

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA
MICROREGIÓN AHUACHAPÁN NORTE**

PRESENTADO POR:

STEFANY LISSETTE HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

KAREN VANESSA LANDAVERDE RIVERA

CELSY YESSENIA VÁSQUEZ MURILLO

PARA OPTAR AL TITULO DE:

INGENIERO INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, FEBRERO DE 2020

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO GENERAL:

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCON SANDOVAL

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

DECANO:

DOCTOR EDGAR ARMANDO PEÑA FIGUEROA

SECRETARIO:

ING. JULIO ALBERTO PORTILLO

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR:

**ING. GEORGETH RENAN
WENNER OSMARO RODRÍGUEZ ARÉVALO**

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:

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA
MICROREGIÓN AHUACHAPÁN NORTE**

Presentado por:

STEFANY LISSETTE HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

KAREN VANESSA LANDAVERDE RIVERA

CELSY YESSSENIA VÁSQUEZ MURILLO

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. OSCAR RENÉ MONGE

SAN SALVADOR, FEBRERO DE 2020

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. OSCAR RENÉ MONGE

AGRADECIMIENTOS

Hace un par de años, tome la decisión de estudiar ingeniería industrial. Durante todo este viaje, existieron muchos obstáculos, muchas pruebas, muchas tristezas, así como alegrías, logros, nuevos conocimientos y experiencias, y es tan gratificante el poder llegar hasta acá, y ser testigo de que las bendiciones de Dios son grandes, le agradezco tanto, por siempre estar conmigo en todo momento, cuidar mi camino, por haberme permitido culminar mi carrera, pero sobre todo poder compartir esta alegría con mi familia.

Le agradezco a mi madre Thelma Lissette Martínez, mi motor, mi aliento, una gran mujer que admiro mucho, quien siempre ha estado a mi lado, brindándome su amor, apoyo incondicional, animándome, escuchándome y guiándome hacia el buen camino. Cuando sentía que no podía más, un abrazo suyo, su sonrisa y sus atenciones, me hacían seguir con ánimo. Gracias por compartir conmigo durante todo este camino y por creer en mí. Me hace tan feliz poder llenarla de orgullo. Este logro también es de ella.

Agradezco a mis hermanos David y Gabriela, quienes a su manera han estado apoyándome, cuidándome y creyendo en mí. Esperando verlos pronto culminar sus carreras y triunfando.

A mi tío, Néstor Martínez, quien en la cercanía o a la distancia, me ha apoyado y ha estado siempre presente en la familia.

A mi novio, ingeniero Antonio Colorado, con quien comenzamos juntos este camino, un ejemplo a seguir y mi admiración hacia ti. Gracias por tu apoyo, tus consejos, tu paciencia, por escucharme cuando más lo necesite, por tu amor y hacer más lindo todo el camino seguido hacia este logro.

A mis compañeras de tesis, con quienes compartimos conocimiento, experiencias y trabajo en equipo durante este proceso, gracias por su amistad y su esfuerzo para el desarrollo del presente estudio.

A mis amigos: Celsy Vásquez, Anthony Sevillano, Melvin Rodríguez y Margarita Fuentes. Con quienes compartí durante mi proceso de formación y me brindaron una sincera amistad y apoyo.

A los docentes de la facultad de ingeniería, especialmente a los docentes de la escuela de ingeniería industrial, quienes, con mucha dedicación, me han formado como ingeniera,

Al asesor de trabajo de graduación, Ing. Oscar Monge, quien fue mi maestro en diferentes materias de la carrera, excelente profesional y persona, gracias al cual adquirí conocimientos de la ingeniería y nos guio con mucho ánimo en cada etapa del presente trabajo de grado.

Stefany Hernández

AGRADECIMIENTOS

Las palabras no son suficientes, para expresar lo feliz que estoy por haber culminado mi carrera; ha sido largo el camino, pero puedo decir: "Lo logré".

Llegar hasta este punto, se lo debo primeramente a mi Dios, que siempre me protegió y me guardó, que me dio la fuerza para seguir adelante en momentos difíciles, por guiarme en este camino y no permitir que desmayara.

A las dos personas más importantes en mi vida, mis padres, Víctor Manuel Landaverde y Mayra Raquel Rivera, por todo lo que me enseñaron, por los valores que me inculcaron, por su apoyo incondicional, por el esfuerzo que hicieron para que yo pudiera estudiar aquí, siempre estuvieron para mí cuando más los necesite y siempre buscaron la manera de ayudarme a pesar que no estaban cerca de mí. Una de las cosas más difíciles de venir a la universidad fue separarme de ellos y de mis hermanas, sin embargo, me llenaba de felicidad cada fin de semana, llegar a mi pueblo y saber que los encontraría esperándome para hablar de cómo me había ido esa semana en la universidad.

También agradezco a mis hermanas Andrea, Julissa, Jessica y Mariel, que nunca me negaron su ayuda y cada una me apoyo de distintas maneras y me motivaron a seguir adelante, siempre creyeron en mí y en que podría culminar mis estudios.

Al resto de mi familia, mis abuelos, mis tíos y primos, que de alguna forma me apoyaron y se alegraron de cada meta que cumplía en el camino.

A mis compañeras de tesis, Celsy y Stefany, porque me dieron la oportunidad de formar este grupo de tesis con ellas, gracias por su esfuerzo y dedicación a este trabajo, las aprecio mucho.

A todos mis amigos, cada uno sabe de qué forma me apoyó, y sé que en cualquier momento puedo contar con ellos y ellos conmigo.

A nuestro asesor, Ingeniero Oscar Monge, muchas gracias por guiarnos con sus conocimientos y experiencia en cada etapa de este trabajo de graduación, que termina aquí y de manera exitosa.

También a todos los docentes, que me transmitieron sus conocimientos y experiencias, para poder formarme como una profesional.

A todas las personas que me apoyaron para que cumplir esta meta, gracias.

Karen Landaverde

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, le doy gracias a Dios, por permitirme llegar a este momento, por guiarme, iluminarme y llenarme de sabiduría, y permitirme poder culminar esta etapa importante en mi vida.

A mi madre, que, sin su apoyo incondicional y sus sacrificios, no hubiera logrado llegar hasta aquí. Gracias mamá porque a pesar de la distancia, siempre estuviste pendiente de mí, y me diste todo tu apoyo incondicional, me motivabas cuando más lo necesitaba y me hiciste creer que si lo podía lograr.

A mi padre, porque a pesar de todas las dificultades siempre me brindó su apoyo en la medida de lo posible.

A mi abuela Rosa Murillo, quien siempre se ha preocupado por mí, nos ha cuidado y ha estado al pendiente de nosotros, gracias abuelita por creer en mí siempre, y por siempre pedirle a Diosito que nos cuidara y protegiera en nuestro camino.

A mis hermanos Everardo, Cristhian, Karen y Adonay que siempre creyeron en mí, y estuvieron siempre pendiente de mí. Gracias Vilma, Catherine y Zaira, por estar a mi lado en los momentos difíciles, por ayudarme cuando las necesitaba, por levantarme cuando se los pedía, gracias hermanas por su amor y su apoyo.

A ti Melvin Rodríguez, que iluminaste mis días tristes y estresantes de felicidad, me apoyaste cuando más lo necesitaba, gracias por siempre creer en mí y por apoyarme en los trabajos, gracias por tus palabras de apoyo y por siempre escucharme.

Stefany Hernández y Anthony Sevillano, gracias por su linda amistad en estos últimos años, por su apoyo incondicional, por su paciencia y por su ayuda.

Agradezco a mi grupo de trabajo de tesis por haber compartido tantas experiencias y conocimiento en el desarrollo del trabajo de grado, muy agradecida por su apoyo y su amistad a lo largo de estos 11 meses.

A nuestro asesor Ing. Oscar Monge, que durante todo este tiempo nos brindó todo su apoyo, su compromiso nos alentó a seguir adelante y cumplir nuestros objetivos.

Celsy Vásquez

ÍNDICE

A. INTRODUCCIÓN.....	36
B. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	38
C. ALCANCES	40
D. LIMITACIONES	41
E. IMPORTANCIA.....	42
F. JUSTIFICACIÓN.....	44
G. RESULTADOS ESPERADOS	46
H. ETAPA DE DIAGNOSTICO	48
I. GENERALIDADES.....	49
1. OBJETIVOS DE LA ETAPA.....	50
2. METODOLOGIA GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	51
II. MARCOS DE LA INVESTIGACIÓN	54
1. MARCO CONCEPTUAL	55
1.1. DEFINICIONES	55
1.2. CLASIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	64
1.3. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO VINCULADO AL ECOTURISMO	66
1.4. INSTITUCIONES RECTORAS DEL TURISMO EN EL SALVADOR.....	67
1.5. SISTEMAS TURISTICOS.....	68
1.6. MODELOS DE SISTEMAS TURISTICOS.	71
1.7. MODELOS DE PLANES DE DESARROLLO TURISTICO.....	79
2. MARCO CONTEXTUAL	90
2.1. ORIGEN DE LA PALABRA TURISMO.....	90
2.2. ORIGEN DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL.....	90
2.3. TURISMO EN LA ACTUALIDAD	92
2.4. ORIGEN DEL TURISMO EN EL SALVADOR.....	99
2.5. TURISMO ACTUAL EN EL SALVADOR.....	100
2.6. DESTINOS TURÍSTICOS EN EL SALVADOR	107
2.7. PROGRAMAS TURÍSTICOS EN EL PAIS.....	113
3. MARCO LEGAL.....	116
3.1. LEY DE TURISMO	116
3.2. LEY ESPECIAL DE PROTECCIÓN AL PATRIMONIO CULTURAL DE EL SALVADOR.	117
3.3. PLAN NACIONAL DE TURISMO 2020.....	118

3.4.	POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO	119
3.5.	LEY DE LA CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO	119
3.6.	ALCALDÍAS MUNICIPALES.....	120
3.7.	NORMAS TÉCNICAS SALVADOREÑAS (NTS).....	120
III.	SITUACIÓN TURÍSTICA ACTUAL DE LA MICRORREGIÓN AHUACHAPAN NORTE	121
1.	GENERALIDADES PARA LA ELABORACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.	122
1.1.	SELECCIÓN DEL MODELO DE SISTEMA TURISTICO.	122
1.2.	SELECCIÓN DEL MODELO DE PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	125
1.3.	OBJETO DE ESTUDIO	127
1.4.	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	128
2.	GENERALIDADES DE LA MICRORREGIÓN AHUACHAPAN NORTE	144
2.1.	ZONA OCCIDENTAL DE EL SALVADOR	144
2.2.	AHUACHAPÁN.....	145
2.3.	MICRORREGIÓN NORTE DE AHUACHAPÁN.	150
2.4.	CONTRAPARTE DEL ESTUDIO	156
2.5.	MUNICIPIO DE ATQUIZAYA.....	166
2.6.	MUNICIPIO DE SAN LORENZO	174
2.7.	MUNICIPIO DE EL REFUGIO	181
2.8.	MUNICIPIO DE TURIN.....	186
2.9.	ANÁLISIS DE LA INFORMACION SECUNDARIA.....	191
2.10.	SITUACIÓN TURÍSTICA ACTUAL EN LA MICRORREGION.....	192
2.11.	ANÁLISIS GLOBAL DE INFORMACION SECUNDARIA.....	198
2.12.	PERFIL DE LOS MUNICIPIOS DE LA MICRORREGION.....	199
3.	INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICO.....	200
3.1.	OBJETIVOS DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS.....	200
3.2.	METODOLOGIA DEL INVENTARIO TURÍSTICO.....	201
3.3.	CATEGORIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS	202
3.4.	CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.....	203
3.5.	RECURSOS TURÍSTICOS DE LA MICRORREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE	210
3.6.	RESULTADOS DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS.....	305
3.8.	JERARQUIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS	311
3.7.	RESULTADOS DE LA JERARQUIZACION DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS	323
4.	INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA	329

4.1.	OBJETIVOS DEL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA	329
4.2.	ESQUEMA METODOLOGICO	329
4.3.	CLASIFICACIÓN	331
4.4.	RECOPIACION DE LA INFORMACION DEL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA.	337
4.5.	RESULTADOS DEL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA.	367
5.	MERCADO DE CONSUMO TURÍSTICO	368
5.1.	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	368
5.2.	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	370
5.3.	IDENTIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN	370
5.4.	SELECCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN	370
5.5.	IDENTIFICACION Y ANÁLISIS DE SEGMENTACIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR	370
5.6.	PLAN DE MUESTREO	372
5.7.	METODOS DE RECOLECCION DE DATOS.....	382
5.8.	HALLAZGOS PRINCIPALES.....	417
5.9.	PERFIL DEL CONSUMIDOR	419
5.10.	CÁLCULO Y PROYECCIONES DE LA DEMANDA	422
5.11.	ANÁLISIS GENERAL DEL MERCADO CONSUMIDOR.....	431
6.	MERCADO COMPETIDOR	433
6.1.	METODOLOGIA INVESTIGACION	434
6.2.	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	435
6.3.	IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES	436
6.4.	MÉTODO DE OBTENCIÓN DE DATOS.....	437
6.5.	SÍNTESIS Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN.....	442
6.6.	PERFIL DEL COMPETIDOR	467
6.7.	ANÁLISIS DE MERCADO COMPETIDOR	468
7.	MERCADO DISTRIBUIDOR.....	472
7.1.	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	473
7.2.	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	474
7.3.	INFORMACIÓN SECUNDARIA DEL DISTRIBUIDOR.....	474
7.4.	IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACION DEL MERCADO DISTRIBUIDOR....	481
7.5.	METODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN 488	
7.6.	TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN	493
7.7.	PERFIL DEL DISTRIBUIDOR.....	502
7.8.	ANÁLISIS DE MERCADO DISTRIBUIDOR	503

8.	MERCADO PROVEEDOR.....	507
8.1.	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	507
8.2.	IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACION DEL MERCADO ABASTECEDOR ..	508
8.3.	METODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN 508	
8.4.	INSTITUCIONES DE APOYO	510
8.5.	INSTITUCIONES FINANCIERAS	513
8.6.	TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN	517
8.7.	ANÁLISIS GLOBAL DEL MERCADO PROVEEDOR.....	519
IV.	DIAGNOSTICO	520
1.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	521
1.1.	ORGANIZACIÓN TURISTICA.	521
1.2.	COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.....	525
1.3.	DEMANDA TURÍSTICA.....	526
1.4.	OFERTA TURISTICA.	528
2.	RESUMEN DE DIAGNÓSTICO.....	537
3.	ANÁLISIS FODA.....	539
4.	VOCACIÓN TURÍSTICA.....	548
5.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	551
5.1.	ANÁLISIS DE MARCO LÓGICO.....	554
5.2.	DESCRIPCION DE LAS CAUSAS DEL PROBLEMA	558
5.3.	FORMULACION DEL PROBLEMA.....	560
I.	ETAPA DE DISEÑO	562
I.	GENERALIDADES.....	564
1.	OBJETIVOS DE LA ETAPA.....	564
2.	METODOLOGÍA DE GENERAL DEL DISEÑO DE LA SOLUCIÓN	565
II.	CONCEPTUALIZACIÓN DE LA SOLUCIÓN.....	567
1.	DEFINICIÓN DE LA SOLUCIÓN	567
2.	COMPONENTES DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN.....	572
III.	PROPUESTA ESTRATÉGICA	579
1.	VISUALIZACIÓN	580
1.1.	MISIÓN.....	580
1.2.	VISIÓN	582
2.	OBJETIVOS	583
2.1.	OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL DEL PLAN DE DESARROLLO.....	583

2.2.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ESPECÍFICOS	583
3.	ESTRATEGIAS	585
3.1.	IDENTIFICACIÓN DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS.....	585
3.2.	APLICACIÓN DE LA MATRIZ FODA CRUZADA.....	586
3.3.	PRIORIZACIÓN: CRITERIOS, EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR.	592
3.4.	ESTRATEGIAS SELECCIONADAS	598
3.5.	MAPA ESTRATÉGICO.....	598
3.6.	PROPUESTA ESTRATÉGICA DE SOLUCIÓN.	600
IV.	MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA Y OFERTA TURÍSTICA.	606
1.	PROGRAMA DE DESARROLLO DEL PRODUCTO TURISTICO.....	606
1.1.	PROYECTO DE PRODUCTO TURISTICO CULTURAL.....	607
1.2.	PROYECTO DE PRODUCTO TURISTICO AGROTURISMO.....	629
1.3.	PROYECTO DE PRODUCTO TURISTICO AVENTURA Y ECOTURISMO...	639
1.4.	PROYECTO DE PAQUETE TURÍSTICO A LA MEDIDA.	649
1.5.	CAPACIDAD TURISTICA DE LA MICRORREGION.....	656
1.6.	PRECIO PARA LAS RUTAS DE PRODUCTOS TURISTICOS.....	658
1.7.	VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA UBICACIÓN DE LOS PRODUCTOS.	660
1.8.	REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.....	677
1.9.	PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.....	687
2.	PROGRAMA MEJORA EN SERVICIOS DE INFORMACION TURISTICA	696
2.1.	PROYECTO DE CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.....	697
2.2.	PROYECTO DE MEDIOS DE INFORMACIÓN EN LOCALES	709
2.3.	REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.....	714
3.	PROGRAMA DE ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA ADECUADA.	720
3.1.	PROYECTO FACIL ACCESO A LOS RECURSOS TURISTICOS.....	721
3.2.	PROYECTO DE INTERCONEXION ENTRE LOS MUNICIPIOS.	726
3.3.	PROYECTO INFRAESTRUCTURA PARA ARTESANIAS.....	732
3.4.	PROYECTO USO DE DESECHOS SOLIDOS EN PARQUES Y SERVICIOS SANITARIOS.	737
3.5.	PROYECTO SEÑALIZACION TURISTICA.....	741
3.6.	REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.....	747
V.	DESARROLLO DE LA SOSTENIBILIDAD Y CALIDAD TURÍSTICA.....	759
1.	PROGRAMA DE CALIDAD TURÍSTICA Y SOSTENIBILIDAD	759
1.1.	PROYECTO DE BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO.....	760

1.2.	PROYECTO DE SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD.....	784
1.3.	PROYECTO DE CAPACITACIONES	792
1.4.	REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.....	797
2.	PROGRAMA DE PROTECCIÓN DEL RECURSO NATURAL Y CULTURAL	801
2.1.	PROYECTO ACTIVIDADES PARA PRESERVAR EL RECURSO NATURAL. 802	
2.2.	PROYECTO ACTIVIDADES PARA RESCATAR TRADICIONES Y COSTUMBRES.....	805
2.3.	REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.....	810
VI.	MEJORAMIENTO DE LA PROMOCION Y PUBLICIDAD	812
1.	PROGRAMA DE PROMOCION Y MARKETING.	813
1.1.	PROYECTO DE MARCA TURÍSTICA.	814
1.2.	PROYECTO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	825
1.3.	PROYECTO DE IMAGEN DEL PERSONAL Y PRODUCTOS PUBLICITARIOS. 833	
1.4.	REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.....	836
	PROYECTO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.	836
	PROYECTO DE IMAGEN DEL PERSONAL Y PRODUCTOS PUBLICITARIOS.	836
VII.	INTEGRACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURÍSTICA.....	838
1.	PROGRAMA DE ORGANIZACIÓN Y GESTION TURISTICA.....	838
1.1.	PROYECTO DE ORGANIZACIÓN TURÍSTICA MICRORREGIONAL	838
1.2.	PROYECTO DE GESTIÓN TURÍSTICA	862
1.3.	SECUENCIA DE IMPLEMENTACION DE PROGRAMAS.	876
J.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO Y EVALUACIONES	878
I.	GENERALIDADES.....	878
1.	OBJETIVOS DE LA ETAPA.....	878
II.	INVERSIONES DE LA PROPUESTA.....	881
1.1.	INVERSION FIJA TANGIBLE	882
1.2.	INVERSION FIJA INTANGIBLE	889
2.	CAPITAL DE TRABAJO	891
2.1.	POLÍTICAS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE CAPITAL DE TRABAJO.....	893
2.2.	ESTABLECIMIENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO	893
2.3.	CAPITAL DE TRABAJO TOTAL.....	894
3.	INVERSIÓN TOTAL DE LA PROPUESTA.....	895
III.	COSTOS DE LA PROPUESTA.....	898
1.	TIPOS DE SISTEMA DE COSTO	898

2. SELECCIÓN DEL SISTEMA DE COSTOS.....	899
3. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS DE LA PROPUESTA.....	902
3.1. COSTOS DE OPERACIÓN.....	902
3.2. COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN.....	925
3.3. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN.....	938
3.4. COSTOS FINANCIEROS.....	950
3.5. COSTOS TOTALES POR RECORRIDO.....	952
3.6. COSTO UNITARIO POR RECORRIDO TURISTICO	956
3.7. CLASIFICACIÓN DE COSTOS SEGÚN EL VOLUMEN DE ACTIVIDAD	960
3.8. PRECIO DE VENTA DE LOS RECORRIDOS TURÍSTICOS.....	965
IV. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS	968
1. PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTA.....	968
2. PRESUPUESTO DE GASTOS TOTALES	973
3. SITUACIÓN DE EQUILIBRIO	977
3.1. PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD DE RECORRIDOS TURÍSTICOS	978
3.2. PUNTO DE EQUILIBRIO EN TÉRMINOS MONETARIOS	980
V. FINANCIAMIENTO DEL PLAN.	983
1. CONVENIENCIA DE FINANCIARSE	983
1.1. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE ALGUNOS TIPOS DE FINANCIAMIENTO.	983
1.2. JUSTIFICACIÓN DE FINANCIARSE.....	985
2. ANÁLISIS DE POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	986
2.2. FUENTES DE FINANCIAMIENTO NO CONVENCIONALES	987
2.3. ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO VÍA DEUDA	989
VI. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA	996
1. ESTADO DE RESULTADOS	997
2. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	999
3. BALANCE GENERAL.....	1001
VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.....	1003
1. EVALUACION ECONOMICA.....	1003
1.1. TASA MINIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO.....	1003
1.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	1005
1.3. TASA INTERNA DE RETORNO.....	1006
1.4. RELACION BENEFICIO COSTO	1007
2. EVALUACION FINANCIERA	1009
2.1. TIEMPO DE RETORNO DE LA INVERSION	1009

2.2. RAZONES FINANCIERAS	1010
3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	1017
3.2. EVALUACIÓN DEL ESCENARIO 1: DISMINUCIÓN DE LA DEMANDA ESPERADA	1017
3.2. EVALUACIÓN DEL ESCENARIO 2: DISMINUCIÓN DE LOS PRECIOS DE VENTA DE LOS RECORRIDOS TURÍSTICOS.....	1021
VIII.EVALUACIONES SOCIOECONÓMICAS, GÉNERO, AMBIENTAL.	1026
1. EVALUACIONES SOCIOECONÓMICAS DEL PROYECTO.....	1026
1.1. IMPACTOS EN OTRAS ACTIVIDADES.....	1026
1.2. EFECTOS EN EL NIVEL DE PRECIOS.	1033
1.3. EFECTOS EN MEDIO AMBIENTE.....	1033
1.4. EFECTOS DEMOGRAFICOS.	1034
1.5. EFECTOS CULTURALES	1034
1.6. EFECTOS EDUCACIONALES	1034
1.7. EFECTOS EN LA SALUD	1035
1.8. IMPACTOS POSITIVOS DEL PLAN EN TÉRMINOS SOCIO ECONÓMICOS	1035
1.9. IMPACTOS NEGATIVOS DEL PLAN EN TÉRMINOS SOCIO ECONÓMICOS.	1037
1.10. CONSOLIDADO INDICADORES DE BENEFICIO – COSTO SOCIO ECONOMICOS.	1037
2. EVALUACION DE GÉNERO	1039
3. EVALUACION AMBIENTAL.....	1041
3.1. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO.....	1042
3.2. METODOLOGÍA.....	1042
3.3. EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PLAN.	1045
3.4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	1049
3.5. MEDIDAS DE MITIGACIÓN Y MONITOREO AMBIENTAL	1050
IX. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO	1052
1. PLANIFICACIÓN DE LA IMPLANTACIÓN.....	1052
1.1. OBJETIVO GENERAL.....	1052
1.2. ESTRUCTURA DESGLOSADA DEL PROYECTO.....	1052
1.3. ENTREGABLES Y PAQUETES DE TRABAJO	1053
1.4. POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS	1055
1.5. ACTIVIDADES.....	1057
1.6. RECURSOS POR ACTIVIDAD.....	1059
2. RED DEL PROYECTO	1061

3. ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLANTACIÓN.....	1064
K. CONCLUSIONES.....	1077
L. RECOMENDACIONES.....	1082
M. GLOSARIO.....	1083
N. REFERENCIAS.....	1087
F. ANEXOS.....	1089

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelo de planificación turística de Molina y Rodríguez	80
Tabla 2: Datos sobre llegada de turistas internacionales a nivel mundial.....	97
Tabla 3: Llegada de turistas internacionales por región a nivel mundial.....	97
Tabla 4: Llegada de turistas internacionales a nivel del continente americano	98
Tabla 5: Llegada de turistas internacionales a El Salvador	100
Tabla 6: Producto Interno Bruto y Participación Turística.....	103
Tabla 7. Perfil del turista interno.	105
Tabla 8: Características de los tipos de investigación	131
Tabla 9: Cuadro comparativo de los tipos de investigación.....	132
Tabla 10. Técnicas de investigación para la realización del inventario turístico.	141
Tabla 11. Técnicas de investigación para la realización del mercado consumidor.	141
Tabla 12. Técnicas de investigación para la realización del mercado competidor.	142
Tabla 13. Técnicas de investigación para la realización del mercado proveedor.	142
Tabla 14. Técnicas de investigación para la realización del mercado distribuidor.	142
Tabla 15. Datos de delitos cometidos en el municipio de Atiquizaya.....	170
Tabla 16. Datos de delitos cometidos en el Municipio de San Lorenzo.	177
Tabla 17. Datos de delitos cometidos en el municipio de El Refugio.....	184
Tabla 18. Datos de delitos cometidos en el municipio de Turín.....	189
Tabla 19. Proceso de diseño de cuestionario,	193
Tabla 20: Interpretación de las entrevistas por pregunta.....	195
Tabla 21: análisis por ejes de los resultados de las encuestas.	196
Tabla 22. Perfil actual de la microrregión.	199
Tabla 23. Clasificación de los atractivos turísticos, según OEA CICATUR.....	205
Tabla 24. Aprovechamiento o desaprovechamiento de los recursos turísticos.....	308
Tabla 25. Resumen de aprovechamiento de recursos turísticos.	311
Tabla 26. Criterios de evaluación de los recursos turísticos.....	312
Tabla 27. Ponderación de los criterios de evaluación.	312
Tabla 28. Calificación según criterio de evaluación.....	313
Tabla 29. Nivel de Jerarquía según los puntos totales.	315
Tabla 30. Jerarquización de recursos turísticos de Atiquizaya.	317
Tabla 31: Recursos turísticos catalogados en la categoría 3.	323
Tabla 32: Recursos turísticos catalogados en la jerarquía 2.	325
Tabla 33: Recursos turísticos catalogados en la jerarquía 1.	328
Tabla 34. Clasificación de los elementos de la planta turística.....	333
Tabla 35. Características de los elementos de la planta turística.	335
Tabla 36: Lugares que ofrecen servicios de alimentación.	354
Tabla 37. Capacidad de Alojamiento de la Microrregión de Ahuachapán Norte.	360
Tabla 38. Ocupación Hotelera en la microrregión.	361
Tabla 39: lugares que ofrecen servicios de apoyo en la microrregión.	361
Tabla 40: Lugares que brindan servicios de esparcimiento y recreación.....	364
Tabla 41: Servicios de transporte público para la microrregión	366
Tabla 42. Resumen de planta turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.	367
Tabla 43: Total de hogares por departamento e ingreso promedio	373
Tabla 44: Porcentaje de pobreza por departamento	373
Tabla 45: Población por departamento	374
Tabla 46: Población por departamento e ingreso promedio	375
Tabla 47: Gasto del turista para el 2017	375

Tabla 48: Departamentos con ingresos mayores a \$500	375
Tabla 49: Población de departamentos fuera de la Zona Occidental	376
Tabla 50: Porcentajes de pobreza de San Salvador y La Libertad	376
Tabla 51: Total de personas no pobres San Salvador y La Libertad	376
Tabla 52: Total de población para el universo de estudio	377
Tabla 53: Llegada de turistas por región de residencia	377
Tabla 54: Plan de muestreo para la población	381
Tabla 55: Para diseño del cuestionario del mercado consumidor.....	385
Tabla 56: Perfil del turista nacional	419
Tabla 57: Perfil del turista internacional	420
Tabla 58: Estimación de las personas que realizan turismo interno	424
Tabla 59: Estimación de la población según el tipo de turismo que prefiere	424
Tabla 60: Estimación de la demanda actual.....	425
Tabla 61: Estimación de las personas que no han realizado turismo en la microrregión	425
Tabla 62: Estimación de la demanda potencial	426
Tabla 63: Estimación de la demanda de turismo doméstico total	426
Tabla 64: Demanda por mes para el 2020	428
Tabla 65: Estadísticas de visitantes de turismo interno	428
Tabla 66: Porcentaje de crecimiento por año	429
Tabla 67: Proyecciones por año	429
Tabla 68: Demanda según actividades turísticas ofertadas	429
Tabla 69: Gasto Turístico proyectado	430
Tabla 70. Afluencia turística de rutas competidoras.	430
Tabla 71. Municipios o asociación de municipios que forman parte de los competidores. ..	436
Tabla 72. Proceso de diseño de cuestionario,	439
Tabla 73. Murales en ruta de las flores.	454
Tabla 74: tipología de intermediarios en el sector turístico por diferentes autores.	476
Tabla 75. Selección de los operadores de turismo en estudio.	482
Tabla 76. Proceso de diseño de cuestionario.....	490
Tabla 77. Tabulación de pregunta 1 - Mercado Distribuidor.	493
Tabla 78. Tabulación de pregunta 3 - Mercado Distribuidor	494
Tabla 79. Tabulación de pregunta 7 - Mercado Distribuidor	496
Tabla 80. Tabulación de pregunta 8 - Mercado Distribuidor	497
Tabla 81. Tabulación de pregunta 10 - Mercado Distribuidor.	498
Tabla 82. Tabulación de pregunta 11 - Mercado Distribuidor	498
Tabla 83. Tabulación de pregunta 13 - Mercado Distribuidor	499
Tabla 84. Tabulación de pregunta 14 - Mercado Distribuidor	500
Tabla 85: diseño de instrumento de recolección.	509
Tabla 86: resumen de instituciones de apoyo.	518
Tabla 87. Resumen de organización turística actual de los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte.	522
Tabla 88. Otros hallazgos de organización involucrada a la microrregión.	523
Tabla 89. Capacidad de Alojamiento de la Microrregión de Ahuachapán Norte.	530
Tabla 90. Resumen de Capacidad de alojamiento.	530
Tabla 91. Aprovechamiento y desaprovechamiento de los recursos turísticos.	531
Tabla 92. Indicadores de la actividad turística.	533
Tabla 93. Fortalezas de la Microrregión de Ahuachapán Norte.	540
Tabla 94. Debilidades de la Microrregión de Ahuachapán Norte.	542
Tabla 95. Oportunidades de la microrregión de Ahuachapán Norte.	545
Tabla 96. Amenazas para la microrregión de Ahuachapán Norte.	547

