de adquisiciones a realizar, se aborda de la siguiente manera: Primero se definen las necesidades en cantidad, tipo, especificaciones, luego se realiza la cotización, evaluación y compra de estos, y finaliza con la entrega, instalación y verificación de lo comprado, tanto en cantidad, calidad y funcionamiento.

En el paquete Recurso humano se involucran todas las actividades requeridas para la organización, contratación y capacitación de todo el personal involucrado en la PCRTS.

- **Cierre:**

Este entregable concierne una prueba piloto del funcionamiento de la propuesta (puesta a punto) y todos los informes y documentación necesaria para la finalización y entrega del proyecto.

2) DESCRIPCIÓN DE PAQUETES DE TRABAJO

| Entregable | Paquete de trabajo | Descripción | | |
|---------------------|-----------------------|---|---|--|
| INFRAESTRUCTURA | OBTENCIÓN DE PERMISOS | Este paquete implica la aprobación del proyecto por parte de la Alcaldía Municipal de Suchitoto, así como la gestión de permisos Medioambientales con las instituciones pertinentes para la ejecución de las obras civiles respectivas en el Cerro de Guazapa. | | |
| | OBRA CIVIL | Paquete que aborda todo lo relacionado al establecimiento de los requerimientos de la propuesta, espacios físicos, etc. la búsqueda, cotización y contratación de la empresa que realizará la obra civil. | | |
| GESTIÓN DE RECURSOS | GESTIÓN FINANCIERA | Se expresan las actividades necesarias para especificar la forma en la que se manejará el capital necesario para la ejecución del proyecto, desde la cantidad de cada desembolso, el período en el que habrá de realizarse cada desembolso, los sistemas en los que se controlará tanto la ejecución de plan o programación de desembolsos y el desempeño que se va obteniendo según sea vayan generando los desembolsos. | | |
| | ADQUISICIONES | EQUIPO | Paquete que aborda el establecimiento de los requerimientos, búsqueda, cotización, selección, compra del equipo y herramientas para el desarrollo de las nuevas actividades turísticas. | |
| | | MOBILIARIO | Paquete designado al establecimiento de los requerimientos, búsqueda, cotización, selección, compra e instalación del mobiliario del área administrativa. Además, dicho paquete involucra la elaboración de un informe consolidado de todas las adquisiciones hechas. | |
| | RECURSO HUMANO | ORGANIZACIÓN | Paquete que involucra la creación de la entidad administradora y gestora turística de la propuesta. | |
| | | CONTRATACIÓN | Este paquete incluye la búsqueda, evaluación, selección y contratación del personal requerido para brindar actividades turísticas. | |

| | | | |
|--------|---------------|--------------|---|
| | | CAPACITACIÓN | Este paquete incluye el proceso de adaptación del nuevo empleado a la organización, la capacitación y adiestramiento de este en los puestos de trabajo en los cuales desempeñarán sus funciones, el uso de herramientas y equipo, etc. Además, dicho paquete aborda la elaboración de un informe sobre la contratación y capacitación del nuevo personal. |
| CIERRE | PRUEBA PILOTO | | Este paquete aborda la puesta a punto de lo que será la ejecución de la propuesta una vez finalizada la implementación, la infraestructura, equipo, mobiliario y empleados capacitados. Dicha prueba piloto involucra el análisis de resultados, corrección de fallas, etc. Además de la elaboración de un informe sobre dicha prueba. |
| | INFORMES | | Este paquete incluye la elaboración de un informe consolidado con los resultados obtenidos de todas las actividades realizadas anteriormente como parte de la documentación del proyecto. Se realizará una revisión y se verán las ventajas y desventajas que han surgido en la ejecución del proyecto. Se realizará la entrega y cierre del proyecto. |

Tabla 420 Descripción de paquetes de trabajo en la implementación del proyecto.

3) DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

(a) OBTENCIÓN DE PERMISOS (OP)

| ID | Actividades | Descripción |
|-----|--|--|
| OP1 | Presentación del proyecto. | Se hace una presentación el proyecto ante la Alcaldía Municipal de Suchitoto y la Asociación de Desarrollo Turístico de Suchitoto ADETURS. |
| OP2 | Aprobación del proyecto. | El Consejo Municipal del municipio de Suchitoto es la entidad en encargada analizar el proyecto y de aprobarlo para ponerlo en marcha. En dicha aprobación se incluye los permisos de construcción respectivos para las obras civiles |
| OP3 | Preparación, presentación del Formulario ambiental y subsanar observaciones. | Se deben de llenar los formularios pertinentes de petición del permiso ambiental y deben ser presentados en el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN). El MARN hará las inspecciones necesarias y emitirá observaciones las cuales se deberán subsanar, posteriormente a las observaciones dará resolución de realización del Estudio de Impacto Ambiental. |
| OP4 | Preparar y presentar el Estudio de Impacto Ambiental (EIA). | Se elabora y presenta el EIA y se entrega el requerimiento para la publicación en prensa. |
| OP5 | Consulta pública del EIA y observaciones. | Se realiza una consulta pública en la alcaldía sobre el EIA y se emiten observaciones. Se evalúan las observaciones y se realiza un dictamen técnico, del cual si es favorable se hace el requerimiento de Fianza de Cumplimiento. |
| OP6 | Presentación de fianza de cumplimiento y recepción de permiso ambiental. | Según el Art. 29 de la Ley de Medio Ambiente, la Fianza de Cumplimiento Ambiental tiene como objetivo asegurar el cumplimiento de los Permisos Ambientales en cuanto a la ejecución de los Programas de Manejo y Adecuación Ambiental. Para ello, el Titular de la obra o proyecto deberá rendir una Fianza de Cumplimiento por el monto equivalente a los costos totales de las obras físicas o inversiones que se requieran para cumplir con los planes de manejo y adecuación ambiental que están contenidos en el EIA. Esta fianza durará hasta que dichas obras o inversiones se hayan realizado en la forma previamente establecida. El MARN elabora el Dictamen Técnico Favorable y la Resolución Ministerial de Permiso Ambiental correspondiente. |

Tabla 421 Actividades del paquete Obtención de permisos.

(b) OBRA CIVIL (OC)

- Licitación

| ID | Actividades | Descripción |
|-----|---|--|
| OC1 | Establecimiento de requerimientos | |
| OC2 | Elaboración de la Licitación | Creación del formato de la licitación posterior a publicar, en la que se establecen los requisitos que solicita los encargados del proyecto. |
| OC3 | Presentación y/o Publicación de la Licitación | Búsqueda del medio en el que presentará y de la licitación al público en general. |
| OC4 | Recepción y Evaluación de Propuestas | Recepción de las solicitudes y su respectivo análisis para su posterior selección. |
| OC5 | Selección de Empresa Constructoras | Selección de la empresa que cumple con los requisitos establecidos y su posterior contacto. |

Tabla 422 Actividades de Licitación.

(c) GESTIÓN FINANCIERA (GF)

| ID | Actividades | Descripción |
|-----|---|---|
| GF1 | Determinación de la Inversión Total | Establecimiento del requerimiento de capital necesario para desarrollar las actividades. |
| GF2 | Planificación y Programación de Desembolsos | Desarrollar y especificar el período y cantidad en la que se harán los desembolsos. |
| GF3 | Presentación de Plan de Desembolsos | Presentar el plan de desembolsos para su correspondiente aprobación. |
| GF4 | Establecimiento de Parámetros de Control | Especificar la forma en la que se mide el desempeño de ese plan de desembolsos. |
| GF5 | Desarrollo del Sistema Contable | Desarrollar el sistema contable que controlará la ejecución del plan de desembolsos. |
| GF6 | Desarrollo de Sistema Gerencial | Desarrollar el sistema gerencial en el cual se apoyarán los encargados para determinar el desempeño de la ejecución del proyecto. |

Tabla 423 Actividades del paquete Gestión financiera.

(d) EQUIPO (E)

| ID | Actividades | Descripción |
|----|--|--|
| E1 | Análisis de requerimientos y especificaciones. | Se determina la cantidad y especificaciones del equipo en materia de las actividades turísticas a desarrollar (camping). |
| E2 | Búsqueda de proveedores de equipo. | Búsqueda y generación de una cartera de posibles proveedores del equipo y las herramientas. |
| E3 | Evaluación y selección de proveedores de equipo. | Selección de los mejores proveedor en base a costo, calidad, contrato, vida útil del equipo, garantías, etc. |
| E4 | Compra de equipo. | Se realiza la compra del equipo a los proveedores seleccionados y se lleva a cabo el desembolso monetario y el papeleo necesario. El equipo es trasladado y resguardado. |
| E5 | Prueba del equipo. | Se instala el equipo en su respectivo lugar y se verifica que este cumpla con sus especificaciones y funcionalidad según lo que prometieron los proveedores. |

Tabla 424 Actividades del paquete Equipo.

(e) MOBILIARIO (M)

| ID | Actividades | Descripción |
|----|--|--|
| M1 | Análisis de requerimientos y especificaciones. | Se determina la cantidad de mobiliario y equipo auxiliar y equipo administrativo que será necesario. |
| M2 | Búsqueda de proveedores de mobiliario. | Búsqueda y generación de una cartera de posibles proveedores del mobiliario de oficina. |
| M3 | Evaluación y selección de proveedores de mobiliario. | Selección de los mejores proveedores de mobiliario en base a costo, calidad, garantía, etc. |
| M4 | Compra de mobiliario. | Se confirma con el proveedor y se realiza la compra del mobiliario, se lleva a cabo todo el papeleo necesario. El mobiliario es trasladado a su lugar de destino. |
| M5 | Prueba del mobiliario. | Se procede a la distribución e instalación del mobiliario en las oficinas. |
| M6 | Informe de adquisiciones. | Se elabora un informe consolidado de los resultados de la compra del equipo y mobiliario (especificaciones técnicas, manipulación, cuidados especiales, precauciones, usos, etc.). |

Tabla 425 Actividades del paquete Mobiliario.

(f) ORGANIZACIÓN (OR)

| ID | Actividades | Descripción |
|-----|--|---|
| OR1 | Notificación de representantes de cada iniciativa. | El Consejo Municipal de Suchitoto hace notificar a las distintas Asociaciones Gremiales del municipio y a trabajadores actuales de la municipalidad (Concejales, etc.). La Propuesta de Circuitos Turísticos. |
| OR2 | Presentación de Comité gestor de la PCRTS. | Presentación del Comité de Operación Turística de Suchitoto. |
| OR3 | Reunión y atribuciones. | Se convoca a los diferentes miembros que conforman el Comité Municipal de Turismo y se les explica sus roles, atribuciones, funciones. |

Tabla 426 Actividades del paquete Organización.

(g) CONTRATACIÓN (CO)

| ID | Actividades | Descripción |
|-----|---|--|
| CO1 | Determinación y Elaboración del Perfil | Construir y especificar las características que debe tener cada uno de los solicitantes a las vacantes. |
| CO2 | Publicación de las Vacantes | Selección del medio más adecuado para presentar los requerimientos que se necesitan para cada una de las vacantes. |
| CO3 | Recepción y Análisis de Solicitudes | Recepción de las solicitudes de las personas interesadas en las vacantes y su respectivo análisis. |
| CO4 | Contacto con el Personal Seleccionado | Contacto telefónico con las personas seleccionadas para realizar las actividades. |
| CO5 | Elaboración de Contratos | Desarrollo del contrato con el que se establecerán los derechos y deberes de las partes en relación. |
| CO6 | Dar a Conocer Políticas y Firma de Contrato | Presentación de las políticas que se deberán de respetar dentro del establecimiento, y aspectos generales; firma del contrato. |

Tabla 427 Actividades del paquete Contratación.

(h) CAPACITACIÓN (CA)

| ID | Actividades | Descripción |
|-----------|--|--|
| CA1 | Inducción general. | Se realizará un proceso de inducción en la organización para mostrar el funcionamiento y estructura general de los Circuitos turísticos y de Guazapa Tours. |
| CA2 | Planificación y programación de actividades. | El gerente del proyecto será el encargado de planificar y armar la información que se brindará en las capacitaciones al nuevo personal así como de programar los días en que se ejecutarán dichas capacitaciones; en ellas, se les explicará sus funciones, el uso de equipo y mobiliario. |
| CA3 | Ejecución de las capacitaciones | Realización de las capacitaciones que serán impartidas por una organización específica (CDMYPES por ejemplo). |
| CA4 | Informe de organización, contratación y capacitaciones | Se elabora un informe detallado sobre las contrataciones hechas, el cual incluyen a todos los aspirantes que participaron del proceso de contratación, los mecanismos de selección y evaluación de los aspirantes y la justificación de los seleccionados. Así mismo se tendrá que realizar el informe de la ejecución de las capacitaciones y se registrará la participación de los nuevos empleados. |

Tabla 428 Actividades del paquete Capacitación.

(i) PRUEBA PILOTO (PP)

| Actividad | Descripción |
|------------------|---|
| PP1 | Programación de prueba piloto. Se programa la fecha exacta en la que se realizará la prueba piloto del funcionamiento de la propuesta, y se les comunica a los empleados de dicha prueba piloto. La fecha de realización de la prueba piloto debe corresponder a un día de poca afluencia turística. |
| PP2 | Verificación. Se verifica la correcta instalación y funcionamiento de las infraestructuras, equipo, herramientas, mobiliario. |
| PP3 | Prueba piloto inicial. Se realiza la prueba piloto. Esta es una forma que el empleado se familiarice con la tarea que realizara y solvante sus dudas, preguntas, etc. |
| PP4 | Evaluación de prueba piloto. Se evaluará la realización de la prueba piloto inicial y se tomaran acciones correctivas en caso sea necesario. |
| PP5 | Informe de prueba piloto. Se realizara un informe en el cual se notifique los resultados obtenidos en la realización de la prueba piloto. |

Tabla 429 Actividades del paquete Prueba Piloto.

(j) INFORMES (IN)

| Actividad | | Descripción |
|------------------|--------------------------------------|--|
| IN1 | Consolidación de informes. | Elaboración de documento integrado en el que se consolidan los informes que se entreguen sobre infraestructura, gestión de recursos y cierre. |
| IN2 | Evaluación del proyecto. | Se realiza la evaluación integrada del proyecto y se realizan las conclusiones pertinentes con un enfoque comparativo entre los recursos consumidos (tiempo y dinero) y adquiridos y los programados. |
| IN3 | Revisión de cumplimiento de entrega. | Revisión del cumplimiento de los entregables versus lo visto en físico y con base en lo documentado en paquetes anteriores. |
| IN4 | Tratamiento de información generada. | Que se archive de manera segura: <ul style="list-style-type: none">■ Consolidación de los informes.■ Documentación interna del proyecto.■ Documentación generada durante la realización del proyecto.■ La documentación obtenida de terceros. |
| IN5 | Precedencias. | Celebración de firma de acta de cierre de proyecto. |

Tabla 430 Actividades del paquete Prueba Piloto.

4. MATRIZ DE PRECEDENCIAS

| PAQUETE | N° | ID | PREC. | ACTIVIDAD |
|----------------------------|----|-----|-------|--|
| INFRAESTRUCTURA | | | | |
| Obtención de permisos | 1 | OP1 | -- | Presentación del proyecto. |
| | 2 | OP2 | OP1 | Aprobación del proyecto. |
| | 3 | OP3 | OP2 | Preparación, presentación del Formulario ambiental y subsanar observaciones. |
| | 4 | OP4 | OP3 | Preparar y presentar el Estudio de Impacto Ambiental (EIA). |
| | 5 | OP5 | OP4 | Consulta pública del EIA y observaciones. |
| | 6 | OP6 | OP5 | Presentación de fianza de cumplimiento y recepción de permiso ambiental. |
| Obra civil | 7 | OC1 | OP2 | Establecimiento de requerimientos. |
| | 8 | OC2 | OC1 | Elaboración de la Licitación. |
| | 9 | OC3 | OC2 | Presentación y/o Publicación de la Licitación. |
| | 10 | OC4 | OC3 | Recepción y Evaluación de Propuestas. |
| | 11 | OC5 | OC4 | Selección de Empresa Constructora. |
| GESTIÓN DE RECURSOS | | | | |
| Gestión financiera | 22 | GF1 | OC4 | Determinación de la Inversión Total. |
| | 23 | GF2 | GF1 | Planificación y Programación de Desembolsos. |
| | 24 | GF3 | GF2 | Presentación de Plan de Desembolsos. |
| | 25 | GF4 | GF3 | Establecimiento de Parámetros de Control. |
| | 26 | GF5 | GF4 | Desarrollo del Sistema Contable. |
| | 27 | GF6 | GF5 | Desarrollo de Sistema Gerencial. |
| Equipo | 28 | EQ1 | GF2 | Análisis de requerimientos y especificaciones. |
| | 29 | EQ2 | EQ1 | Búsqueda de proveedores de equipo. |
| | 30 | EQ3 | EQ2 | Evaluación y selección de proveedores de equipo. |
| | 31 | EQ4 | EQ3 | Compra de equipo. |
| | 32 | EQ5 | EQ4 | Prueba del equipo. |
| Mobiliario | 33 | MO1 | GF2 | Análisis de requerimientos y especificaciones. |
| | 34 | MO2 | MO1 | Búsqueda de proveedores de mobiliario. |
| | 35 | MO3 | MO2 | Evaluación y selección de proveedores de mobiliario. |
| | 36 | MO4 | MO3 | Compra de mobiliario. |
| | 37 | MO5 | MO4 | Prueba del mobiliario. |
| | 38 | MO6 | MO5 | Informe de adquisiciones. |
| Organización | 39 | OR1 | OP2 | Notificación de representantes de cada iniciativa. |
| | 40 | OR2 | OR1 | Presentación de Comité gestor de la PCRTS. |
| | 41 | OR3 | OR2 | Reunión y atribuciones. |

| | | | | |
|---------------|----|-----|-----|--|
| Contratación | 42 | CO1 | OR3 | Determinación y Elaboración del Perfil |
| | 43 | CO2 | CO1 | Publicación de las Vacantes |
| | 44 | CO3 | CO2 | Recepción y Análisis de Solicitudes |
| | 45 | CO4 | CO3 | Contacto con el Personal Seleccionado |
| | 46 | CO5 | CO4 | Elaboración de Contratos |
| | 47 | CO6 | CO5 | Dar a Conocer Políticas y Firma de Contrato |
| Capacitación | 48 | CA1 | CO6 | Inducción general. |
| | 49 | CA2 | CA1 | Planificación y programación de actividades. |
| | 50 | CA3 | CA2 | Ejecución de las capacitaciones |
| | 51 | CA4 | CA3 | Informe de organización, contratación y capacitaciones |
| CIERRE | | | | |
| Prueba piloto | 52 | PP1 | CA4 | Programación de prueba piloto. |
| | 53 | PP2 | PP1 | Verificación. |
| | 54 | PP3 | PP2 | Prueba piloto inicial. |
| | 55 | PP4 | PP3 | Evaluación de prueba piloto. |
| | 56 | PP5 | PP4 | Informe de prueba piloto. |
| Cierre | 57 | IN1 | PP5 | Consolidación de informes. |
| | 58 | IN2 | IN1 | Evaluación del proyecto. |
| | 59 | IN3 | IN2 | Revisión de cumplimiento de entrega. |
| | 60 | IN4 | IN3 | Tratamiento de información generada. |
| | 61 | IN5 | IN4 | Precedencias. |

Tabla 431 Matriz de precedencia del proyecto.

5. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE IMPLEMENTACIÓN

A) ESTRATEGIAS

- Los gerentes designados al proyecto deberán solicitar al área, los respectivos desembolsos de dinero según lo planificado, y deberá presentar informes de avances y comprobar que todos los gastos financieros que se han tenido que realizar para llevar a cabo el proyecto.
- Se impartirán capacitaciones a todo el personal que trabajará de forma directa o indirecta en los servicios de Guazapa Tours, así como al personal de las iniciativas que forman parte de la PCRTS.
- Se pedirá a la empresa proveedora del sistema de filtro de la piscina que capacite a los encargados del mantenimiento de las instalaciones y servicios que se brindan en Guazapa Tours y un kit de repuestos.
- Se realizará un análisis de impacto ambiental para establecer cuantitativamente el impacto que tendrá el ecosistema de la zona, respecto a las obras civiles que se llevaran a cabo en dicha localización.
- Se realizarán reuniones periódicas previamente programadas, en las cuales participe el encargado de supervisión de la obra civil y el gerente de proyecto con el fin de monitorear el progreso de la actividad asignada.
- Antes de realizarse ventas de artesanías se debe de capacitar a los encargados de las ventas que se tendrán dentro de la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. para que se garantice el éxito de las ventas.
- Desarrollar una cartera de proveedores de servicios de mantenimiento y venta de insumos para los servicios que requieran.
- Fortalecer la relación con la Oficina Municipal de Turismo, debido a su involucramiento convenientemente desde el diseño.
- Involucrar a los miembros de los comités en charlas para el cuidado de los nuevos equipos.
- Verificar cada quince días los avances que se tienen en las actividades para el inicio de las operaciones.
- Realizar las actividades que no son críticas de forma paralela a otras para disminuir los tiempos de implementación de la PCRTS.

B) POLÍTICAS

- Se deben de colocar carteles informativos para los turistas sobre la política de cuidado al medio ambiente que deben seguir durante su estancia en todo el recorrido.
- Cada miembro del grupo implementador del proyecto debe de entregar avances semanales sobre el avance de la obra civil y las capacitaciones que se le realizan al personal.
- La contratación del personal que se incorporará para las piscinas naturales la realizará el jefe administrativo del grupo implementador del proyecto.
- Se capacitará al personal en los cursos de aspecto generales y normativas, en emergencias, gestión de incendios y primeros auxilios.
- El gerente del proyecto deberá ser quien autorice todos los desembolsos, los cuales serán solicitados mediante la utilización de un formato que se especifique de forma clara, precisando el monto y la razón del mismo. Este deberá ser validado mediante la firma del gerente del proyecto quien deberá mantener un registro del mismo.
- Para la contratación de personal a incorporarse se tomará en cuenta la población residente en la zona rural de Suchitoto.
- La selección de la empresa constructora se realizará por medio de una licitación según los requisitos que se establezcan en el proyecto.
- En el grupo implementador del proyecto se debe de tener a un encargado que supervise la obra civil, a este encargado la empresa constructora licitada debe entregar informes cada 15 días del avance del proyecto.
- Todo documento deberá de registrarse y dejar original, copia física y archivo digital.
- Todo equipo, maquinaria y mobiliario que forme parte de los bienes de la empresa, deberá ser debidamente inventariado.
- Para el cierre del proyecto debe realizarse una evaluación que defina los logros alcanzados durante la administración, así como también las deficiencias.

6. DURACIÓN, COSTO, Y RRHH DE LA IMPLEMENTACIÓN

Para la determinación de los costos en las actividades de la implementación del proyecto, será necesario auxiliarnos de la tabla que se nos presenta a continuación; la cual resume los posibles gastos que se pueden incurrir al momento de desarrollar una actividad. En la tabla posterior, en cada actividad se muestra el costo que tiene dicha actividad (de implementación del proyecto), tomando en cuenta uno, varios o todos los posibles gastos que se muestran en la tabla de costos de implementación.

| Costo de implementación | Monto |
|-------------------------|---------|
| Telefonía / Internet. | \$20.00 |
| Transporte. | \$20.00 |
| Papelería y fotocopias. | \$15.00 |

Tabla 432 Posibles costos a incurrir en la implementación.

A continuación, se muestra la duración de cada una de las actividades las cuales se han estimado en base a la experiencia mostrada por empresas constructoras de obra civil, contratación de personal, compra de equipo y mobiliario, etc.

7. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

Las actividades señaladas en verde son actividades críticas, es decir poseen holgura cero y su retraso perjudica el tiempo total del proyecto.

N° Número de actividad.
ID Código designado a la actividad.
Duración Tiempo en días que tarda en realizarse la actividad.
HT Holgura Total.
HL Holgura Libre.
HI Holgura de Interferencia.

| N° | ID | Predecesoras | Duración | Inicio más temprano | Fin más temprano | Inicio más tardío | Fin más tardío | HT | HL | HI |
|----|-----|--------------|----------|---------------------|------------------|-------------------|----------------|----|----|----|
| 1 | OP1 | -- | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | OP2 | OP1 | 7 | 1 | 8 | 1 | 8 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | OP3 | OP2 | 30 | 8 | 38 | 8 | 38 | 0 | 0 | 0 |
| 4 | OP4 | OP3 | 7 | 38 | 45 | 48 | 55 | 10 | 10 | 0 |
| 5 | OP5 | OP4 | 12 | 45 | 57 | 55 | 67 | 10 | 10 | 0 |
| 6 | OP6 | OP5 | 10 | 57 | 67 | 67 | 77 | 10 | 10 | 0 |
| 7 | OC1 | OP2 | 2 | 8 | 10 | 8 | 10 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | OC2 | OC1 | 1 | 10 | 11 | 47 | 48 | 37 | 37 | 0 |
| 9 | OC3 | OC2 | 1 | 11 | 12 | 48 | 49 | 37 | 37 | 0 |
| 10 | OC4 | OC3 | 7 | 12 | 19 | 49 | 56 | 37 | 37 | 0 |
| 11 | OC5 | OC4 | 2 | 19 | 21 | 56 | 58 | 37 | 37 | 0 |
| 12 | GF1 | OC4 | 2 | 19 | 21 | 56 | 58 | 37 | 37 | 0 |

| | | | | | | | | | | |
|----|-----|-----|----|----|----|----|----|----|----|---|
| 13 | GF2 | GF1 | 2 | 21 | 23 | 58 | 60 | 37 | 37 | 0 |
| 14 | GF3 | GF2 | 1 | 23 | 24 | 60 | 61 | 37 | 37 | 0 |
| 15 | GF4 | GF3 | 1 | 24 | 25 | 61 | 62 | 37 | 37 | 0 |
| 16 | GF5 | GF4 | 2 | 25 | 27 | 73 | 75 | 48 | 48 | 0 |
| 17 | GF6 | GF5 | 2 | 27 | 29 | 75 | 77 | 48 | 48 | 0 |
| 18 | EQ1 | GF2 | 2 | 24 | 26 | 61 | 63 | 37 | 37 | 0 |
| 19 | EQ2 | EQ1 | 5 | 26 | 31 | 66 | 71 | 40 | 40 | 0 |
| 20 | EQ3 | EQ2 | 2 | 31 | 33 | 71 | 73 | 40 | 40 | 0 |
| 21 | EQ4 | EQ3 | 3 | 33 | 36 | 73 | 76 | 40 | 40 | 0 |
| 22 | EQ5 | EQ4 | 1 | 36 | 37 | 76 | 77 | 40 | 40 | 0 |
| 23 | MO1 | GF2 | 3 | 24 | 27 | 61 | 64 | 37 | 37 | 0 |
| 24 | MO2 | MO1 | 5 | 27 | 32 | 64 | 69 | 37 | 37 | 0 |
| 25 | MO3 | MO2 | 2 | 32 | 34 | 69 | 71 | 37 | 37 | 0 |
| 26 | MO4 | MO3 | 3 | 34 | 37 | 71 | 74 | 37 | 37 | 0 |
| 27 | MO5 | MO4 | 1 | 37 | 38 | 74 | 75 | 37 | 37 | 0 |
| 28 | MO6 | MO5 | 2 | 38 | 40 | 75 | 77 | 37 | 37 | 0 |
| 29 | OR1 | OP2 | 3 | 8 | 11 | 8 | 11 | 0 | 0 | 0 |
| 30 | OR2 | OR1 | 1 | 11 | 12 | 11 | 12 | 0 | 0 | 0 |
| 31 | OR3 | OR2 | 1 | 12 | 13 | 12 | 13 | 0 | 0 | 0 |
| 32 | CO1 | OR3 | 3 | 13 | 16 | 13 | 16 | 0 | 0 | 0 |
| 33 | CO2 | CO1 | 10 | 16 | 26 | 16 | 26 | 0 | 0 | 0 |
| 34 | CO3 | CO2 | 5 | 26 | 31 | 26 | 31 | 0 | 0 | 0 |
| 35 | CO4 | CO3 | 5 | 31 | 36 | 31 | 36 | 0 | 0 | 0 |
| 36 | CO5 | CO4 | 3 | 36 | 39 | 36 | 39 | 0 | 0 | 0 |
| 37 | CO6 | CO5 | 1 | 39 | 40 | 39 | 40 | 0 | 0 | 0 |
| 38 | CA1 | CO6 | 2 | 40 | 42 | 40 | 42 | 0 | 0 | 0 |
| 39 | CA2 | CA1 | 7 | 42 | 49 | 42 | 49 | 0 | 0 | 0 |
| 40 | CA3 | CA2 | 1 | 49 | 50 | 49 | 50 | 0 | 0 | 0 |
| 41 | CA4 | CA3 | 2 | 50 | 52 | 50 | 52 | 0 | 0 | 0 |
| 42 | PP1 | CA4 | 2 | 52 | 54 | 52 | 54 | 0 | 0 | 0 |
| 43 | PP2 | PP1 | 1 | 54 | 55 | 54 | 55 | 0 | 0 | 0 |
| 44 | PP3 | PP2 | 7 | 55 | 62 | 55 | 62 | 0 | 0 | 0 |
| 45 | PP4 | PP3 | 2 | 62 | 64 | 62 | 64 | 0 | 0 | 0 |
| 46 | PP5 | PP4 | 2 | 64 | 66 | 64 | 66 | 0 | 0 | 0 |
| 47 | IN1 | PP5 | 4 | 66 | 70 | 66 | 70 | 0 | 0 | 0 |
| 48 | IN2 | IN1 | 2 | 70 | 72 | 70 | 72 | 0 | 0 | 0 |
| 49 | IN3 | IN2 | 1 | 72 | 73 | 72 | 73 | 0 | 0 | 0 |
| 50 | IN4 | IN3 | 3 | 73 | 76 | 73 | 76 | 0 | 0 | 0 |
| 51 | IN5 | IN4 | 1 | 76 | 77 | 76 | 77 | 0 | 0 | 0 |

Tabla 433 Programación de actividades del proyecto.

8. DURACIÓN DEL PROYECTO

La duración del proyecto es de 77 días hábiles, para el cálculo de holguras se utiliza el método CPM mostrando los inicios más tempranos y finales más tardíos para la implementación teniendo en cuenta las holguras, es decir el tiempo permisible para el retraso de las actividades sin demorar el proyecto, de igual manera se señalan las actividades críticas, es decir holgura igual a cero lo cual indica que estas actividades deben realizarse en la fecha programada para no prorrogar todo el proyecto.

Aproximando 21 días hábiles por mes, el proyecto finaliza su implementación en 3 meses, 14 días.

9. PRESUPUESTACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN

| Entregable | Paquete de trabajo | Monto por paquete | Total por entregable |
|---------------------|-----------------------|-------------------|----------------------|
| Infraestructura | Obtención de permisos | \$ 199.00 | \$ 941.00 |
| | Obra civil | \$ 742.00 | |
| Gestión de recursos | Gestión financiera | \$ 704.00 | \$ 1,191.00 |
| | Equipo | \$ 111.00 | |
| | Mobiliario | \$ 141.00 | |
| | Organización | \$ 30.00 | |
| | Contratación | \$ 95.00 | |
| | Capacitación | \$ 110.00 | |
| Cierre | Prueba piloto | \$ 97.00 | \$ 207.00 |
| | Informes | \$ 110.00 | |
| Total | | | \$2,339.00 |

Tabla 434 Presupuesto de implementación por entregable.

Para el proyecto se ha estimado que el monto de los salarios devengados por los implantadores será:

| Encargado | Salario por día | Duración del proyecto | Monto |
|----------------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|
| Gerente del proyecto | \$20.00 | 87 | \$1,740.00 |
| Coordinador técnico | \$15.00 | 87 | \$1,305.00 |
| Coordinador administrativo | \$15.00 | 87 | \$1,305.00 |
| Total | | | \$4,350.00 |

Tabla 435 Presupuesto de salarios de implementadores del proyecto.

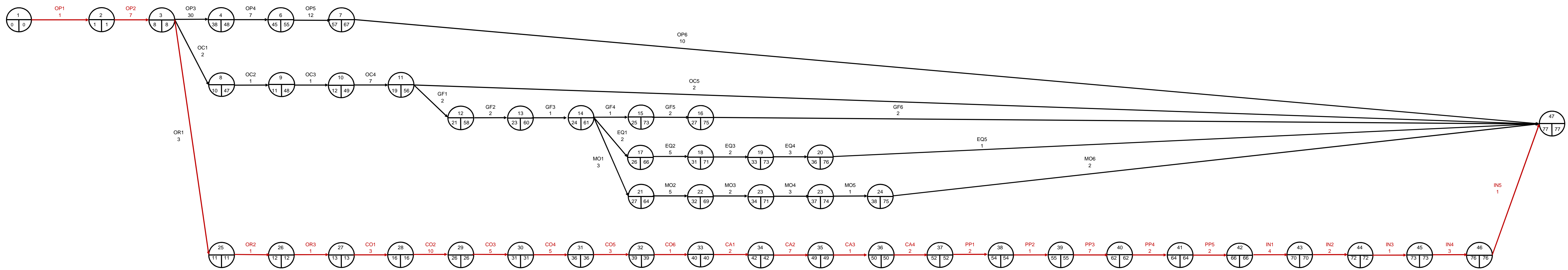
En resumen el presupuesto de la implementación del proyecto será:

| Rubro | Monto |
|--|--------------------|
| Gastos de implementación del proyecto. | \$ 2,339.00 |
| Salario por administración. | \$ 4,350.00 |
| Total | \$ 6,689.00 |

Tabla 436 Resumen del Presupuesto de implementadores del proyecto.

B) DIAGRAMA DE RED

DIAGRAMA DE RED DE LA PROPUESTA.



Esquema 113 Diagrama de red del proyecto.

B. ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLANTACION

Por la naturaleza del proyecto se recomienda que la estructura de la administración del proyecto sea de tipo funcional, de modo que en cada área relevante y diferente en su naturaleza de ejecución posean personas especializadas y específicas para poder desarrollar cada una de las actividades.

La estructura que a continuación se presenta, es con la que se trabajará para desarrollar la PCRTS es la siguiente:



Esquema 114 Estructura organizativa.

1. ASPECTOS CLAVES DE LA ADMINISTRACIÓN

▪ Estilo de Liderazgo

En el desarrollo del proyecto se debe tener un líder que cepa administrar la ejecución de las actividades, pero además deberá poseer cualidades de líder, es por ello que se hace necesario especificar un estilo de liderazgo a adoptar en la ejecución del proyecto. El Coordinador General del proyecto deberá tener iniciativa para poder dar y mantener las expectativas y la interacción en la estructura adoptada.

▪ Comunicación

La comunicación en la estructura fluirá de la siguiente forma: De la máxima autoridad de la estructura, se generaran las órdenes y recibirá la información de los avances del proyecto y cuestiones financieras de parte de los coordinadores respectivos, y de los niveles inferiores partirá la información y necesidades de la ejecución de la obra a través del maestro de obra, pasando por los coordinadores, hasta llegar al Coordinador General.

2. FUNCIONES POR ENCARGADO

Coordinador General

- Liderar el proceso de planeación estratégica del proyecto.
- Capacitar al grupo implementador del proyecto.
- Capacitar a personal que trabajará en Guazapa Tours.
- Definir políticas de trabajo.
- Controlar y dirigir las actividades que los demás integrantes del grupo implementador realiza.
- Organizar y coordinar la planificación de las actividades.
- Administrar los contratos del personal.
- Elaborar informes de avance de proyecto y presentárselo a las autoridades de la Alcaldía.

Encargado Administrativo

- Dirige el diseño de los sistemas de control para el proyecto.
- Maneja los sistemas de control del proyecto.
- Realiza las cotizaciones y compras de equipo, mobiliarias y materiales.
- Realiza todos los trámites legales.
- Encargado de los contratos del personal para la implementación del proyecto.
- Planifica y ejecuta estrategias publicitarias.
- Informa al director del proyecto los resultados que se obtienen del control.
- Elabora todos los planes de desembolso de dinero.
- Controla el gasto del dinero para la ejecución del proyecto.
- Elabora informes financieros.
- Encargado de manejar el sistema contable de la implementación del proyecto.

Encargado De Obra Civil

- Encargado del diseño arquitectónico las piscinas naturales.
- Encargado de supervisar la instalación de todos los equipos, mobiliaria, señales y publicidad vial.
- Encargado de controlar el avance de la obra civil.

Esquema 115 Funciones por encargado.

3. ASIGNACIÓN DE RECURSOS

| Responsable | Tiempo | Dinero | RRHH | Obra civil, Maquinaria, Equipo, Mobiliario | Documentos |
|---------------------------|--------|--------|------|---|------------|
| Coordinador general. | X | X | X | X | X |
| Encargado administrativo. | X | | | X | |
| Encargado de obra civil. | X | | X | | X |

Tabla 437 Asignación de recursos a encargados de la implementación del proyecto.

4. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES

Dónde:

- E:** Elaborar
- S:** Supervisar / Revisar / Controlar
- D:** Decidir / Autorizar
- O:** Organizar
- J:** Ejecutar

| Decisiones referentes | Coordinador general | Encargado administrativo | Encargado de obra civil |
|------------------------|---------------------|--------------------------|-------------------------|
| Objetivos del Proyecto | E, S, D | O, J | O, S |
| Presupuestos | E, S, D | O, S | O, S, J |
| Calidad | E, S, D, O | E, S, O | E, S |
| Programación | E, S, D, O | S, J | O, S |
| Recursos Financieros | E, D, O | S, J | E, S |
| Personal | S, O | S | S |
| Asignación de Recursos | E, S, D, O | S, J | S |
| Comprar | S, D | D, O, J, S | S, D |
| Contrataciones | S | O, D, J | E, S, D |

Tabla 438 Matriz de responsabilidad.

5. INSTITUCIONES INVOLUCRADAS

- **Alcaldía Municipal de Suchitoto**

Su relación se encuentra dada a partir de varios puntos; desde el punto de vista de desarrollo de la propuesta es a través de sus unidades de la Oficina Municipal de Turismo.

- **Oficina Municipal de Turismo**

Quienes deben dar a las personas seguridad en las caminatas y los cuales se involucrarán además en la disposición o ubicación en el espacio convenido para la caminata, de los recursos que ellos aportan al mismo.

- **Cooperativa Guazapa Tours de R.L.**

Para que el desarrollo de la implantación y el posterior éxito de la propuesta se logren adecuadamente se requiere de la participación o involucramiento activa de los miembros de las diferentes comisiones que componen la Cooperativa, ya que de ellos dependerá finalmente el buen uso de dichos atractivos y servicios.

- **Universidad de El Salvador**

A partir del convenio de apoyo técnico realizado entre la Cooperativa Guazapa Tours con la UES, se desarrolla la propuesta de implantación con alumnos de la carrera de Ingeniería Industrial de dicha institución.

- **Ministerio de Turismo**

Quienes pueden apoyar a la Cooperativa Guazapa Tours con capacitaciones para su equipo de trabajo que así lo requieran. Dándole el apoyo que se basa en las estrategias del Plan Nacional dirigido al Turismo.

6. CONTROL DE LA IMPLANTACIÓN

El sistema de control permite conocer en un determinado momento como se encuentra la ejecución comparando el desempeño de las actividades reales contra las programadas. Este seguimiento se hace más efectivo para aquellas actividades que son más difíciles de llevar a cabo por la limitación de recursos, muchas veces estas limitaciones son especialmente de tiempo.

El control se realizara a través de la verificación del cumplimiento de actividades según lo programado principalmente, en donde hay factores que deben dárseles seguimiento tales como los costos, calidad, plazos y metas. Como parte del proceso de control se encuentran las siguientes actividades:

- Supervisión.
- Control de cambios: Se deberá evaluar y documentar ajustes y sus impactos sobre la programación previa.
- Control del cronograma.
- Control de costos.
- Control de calidad: verificar cumplimiento de acuerdos con empresas constructoras en cuanto a diseño.
- Seguimiento de desempeño del equipo.
- Informes de resultados.
- Comunicación con interesados.

A) INDICADORES

Para ser aplicados en cada área de trabajo o en puntos que se consideren críticos en su realización o cuyo desarrollo sea de mayor dificultad.

Como parte del control en la ejecución de cualquier proyecto, se requiere definir, conocer y manejar los indicadores que serán base para proporcionar la información para el seguimiento de todas las actividades. Los indicadores que a continuación se presentan, han sido seleccionados principalmente por su carácter de críticos.

El cuadro siguiente muestra los índices de control a utilizar:

| Área de control | Nombre | Código | Descripción | Fórmula |
|---|--|--------|---|-----------------------|
| Control de Avance Financiero | Ejecución Presupuestaria | EP | Proporción el nivel de utilización del dinero. | ER/EPR |
| Control de Ejecución de Obras | Actividades Programadas ya Construidas | AP y C | Proporciona la proporción de las actividades que ya han sido construidas del total. | SDAYC/SDTAP |
| Control de Ejecución de Proyecto en General | Ejecución del Período de Tiempo | ET | Medir ejecución del período de tiempo (duración). | TR/TP |
| Derivado de Ejecución General | Índice de Resultado | IR | Monitorea metas. | $(MFA/MFP) * (CP/CR)$ |
| Acumulación de Ejecución General | Índice de Resultados Acumulado | IRA | Monitorea el cumplimiento y grado de avance de las metas. | ΣIR |

Tabla 439 Cuadro de Índice de Control.

En donde:

- ER:** Ejecución Real
EPR: Ejecución Presupuestaria
SDAYC: Suma de las duraciones de las actividades ya construidas.
SDTAP: Suma de las duraciones de todas las actividades del proyecto.
TR: Tiempo real.
TP: Tiempo programado.
MFA: Meta físicas actuales.
MFP: Metas físicas programada.
CP: Costo programado.
CR: Costo real.
 ΣIR : Acumulado del índice de resultados.

7. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA PCRTS



PROPUESTA DE CIRCUITO TURISTICO RURAL COMUNITARIO

2017



Manual de organización y funciones para la administración de la PCTRS

| Contenido | Página |
|--|--------|
| Introducción. | 2 |
| Objetivos. | 3 |
| Principios administrativos. | 4 |
| Estructura organizativa. | 7 |
| Gerencia general. Funciones y relaciones funcionales. Descripción del puesto. | 8 |
| Coordinación técnica. Funciones y relaciones funcionales. Descripción del puesto. | 11 |
| Coordinación administrativa. Funciones y relaciones funcionales. Descripción del puesto. | 14 |

Elaborado por: Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Manual de organización y funciones para la administración de la PCTRS

1 de 16

El presente manual organización refleja la estructura organizativa formal que regirá la administración del proyecto “Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L.”; el cual ha sido estructurado para responder a las exigencias que como unidad gerencial debe asumir, así como también su ámbito de atribuciones y responsabilidades que coadyuven al logro de los objetivos del proyecto.

Dentro del contenido del manual se encuentran incluidos y descritos cada una de las áreas y departamentos de la organización de la administración del proyecto, en la cual se detalla una pequeña descripción general con sus respectivas funciones, así como también los involucrados internamente y externamente en las secciones del proyecto en cuestión. Posteriormente se especifican los puestos de trabajo que contienen cada una de las áreas describiendo las habilidades, cualidades, funciones y responsabilidades que debe de tener la persona encargada del puesto en el proyecto.

En este contexto y en razón de la importancia que reviste el contar con una herramienta de apoyo administrativo que permita desarrollar con eficiencia las funciones para cumplir con los objetivos del proyecto de manera eficaz, se ha formulado el manual de organización y funciones a partir de las atribuciones que se le han conferido.

Elaborado por: Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Manual de organización y funciones para la administración de la PCTRS

2 de 16

Objetivo

Desarrollar un manual de organización y funciones que describa de forma clara, sencilla y sistemática la organización del proyecto “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría”, las responsabilidades y funciones que cada área debe desempeñar para cumplir con el proyecto.

Objetivos específicos

- Describir la estructura organizativa del proyecto “Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L”.
- Describir las funciones de cada una de las áreas que componen la estructura organizativa del proyecto “Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L”.
- Determinar las características requeridas de la persona que desempeñará un determinado puesto dentro del proyecto “Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L”.
- Identificar las actividades que corresponden a cada puesto en la organización del proyecto Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa Tours de R.L”.

Elaborado por: Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Principios administrativos

En la definición de la estructura de organización administrativa que muestra el presente manual, se han tomado en cuenta principios administrativos de uso más generalizado como elementos prácticos para estructurar la organización del proyecto “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría” elaborado para la Alcaldía Municipal de dicho municipio, por lo que a continuación se consideran los principios administrativos siguientes:

1. Unidad o Línea de Mando

Debe existir una sola autoridad formal que dé las órdenes, tome decisiones y reciba los informes acerca del cumplimiento de los deberes de una persona o de una dependencia; por lo que ésta no debe tener más que una sola jefatura. Ello evita que dos o más jefaturas tengan autoridad sobre un área de menor jerarquía.

La línea de mando, se encuentra relacionada con la jerarquización y representa el enlace entre las unidades o delegación de autoridad e indica también, las líneas de comunicación e información gráficamente representadas en el organigrama. En consecuencia y siguiendo este principio, varios Departamentos (unidades de supervisión inmediata) deben ser manejados por una Dirección (supervisión intermedia).

2. Jerarquización

Se refiere al establecimiento de líneas de autoridad –de arriba abajo- a través de los diversos niveles de organización, delimitando la responsabilidad de cada funcionario/a o empleado/a ante un solo superior inmediato. Esto permite ubicar a las dependencias en relación con las que son subordinadas en el ejercicio de la autoridad.

3. Autoridad

Es la facultad de dirigir las acciones, tomar decisiones, dar las órdenes para que se realice alguna actividad o bien, para que se acate una decisión. Sintéticamente, se dice que autoridad es la capacidad que tiene el/la responsable de una Unidad, Dependencia e Institución para lograr que sus subalternos hagan o dejen de hacer alguna acción o actividad; y necesariamente implica el ejercicio del mando.

Elaborado por:

Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



4. Responsabilidad

Es la exigencia que tiene todo individuo, dependencia o Institución de dar cumplimiento a las acciones encomendadas y de rendir cuentas de su ejecución a la autoridad correspondiente.

La responsabilidad implica que toda dependencia y sus miembros deben responder por los efectos y resultados derivados del ejercicio de la autoridad. Se dice que a determinado grado de autoridad corresponde en proporción la misma responsabilidad; ya que la necesaria adecuación, equilibrio y correspondencia entre estos factores es primordial y no puede ejercerse ninguna autoridad sin responsabilidad, o viceversa.

5. Delegación, Descentralización y Desconcentración

Uno de los elementos clave que se tienen que considerar en una dinámica de cambio organizacional es la delegación, la cual se puede definir como el acto de facultar y responsabilizar a un subalterno para tomar decisiones, emitir instrucciones y hacer que se cumplan. Esta mecánica implica: a) determinar los resultados esperados de un puesto, b) asignar actividades al puesto, c) delegar autoridad para cumplir esas actividades y d) responsabilizar a la persona que ocupa ese puesto por el cumplimiento de las actividades.

La administración centralizada delega poco y conserva en los niveles de decisión el máximo control. La administración descentralizada delega en mayor grado la facultad de decidir y conserva en los niveles de decisión sólo los controles necesarios. Depende en qué medida de las características de las atribuciones asignadas a una determinada dependencia y al marco normativo que la regula.

La desconcentración puede considerarse como un recurso intermedio de descentralización o una manera limitada de la misma, ya que es una forma mediante la cual se transfieren funciones de ejecución y operación, delegando facultades de decisión a una unidad técnico-administrativa, con ámbito territorial determinado, mientras que los órganos centrales se reservan las funciones normativas, manteniendo la relación jerárquica aunque las unidades desconcentradas se encuentren a distancia.



6. Especialización

Grado en que las tareas de una organización se dividen en trabajos separados y cada paso es completado por una persona diferente. Se entiende como el proceso de departamentalización del trabajo de acuerdo con la función, lugar, producto, clientela o proceso que resulta de una división o combinación del personal y de las operaciones, así como de sus actividades en grupos o unidades especializadas entre sí. Las tareas, actividades y funciones constituyen los elementos principales de la departamentalización.

7. De Excepción

El control debe aplicarse, preferentemente, a las actividades excepcionales o representativas, a fin de reducir costos y tiempo, delimitando adecuadamente que funciones estratégicas requieren el control. Es el principio gerencial que afirma que el control aumenta al concentrarse en las excepciones o en desviaciones importantes del resultado o estándar esperado.

Elaborado por:

Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Manual de organización y funciones para la administración de la PCTRS

6 de 16

- Elegir, ratificar, aceptar renunciaciones y destituir total o parcialmente a los miembros de la junta directiva por mayoría de votos de los asistentes.
- Nombrar el auditor externo y fijar sus emolumentos.
- Aprobar, reformar o derogar los estatutos y el reglamento interno de la sociedad colectiva.
- Aprobar o desaprobar la memoria anual de labores de la sociedad presentada por la junta directiva.
- Ratificar las cuotas periódicas y contribuciones eventuales de los miembros.
- Decidir sobre la compra, venta o enajenación de los bienes inmuebles pertenecientes a la sociedad.
- Facultar a la junta directiva como directora y administradora de la asociación para aplicar las medidas administrativas necesarias y convenientes durante su gestión, todas encaminadas a la consecución de los fines de la sociedad.
- Decidir todos aquellos asuntos de interés para la sociedad y que no estén contemplados en los estatutos.

Elaborado por:

Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL PROYECTO PROPUESTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.



Elaborado por:

Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Coordinador general

Funciones Generales del Coordinador General:

- Aplicar las políticas de la administración del proyecto
- Verificar y asegurar que se cumplan con los establecimientos del proyecto.
- Organizar de la mejor manera el proyecto a fin de crear un ambiente armonioso.
- Verificar que la gestión monetaria se realice según lo programado.
- Planear, coordinar y supervisar de la mejor manera los recursos para cumplir con la entrega del mismo sin demoras.
- Verificar la calidad de la realización de cada uno de los paquetes de trabajo.
- Administrar y organizar cada uno de los recursos de forma eficaz y eficiente.
- Mantener contacto con los interesados en el proyecto.
- Monitorear los avances que se presenten en el proyecto.
- Comprobar el cumplimiento y delegar autoridad.
- Recomendar se introduzcan las modificaciones que se consideren convenientes.
- Tomar decisiones sobre correcciones en el proyecto.

Relaciones Funcionales.

a) Internas:

Encargado de obra civil.
Encargado Administrativo.

b) **Externas:**

Fuentes de financiamiento.
Proveedores de equipo, mobiliario.
Aspirantes a una plaza.
Empresas constructoras.
Con otras organizaciones competentes.

Elaborado por: Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Manual de organización y funciones para la administración de la PCTRS

9 de 16

Puesto: Coordinador general del proyecto

Función básica:

Encargado de planeación, organización, dirección y control de manera general del proyecto.

Cualidades:

- Responsabilidad.
- Honestidad.
- Honradez.

Habilidades

- Liderazgo.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Habilidades para administrar el tiempo.
- Manejo de personal.
- Toma de decisiones.
- Manejo de paquetes de software.
- Conocimiento y manejo de herramientas para resolución de problemas.

Requisitos del puesto

- Nivel Académico:
Graduado de Administración de empresas, Ingeniería industrial o carreras afines.
- Experiencia:
5 años en puestos similares.
- Género y Edad:
Masculino o Femenino mayor a 28 años.

Elaborado por: Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Manual de organización y funciones para la administración de la PCTRS

10 de 16

Responsabilidades

- Responsable de la administración, de coordinar y dirigir cada uno de los subsistemas a través del Coordinador de obra civil y Administrativo, los cuales son los responsables directos del desarrollo de los subsistemas.
- Es responsable de darle seguimiento al cumplimiento de los objetivos de los subsistemas, que contribuirán al cumplimiento del objetivo general.
- Es responsable del cierre del proyecto, al reunir la información pertinente y elaborar el informe de terminación del proyecto.

Funciones de la unidad

- Aplicar las políticas de la administración del proyecto.
- Evaluar y dirigir la unidad técnica y administrativa del proyecto.
- Verificar y asegurar que se cumplan con los establecimientos del proyecto
- Organizar de la mejor manera el proyecto a fin de crear un ambiente armonioso
- Verificar que la gestión monetaria se realice según lo programado.
- Planear, coordinar y supervisar de la mejor manera los recursos para cumplir con la entrega del mismo sin demoras.
- Verificar la calidad de la realización de cada uno de los paquetes de trabajo.
- Administrar y organizar cada uno de los recursos de forma eficaz y eficiente.
- Mantener contacto con los interesados en el proyecto como son: clientes, proveedores, contratistas, subcontratistas, consultores, etc.
- Monitorear los avances que se presenten el proyecto.
- Comprobar el cumplimiento de metas.
- Asignar responsabilidades y delegar autoridad
- Recomendar se introduzcan las modificaciones que se consideren convenientes.
- Tomar decisiones sobre correcciones en el proyecto.

Elaborado por: Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Encargado de obra civil.

Funciones Generales del Encargado de obra civil.

- Realizar negociaciones con empresa encargada de la obra civil
- Cotizar cada uno de los equipos necesarios para el desarrollo del proyecto.
- Cotizar, evaluar y seleccionar el equipo y mobiliario a adquirir.
- Seleccionar el personal necesario para la ejecución del proyecto.
- Capacitar de la mejor manera al personal contratado según las necesidades del mismo.
- Elaborar los informes requeridos de gastos y desembolsos realizados.
- Realizar un control de inventario tanto del equipo como para el personal.
- Elaborar informes sobre avances del proyecto y entregarlos al jefe del proyecto.
- Controlar y supervisar los avances de construcción.

Relaciones Funcionales.

a) Internas:

Coordinador general.
Encargado administrativo.

b) Externas:

Constructoras.
Proveedores de maquinaria, materia prima, equipo, mobiliario.

Elaborado por:

Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Manual de organización y funciones para la administración de la PCTRS

12 de 16

Puesto: Encargado de obra civil.

Función básica:

Responsable de velar y verificar por el funcionamiento de toda el área técnica operativa del proyecto; que se lleven a cabo todas las actividades concernientes a la obra civil y equipamiento apegadas a los objetivos iniciales trazados, también se encarga de la búsqueda y selección de proveedores de equipo y mobiliario.

Cualidades

- Responsabilidad.
- Honestidad.
- Honradez.

Habilidades

- Liderazgo.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Habilidades para administrar el tiempo.
- Manejo de personal.
- Toma de decisiones.
- Manejo de paquetes de software.

Requisitos del puesto

- Nivel Académico: Graduado de Ingeniería Industrial.
- Experiencia: de 3 a 5 años en puestos similares.
- Género y Edad: Masculino o Femenino mayor a 25 años.

Elaborado por: Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Manual de organización y funciones para la administración de la PCTRS

13 de 16

Responsabilidades

- Responsable de velar y verificar por el funcionamiento de toda el área técnica operativa del proyecto.
- Es responsable de que se lleven a cabo todas las actividades concernientes a la obra civil y equipamiento apegadas a los objetivos inicialmente trazados.
- Es responsable de buscar y seleccionar proveedores de equipo y mobiliario.

Funciones de la unidad

- Supervisión de construcción de infraestructura.
- Verificación de cumplimientos y requerimientos de obra ya finalizada.
- Determinación del equipo y mobiliario a adquirir.
- Recepción del equipo y mobiliario.
- Supervisión de pruebas y buen funcionamiento de la maquinaria y equipo adquirido.
- Elaboración de reportes de adquisiciones y obra civil junto con el gerente del proyecto.
- Verificación de instalación de equipo y mobiliario.
- Búsqueda y evaluación de proveedores.
- Instalación y pruebas de equipo.
- Recepción y evaluación de insumos comprados.
- Realización de la prueba piloto del proyecto junto con su respectivo informe.

Elaborado por:

Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Manual de organización y funciones para la administración de la PCTRS

14 de 16

Encargado administrativa

Funciones Generales de la Encargado Administrativo:

- Determinar la planificación de cada uno de los desembolsos necesarios durante la ejecución del proyecto.
- Dirigir la selección, capacitación y evaluación del personal.
- Gestionar la documentación necesaria dentro del proyecto.
- Tramitar compras e instalaciones de servicios necesarios dentro del proyecto.
- Reportar sobre cada uno de los gastos realizados dentro del proyecto con el fin de avalarlos, y demostrar todo uso de efectivo con su facturación respectiva.

Relaciones Funcionales.

a) Internas:

Coordinador general del proyecto.
Encargado de obra civil.

b) Externas:

Personas interesadas en trabajar en la planta.

Elaborado por:

Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Manual de organización y funciones para la administración de la PCTRS

15 de 16

Puesto: Encargado Administrativo

Función básica:

Responsable de otorgarle a la empresa el recurso humano para su operación, así como llevar documentado todo lo realizado en el proyecto.

Cualidades

- Responsabilidad.
- Honestidad.
- Honradez.