Tabla 97. Variables de entrada y salida del problema.....	561
Tabla 98. Partes del Plan de Desarrollo Turístico para la microrregión.....	569
Tabla 99. Descripción del programa de producto turístico.	574
Tabla 100. Descripción del programa de mejora en servicio e información turística.	575
Tabla 101. Descripción del programa de accesibilidad e infraestructura.....	575
Tabla 102. Descripción del programa de promoción y marketing.....	576
Tabla 103. Descripción del programa de calidad y sostenibilidad.....	576
Tabla 104. Descripción del programa de protección del patrimonio cultural y natural.....	577
Tabla 105. Descripción del programa de organización y gestión.....	578
Tabla 106. Evaluación de componentes de la misión.....	581
Tabla 107. Desarrollo de la visión.....	582
Tabla 108. Resumen de estrategias.....	591
Tabla 109. Criterios y calificación de estrategias.....	594
Tabla 110. Evaluación de estrategias.....	595
Tabla 111. Mapa Estratégico.....	599
Tabla 112. Perspectivas del mapa estratégico.....	600
Tabla 113. Propuesta estratégica de solución.....	601
Tabla 114. Actividades que contempla el proyecto de producto turístico cultural.....	607
Tabla 115: Recursos turísticos considerados para los productos turísticos culturales.....	608
Tabla 116: Recursos turísticos incluidos en el producto turístico cultural 1.....	609
Tabla 117: Recursos turísticos incluidos en el producto turístico cultural 2.....	609
Tabla 118: Recursos turísticos incluidos en el producto turístico cultural 3.....	609
Tabla 119: Criterios a tomar en cuenta para la evaluación de productos.....	610
Tabla 120: Calificación por criterio de evaluación.....	610
Tabla 121. Ruta turística cultural de la microrregión.....	613
Tabla 122. Itinerario para la ruta turística cultural.....	615
Tabla 123: Perfil del turista nacional.....	618
Tabla 124: Perfil del turista internacional.....	619
Tabla 125: Demanda según actividades turísticas ofertadas.....	620
Tabla 126. Cantidad de personas proyectadas para la realización de actividades culturales.....	620
Tabla 127: Criterios de evaluación para determinar los factores del tamaño.....	622
Tabla 128. Ponderación de los criterios.....	623
Tabla 129. Calificación de criterios de evaluación.....	623
Tabla 130: Calificación de los criterios por factores.....	624
Tabla 131: Valores de calificación.....	628
Tabla 132: Capacidad de carga por recurso turístico.....	628
Tabla 133. Actividades que contempla el proyecto de producto turístico de agroturismo....	630
Tabla 134: Recursos turísticos considerados para los productos turísticos culturales.....	631
Tabla 135: Recursos turísticos incluidos en el producto turístico agro turístico.....	631
Tabla 136. Desarrollo de ruta turística de agroturismo.....	633
Tabla 137. Itinerario de la ruta propuesta.....	635
Tabla 138: Demanda según actividades turísticas ofertadas.....	636
Tabla 139. Proyecciones de agroturismo.....	637
Tabla 140: Capacidad de carga por recurso turístico.....	638
Tabla 141. Actividades que contempla el proyecto de producto turístico de aventura y ecoturismo.....	640
Tabla 142: Recursos turísticos considerados para el producto turístico de aventura y ecoturismo.....	641
Tabla 143: Recursos turísticos incluidos en el producto turístico agro turístico.....	641

Tabla 144. Ruta de turismo de aventura y ecoturismo.	643
Tabla 145. Itinerario de ruta turística de aventura y ecoturismo propuesta.	645
Tabla 146: Demanda según actividades turísticas ofertadas	646
Tabla 147: Capacidad de carga por recurso turístico.	648
Tabla 148. Actividades que contempla el proyecto de producto turístico cultural.	649
Tabla 149: Demanda por mes para el 2020	657
Tabla 150: precio de tour operadores en paquetes.	658
Tabla 151: Precio sugerido en productos.	660
Tabla 152. Evaluación de factores comparativos de la ubicación.	669
Tabla 153: Criterios de evaluación para determinar los factores del tamaño	672
Tabla 154. Ponderación de factores de evaluación.	672
Tabla 155. Calificación de los criterios de evaluación.	673
Tabla 156. Evaluación.	675
Tabla 157: total de requerimientos de los productos.	686
Tabla 158: Descripción de las actividades previo a los recorridos de los productos.	687
Tabla 159: Descripción de actividades a realizar en el producto turístico cultural.	687
Tabla 160: Descripción de actividades a realizar en el producto agroturístico.	689
Tabla 161: Descripción de actividades a realizar en el producto turístico de aventura y ecoturismo.	691
Tabla 162: Diagrama de actividades previas a los recorridos de los productos turísticos. ..	692
Tabla 163: Diagrama de flujo de actividades a realizarse en el Producto turístico cultural. .	693
Tabla 164: Diagrama de flujo de actividades a realizarse en el Producto Agroturístico.	694
Tabla 165: Diagrama de flujo de actividades a realizarse en el Producto Turístico de aventura y ecoturismo.	695
Tabla 166. Actividades que contempla el proyecto de centros de información turística.	697
Tabla 167. Evaluación por puntos de la ubicación de quioscos de información.	708
Tabla 168. Actividades que contempla el proyecto de medios de información en locales. ..	709
Tabla 169. Requerimientos de mobiliario y equipo.	714
Tabla 170: Materiales para cada centro de información	717
Tabla 171. Mobiliario del programas.	717
Tabla 172. Insumos para los centros de información.	717
Tabla 173. Requerimientos para los medios de información en locales.	719
Tabla 174. Actividades que contempla el proyecto de acceso a los recursos turísticos.	722
Tabla 175. Técnicas de mantenimiento preventivo.	723
Tabla 176. Técnicas de mantenimiento correctivo.	724
Tabla 177. Actividades que contempla el proyecto de interconexión entre municipios.	726
Tabla 178: Descripción de actividades para gestionar alianza con transportistas.	727
Tabla 179: Descripción de actividades para gestionar transporte.	728
Tabla 180: Descripción de actividades para realizar alianza con tour operadores.	730
Tabla 181. Actividades que contempla el proyecto de infraestructura para artesanías.	732
Tabla 182: Descripción de actividades para realizar alianza con artesanos.	736
Tabla 183. Actividades que contempla el proyecto de uso de desechos sólidos en parques y servicios sanitarios.	737
Tabla 184. Actividades que contempla el proyecto de señalización turística.	741
Tabla 185. Requerimientos de persona en proyecto de fácil acceso a los recursos.	747
Tabla 186: requerimiento del proyecto.	749
Tabla 187: Requerimiento del proyecto.	751
Tabla 188: Cantidad de señales.	752
Tabla 189. Señales a incorporar en la microrregión.	757
Tabla 190. Actividades del proyecto de buenas prácticas de turismo.	761

Tabla 191. Proceso de gestión y servicio de escoltas a turistas.....	765
Tabla 192. Flujograma de servicio de escolta a recorridos por el POLITUR.	766
Tabla 193. Proceso de gestión y servicio de patrullaje.....	767
Tabla 194. Flujograma de servicio de escolta a recorridos por el POLITUR.	768
Tabla 195. Proceso de gestión y servicio de patrullaje.....	769
Tabla 196. Flujograma de gestión y servicio de patrullaje acuático por el POLITUR.....	769
Tabla 197. Proceso servicio de atención al turista.	771
Tabla 198. Flujograma del servicio de atención turística por el POLITUR.....	771
Tabla 199. Proceso del servicio de detenciones en puntos turísticos.....	773
Tabla 200. Actividades para el desarrollo del proyecto de cálida turística.....	784
Tabla 201. Interpretación de puntos obtenidos en las encuestas.	790
Tabla 202. Normas de calidad turística.	791
Tabla 203. Actividades del proyecto de capacitación.	792
Tabla 204. Especificación de capacitaciones.....	795
Tabla 205. Equipo requerido para el proyecto de buenas prácticas.	797
Tabla 206. Mobiliario del proyecto de Gestión de calidad,	798
Tabla 207. Papelería requerida para el programa de calidad y sostenibilidad.....	799
Tabla 208. Mobiliario del proyecto de capacitaciones.	800
Tabla 209. Papelería requerida para el programa de calidad y sostenibilidad.....	801
Tabla 210. Actividades para la protección y preservación de los recursos naturales.	803
Tabla 211. Actividades para el desarrollo del programa de rescate de tradiciones y costumbres.	806
Tabla 212. Actividades para la puesta en valor de las actividades folclóricas.	808
Tabla 213. Equipo requerido para el programa de calidad y sostenibilidad.....	810
Tabla 214. Materiales para el proyecto.	811
Tabla 215. Actividades que contempla el proyecto de marca turística.	815
Tabla 216. Pasos para el registro de una marca.....	816
Tabla 217. Actividades que contempla el proyecto de publicidad en medios de comunicación.	825
Tabla 218. Actividades que contempla el proyecto de imagen del personal y productos publicitarios.....	833
Tabla 219. Productos publicitarios.	835
Tabla 220. Requerimientos del programa de marketing y publicidad.	836
Tabla 221. Actividades para el desarrollo del programa de organización turística.	839
Tabla 222: Requerimientos de recurso humano para la organización.....	856
Tabla 223: determinación de la cantidad de guías turísticos necesarios en temporada alta.	857
Tabla 224: Ponderación de factores de localización	858
Tabla 225. Puntuación.....	858
Tabla 226. Actividades del proyecto de gestión turística.....	862
Tabla 227. Macro indicadores del desarrollo turístico de la microrregión.	864
Tabla 228. Relación de Información entre comités.	873
Tabla 229. Inversión en obra civil para la creación de local de ventas de artesanías.....	882
Tabla 230. Inversión de Obra civil para baños en parques.	883
Tabla 231. Inversión de Obra civil para centros de información turística.....	884
Tabla 232. Inversión en obra civil.....	884
Tabla 233. Inversión en material y equipo.....	885
Tabla 234. Inversión de mobiliario y equipo de oficina.	886
Tabla 235. Inversión en señalización.	887
Tabla 236. Inversión fija tangible.	888

Tabla 237. Inversión en estudios previos.	889
Tabla 238. Inversión en administración de implantación del plan.	889
Tabla 239. Inversión en sistema administrativo.	890
Tabla 240. Inversión en Capacitaciones.	890
Tabla 241. Inversión en registro de marca.	891
Tabla 242. Inversión fija intangible.	891
Tabla 243. Costos operativos para capital de trabajo.	893
Tabla 244. Costos de comercialización para capital de trabajo.	894
Tabla 245. Costos operativos para capital de trabajo.	894
Tabla 246. Costos totales para capital de trabajo.	894
Tabla 247. Cuadro de inversiones del plan de desarrollo turístico.	895
Tabla 248. Porcentajes de participación de ventas.	901
Tabla 249. Rubros de los costos de operación.	902
Tabla 250. Personal de Operación Directo.	903
Tabla 251. Costos fijos prorrateados debido al personal de operación directa.	903
Tabla 252. Proyección de guías turísticos a necesitar.	905
Tabla 253. Salario de los guías turísticos.	906
Tabla 254. Costos de materiales e insumos de operación.	907
Tabla 255. Prorrateo de costos de materiales e insumos de operación.	908
Tabla 256. Costos de Consumo de energía Eléctrica.	909
Tabla 257. Prorrateo de costos de energía eléctrica.	909
Tabla 258. Costos fijos de transporte.	910
Tabla 259. Costos fijos de transporte.	911
Tabla 260. Cantidad de unidades de transporte necesarias, según demanda proyectada.	912
Tabla 261. Costos variables de transporte.	913
Tabla 262. Costos de consumo de agua.	914
Tabla 263. Prorrateo de costos fijos de consumo de agua.	914
Tabla 264. Costo de depreciación del equipo de operación.	915
Tabla 265. Prorrateo de la depreciación de equipó de operación.	917
Tabla 266. Amortización de costos de operación.	918
Tabla 267. Prorrateo de costo por amortización.	919
Tabla 268. Costos de operación de producto cultural (Ruta senderos maya).	920
Tabla 269. Costos de operación de producto de aventura y ecoturismo (Ruta entre manantiales).	921
Tabla 270. Costos de operación de producto de ecoturismo.	922
Tabla 271. Costos de operación de otros recorridos turísticos (a la medida).	923
Tabla 272- Consolidado de costos de operación.	924
Tabla 273. Rubros de los costos de comercialización.	925
Tabla 274. Costo fijo de materiales e insumos de comercialización.	925
Tabla 275. Prorrateo de costos fijos de materiales e insumos de comercialización.	926
Tabla 276. Costos variables de material e insumos.	927
Tabla 277. Prorrateo de costos variables por dípticos y trípticos.	928
Tabla 278. Depreciación de señalización.	929
Tabla 279. Prorrateo de costos fijos por depreciación.	930
Tabla 280. Amortización de costos de comercialización.	931
Tabla 281. Prorrateo de costo por amortización.	932
Tabla 282. Costos de comercialización de producto cultural (Ruta senderos maya).	933
Tabla 283. Costos de comercialización de producto aventura y ecoturismo (Ruta entre manantiales).	934
Tabla 284. Costos de comercialización de producto agroturístico.	935

Tabla 285. Costos de comercialización de producto a la medida.....	936
Tabla 286. Consolidado de costos de comercialización.....	937
Tabla 287. Rubros de los costos de administración.....	938
Tabla 288. Personal Administrativo.....	939
Tabla 289. Costo fijo prorrateados debido al personal de operación directo.....	939
Tabla 290. Costos fijos de materiales e insumos de oficina.....	940
Tabla 291. Costo fijo prorrateados debido al personal de operación directo.....	941
Tabla 292. Inversión de mobiliario y equipo de oficina.....	942
Tabla 293. Costo fijo prorrateados debido a depreciación de materiales de oficina.....	943
Tabla 294. Amortización de costos de administración.....	943
Tabla 295. Prorrateo de costo por amortización.....	944
Tabla 296. Costos administrativos del producto turístico cultural (Ruta senderos maya)	945
Tabla 297. Costos administrativos del producto turístico aventura y ecoturismo (Ruta entre manantiales).....	946
Tabla 298. Costos administrativos del producto agroturístico.....	947
Tabla 299. Costos administrativos del producto a la medida.....	948
Tabla 300. Consolidado de costos administrativos.....	949
Tabla 301. Desglose de costos financieros.....	950
Tabla 302. Datos usados para calcular cuota mensual.....	950
Tabla 303. Consolidado de costos financieros.....	950
Tabla 304. Costos financieros para los primeros 5 años de operación.....	951
Tabla 305. Costo total del recorrido senderos maya.....	952
Tabla 306. Costo total del recorrido entre manantiales.....	953
Tabla 307. Costo total del recorrido agroturístico.....	954
Tabla 308. Costo total del recorrido a la medida.....	955
Tabla 309. Costo unitario del recorrido senderos maya.....	956
Tabla 310. Costo unitario del recorrido entre manantiales.....	957
Tabla 311. Costo unitario del recorrido agroturístico.....	958
Tabla 312. Costo unitario del recorrido a la medida.....	959
Tabla 313. Costos fijos y variables del recorrido sendero maya.....	961
Tabla 314. Costos fijos y variables del recorrido entre manantiales.....	962
Tabla 315. Costos fijos y variables del recorrido agroturístico.....	963
Tabla 316. Costos fijos y variables del recorrido a la medida.....	964
Tabla 317. Planteamiento de ecuación de costos para cada recorrido.....	965
Tabla 318. Precio de venta sugerido.....	966
Tabla 319. Presupuesto de ingresos por venta enero año 1.....	968
Tabla 320. Presupuesto de ingresos por venta febrero año 1.....	968
Tabla 321. Presupuesto de ingresos por venta marzo año 1.....	969
Tabla 322. Presupuesto de ingresos por venta abril año 1.....	969
Tabla 323. Presupuesto de ingresos por venta mayo año 1.....	969
Tabla 324. Presupuesto de ingresos por venta junio año 1.....	969
Tabla 325. Presupuesto de ingresos por venta julio año 1.....	970
Tabla 326. Presupuesto de ingresos por venta agosto año 1.....	970
Tabla 327. Presupuesto de ingresos por venta septiembre año 1.....	970
Tabla 328. Presupuesto de ingresos por venta octubre año 1.....	970
Tabla 329. Presupuesto de ingresos por venta noviembre año 1.....	971
Tabla 330. Presupuesto de ingresos por venta diciembre año 1.....	971
Tabla 331. Presupuesto de ingresos por venta para el año 1.....	971
Tabla 332. Presupuesto de ingresos por venta para año 2.....	972
Tabla 333. Presupuesto de ingresos por venta para año 3.....	972

Tabla 334. Presupuesto de ingresos por venta para año 4	972
Tabla 335. Presupuesto de ingresos por venta para el año 5	972
Tabla 336. Presupuesto de gastos mensuales en el año 1 (Parte 1).	974
Tabla 337. Presupuesto de gastos mensuales en el año 1 (Parte 2).	975
Tabla 338. Presupuesto de gastos anual.	976
Tabla 339. Ingresos y gastos anuales.	977
Tabla 340. Ecuaciones para el cálculo del punto de equilibrio.	977
Tabla 341. Información para el cálculo del punto de equilibrio.	978
Tabla 342. Margen de contribución unitario.	978
Tabla 343. Margen de contribución ponderado.	979
Tabla 344. Margen de contribución ponderado.	980
Tabla 345. Punto de equilibrio en términos monetarios.	980
Tabla 346. Margen de seguridad.	981
Tabla 347. Característica.	989
Tabla 348. Tasa de interés banco agrícola.	990
Tabla 349. Tasa de interés Davivienda.	991
Tabla 350. Objetivo y actividades a financiar de Bandedal.	992
Tabla 351. Plazos y periodos de gracias de Bandedal.	992
Tabla 352. Tasas de interés Bandedal.	993
Tabla 353. Tasas de interés de entidades financiadoras.	993
Tabla 354. Características del financiamiento.	994
Tabla 355. Estado de resultados mensual.	997
Tabla 356. Estado de Resultado anual.	998
Tabla 357. Estado de flujo de efectivo mensual.	999
Tabla 358. Estado de flujo de efectivo anual.	1000
Tabla 359. Balance general.	1001
Tabla 360: Tasa de Inflación.	1004
Tabla 361: Inflación Proyectada.	1004
Tabla 362: Tasas de Interés Pasivas.	1005
Tabla 363: Criterio de Decisión sobre TIR.	1006
Tabla 364. Resultados de evaluación económica.	1008
Tabla 365. Razón de endeudamiento.	1011
Tabla 366. Razón de pago de interese.	1011
Tabla 367. Índice de cobertura de deuda.	1012
Tabla 368. Margen bruto de utilidad.	1013
Tabla 369. Margen de utilidad operativa.	1013
Tabla 370. Margen de utilidad neta.	1014
Tabla 371. Rendimiento sobre los activos.	1014
Tabla 372. Rentabilidad sobre el capital.	1015
Tabla 373. Rotación total de activos.	1016
Tabla 374. Rotación de activos fijos.	1016
Tabla 375. Escenarios del análisis de sensibilidad.	1017
Tabla 377. Presupuestos de ingresos bajo el escenario 1.	1017
Tabla 378. Estado de resultado bajo el escenario 1.	1018
Tabla 379. Flujo de efectivo bajo el escenario 1.	1018
Tabla 380. Comparación de utilidades originales versus el escenario 1.	1019
Tabla 381. Evaluación Económica bajo escenario 1.	1019
Tabla 382: razones financieras escenario 1.	1020
Tabla 383. Presupuestos de ingresos bajo el escenario 2.	1021
Tabla 384. Estado de resultado bajo el escenario 2.	1022

Tabla 385. Flujo de efectivo bajo el escenario 2.	1022
Tabla 386:Comparación de utilidades netas originales con las resultantes del escenario 2	1023
Tabla 387:Comparación de flujos de efectivo originales con los del escenario 2.	1023
Tabla 388. Evaluación Económica bajo escenario 2.	1023
Tabla 389. Evaluación Financiera de la Propuesta bajo Escenario 2.	1024
Tabla 390: Porcentaje de crecimiento por año.....	1027
Tabla 391. Proyecciones de crecimiento de Alojamiento de la Microrregión de Ahuachapán Norte.....	1027
Tabla 392: proyecciones de ingreso por crecimiento de la capacidad de los locales de alimentación.	1028
Tabla 393Proyecciones de crecimiento de capacidad instalada en servicios de alimentación.	1028
Tabla 394: Proyección de nuevo ingreso por incremento en la capacidad de alojamientos	1029
Tabla 395: Proyecciones de ingresos para artesanos.....	1030
Tabla 396: Proyecciones de apertura de negocios complementarios.....	1031
Tabla 397: Ingreso por ferias anualmente.....	1031
Tabla 398: Personal directo en contacto con el turista.	1032
Tabla 399: Personal necesario para proyectos (temporal).	1032
Tabla 400: Beneficios y efectos negativos en el medio ambiente por implantación del plan.	1033
Tabla 401: beneficios socioeconómicos al implementar el Plan.....	1035
Tabla 402: impactos negativos socioeconómicos al implementar el Plan.....	1037
Tabla 403: Beneficios generados.....	1037
Tabla 404: Indicadores de Beneficio-Costo Social.	1038
Tabla 405: distribución de género en los municipios de Ahuachapán.	1040
Tabla 406:escolaridad promedio por género en los municipios de Ahuachapán.	1040
Tabla 407: Criterios de evaluación ambiental	1044
Tabla 408: Calificación ambiental	1044
Tabla 409: Actividades de la implementación del plan	1057
Tabla 410: Asignación de recursos por actividad	1059
Tabla 411: Descripción de la carga de trabajo por puesto	1064
Tabla 412: Asignación de recursos para el personal de la implantación	1065
Tabla 413: Matriz de responsabilidades.....	1066
Tabla 414: Costos directos de la implementación.....	1075
Tabla 415: Costos indirectos del proyecto	1075
Tabla 416: Costos de salarios de la administración del proyecto.....	1076
Tabla 417: Consolidados de costos de la implantación del plan	1076
Tabla 418. Datos de Afluencia turística de Ruta de las flores en temporada de Semana Santa.	1089
Tabla 419. Porcentajes de ocupación en alojamientos y restaurantes de la Ruta de las Flores.	1089
Tabla 420. Visitas a CAT Apaneca.	1090
Tabla 421. Estimación de Visitas a Ruta de las Flores en vacaciones de agosto.....	1090
Tabla 422. Porcentajes promedio de ocupación en ruta de las flores.	1090
Tabla 423. Visitas a CAT Apaneca.	1091
Tabla 424. Estimaciones de visita a Ruta de las Flores en temporada Navideña y Año Nuevo.	1091
Tabla 425. Porcentaje de Ocupación Hotelera.....	1092

Tabla 426. Porcentaje de Ocupación de Restaurantes.	1093
Tabla 427. Afluencia turística MYPES	1094
Tabla 428. Afluencia turística total de semana santa 2018-Ruta Fresca.	1095
Tabla 429. Porcentaje de ocupación hotelera- agosto 2018- Ruta Fresca.	1096
Tabla 430. Porcentaje de ocupación de restaurantes - agosto 2018- Ruta fresca.....	1097
Tabla 431. Afluencia turística MYPES- agosto 2018- Ruta Fresca.....	1098
Tabla 432. Afluencia turística - agosto 2018- Ruta Fresca.....	1099
Tabla 433. Porcentaje de ocupación hotelera - diciembre 2018 -ruta fresca.	1100
Tabla 434. Porcentaje de ocupación de restaurantes - diciembre 2018 -ruta fresca.	1100
Tabla 435. Afluencia turística MYPES - diciembre 2018 -ruta fresca.	1101
Tabla 436. Afluencia turística total - diciembre 2018 -ruta fresca.	1101
Tabla 437: Ficha técnica de investigación en el municipio de Turín.	1107
Tabla 438. Ficha técnica de investigación del municipio de San Lorenzo.	1107
Tabla 439. Ficha técnica de investigación del municipio de San Lorenzo.	1107
Tabla 440. Ficha técnica de investigación del municipio de El Refugio.	1108
Tabla 441. Ficha técnica de investigación del municipio de Atiquizaya.	1108
Tabla 442: Tabulación de datos por sexo	1126
Tabla 443: Tabulación de datos por edad	1126
Tabla 444: Tabulación de datos de la pregunta 1	1126
Tabla 445: Tabulación de datos de la pregunta 2	1127
Tabla 446: Tabulación de datos de la pregunta 3	1127
Tabla 447: Tabulación de datos de la pregunta 4	1127
Tabla 448: Tabulación de datos de la pregunta 5	1128
Tabla 449: Tabulación de datos de la pregunta 6	1128
Tabla 450: Tabulación de datos de la pregunta 7	1128
Tabla 451: Tabulación de datos de la pregunta 8	1129
Tabla 452. Tabulación de datos de la pregunta 9.	1130
Tabla 453: Tabulación de la pregunta 10.....	1130
Tabla 454. Tabulación de pregunta 11.....	1131
Tabla 455: Tabulación pregunta 12.....	1131
Tabla 456. Tabulación de pregunta 13.....	1132
Tabla 457. Tabulación pregunta 14.....	1132
Tabla 458. Tabulación de pregunta 15.....	1133
Tabla 459. Tabulación de la pregunta 16.....	1133
Tabla 460. Tabulación de pregunta 17.....	1134
Tabla 461: Tabulación de la pregunta 18.....	1134
Tabla 462: Tabulación de la pregunta 19.....	1135
Tabla 463: Tabulación de la pregunta 20.....	1135
Tabla 464: Tabulación de la pregunta 21.....	1135
Tabla 465: Tabulación de la pregunta 22.....	1136
Tabla 466: Tabulación pregunta 23.....	1136
Tabla 467: Tabulación pregunta 24.....	1137
Tabla 468: Tabulación pregunta 25.....	1137
Tabla 469: Tabulación pregunta 26.....	1138
Tabla 470: Tabulación pregunta 1.....	1139
Tabla 471: Tabulación pregunta 2.....	1139
Tabla 472: Tabulación pregunta 3.....	1139
Tabla 473: Tabulación pregunta 4.....	1139
Tabla 474: Tabulación pregunta 5.....	1140
Tabla 475: Tabulación pregunta 6.....	1140

Tabla 476: Tabulación pregunta 7.....	1141
Tabla 477: Tabulación pregunta 8.....	1141
Tabla 478: Tabulación pregunta 9.....	1141
Tabla 479: Tabulación pregunta 10.....	1142
Tabla 480. Ficha técnica de investigación de Microrregión Ahuachapán Centro.....	1148
Tabla 481. Ficha técnica de investigación de Microrregión Ahuachapán Sur.....	1148
Tabla 482. Ficha técnica de investigación del municipio de Juayúa.....	1148
Tabla 483. Ficha técnica de investigación del municipio de Suchitoto.....	1149
Tabla 484. Ficha técnica de investigación del municipio de Ahuachapán.....	1149
Tabla 485. Ficha técnica de investigación del municipio de Chalchuapa.....	1149
Tabla 486. Ficha Técnica de Investigación Ruta de la Paz.....	1150
Tabla 487. Ficha Técnica de Investigación Ruta de las flores.....	1150
Tabla 488. Ficha Técnica de Investigación Ruta Fresca.....	1150
Tabla 489.. Ficha Técnica de Investigación Ruta de Artesanal.....	1151
Tabla 490. Ficha Técnica de Investigación Ruta Sol y Playa.....	1151
Tabla 491. Ficha Técnica de investigación del Mercado Distribuidor.....	1156
Tabla 492.. Ficha Técnica de Investigación Ruta de Artesanal.....	1158
Tabla 493. Fortalezas de la microrregión de Ahuachapán Norte.....	1159
Tabla 494. Debilidades de la microrregión de Ahuachapán Norte.....	1161
Tabla 495. Oportunidades de la microrregión de Ahuachapán Norte.....	1162
Tabla 496. Amenazas a las que se enfrenta la microrregión de Ahuachapán Norte.....	1163
Tabla 497: valores de los criterios a tomar en cuenta para la capacidad de carga turística.	1164
Tabla 498: Evaluación de la Infraestructura.....	1168
Tabla 499: Evaluación del Personal.....	1169
Tabla 500: Porcentaje de capacidad de manejo del Puente Viejo.....	1169
Tabla 501: Resumen de las capacidades de carga.....	1169
Tabla 502: valores de los criterios a tomar en cuenta para la capacidad de carga turística.	1170
Tabla 503: Evaluación del Personal.....	1172
Tabla 504: Porcentaje de capacidad de manejo de los murales.....	1172
Tabla 505: resumen de las capacidades de carga.....	1172
Tabla 506: valores de los criterios a tomar en cuenta para la capacidad de carga turística.	1173
Tabla 507: Evaluación de la Infraestructura.....	1175
Tabla 508: Evaluación de la equipamiento.....	1175
Tabla 509: Evaluación del Personal.....	1175
Tabla 510: Porcentaje de capacidad de manejo para la Lotería.....	1175
Tabla 511: Resumen de capacidades.....	1176
Tabla 512: Valores de factores a tomar en cuenta para la capacidad.....	1176
Tabla 513: Evaluación del Personal.....	1179
Tabla 514: Porcentaje de capacidad de manejo del Parroquia de San Lorenzo.....	1179
Tabla 515: Resumen de las capacidades de carga.....	1179
Tabla 516: Valores de factores a tomar en cuenta.....	1180
Tabla 517: Evaluación del Personal.....	1182
Tabla 518: Porcentaje de capacidad de manejo de la Parroquia Sagrada Familia.....	1182
Tabla 519: Resumen de las capacidades de carga.....	1182
Tabla 520: valores de factores a tomar en cuenta para la capacidad.....	1183
Tabla 521: Evaluación de la Infraestructura.....	1186
Tabla 522: Evaluación de la Infraestructura.....	1186