Habilidades

- Liderazgo.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Habilidades para administrar el tiempo.
- Manejo de personal.
- Toma de decisiones.

Requisitos del puesto

- Nivel Académico:
Graduado de Administración de Empresas, Ingeniería Industrial o ramas afines.
- Experiencia:
De 3 año en puestos similares.
- Género y Edad:
Masculino o Femenino mayor a 25 años.

Elaborado por: Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



Manual de organización y funciones para la administración de la PCTRS

16 de 16

Responsabilidades

- Responsable de los bienes adquiridos durante el proyecto.
- Coordinar con otras áreas el desembolso del presupuesto para la implantación.
- Responsable de la cotización y evaluación de proveedores de mobiliario y equipo.

Funciones de la unidad

- Determinar la planificación de cada uno de los desembolsos necesarios durante la ejecución del proyecto.
- Dirigir la selección, capacitación y evaluación del personal.
- Gestionar la documentación necesaria dentro del proyecto.
- Tramitar compras e instalaciones de servicios necesarios dentro del proyecto.
- Reportar sobre cada uno de los gastos realizados dentro del proyecto con el fin de avalarlos, y demostrar todo uso de efectivo con su facturación respectiva.

Elaborado por:

Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:

CONCLUSIONES

El Municipio de Suchitoto tiene todos los atractivos necesarios para consolidarse como uno de los grandes destinos de turismo, precisamente en todos los sectores de mayor rentabilidad, sostenibilidad y posibilidades de crecimiento.

La coexistencia en una dimensión geográfica muy accesible de una gran urbe moderna, dinámica y activa, con un conjunto patrimonial impresionante y un entorno territorial rico en calidad, variedad y diversidad histórica y de naturaleza debe ser la gran baraja de la oferta diferencial de Suchitoto.

Suchitoto ubicado en el departamento de Cuscatlán, El Salvador, es uno de los municipios a nivel nacional que registra un flujo turístico muy considerable de alrededor de 80,000 personas al año, esto debido a la amplia gama de atractivos turísticos que posee, partiendo de los restos arqueológicos que en este se encuentran, la hermosa ciudad de los bellos balcones y las casonas de adobe y sus románticas calles empedradas, es quizá la ciudad que más edificaciones antiguas alberga en el territorio nacional; además el lago Suchitlán, lago artificial del cual dispone aporta un valor agregado para el turista. Sin embargo, a pesar de todo ello, las comunidades rurales son de las menos visitadas pero con mucho que ofrecer a los turistas, como: cultura, historia, aventura, naturaleza, etc. Por otra parte, el flujo de turistas al municipio no se aprovecha ya que en su mayoría los visitantes se mueven en el casco urbano; en el sector rural para el 2016 aproximadamente 1745 personas visitaron las iniciativas rurales de mayor reconocimiento lo cual muestra un desaprovechamiento significativo casi del 98% de potenciales turistas del municipio.

Suchitoto es un municipio que cuenta con riqueza de recursos y atractivos turísticos que operan de forma aislada pero con un gran potencial de desarrollo, razón por la cual con la Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el municipio se espera articular todas las iniciativas priorizadas con el propósito de abrir la brecha hacia el objetivo principal de esta propuesta, el cual es la unificación y lograr impulsar estas comunidades, a través de articulaciones turísticas orientadas al fomento y fortalecimiento de la identidad histórica y cultural del municipio y a la mejora de las condiciones de vida de las familias en las comunidades.

Con la Propuesta de Circuitos Turísticos Rurales en el municipio de Suchitoto para Guazapa Tours de R.L., se realizó mediante técnicas evaluativas, una priorización de las iniciativas, de donde se obtuvo como resultado un total de 13 iniciativas, 5 hoteles y 10 eventos programados, elementos por los cuales estaría compuesta en un inicio la propuesta, ya que por su carácter de flexibilidad estaría a disposición de admitir nuevas iniciativas que abonen a la diversificación de servicios y actividades a ofertar al turista.

También para esta propuesta de circuitos turísticos rurales en Suchitoto se formularon tres perfiles de turistas los cuales son: Turista Nacional Joven, Turista Nacional que le gusta hacer turismo en familia y el Turista extranjero; con el estudio de diagnóstico, se concluye que los diferentes turistas tienen una tendencia a realizar ciertos tipos de turismo específicos, distribuidos de la siguiente forma:

- a. Para el turista Joven encuestados prefieren el turismo de sol y playa que representa 29%, seguido del turismo de aventura con un porcentaje de 23%.
- b. De los diferentes tipos de turismo que existen el turista que lo hace en familia prefieren el turismo de sol y playa que representa 31%, seguido del turismo cultural y rural ambos con un porcentaje de 20% cada uno. La preferencia de acompañante es en familia con el 81%.
- c. Y de los turistas extranjeros que fueron encuestados prefieren el ecoturismo que representa el 23%, seguido del turismo cultural y rural ambos con un porcentaje de 22% cada uno. La preferencia es realizar turismo sin acompañante para el 80%.

En general la población encuestada prefiere el turismo de sol y playa seguido muy de cerca por la segunda opción que para el perfil joven es el de aventura, para el familiar e internacional varía entre el turismo cultural y rural.

Como resultado de la priorización y el perfil del turista que visita Suchitoto, fue posible conformar síes paquetes turísticos incluidos dentro de tres temáticas de circuitos de acuerdo con las preferencias del turista. Obteniendo como producto final las siguientes temáticas de circuitos: Aventura Natural, Aventura Cultural y Aventura Ecológica.

Es importante desarrollar una cultura de formación técnico vocacional dirigida hacia las personas que se emprenderán en esta iniciativa turística, ya que además de fomentar el correcto desarrollo del proyecto en la zona desde su administración hasta la atención que se le brindará al visitante, también se genera un aporte a la comunidad ya que se apoya al desenvolvimiento en sus actividades, se abre nuevas oportunidades desarrollo y a la vez se está contribuyendo a mejorar los índices de desarrollo humano de la localidad, contribuyendo al progreso de la misma.

Sin duda alguna el factor demanda y por ende la aceptación del turista hacia el producto ofertado representa el desafío más difícil a vencer, puesto que las proyecciones han sido basadas en el flujo anual de turistas a las iniciativas rurales incluidas en la propuesta. Por lo tanto, entre mayor sea la demanda mejores resultados se obtendrán en la evaluación económica de la propuesta, ya que con la demanda asumida actualmente y para el periodo de análisis la propuesta no se visualiza muy factible aun cuando al final de cada año se registren ganancias. Por otra parte, sin duda alguna, al aumentar el periodo de análisis y con una campaña publicitaria masiva sin duda la factibilidad de la propuesta sería inminente para la Cooperativa Guazapa tours de R.L.

RECOMENDACIONES

A las instituciones que apoyan el turismo se recomienda que brinden capacitaciones a iniciativas rurales y no solo urbanas, que impulsen el desarrollo del turismo rural para explotar la riqueza ambiental y cultural que posee El Salvador.

A las iniciativas turísticas, se recomienda que establezcan relaciones sólidas con otras iniciativas para salir a flote en conjunto, además del fortalecimiento de alianzas estratégicas para la mejora del sistema de respuesta al turista y colaboraciones entre iniciativas.

Que el Ministerio de Turismo de El Salvador incluya dentro de las Rutas turísticas del inventario nacional disponible en la página web del mismo, los Circuitos Turísticos Rurales de Suchitoto, que es una vía de importante desarrollo turístico para la zona rural del municipio.

Al Ministerio de Turismo se recomienda realizar esfuerzos en conjunto con la presidencia de la república para desarrollar programas que fomenten el desarrollo del turismo en las comunidades rurales y urbanas a fin de dotar de todas las herramientas necesarios a todas las iniciativas, cooperativas y empresarios para llevar a cabo con éxito los proyectos y esfuerzos a fin de contribuir a la economía y desarrollo del país; de igual manera se recomienda desarrollar planes de seguridad sólidos y eficaces para minimizar los niveles de violencia en el país y así contribuir al clima de confianza y paz por los que actualmente los lugares turísticos se ven afectados debido al clima de violencia en la actualidad.

Al Ministerio de Obras públicas y a la Alcaldía municipal de Suchitoto se recomienda desarrollar programas de mantenimiento vial para contribuir al acceso por las diferentes vías hacia el municipio de Suchitoto.

Debe de tomarse muy en cuenta los instrumentos de control indicadores y todo lo que se ha planteado para monitorear tanto la implantación como la operación del proyecto, ya que es una forma de controlar y llevar información estadística sobre la respuesta que el proyecto está dando y para detectar las mejoras que son necesarias realizar para poder brindar el mejor servicio posible a los turistas.

Guazapa Tours de R.L., y la PCTRS debe mantener vínculos con la empresa privada del municipio y a nivel nacional sean o no parte del proyecto que permitan alianzas estratégicas que abonen al desarrollo en pro del beneficio total del municipio. También se recomienda que Guazapa Tours de R.L., convoque regularmente a reuniones informativas sobre el avance, expansión e inclusión de nuevas iniciativas al proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Ministerio de Turismo. Corporación Salvadoreña de Turismo. (2015) Boletín Estadístico.
- DIGESTYC. Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2013.
- Organización Mundial del turismo (2008). Generalidades del turismo. Disponible en: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1s.pdf
- Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario. (2011) El turismo rural comunitario en El Salvador. Disponible en: http://www.prisma.org.sv/uploads/media/PPT_Mesa_TRC_MITUR.pdf
- Proyecto FIT. Oferta turística. Disponible en: http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- Banco Mundial. Indicadores de viaje y turismo a nivel mundial al 2014. Disponible en: <http://wdi.worldbank.org/table/6.14#>
- Intelectual de Intermark, S.A. (2013). Extracto del Libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios. Pág. 5. Disponible en: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Ministerio de Turismo (2013). Turismo rural comunitario la apuesta de El Salvador. El Salvador. Disponible en: http://www.turismo-mas.com/elsalvador/turismo-rural-comunitario-la-apuesta-de-El-Salvador_14nov2013.php
- Organización Mundial de turismo. Ecoturismo. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/search/node/ECOTURISMO>

Trabajos de grado:

1. **“ANTEPROYECTO ARQUITECTONICO DEL COMPLEJO TURÍSTICO ESTANCIAS DE LA CAMPIÑA EN EL MUNICIPIO DE CUYULTITÁN DEPARTAMENTO DE LA PAZ”**.
AMALIA CALLES MINERO
IRMA ELENA GUEVARA RODRÍGUEZ
2. **“PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL DEPARTAMENTO DE SONSONATE”**.
WENDY ROXANA BERRIOS REYES
LAURA VIOLETA CORDERO BARAHONA
CESAR SALVADOR MONRROY
3. **"PLAN DE DESARROLLO TURISTICO RURAL COMUNITARIO SOSTENIBLE PARA EL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO"**
ANDREA MERCEDES PADILLA TORRES
JONATHAN DAVID RAMIREZ ORELLANA
LAURA ELIZABETH REPREZA RIVERA

ANEXOS

ANEXO A. FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

| | |
|--|---------------------|
| FICHA N°: _____ | FECHA: _____ |
| FOTOGRAFIA: | |
| NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): _____ | |
| UBICACIÓN(*): _____ | |
| CATEGORÍA(*): _____ | |
| TIPO(*): _____ | |
| SUB TIPO(*): _____ | |
| DESCRIPCIÓN(*): Datos sobresalientes que detallan las características del recurso _____ _____ _____ | |
| PARTICULARIDADES (*): Singularidades del recurso que lo diferencian de otros _____ _____ | |
| ESTADO ACTUAL: Estado de conservación en el que se encuentra el recurso _____ _____ | |
| OBSERVACIONES (*): _____ | |

TIPO DE VISITANTE (*): (se puede marcar más de una opción)

Extranjero Nacional Regional Local

ACCESO HACIA EL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

TERRESTRE:

- A caballo
- A pie
- Automóvil Particular
- Bus Público
- Bus Turístico
- Camioneta de doble tracción
- Combi
- Ferrocarril
- Mini-Bus Público
- Mini-Bus Turístico
- Moto Taxi
- Otro _____

AEREO:

- Avión
- Avioneta
- Helicóptero
- Otro _____

MARITIMO:

- Barco
- Bote
- Deslizador
- Yate
- Lancha
- Canoa
- Otro _____

TIPO DE INGRESO:

- Libre
- Previa presentación de boleto o ticket
- Semi-restringido (previo permiso)
- Otro _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: (se puede marcar con X más de una opción)

- Todo el año
- Esporádicamente- algunos meses _____
- Fines de Semana _____
- Feriados _____

Horario de visita: _____

Tarifas:

INFRAESTRUCTURA: (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO:

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

FUERA DEL RECURSO: (del poblado más cercano)

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otro

Será considerado dentro del recurso la infraestructura que se encuentra dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO(*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA:

- Observación de Aves
- Observación de Fauna
- Observación de Flora

DEPORTES/ AVENTRURA:

- Ala Delta
- Caminata
- Caza
- Ciclismo
- Camping
- Escalada en Roca
- Motocross
- Parapente
- Puenting
- Sandboard

PASEOS:

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Totorá
- Paseos en Caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o Canoa
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

DEPORTES ACUATICOS:

- Buceo
- Canotaje
- Esquí Acuático
- Kayak
- Motonáutica
- Natación
- Pesca Deportiva
- Remo
- Tabla Hawaiana
- Vela/ windsurf

FOLCLORE:

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias
- Degustación de platos típicos
- Rituales Místicos

OTROS:

- Actividades Culturales
- Actividades Sociales
- Compras de Artesanías
- Estudios e Investigación
- Realización de Eventos
- Toma de Fotografía y Filmaciones
- Otros _____

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles Apart-Hoteles Hostales
 Albergues Casas de hospedajes Eco-lodges
 Otro _____ Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante Bares Cafetería
 Snacks Fuentes de sodas Venta de comida rápida
 Kioskos Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- Agencias de Viajes Servicios de guiados
 Alquiler de Caballos Servicios de Correos
 Alquiler de Pedalones Servicios de Estacionamiento
 Alquiler de Bicicletas Servicios de Fax
 Alquiler de Botes Servicios de Internet
 Alquiler de Carruaje Servicios de salvavidas
 Alquiler de Equipo de Aventura Servicio de Taxis
 Bancos- Cajeros Enfermería
 Casa de Cambio Venta de Artesanía
 Centro de interpretación Venta de Material de Información
 Facilidades para discapacitados Venta de Fotografías
 Museo de Sitio
 Oficina de Información
 Seguridad/ POLITUR
 Servicios Higiénicos

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- Discotecas Casino Juegos infantiles
 Peñas Night club Otro _____
 Cine o teatro Maquina de monedas

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)

(Marcar con una X los servicios que funcionan)

ALOJAMIENTO:

- Hoteles Apart-Hoteles Hostales
 Albergues Casas de hospedajes Eco-lodges
 Otro _____ Resort

ALIMENTACIÓN:

- Restaurante Bares Cafetería
 Snacks Fuentes de sodas Venta de comida rápida
 Kioskos Otro _____

OTROS SERVICIOS:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Agencias de Viajes | <input type="checkbox"/> Servicios de guiados |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Caballos | <input type="checkbox"/> Servicios de Correos |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Pedalones | <input type="checkbox"/> Servicios de Estacionamiento |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Bicicletas | <input type="checkbox"/> Servicios de Fax |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Botes | <input type="checkbox"/> Servicios de Internet |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Carruaje | <input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Equipo de Aventura | <input type="checkbox"/> Servicio de Taxis |
| <input type="checkbox"/> Bancos- Cajeros | <input type="checkbox"/> Enfermería |
| <input type="checkbox"/> Casa de Cambio | <input type="checkbox"/> Venta de Artesanía |
| <input type="checkbox"/> Centro de interpretación | <input type="checkbox"/> Venta de Material de Información |
| <input type="checkbox"/> Facilidades para discapacitados | <input type="checkbox"/> Servicio de Piscina |
| <input type="checkbox"/> Museo de Sitio | |
| <input type="checkbox"/> Oficina de Información | |
| <input type="checkbox"/> Seguridad/ POLITUR | |
| <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

LUGARES DE ESPARCIMIENTO:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Juegos infantiles |
| <input type="checkbox"/> Peñas | <input type="checkbox"/> Night club | <input type="checkbox"/> Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> Cine o teatro | <input type="checkbox"/> Maquina de monedas | |

(*) En el caso de categoría Folclore y Acontecimientos Programados solamente deberá ser señalado los rubros señalados con asterisco.

DATOS COMPLEMENTARIOS:**INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:****PROPIETARIO DEL RECURSO TURÍSTICO:**
_____**ADMINISTRADO POR:**
_____**CAPACIDAD INSTALADA:**
_____**FLUJO DE TURISTAS:**
_____**TIEMPO DE LOS TURISTAS EN LAS INSTALACIONES:**

ANEXO B. FICHAS DE EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN.

- 1) EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE CADA RECURSO O ATRACTIVO TURÍSTICO QUE ESTÁN OPERANDO:

CASA 1800

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 N°1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------|--------------------|----------------------------|
| Nombre del recurso turístico: | | Casa 1800 | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Espacios Urbanos |
| | | | Sub tipo: | Hoteles y Restaurantes |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 1 | 2 | 2 |
| B | Publicaciones | 1 | 0.5 | 0.5 |
| C | Reconocimiento | 1 | 1.5 | 1.5 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 6 | 2 | 12 |
| F | Representatividad | 1 | 1.5 | 1.5 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 30.5 |
| Jerarquía | | 3 | | |

HOTEL Y RESTAURANTE LOS ALMENDROS

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 N°2 |
|--------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|--------------------|----------------------------|
| Nombre del recurso turístico: | | Hotel y Restaurante Los Almendros. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Espacios Urbanos |
| | | | Sub tipo: | Hoteles y Restaurantes |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 4 | 2 | 8 |
| B | Publicaciones | 4 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 2 | 1.5 | 3 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 1 | 1.5 | 1.5 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 35.5 |
| Jerarquía | | 3 | | |

ACADEMIA DE LENGUAJE PÁJARO FLOR

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°3 |
| Nombre del recurso turístico: | | Academia de lenguaje Pájaro flor | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Espacios Urbanos |
| | | | Sub tipo: | Edificaciones |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 6 | 2 | 12 |
| B | Publicaciones | 2 | 0.5 | 1 |
| C | Reconocimiento | 2 | 1.5 | 3 |
| D | Estado de conservación | 2 | 1.5 | 3 |
| E | Flujo de turistas | 6 | 2 | 12 |
| F | Representatividad | 1 | 1.5 | 1.5 |
| G | Inclusión en la visita turística | 1 | 1 | 1 |
| | | | Total | 33.5 |
| Jerarquía | | 3 | | |

LA POSADA DE SUCHITLÁN

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|------------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°4 |
| Nombre del recurso turístico: | | La Posada de Suchitlán | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Espacios Urbanos |
| | | | Sub tipo: | Hoteles y Restaurantes |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 4 | 2 | 8 |
| B | Publicaciones | 4 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 2 | 1.5 | 3 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 1 | 1.5 | 1.5 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 35.5 |
| Jerarquía | | 3 | | |

CASA DE LA ABUELA

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°5 |
| Nombre del recurso turístico: | | Casa de la Abuela | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Espacios Urbanos |
| | | | Sub tipo: | Hoteles y Restaurantes |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 4 | 2 | 8 |
| B | Publicaciones | 4 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 1 | 1.5 | 1.5 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 6 | 2 | 12 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 42.5 |
| Jerarquía | | 3 | | |

EL TEJADO

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|----------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°6 |
| Nombre del recurso turístico: | | El Tejado | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Espacios Urbanos |
| | | | Sub tipo: | Hoteles y Restaurantes |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 4 | 2 | 8 |
| B | Publicaciones | 4 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 2 | 1.5 | 3 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 2 | 1.5 | 3 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 37 |
| Jerarquía | | 3 | | |

PUERTO SAN JUAN

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------|-------------------|-----------------------------------|
| | | | | N°7 |
| Nombre del recurso turístico: | | Lago Suchitlán. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Espacios Urbanos |
| | | | Sub tipo: | Puertos, Embarcaciones y muelles. |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 6 | 2 | 12 |
| B | Publicaciones | 6 | 0.5 | 3 |
| C | Reconocimiento | 4 | 1.5 | 6 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 6 | 2 | 12 |
| F | Representatividad | 6 | 1.5 | 9 |
| G | Inclusión en la visita turística | 6 | 1 | 6 |
| | | | Total | 57 |
| Jerarquía | | 4 | | |

HOSTAL LOS SÁNCHEZ

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°8 |
| Nombre del recurso turístico: | | Hostal Los Sánchez | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Espacios Urbanos |
| | | | Sub tipo: | Hostales |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 1 | 2 | 2 |
| B | Publicaciones | 1 | 0.5 | 0.5 |
| C | Reconocimiento | 1 | 1.5 | 1.5 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 6 | 2 | 12 |
| F | Representatividad | 1 | 1.5 | 1.5 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 30.5 |
| Jerarquía | | 3 | | |

CENTRO ARTE PARA LA PAZ

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-------------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°9 |
| Nombre del recurso turístico: | | Centro Arte para la Paz | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Museo y Pinacoteca |
| | | | Sub tipo: | Museo |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 6 | 2 | 12 |
| B | Publicaciones | 4 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 4 | 1.5 | 6 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 47 |
| Jerarquía | | 3 | | |

HOTEL BLANCA LUNA

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°10 |
| Nombre del recurso turístico: | | Hotel Blanca Luna | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Espacios Urbanos |
| | | | Sub tipo: | Hoteles y Restaurantes |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 1 | 2 | 2 |
| B | Publicaciones | 1 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 2 | 1.5 | 3 |
| D | Estado de conservación | 4 | 1.5 | 6 |
| E | Flujo de turistas | 6 | 2 | 12 |
| F | Representatividad | 2 | 1.5 | 3 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 32 |
| Jerarquía | | 3 | | |

HOTEL LA BARRANCA

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°11 |
| Nombre del recurso turístico: | | Hotel La Barranca | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Espacios Urbanos |
| | | | Sub tipo: | Hoteles y Restaurantes |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 1 | 2 | 2 |
| B | Publicaciones | 1 | 0.5 | 0.5 |
| C | Reconocimiento | 1 | 1.5 | 1,5 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 2 | 1.5 | 3 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 28 |
| Jerarquía | | 2 | | |

PARQUE ARQUEOLÓGICO CIHUATÁN

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°12 |
| Nombre del recurso turístico: | | Parque Arqueológico Cihuatán. | | |
| Departamento: | | San Salvador | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Aguilares | Tipo: | Sitio Arqueológico |
| | | | Sub tipo: | Edificaciones |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 4 | 2 | 8 |
| B | Publicaciones | 6 | 0.5 | 3 |
| C | Reconocimiento | 6 | 1.5 | 9 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 6 | 1 | 6 |
| | | | Total | 49 |
| Jerarquía | | 3 | | |

PARQUE ECOLÓGICO BOSQUE DE CINQUERA

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|-------------------|
| | | | | N°13 |
| Nombre del recurso turístico: | | Parque Ecológico Bosque de Cinquera | | |
| Departamento: | | Cabañas | Categoría: | Sitios Naturales |
| Municipio: | | Cinquera | Tipo: | Áreas protegidas. |
| | | | Sub tipo: | Bosque protegido |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 4 | 2 | 8 |
| B | Publicaciones | 6 | 0.5 | 3 |
| C | Reconocimiento | 4 | 1.5 | 6 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 6 | 1 | 6 |
| | | | Total | 46 |
| Jerarquía | | 3 | | |

COMUNIDAD SAN ANTONIO

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------|-------------------|--------------------------------|
| | | | | N°14 |
| Nombre del recurso turístico: | | Comunidad San Antonio | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Realización Técnica Científica |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Explotaciones Culturales |
| | | | Sub tipo: | Trapiches |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 1 | 2 | 2 |
| B | Publicaciones | 1 | 0.5 | 0.5 |
| C | Reconocimiento | 1 | 1.5 | 1.5 |
| D | Estado de conservación | 4 | 1.5 | 6 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 2 | 1.5 | 3 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 25 |
| Jerarquía | | 2 | | |

HACIENDA LOS NACIMIENTOS

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°15 |
| Nombre del recurso turístico: | | Hacienda Los Nacimientos | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Espacios urbanos |
| | | | Sub tipo: | Casa-Hacienda |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 4 | 2 | 8 |
| B | Publicaciones | 6 | 0.5 | 3 |
| C | Reconocimiento | 4 | 1.5 | 6 |
| D | Estado de conservación | 4 | 1.5 | 6 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 2 | 1.5 | 3 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 38 |
| Jerarquía | | 3 | | |

DÍA DE LA CRUZ.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°16 |
| Nombre del recurso turístico: | | Día de la Cruz. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Acontecimiento programado. |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Creencia popular |
| | | | Sub tipo: | Costumbre. |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 6 | 2 | 12 |
| B | Publicaciones | 6 | 0.5 | 3 |
| C | Reconocimiento | 4 | 1.5 | 6 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 48 |
| Jerarquía | | 3 | | |

FESTIVAL PERMANENTE DE ARTE Y CULTURA.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| | | | | N°17 |
| Nombre del recurso turístico: | | Festival Permanente de Arte y Cultura | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Acontecimientos programados |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Eventos |
| | | | Sub tipo: | Festivales |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 4 | 2 | 8 |
| B | Publicaciones | 4 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 4 | 1.5 | 6 |
| D | Estado de conservación | 4 | 1.5 | 6 |
| E | Flujo de turistas | 6 | 2 | 12 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 44 |
| Jerarquía | | 3 | | |

SEMANA SANTA SACANDO A JESÚS DE NAZARET

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|--|-------------------|-----------------------------|
| | | | | N°18 |
| Nombre del recurso turístico: | | Semana Santa sacando a Jesús de Nazaret. | | |
| Departamento: | | El Salvador | Categoría: | Acontecimientos programados |
| Municipio: | | El Salvador | Tipo: | Fiesta |
| | | | Sub tipo: | Fiesta religiosa |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 6 | 2 | 12 |
| B | Publicaciones | 6 | 0.5 | 3 |
| C | Reconocimiento | 4 | 1.5 | 6 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 48 |
| Jerarquía | | 3 | | |

FIESTA DE ANIVERSARIO DE SUCHITOTO.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| | | | | N°19 |
| Nombre del recurso turístico: | | Fiesta de aniversario de Suchitoto. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Acontecimientos programados |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Fiesta |
| | | | Sub tipo: | Fiestas patronales |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 1 | 2 | 2 |
| B | Publicaciones | 2 | 0.5 | 1 |
| C | Reconocimiento | 1 | 1.5 | 1.5 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 2 | 2 | 4 |
| F | Representatividad | 2 | 1.5 | 3 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 24.5 |
| Jerarquía | | 2 | | |

FESTIVAL DEL MAÍZ.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------|-------------------|-----------------------------|
| | | | | N°20 |
| Nombre del recurso turístico: | | Festival del maíz. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Acontecimientos programados |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Eventos |
| | | | Sub tipo: | Festivales |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 1 | 2 | 2 |
| B | Publicaciones | 2 | 0.5 | 1 |
| C | Reconocimiento | 1 | 1.5 | 1.5 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 2 | 2 | 4 |
| F | Representatividad | 2 | 1.5 | 3 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 24.5 |
| Jerarquía | | 2 | | |

DESFILE TRADICIONAL DEL INSTITUTO DE SUCHITOTO (INSU).

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|---|--------------------|-----------------------------|
| | | | | N°21 |
| Nombre del recurso turístico: | | Desfile tradicional del Instituto de Suchitoto (INSU) | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Acontecimientos programados |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Eventos |
| | | | Sub tipo: | Festivales |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 1 | 2 | 2 |
| B | Publicaciones | 2 | 0.5 | 1 |
| C | Reconocimiento | 1 | 1.5 | 1.5 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 2 | 2 | 4 |
| F | Representatividad | 2 | 1.5 | 3 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 24.5 |
| Jerarquía | | 2 | | |

FIESTAS PATRIAS.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------------|
| | | | | N°22 |
| Nombre del recurso turístico: | | Fiestas patrias. | | |
| Departamento: | | El Salvador | Categoría: | Acontecimientos programados |
| Municipio: | | El Salvador | Tipo: | Fiestas |
| | | | Sub tipo: | Fiestas patrias. |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 6 | 2 | 12 |
| B | Publicaciones | 6 | 0.5 | 3 |
| C | Reconocimiento | 4 | 1.5 | 6 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 48 |
| Jerarquía | | 3 | | |

FERIADO DEL AÑIL.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| | | | | N°23 |
| Nombre del recurso turístico: | | Feriado del añoil. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Folclore |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Ferias y mercados |
| | | | Sub tipo: | Ferias artesanales |
| | | | | |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 2 | 2 | 4 |
| B | Publicaciones | 4 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 2 | 1.5 | 3 |
| D | Estado de conservación | 4 | 1.5 | 6 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 2 | 1.5 | 3 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 30 |
| | | | | |
| Jerarquía | | 3 | | |
| | | | | |

FIESTAS PATRONALES EN HONOR A LA VIRGEN DE SANTA LUCÍA.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|---|-------------------|-----------------------------|
| | | | | N°24 |
| Nombre del recurso turístico: | | Fiestas patronales en honor a la Virgen de Santa Lucía. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Acontecimientos programados |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Fiestas |
| | | | Sub tipo: | Fiestas patrias |
| | | | | |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 4 | 2 | 8 |
| B | Publicaciones | 4 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 2 | 1.5 | 3 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 6 | 1 | 6 |
| | | | Total | 43 |
| | | | | |
| Jerarquía | | 3 | | |
| | | | | |

FESTIVAL DEL CERRO DE GUAZAPA.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| | | | | Nº25 |
| Nombre del recurso turístico: | | Festival del Cerro de Guazapa. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Acontecimientos programados |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Eventos |
| | | | Sub tipo: | Festivales |
| | | | | |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 2 | 2 | 4 |
| B | Publicaciones | 4 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 2 | 1.5 | 3 |
| D | Estado de conservación | 4 | 1.5 | 6 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 2 | 1.5 | 3 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 30 |
| | | | | |
| Jerarquía | | 3 | | |
| | | | | |

CENTRO HISTÓRICO DE SUCHITOTO.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| | | | | Nº27 |
| Nombre del recurso turístico: | | Centro histórico de Suchitoto. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales. |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Lugares históricos |
| | | | Sub tipo: | Complejo histórico |
| | | | | |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 6 | 2 | 12 |
| B | Publicaciones | 6 | 0.5 | 3 |
| C | Reconocimiento | 6 | 1.5 | 9 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 6 | 2 | 12 |
| F | Representatividad | 6 | 1.5 | 9 |
| G | Inclusión en la visita turística | 6 | 1 | 6 |
| | | | Total | 60 |
| | | | | |
| Jerarquía | | 4 | | |
| | | | | |

HACIENDA LA BERMUDA.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|----------------------|-------------------|----------------------------------|
| | | | | Nº28 |
| Nombre del recurso turístico: | | Hacienda La Bermuda. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales. |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Arquitectura y espacios urbanos. |
| | | | Sub tipo: | Casa – hacienda. |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 4 | 2 | 8 |
| B | Publicaciones | 4 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 2 | 1.5 | 3 |
| D | Estado de conservación | 4 | 1.5 | 6 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 1 | 1.5 | 1.5 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 32.5 |
| Jerarquía | | 3 | | |

TURICENTRO LAS AMÉRICAS, LA BERMUDA.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|-------------------|----------------------------------|
| | | | | Nº30 |
| Nombre del recurso turístico: | | Turicentro Las Américas, La Bermuda. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales. |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Arquitectura y espacios urbanos. |
| | | | Sub tipo: | Turicentro. |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 2 | 2 | 4 |
| B | Publicaciones | 1 | 0.5 | 0.5 |
| C | Reconocimiento | 1 | 1.5 | 1.5 |
| D | Estado de conservación | 4 | 1.5 | 6 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 1 | 1.5 | 1.5 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 25.5 |
| Jerarquía | | 2 | | |

SITIO ARQUEOLÓGICO CIUDAD VIEJA.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | | N°31 |
| Nombre del recurso turístico: | | Sitio Arqueológico Ciudad Vieja. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Sitios Arqueológicos. |
| | | | Sub tipo: | Edificaciones |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 6 | 2 | 12 |
| B | Publicaciones | 6 | 0.5 | 3 |
| C | Reconocimiento | 4 | 1.5 | 6 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 6 | 2 | 12 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 6 | 1 | 6 |
| | | | Total | 54 |
| Jerarquía | | 4 | | |

SITIO CENÍCERO.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------|-------------------|-----------------------------|
| | | | | N°32 |
| Nombre del recurso turístico: | | Sitio Cenícero. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales. |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Lugares históricos |
| | | | Sub tipo: | Campo de batalla. |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 1 | 2 | 2 |
| B | Publicaciones | 1 | 0.5 | 0.5 |
| C | Reconocimiento | 1 | 1.5 | 1.5 |
| D | Estado de conservación | 2 | 1.5 | 3 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 1 | 1.5 | 1.5 |
| G | Inclusión en la visita turística | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 20.5 |
| Jerarquía | | 2 | | |

**COMUNIDAD EL SITIO ZAPOTAL, COOPERATIVA
GUAZAPA TOURS DE R.L.**

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------|--------------------|-------------------|
| | | | | N°33 |
| Nombre del recurso turístico: | | Cerro de Guazapa. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Sitios naturales. |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Montañas |
| | | | Sub tipo: | Volcanes. |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 6 | 2 | 12 |
| B | Publicaciones | 6 | 0.5 | 3 |
| C | Reconocimiento | 4 | 1.5 | 6 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 6 | 2 | 12 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 6 | 1 | 6 |
| | | | Total | 54 |
| Jerarquía | | 4 | | |

COMUNIDAD PALO GRANDE.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|------------------------|--------------------|-----------------------------|
| | | | | N°34 |
| Nombre del recurso turístico: | | Comunidad Palo Grande. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales. |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Lugares históricos |
| | | | Sub tipo: | Campo de batalla |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 2 | 2 | 6 |
| B | Publicaciones | 1 | 0.5 | 0.5 |
| C | Reconocimiento | 1 | 1.5 | 1.5 |
| D | Estado de conservación | 4 | 1.5 | 6 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 1 | 1.5 | 1.5 |
| G | Inclusión en la visita turística | 6 | 1 | 6 |
| | | | Total | 29.5 |
| Jerarquía | | 3 | | |

HACIENDA COLIMA.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-1 |
|--------------------------------------|----------------------------------|------------------|-------------------|---------------------------------|
| | | | | N°35 |
| Nombre del recurso turístico: | | Hacienda Colima. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán | Categoría: | Manifestaciones culturales |
| Municipio: | | Suchitoto | Tipo: | Arquitectura y espacios urbanos |
| | | | Sub tipo: | Casa – hacienda. |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 4 | 2 | 8 |
| B | Publicaciones | 4 | 0.5 | 2 |
| C | Reconocimiento | 2 | 1.5 | 3 |
| D | Estado de conservación | 6 | 1.5 | 9 |
| E | Flujo de turistas | 4 | 2 | 8 |
| F | Representatividad | 4 | 1.5 | 6 |
| G | Inclusión en la visita turística | 6 | 1 | 6 |
| | | | Total | 42 |
| Jerarquía | | 3 | | |

2) EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE CADA RECURSO O ATRACTIVO TURÍSTICO QUE NO ESTÁN OPERANDO:

AGUACAYO.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-2 |
|--------------------------------------|------------------------|----------------|-------------------|-----------------------------|
| | | | | N°26 |
| Nombre del recurso turístico: | | Aguacayo. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán. | Categoría: | Manifestaciones culturales. |
| Municipio: | | Suchitoto. | Tipo: | Lugares históricos |
| | | | Sub tipo: | Campo de batalla. |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 2 | 2.5 | 5 |
| B | Publicaciones | 1 | 1 | 1 |
| C | Reconocimiento | 2 | 2.5 | 5 |
| D | Estado de conservación | 1 | 3 | 3 |
| H | Demanda potencial | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 18 |
| Jerarquía | | 2 | | |

RÍO AGUA TIBIA.

| FICHA DE JERARQUIZACIÓN | | | | F-2 |
|--------------------------------------|------------------------|-----------------|-------------------|--------------------------|
| | | | | N°29 |
| Nombre del recurso turístico: | | Río Agua Tibia. | | |
| Departamento: | | Cuscatlán. | Categoría: | Sitios naturales. |
| Municipio: | | Suchitoto. | Tipo: | Aguas minero medicinales |
| | | | Sub tipo: | Aguas termales. |
| | | | | |
| Código | Criterio de evaluación | Valor asignado | Ponderación | Sub-total |
| A | Particularidad | 2 | 2.5 | 5 |
| B | Publicaciones | 1 | 1 | 1 |
| C | Reconocimiento | 1 | 2.5 | 2.5 |
| D | Estado de conservación | 4 | 3 | 12 |
| H | Demanda potencial | 4 | 1 | 4 |
| | | | Total | 24.5 |
| | | | | |
| Jerarquía | | 2 | | |
| | | | | |

ANEXO C. FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR

1. TURISTA NACIONAL JOVEN

ENCUESTA DE PREFERENCIAS TURÍSTICAS RURALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO PARA LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L.

Reciba un cordial saludo, agradecemos su amable colaboración; el propósito de ese cuestionario es recopilar información para el diseño de una propuesta de circuitos turísticos rurales del municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa tours de R.L. La presente encuesta tiene una duración aproximada de 5 minutos.

Indicaciones: Marque con una "X" su respuesta, existen preguntas donde se especifica que puede responder más de una opción.

Información General:

Sexo: Femenino () Masculino ()
Edad: 18-21 () 22-25 () 26-29 () 30-32 () 33-35 ()
Municipio de residencia: _____ Ocupación: _____

Primera Parte:

1. De los siguientes tipos de turismo selecciones cuáles son de su preferencia:

(Puede marcar más de una opción).