Tabla 523: Evaluación del Personal.....	1186
Tabla 524: Porcentaje de capacidad de manejo del Parque.	1186
Tabla 525: resumen de capacidades.	1187
Tabla 526: Valores de Factores a tomar en cuenta para la capacidad.....	1187
Tabla 527: Evaluación de la Infraestructura.	1189
Tabla 528: Evaluación del Personal.....	1190
Tabla 529: Porcentaje de capacidad de manejo para el taller.	1190
Tabla 530. Resultados de la determinación de la capacidad de carga.....	1190
Tabla 531: Datos a tomar en cuenta para la capacidad.	1190
Tabla 532: Evaluación de la Infraestructura.	1192
Tabla 533: Evaluación del Personal.....	1193
Tabla 534: Porcentaje de capacidad de manejo para el taller de escultura de madera.	1193
Tabla 535: Resumen de capacidades.	1193
Tabla 536: Datos a tomar en cuenta para la capacidad.	1193
Tabla 537: Evaluación de la Infraestructura.	1196
Tabla 538: Evaluación del Personal.....	1196
Tabla 539: Porcentaje de capacidad de manejo para el taller de réplicas maya.	1196
Tabla 540: resumen de capacidades del taller.	1196
Tabla 541: Capacidad Hacienda San Antonio.....	1197
Tabla 542. Factores para determinar CCF.....	1198
Tabla 543. Evaluación de la Infraestructura.	1202
Tabla 544. Evaluación del Equipamiento.	1203
Tabla 545. Evaluación del Personal.....	1203
Tabla 546. Porcentaje de Capacidad de Manejo de las piscinas de Aguijuyo.	1203
Tabla 547. Capacidad de Carga del turicentro.	1204
Tabla 548. Carga Máxima según profundidad de la piscina.....	1205
Tabla 549. Carga Máxima de las piscinas según Norma Técnica Salvadoreña de Turismo.	1205
Tabla 550: Numero de artículos sanitarios a incorporar según la frecuencia de personas al día.	1205
Tabla 551. Capacidad de Carga del Turicentro.....	1206
Tabla 552: Capacidad por plantaciones.	1206
Tabla 553: Capacidad El Jícara.	1206
Tabla 554: valores de los criterios a tomar en cuenta para la capacidad de carga turística.	1207
Tabla 555: Evaluación de la Infraestructura.	1211
Tabla 556: Evaluación del Personal.....	1211
Tabla 557: Porcentaje de capacidad de manejo del Salto.....	1212
Tabla 558: Resumen de las capacidades de carga.....	1212
Tabla 559: Capacidad de los ausoles.	1212
Tabla 560: Capacidad del parque ecoturístico.	1212
Tabla 561: valores de los criterios a tomar en cuenta para la capacidad de carga turística.	1213
Tabla 562: Evaluación de la Infraestructura.	1216
Tabla 563: Evaluación del Personal.....	1217
Tabla 564: Porcentaje de capacidad de manejo del Rio.	1217
Tabla 565: Resumen de las capacidades de carga.....	1217
Tabla 566: Capacidad de Termales.	1218

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Resultados del Estudio	46
Ilustración 2: Resultados del Proyecto	47
Ilustración 3: Esquema de la metodología general de diagnóstico	51
Ilustración 4: Definición del turismo de manera general	60
Ilustración 5: Formas del turismo, desde el lado de la demanda	63
Ilustración 6: Modelo teórico de enfoque espacial según Leiper.	72
Ilustración 7: Modelo de relación origen-destino Marriot	72
Ilustración 8: Modelo teórico del enfoque espacial de Palhares.	73
Ilustración 9: Modelo de Raymundo Cuervo.	73
Ilustración 10: Modelo teórico según Molina	74
Ilustración 11: Modelo de turismo basado en el comportamiento e interacción del turista.....	75
Ilustración 12: Modelo de Beni	76
Ilustración 13: Diseño de modelo según la OMT	77
Ilustración 14: modelo de Boullon.	78
Ilustración 15: diseño del sistema turístico planteado por Gunn.	78
Ilustración 16. Aumento de turistas internacionales a nivel mundial, en 2017.	93
Ilustración 17. Llegadas de turistas internacionales a nivel mundial.....	94
Ilustración 18. Llegadas de turistas internacionales, variación por región.	94
Ilustración 19. Total de exportaciones turísticas a nivel mundial.	95
Ilustración 20 Ingresos por turismo internacional a nivel mundial (Variación por región).	96
Ilustración 21. Estadísticas de medios de transporte y motivos de visita del turismo a nivel mundial.	96
Ilustración 22. Ocupación Hotelera promedio anual por departamento.	104
Ilustración 23. Logo del programa pueblos vivos.	114
Ilustración 24: Esquema de Gunn.	124
Ilustración 25: Esquema de la metodología de investigación Elaboración propia.....	129
Ilustración 26: Aspectos de una investigación de mercados	129
Ilustración 27: Tipos de investigación Fuente: Investigación de mercados, Naresh K. Malhotra	131
Ilustración 28: Tipos de investigación a utilizar Fuente: Elaboración propia.	133
Ilustración 29: Tipos de información a recolectar	135
Ilustración 30: Tipos de encuesta.....	139
Ilustración 31: Fuentes de información secundaria	142
Ilustración 32: Lugares turísticos de la zona occidental	144
Ilustración 33: Mapa de pobreza del Departamento de Ahuachapán	148
Ilustración 34: Lugares turísticos de Ahuachapán.....	149
Ilustración 35: Mapa de Ahuachapán, con los municipios que conforman la microrregión. .	150
Ilustración 36. Organización Interna de la microrregión de Ahuachapán norte.....	151
Ilustración 37. Inicio del programa pueblos vivos.	153
Ilustración 38. Circuito Rincón Maya de El Salvador.....	154
Ilustración 39. Pueblos vivos 2017.....	155
Ilustración 40. Microrregión de Ahuachapán Norte.	156
Ilustración 41. Logo del municipio de Atiquizaya.	156
Ilustración 42: Alcaldía Municipal Atiquizaya.....	157
Ilustración 43. Alcaldesa de Atiquizaya.	157
Ilustración 44. Oficina de Turismo de Atiquizaya.....	157
Ilustración 45. organigrama de la Alcaldía de Atiquizaya.	158

Ilustración 46. Alcaldía de San Lorenzo.....	159
Ilustración 47. Alcalde de San Lorenzo.....	159
Ilustración 48. Logo del municipio de San Lorenzo.....	160
Ilustración 49. Organigrama de la Alcaldía de San Lorenzo.....	161
Ilustración 50. Alcaldía de Turín.....	162
Ilustración 51. Alcaldesa de Turín.....	162
Ilustración 52. Organigrama de la alcaldía de Turín.....	163
Ilustración 53. Alcalde de El Refugio.....	164
Ilustración 54. Organigrama de la alcaldía de El Refugio.....	165
Ilustración 55: Alcaldía del Municipio de Atiquizaya.....	166
Ilustración 56: ubicación geográfica de los cantones del Municipio de Atiquizaya.....	167
Ilustración 57: Caída de agua, Capa Rosa en el Municipio de San Lorenzo.....	174
Ilustración 58: ubicación geográfica de los cantones del Municipio de San Lorenzo.....	175
Ilustración 59: Recursos Naturales de San Lorenzo.....	179
Ilustración 60. Marca Turística.....	180
Ilustración 61: Imagotipo del Jocote.....	181
Ilustración 62: parque principal del Municipio de El Refugio.....	181
Ilustración 63. Artesanías de Barro.....	185
Ilustración 64. Artesanías en El Refugio.....	185
Ilustración 65. Tours en las plantaciones de café.....	185
Ilustración 66: Parque principal del Municipio de Turín.....	186
Ilustración 67. Metodología de Inventario Turístico.....	201
Ilustración 68. Sitios Naturales.....	203
Ilustración 69. Manifestaciones culturales.....	204
Ilustración 70. Folclore.....	204
Ilustración 71. Arte contemporáneo.....	204
Ilustración 72. Acontecimientos Programados.....	204
Ilustración 73. Metodología para la elaboración de inventario de la planta turística.....	330
Ilustración 74. Elementos de una planta turística.....	331
Ilustración 75. Mural Pepe´s House.....	357
Ilustración 76. Salon de eventos.....	357
Ilustración 77. Vista de habitación en hostel malacatiupan.....	358
Ilustración 78. Vista del Hostal Malacatiupan.....	358
Ilustración 79: Metodología del mercado consumidor.....	369
Ilustración 80: Perfil preliminar del consumidor.....	372
Ilustración 81: Gasto turístico internacional 2016 vs 2017.....	378
Ilustración 82: Tipos de turismo según la demanda Fuente: OMT.....	422
Ilustración 83: Calculo para el turismo domestico.....	423
Ilustración 84: Calculo para la demanda total.....	423
Ilustración 85: Porcentajes de importancia obtenidos de la investigación.....	424
Ilustración 86: Demanda receptiva.....	426
Ilustración 87: Demanda total.....	427
Ilustración 88: Cuota de mercado y mercado meta.....	427
Ilustración 89: Análisis general del mercado consumidor.....	432
Ilustración 90. Departamento de Cuscatlán, municipio de Suchitoto.....	442
Ilustración 91. Vista del municipio de Suchitoto.....	444
Ilustración 92. Departamento de Ahuachapán, municipio de Ahuachapán.....	445
Ilustración 93. Termales de Santa Teresa.....	446
Ilustración 94. Departamento de Santa Ana, Municipio de Chalchuapa.....	447
Ilustración 95. Sitio Arqueológico El Tazumal.....	448

Ilustración 96. Departamento de Sonsonate, municipio de Juayúa.	450
Ilustración 97. Vista del municipio de Juayúa.	451
Ilustración 98. Municipios que forman parte de la ruta de las flores.	452
Ilustración 99. Ruta Sol y Playa.	455
Ilustración 100. Playa El Sunzal.	456
Ilustración 101. Departamento de Chalatenango, municipios que conforman la ruta fresca.	457
Ilustración 102. Logo Ruta Fresca.	458
Ilustración 103. Municipios que conforman la ruta de la Paz.	459
Ilustración 104. Perquín, Morazán.	460
Ilustración 105. Municipios que conforman la ruta artesanal.	461
Ilustración 106. Microrregión Ahuachapán Centro.	463
Ilustración 107. Microrregión Ahuachapán Sur.	465
Ilustración 108: comparación de canales de distribución de la industria turística y las industrias tradicionales.	472
Ilustración 109: Diferentes canales de distribución en servicio turístico.	475
Ilustración 110: imagen de instituciones que componen el clúster del turismo.	478
Ilustración 111: Interfaz de la página web del ministerio de turismo sección tour operadores.	480
Ilustración 112: interfaz de la página del Registro nacional de turismo.	481
Ilustración 113. Conceptualización del Plan de desarrollo turístico.	568
Ilustración 114: Directrices estratégicas, programas y proyectos del plan.	572
Ilustración 115. Pasos para presentar la propuesta estratégica.	580
Ilustración 116. Pasos para la obtención de las estrategias.	585
Ilustración 117: evaluación de los productos turísticos culturales por criterio.	611
Ilustración 118: propuesta de secuencia de los recursos turísticos para los productos turísticos.	615
Ilustración 119: Factores considerados para establecer el tamaño del proyecto.	617
Ilustración 120: niveles de la capacidad de carga.	625
Ilustración 121: propuesta de secuencia de los recursos turísticos para los productos turísticos.	634
Ilustración 122: propuesta de secuencia de los recursos turísticos para los productos turísticos.	644
Ilustración 123: Mapa de El Salvador con empresas de Energía eléctrica.	666
Ilustración 124: propuesta de señal de prohibición.	683
Ilustración 125: Señalización de senderos.	683
Ilustración 126. Simbología.	683
Ilustración 127: Propuesta de mesa con bancas.	684
Ilustración 128: Propuesta de basureros para recursos turísticos.	684
Ilustración 129: dimensiones de rampa para Júcaro.	685
Ilustración 130: dimensiones de rampa para Termales y Hacienda.	685
Ilustración 131: Microrregión Ahuachapán Norte.	703
Ilustración 132: ubicación actual de la oficina de Atiquizaya.	705
Ilustración 133: Oficina de Atiquizaya.	705
Ilustración 134. Ubicación quiosco informativo en San Lorenzo.	706
Ilustración 135: Quiosco informativo de San Lorenzo.	706
Ilustración 136: Ubicación propuesta para quiosco El Refugio.	707
Ilustración 137: Ubicación propuesta para quiosco de Turín.	707
Ilustración 138: Diseño de quioscos de información en parques.	716
Ilustración 139: Distribución en planta propuesta.	718

Ilustración 140: Diseño propuesto para locales de artesanías.	733
Ilustración 141: Relación entre involucrados.	736
Ilustración 142: Fachada de baños sanitarios en parques.	739
Ilustración 143: ubicación de las áreas para baños sanitarios.	739
Ilustración 144. Diseño de basureros.	740
Ilustración 145: Propuesta de señalización de reglamentación.	742
Ilustración 146: señalización de zona.	743
Ilustración 147: dimensiones de las señales.	744
Ilustración 148: diseño de señal de flecha.	744
Ilustración 149: Diseño de señal de bienvenida, ejemplo Turicentro Aguijuyo.	745
Ilustración 150: Señal de advertencia.	745
Ilustración 151: Señal de emergencia y evacuación.	745
Ilustración 152: Señal de prohibición.	746
Ilustración 153: Mapa de riesgo de una parroquia.	746
Ilustración 154. Logo de la policía de turismo.	764
Ilustración 155. Símbolo de información.	773
Ilustración 156: Propuesta de marca.	815
Ilustración 157: Imagotipo.	818
Ilustración 158: Propuesta de fachada para Fanpage.	826
Ilustración 159: propuesta de imagen para la página Web.	827
Ilustración 160: Propuesta de publicidad en redes sociales.	828
Ilustración 161: Propuesta de publicidad en vallas.	829
Ilustración 162: Propuesta de Valla de bienvenida.	829
Ilustración 163. Ubicación de valla publicitaria hacia la Ruta de las Flores.	830
Ilustración 164. Mapa de carreteras principales.	830
Ilustración 165. Ubicación de valla publicitaria carretera a la Microrregión.	830
Ilustración 166. _Ubicación de vallas de Bienvenida.	831
Ilustración 167: Organigrama actual de la microrregión Ahuachapán Norte.	840
Ilustración 168: Organigrama de turismo Ahuachapán Norte.	841
Ilustración 169: Microrregión Ahuachapán Norte.	858
Ilustración 170. Flujo de información en la organización turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.	874
Ilustración 171. Clasificación de la inversión fija.	881
Ilustración 172. Inversión fija intangible del plan.	889
Ilustración 173. Rubros que conforman el capital de trabajo.	892
Ilustración 174. Clasificación de los costos de la propuesta.	900
Ilustración 175. Logo Banco Agrícola.	989
Ilustración 176. Logo Banco Davivienda.	990
Ilustración 177. Proyección de capacidad para servicios alimenticios.	1029
Ilustración 178:Grafico de ingresos para artesanos locales.	1030
Ilustración 179: Cantidad de empleos y beneficiarios directos e indirectos.	1033
Ilustración 180: Estructura desglosada de trabajo.	1053
Ilustración 181: Diagrama PERT de la implementación del plan.	1062
Ilustración 182: Estructura organizativa para la implantación del plan.	1064
Ilustración 183: Con Alcaldesa de Turín (Nury Yolanda Cristales).	1104
Ilustración 184. Con alcaldesa de Atiquizaya (Ana Luisa Rodríguez).	1104
Ilustración 185. Con Alcalde de San Lorenzo (Álvaro Castillo).	1104
Ilustración 186. Con Alcalde de El Refugio (Wilfredo Barrientos).	1104
Ilustración 187. Conversando con Técnico de la Unidad de Turismo. Manuel Vizcarra.	1105

Ilustración 188. Conversando con miembro del área de planificación de la alcaldía, ex miembro de Atiquiz Tur.....	1105
Ilustración 189. Con técnico de la Unidad de Turismo de Atiquizaya.	1105
Ilustración 190. Alcaldía de Atiquizaya.....	1105
Ilustración 191. Recorrido con el Gerente Financiero de Atiquizaya.	1105
Ilustración 192. Con miembro del comité de turismo de San Lorenzo.....	1105
Ilustración 193. Señalización Turística en el Parque Central de San Lorenzo.....	1106
Ilustración 194. Parqueos privados, en San Lorenzo.	1106
Ilustración 195. Centro de eventos turísticos, frente alcaldía e iglesia parroquial.....	1106
Ilustración 196. Señalización San Lorenzo	1106
Ilustración 197. Información Turística en San Lorenzo.....	1106
Ilustración 198. Entrada a San Lorenzo.	1106
Ilustración 199. En Parque turístico el Triunfo.....	1114
Ilustración 200. Lotería de Atiquizaya.	1114
Ilustración 201. En Festival del Jocote Barón Rojo.	1114
Ilustración 202. Fachada de la Parroquia Inmaculada Concepción de María.	1114
Ilustración 203. Visita al Salto de Malacatiupàn.	1115
Ilustración 204. Vista de piscina principal en turicentro Aguijuyo.	1115
Ilustración 205. Piscinas de Turicentro el Jícara.	1115
Ilustración 206. Piscinas en Termales del Paraíso.....	1115
Ilustración 207. Conversando con el administrador de termales del paraíso.....	1115
Ilustración 208. Equipo de trabajo en Rio Grande.....	1115
Ilustración 209. Minutas Mamanita, San Lorenzo.....	1117
Ilustración 210. Esparcimiento: Cancha en San Lorenzo.	1117
Ilustración 211. Gasolineras en la microrregión.	1117
Ilustración 212. El Portal del Sazón.	1117
Ilustración 213. Pupusería en Atiquizaya.	1117
Ilustración 214. COPAJ, San Lorenzo.....	1118
Ilustración 215. Unidad de Salud de Turín.	1118
Ilustración 216. Cancha en Parque Central de Turín.....	1118
Ilustración 217. Fachada de Restaurante el frijolito Vaquero.	1118
Ilustración 218. Cancha en Atiquizaya.	1118
Ilustración 219. Pizzeria Helaman.....	1118
Ilustración 220. Entrevista en CAT Apaneca.....	1146
Ilustración 221. Murales en Ataco.	1146
Ilustración 222. Parque central de Nahuialco.	1146
Ilustración 223. Junto a encargado de la Unidad de Turismo de Juayua.....	1146
Ilustración 224. Visitando CAT Apaneca.	1146
Ilustración 225. Junto al Administrador del Turicentro Trapiche.	1147
Ilustración 226. Visitando la oferta turística de Chalchuapa.	1147
Ilustración 227: En CAT Suchitoto	1147
Ilustración 228. Con Técnico de CAT La Libertad.	1147
Ilustración 229. Con Responsable de la unidad de turismo de Suchitoto.	1147
Ilustración 230. Visita a Grupo Global Tours. Con el Gerente de Palmeras Tours.	1154
Ilustración 231. Visita a oficina de información y Planificación de Buses Alegres. Calle Arce.	1154
Ilustración 232. Visita Tour Operador Sophia Tours.....	1154
Ilustración 233. Visita a Tour Operador Geoturismo.....	1154
Ilustración 234. Visita a Grupo Turístico Cuscatlán. Olas Travel.....	1155
Ilustración 235. Visita operador de turístico: Escaladores Tours.	1155

Ilustración 236. Visita a Operador turístico: El Salvador Xpedition.....	1155
Ilustración 237. Peces en Piscina Principal.....	1201

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Llegada de turistas internacionales a nivel mundial.....	97
Gráfico 2: Llegada de turistas por región.....	98
Gráfico 3: Llegada de turistas en América por región.....	98
Gráfico 4: Llegada de turistas internacionales a El Salvador.....	101
Gráfico 5: Llegada de visitantes internacionales.....	101
Gráfico 6: Procedencia de Turistas por región a El Salvador.....	102
Gráfico 7: Gasto Turístico 2018 vs 2017.....	102
Gráfico 8: Empleo en las actividades del turismo promedio al mes de noviembre de cada año.....	103
Gráfico 9: Ingreso turístico. Interno 2016 – 2017.....	104
Gráfico 10: Turistas que visitaron el municipio de San Lorenzo.....	152
Gráfico 11: Categorías de los recursos turísticos de la microrregión.....	307
Gráfico 12: Distribución de los recursos turísticos por municipio.....	307
Gráfico 13: Componentes de la planta turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.....	368
Gráfico 14: Departamento de residencia.....	393
Gráfico 15: Sexo de las personas encuestadas.....	393
Gráfico 16: Edad de los encuestados.....	394
Gráfico 17: Cantidad de personas dentro del núcleo familiar.....	394
Gráfico 18: Personas que realizan turismo interno.....	395
Gráfico 19: Frecuencia para realizar turismo durante el año.....	395
Gráfico 20: Preferencias para realizar turismo acompañado.....	396
Gráfico 21: Cantidad de personas que lo acompañan en los viajes.....	396
Gráfico 22: Duración de un viaje turístico.....	397
Gráfico 23: Gasto promedio en un viaje turístico.....	397
Gráfico 24: Temporada del año que prefiere realizar turismo.....	398
Gráfico 25: Tipos de turismo preferidos.....	398
Gráfico 26: Formas de realizar turismo.....	399
Gráfico 27: Periodo de frecuencia de visitas turísticas.....	400
Gráfico 28: Tipos de destinos turísticos visitados.....	400
Gráfico 29: Medios de transporte utilizados para realizar turismo.....	401
Gráfico 30: Medios de información turística.....	402
Gráfico 31: Factores para elegir un destino turístico.....	402
Gráfico 32: Realiza turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.....	403
Gráfico 33: Municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte más visitados.....	403
Gráfico 34: Actividades turísticas que realizaron o sitios turísticos que se visitaron.....	404
Gráfico 35: Razón que lo motivo a visitar los municipios de la microrregión.....	404
Gráfico 36: Conocimiento sobre los atractivos de la microrregión.....	405
Gráfico 37: Medio por el cual supo de los atractivos de la microrregión.....	406
Gráfico 38: Atractivos y actividades, que han visitado y realizado en la microrregión.....	406
Gráfico 39: Motivos para no realizar turismo.....	407
Gráfico 40: Motivo porque no ha visitado la microrregión.....	407
Gráfico 41: Interés en realizar turismo en la microrregión.....	408
Gráfico 42: Actividades turísticas que le gustaría realizar en la Microrregión.....	409
Gráfico 43: País de residencia.....	410
Gráfico 44: Sexo de los encuestados.....	410
Gráfico 45: Edad del turista internacional.....	411

Gráfico 46: Ha realizado turismo en El Salvador	411
Gráfico 47: Frecuencia del viaje turístico	412
Gráfico 48: Duración del viaje turístico	412
Gráfico 49: Gasto del turista internacional	413
Gráfico 50: Temporada preferida para viajar	413
Gráfico 51: Tipo de turismo preferido.....	414
Gráfico 52: Medio de transporte preferido al viajar	414
Gráfico 53: Ha visitado la microrregión	415
Gráfico 54: Interés en realizar turismo en la microrregión	415
Gráfico 55: Atractivos preferidos por el turista internacional	416
Gráfico 56. Servicios que ofrecen los operadores de turismo.	493
Gráfico 57. Características que requiere un destino turístico.	494
Gráfico 58. Rutas turísticas que los operadores de turismo ofrecen a los turistas.....	496
Gráfico 59. Medios de transporte utilizados para realizar los tours.	497
Gráfico 60. Porcentaje de personas que visitan o no la microrregión de Ahuachapán Norte para realizar turismo.....	498
Gráfico 61. Municipios que actualmente son visitados por medio de operadores de turismo.....	498
Gráfico 62. Frecuencia mensual de tours a la microrregión de Ahuachapán norte.....	499
Gráfico 63. Cantidad de personas que visitan a la microrregión de Ahuachapán Norte en los tours.	500

A.INTRODUCCIÓN

Los agrupamientos o asociaciones municipales constituyen en El Salvador un fenómeno creciente, con el enfoque de alcanzar nuevos escalones en el desarrollo y mayores logros para la población, a través de la unión de varios municipios en agrupamientos o microrregiones. Aunque de manera espontánea y sin responder a una planificación estos agrupamientos han surgido, ya sea por intereses particulares de algunos gobiernos municipales, por propuestas o proyectos de actores externos. Las condiciones internas en el país y determinadas influencias y corrientes externas, han favorecido que las ideas y proyectos asociativos se vayan enraizando, no solo en gobiernos municipales, sino en muchas organizaciones o instituciones que de una u otra manera están vinculadas con la temática del desarrollo local.

En los últimos años el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez en el mundo. Permitiendo la generación empleo, aumento de exportaciones, estimular el interés por la cultura propia, por sus tradiciones y costumbres, la recuperación de la identidad cultural, intercambio cultural, aumento en la demanda de bienes locales e inversión. En El Salvador, el turismo ha crecido en últimos años, convirtiéndose en el segundo rubro que más ingresos genera, dinamizando la economía del país, sin embargo, aún hay mucho potencial turístico que no ha sido aprovechado.

Considerando el surgimiento y conformación de la microrregión de Ahuachapán Norte conformada por los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio, así como su interés por el desarrollo turístico, el presente documento constituye el Diagnostico para la elaboración y diseño del plan de desarrollo turístico para microrregión, el cual será una guía útil de planificación y organización en materia de turismo, brindará estrategias, programas y líneas de acción enfocadas a posicionar a la microrregión con un destino turístico regional y que con ellos pueda competir a nivel nacional, como un conjunto de municipios llenos de atractivos turísticos, tradiciones, actividades turísticas, destinos de calidad, sostenibles y responsables con el medio ambiente.

El plan de desarrollo turístico estará dividido en tres etapas las cuales serán: Diagnostico, etapa de diseño y etapa de evaluaciones; el Diagnostico pretende dar una visión sobre el estudio a realizar, para, la realización del plan de desarrollo, así como un análisis para determinar la situación actual de la microrregión de Ahuachapán norte, el cual se realizó por medio de la obtención de datos de fuentes primarias y secundarias, los cuales se ordenaron sistemáticamente, permitiendo determinar el problema, que el plan de desarrollo pretende solucionar. El diagnostico contendrá de manera general: una base teórica, la cual está conformada por el marco teórico, marco legal y el marco contextual, el análisis de la situación actual de la microrregión de Ahuachapán norte, el inventario turístico de la microrregión, el estudio de mercado, el diagnóstico, la conceptualización del diseño, entre otros aspectos.

Para la realización del diagnóstico se realizaron diversas actividades entre las que destacan las visitas a los municipios de la microrregión, sus Alcaldías, visita a instituciones de apoyo al turismo, visitas a municipios con éxito turístico, recolección de información secundaria, entre otras; esto para comprender de mejor manera la situación actual de la microrregión de Ahuachapán Norte y realizar un análisis de los hallazgos obtenidos, para obtener el punto de partida en el cual se elabora el plan de desarrollo turístico. Con todo esto se pretende brindar

al lector un panorama general de lo que constituiría el plan de desarrollo turístico y la situación actual de la microrregión de Ahuachapán Norte.

La etapa de diseño, presenta los componentes del plan de desarrollo turístico, el cual se desglosa en programas, proyectos y actividades en caminados a lograr el desarrollo turístico de la microrregión.

Etapa de diseño contiene de manera general; la metodología para la elaboración del diseño, la conceptualización del diseño, así como una propuesta estrategia donde se detallan los objetivos del plan, las directrices estratégicas y los programas y proyectos con los que se contara. Posteriormente sigue el desarrollo de programa de promoción y marketing, mejora en servicios de información turística, programa de accesibilidad e infraestructura adecuada, programa de desarrollo de producto turístico, programa de calidad turística y sostenibilidad, programa de protección del patrimonio cultural y natural y programa de organización y gestión; con dicho diseño se pretende brindar una herramienta para el logro del desarrollo turístico en la microrregión de Ahuachapán Norte.

En la etapa de evaluaciones se inicia por la económica donde se inicia identificando los distintos tipos de inversiones que se deben hacer ya sean tangibles como intangibles además de costear la operatividad del servicio, determinando el costo del producto que se ofertara, además de identificar el punto de equilibrio, los ingresos y egresos, que se toman para la elaboración de estados financieros. También se realiza las evaluaciones financieras donde se determina la rentabilidad del Plan.

También se muestran las evaluaciones sociales entre ellas la evaluación de género con el objetivo que el Plan de Desarrollo Turístico sea inclusivo y beneficie a ambos sectores, además de la evaluación de género se ha realizado la evaluación medio ambiental con el objetivo de determinar los daños que traerán consigo la puesta en marcha del Plan.

B. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico para la Microrregión Ahuachapán Norte, que defina las estrategias que logren impulsar a la microrregión como un destino competitivo del sector turístico y que permita un desarrollo turístico sostenible.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

ETAPA DE DIAGNOSTICO.

- Elaborar un Marco Teórico, Legal y de Antecedentes que permitan contar con el conocimiento para diseñar el Plan de Desarrollo Turístico.
- Realizar un diagnóstico del turismo en la Microrregión Norte de Ahuachapán, estableciendo fuentes de Información primarias y secundarias que permitan la recolección y obtención de información turística, referente a la situación actual de la zona, para que sirva como apoyo para establecer el planteamiento del problema.
- Identificar la situación actual de la Microrregión Norte de Ahuachapán en cuanto al turismo, definiendo factores internos tales como: recursos, infraestructura, servicios, situación socioeconómica, cultural, ambiental y tecnológico, y externos como: leyes, políticas, y programas de apoyo.
- Elaborar un inventario turístico de la microrregión, documentando sistemáticamente los recursos y atractivos turísticos que esta posee, para detectar aquellos de mayor potencial turísticos.
- Realizar un estudio de mercado consumidor, competidor, distribuidor y abastecedor para posteriormente elaborar el diseño de las propuestas de solución al problema central y necesidades del cliente según los resultados obtenidos.