- Ecoturismo. ()
- Turismo de aventura (Extremo). ()
- Turismo de Sol y Playa. ()
- Turismo cultural. ()
- Turismo rural. ()
- Turismo arqueológico. ()

2. Cuando hace viajes turísticos, ¿Quién desea que lo acompañe en estas actividades?

- Solo. ()
- En pareja. ()
- Grupo de amigos. ()
- En familia. ()

3. ¿En qué época del año suele visitar un lugar turístico?

(Puede marcar más de una opción).

- Fines de semana. ()
- Vacaciones de Semana Santa. ()
- Días de asueto. ()
- Vacaciones agostinas. ()
- En sus vacaciones anuales. ()
- Otro: _____ ()

4. En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia ha visitado lugares turísticos?

- Una vez. ()
- Dos veces. ()
- Tres veces. ()
- Cuatro o más veces. ()

5. ¿Cuál fue el último lugar turístico que visitó?

Ejemplo: Playa, montaña, lago, pueblo, sitio arqueológico, etc.

6. En cada visita en promedio ¿Cuánto ha sido la duración de su estadía en el lugar turístico?

- Menos de un día. ()
- Un día. ()
- Dos días. ()
- Más de dos días ()

7. ¿A través de que medio conoció información acerca de los lugares que ha visitado?

- Televisión y/o radio. ()
- Internet (Páginas web). ()
- Redes sociales. ()
- Vallas publicitarias. ()
- Agencias de turismo. ()
- Ministerio de Turismo. ()
- Recomendaciones de terceros. ()

8. ¿En promedio cuánto gastó por persona en su más reciente visita turística?

- Menos de \$25.00 ()
- De \$26.00 a \$50.00 ()
- De \$51.00 a \$100.00 ()
- Más de \$100.00 ()

9. ¿Entre cuál rango se encuentran sus ingresos promedio mensuales?

- Menos de \$200.00 ()
- De \$200.00 y \$300.00 ()
- De \$301.00 y \$500.00 ()
- De \$501.00 y \$800.00 ()
- Más de \$800.00 ()

10. ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente en sus paseos o viajes?

- Vehículo propio. ()
- Vehículo alquilado. ()
- Vehículo de la empresa. ()
- Transporte público. ()

11. ¿Qué servicios usualmente utiliza en sus visitas turísticas?

Puede marcar más de una opción.

- Hospedaje. ()
- Restaurante. ()
- Transporte. ()
- Museos y parques. ()
- Souvenirs y tiendas. ()

12. Califique en orden de importancia los siguientes aspectos al momento de recibir un servicio turístico.

Enumere del 1 al 5, siendo 1 el de mayor importancia.

- Atención al cliente. ()
- Seguridad. ()
- Precios accesibles. ()
- Actividades turísticas a realizar. ()
- Acceso a la zona. ()

SEGUNDA PARTE

13. ¿Conoce el municipio de Suchitoto?

Si ()

No ()

*Si su respuesta fue NO pase a la pregunta número 19.

14. ¿Cuál fue el motivo principal de su visita?

- Descanso o placer. ()
- Diversión. ()
- Negocios. ()
- Congresos. ()
- Compras. ()
- Cultura. ()
- Estudios. ()
- Trabajo. ()
- Otros: _____ ()

15. ¿Qué tipo de atractivos o recursos turísticos ha visitado en el municipio de Suchitoto?

(Puede marcar más de una opción).

- Sitios Naturales (ríos, bosques, lagos, montañas, etc.). ()
- Museos y manifestaciones culturales (lugares arqueológicos, etc.). ()
- Folklore (mitos, danzas, gastronomía, leyendas, tradiciones, etc.). ()
- Artísticas contemporánea (atractivos y avances modernos). ()
- Acontecimientos programados (carnavales, fiestas patronales, etc.). ()

16. ¿Ha visitado el centro de amigos del turista (CAT)?

- Si. ()
- No. ()

17. ¿Qué lugares turísticos conoce de Suchitoto?

18. ¿Ha visitado alguno de los siguientes recursos o atractivos turísticos?

Marque con una "X" según corresponda.

| | Si | No | | Si | No |
|---------------------------|----|----|------------------------------------|----|----|
| Hacienda Colima. | | | Centro Recreativo las Américas. | | |
| Ciudad Vieja. | | | Agua Caliente (Río Quezalapa). | | |
| Hacienda La Bermuda. | | | Centro Histórico de Suchitoto. | | |
| Cihuatán. | | | Lago de Suchitlán. | | |
| Aguacayo. | | | Turicentro Puerto San Juan. | | |
| Hacienda Los Nacimientos. | | | Casa de recuerdos Alejandro Cotto. | | |
| Cinquera. | | | Iglesia de Santa Lucía. | | |
| Cerro de Guazapa. | | | | | |

19. ¿Sabe qué es un circuito turístico rural?

- Si. ()
 - No. ()
- Si su respuesta es "No", vea definición al pie de página.

20. ¿Estaría dispuesto a realizar un circuito turístico rural en Suchitoto?

- Si. ()
 - No. ()
- Si su respuesta es "No", pase a la pregunta 23.

Circuito turístico rural:

Es un itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de recorrer y/o bordear una zona. Incluye atractivos turísticos de la zona rural.

21. De los siguientes temáticas de circuitos, Califique en orden de preferencia:

Siendo 1 el de mayor preferencia y 5 el de menor.

- Circuito de aventura. ()
Caminatas a montañas, cabalgatas, canopy, rapel, etc.
- Circuito cultural. ()
Actividades folclóricas, tradiciones, fiestas patronales, etc.
- Circuito histórico. ()
Caminatas históricas en el pueblo, visita de sitios arqueológicos.
- Circuito ecológico. ()
Visitas a ríos, lagos, cerros, etc.
- Circuito vivencial. ()
Talleres artesanales, visita a comunidades y pueblos.

22. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto?

TERCERA PARTE

23. ¿Conoce el cerro de Guazapa?

Si. ()

No. ()

24. ¿Conoce la historia sobre el conflicto armado en el cerro de Guazapa?

Si. ()

No. ()

25. ¿Conoce la cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

Si. ()

No. ()

26. ¿Alguna vez ha utilizado los servicios que brinda la cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

Si. ()

No. ()

*Si su respuesta fue "No" pasar a la pregunta 29.

27. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?

▪ Excelente. ()

▪ Bueno. ()

▪ Regular. ()

▪ Malo. ()

28. ¿Cómo evalúa la vía de acceso a la cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

▪ Muy accesible. ()

▪ Poco accesible. ()

▪ Inaccesible. ()

29. ¿Cómo considera el nivel de seguridad en el municipio de Suchitoto?

▪ Muy seguro. ()

▪ Seguro. ()

▪ Relativamente seguro. ()

▪ Inseguro. ()

▪ Muy inseguro. ()

30. ¿Qué tipo de publicidad cree que sea más adecuada para la cooperativa Guazapa Tours de R.L para darse a conocer?

Gracias por su valiosa colaboración.

2. TURISTA INTERNACIONAL

SONDEO DE PREFERENCIAS TURÍSTICAS RURALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO PARA LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L.

Reciba un cordial saludo, agradecemos su amable colaboración; el propósito de ese cuestionario es recopilar información para el diseño de una propuesta de circuitos turísticos rurales del municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa tours de R.L. La presente encuesta tiene una duración aproximada de 5 minutos.

Indicaciones: Marque con una "X" su respuesta, existen preguntas donde se especifica que puede responder más de una opción.

Información General:

Sexo: Femenino () Masculino ()

Edad: _____

Nacionalidad: _____

1. De los siguientes tipos de turismo selecciones cuáles son de su preferencia:

(Puede marcar más de una opción).

- Ecoturismo. ()
- Turismo de aventura (Extremo). ()
- Turismo de Sol y Playa. ()
- Turismo cultural. ()
- Turismo rural (Visita pueblos vivos). ()
- Turismo arqueológico. ()

2. Cuando hace viajes turísticos, ¿Quién desea que lo acompañe en estas actividades?

- Solo. ()
- En pareja. ()
- Grupo de amigos. ()
- En familia. ()

3. ¿En qué mes del año suele visitar un lugar turístico?

(Puede marcar más de una opción).

- Enero a marzo. ()
- Abril a junio. ()
- Julio a septiembre. ()
- Octubre a diciembre. ()

4. En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia ha visitado lugares turísticos?

- Una vez. ()
- Dos veces. ()
- Tres veces. ()
- Cuatro o más veces. ()

5. ¿Cuál fue el último lugar turístico que visitó?

Ejemplo: Playa, montaña, lago, pueblo, sitio arqueológico, etc.

6. En cada visita en promedio ¿Cuánto ha sido la duración de su estadía en el lugar turístico?

- Menos de un día. ()
- De uno a tres días. ()
- De cuatro días a una semana. ()
- Más de una semana. ()

7. ¿A través de que medio conoció información acerca de los lugares que ha visitado?

- Televisión y/o radio. ()
- Internet (Páginas web). ()
- Redes sociales. ()
- Vallas publicitarias. ()
- Agencias de turismo. ()
- Ministerio de Turismo. ()
- Recomendaciones de terceros. ()
- Otro: _____ ()

8. ¿En promedio cuánto gastó en su más reciente visita turística?

- Menos de \$25.00 ()
- De \$26.00 a \$50.00 ()
- De \$51.00 a \$100.00 ()
- Más de \$100.00 ()

9. ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente en sus paseos o viajes?

- Vehículo propio. ()
- Vehículo alquilado. ()
- Vehículo de la empresa. ()
- Transporte público. ()

10. ¿Qué servicios usualmente utiliza en sus visitas turísticas?

- Hospedaje. ()
- Restaurante. ()
- Transporte. ()
- Museos y parques. ()
- Souvenirs y tiendas. ()

11. Califique en orden de importancia los siguientes aspectos al momento de recibir un servicio turístico.

Enumere del 1 al 6, siendo 1 el de mayor importancia.

- Atención al cliente. ()
- Seguridad. ()
- Precios accesibles. ()
- Actividades turísticas a realizar. ()
- Acceso a la zona. ()
- Juegos y entretenimiento para niños. ()

12. ¿Indique los aspectos que le atraen más de un destino turístico a la hora de visitarlo?

Puede seleccionar más de una opción.

- El entorno natural. ()
- Lugar seguro de visitar. ()
- La amabilidad de las personas. ()
- Las actividades culturales. ()
- Las costumbres y tradiciones. ()
- Tranquilidad para descansar. ()
- El clima. ()
- La oferta gastronómica. ()
- Las facilidades de compra. ()
- Las actividades deportivas. ()

13. ¿Conoce el municipio de Suchitoto?

- Si ()
- No ()

*Si su respuesta fue NO pase a la pregunta número 19.

14. ¿Cuál fue el motivo principal de su visita?

- Descanso o placer. ()
- Diversión. ()
- Negocios. ()
- Congresos. ()
- Compras. ()
- Cultura. ()
- Estudios. ()
- Trabajo. ()
- Otros: _____ ()

15. ¿Qué tipo de atractivos o recursos turísticos ha visitado en el municipio de Suchitoto?
(Puede marcar más de una opción).

- Sitios Naturales (ríos, bosques, lagos, montañas, etc.). ()
- Museos y manifestaciones culturales (lugares arqueológicos, etc.). ()
- Folklore (mitos, danzas, gastronomía, leyendas, tradiciones, etc.). ()
- Artísticas contemporánea (atractivos y avances modernos). ()
- Acontecimientos programados (carnavales, fiestas patronales, etc.). ()

16. ¿Ha visitado el centro de amigos del turista?

- Si. ()
- No. ()

17. ¿Qué lugares turísticos conoce de Suchitoto?

18. Marque con una "X" los atractivos turísticos que ha conocido o le gustaría conocer, en función de su grado de interés por ellos. Utilice la escala siguiente:

| | Si | No | | Si | No |
|---------------------------|----|----|------------------------------------|----|----|
| Hacienda Colima. | | | Centro Recreativo las Américas. | | |
| Ciudad Vieja. | | | Agua Caliente (Rio Quezalapa). | | |
| Hacienda La Bermuda. | | | Centro Histórico de Suchitoto. | | |
| Cihuatán. | | | Lago de Suchitlán. | | |
| Aguacayo. | | | Turicentro Puerto San Juan. | | |
| Hacienda Los Nacimientos. | | | Casa de recuerdos Alejandro Cotto. | | |
| Cinquera. | | | Iglesia de Santa Lucía. | | |
| Cerro de Guazapa. | | | | | |

19. ¿Sabe qué es un circuito turístico rural?

- Si. ()
 - No. ()
- Si su respuesta es "No", vea definición al pie de página.

20. ¿Estaría dispuesto a realizar un circuito turístico rural en Suchitoto?

- Si. ()
 - No. ()
- Si su respuesta es "No", pase a la pregunta 23.

Circuito turístico rural:

Es un itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de recorrer y/o bordear una zona. Incluye atractivos turísticos de la zona rural.

21. De los siguientes temáticas de circuitos, Califique en orden de preferencia (Siendo 1 el de mayor preferencia y 5 el de menor).
- Circuito de aventura. ()
Caminatas a montañas, cabalgatas, canopy, rapel, etc.
 - Circuito cultural. ()
Actividades folclóricas, tradiciones, fiestas patronales, etc.
 - Circuito histórico. ()
Caminatas históricas en el pueblo, visita de sitios arqueológicos.
 - Circuito ecológico. ()
Visitas a ríos, lagos, cerros, etc.
 - Circuito vivencial. ()
Talleres artesanales, visita a comunidades y pueblos.
22. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto?
-
23. ¿Conoce el cerro de Guazapa?
- Si. ()
No. ()
24. ¿Conoce la historia sobre el conflicto armado en el cerro de Guazapa?
- Si. ()
No. ()
25. ¿Conoce la cooperativa Guazapa Tours de R.L.?
- Si. ()
No. ()
26. ¿Alguna vez ha utilizado los servicios que brinda la cooperativa Guazapa Tours de R.L.?
- Si. ()
No. ()
- *Si su respuesta fue "No" pasar a la pregunta 29.
27. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?
- Excelente. ()
 - Bueno. ()
 - Regular. ()
 - Malo. ()
28. ¿Cómo evalúa la vía de acceso a la cooperativa Guazapa Tours de R.L.?
- Muy accesible. ()
 - Poco accesible. ()
 - Inaccesible. ()
29. ¿Cómo evalúa la seguridad en el municipio de Suchitoto?
- Muy seguro. ()
 - Seguro. ()
 - Relativamente seguro. ()
 - Inseguro. ()
 - Muy inseguro. ()
30. ¿Qué tipo de publicidad cree que sea más adecuada para la cooperativa Guazapa Tours de R.L para darse a conocer?
-

Gracias por su valiosa colaboración.

3. TURISTA NACIONAL FAMILIAR

ENCUESTA DE PREFERENCIAS TURÍSTICAS RURALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO PARA LA COOPERATIVA GUAZAPA TOURS DE R.L.

Reciba un cordial saludo, agradecemos su amable colaboración; el propósito de ese cuestionario es recopilar información para el diseño de una propuesta de circuitos turísticos rurales del municipio de Suchitoto para la Cooperativa Guazapa tours de R.L. La presente encuesta tiene una duración aproximada de 5 minutos.

Indicaciones: Marque con una "X" su respuesta, existen preguntas donde se especifica que puede responder más de una opción.

Información General:

Sexo: Femenino () Masculino ()
Edad: 18-29 () 30-41 () 42-53 () 54-65 () 66 o más ()
Municipio de residencia: _____ Ocupación: _____

Primera Parte:

1. ¿Cuántas personas componen su núcleo familiar?

- De una a tres. ()
- De cuatro a seis. ()
- Más de seis. ()

2. De los siguientes tipos de turismo selecciones cuáles son de su preferencia:

- (Puede marcar más de una opción).
- Ecoturismo. ()
 - Turismo de aventura (Extremo). ()
 - Turismo de Sol y Playa. ()
 - Turismo cultural. ()
 - Turismo rural. ()
 - Turismo arqueológico. ()

3. **Cuando hace viajes turísticos, ¿Quién desea que lo acompañe en estas actividades?**
- Solo. ()
 - En pareja. ()
 - Grupo de amigos. ()
 - En familia. ()
4. **¿En qué época del año suele visitar un lugar turístico?**
(Puede marcar más de una opción).
- Fines de semana. ()
 - Vacaciones de Semana Santa. ()
 - Días de asueto. ()
 - Vacaciones agostinas. ()
 - En sus vacaciones anuales. ()
 - Otro: _____ ()
5. **En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia ha visitado lugares turísticos?**
- Una vez. ()
 - Dos veces. ()
 - Tres veces. ()
 - Cuatro o más veces. ()
6. **¿Cuál fue el último lugar turístico que visitó?**
Ejemplo: Playa, montaña, lago, pueblo, sitio arqueológico, etc.
- _____
7. **En cada visita en promedio ¿Cuánto ha sido la duración de su estadía en el lugar turístico?**
- Menos de un día. ()
 - Un día. ()
 - Dos días. ()
 - Otro. Especifique: _____ ()
8. **¿A través de que medio conoció información acerca de los lugares que ha visitado?**
- Televisión y/o radio. ()
 - Internet (Páginas web). ()
 - Redes sociales. ()
 - Vallas publicitarias. ()
 - Agencias de turismo. ()
 - Ministerio de Turismo. ()
 - Recomendaciones de terceros. ()
 - Otro: _____ ()
9. **¿En promedio cuánto gastó como grupo familiar en su más reciente visita turística?**
- Menos de \$25.00 ()
 - De \$26.00 a \$50.00 ()
 - De \$51.00 a \$100.00 ()
 - Más de \$100.00 ()
10. **¿Entre cuál rango se encuentran sus ingresos promedio mensuales?**
- Menos de \$200.00 ()
 - De \$200.00 y \$300.00 ()
 - De \$301.00 y \$500.00 ()
 - De \$501.00 y \$800.00 ()
 - Más de \$800.00 ()
11. **¿Qué medio de transporte utiliza normalmente en sus paseos o viajes?**
- Vehículo propio. ()
 - Vehículo alquilado. ()
 - Vehículo de la empresa. ()
 - Transporte público. ()

12. ¿Qué servicios usualmente utiliza en sus visitas turísticas?

- Hospedaje. ()
- Restaurante. ()
- Transporte. ()
- Museos y parques. ()
- Souvenirs y tiendas. ()

13. Califique en orden de importancia los siguientes aspectos al momento de recibir un servicio turístico.

Enumere del 1 al 6, siendo 1 el de mayor importancia.

- Atención al cliente. ()
- Seguridad. ()
- Precios accesibles. ()
- Actividades turísticas a realizar. ()
- Acceso a la zona. ()
- Juegos y entretenimiento para niños. ()

14. ¿Indique los aspectos que le atraen más de un destino turístico a la hora de visitarlo?

Puede seleccionar más de una opción.

- El entorno natural. ()
- Lugar seguro de visitar. ()
- La amabilidad de las personas. ()
- Las actividades culturales. ()
- Las costumbres y tradiciones. ()
- Tranquilidad para descansar. ()
- El clima. ()
- La oferta gastronómica. ()
- Las facilidades de compra. ()
- Las actividades deportivas. ()

SEGUNDA PARTE

15. ¿Conoce el municipio de Suchitoto?