ETAPA DE DISEÑO

- Definir la metodología que permita diseñar el plan de desarrollo turístico de forma óptima, para que este genere un desarrollo tanto económico, social, cultural y turístico de la microrregión.
- Determinar la Capacidad Instalada de los atractivos turísticos que posee la microrregión, para conocer el grado de cumplimiento de atención de la demanda esperada.
- Diseñar un sistema de organización para la microrregión, para establecer un sistema ordenado de servicios y administración.

- Generar un conjunto de programas que involucre proyectos, objetivos, estrategias y acciones que logren impulsar el desarrollo turístico de los municipios pertenecientes a la microrregión, teniendo en cuenta los resultados del diagnóstico.

ETAPA ECONOMICO-FINANCIERA

- Realizar la evaluación económica financiera, para poder visualizar la factibilidad de la implementación del plan de desarrollo, en utilidades y tiempo de retorno de inversión.
- Evaluar el plan de desarrollo turístico, en el entorno social, ambiental y cultural con el propósito de analizar el impacto positivo o negativo que tendrá este en su implementación en la microrregión.
- Realizar una propuesta de implementación del plan de desarrollo turístico para la microrregión, esto con el fin de determinar los recursos, el tiempo de ejecución y el tipo de organización que ejecutará cada una de las actividades.
- Concluir si el plan de desarrollo turístico es factible técnicamente, económicamente, social y ambientalmente a fin de brindar un instrumento a la contraparte como apoyo a la toma de decisiones.

C. ALCANCES

- El Plan de desarrollo turístico se desarrollará para los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio. Siendo estos los municipios que conforman la microrregión de Ahuachapán Norte. En dicho plan se analizará las variables turísticas involucradas, se diagnosticará sobre el estado actual de la microrregión en materia turística y diseñará el plan, tomando en cuenta a todos los municipios como un conjunto.
- El Plan de desarrollo turístico para la microrregión de Ahuachapán Norte, será realizada en un periodo de tiempo de 9 meses, comprendido en los meses de febrero a octubre del año 2019.
- El plan de desarrollo contemplará una demanda de mercado nacional, a partir de una muestra representativa de país.
- El plan de desarrollo turístico para la Microrregión de Ahuachapán Norte, se diseñará en tres etapas, las cuales son: etapa de diagnóstico, etapa de diseño y etapa de evaluaciones.
- Los productos turísticos, atractivos turísticos, tradiciones, actividades turísticas, recursos culturales y recursos naturales de la microrregión de Ahuachapán Norte constituirán los objetos de estudio para la propuesta de circuitos o rutas turísticas a presentar en el del Plan de Desarrollo a diseñar.
- Los empresarios de turismo, emprendedores, artesanos, las alcaldías, los comités de turismo, asociaciones turísticas y los pobladores en general de los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio; así como los habitantes de las municipalidades que formen parte de la muestra representativa del país constituirán los sujetos de estudio para analizar el mercado de consumo, competidor, distribuidor y abastecedor.
- El presente trabajo de grado no abarca la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico que se diseñe, pero si la elaboración del plan de implementación del mismo.

D. LIMITACIONES

- Inexistencia de registros o estadística sobre afluencia de visitantes a los municipios que conforman la microrregión de Ahuachapán Norte.
- Registros o documentación de los destinos turísticos no se encuentra disponibles para algunas Alcaldías.
- Estadísticas y censos de población desactualizados, el último censo realizado fue en 2007.
- Se dificulta el acceso a los municipios que integran la microrregión Ahuachapán Norte, debido a la localización de éstos, dado que el municipio más cercano se encuentra a una distancia de 68 km del departamento de San Salvador. Además, el tiempo de transporte es de 3 horas de ida más 3 horas de retorno a la capital. Esto limita la frecuencia de realización de visitas por parte del grupo de trabajo a los municipios que conforman la microrregión.
- Condiciones de inseguridad a nivel nacional obstaculizan el acceso a determinados lugares o regiones, por lo que, para el presente estudio, se recurrirá al apoyo de seguridad municipal, para la recopilación de información y/o el trabajo de campo a realizar en los distintos municipios que componen la microrregión de Ahuachapán Norte.
- La inexistencia de un comité de turismo u oficina de turismo en algunos municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte, limitaran la recolección de información, ya que, no existirá asistencia capacitada de parte de las municipalidades que guie al grupo en el territorio para el trabajo de campo.
- Los datos estadísticos manejados por las instituciones relacionadas al sector turismo son datos generales, actualizados hasta el año 2018.

E. IMPORTANCIA

En la actualidad según la OMT (Organización Mundial de Turismo), el volumen del negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles, por lo que se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional y una de las principales fuentes de ingresos en numerosos países.

En El Salvador, en los últimos años, el turismo se ha vuelto una actividad fundamental para el desarrollo económico, social y ecológico, ya que es un rubro con un gran potencial que genera un impacto positivo en la dinamización de economías locales, acompañándose de elementos de tipo social, cultural y ambiental. Es por esto que se vuelve evidente la necesidad de efectuar una adecuada planificación si se desea que un determinado espacio, municipio o zona turística pueda llegar a tener un valor importante como producto turístico y, por consiguiente, pueda ser relevante dentro de la economía local de una determinada región.

El turismo como actividad económica, es un rubro generador de divisas, por ser una actividad que canaliza una inversión, es un detonante económico generador de empleos con remuneraciones que favorecen a la población local. Los principales impactos económicos del turismo están vinculados a las ganancias en divisas, a la contribución de los ingresos estatales, a la generación de empleo y al estímulo del desarrollo regional.

Al diseñar el plan de desarrollo turístico se logrará la coordinación de las diferentes municipalidades encaminadas a lograr un crecimiento económico y también la adecuada planificación de estrategias para los productos y servicios en materia de turismo ofertados por la microrregión de Ahuachapán Norte.

El rubro del turismo es absolutamente estratégico para un país. De manera más específica, para El Salvador, el sector, durante el transcurso del año 2018 recibió a más de 2.5 millones de personas según datos del ministerio de turismo, lo que significó un incremento del turismo internacional del 12.9% en relación con el registro de 2017, cuando el ingreso de turistas fue de 2.2 millones de personas; adicionalmente a eso, produce efectos multiplicadores en el empleo porque prepara una oferta de infraestructura y de inversión a través de la mediana, pequeña y micro empresa. Económicamente hablando, los datos del MITUR muestran que este sector reactiva la economía en El Salvador, siendo el segundo en generar más ingresos. En el año 2018 el gasto turístico, realizado por los turistas y los excursionistas son más satisfactorios que los registrados en el acumulado a diciembre de 2017. Con \$1532.61 millones para 2018 contra los \$1265.09 millones registrados en el 2017, es decir \$262.52 millones más o el equivalente a 21.1% de incremento. Esto nos dice que los turistas están cada vez más dispuestos a invertir en el entretenimiento que este rubro ofrece, entonces, es esta, una de las razones por las cuales dinamizar el turismo en la microrregión.

Con respecto al PIB, el sector turismo en la economía nacional es sumamente importante, tomando en cuenta que para el tercer trimestre del año 2018 del total del PIB le corresponde el 5.49 %, debido a la captación de \$356.26 millones.

También el turismo es un generador de empleos, según datos del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS), la participación del empleo que genera el sector turismo en la economía nacional es del 8.2%, esto se considera de vital importancia pues los programas que serán

diseñados con el plan de desarrollo turístico para la microrregión de Ahuachapán Norte, están encaminados a la generación de empleos en diferentes actividades.

En la microrregión, el municipio de Atiquizaya se está consolidando cada vez más como una parada turística para nacionales e internacionales. En el plan de competitividad realizado para el año 2016, se describe que, en el municipio, existen espacios físicos con vocación turística, en los se planteaba diversificar la oferta turística, al desarrollar estos espacios físicos con potencial turístico como el Salto de Malacatiupán, en el río de Agua Caliente y las piscinas de Aguijuyo y Las Minas. Otro atractivo principal está centrado en las actividades recreativas y turísticas que ofrece y en sus productos y servicios turísticos como es la famosa “Lotería de Atiquizaya”; a partir de esto se puede conectar con los demás municipios, siendo Atiquizaya el punto de entrada para el circuito turístico de la microrregión.

En el municipio de San Lorenzo, en el año 2014 con ayuda del CORSATUR e instancias de la alcaldía municipal relacionadas con el turismo, se planteó el plan maestro de desarrollo turístico municipal, el cual ha tratado de impulsar la labor del comité de desarrollo turístico de la alcaldía con respecto a diversos programas ahí planteados tales como, ordenamiento territorial turístico, capacitaciones, encadenamiento productivo de MIPYMES turísticas y promoción del sector y desarrollo de festividades. Se observa que existe un interés en las instituciones de potenciar el turismo.

En el municipio de El Refugio, existe el potencial de generar ingresos económicos por medio de actividades como la producción de artesanías de barro y pintura elaborada por los mismos pobladores con piedras extraídas de los ausoles de Ahuachapán y el río “Salto del Espino” que podría integrarse al circuito turístico con pivote en el municipio aledaño de Atiquizaya, lo que podría dinamizar la economía del municipio.

El municipio de Turín es muy conocido por la fabricación de artesanías, además se podría aprovechar la riqueza cultural de la iglesia parroquial y su parque, ubicado al frente de esta, también cuenta con una zona cafetalera y forestal que se podría aprovechar incluyéndolo en los programas que se desarrollaran con el plan. Con los atractivos mencionados también podría integrarse al circuito y formar relaciones de cooperación estratégica con los municipios aledaños de Atiquizaya y San Lorenzo como forma para incentivar el desarrollo económico por medio del turismo.

Esta microrregión ofrece atractivos únicos en su clase, su riqueza cultural, natural e histórica es algo propio de cada uno de los municipios, además, se considera una de las zonas con mayor afluencia de comercio tanto local como internacional, por estar cerca de puntos fronterizos.

De manera integral, el diseño del plan de desarrollo turístico, aumentaría la cantidad de empleos y mejoraría el ingreso de aquellos comerciantes que viven mayormente de compras realizadas por los turistas, generaría ingresos a las alcaldías por la administración pública de algunas de los atractivos, dinamizaría la economía, mejoraría las tasas de personas económicamente activas del lugar y resaltaría la riqueza natural con lo que se favorecería al medio ambiente a realizar prácticas amigables con él y concientizar a los turistas de la importancia de la preservación y conservación de los recursos naturales, esto ayudaría a disminuir la pobreza, incrementando así, los índices de desarrollo humano como: educación, salud, calidad de vida, entre otros.

F. JUSTIFICACIÓN

El diseño del Plan de Desarrollo Turístico para la Microrregión Ahuachapán Norte se justifica por aspectos que generan criterios de oportunidad como los siguientes:

- **Conveniencia**

La realización de un plan de desarrollo es oportuno, porque se cuenta con el interés y la disposición de la contraparte para facilitar la ayuda e información necesaria para la realización del mismo, ya que este será una herramienta que contribuirá a la toma de decisiones de planificación, inversión y ejecución por parte de las alcaldías.

- **Disposición de las alcaldías a fomentar el turismo en conjunto**

En los últimos años se han observado esfuerzos por fomentar el turismo en cada uno de los municipios de la microrregión, sin embargo, hoy en día estos municipios están interesados en trabajar en conjunto para aprovechar todos los recursos y atractivos turísticos que ofrecen.

- **Planes municipales**

Dentro de los objetivos municipales de la microrregión está el impulsar el desarrollo local a través de programas, planes y proyectos económicos, sociales, culturales, turísticos y ambientales, que contribuyan a mejorar la calidad de vida. Es por ello que las municipalidades cuenten con oficinas de turismo y comités de desarrollo turístico, los cuales se encargan de promover a los municipios como un destino turístico, para lo cual realizan diferentes acciones, programas y proyectos. El estudio se justifica ya que será de gran utilidad para la microrregión, ya que se encuentra la necesidad de planificar y organizar programas en pro del desarrollo turístico, económico, social, cultural y sostenible.

- **Perspectiva de la Ingeniería Industrial**

La realización del plan de desarrollo turístico se justifica desde la perspectiva de la Ingeniería Industrial, ya que, considera toda organización como un sistema de actividad humana, que con los diferentes recursos (humanos, materiales, tecnológicos, financieros, etc.) constituyen un flujo de procesos para la generación de productos y servicios, además brinda una visión integral de la organización, mediante la aplicación de la Teoría General de Sistemas. Un enfoque de sistemas pone énfasis en los aspectos generales y en las interacciones entre las partes que integran la organización, ahora bien, existen muchas técnicas como de mercadeo, recursos humanos, economía, finanzas, producción, etc. Sin embargo, las que hay que resaltar y hacen la diferencia para un plan desarrollado con enfoque de la ingeniería industrial, son todas aquellas en las que los conocimientos técnicos de diseño están presentes. Dicho esto, los problemas son abordados desde el punto de vista humano, técnico, ambiental, social, económico y financiero, aprovechando tendencias para generar soluciones estratégicas que beneficien a todos los involucrados.

- **Tendencias del mercado**

En los últimos años las personas se mueven de acuerdo a tendencias, en diferentes aspectos, ya sean tecnológicas, sociales, culturales, ambientales y el turismo no es la excepción. Así que, claramente se puede apreciar que las tendencias en el turismo se han unificado rápidamente; propuestas de turismo emergente como turismo rural, turismo de naturaleza y turismo comunitario son resultado de las tendencias actuales tales como el proceso de concienciación sobre la explotación de los recursos naturales y culturales que si se hace un

poco de memoria tiene sus cimientos en Europa, para luego convertirse en modelos de negocio sustentable en las diferentes localidades alrededor del mundo. Cada año, millones de jóvenes al graduarse del colegio o la universidad deciden darse un respiro antes de emprender su vida laboral, por lo que arman su equipaje y se van a viajar, practicando de este modo, turismo. Son los llamados Millennials, aquellos nacidos entre 1983 y 2000. Para muchos de los integrantes de la también Generación Y, viajar es una prioridad: incluso más que tener trabajo estable o comprarse una casa. Así el viajar es sinónimo de placer para el 47% de los jóvenes, posibilidades de aprender idiomas (22%), adquirir experiencias laborales (15%) y estudiar cosas novedosas (15%), esto es según el último estudio 'New Horizons' elaborado por World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE). Es por esto que se debe aprovechar la demanda de la tendencia de hacer turismo para lograr el desarrollo económico.

- **Aspecto Tecnológico**

Hoy en día nadie duda de la importancia de la tecnología en el turismo y de cómo ha influido en la manera en la que las personas viajan: desde qué destino elegir para las vacaciones, hasta qué hacer cuando ya se está allí e incluso en la etapa posterior a la aventura. Tal es así que, según un estudio de Google Travel, el 74% de los viajeros de placer planean sus viajes por Internet, mientras que solo el 13% lo hace ya a través de agencias de viaje, así que se considera este aspecto muy importante para la dinamización del turismo en la microrregión para hacer promoción de los distintos destinos turísticos que esta ofrece y la cual debe estar al alcance de las personas en todo momento, es por esto que programas como el de Turismo Accesible, Promoción y Marketing, ayudaran al desarrollo turístico de la microrregión.

- **Sostenibilidad ambiental**

Un dato del reporte "Análisis Ambiental de País, Mejorando la Gestión Ambiental para Abordar la Liberalización Comercial y la Expansión de Infraestructura", marzo de 2007, emitido por la dirección de Estadísticas y Censos de la república de El Salvador dice que "los 273 habitantes por kilómetro cuadrado hacen de El Salvador, el país más densamente poblado, solamente superado por países del Caribe", esto genera una gran cantidad de desechos.

Según datos de Banco Mundial, en el caso de la cobertura vegetal de El Salvador solo permanece el 2% de bosques, y un 36.21 %, tomando en cuenta las áreas con arbustos y zonas cafetaleras, esto según datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). De este total Procafe dice que el 88.8 % es bosque cafetalero, es por eso que no deben faltar los programas de sostenibilidad ambiental dentro del plan a desarrollar.

- **Desarrollo económico y social**

Desde el punto de vista económico, se justifica la elaboración del plan de desarrollo debido a que existe una oportunidad de desarrollo económico de la microrregión a través, del crecimiento de las micro y pequeñas empresas relacionadas al turismo, también de la generación de empleos. El sector turismo es el segundo rubro en el que más ingresos generan según datos económicos lanzados por las distintas instituciones del país. Ahora bien, un desarrollo económico implica un desarrollo social, un aumento de la calidad de vida de las poblaciones beneficiadas, mayor acceso a la educación y a la salud.

G.RESULTADOS ESPERADOS

Algunos de los resultados a obtener, con la elaboración del plan de desarrollo turístico, para la microrregión de Ahuachapán Norte son:



Inventario turístico de los municipios pertenecientes a la microrregión de Ahuachapán norte.



Estrategias de desarrollo que contribuyan al mejoramiento de la oferta turística, preservación de los recursos y atractivos turísticos, recursos culturales y cooperación entre los municipios.



Diagnóstico de la situación actual turística de la microrregión y de áreas relacionadas.



Propuesta de rutas o circuitos turístico de los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio, que aproveche los recursos naturales de la microrregión y contribuya al crecimiento turístico del mismo.



Propuesta de programas que contribuyan al desarrollo turístico de los municipios.



Factibilidad de mercado, técnica, económica, ambiental y social de la implantación del plan de desarrollo.



Plan de implementación del plan de desarrollo turístico

Ilustración 1: Resultados del Estudio

Algunos de los resultados esperados tras la implantación del plan de desarrollo turístico son:

-  Una oferta organizada, innovadora y competitiva del turismo local, contribuyendo a tener destinos de calidad, favoreciendo significativamente a las comunidades y a los agentes económicos ligados a la actividad turística.
-  Organización turística de la microrregión de Ahuachapán Norte
-  Mejoramiento y modernización de los productos turísticos.
-  Generación de empleos a través de micro y pequeñas empresas relacionadas al turismo y sus servicios de apoyo.
-  Imagen de seguridad municipal a través de la seguridad turística.
-  Revitalización de los centros históricos de los municipios de la microrregión.
-  Valorización y conservación de los bienes naturales y culturales por parte de los habitantes del municipio y de los turistas.
-  Aumento de los visitantes tanto local, nacionales como extranjeros.
-  Aumento de la inversión pública y privada en el sector turístico de la microrregión de Ahuachapán Norte.
-  Educación cultural en los habitantes de la microrregión.

Ilustración 2: Resultados del Proyecto



PARTE I: ETAPA DE DIAGNOSTICO





ETAPA DE DIAGNOSTICO

I. GENERALIDADES

1. OBJETIVOS DE LA ETAPA

OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Microrregión Ahuachapán Norte, que permita identificar el problema u oportunidad que enfrenta la microrregión en materia de turismo, así como ser el punto de partida para la conceptualización del diseño del plan de desarrollo turístico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un Marco Teórico, Legal y de Antecedentes para conocer el ámbito en el cual se realizará el plan de desarrollo.
- Establecer fuentes de Información primarias y secundarias que permitan la recolección y obtención de información turística, referente a la situación actual de la zona, para que sirva como apoyo para establecer el planteamiento del problema.
- Identificar la situación actual de la Microrregión Norte de Ahuachapán en cuanto al turismo, definiendo factores internos tales como: recursos, infraestructura, servicios, situación socioeconómica, cultural, ambiental y tecnológico, y externos como: leyes, políticas, y programas de apoyo.
- Elaborar un inventario turístico de la microrregión, documentando sistemáticamente los recursos y atractivos turísticos que esta posee, para detectar aquellos de mayor potencial turísticos por medio de una jerarquización.
- Identificar el segmento de mercado al cual va dirigido la microrregión por medio del estudio del consumidor.
- Conocer el mercado distribuidor de la oferta turística de la microrregión, para identificar si las características que requiere la microrregión, para formar parte de sus paquetes turísticos.
- Identificar los principales competidores de la microrregión, a fin identificar la ventaja competitiva que poseen, que los han permitido poseer éxito turístico.
- Estudiar el mercado proveedor, con la finalidad de identificar aquellas organizaciones que puedan brindar su apoyo, en la implementación del plan de desarrollo turístico.
- Describir el perfil del consumidor, competidor, distribuidor y proveedor de la microrregión, con la finalidad de establecer si existe mercado turístico para la zona Norte de Ahuachapán, e incluir sus características en la conceptualización del diseño del plan de desarrollo.
- Determinar las proyecciones de demanda, para determinar la proporción de mercado que puede cubrir la microrregión.

2. METODOLOGIA GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presentan un esquema general de la metodología planteada para la realización del diagnóstico de la elaboración del plan de desarrollo turístico para la Microrregión Norte de Ahuachapán.

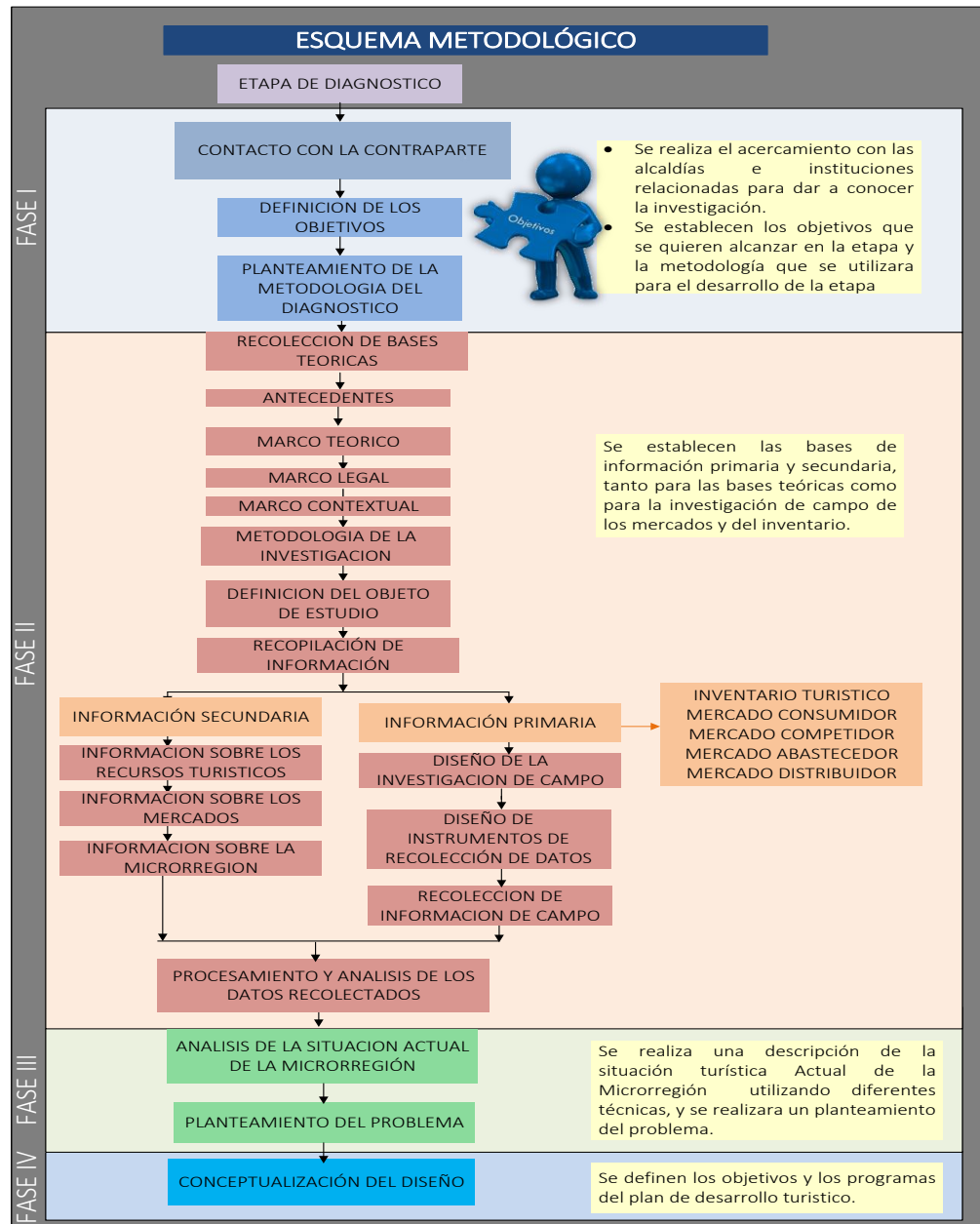


Ilustración 3: Esquema de la metodología general de diagnóstico

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detallan más cada fase de la metodología.

FASE 1: PLANTEAMIENTOS PRELIMINARES.

Se comenzará identificando las diferentes entidades que conforman los municipios y se realizará el primer contacto con ellos, para hacer de su conocimiento la realización de la investigación, y también para solicitar su colaboración para poder recolectar la información necesaria y las visitas de campo a cada uno de los componentes turísticos de los municipios, para establecer el grado de participación de estas en el desarrollo de la investigación.

Al dar a conocer la investigación a las autoridades pertinentes de cada municipio, se buscará que estos transmitan la información y motiven a otros actores con competencia en el tema o que podrían estar interesados en participar como podría ser: los gobiernos locales, instituciones gubernamentales, asociaciones de productores, asociaciones de desarrollo comunal, empresas rurales, gremios, instituciones de educación, cámaras de comercio y turismo, propietarios de hoteles, restaurantes, servicios de transporte, tour-operadores y otros que se consideren necesarios.

Así mismo, en esta fase se definirán los objetivos que se desean alcanzar al finalizar la etapa de diagnóstico, la metodología general que se utilizara para lograrlos y el objeto de estudio que se tomara en cuenta en la investigación de campo.

FASE 2: GENERALIDADES Y DETERMINACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Esta fase se divide en dos partes importantes la primera donde se da la recopilación de información secundaria y primaria para sentar las bases de la investigación.

Se recolectará información secundaria y primaria sobre las actividades turísticas de la microrregión, para identificar las líneas generales del desarrollo turístico real y potencial de la zona, se identifican los recursos turísticos actuales y potenciales de la microrregión. Además de la búsqueda de información útil y relevante para el desarrollo de la investigación, ya sea en estudios, informes o proyectos previos realizados en los municipios de estudio y en la microrregión. En esta fase también se recolecta información relacionada al turismo a nivel internacional, nacional y regional.

Se recogerá información preliminar de todos los actores relacionados, analizando temas relativos al territorio y al turismo de la microrregión, pero sin profundizar aún en ello. Como información secundaria de aspectos socioeconómicos, para determinar la realidad socioeconómica de los municipios pertenecientes de la microrregión. Toda esta información servirá como insumo para próximas fases.

En la segunda parte se realiza el diagnóstico de la situación turística actual, se elabora un diagnóstico que refleja la realidad turística y territorial de la microrregión, brindando la información necesaria para la formulación de un plan de acción turística para la microrregión. Además, se analiza el entorno político, económico, social, tecnológico y ambiental de la microrregión, esto con la finalidad de lograr un conocimiento más integral de la actividad turística de la microrregión, ya que estos aspectos impactan en el desarrollo de la actividad turística.

Se realizará una recolección, sistematización y análisis de los aspectos relacionados al turismo actual de la microrregión dividiéndolo en cuatro mercados los cuales será: mercado consumidor, distribuidor, proveedor y competidor, en estos se verán aspectos como: demanda turística, productos turísticos, competencia y proveedores, facilidades para el turismo, promoción y comercialización turística, comercialización y gestión del turismo a nivel de la microrregión y por municipio, para luego identificar, caracterizar y valorar las zonas de desarrollo turístico. Así mismo se realizarán propuestas de marketing, relacionadas con los resultados obtenidos del estudio.

FASE 3: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

El análisis estratégico consiste en un panorama de la información recolectada en la fase anterior de manera sintetizada y agrupada lógicamente, sobre la actividad turística actual de la microrregión. Esto permite hacer un análisis estratégico, para identificar de manera precisa los aspectos positivos sobre los que debemos construir y los negativos a superar.

En esta fase se identificar los principales problemas que posee la microrregión aplicando diferentes técnicas para el análisis de problemas, con el fin de lograr una perspectiva más amplia de lo que se necesita para formular el plan de desarrollo turístico.

FASE 4: CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO

Luego de haber realizado el diagnóstico y el análisis estratégico se definirá la conceptualización del diseño. Esta fase se desarrollará tomando en cuenta los factores claves o críticos identificados en el Diagnóstico, que permitirán definir las estrategias que se deben poner en marcha y las responsabilidades en el cumplimiento de los objetivos del Plan de Desarrollo Turístico para la microrregión.



II. MARCOS DE LA INVESTIGACION

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1. DEFINICIONES

1.1.1. DEFINICIONES GENERALES DEL PLAN

¿QUÉ ES LA PLANIFICACIÓN?

La planificación consiste en concebir un futuro deseado, así como los medios reales para llegar a él.¹ (Russell Ackoff)

IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN

Si se desea que un espacio determinado, municipio o zona turística llegue a tener un valor importante como producto turístico, es necesario que se efectúe una adecuada planificación, si esto sucede puede que el lugar, municipio o zona llegue a ser relevante dentro de la economía local de la zona o región.

La adecuada optimización de los recursos disponibles en el territorio en cuestión, la definición de un plan de trabajo que sepa aunar y coordinar las diferentes disciplinas que intervienen en el desarrollo turístico y, sobre todo, la adecuada planificación de las estrategias de producto y comercialización del mismo, pueden suponer la diferencia entre obtener un producto competitivo o un producto mediocre que tienda a desaparecer con el tiempo.²

ELEMENTOS DE LA PLANIFICACIÓN.

La planificación toma en consideración diferentes elementos que son importantes a la hora de realizar una planificación, entre estos tenemos:

- **Planes:** son el conjunto coherente de políticas, estrategias y metas. El plan constituye el marco general y reformable de acción, deberá definir las prácticas a seguir y el marco en el que se desarrollarán las actividades.
- **Estrategias:** Es el proceso por el cual se determina la asignación de recursos para lograr los mejores objetivos de la empresa u organización. Este concepto incluye propósitos, misiones, objetivos, programas y métodos clave para implantarla.
- **Programa:** planes donde se establece la secuencia de actividades para alcanzar los objetivos
- **Políticas:** guías para orientar la acción. Son los lineamientos o guías para llevar a cabo una acción con el fin de alcanzar un objetivo o una meta.
- **Procedimiento:** cronología y orden de actividades para llevar a cabo un trabajo que se repite.
- **Presupuestos:** expresan la cuantificación de los planes.
- **Objetivos:** dirección de esfuerzos para alcanzar una meta. Es el resultado deseado hacia el cual se orienta un acto intencionado, no necesariamente se alcanza dentro del período de planeación.
- **Metas:** fines alcanzables en un tiempo determinado.

¹ Citado en Michel Godet, Prospective et planification strategique, Paris, Economía, 1985.

² Introducción al turismo, OMT. Disponible en: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

- **Diagnóstico:** El sistema de planeación comienza por un intento por parte de la organización, de apreciar su situación actual en el mercado y los factores determinantes de la misma.

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA.

La planificación turística constituye un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, y, por otra, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad económica de los proyectos turísticos en un mercado turístico de competencia creciente.

ENFOQUES DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:

Los distintos autores e investigadores coinciden en reconocer siete enfoques con los que comúnmente se ha planificado el turismo, los cuales no son secuenciales ni exclusivos, de manera que permanecen más o menos vigentes y pueden combinarse de acuerdo con el propósito de planificación.

- a) **Enfoque Tradicional.** El turismo es bueno y debe ser desarrollado. Su desarrollo se mide en términos turísticos.
- b) **Enfoque Desarrollista.** El turismo es una actividad económica que puede contribuir al desarrollo nacional y social.
- c) **Enfoque Económico.** El turismo es una actividad exportadora y su desarrollo se mide en términos económicos, según la generación de divisas extranjeras.
- d) **Enfoque Físico – Espacial.** El turismo es una actividad que consume espacio y recursos. Su desarrollo se mide en términos ambientales
- e) **Enfoque Comunitario.** El desarrollo del turismo debe controlarse localmente y su desarrollo se debe medir en términos socioculturales.
- f) **Enfoque Sostenible.** El turismo abarca y está influenciado por aspectos económicos, sociales, ambientales y políticos. Su planificación tiene un componente holístico y es entendida como un proceso en desarrollo, orientada a la protección del patrimonio cultural y natural de los destinos, así como la equidad económica.
- g) **Enfoque Estratégico.** El turismo funciona bajo influencia constante de condiciones externas y su planificación es capaz de adaptarse ante contextos cambiantes e inciertos

PROCESO DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:

La planificación turística es un proceso basado en estudios, investigaciones y análisis, que busca optimizar la contribución del turismo al bienestar social y a la conservación ambiental, que de acuerdo con la OMT se compone de 7 etapas secuenciales que pueden modificarse según el enfoque de planificación y las condiciones locales.

1. **Estudios preliminares:** Esta primera etapa consiste en la visita del lugar, observación de recursos, determinación de la tenencia de la tierra, identificación de potencialidades de desarrollo y productos potenciales. Se establece el enfoque de la planificación de acuerdo a la escala (nacional, regional, de destino, de sitio) y al tipo de espacio turístico (natural, rural, urbano o costero).

2. **Objetivos de desarrollo:** Se determinan los objetivos de desarrollo turístico, de acuerdo con el enfoque y la potencialidad del espacio. Posteriormente estos objetivos se irán afinando en función de la información recogida durante el proceso de planificación.
3. **Estudios y evaluaciones:** Se recoge información referente al sistema turístico local y sus elementos como la planta de servicios, gobernanza, atractivos, comunidad receptora, demanda e infraestructura. Este paso en conjunto con el siguiente, constituyen el diagnóstico, estudio de situación actual o línea base y son el objeto del presente manual, por lo tanto, serán ampliamente expuestos más adelante.
4. **Análisis y síntesis:** Se analiza de forma integrada e interrelacionada todos los elementos del sistema con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.
5. **Formulación del plan:** Se formula la política y se elabora la propuesta de desarrollo o turístico, cuya estructura puede variar de acuerdo con los objetivos, el enfoque y la escala de planificación. Se precisa una secuencia lógica de desarrollo (fases o etapas) de ejecución con proyectos y programas prioritarios
6. **Recomendaciones.**
7. **Ejecución y gestión:** Se conforma organismos o comités de seguimiento público—privados con el fin de realizar una revisión periódica o programar modificaciones del plan en función de las nuevas situaciones del entorno y nuevas tendencias del turismo. Se define indicadores de éxito o de desarrollo y se realiza la medición periódica de avances³.

¿QUÉ ES UN PLAN?

Un plan es un documento que suele contener un conjunto de fines, objetivos, políticas, estrategias y metas. El plan establece el marco general y reformable de acción, este define los pasos a seguir, los ejecutantes, sus responsabilidades, y el marco en el que se desarrollaran las actividades.

En si los planes son el resultado del proceso de planeación, y muestran lo que debe hacerse en un futuro y las especificaciones necesarias para realizar las actividades y lograr los objetivos planeados ya sea por el país, el sector o la institución. Se debe tener en cuenta que un plan puede cubrir un plazo largo, mediano o corto de tiempo, y que estos suelen disgregarse en programas y proyectos.

TIPOS DE PLANES.

Cuando hablamos de los planes, decimos que un plan abarca un curso de acción futura, y que además son variados, así, entonces los diferentes tipos de planes pueden ser:

- **En función del tiempo** que se considere para alcanzar los objetivos y metas de la planeación existen tres tipos de planes:
 - 1) Corto plazo: en general, se dice que la planeación de corto plazo es a un año.
 - 2) Mediano plazo: la de mediano plazo es a dos o tres años
 - 3) Largo plazo: la de largo plazo es a cinco a más años.

³ La planificación del producto turístico, INTERMARK (consultores de turismo), Costa Rica. Disponible en: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>

Sin embargo, es necesario advertir que dependiendo del tipo de organización un año puede ser un corto plazo, mientras que, para otra organización, un año puede ser un mediano plazo, o bien cinco años puede ser un corto plazo para una organización, pero para otra puede ser un mediano plazo.

- **En función que quien realiza la planeación** existen tres tipos:

- 1) **Estratégico:** La planeación estratégica es responsabilidad del nivel directivo más alto de la organización. La planeación estratégica requiere establecer objetivos y metas claros con el fin de lograrlos durante periodos específicos de tiempo. Los objetivos y metas deben ser desarrollados en el contexto del futuro estado deseado y ser realistas, medibles y alcanzables. La planeación estratégica es de largo plazo y da respuesta a la pregunta de qué debe hacer la organización en este plazo para lograr las metas organizacionales. Los planes estratégicos se centran en temas amplios y duraderos que aseguran la efectividad de la organización y su supervivencia durante muchos años.
- 2) **Tácticos o departamentales** La planeación táctica se lleva a cabo en las diferentes áreas que dependen del nivel directivo. Es el proceso que toma en cuenta los recursos de la organización para realizar la planeación estratégica. En este sentido, la planeación táctica parte de los lineamientos sugeridos por la planeación estratégica y se refiere a las cuestiones concernientes a cada una de las principales áreas de la organización. La planeación táctica debe concentrarse en lo que debe hacerse en el mediano plazo a fin de ayudar a la organización a que logre sus objetivos a largo plazo.

Algunas de las características principales de la planeación táctica son:

- Es de mediano plazo
 - Se da en el marco de las orientaciones producidas por la planeación estratégica.
 - Es conducida o ejecutada por los ejecutivos de nivel medio de la organización
 - Se refiere a un área específica de actividad de las que consta la organización.
 - Está orientada hacia la coordinación de recursos.
 - Sus parámetros principales son efectividad y eficiencia.
- 3) **Operativos:** La planeación operativa consiste de actividades muy detalladas que deben ejecutar los últimos niveles jerárquicos de la organización, por lo general, determina las actividades que debe desarrollar el elemento humano. Se rige de acuerdo a los lineamientos establecidos por la planeación táctica y su función consiste en la formulación y asignación de actividades más detalladas. Los planes operativos son a corto plazo y se refieren a cada una de las unidades en que se divide un área de nivel medio de la organización. La planificación operativa convierte los conceptos generales del plan táctico en cifras claras, en pasos concretos y en objetivos evaluables a corto plazo. La planificación operativa demanda una aplicación de recursos que sea eficiente y efectiva en costos en la solución de problemas y consecución de los objetivos establecidos.

¿QUÉ ES DESARROLLO?

El concepto de la palabra desarrollo, ha ido evolucionando, por lo que este no posee una definición única. Para este apartado definiremos al desarrollo como: el proceso por el cual un lugar, comunidad o región progresa y crece económicamente, social, cultural o políticamente.

¿QUÉ ES UN PLAN DE DESARROLLO?

El plan de desarrollo es un instrumento de gestión que su principal objetivo es buscar el desarrollo social, económico, cultural o político en un determinado país, comunidad o territorio. En este plan, se incluye los pasos, actividades y programas que se requieren para acabar con las necesidades insatisfechas de la población y poder así mejorar la calidad de vida de los habitantes de dicho territorio.

Una definición más exacta es la que se presenta en el libro de Marketing de Destinos Turísticos de J. Enrique Bigné y J. Enrique Bigné Alcañiz, que dice:

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

¿QUÉ ES UN PLAN DE DESARROLLO PARA UNA MICRORREGIÓN?

Un plan de desarrollo para una microrregión, es un documento elaborado por los territorios miembros de esta microrregión, con el fin de diagnosticar los problemas estructurales de estos territorios como un conjunto, sus estrategias y prioridades de actuación, y los recursos financieros y comunitarios, con los que estos cuentan para hacer frente a un problema específico como microrregión.

Un Plan de Desarrollo para una microrregión tiene como objetivo marcar los lineamientos para el crecimiento y mejoramiento de los territorios que lo conforman, como un conjunto y determina los procesos que se deben llevar a cabo para cumplir con estas metas. Este plan es ejecutado por los Gobiernos locales de los territorios involucrados, y los Departamentos de la localidad involucrados como podría ser los sectores de seguridad y defensa, economía, gestión ambiental, participación ciudadana, etc.

¿QUÉ ES UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO?

Un plan de desarrollo turístico es un documento que sirve como instrumento de gestión, que tiene como fin impulsar el desarrollo turístico, social y económico de un territorio. Estos planes pueden ser desarrollados con ayuda de los diversos organismos o entidades involucradas en este sector, ya que estos conocen con exactitud el territorio para el cual se desarrollará el plan. Este plan contiene un conjunto planificado de actividades, programas y proyectos, que, al ser implementados, contribuirá a potenciar la actividad turística del territorio. Así mismo permite tener una evaluación del potencial turístico del territorio, donde se desarrollará el plan, con ello se pueden establecer las acciones necesarias que se deben llevar a cabo a mediano, largo o corto plazo, para contribuir al crecimiento de este sector.

1.1.2. DEFINICIONES DE TURISMO

TURISMO

Son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.⁴

Esta definición es amplia y flexible, que abarca las características más importantes del turismo. Éstas son:

- Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, “ocio, negocio, otros”.
- Acotación temporal del período por un año, período realmente amplio.
- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia.
- Localización de la actividad turística como la actividad realizada “fuera de su entorno habitual”.

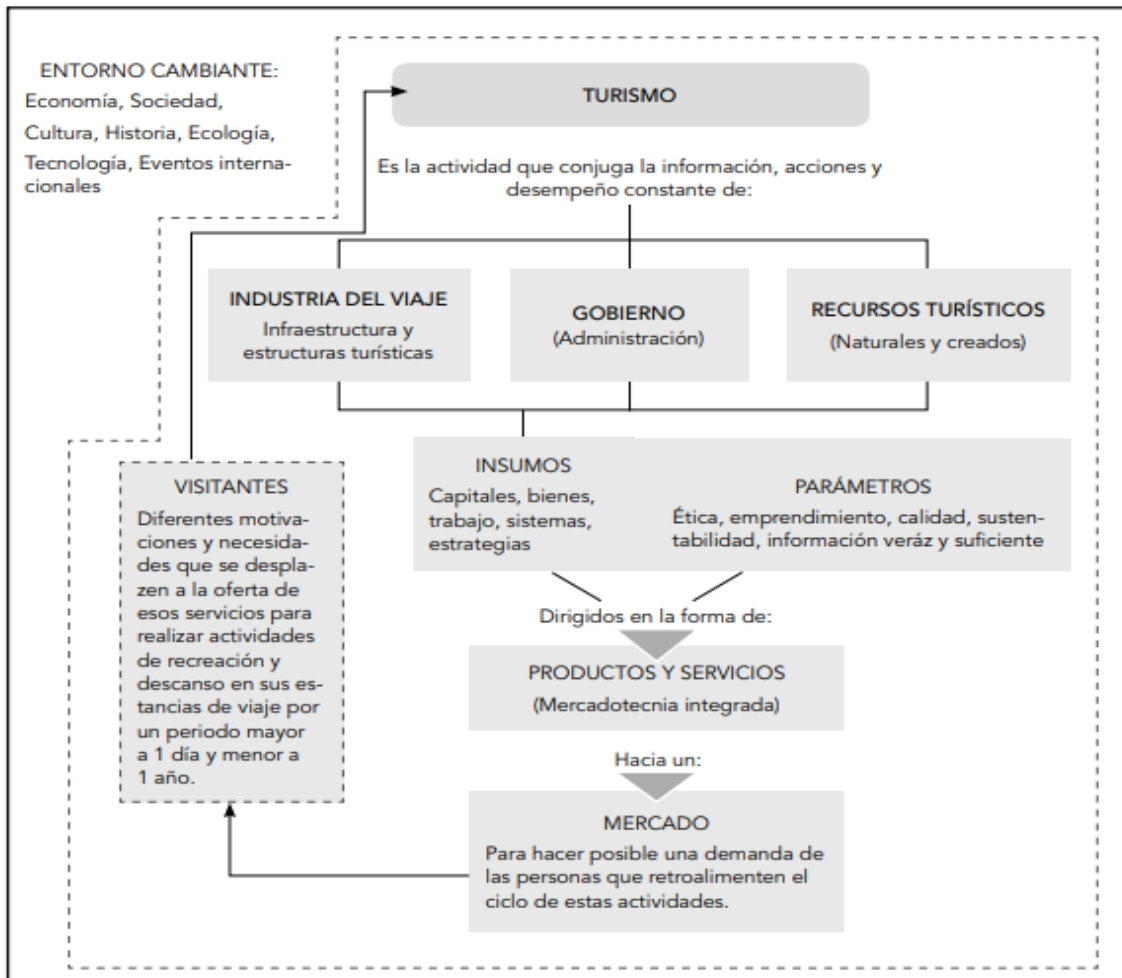


Ilustración 4: Definición del turismo de manera general

Fuente: *Introducción al Turismo*, Lic. Perla Elizabeth Guerrero González Dr. José Roberto Ramos Mendoza, primera edición, 2014.

⁴ Definición de turismo, OMT.

PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico está conformado por el conjunto de Bienes y Servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista (Cárdenas). Todos los elementos que conforman el producto turístico se resumen en tres:

- **Recursos turísticos:** Relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico.
- **Infraestructuras:** Son los elementos físicos, públicos y privados necesarios para el acceso al destino; por ejemplo, infraestructuras de transporte (carreteras, aeropuertos, aparcamientos), de sanidad (hospitales, centros de salud), de seguridad y protección del turista (policía, protección civil, embajadas), de energía (alumbrado de calles), de señalización turística (paneles, monolitos con información turista de los destinos), hidráulicas (abastecimiento y evacuación de aguas).
- **Servicios Turísticos:** Está referido a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo (empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, etc.)

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Entre sus características principales se encuentran:

- **Intangibilidad:** Una consecuencia directa de la intangibilidad es que no se puede transmitir la propiedad de los productos turísticos, sino que lo que se transmite es su uso y como mucho la posesión, y en ocasiones ni siquiera se posee. Esta característica implica que el producto comprado sea único, así, al contrario de los productos tangibles, de una estancia vacacional tan sólo queda el recuerdo.
- **Heterogeneidad:** La Calidad depende de quién, cuándo, cómo, dónde y cómo los proporcione.
- **Inseparabilidad:** No se puede separar de sus proveedores. Esto implica que los servicios no se pueden separar de aquellos que los prestan, por lo que no se trae el producto al consumidor, sino que se lleva el consumidor a donde está el producto.
- **Caducidad:** No se pueden almacenar o utilizarlos más tarde. Los productos turísticos no son almacenables, por lo que o se consumen en el momento programado o se pierden.

VIAJERO O TURISTA

Es cualquier persona que viaje de un lado a otro por menos de 12 meses consecutivos y que no pretende ejercer actividades remuneradas en el lugar que visita.

TIPOS DE VISITANTE O TURISTAS.

- **El internacional:** es aquel visitante que viaja a un país distinto al de su residencia.
- **El doméstico:** es el que viaja sin salir del país en el que reside.

EXCURSIONISTA: (o visitante del día): Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

DEMANDA TURÍSTICA: Conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, se sienten motivados por una serie de productos y servicios turísticos que trata de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento y cultura en su periodo vacacional.

OFERTA TURÍSTICA: Recursos e infraestructuras para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas.

DESTINO TURÍSTICO: Territorio delimitado por el turista, donde se oferta un producto turístico en diferentes sitios y agrupa 3 tipos de organizaciones turísticas: empresariales, territoriales e institucionales.

ATRACTIVO TURÍSTICO: Son todos los elementos naturales, técnicos culturales que por sus características se convierten en puntos o instrumentos de visitación o atracción turística. Comprenden los sitios tanto naturales como los factores de vida y actividad humana existentes en determinado lugar o región, los cuales constituyen el principal motivo para que el turista los visite

ZONA TURÍSTICA: Territorio donde se ofertan diversos productos turísticos, en diferentes destinos, que agrupan a 3 tipos de organizaciones turísticas: empresariales, territoriales e institucionales. Deben abarcar al menos 10 atractivos que se encuentren relativamente próximos, sin importar su tipo y categoría.

REGIÓN TURÍSTICA: Porción de territorio determinada por caracteres étnicos o circunstancias especiales de clima, producción, topografía, administración, gobierno, etc.

ÁREA TURÍSTICA: Están contenidas en las zonas turísticas, pero en su conjunto debe estar contemplado al menos un centro turístico y estar dotado de infraestructura mínima.

CIRCUITOS TURÍSTICOS: Son un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos. Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su ruta.

1.1.3. CLASIFICACIONES DEL TURISMO.

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

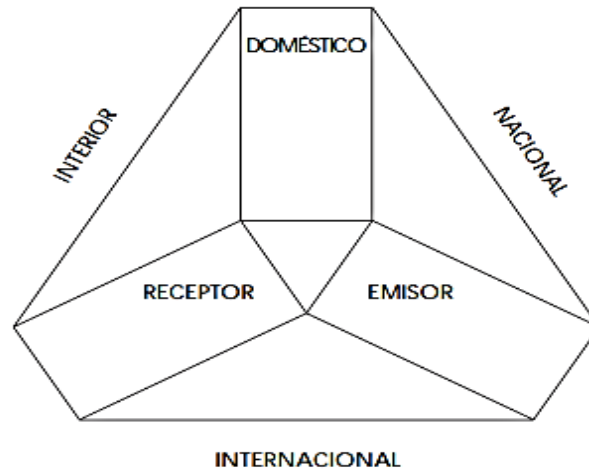


Ilustración 5: Formas del turismo, desde el lado de la demanda.
Fuente: OMT, 1994

Turismo emisor: el de los residentes de un país dado que viajan a otro país, es decir que el 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.

Turismo interno o domestico: el de los residentes de un país que viajan únicamente dentro del propio país, es decir que el 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.

Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro de un país dado, es decir que el turismo receptor incluye las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia.

Estas tres formas básicas de turismo pueden combinarse a su vez dando lugar a las categorías de turismo siguientes:

Turismo internacional: que comprende 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

Turismo interior: el turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, es decir engloba las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

Turismo nacional: que comprende el turismo interno y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por visitantes residentes fuera del país de referencia.

1.2. CLASIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

La actividad turística tiene diversas clasificaciones entre ellas está según el tipo de desplazamiento, la modalidad, el motivo por el cual se realiza, incluso su clasificación vinculándolo directamente al ecoturismo.

Según el tipo de desplazamiento

Esta clasificación responde a la ubicación geográfica del destino visitado y lugar de residencia del visitante.

- **Turismo receptivo o receptor:** Es el que realizan los extranjeros o no residentes, de un país determinado a otro denominado destino. Desde el punto de vista económico su desarrollo repercute directamente en la inversión, el empleo y la generación de divisas para nuestro país.
- **Turismo interno o doméstico:** Es el que realizan los residentes de un país al interior del mismo. Esta clasificación se encuadra dentro del campo de acción de turismo educativo.
- **Turismo agresivo o emisor:** Es el que realizan los nacionales o residentes de nuestro país al visitar países extranjeros.

Según la modalidad

Esta clasificación responde a la actividad desarrollada por el visitante y puede dividirse en dos grandes grupos:

- **Turismo convencional:** Es la práctica organizada y tradicional de desarrollar turismo. Los programas son predeterminados por una agencia de viajes y turismo y los servicios integrales como el alojamiento, el transporte, la alimentación y excursiones son convencionales. Sus principales destinos son las grandes ciudades o playas. Sus principales actividades, visitar museos, zonas arqueológicas, templos y playas. Estas visitas se realizan generalmente con guías turísticas que explican y reconocen la importancia del destino al nivel nacional e internacional
- **Turismo no convencional:** Se le denomina a la práctica no tradicional del turismo y tiene un carácter especializado. Por ejemplo, las caminatas, el canotaje, la observación de la naturaleza y las visitas que necesiten de accesos y servicios no convencionales.

Según el motivo principal que lo lleva a realizar turismo.

- **Turismo de aventura:** los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas deportivas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se participa de la armonía con el medio ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico. Turismo de aventura abarca las siguientes clases:
- **Turismo de aventura suave o soft:** comprende actividades de un nivel básico y aprovecha normalmente los recursos físico-recreacionales. A este tipo de turismo pueden acceder personas que no conocen a profundidad las actividades.
 - Caminata o trekking.
 - Canotaje en aguas de corrientes suaves.
 - Kayac en aguas de corrientes suaves.
 - Montañismo.
 - Cabalgatas.
- **Turismo de aventura fuerte o hard:** es desarrollado por personas que conocen a profundidad estas actividades, pues suponen algunos riesgos.
 - Puenting.
 - Ala delta.
 - Espeleología.
 - Canotaje, Kayac, montañismo en lugares de alto riesgo.
- **Turismo de naturaleza:** se desarrolla en zonas naturales. Existen las de interés específico y las que buscan beneficios personales de la relación con el entorno natural.
- **Ecoturismo:** Es el turismo de naturaleza que promueve los rasgos biológicos y físicos de la naturaleza, la conservación del entorno natural y la gestión sostenible de los recursos. Comprende la observación de la naturaleza, en busca de una visión general del paisaje y la biodiversidad de lugares turísticos, como también el interés científico, que permite el estudio de la flora y fauna a profesionales en la materia.
- **Turismo rural:** El turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza.
- **Turismo místico o religioso:** se refiere a la corriente de viajeros con motivaciones estrictamente religiosas.
- **Turismo cultural:** Es aquella forma de turismo que apunta, entre otros fines, al conocimiento de sitios Históricos y arqueológicos. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de bienes del patrimonio cultural, lo cual sirve de disfrute y medio de comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos.
- **Turismo gastronómico:** El atractivo turístico es la **comida tradicional** del destino escogido.

- **Turismo científico:** Su motivo principal es asistir a **convenciones o eventos** que reúnen a científicos reconocidos o para realizar investigaciones.
- **Turismo arqueológico:** Es una modalidad bajo la que se presentan propuestas y productos culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal. Es una forma alternativa de turismo cultural, basado en promocionar la pasión por la arqueología y las iniciativas de conservación de los yacimientos y lugares históricos.
- **Turismo de salud:** Los Viajeros viajan a los destinos con el objetivo de curar o tratar dolencias, relajarse, tomar tratamientos para rejuvenecer y adelgazar y otros, y a su vez lograr una mejora en el estado espiritual.

1.3. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO VINCULADO AL ECOTURISMO

- **Agroturismo:** turismo cuya finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustriales.
- **Etnoturismo:** modalidad turística que está orientada al conocimiento de las tradiciones y costumbres locales, así como también el desarrollo de actividades de intercambio cultural con habitantes originarios de las áreas visitadas.
- **Turismo rural comunitario:** Turismo que se desarrolla en áreas rurales con familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, grupos indígenas y otras organizaciones de tipo colectivo de las comunidades que manejan la actividad turística, planificando, gestionando y cuidando los recursos naturales e históricos que sirve de atractivo en sus territorios.

Otras modalidades de turismo que muchas veces están ligadas al ecoturismo o al turismo rural:

- **Turismo de Sol y playa:** Turismo que se da en localidades costeras en las cuales se encuentran las playas.

1.4. INSTITUCIONES RECTORAS DEL TURISMO EN EL SALVADOR



MINISTERIO DE TURISMO

Es un organismo rector en materia turística y vela por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo, a través de la inclusión de todos los sectores involucrados, mediante mecanismos que conlleven al desarrollo sostenible y competitivo de la industria turística, también impulsa el desarrollo económico y social, para generar empleos dignos y mejorar la calidad de vida de la población. También Convertir a El Salvador en punto de encuentro para el turismo nacional e internacional en donde los mercados emisores se identifiquen con la cultura, las costumbres, los pueblos vivos y las tradiciones salvadoreñas



INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO

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



CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

La Corporación Salvadoreña de Turismo es una institución autónoma, creada con la finalidad de promover los sitios más atractivos del país, fomentando la inversión extranjera y nacional. La función de CORSATUR es promocionar permanentemente a El Salvador, a nivel nacional e internacional, como un destino turístico, coordinadamente con los diferentes actores del sector.



CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO
Es una asociación gremial que aglutina

1.5. SISTEMAS TURISTICOS

¿Qué es el sistema turístico?

Se le llama sistema turístico a un modelo conceptual, formado por un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. (OMT 1994)

En el sistema turístico ningún elemento se encuentra aislado, sino que todos sus componentes están muy vinculados entre sí y con el exterior. Esta característica le confiere un alto grado de apertura, flexibilidad y dinamismo por lo que resulta un modelo teórico maleable frente a distintas situaciones del entorno físico, sociocultural y económico. (Santana, 1997)

Según la OMT este sistema está compuesto por los siguientes elementos:

○ **La Demanda**

Es el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios de bienes y servicios.

○ **La Oferta**

Compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones.

○ **Involucrados**

Deben estar activamente en la experiencia turística.

○ **Espacio Geográfico**

Base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

○ Los operadores de mercado

Son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

El sistema turístico que es concebido por Boullon, está conformado por los siguientes elementos: infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico.

- **La demanda:** Es el componente más dinámico del sistema e implica al grupo de personas (actuales o potenciales) que se viajan y hacen uso de los servicios e instalaciones creadas para su recreación. Desde un punto de vista socio-económico, la demanda está determinada por la facilidad de acceso a los transportes, por los ingresos, por el nivel educativo y por el deseo de salir de la rutina; la demanda turística se genera cuando la sociedad haya superado, en forma general, un nivel de renta suficiente para cubrir las necesidades básicas. En contrapartida las sociedades con grandes polarizaciones en la concentración de la riqueza generarán una demanda turística limitada o restringida. (Santana, 1997).
- **La oferta:** Es el conjunto de elementos que conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas. Así se distinguen los siguientes componentes: los recursos y atractivos turísticos, la plata turística (las empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y los elementos institucionales (las instituciones públicas y privadas que intervienen en el desarrollo turístico). (Santana, 1997).
- **Los recursos y atractivos turísticos:** Son aquellos elementos que motivan el desplazamiento de los turistas. Pueden ser de origen natural, cultural, etc. Cabe diferenciar entre recursos y atractivos siendo los primeros atractivos potenciales mientras que los segundos son aquellos recursos ya puestos en valor. (Santana, 1997).
- **La infraestructura:** Son todos aquellos elementos que proporcionan servicios no exclusivamente turísticos y que en primer lugar buscan la satisfacción de la población local, pero sin los cuales sería imposible el funcionamiento de los servicios turísticos resultaría imposible. Estos son las carreteras, los ferrocarriles, los puertos, los aeropuertos, las comunicaciones, las redes de energía, las de agua potable y residual, los sistemas de recogida de residuos, etc. Algunos autores hacen la distinción entre infraestructura e infraestructura de apoyo, refiriéndose a la primera como aquellos elementos estáticos y a la segunda como los que se van transformando de acuerdo a las necesidades. (ej. infraestructura: una ruta aérea, una vía marítima; infraestructura de apoyo: un aeropuerto o un puerto marítimo) (Santana, 1997).
- **Superestructura Turística:** Para que el sistema turístico funcione adecuadamente requiere del auxilio de un subsistema superior que regule todo el sistema, al que

llamaremos superestructura. La superestructura turística comprende todos los organismos especializados tanto públicos, como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes del sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

- **La planta turística:** Son todas las empresas que facilitan la permanencia del turista en el destino proporcionando servicios de alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc. (Santana, 1997).
- **Producto Turístico:** Si bien es cierto que desde el punto de vista económico la oferta turística no puede ser otra cosa que un bien o un servicio, traducir textualmente este concepto, conduce a deducir que el producto turístico está formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta. (Boullon, 1985)
- **Comunidad local:** Está conformada por grupos de individuos que residen en forma permanente en los polos o centros turísticos. También se la conoce con el nombre de comunidad receptora. Básicamente la comunidad local está compuesta por dos grandes segmentos:
 1. Los grupos que están directamente relacionados con el turismo (meseros, guías de turistas, empleados de aerolíneas, de agencias de viajes, de hoteles).
 2. Los grupos relacionados indirectamente con el turismo (pescadores, campesinos, agricultores, obreros y policías).

Según el modelo de Sergio Molina, el sistema turístico se compone de 6 elementos que persiguen un objetivo en común:

1. **La superestructura:** que se compone de organizaciones del sector público y privado; leyes, reglamentos, planes y programas.
2. **La demanda:** constituyen los turistas residentes en el país y en el extranjero.
3. **La infraestructura:** la cual incluye aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, de teléfono, etc.
4. **Los atractivos:** que pueden ser tanto naturales como culturales.
5. **El equipamiento y las instalaciones:** se integran por hoteles, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes, canchas de tenis, etc.
6. **La comunidad receptora:** se refiere a los residentes locales ligados directa e indirectamente con el turismo.

1.6. MODELOS DE SISTEMAS TURISTICOS.

Como fenómeno, el turismo es complejo, dado que incluye variables sociales, económicas, culturales políticas, en el que intervienen una cantidad importante de relaciones. Varios investigadores han estudiado e intentado llevar la Teoría General de Sistemas a la actividad turística. Esto ha permitido integrar múltiples conceptos y entender al turismo y sus elementos como un sistema.