- Si ()
- No ()

*Si su respuesta fue NO pase a la pregunta número 21.

16. ¿Cuál fue el motivo de su visita?

- Descanso o placer. ()
- Diversión. ()
- Negocios. ()
- Congresos. ()
- Compras. ()
- Cultura. ()
- Estudios. ()
- Trabajo. ()
- Otros: _____ ()

17. ¿Qué tipo de atractivos o recursos turísticos ha visitado en el municipio de Suchitoto?

(Puede marcar más de una opción).

- Sitios Naturales (ríos, bosques, lagos, montañas, etc.). ()
- Museos y manifestaciones culturales (lugares arqueológicos, etc.). ()
- Folklore (mitos, danzas, gastronomía, leyendas, tradiciones, etc.). ()
- Artísticas contemporánea (atractivos y avances modernos). ()
- Acontecimientos programados (carnavales, fiestas patronales, etc.). ()

18. ¿Ha visitado el centro de amigos del turista (CAT)?

Si. ()
No. ()

19. ¿Qué lugares turísticos conoce de Suchitoto?

20. ¿Ha visitado alguno de los siguientes recursos o atractivos turísticos?

Marque con una "X" según corresponda.

| | Si | No | | Si | No |
|---------------------------|----|----|------------------------------------|----|----|
| Hacienda Colima. | | | Centro Recreativo las Américas. | | |
| Ciudad Vieja. | | | Agua Caliente (Río Quezalapa). | | |
| Hacienda La Bermuda. | | | Centro Histórico de Suchitoto. | | |
| Cihuatán. | | | Lago de Suchitlán. | | |
| Aguacayo. | | | Turicentro Puerto San Juan. | | |
| Hacienda Los Nacimientos. | | | Casa de recuerdos Alejandro Cotto. | | |
| Cinquera. | | | Iglesia de Santa Lucía. | | |
| Cerro de Guazapa. | | | | | |

21. ¿Sabe qué es un circuito turístico rural?

Si. ()
No. ()
Si su respuesta es "No", vea definición al pie de página.

22. ¿Estaría dispuesto a realizar un circuito turístico rural en Suchitoto?

Si. ()
No. ()
Si su respuesta es "No", pase a la pregunta 25.

23. De los siguientes temáticas de circuitos, Califique en orden de preferencia (Siendo 1 el de mayor preferencia y 5 el de menor).

- Circuito de aventura. ()
Caminatas a montañas, cabalgatas, canopy, rapel, etc.
- Circuito cultural. ()
Actividades folclóricas, tradiciones, fiestas patronales, etc.
- Circuito histórico. ()
Caminatas históricas en el pueblo, visita de sitios arqueológicos.
- Circuito ecológico. ()
Visitas a ríos, lagos, cerros, etc.
- Circuito vivencial. ()
Talleres artesanales, visita a comunidades y pueblos.

24. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en un circuito turístico rural en Suchitoto?

TERCERA PARTE

25. ¿Conoce el cerro de Guazapa?

Si. ()
No. ()

26. ¿Conoce la historia sobre el conflicto armado en el cerro de Guazapa?

Si. ()
No. ()

27. ¿Conoce la cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

- Si. ()
No. ()

28. ¿Alguna vez ha utilizado los servicios que brinda la cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

- Si. ()
No. ()

*Si su respuesta fue "No" pasar a la pregunta 31.

29. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?

- Excelente. ()
- Bueno. ()
- Regular. ()
- Malo. ()

30. ¿Cómo evalúa la vía de acceso a la cooperativa Guazapa Tours de R.L.?

- Muy accesible. ()
- Poco accesible. ()
- Inaccesible. ()

31. ¿Cómo evalúa la seguridad en el municipio de Suchitoto?

- Muy seguro. ()
- Seguro. ()
- Relativamente seguro. ()
- Inseguro. ()
- Muy inseguro. ()

32. ¿Qué tipo de publicidad cree que sea más adecuada para la cooperativa Guazapa Tours de R.L para darse a conocer?

Gracias por su valiosa colaboración.

ANEXO D. FICHA DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DEL MERCADO DISTRIBUIDOR.

Cuestionario dirigido a Tour operador.

El cuestionario está dirigido a empresas intermediarias para la prestación de servicios turísticos con el fin de conocer su función como canales de distribución del turismo en El Salvador.

- 1. ¿Qué servicios y/o productos incluyen los paquetes que ofrece a los turistas?**

- 2. De los paquetes que ofrece, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas tienen mayor afluencia de turistas actualmente?**

- 3. Entre la oferta turística que brinda, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas considera que son parte del turismo rural?**

- 4. ¿Cuáles son los requisitos que el o los propietarios de una zona turística tienen que pactar con ustedes para que oferten la zona turística?**

- 5. ¿Qué medios utiliza para darse a conocer al mercado?**

ANEXO E. TIPOS DE CATEGORÍAS DEL MANUAL DE INVENTARIO TURÍSTICO

CATEGORIA TABLAS

| CATEGORÍA: | | |
|----------------------------|--|--|
| 1. SITIOS NATURALES | | |
| TIPOS: | SUB-TIPOS: | CARACTERÍSTICAS |
| 1.a Montañas | Cordillera Altiplanos Mesetas Cerros Áreas Nevadas Bosque de Piedras Volcanes (*) | Altura, morfología Región Natural en que se encuentran. (Costa o Chala, Yunga, etc.) Clima, cambios estacionales marcados Vegetación Fauna Caminos, senderos y rutas Presencia de glaciares Presencia de fragmentos de rocas Tipos de erosión predominante Estado actual: activo, durmiente, apagado (*) Presencia de glaciares (*) |
| 1.b Planicies | Desiertos Llanuras Tablazos Pampas Salinas Dunas (Medanos) | Región natural en que se encuentra (Costa o Chala, Yunga, etc.) Clima, cambios estacionales marcados Extensión, morfología (permite conocer cómo se han formado la superficie terrestre) Vegetación Fauna |
| 1.c Valles | | Extensión y Morfología Vegetación Fauna silvestre Clima |
| 1.d Quebradas | | Geología Clima, altura Caminos, senderos, rutas Vegetación Fauna |
| 1.e Cañones | | Región natural en la que se encuentra Geología, clima Profundidad máxima Río y afluentes principales Caminos, senderos, rutas |

| | | |
|------------------------------|--|---|
| 1.f Pongos | | Geología, clima Profundidad máxima Fauna Flora |
| 1.g Cuerpos de agua | Lagos, Lagunas, Oasis, Pantanos, Albufera Humedales | Región natural en la que se encuentra Extensión Profundidad Presencia de islas |
| 1.h Ríos | | Calidad del agua (color, temperatura, transparencia) Flora Fauna Centros poblados cercanos Zonas de pesca, navegables, y otros. Caudal |
| 1.i Caídas de agua | Cataratas o cascadas | Lugar de origen Principales afluentes Flora y fauna Número de saltos Altura |
| 1.j Manantiales | | Región natural en la que se encuentra Calidad y color del agua Flora y fauna circundante Dimensión |
| 1.k Aguas Minero Medicinales | Aguas Termales Aguas No Termales Gases Lodos | Región natural en la que se encuentra Calidad y propiedades del agua Caudal Paisaje circundante Instalaciones |
| 1.l Costas | Islas Penínsulas Bahías Puntas Playas Esteros y manglares Caletas Lomas | Región natural en la que se encuentra Temperatura Calidad y propiedades del agua (color, transparencia, salinidad, temperatura) Dimensiones y morfología Clima, profundidad Flora y fauna circundante Dimensiones Clima Geología y morfología del lugar Flora y fauna |

| | | |
|-------------------------------|---|---|
| 1.m Grutas o Cavernas, Cuevas | | Dimensiones Formación de depósitos: estalactitas, estalagmitas Presencia de cursos de agua internos Flora y fauna |
| 1.n Áreas protegidas | Parques Nacionales Santuarios Nacionales Santuarios Históricos Reservas Nacionales Bosques de Protección Reservas Paisajistas Reservas Comunales Cotos de Caza Zonas Reservadas | Ubicación, extensión aproximada Flora y fauna Especies de interés Especies en peligro de extinción Caminos, senderos, rutas |
| 1.ñ Lugares Pintorescos | Lugar Pintoresco de Flora Lugar Pintoresco de Fauna Bosques Miradores Naturales Caminos Pintorescos | Ubicación de sitios Extensión, altitud, clima Puntos de interés Caminos, sendas, rutas Especies de interés |
| 1.o Otros | Lugares Paleontológicos (Fósiles) Colpas | Región natural en donde se encuentra Tipos de restos encontrados Antigüedad Región natural en donde se encuentra Flora y fauna circundante Especies de interés |

Tabla de tipos de categorías de sitios naturales.

| CATEGORÍA: | | |
|--------------------------------------|--|---|
| 2. MANIFESTACIONES CULTURALES | | |
| TIPOS: | SUB-TIPOS: | CARACTERÍSTICAS |
| 2.a Museos y | | <p>Tipo de colección</p> <p>Calidad e importancia de la colección, piezas más relevantes (especificar fechas y contexto)</p> <p>Estado de conservación de las piezas y del edificio mismo donde se encuentra dicha colección. Hacer mención específica del edificio de ser necesaria (ej.: iglesia).</p> |
| 2b. Arquitectura y Espacios Urbanos | <p>Iglesia (Templo, Catedral, etc.)</p> <p>Convento</p> <p>Capilla</p> <p>Casa de valor arquitectónico</p> <p>Casa - Hacienda</p> <p>Palacio o Castillo</p> <p>Teatros</p> <p>Biblioteca</p> <p>Molino</p> <p>Edificaciones (fortalezas, escuelas, cuarteles, colegios)</p> <p>Universidades</p> <p>Hoteles</p> <p>Restaurantes</p> <p>Plazas</p> <p>Plazuelas</p> <p>Alamedas</p> <p>Paseos</p> <p>Boulevard</p> <p>Malecones</p> <p>Barrios</p> <p>Santuarios</p> <p>Miradores</p> <p>Parques</p> <p>Glorietas</p> <p>Puertos, Embarcaderos, Muelles y caletas.</p> <p>Obras de ingeniería moderna (Puentes y canales de riego)</p> <p>Otros</p> | <p>Fechas. De construcción e intervenciones más resaltantes (remodelaciones o reconstrucciones).</p> <p>Descripción de elementos formales y estéticos que definen la edificación. Incluir características de las fachadas, sus alturas, proporciones, componentes decorativos y otros elementos destacados. Indicar estilo arquitectónico.</p> <p>Descripción de los bienes muebles destacables. (Púlpitos, altares, etc.)</p> <p>Causas del interés turístico.</p> <p>Estado de conservación.</p> <p>Si el atractivo ha sido declarado Patrimonio Cultural, Monumental de la Nación o Patrimonio Cultural de la Humanidad por UNESCO.</p> <p>Datos históricos. Sucesos importantes relacionados con el inmueble.</p> <p>Considerar monumentos, piletas, etc.</p> |

| | | |
|--------------------------|--|--|
| 2c. Lugares Históricos | <p>Edificaciones (casas, balcones, cuartos, ventana, patios, murallas...)</p> <p>Complejo Histórico</p> <p>Barrios</p> <p>Puertos, Embarcaderos, muelles y caletas</p> <p>Campo Santo</p> <p>Campo de Batalla</p> <p>Plazas</p> <p>Plazuelas</p> <p>Obras de ingeniería (Andenes, canales de riego y Puentes)</p> <p>Estación ferroviaria</p> <p>Otros</p> | <p>Fechas. De construcción e intervenciones más resaltantes (remodelaciones o reconstrucciones).</p> <p>Estado de conservación.</p> <p>Cultura y contexto a los que pertenece.</p> <p>Datos históricos. Sucesos importantes relacionados con la construcción.</p> <p>Descripción de elementos formales y estéticos que definen la construcción. Incluir proporciones, componentes decorativos y otros. Causas del interés turístico.</p> <p>Si los recursos han sido declarados Patrimonio Cultural o Monumental de la Nación por el INC o Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO</p> |
| 2d. Sitios Arqueológicos | <p>Edificaciones (Templos, fortalezas, plazas, cementerios, .etc.)</p> <p>Cuevas y grutas</p> <p>Pinturas Rupestres</p> <p>Petroglifos (grabados en piedra)</p> <p>Esculturas</p> <p>Geoglifos (grabado en tierra)</p> <p>Otros.</p> | <p>Fechas. De realización e intervenciones más resaltante (remodelaciones).</p> <p>Cultura a los que pertenece.</p> <p>Descripción de elementos formales y estéticos que definen la realización.</p> <p>Causas del interés turístico.</p> <p>Estado de conservación.</p> <p>Si ha sido declarado Patrimonio Cultural, Monumental de la Nación o Patrimonio Cultural de la Humanidad por UNESCO.</p> |
| 2e. Pueblos | <p>Pueblos Tradicionales</p> <p>Pueblos Artesanales</p> <p>Pueblos Históricos</p> | <p>Fechas de fundación e intervenciones más resaltantes (remodelaciones).</p> <p>Época a la que pertenece.</p> <p>Datos históricos. Sucesos importantes relacionados con el lugar. Descripción de principales elementos estéticos que lo definen.</p> <p>Causas del interés turístico</p> <p>Estado de conservación.</p> <p>Si ha sido declarado Patrimonio Cultural, Monumental de la Nación o Patrimonio Cultural de la Humanidad por UNESCO.</p> |

Tabla de tipos de categorías de manifestaciones culturales.

| CATEGORÍA : | | |
|-------------------------------|--|---|
| 3. FOLCLORE | | |
| TIPOS: | SUB-TIPOS: | CARACTERÍSTICAS |
| 3.a Creencias Populares | Cuentos Costumbres Leyendas Mitos Tradiciones | Lugar y fecha de acontecimiento, duración. Descripción de la ceremonia Lugar Tipos de sucesos (histórico, contemporáneo, etc.) |
| 3.b Ferias y Mercados | Mercados Artesanales Ferias Artesanales | Lugar, fecha del acontecimiento, duración. Descripción de los productos en venta y causas de su interés turístico. |
| 3.c Música y Danzas | | Tipos de música y danzas. Descripción de sus rasgos relevantes. Causas de interés turístico. |
| 3.d Artesanía y artes | Alfarería Cera(velas) Cerámica Cestería Cueros y Piel Madera/Carpintería (escultura) Instrumentos Musicales Metales. Imaginería Máscaras Rituales Papel Piedras Pinturas Tejidos Indumentaria. Orfebrería - joyería (oro y plata) Otros. | Objetos Lugar de producción. Tipo y calidad del producto. Cultura. |
| 3.e Gastronomía | Platos Típicos Bebidas Típicas Dulces Típicos | Lugares. Tipo y calidad de los platos y las bebidas. Descripción de los mismos |
| 3.f Etnológico | Costa Sierra Selva | Etnia a la que pertenece. Aspectos más notables (tipos de vida, etc.) Causas de interés turístico. Actividades que realizan. |

Tabla de tipos de categorías de Folclore.

(*) El folclore es una Manifestación Cultural, sin embargo, por su representatividad e importancia para nuestro país, se ha considerado conveniente que éste constituya otra categoría.

| CATEGORÍA: | | |
|---|--|---|
| 4. REALIZACIONES TÉCNICAS CIENTÍFICO ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS | | |
| TIPOS | SUB-TIPOS | CARACTERÍSTICAS |
| 4.b Explotaciones Mineras | | Descripción del tipo de explotación, destacando los aspectos más notables. Causas del interés turístico. Posibilidades de visita. |
| 4.b Explotaciones Agropecuarias y Pesqueras | Agricultura Ganadería Piscigranja | Descripción del tipo de explotación, destacando los aspectos más notables. Causas del interés turístico. Posibilidades de visita. |
| 4.c Explotaciones Industriales | Fábrica de Lácteos Trapiches Vitivinícolas Bodegas Otros Zoológicos | Descripción del tipo de explotación, destacando los aspectos más notables. Causas del interés turístico. Posibilidades de visita. |
| 4.d Centros Científicos y Técnicos | Jardines Botánicos y viveros Planetarios Acuarios Túneles Puentes Modernos Centrales Hidroeléctricas Represas Otros | Descripción del tipo de explotación, destacando los aspectos más notables. Causas del interés turístico. Posibilidades de visita. |
| 4.e Otros | | |

Tabla de tipos de categorías de realizaciones técnicas científico artístico contemporáneo.

| CATEGORÍA: | | |
|---------------------------------------|---|---|
| 5. ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS | | |
| TIPOS | SUB-TIPOS | CARACTERÍSTICAS |
| 5.a Artísticos | Danza Música Teatro Exposiciones Otros | Fecha de realización. Tipo y calidad del programa. Causas del interés turístico |
| 5.b Eventos | Convenciones Concursos Ferias (no artesanales) Festivales Congresos | Descripción del evento. Causas de interés turístico. |
| 5.c Fiestas | Fiestas Patronales. Fiestas Religiosas. Carnavales. | Descripción de la fiesta. Causas de interés turístico. |
| 5.d Otros | | |

Tabla de tipos de categorías de acontecimientos programados.

ANEXO F. REQUISITOS PARA ORGANIZAR UNA SOCIEDAD EN EL SALVADOR.

- La Sociedad tendrá el nombre que el inversionista escoja, seguido de las siglas de tipo de sociedad que elijan constituir;
- La Sociedad será de nacionalidad salvadoreña;
- El domicilio de la Sociedad será el de la ciudad en donde se vaya a asentar las oficinas principales, estableciéndose además que podrá abrir sucursales en otras ciudades de El Salvador, o en el exterior;
- El término de existencia de la Sociedad puede ser por tiempo determinado o indeterminado;
- El capital mínimo deberá ser de ¢100,000 equivalentes a US\$ 11,428.57 (al elegirse constituir Sociedad Anónima, Sociedad en Comandita por acciones o Sociedad de Responsabilidad Limitada). No existe restricción en cuanto a la participación de extranjeros en Sociedades de nacionalidad salvadoreña, y pueden tener el cien por ciento del capital, si así lo desean.
- De acuerdo con el Código de Comercio, el capital debe ser pagado al momento de firmar la escritura pública de constitución de la Sociedad. El Notario Público autorizante debe dar fe de haber visto un cheque certificado a nombre de la Sociedad, por el capital total, contra un Banco local, o en su defecto, un cheque, estableciendo en ese caso un plazo el cual no podrá ser mayor a 5 años para el pago del saldo insoluto.
- Para la constitución de la Sociedad serán necesarios por lo menos DOS ACCIONISTAS, estableciéndose el porcentaje de acciones (S.A. o S en C. Por acciones) o participaciones (S. Ltda, S. Comandita Simple y S. Colectiva) que cada uno de ellos tendrá. Si uno de los accionistas es una Sociedad extranjera, un Poder Especial debe ser otorgado para que sea representada en el momento de la firma. Lo mismo aplica si los accionistas son personas naturales extranjeras que no podrán venir al país a firmar la escritura de constitución;
- La administración: No hay problema en que quien tenga la representación legal sea extranjero y no viva en El Salvador, pero para efectos prácticos, sobre todo al principio, se aconseja que al menos uno de los directores propietarios que tengan representación legal, resida en El Salvador, para que pueda firmar peticiones, autorizaciones y todo lo necesario para la organización de la Sociedad. Los Directores, Gerentes o el Administrador ejercen sus funciones por un período fijo que no puede ser mayor de cinco años.
- La administración de la sociedad es la que debe de nombrar al Auditor Externo de la misma;
- Es necesario enviar al Notario fotocopias de los pasaportes o de los Documentos de Identidad, de las personas que comparecerán a otorgar la escritura de constitución.