Existen tres tipos de categorías de sistemas según Buckley:

1. **El modelo mecánico** es característico de los sistemas cerrados. El principio fundamental sobre el cual se basa es que el sistema siempre debería tender al equilibrio o estabilidad. Pero la realidad ha demostrado que los sistemas muy pocas veces permanecen en equilibrio, sino que por el contrario es el desequilibrio el que provee la estabilidad en los sistemas.
2. **El modelo orgánico** se concibe bajo el concepto de sistema abierto, donde el sistema interactúa con el entorno en un continuo intercambio de información y otros recursos materiales.
3. **El modelo procesal** es también característico de los sistemas abiertos.

“Se asume que los elementos del sistema tienen una comunicación entre sí y una organización, por lo que son capaces de auto dirigirse hacia la obtención de un resultado o meta”. Este modelo establece que los sistemas complejos se encuentran sujetos a perturbaciones provenientes del ambiente lo que genera cambios internos y de adaptación entre sus elementos

A continuación, se presentan los principales modelos teóricos disponibles aplicados al turismo:

● **MODELO DE LEIPER.**

Este modelo plantea un modelo teórico espacial del fenómeno del turismo, el cual incluye una visión amplia, planteando que tiene la capacidad de incorporar visiones interdisciplinarias porque no está enraizado en cualquier tema o disciplina en particular, sino que provee una estructura dentro de la cual se pueden situar los puntos de vistas de las distintas disciplinas (Oliveira Santos, 2007). El modelo de Leiper, plantea el turismo como un sistema abierto en el que interactúan elementos, por un lado, el turista por otro la industria turística y agrega tres elementos geográficos, la región de origen, las vías de tránsito y las regiones de destino, todo esto situado en un medioambiente determinado.

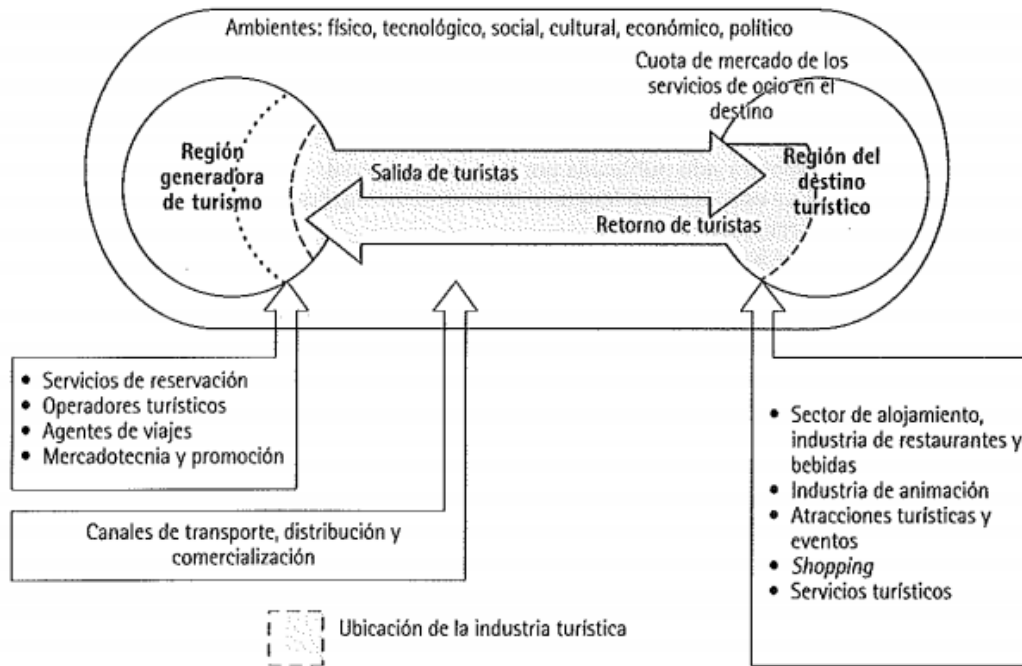


Ilustración 6: Modelo teórico de enfoque espacial según Leiper.

Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo. Conceptos, modelos y sistemas, pág. 16

● MODELO DE MARRIOT.

Una forma simple de representación del fenómeno turístico consiste en considerar la interrelación entre el origen y el destino, colocando a los flujos de ida y vuelta entre estos elementos. Una modificación de este modelo lo presenta Marriot, quien agrega entre el origen y el destino las rutas que pueden utilizar los turistas para desplazarse. En este modelo se incorporan tres rutas, la de acceso, la recreativa y la de retorno.

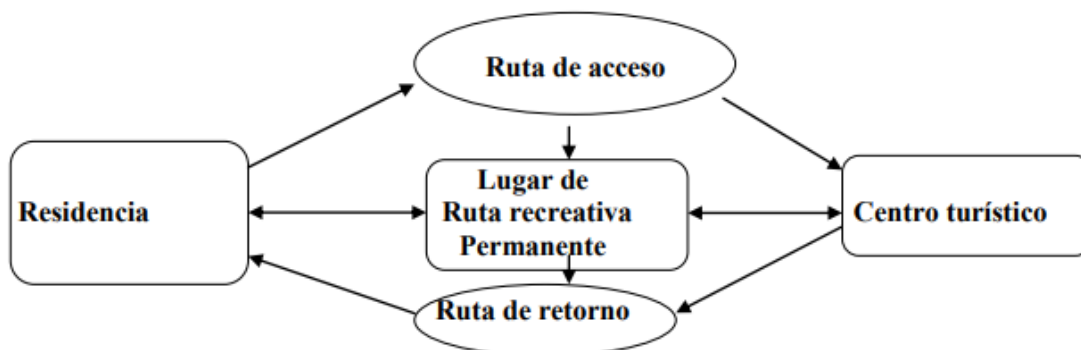


Ilustración 7: Modelo de relación origen-destino Marriot

Fuente: Modelos para la Gestión Turística en Destinos, Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta.

● **MODELO DE PALHARES PALHARES.**

Plantea en su modelo que el turista además de visitar el destino previsto tiene la posibilidad de destinos secundarios. Así representa los flujos entre el origen y el destino primarios y los secundarios, considerando la cantidad de desplazamientos que pueden realizar los turistas.

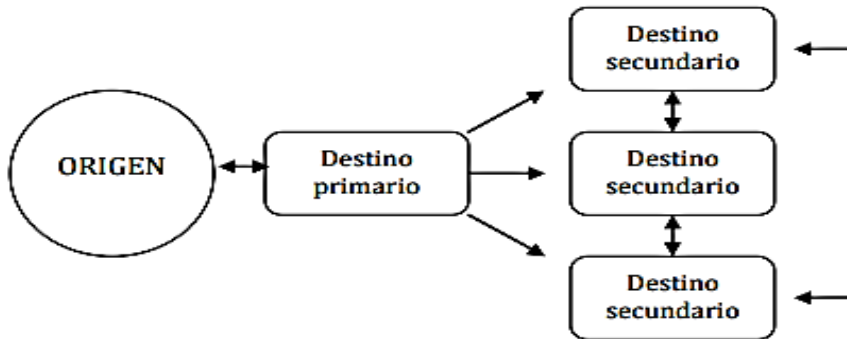


Ilustración 8: Modelo teórico del enfoque espacial de Palhares.

Fuente: Modelos para la Gestión Turística en Destinos, Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta.

● **MODELO RAYMUNDO CUERVO.**

Se considera a Raymundo Cuervo como el primer autor en desarrollar un análisis enfocado al turismo. Su publicación “el turismo como medio de comunicación humana” en 1967, en que destaca al turismo mediante el concepto de sistema, otorgando la siguiente definición: El turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos. (Cuervo, 1967, p. 29) Para Cuervo, el turismo representa un grupo en que se involucra varios sub grupos, tales como:

- Medios de comunicación
- Establecimiento de alimentos
- Establecimientos de hospedajes
- Agencias de viaje
- Desarrollo de artesanías
- Almacenes comerciales.



Ilustración 9: Modelo de Raymundo Cuervo.

Fuente: Elaborado por José Luis Bosch y María Carolina Merli en base a Cuervo, Raimundo (1967) “El turismo como medio de comunicación humana”. Departamento de Turismo de México

● MODELO DE LUNDGREN

Plantea un modelo que considera que los puntos turísticos pueden emitir y recibir turistas y analizar y estudiar al mismo tiempo el volumen de turistas en cada sentido. Además, Lundgren, considera la centralidad geográfica y jerarquiza los puntos turísticos según el papel que desempeñan en el contexto regional, teniendo en cuenta además los atributos del lugar.

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

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

● MODELO DE SERGIO MOLINA

De acuerdo con Molina (1997), considera que el previo estudio del turismo, contemplado como sistema, es un tema poco desarrollado. De igual manera que el turismo está compuesto de elementos que se relacionan entre sí para el cumplimiento de objetivos.

De acuerdo con Panosso & Lohmann (2012), el modelo desarrollado por Molina (1997), se considera como abierto ya que constituye vínculos de entrada y salida con el sector en el que se pudiera implementar.

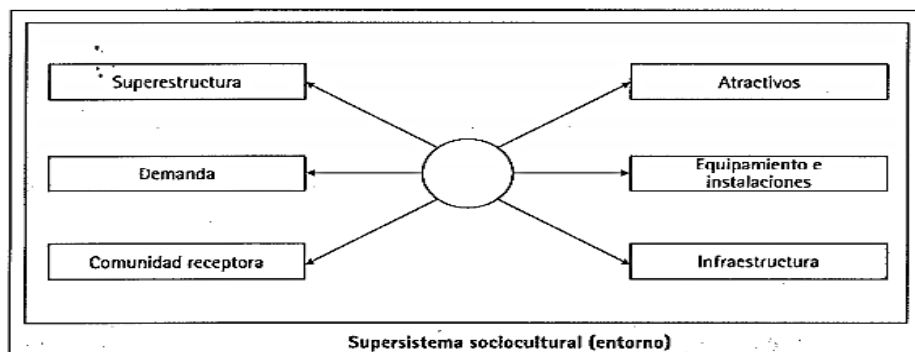


Ilustración 10: Modelo teórico según Molina

Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo. Conceptos, modelos y sistemas, pág. 28.

● **MODELO DE HALL.**

Esta propuesta sencilla y flexible permite el estudio de diferentes tipologías de turismo y es el punto de partida para modelos más desarrollados, como el presentado por Hall, que se fundamenta en el comportamiento del turista y su interacción temporal y espacial.

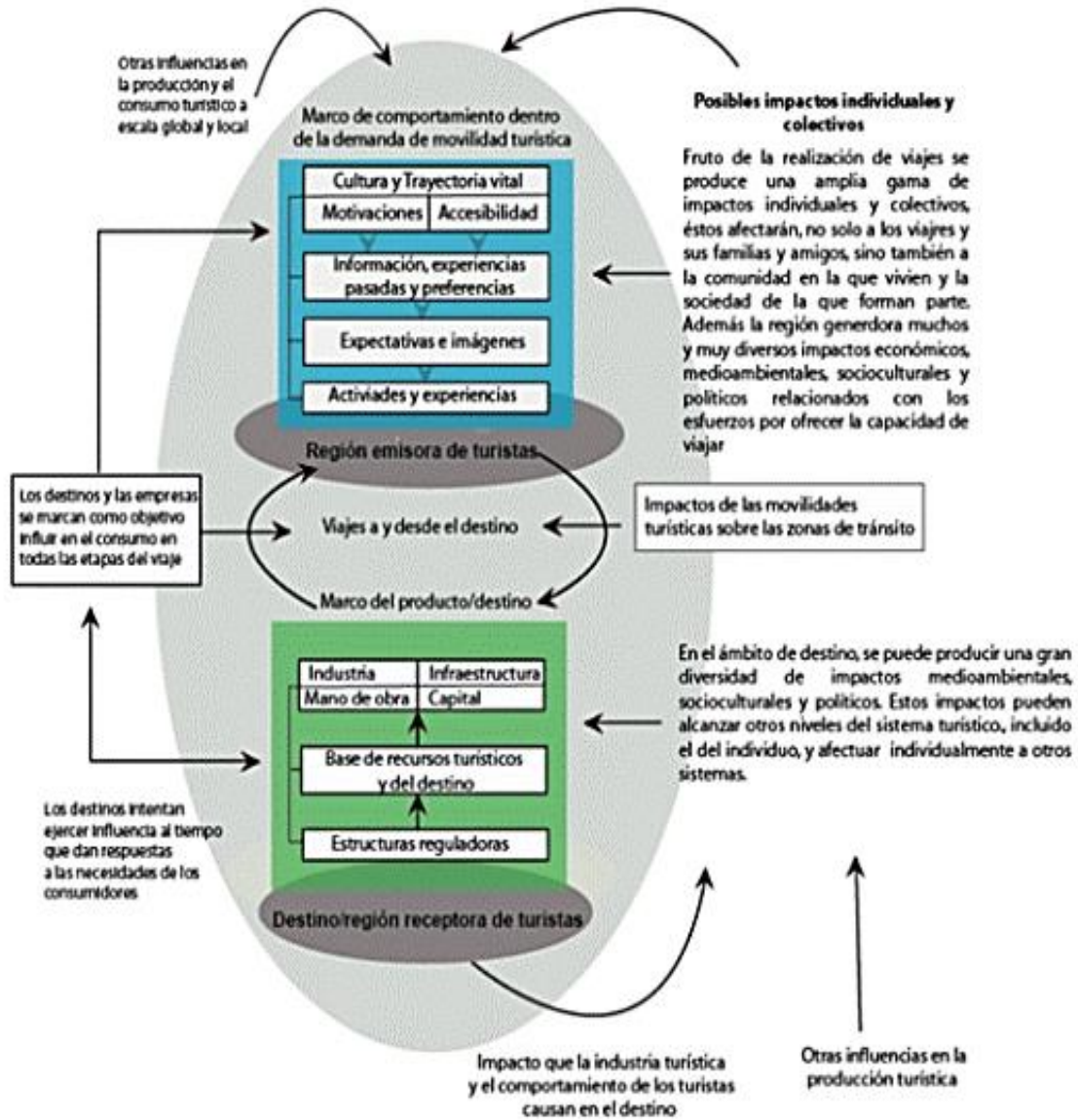


Ilustración 11: Modelo de turismo basado en el comportamiento e interacción del turista
Fuente: El turismo: Una aproximación a los sistemas complejos, Giovanni Herrera Enríquez, septiembre 2017, pag 4

● MODELO DE BENI

Beni considera que el turismo puede convertirse en una ciencia; afirma que a pesar de que el turismo se vale de los métodos de análisis de otras ciencias, su objeto de estudio es propio y se sitúa más allá de todas ellas, ya que las toma, las incorpora y las transforma.

La propuesta de Beni es que se vea al turismo como un sistema compuesto de tres conjuntos: el conjunto de las relaciones ambientales (con los subsistemas ecológico, social, económico y cultural), el conjunto de la organización estructural (con los subsistemas superestructura e infraestructura) y el conjunto de las acciones operacionales (con los subsistemas mercado, oferta, demanda, producción, distribución y consumo).

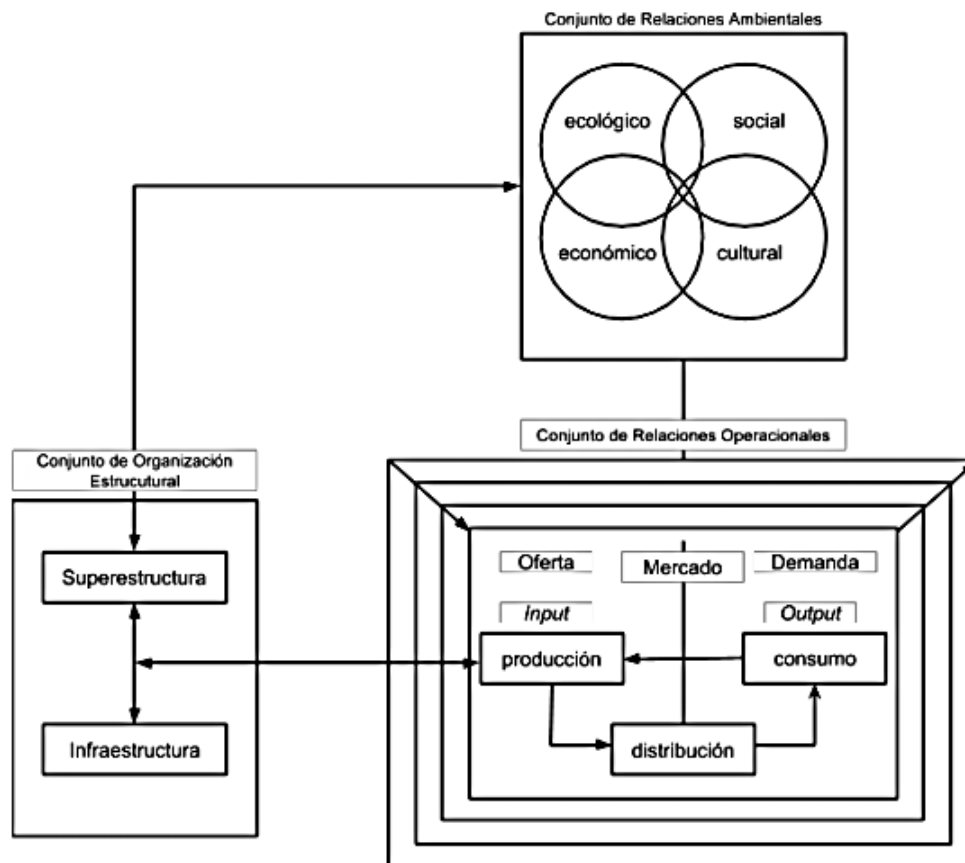


Ilustración 12: Modelo de Beni

Fuente: Fundamentos del enfoque sistémico para el estudio del turismo, José Luis Bosch y María Carolina Merli, pág. 21

● PROPUESTA DE AMPARO SANCHO-OMT

La OMT propone un nuevo enfoque, más amplio, para el proceso de análisis de la actividad turística y comprensión de su síntesis, denominado modelo FAS, las letras corresponden a las iniciales de las palabras que representan sus elementos fundamentales: Factores, Atractores y Sistemas de Apoyo. Los autores Gallego Llorca y Pedro Bueno los desarrollan ampliamente en el documento "Estructura de los Sistemas Turísticos". Se denomina Factores a los recursos del destino turístico que forman la estructura de producción.

Se considera que los recursos pueden ser naturales (acuáticos, terrestres y otros), humanos (herencia cultural, condiciones de trabajo, capital humano) y de capital (físico, financiero u otros). Se llama atractores a los elementos que se conforman como atracción turística del destino. Los atractores se dividen en naturales (sol y playa, espacios naturales), culturales (eventos, herencia histórica) y artificiales (compras, entretenimientos, negocios y convenciones). Los sistemas de apoyo completan el modelo de sistema turístico. En esta dimensión se consideran las industrias de apoyo e infraestructura del destino turístico, de acuerdo a la siguiente caracterización: transporte (terrestre, aéreo), hospitalidad (alojamiento, restaurantes, organizaciones del destino), servicios complementarios (salud, seguridad, facilidades).

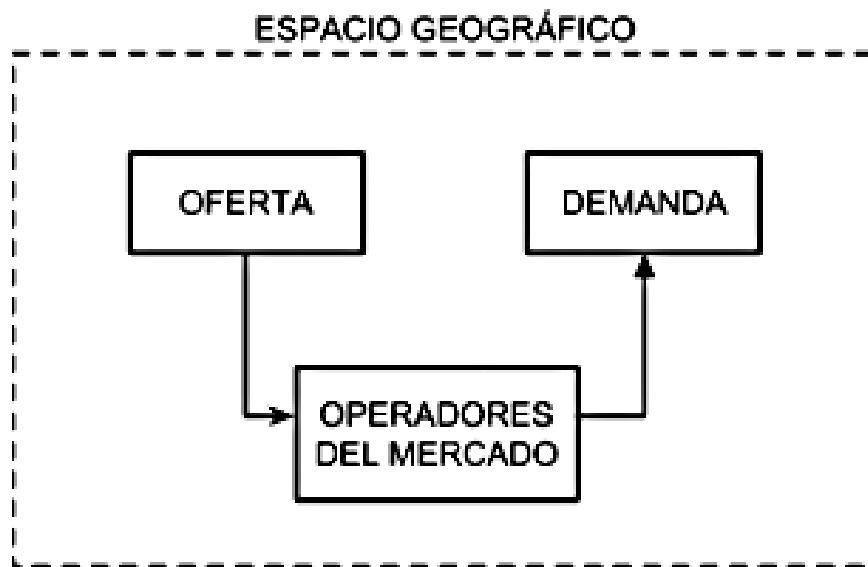


Ilustración 13: Diseño de modelo según la OMT.

Fuente: elaborado por José Luis Bosch y María Carolina Merli en base a Sancho, Amparo dir. (1998) "Introducción al Turismo" OMT Organización Mundial del Turismo.

● MODELO SEGÚN BOULLON

Robert Boullon, plantea un sistema turístico que se origina cuando la oferta y demanda turística se encuentran en el proceso de venta de un producto turístico definido, que, con ayuda de la infraestructura del sector, se forma la estructura de producción integrado a la superestructura para llegar al funcionamiento e interrelación entre todas las partes del sistema (Boullon, 2006, pág. 31)

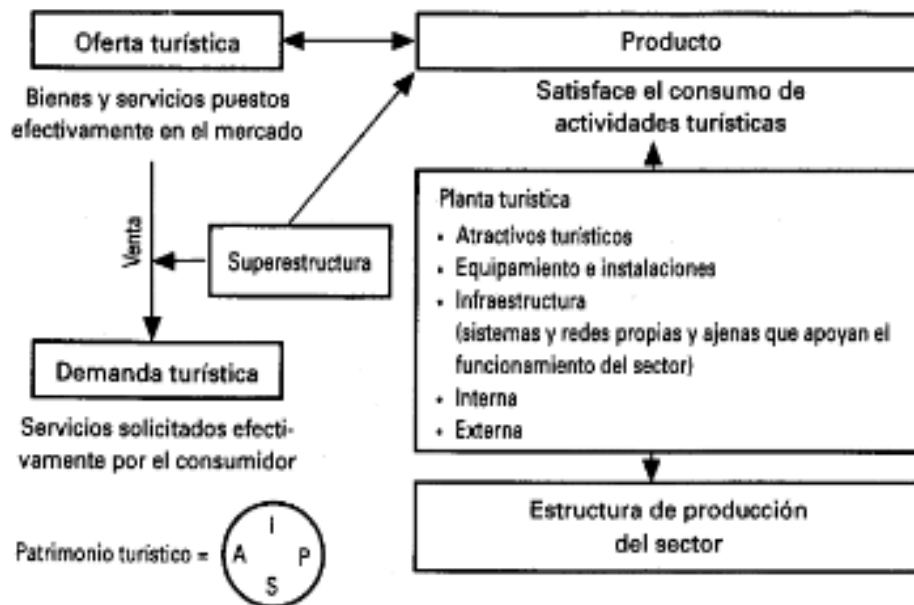


Ilustración 14: modelo de Boullon.

Fuente: Planificación del espacio Turístico, Roberto C. Boullon, 2006, pág. 31.

● MODELO DE GUNN

Gunn ofrece un modelo del sistema turístico que sirve de base conceptual para la planificación turística y lo presenta desde una perspectiva de mercado, concibiendo tanto a la demanda y la oferta como las dos fuerzas principales en la administración de dicho sistema.

Por otro lado, identifica una serie de factores externos que influyen en su funcionamiento y tienen repercusiones en la relación entre la oferta y la demanda: financiamientos, recursos culturales, recursos naturales, políticas gubernamentales, comunidad, aspectos laborales y competencia.

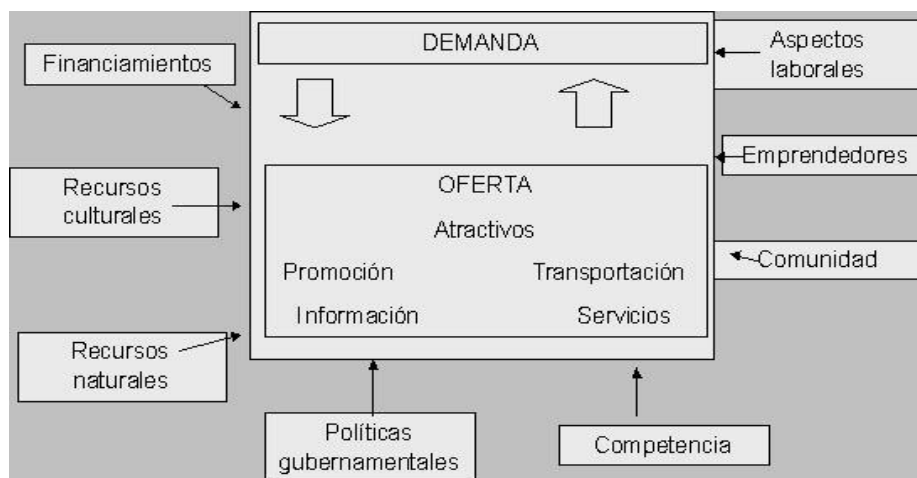
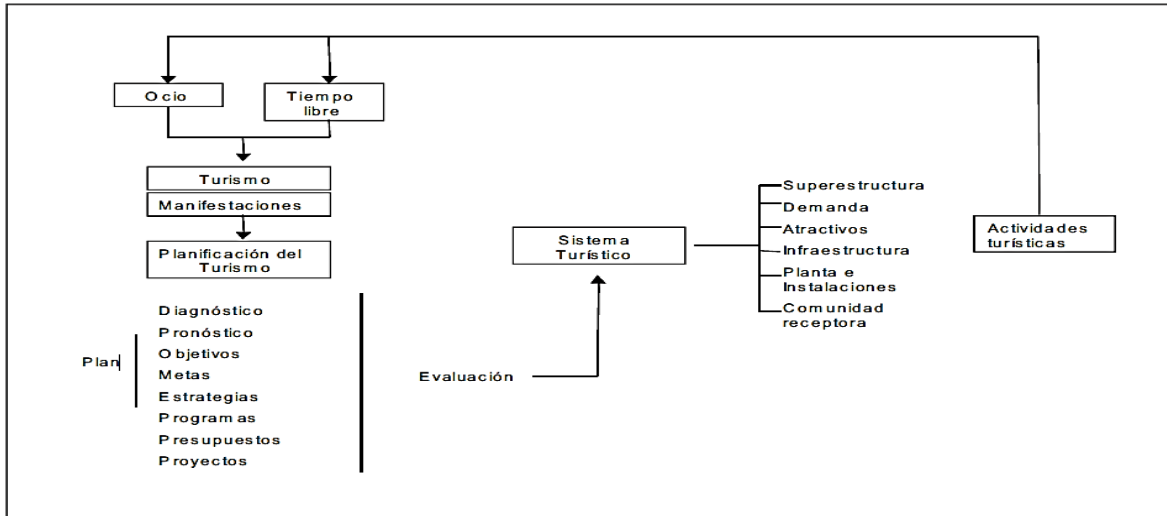


Ilustración 15: diseño del sistema turístico planteado por Gunn.

Fuente: Osorio Maribel (2005) "La Teoría de Sistemas aplicada al turismo".

1.7. MODELOS DE PLANES DE DESARROLLO TURISTICO.

● MODELO PARA LA PLANIFICACIÓN INTEGRAL DEL TURISMO DE MOLINA (1982).

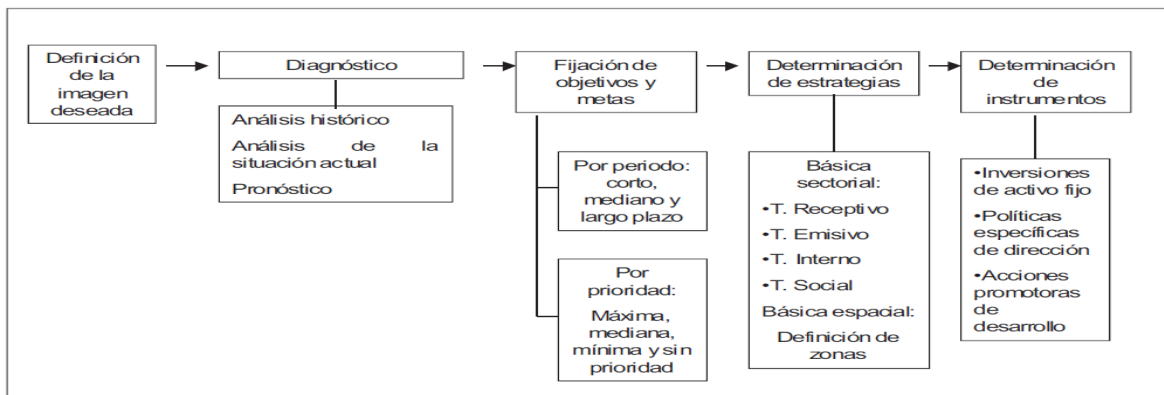


Esquema 1. Modelo para la Planificación Integral del Turismo de Molina (1982)

Fuente: Planificación Turística. Enfoques y modelos. Universidad Autónoma de México

El autor considera que se trata de un modelo integral, porque establece que el análisis debe considerar una serie de variables que condicionan el modo y el nivel de vida del grupo humano, tales como: culturales, sociales, psicológicas, políticas, legales, ecológicas y económicas. Contempla al turismo como manifestación del ocio y el tiempo libre y no meramente como una actividad económica, adicionalmente establece como elementos del sistema a la comunidad receptora y a la superestructura, lo que no se presenta en otras propuestas. Este modelo sirvió de base para el estudio de la planificación turística desde una perspectiva sectorial en ámbitos locales o regionales, y marcó a toda una generación en la década de los años ochenta, sin embargo, al momento aparece como limitada ante los nuevos modelos de planificación estratégica y de planificación del turismo sustentable.

● MODELO DE PLANIFICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE HERNÁNDEZ DÍAZ.



Esquema 2. Modelo de planificación para el desarrollo.

Fuente: Planificación Turística. Enfoques y modelos. Universidad Autónoma de México

Descrito como un modelo para el desarrollo, Hernández propone seguir este esquema metodológico para definir la planificación del sector turístico a un nivel nacional desde una perspectiva de planificación económica. Su modelo plantea dos aspectos a distinguir: el primero es que parte de la definición de la imagen deseada como primer paso, acercándolo a un paradigma prospectivo, el segundo radica en la importancia que concede a la estrategia como un elemento fundamental en el proceso.

● **MODELO DE PLANIFICACIÓN INTEGRAL DEL TURISMO DE MOLINA Y RODRÍGUEZ**

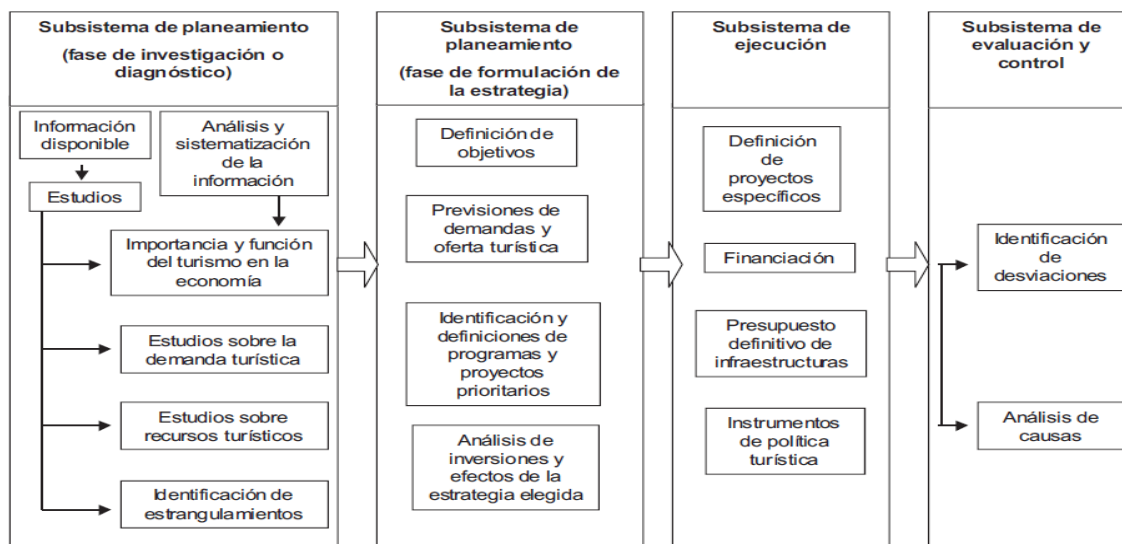
Tabla 1. Modelo de planificación turística de Molina y Rodríguez

Fase	Actividades (etapas)	Documento
Definición	Diagnos Prognosis Establecimiento de fines Selección de estrategias Selección de instrumentos	Plan
Aplicación	Programación Presupuestación Instrumentación Evaluación	Programa Proyecto

Fuente: Planificación Turística. Enfoques y modelos. Universidad Autónoma de México

El modelo recupera los elementos integrales ya establecidos en la propuesta de Sergio Molina, pero apunta a la consideración de dos fases de la planificación, con lo que aparece más coherente en su concepción. Cabe resaltar que el modelo señala como "fines" a lo que regularmente se denomina objetivos y metas, también destaca que separa la elaboración de programas y su presupuestación como parte de la fase de aplicación y fuera del documento del plan, lo que operativamente resulta pertinente.

● **MODELO DE PLANEACIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO DE BOTE**

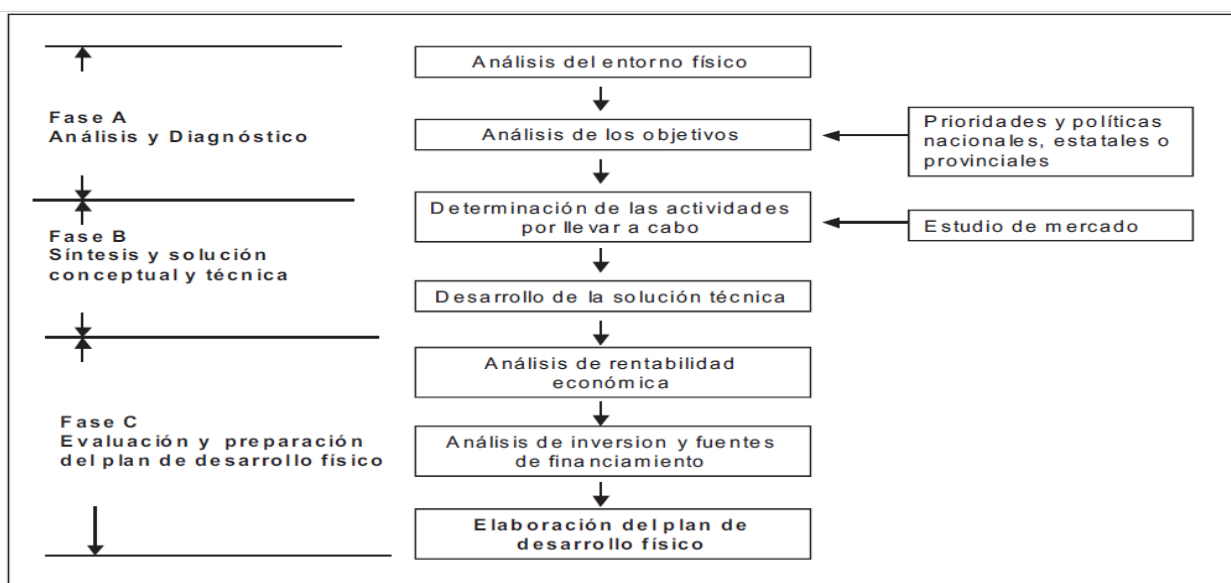


Esquema 3: Modelo de Planeación económica de Bote.

Fuente: Planificación Turística. Enfoques y modelos. Universidad Autónoma de México

Desde una visión española, el modelo de Bote se formula sobre una concepción sistémica de la planificación, en la que reconoce a tres subsistemas: el de planeamiento, el de ejecución y el de evaluación y control. El primero de los subsistemas se subdivide en una fase de investigación o diagnóstico y una de formulación de la estrategia. Su precisión metodológica sobre la elaboración de los estudios y la identificación de estrangulamientos ha sido una aportación importante para los estudios de diagnóstico.

● MODELO DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DE BOULLÓN



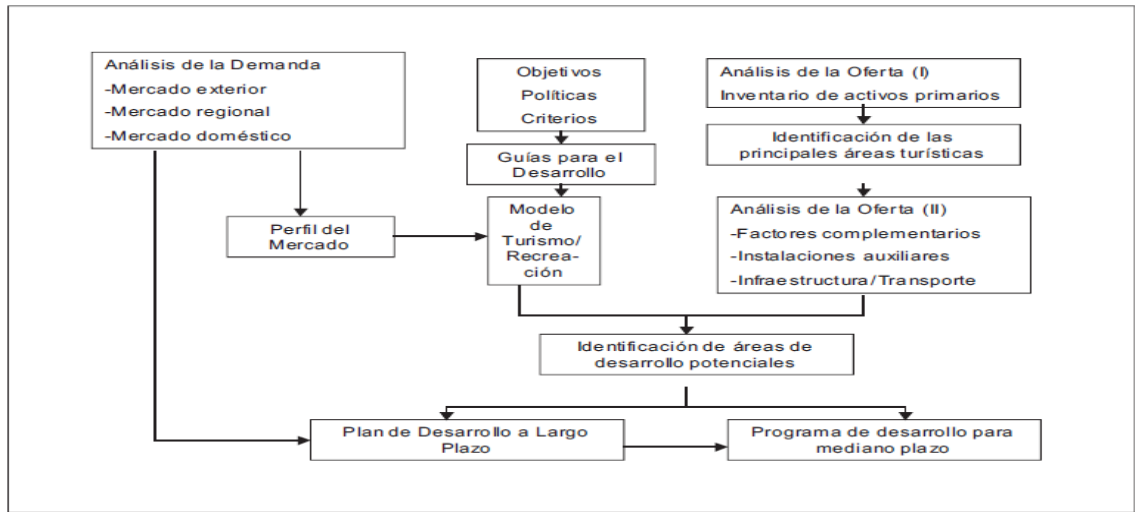
Esquema 4. Modelo de Planificación Turística de Boullón (1978: 56)

Fuente: Planificación Turística. Enfoques y modelos. Universidad Autónoma de México

Se considera como uno de los modelos representativos de la planificación urbanística de orientación americana y parte de un exhaustivo análisis del entorno físico, con énfasis en los recursos turísticos disponibles, para culminar en la preparación de un plan maestro que establezca el aprovechamiento y uso del suelo. Su esquema es pertinente para la planificación local y tiene acciones afines a la elaboración de proyectos arquitectónicos concretos. Boullón (1994) ha realizado propuestas específicas para espacios naturales y urbanos, y su contribución a la planificación

● MODELO DE PLANIFICACIÓN EN EL NIVEL NACIONAL DE PEARCE.

El modelo que se expone corresponde al seguido para la elaboración del Plan Nacional Tailandés de Desarrollo Turístico que presenta Pearce, el cual ilustra la propuesta de este autor sobre la identificación de las áreas de desarrollo potenciales como punto clave del proceso. En este caso, el análisis de la demanda se utiliza para la definición del modelo turístico a seguir y con base en ello la elección de las áreas prioritarias. El autor también ha hecho importantes contribuciones sobre la planificación regional y local.

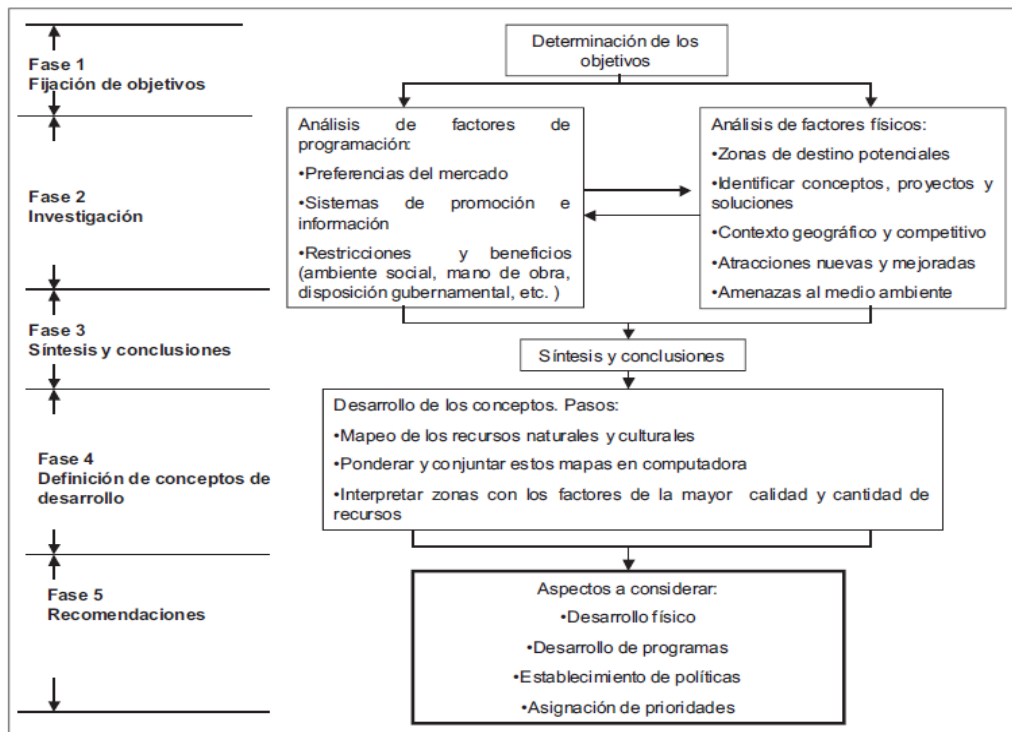


Esquema 5. Modelo de Planificación en el Nivel Nacional de Pearce.

Fuente: Planificación Turística. Enfoques y modelos. Universidad Autónoma de México

● MODELO DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA REGIONAL DE GUNN

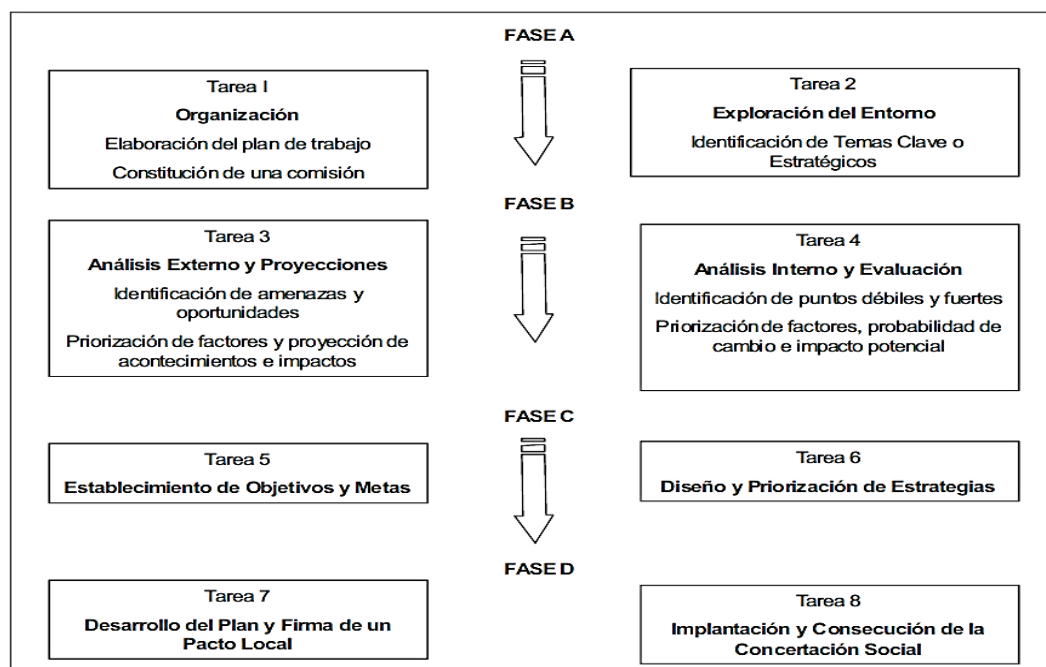
El modelo de Gunn consiste en una propuesta para el contexto regional, tomando como base el análisis de zonas. Se establece que este modelo fue propuesto en 1979 y calificado como estratégico, sin embargo, su planteamiento inicial fue enriquecido con un énfasis en la expresión cartográfica en la fase cuatro para la definición de los conceptos de desarrollo.



Esquema 6. Modelo de Planificación Turística Regional de Gunn.

Fuente: Planificación Turística. Enfoques y modelos. Universidad Autónoma de México

- **MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO LOCAL DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA OMT**



Esquema 7. Modelo para la Elaboración de un Plan Estratégico Local de Desarrollo Turístico Sostenible de la OMT.

El modelo expuesto es otra propuesta de planificación turística emitida por la OMT para autoridades locales, en este caso municipales, en una edición preparada para Latinoamérica y El Caribe en 1999. Se considera que este planteamiento se encuentra con mayor apego al concepto de la planificación estratégica, puesto que logra distinguir los elementos de análisis externo de los internos, refiere la necesidad de establecer prioridades en las distintas fases del proceso y define la participación de los representantes de la comunidad local como un elemento de interacción esencial.

- **MODELO DE PLAN ESTRATÉGICO REGIONAL DE TURISMO-PERTUR**

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (Mincetur), órgano rector responsable de orientar y asesorar a los gobiernos regionales en el desarrollo de sus funciones, propone el modelo para la elaboración de planes estratégicos de turismo, instrumento en el cual se proponen los pilares, componentes y acciones estratégicas para el sector turismo

Es un instrumento de planificación y gestión que establece los lineamientos para el desarrollo de la actividad turística, en cuyo proceso los actores públicos y privados de la región analizan su territorio, basándose en el potencial turístico, las necesidades de la demanda, entre otros factores relevantes para la planificación, a fin de establecer objetivos, estrategias y la priorización de acciones específicas para lograr las metas establecidas.

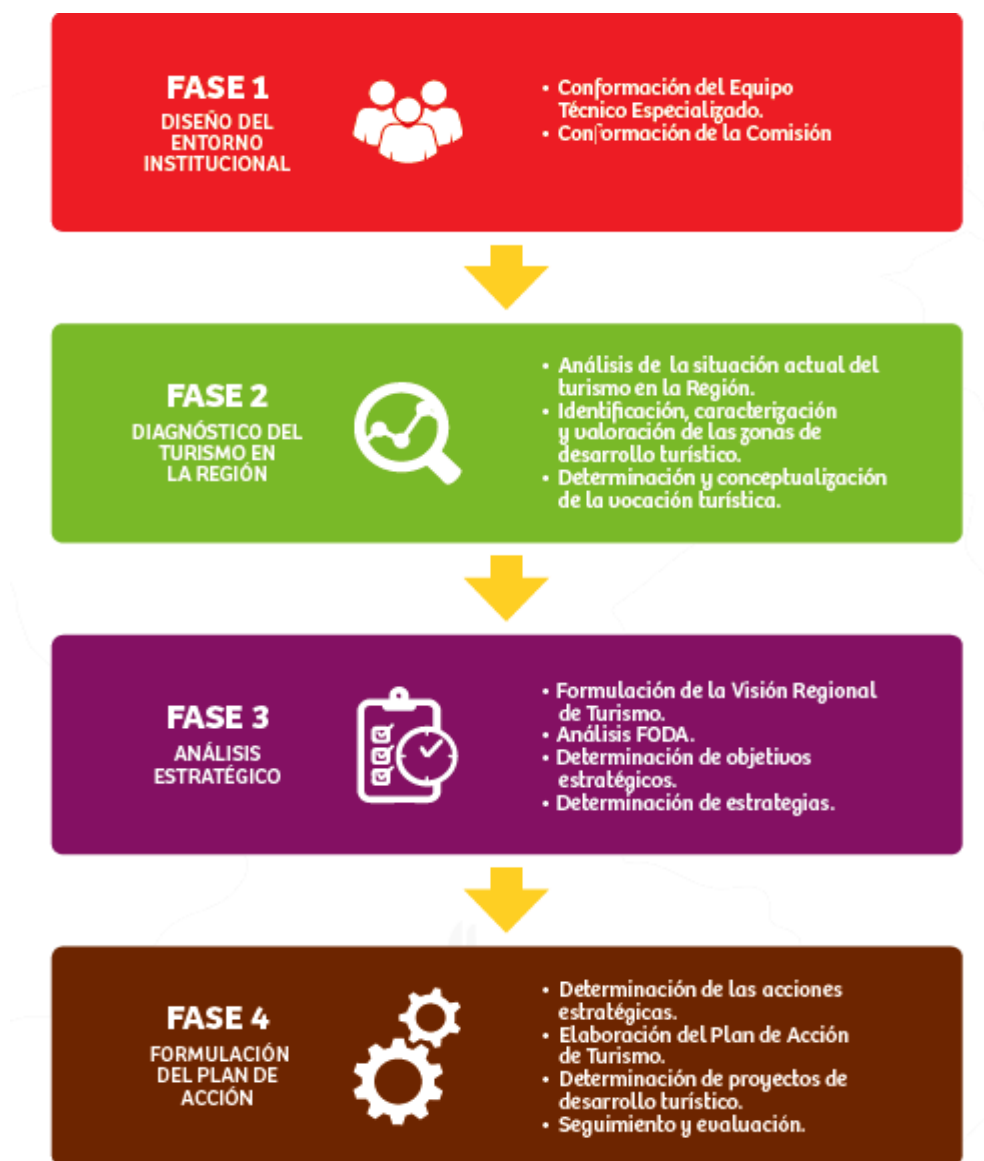
En ese marco se desarrolló la “Guía para la elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo”, la cual establece un modelo orientador para los gobiernos regionales y actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística, brindando pautas, herramientas y recomendaciones para la planificación estratégica del sector a nivel regional.

El modelo propone una secuencia de cuatro fases, que comprenden:

1. Diseño del entorno institucional.
2. Diagnóstico del turismo en la región.
3. Análisis estratégico.
4. Formulación de plan de acción.

El modelo propone el desarrollo de las cuatro fases cuales se deben desarrollar a través de un proceso participativo con enfoque multisectorial, que incluye la realización de talleres descentralizados, visitas de campo y entrevistas, mediante la aplicación de instrumentos y herramientas para el levantamiento de datos e información, que permitan realizar un análisis adecuado de la situación del turismo en la región, para una eficiente toma de decisiones.

A continuación, el siguiente esquema muestra cada una de las fases que propone el modelo:



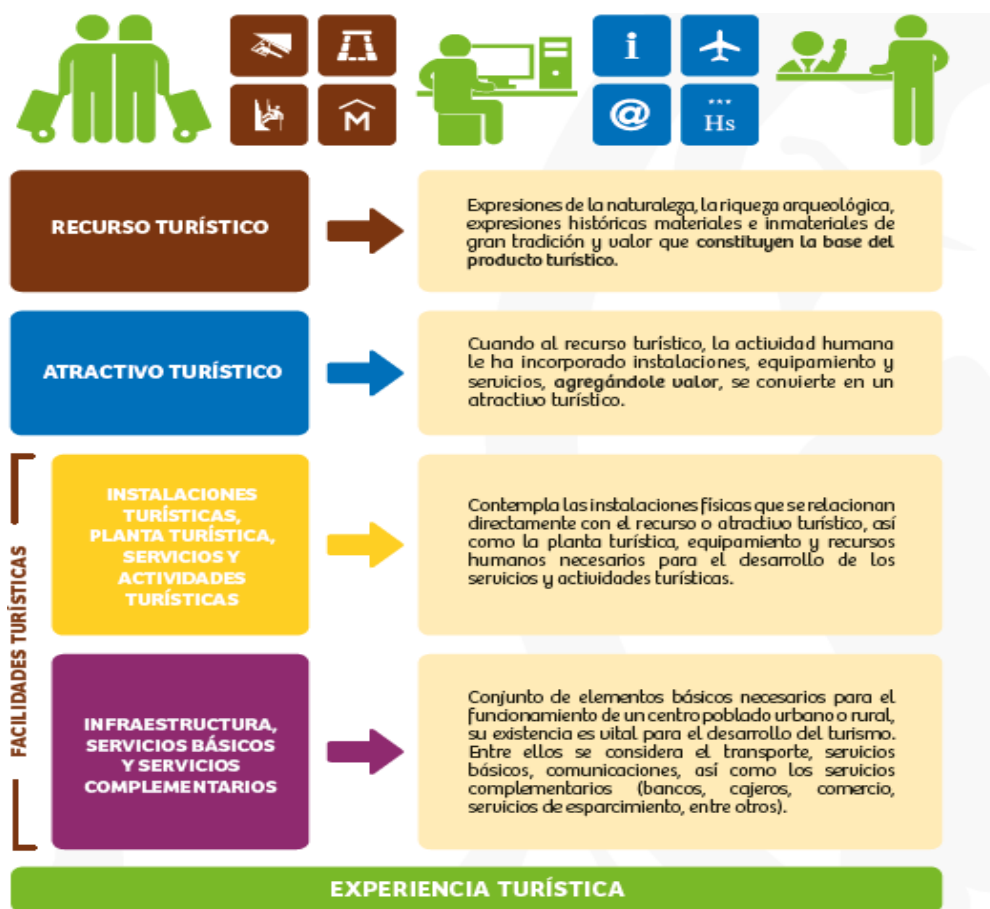
Esquema 8. Fases de un plan estratégico regional de turismo.
Fuente: Guía para la elaboración de planes estratégicos regionales PERTUR.

FASE 1: DISEÑO DEL ENTORNO INSTITUCIONAL

En esta fase se establecen las condiciones institucionales que el gobierno regional debe cumplir para iniciar el proceso de elaboración del plan estratégico de turismo, debiendo conformar los equipos de trabajo encargados de elaborar y validar los avances de dicho documento.

FASE 2: DIAGNÓSTICO DEL TURISMO EN LA REGIÓN

En esta fase se analiza el entorno político, económico, social, tecnológico y ecológico, así como las principales tendencias a nivel internacional, nacional y regional que inciden en el sector turismo; asimismo, se recoge, sistematiza y analiza información de la situación actual de los componentes básicos de la actividad turística: demanda, producto, facilidades para el turismo, promoción y comercialización, comercialización y gestión del turismo a nivel regional, para luego identificar, caracterizar y valorar las zonas de desarrollo turístico. Dicho análisis constituye el punto de partida para una correcta toma de decisiones.



Esquema 9. Elementos del producto turístico según el modelo.
Fuente: DGET - Mincetur. Fuente: Ley N° 29408 - Ley General de Turismo Perú.

FASE 3: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Esta fase constituye un proceso decisional, en la cual se determinan la visión, los objetivos estratégicos y las estrategias que conllevarán hacia el logro de los objetivos planteados.

FASE 4: FORMULACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

Esta fase inicia con la determinación de las acciones estratégicas, sus respectivos indicadores y metas, los cuales servirán de insumo para la formulación del Plan de Acción de Turismo, el cual contiene todas las acciones que el gobierno regional, con el involucramiento del sector privado y otros sectores vinculados a la actividad turística deben realizar, para el logro de los objetivos planteados.

● MODELO DE PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN TERRITORIO RURALES COSTA RICA

El modelo de plan de desarrollo turístico en territorios rurales, se elaboró con base en las experiencias del proyecto “Validación de un instrumento marco para la elaboración de programas de desarrollo turístico en territorios rurales de América Latina”, ejecutado por el IICA en territorios seleccionados de Panamá, Paraguay y Venezuela, con el financiamiento del Fondo Concursable de Cooperación Técnica. Dicho modelo provee una metodología secuencial que ayuda a elaborar un plan de desarrollo turístico para un territorio determinado; para esto, adopta un enfoque multisectorial y participativo, involucrando a los diferentes actores locales, tanto públicos como privados.

Dicho modelo está compuesto por 5 fases de desarrollo y una fase transversal.

- Fase transversal: Participación y concientización social
- Fase 1: Lanzamiento de la propuesta de desarrollo turístico en el territorio
- Fase 2: Análisis previo del territorio
- Fase 3: Diagnóstico turístico del territorio
- Fase 4: Formulación del plan de acción turística
- Fase 5: Propuesta de gestión del plan de acción turística



Esquema 10. Fases de la metodología para la formulación del plan de desarrollo turístico para un territorio.

Fuente: Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales

FASE 1: LANZAMIENTO DE LA PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN EL TERRITORIO

Dicha fase busca constituir un foro de participación para el desarrollo turístico del territorio y a partir de este, un grupo de trabajo denominado “comisión de turismo”, que lidere el proceso de formulación del plan de desarrollo.

FASE 2: ANÁLISIS PREVIO DEL TERRITORIO

Se debe realizar una primera radiografía del territorio y su situación turística, de manera que, sin una gran inversión de tiempo y recursos económicos, se puedan identificar las líneas generales del desarrollo turístico real y potencial de la zona, sirviendo como insumo para próximas fases.

FASE 3: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL TERRITORIO

Se debe elaborar un diagnóstico que refleje la realidad turística y territorial del área de estudio, brindando la información necesaria para la formulación de un plan de acción turística para el territorio.

El diagnóstico de la situación turística en el territorio será el insumo más importante para la subsiguiente formulación del plan de acción turística (Fase 4); es entonces un elemento clave y debe prepararse cuidadosamente. A partir de las primeras impresiones y datos obtenidos en la fase anterior, en el diagnóstico se profundiza en la información sobre el territorio, la situación y el potencial turístico.

El documento estará compuesto por dos partes: una descriptivo-analítica, que incluye información sobre la oferta y demanda turística, competencia y tendencias, y otra evaluativa, en la que se incluye un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) y se realiza una priorización de los aspectos más importantes que surgieron de este, así como el análisis de la vocación turística del territorio y la definición del segmento de mercado meta.

La parte descriptivo-analítica del diagnóstico estará compuesta por los siguientes cuatro bloques de información:

- La oferta turística
- Análisis de la demanda
- Análisis de la competencia
- Análisis de las tendencias

Los métodos y herramientas para obtener la información necesaria son diversos, e incluyen, entre otros:

- Revisión de fuentes bibliográficas.
- Obtención de información y datos de instituciones públicas y privadas.
- Análisis de datos estadísticos.
- Entrevistas con expertos/actores claves.
- La aplicación de encuestas.
- Observación en campo y conversaciones informales con la población local.

FASE 4: FORMULACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN TURÍSTICA

Definir un conjunto de lineamientos, acciones y proyectos eficaces, viables y consensuados que permitan, a través de su ejecución programada en el tiempo, cumplir con los objetivos establecidos para el desarrollo turístico del territorio. Con base en el análisis de la situación turística del territorio, en esta cuarta fase metodológica nos enfocamos en la formulación del plan de acción turística. Este plan marcará el camino a recorrer para lograr el desarrollo turístico sostenible del territorio, detallando, entre otros, las diferentes líneas de acción, objetivos, actividades, actores involucrados, requerimientos y tiempos previstos.

A partir del diagnóstico turístico del territorio, se realizarán los siguientes pasos para la formulación del plan de acción:

- Definición de la identidad territorial.
- Elaboración de árboles de problemas.
- Definición de los objetivos del plan.
- Elaboración de líneas estratégicas.
- Definición del cronograma de actividades.
- Elaboración del programa de capacitación y formación.
- Estimación presupuestaria y posibles vías de financiación.

FASE 5: PROPUESTA DE GESTIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN TURÍSTICA

Definir en consenso con todos los actores involucrados, el modelo de gestión que permita implementar el plan de acción turística anteriormente formulado y que asegure un desarrollo turístico sostenible en la zona. En esta fase se establece la fórmula que se considere más idónea para implementar las acciones estratégicas contenidas en el plan de acción turística. Esta es una fase fundamental para lograr el esperado desarrollo turístico del territorio, pues aquí es donde se define la forma en que se va operar, quiénes se van a encargar de la implementación del Plan y de donde van a salir los recursos necesarios para ejecutar las distintas actividades acordadas. Hay cuatro pasos importantes a realizar para definir el modelo de gestión turística:

- Definir un órgano gestor para la implementación del plan de acción turística anteriormente formulado.
- Proveer el soporte jurídico necesario a este órgano gestor.
- Determinar los principios y valores que definan el trabajo del órgano gestor.
- Elaboración del Plan Organizativo Anual (POA) para el primer año de gestión.

● MODELO PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL (PDTL)– MINCETUR

El contar con un PDTL traerá consigo la definición estratégica del desarrollo turístico local, lo que conllevará a mejorar la competitividad turística del territorio.

La propuesta Metodológica del modelo para la elaboración plan de desarrollo turístico propuesto por el MINCETUR de Perú se presenta a continuación:

Etapa 1: Vocación Turística

Etapa 2: Planificación Previa

Etapa 3: Diagnóstico

Etapa 4: Análisis Estratégico

Etapa 5: Propuesta Estratégica

Etapa 6: Matriz de Actividades, Programas y Proyectos;

Etapa 7: Asignación de funciones a actores involucrados.