ANEXO G. MANUAL DE ORGANIZACIÓN DE GUAZAPA TOURS DE R.L.

MANUALES ADMINISTRATIVOS

Los manuales administrativos son medios valiosos para la comunicación, y sirven para registrar y transmitir la información, respecto a la organización, y funcionamiento de la dependencia; es decir, entenderemos por manual de organización en general el documento que contiene, en forma ordenada y sistemática, la información y/o las instrucciones sobre historia, organización, política y/o procedimientos de una institución, que se consideren necesarios para la mejor ejecución del trabajo.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

El manual de organización es un documento oficial que describe claramente la estructura orgánica y las funciones asignadas a cada elemento de una organización, así como las tareas específicas y la autoridad asignada a cada miembro del organismo.

A continuación se presenta el Manual de Organización para Guazapa Tours de R.L.:

GUAZAPA TOURS DE R.L.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

2017



MANUAL DE ORGANIZACIÓN GUAZAPA TOURS DE R.L.

El presente manual de organización tiene como propósito, dar a conocer de una manera clara y objetiva la forma de operación de las diferentes unidades y comités de las cuales se encuentra constituida Guazapa Tours de R.L., así como también las funciones que desempeñarán las diferentes áreas operativas que lo conforman. Además permite identificar con claridad las responsabilidades de cada una y evitar la duplicidad de funciones, conocer las líneas de comunicación y de mando, y proporcionar los elementos para alcanzar la excelencia en el desarrollo de sus funciones.

Es importante que las personas responsables de cada uno de los cargos asignados, tengan en cuenta lo descrito en este manual para desempeñar la función asignada y así evitar problemas de trabajo y coordinación de las actividades que se estarán desarrollando.

Por ser un documento de consulta frecuente, este manual deberá ser actualizado cada año, o en su caso cuando exista algún cambio funcional al interior de un área del comité, por lo que cada una de las unidades deberá aportar la información necesaria para este propósito.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN GUAZAPA TOURS DE R.L.

OBJETIVO

Proporcionar la información necesaria a las áreas que conforman la Cooperativa Guazapa Tours de R.L., con el fin de dar a conocer la forma de organización, los objetivos, funciones y niveles de responsabilidad de cada unidad administrativa.

MISIÓN

Administrar los servicios turísticos que brinda la Cooperativa Guazapa Tours de R.L. haciendo un uso óptimo de los recursos disponibles para garantizar el servicio a los turistas.

VISIÓN

Hacer de Guazapa Tours de R.L. una organización líder en turismo rural a nivel municipal, nacional e internacional.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN GUAZAPA TOURS DE R.L.

ESTRUCTURA ORGÁNICA

1. ASAMBLEA GENERAL.
 - 1.1. CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN.
 - 1.1.1. COMITÉ DE OPERACIÓN TURÍSTICA
 - 1.1.2. COMITÉ DE EDUCACIÓN
 - 1.1.3. COMITÉ DE AHORRO Y CRÉDITO
 - 1.1.4. COMITÉ DE MEDIO AMBIENTE

ORGANIGRAMA



MANUAL DE ORGANIZACIÓN GUAZAPA TOURS DE R.L.

NOMBRE DE LA UNIDAD: ASAMBLEA GENERAL

PÁGINA 1 DE 6

**Dependencia
jerárquica:**

**Unidades
subordinadas:**

Descripción general:

La asamblea general, es la autoridad máxima de la asociación y estará integrada por la totalidad de los miembros activos y fundadores de Guazapa Tours de R.L.

FUNCIONES

- Elegir, ratificar, aceptar renunciaciones y destituir total o parcialmente a los miembros de la junta directiva por mayoría de votos de los asistentes.
- Nombrar el auditor externo y fijar sus emolumentos.
- Aprobar, reformar o derogar los estatutos y el reglamento interno de la sociedad colectiva.
- Aprobar o desaprobado la memoria anual de labores de la sociedad presentada por la junta directiva.
- Ratificar las cuotas periódicas y contribuciones eventuales de los miembros.
- Decidir sobre la compra, venta o enajenación de los bienes inmuebles pertenecientes a la sociedad.
- Facultar a la junta directiva como directora y administradora de la asociación para aplicar las medidas administrativas necesarias y convenientes durante su gestión, todas encaminadas a la consecución de los fines de la sociedad.
- Decidir todos aquellos asuntos de interés para la sociedad y que no estén contemplados en los estatutos.

Elaborado por: Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



MANUAL DE ORGANIZACIÓN GUAZAPA TOURS DE R.L.

| | | | |
|---|--------------------------------|-------------------------------|----------------------|
| | | | |
| NOMBRE DE LA UNIDAD: CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN | | | PÁGINA 2 DE 6 |
| Dependencia jerárquica: | ASAMBLEA GENERAL | Unidades subordinadas: | |
| <p>Descripción general: El consejo de administración se encarga de gestionar todo el funcionamiento y operación turística.</p> | | | |
| FUNCIONES | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificación de los objetivos y metas de la Cooperativa. ▪ Seguimiento al funcionamiento de la organización (unidades o equipos). ▪ Control de unidades o equipos. ▪ Toma de decisiones trascendentales: inversión, asocio, negociaciones, suspensión de socios, sanciones, etc. ▪ Liderazgo y motivación de la Cooperativa. ▪ Conformación de equipos de trabajo. ▪ Evaluación del trabajo de la Cooperativa, cumplimiento de metas y desempeño. ▪ Cumplimiento de los principios y valores Cooperativos, reglamentos y normas de trabajo. ▪ Dar seguimiento al cumplimiento de las obligaciones de los socios y proponer las medidas necesarias ante el incumplimiento. ▪ Realizar gestiones ante la municipalidad e instituciones de gobierno y ONG's, en cuanto a: apoyo técnico, capacitaciones, seguridad, mejora de vías de acceso, aplicación de normativas ambientales, etc. ▪ Definir la representación de la Cooperativa en espacios de coordinación o alianzas con otros entes locales o nacionales: Comité de Desarrollo Turístico de Suchitoto, La MNTRC, el MITUR, CONAMYPE y CDMYPE. | | | |
| Elaborado por: | Bch. De la O, Vela y González. | Aprobado por: | |



MANUAL DE ORGANIZACIÓN GUAZAPA TOURS DE R.L.

| | | | |
|--|----------------------------------|-------------------------------|----------------------|
| | | | |
| NOMBRE DE LA UNIDAD: COMITÉ DE OPERACIÓN TURÍSTICA | | | PÁGINA 3 DE 6 |
| Dependencia jerárquica: | CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN | Unidades subordinadas: | |
| <p>Descripción general: El comité de operación turística gestiona las actividades propias de todos los servicios que ofrece Guazapa Tours de R.L. así como la coordinación de la PCRTS.</p> | | | |
| FUNCIONES | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Preparar y coordinar los diferentes servicios a prestar en el marco de la PCRTS o visitas de turistas por cuenta propia. ▪ Coordinar con los responsables de cada servicio, las cantidades de turistas que se proyectan atender y hacer los preparativos necesarios: grupo de guías, transporte (lancha, vehículo, microbús, bicicleta, caballos), alimentación, camping, operación de canopy, cuerdas altas, talleres de artesanías, venta de productos, etc. ▪ Garantizar la actividad de cobro por los paquetes y servicios turísticos prestados, entrega de recibos y documentación de los mismos. ▪ Coordinar con otras iniciativas de la zona los requerimientos de servicios de estas y la atención a turistas enviados por la Cooperativa. ▪ Coordinar con el equipo de guías la atención a los turistas desde la recepción de estos en los lugares acordados hasta la finalización de la actividad turística en el destino definido. ▪ Coordinar con los guías la prestación de los diferentes servicios en coordinación con cada equipo prestador de servicios y dar respuesta a eventualidades. ▪ Dar seguimiento a la conformación de los equipos de trabajo de la Cooperativa. ▪ Controlar el cumplimiento de las normativas por las personas participantes en los diferentes servicios socios y no socios. ▪ Proponer áreas de capacitación a los diferentes miembros de los equipos de trabajo de la Cooperativa. ▪ Proponer los incentivos a los participantes en la prestación de servicios turísticos. ▪ Proponer sanciones a las personas que no cumplan con las responsabilidades o normativas y principios cooperativos. ▪ Proponer y desarrollar la evaluación del desempeño de los miembros de los equipos de trabajo y sugerir propuestas para la mejora. | | | |
| Elaborado por: | Bch. De la O, Vela y González. | Aprobado por: | |



MANUAL DE ORGANIZACIÓN GUAZAPA TOURS DE R.L.

NOMBRE DE LA UNIDAD: COMITÉ DE EDUCACIÓN

PÁGINA 4 DE 6

**Dependencia
jerárquica:**

**CONSEJO DE
ADMINISTRACIÓN**

**Unidades
subordinadas:**

Descripción general:

Este comité se dedica a la parte técnica, el aprendizaje y capacitación de cada uno de los miembros de la Cooperativa en cada área que se requiera.

FUNCIONES

- Preparar la logística necesaria en cuanto a fortalecimiento técnico del área de atención al cliente, administrativa o de todas las que requieran orientación para garantizar la adecuada prestación de los servicios en el marco de la PCRTS o visitas de turistas relativos a su área de trabajo.
- Coordinar con los demás responsables de las iniciativas la gestión para incluir a todos los participantes de la PCRTS.
- Garantizar la aplicación de las capacitaciones impartidas para dar seguimiento y mejor provecho de los conocimientos adquiridos.
- Coordinar con otras iniciativas de la zona los requerimientos necesarios para brindar las capacitaciones, el lugar, los horarios, etc.
- Planificar las actividades que permitan la capacitación continua en el marco de la evolución, crecimiento y tendencias en turismo que cambian continuamente.

Elaborado por: Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



MANUAL DE ORGANIZACIÓN GUAZAPA TOURS DE R.L.

NOMBRE DE LA UNIDAD: COMITÉ DE AHORRO Y CRÉDITO

PÁGINA 5 DE 6

**Dependencia
jerárquica:**

**CONSEJO DE
ADMINISTRACIÓN**

**Unidades
subordinadas:**

Descripción general:

Gestiona la parte de los ingresos de los socios y de las actividades que se realizan a beneficio de la Cooperativa.

FUNCIONES

- Preparar la logística necesaria para garantizar la adecuada recepción de aportaciones de los socios de la Cooperativa.
- Coordinar actividades que promuevan el desarrollo de la Comunidad y que motiven a que más personas se asocien.
- Promocionar la Cooperativa y fomentar el involucramiento como fuente de empleo que brinda en las actividades turísticas que realizan.
- Dar respuesta adecuada a las eventualidades que surjan en su área de servicios.
- Planificar las actividades que permitan la sostenibilidad económica de su área de servicios o el mayor aporte posible a la Cooperativa.

Elaborado por:

Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:



MANUAL DE ORGANIZACIÓN GUAZAPA TOURS DE R.L.

NOMBRE DE LA UNIDAD: COMITÉ DE MEDIO AMBIENTE

PÁGINA 6 DE 6

**Dependencia
jerárquica:**

**Unidades
subordinadas:**

Junta directiva

Descripción general:

Este comité se encarga de velar por el cumplimiento de la política de respeto al medio ambiente de la Guazapa Tours de R.L. así como las gestiones en materia de cuidado y protección del Cerro de Guazapa.

FUNCIONES

- Preparar la logística necesaria para garantizar la adecuada prestación de los servicios en el marco de la PCRTS o visitas de turistas relativos a su área de trabajo que sean amigables con el Medio Ambiente y no generen un impacto negativo en el ecosistema del Cerro de Guazapa.
- Coordinar las labores de limpieza y la cultura del reciclaje en los miembros de la Cooperativa, los turistas visitantes y la Comunidad en general.
- Formular planes de acción preventivos ante casos de incendio en época de verano para la protección de la fauna y flora del Cerro de Guazapa.
- Dar respuesta adecuada a las eventualidades que surjan en su área de servicios.
- Planificar las actividades que permitan la sostenibilidad económica de su área de servicios o el mayor aporte posible a la Cooperativa.

Elaborado por: Bch. De la O, Vela y González.

Aprobado por:

ANEXO H. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA DETERMINAR EL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA.

A continuación se detallan cada una de las valoraciones consideradas en el instrumento recolector de información para conocer el grado de satisfacción del turista.

| CALIFICACIÓN | EXPLICACIÓN |
|--------------|--|
| EXCELENTE | Significa que los atributos cumplen con la calidad y pasa las expectativas de los turistas por lo que debe de seguirse trabajando de esta manera con la calidad de estos. Si este es mayor o igual al 50 % es un porcentaje satisfactorio e indica que debe de seguirse ofreciendo esa calidad y si es posible mejorar. |
| MUY BUENO | Esto da a conocer que el turista le parece que satisface sus expectativas y que podría regresar a el destino pero aun así no sobrepasa al de otros lugares que han visitados o conocido .si el porcentaje es mayor a 50 % significa que se tienen buenos resultados pero hay que seguir mejorando |
| BUENO | Significa que el atributo el turista lo percibió le pareció que satisfacía de forma general su expectativa pero no es la mejor calidad que ha visto en comparación a otros lugares u otras experiencias. Si esta es mayor al 40% significa que hay que seguir buscando mejores formas para brindar mayor calidad en estos atributos. |
| REGULAR | Significa que el atributo fue percibido positivamente por el turista pero no fue lo suficiente para cumplir su satisfacción. Si el porcentaje de estas opiniones es mayor a 30% deberá tomarse medidas de solución para bajar estas expectativas. |
| MALO | Significa que el atributo no cumplió con las expectativas del cliente por lo tanto no fue satisfactorio si se obtiene una respuesta que aumenta a partir del 10 % deberán buscarse medidas rápidas que mejore la situación. |

GESTIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.

Serán las acciones sistemáticas y estructuradas que se llevarán a cabo para la recogida, evaluación y búsqueda de soluciones a las quejas de los clientes, esta se hará a través de un buzón de quejas, sugerencias y opinión del servicio ofrecido.

Propuesta de procedimiento:

- 1) Recepción de queja reclamo o sugerencia en el buzón de cada iniciativa o al final del circuito realizado.
- 2) Recolección de información de los buzones.
- 3) Procesamiento de la información.
- 4) Reunión para análisis de la información por parte del comité de operación turística.
- 5) Retroalimentación a iniciativas y personal para erradicar los problemas percibidos por los turistas

La información se recolectará de forma mensual en la que se observarán especialmente aquellos puntos de mayor afluencia como lo es semana santa, vacaciones agostinas, vacaciones de fin de año y fines de semana. Estos análisis serán responsabilidad del encargado de calidad y su análisis y solución será a través de una reunión con todos los miembros del comité de operación turística.

ANEXO I. EVALUACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS RURALES EN SUCHITOTO.

EVALUACIÓN INTERNA

Es necesario conocer como se está brindando el servicio turístico desde el punto de vista interno, es decir como comité de operación turística, el cual deberá estar pendiente con las evaluaciones que se realicen a cada una de las actividades y de esta manera controlar y mejorar la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen.

Lista de chequeo de calidad: Para poder verificar si se están poniendo en práctica los puntos clave o factores que determinan si se está cumpliendo con la calidad en los productos o servicios turísticos que se esperan ofrecer, es necesario hacer uso de una lista de chequeo que permita comprobar que se está ofreciendo un servicio de calidad.

EVALUACION EXTERNA

Lo primordial es comprometerse a asegurar la satisfacción de los clientes en todo el proceso en el que se esté desarrollando las actividades, por lo que es muy importante conocer la opinión de los turistas de acuerdo a la prestación del servicio. Para esto es necesario realizar encuestas dirigidas a los turistas que ayudaran a identificar los problemas que se encuentran, sugerencias, etc., y permitir mejorar la calidad en los servicios que se ofrecen.

A continuación se presenta un instrumento que se puede tomar como referencia para identificar las fallas y mejoras que puede necesitar el servicio turístico que se espera ofrecer:

ENCUESTA AL TURISTA

1. De las actividades que realizó, por favor indique qué le pareció cada una de ellas.

| Actividad | Bueno | Malo | Excelente |
|-----------|-------|------|-----------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |

2. ¿Cómo califica el lugar donde realizó cada actividad, en los siguientes aspectos?

Nota: Si su calificación es BUENO o MALO, por favor conteste por qué?

| Aspecto | Bueno | Malo | Excelente | ¿Por qué? |
|-------------------|-------|------|-----------|-----------|
| Seguridad | | | | |
| Higiene | | | | |
| Accesibilidad | | | | |
| Información clara | | | | |
| Atención recibida | | | | |

3. ¿Qué novedades observó en las actividades que realizó?

| Actividad | Novedad |
|-----------|---------|
| | |
| | |
| | |

4. ¿Qué no le gustó de las actividades que realizó?

5. ¿Qué otras actividades cree que se pueden realizar en los lugares que usted visitó?

6. ¿En qué aspectos considera que se necesita mejorar?

ANEXO J. CONTROL Y NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

A continuación se presenta un formato para llevar un control de las personas que han recibido capacitaciones y las que aún no:

| N° DE PERSONAS CAPACITADAS | RUBROS A LOS QUE PERTENECEN | TIPO DE CAPACITACIÓN BRINDADA | PERSONAS QUE NO HAN RECIBIDO CAPACITACIÓN |
|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Es muy importante tener en cuenta que se deberá llevar un control sobre las capacitaciones impartidas, los resultados positivos o negativos que se han obtenido con la aplicación de conocimientos adquiridos por las personas capacitadas, dependiendo de esos resultados se definirá una programación para las próximas capacitaciones, los temas a impartir, el número de personas que recibirán la capacitación.

Para esto se necesita de un formato que ayude a recopilar los resultados, a programar fechas, describir el tipo de capacitación de acuerdo a las definidas anteriormente y los temas de acuerdo a las necesidades requeridas por la comunidad. Este se presenta a continuación:

| RESULTADOS DE CAPACITACIONES BRINDADAS | FECHA PRÓXIMA DE CAPACITACIONES | TIPO DE CAPACITACIÓN | NÚMERO DE PERSONAS PARTICIPANTES | TEMAS A CUBRIR | RESPONSABLE |
|--|---------------------------------------|-------------------------|--|-------------------|-------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

ANEXO K. FOTOGRAFÍAS



Iglesia de Aguacayo.



Lago de Suchitlán.



Visita al Bosque de Cinquera.



Visita a Hacienda Los Nacimientos.



Visita a Hotel Blanca Luna.



Visita a Iglesia Santa Lucía



Visita a Hotel Los Almendros de San Lorenzo.



Visita a Museo Chihuahua.



Fotografía visita contraparte 17 de junio de 2017.



Fotografía visita contraparte septiembre de 2017.