Esquema 11. Fases del modelo para elaboración de plan de desarrollo local -MINCETUR
Fuente: Guía metodológica – plan de desarrollo turística local (MINCETUR)

2. MARCO CONTEXTUAL

2.1. ORIGEN DE LA PALABRA TURISMO

A partir del siglo XX, el turismo se ha convertido en una actividad que es sinónimo de comercio, paz y prosperidad. Y por ello es importante conocer cómo surgió y cuál es el origen etimológico de este término el cual se describe a continuación:

En principio y en forma superficial podemos decir que el concepto de turismo surge del sajón antiguo *Torn* (Inglaterra). De esta forma, se desprendieron los vocablos *Torn-us* (lo que da vueltas) y *Torn-are* (dar vueltas). Esa raíz implicaba una partida con regreso, y se utilizó durante el siglo XII en los viajes de descanso que emprendían los campesinos.

A mediados del siglo XVIII los nobles ingleses utilizaban el término *Turn* para denominar a los viajes que realizaban en búsqueda de educación y cultura. Esa forma de pensar, deriva del concepto de "Grand Tour" francés que pasara a la cultura inglesa a mediados del siglo XVII. Ya a comienzos del siglo XVIII, el término *turn* se deja de lado para adoptarse *tour* (también por influencia francesa).

2.2. ORIGEN DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL

2.2.1. Edad Antigua 3000 a.C. al 476 d.C.

Para esta época no hay registro exacto del turismo en sí, pero si existen registros de viajes relacionadas a diversas actividades. En la antigua Grecia, se implementaron los viajes debido a los Juegos Olímpicos.

En el imperio romano los viajes se implementaron para el comercio militar. Los habitantes de Roma realizaban visitas a templos y santuarios, festividades y baños termales, estos últimos de Grecia y Egipto ya con propósito de turismo.

Para los años 410 a.C., Sócrates recomendaba a sus discípulos realizar viajes para obtener mayores conocimientos. Para el año 476 d.C., los viajes disminuyeron hasta la edad media, debido a los asaltantes que se encontraban en los caminos

2.2.2. Edad Media 477 d.C. al 1453.

En esta época se intensifican los viajes debido a la religión, esto debido al crecimiento del cristianismo y el islamismo. A inicios de la Edad Media en año 477 d. C los deseos de conquistar regiones motivo a que hubiera desplazamientos humanos en el mundo. Para los años de 1095 a 1291, las cruzadas ayudaron al fortalecimiento del comercio y a intensificar los viajes.

El movimiento de viajeros comenzó se intensifico tanto que en 1282 los propietarios de las principales posadas de la ciudad de Florencia se reunieron para fundar el primer "gremio de

posaderos", para transformar el hospedaje en una actividad comercial, con el propósito de transformar al hospedaje, que hasta entonces constituía una acción de caridad. Se debe recalcar que fue hasta el Renacimiento que se comenzaron a realizarse viajes por razones distintas de las que motivaban a los peregrinos y mercaderes.

2.2.3. Edad Moderna 1454 a 1789

Para esta época surgieron los primeros alojamientos llamados hoteles (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Para finales del siglo XV e inicios del siglo XVI, se realizaron varias expediciones marítimas tanto españolas, británicas y portuguesas, esto con el motivo de conocer nuevos pueblos y lugares.

Para los años de 1500 a 1859 específicamente en el siglo XVI, se crearon las bases del turismo moderno que permanecieron hasta mediados del siglo XIX. En el siglo XVI se empieza a recomendar a los jóvenes de la nobleza y de la clase media inglesa, a viajar en el continente especialmente a Francia, Italia y Alemania, a fin de completar sus conocimientos y obtener experiencia personal. En la segunda mitad del siglo XVII, concretamente en 1670, estos viajes se conocían con el nombre de Grand tour.

Entre la segunda mitad del siglo XVIII y la primera mitad del XIX, marca otro de los periodos significativos en la evolución del turismo. La transformación económica y social ocurrida como consecuencia de la Revolución Industrial (1750 a 1850), creó la base para el turismo de masas.

2.2.4. Revolución Industrial 1790 a 1949

En esta época Inglaterra ofreció por primera vez travesías transoceánicas, lo que provocó que dominara el mercado marítimo a mediados del siglo XIX, esto provocó el aumento de desplazamientos de personas de Europa hacia América. Además, en esta época surge el turismo de montaña o salud, sin ser conocidos como tal, puesto que las personas se trasladaban buscando los famosos sanatorios o clínicas privadas europeas.

El señor Thomas Cook en 1841, se convirtió en el primer agente de viajes profesionales ya que organizó el primer viaje de la historia. En 1851 fundó la primera agencia de viajes del mundo Thomas Cook and Son. Cesar Ritz considerado el padre del hotelero moderno hizo varios aportes entre los años 1872 a 1898, mejoró el servicio de los hoteles.

Tras terminar la Primera Guerra Mundial, comenzó la fabricación en masa de autobuses y automóviles debido al turismo. En este tiempo las playas y ríos se convirtieron en la principal atracción del turismo en Europa.

Desde el año 1929 hasta 1932 se limitó el desarrollo del turismo debido a la crisis económica mundial de esa época, la Segunda Guerra Mundial vino a paralizar por completo el turismo hasta el año 1949.

2.2.5. Segunda mitad del siglo XX, 1950 a 1999.

Esta época se caracteriza por el desarrollo, lo que fue provocado por el nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del viaje en el mundo occidental. En esta época se estandarizó el producto turístico debido a que las grandes agencias de viajes lanzaban al mercado paquetes turísticos similares. Entre los años de 1950 a 1979 se originó el Boom turístico debido a los grandes cambios en la sociedad. Lo que provocó que el turismo internacional creciera rápidamente como nunca antes. A partir del año 1950 hasta 1959 se comienza a tener la base de la oferta turística. Se crearon nuevos hoteles, restaurantes, agencias de viajes y diversos sitios para vacacionar.

Fue hasta los años de 1970 a 1978 que se originó una crisis en la industria del turismo debido a la crisis energética y a la inflación lo que golpeó al sector transporte. En esta época se comenzó a legislar sobre la industria del turismo.

Entre los años de 1970 y 2000 se consolida definitivamente el turismo como un derecho adquirido por la sociedad. En 1979 nace el primer programa de viajero frecuente moderno el cual fue creado por Texas Internacional Airlines, el cual fue superado por sus competidores más grandes Advantage debido a los recursos informáticos que estos poseían en mayo de 1981.

En los años de 1990 a 1999 se mejoró la calidad y se diversificaron los productos turísticos. En esta época el turismo ya se considera como parte fundamental de la agenda política de muchos países lo que provoca mejores promociones, planeación y comercialización de la rama turística. Así mismo nace el turismo sustentable y se crean los quioscos de servicios en los aeropuertos, que venden alojamiento en hoteles, recorridos turísticos, servicios de autos, entretenimiento, por mencionar algunos.

2.2.6. Siglo XXI, 2000 a la actualidad.

En esta época existe una oferta de servicios y productos más especializados y detallados, dirigido a un mercado que demanda mayores vivencias y experiencias. Existe una mayor atracción hacia el turismo, debido a las asombrosas maravillas naturales, ciudades, monumentos históricos y lugares de entretenimiento.

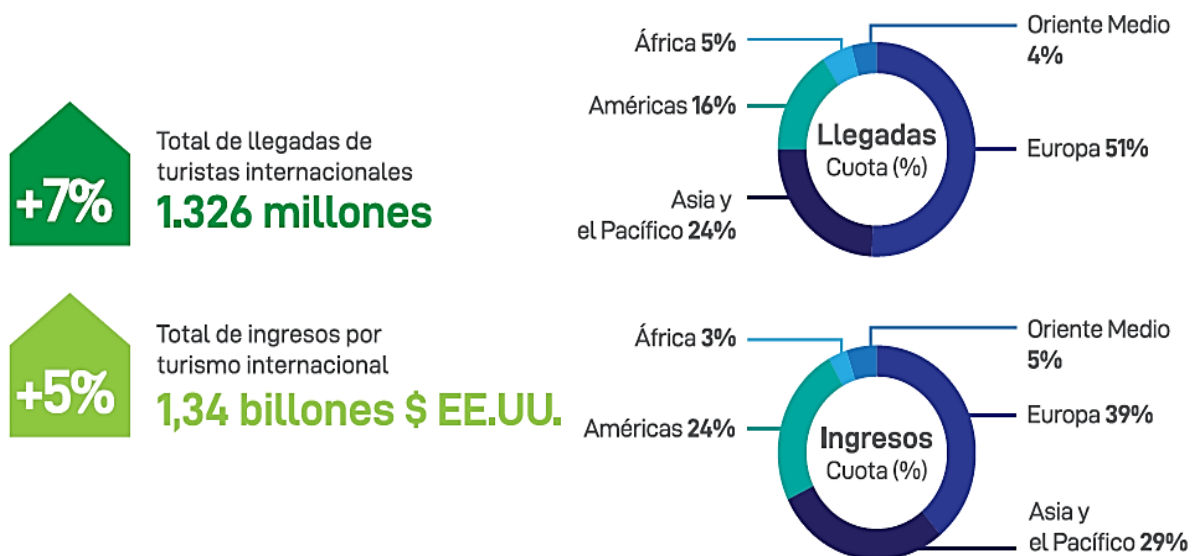
Existe más conciencia ecológica por parte de los gobiernos y desarrolladores de infraestructura y servicios turísticos, al momento de construir respetan el entorno natural y reservas ecológicas. Se crean un sin número de organismos internacionales y nacionales que ayudan al desarrollo y beneficio del turismo.

2.3. TURISMO EN LA ACTUALIDAD

En las seis últimas décadas se ha expandido el turismo a nivel mundial y se ha diversificado los productos turísticos, convirtiéndose así en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento en el mundo, tanto que a Europa y a América del Norte que son destinos turísticos tradicionales se le han sumado muchos más.

LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES

En el 2017 hubo un aumento del 7% de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial, alcanzando un total de 1.322 millones (según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial), para el año 2018 se esperaba que creciera entre el 4% y el 5%.



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

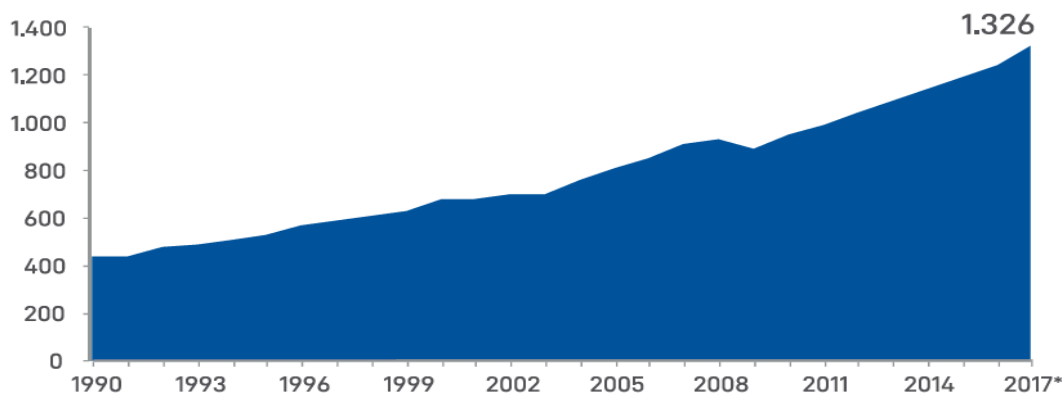
Ilustración 16. Aumento de turistas internacionales a nivel mundial, en 2017.

Octavo año consecutivo de crecimiento sostenido

- Las llegadas de turistas internacionales crecieron un 7,0% en 2017, el mayor aumento desde la crisis económica mundial de 2009 y muy por encima de la previsión a largo plazo de la OMT de 3,8% al año para el periodo de 2010 a 2020.
- Se registraron un total de 1.326 millones de llegadas de turistas internacionales en destinos de todo el mundo, en torno a 86 millones más que en 2016.
- Estos resultados se han logrado gracias a la demanda sostenida de viajes a destinos de todas las regiones del mundo, incluyendo una firme recuperación de aquellos que habían padecido cuestiones de seguridad en años recientes.
- El crecimiento se vio propiciado por el repunte económico mundial, que produjo una fuerte demanda de viajes en prácticamente todos los mercados emisores.
- La recuperación de la demanda de viajes en Brasil y en la Federación de Rusia, tras algunos años de descenso, así como el aumento continuado de la India, también contribuyeron al crecimiento del turismo receptor en muchos destinos.
- Por regiones, África y Europa crecieron por encima de la media.

- En cuanto a las subregiones, África del Norte, junto con Europa Meridional y Mediterránea, encabezaron los resultados en 2017, lo que muestra una sólida demanda de los destinos en el Mediterráneo.

Llegadas de turistas internacionales (millones)

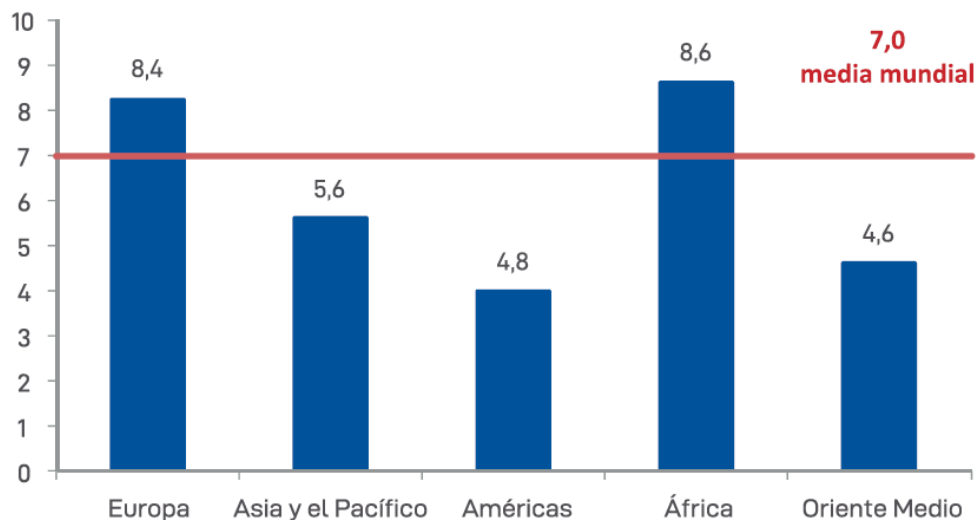


* = Datos provisionales

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

Ilustración 17. Llegadas de turistas internacionales a nivel mundial.

Llegadas de turistas internacionales, variación por región, 2017 (%)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

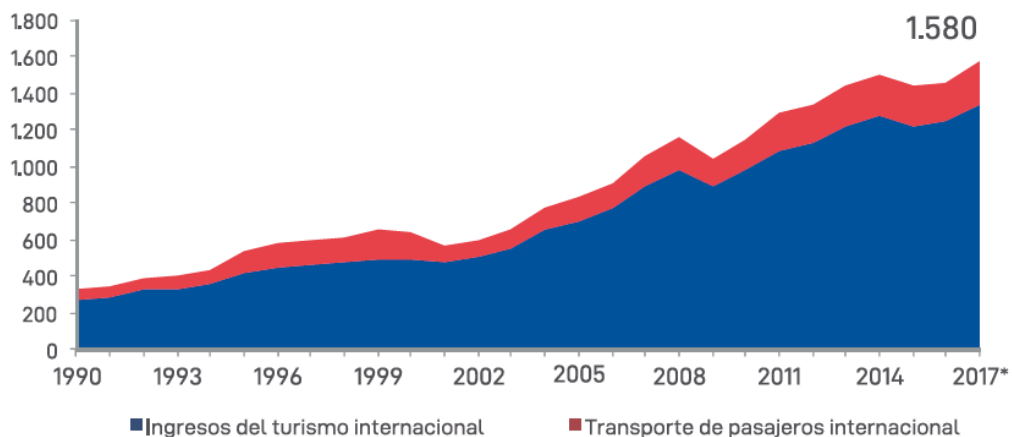
Ilustración 18. Llegadas de turistas internacionales, variación por región.

INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL

- Los ingresos por turismo internacional aumentaron en un 4,9% en términos reales (cifra ajustada por la fluctuación del tipo de cambio y la inflación), hasta alcanzar los 1,34 billones (1.340.000 millones) de dólares de los EE.UU. en 2017.

- Una robusta demanda de viajes, tanto en mercados tradicionales como emergentes, propició el crecimiento en los ingresos a nivel mundial, en línea con la tendencia positiva registrada en las llegadas de turistas internacionales (+7%).
- Por regiones, Oriente Medio lideró el crecimiento en cuanto a ingresos, gracias a que varios destinos se recuperaron de forma decidida de los resultados más débiles obtenidos en 2016.
- Con respecto a las subregiones, el crecimiento fue significativo en Asia Meridional y Asia del Sudeste, así como en Europa Meridional y Mediterránea, y África del Norte.
- Además de los 1,34 billones de \$ EE.UU. en ingresos por turismo obtenidos en los destinos (la partida de viajes en la balanza de pagos), el turismo internacional ha generado otros 240 mil millones de \$ EE.UU., provenientes de servicios de transporte de pasajeros prestados a no residentes. Por tanto, el total de exportaciones por turismo internacional alcanzó los 1,6 billones de \$ EE.UU., o una media de 4.000 millones de \$ EE.UU. al día.
- Como categoría de exportación a escala mundial, el turismo ocupa la tercera posición, por detrás de productos químicos y combustibles y por delante de automoción. En muchos países en vías de desarrollo, el turismo es el principal sector de exportación.

Total de exportaciones turísticas (ingresos por turismo internacional + servicios de transporte de pasajeros) (miles de millones de \$ EE.UU.)

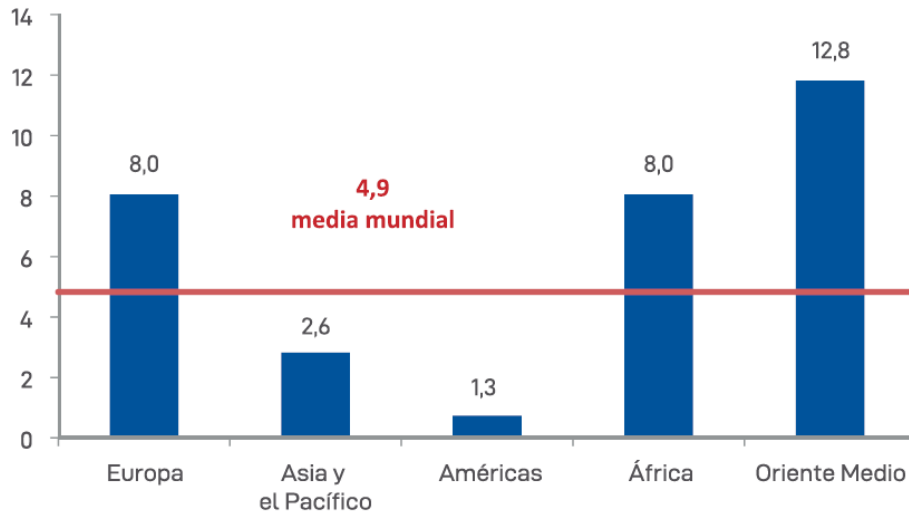


* = Datos provisionales

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

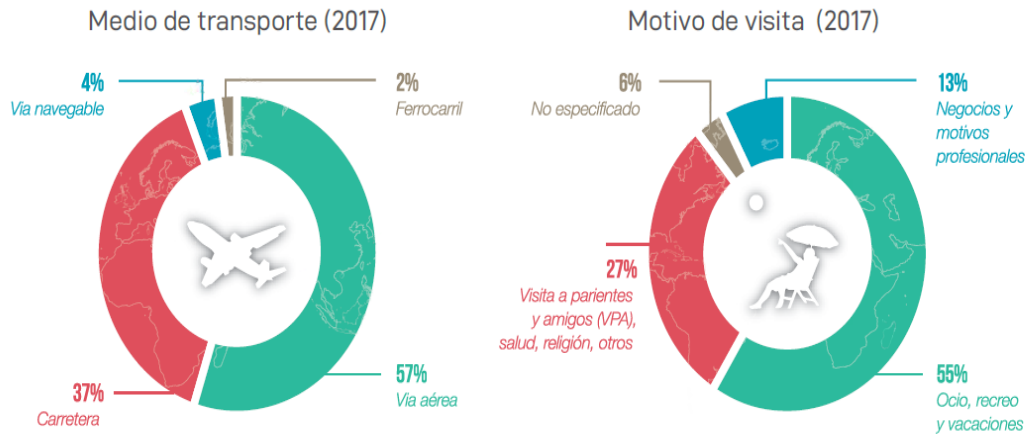
Ilustración 19. Total de exportaciones turísticas a nivel mundial.

Ingresos por turismo internacional, variación por región, 2017 (en términos reales, %)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

Ilustración 20 Ingresos por turismo internacional a nivel mundial (Variación por región).



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

Ilustración 21. Estadísticas de medios de transporte y motivos de visita del turismo a nivel mundial.

DATOS DEL 2016

A continuación, se muestra la evolución de la llegada de turistas internacionales a nivel mundial desde el año 2009 hasta el 2016.

Tabla 2: Datos sobre llegada de turistas internacionales a nivel mundial

Año	Llegada de turistas internacionales (millones)
2016	1.235
2015	1.189
2014	1.133
2013	1.087
2012	1.035
2011	995
2010	949
2009	880

Fuente: Datos tomados de Panorama OMT del turismo internacional Edición 2010 a 2017



Gráfico 1: Llegada de turistas internacionales a nivel mundial.

Como observamos la llegada de turistas internacionales ha crecido considerablemente a nivel mundial, y el mejor resultado obtenido en los últimos 8 años es el del 2016. Ahora desglosaremos la llegada de turistas internacionales para el año 2016 por regiones para ver la preferencia de los turistas.

Tabla 3: Llegada de turistas internacionales por región a nivel mundial

Región	Llegada de Turistas Internacionales (Millones)
Europa	616.2
Asia y El Pacífico	308.4
América	199.3
África	57.8
Oriente Medio	53.5

Datos tomados de Panorama OMT del turismo internacional Edición 2017

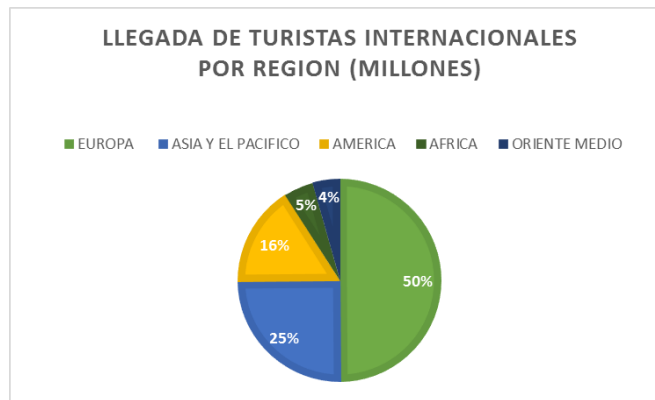


Gráfico 2: Llegada de turistas por región.

Como observamos Europa recibió 616 millones de turistas internacionales en el 2016 lo que es la mitad del total de turistas, lo que implica que Europa tiene los atractivos turísticos preferidos por las personas a nivel mundial seguido por Asia y el Pacífico.

Desplazándonos al continente americano, mostramos el desglose de llegada de turistas internacionales para América del norte, América del Sur, América Central y el Caribe para el año 2016.

Tabla 4: Llegada de turistas internacionales a nivel del continente americano

Región	Llegada de Turistas Internacionales (Millones)
América del Norte	130.5
El Caribe	25.2
América Central	10.7
América del Sur	32.8

Datos tomados de Panorama OMT del turismo internacional Edición 2017

La llegada de turistas a nivel de América alcanzó casi los 200 millones en el 2016, creciendo un 3% respecto al año anterior, el destino preferido es América del Norte que obtuvo dos tercios del total de llegadas de turistas internacionales de América, siendo Estados Unidos el país con mayor preferencia de esta región.

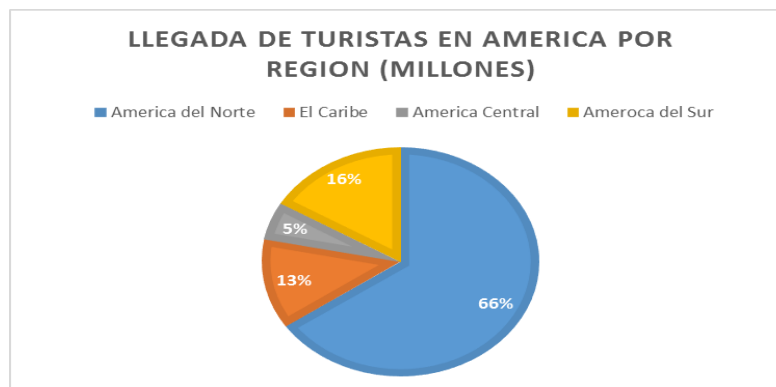


Gráfico 3: Llegada de turistas en América por región.

2.4. ORIGEN DEL TURISMO EN EL SALVADOR

La actividad turística en El Salvador tiene sus orígenes en el año de 1924, debido a que en ese año se creó la Junta de Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial bajo el gobierno del presidente Alfonso Quiñones Molina, esta junta tenía como fin fomentar el turismo nacional y extranjero para adquirir divisas, dar a conocer el país y sus valores culturales e históricos y además establecer nuevas relaciones para incrementar el comercio.

Después de finalizar la segunda guerra mundial el turismo tiene un auge en El Salvador, ya que se reestablece la llamada Junta de Progreso y Turismo, la cual fue creada en 1939 durante el gobierno de General Maximiliano Hernández Martínez. Esta junta era la responsable del progreso económico a través del turismo en cada jurisdicción. En el año de 1946, nace el Departamento Nacional de Turismo el cual era parte del Ministerio de Relaciones Exteriores.

En el año de 1947, se presenta en la Asamblea Legislativa un proyecto para la creación de la Junta Nacional de Turismo y es aprobado en mayo del mismo año bajo el gobierno del General Salvador Castaneda Castro por medio del decreto Número 96. La Junta Nacional de Turismo en el periodo de 1947 a 1959 fue dirigida por el poeta Raúl Contreras, quien logro insertar su visión del turismo en esta dinámica político-social que vivía el país, se construyeron los parques recreativos y telecentros como el de Apulo, en el lago de Ilopango, en 1948; el Parque Balboa en 1949; Atecozol, en Sonsonate e Ichanmiche, en San Vicente, en 1956; Amapulapa en 1958; Los Chorros y el Hotel de Montaña, en el Cerro Verde en 1959. Estos parques y telecentros aun sirven como atractivo turístico para los visitantes extranjeros y para las familias salvadoreñas.

El Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) nace en el año de 1961 mediante el Decreto 469, el Directorio Cívico Militar de El Salvador como una institución gubernamental. Se le asignaron como funciones principales, la elaboración de proyectos para el desarrollo y fomento del sector, la regulación de las empresas turísticas, la administración del patrimonio turístico del país y la elaboración de informes estadísticos sobre la evolución del sector.

Durante los sesenta, se genera una amplia expansión económica de Centroamérica a través del desarrollo del Mercado Común Centroamérica, que influyeron de manera significativa en el incremento de los flujos de visitantes a nivel regional e internacional, la apertura de negocios y el surgimiento de industrias que requerían de bienes de capital y de materias primas importadas, lo cual incremento los viajes internacionales y regionales. Esto genero un periodo de estabilidad, crecimiento económico e incremento de la actividad turística

En 1967 se emitió la Ley de Fomento de la Industria Turística, la cual daba incentivos fiscales a las empresas que se acogieran al sistema nacional de turismo. El monitoreo del sector se facilitó desde 1968, cuando el ISTU comenzó a publicar boletines estadísticos detallados sobre el flujo de turistas hacia El Salvador.

Los años 70 se han considerado los años de oro del turismo en El Salvador, dos factores impulsaron el desarrollo de la infraestructura hotelera: primero, la motivación de la iniciativa privada al identificar la rentabilidad de este tipo de inversiones; segundo, los incentivos fiscales y las facilidades de crédito otorgadas al sector.

En 1973 con la llegada al poder del Coronel Arturo Armando Molina, se implantó un estilo de gobierno planificador con argumentos sistemáticos para la priorización de ciertos sectores de

la economía. Es en esta época cuando el turismo se visualizó como una actividad capaz de generar cuantiosas divisas y empleos, lo cual conllevó el despegue de la actividad. En este mismo período se construyeron más obras de infraestructura que beneficiaron directamente al turismo: se modernizaron algunas carreteras y se construyó el Aeropuerto Internacional de Comalapa. Paralelamente, en la capital aparecieron otros hoteles: el Siesta y el presidente.

La crisis política y el clima de violencia que El Salvador vivió en el año de 1979 desembocó un año después la guerra en el país. Durante esta época fueron secuestrados varios hombres de negocios, varias personas fueron asesinadas y desaparecidas. Por lo que El Salvador fue declarado como peligroso para los turistas. Lo que provocó el decaimiento del turismo en el país, tanto que para el año de 1980 se alcanzó la cuota más baja de visitantes en 15 años.

La consolidación del proceso de paz con La firma de los Acuerdos de Paz el 16 de enero de 1992, permite la realización de reformas estructurales y políticas macroeconómicas que se tradujeron en un mejor desempeño económico del país, que experimenta un crecimiento promedio de alrededor del 6 por ciento durante gran parte del decenio de la década de los noventa.

2.5. TURISMO ACTUAL EN EL SALVADOR

La actividad turística en El Salvador ha tenido un crecimiento dinámico en los últimos años, el cual se puede observar en la afluencia de personas que anualmente visitan el país. Lo que ha permitido ubicar al turismo como una de las actividades más importantes de la economía salvadoreña.

El Salvador cuenta con infinidad de atracciones turísticas de gran interés para los turistas como sitios arqueológicos, pueblos coloniales, playas, cultura e historia, naturaleza y aventura, entre otros.

Llegada de turistas

Según datos tomados en el documento Panorama OMT del turismo internacional Edición 2017 y 2014, El Salvador ha tenido un crecimiento de llegada de turistas internacionales a su territorio, lo cual podemos observar a continuación a partir de los años 2010 a 2016:

Tabla 5: Llegada de turistas internacionales a El Salvador

AÑO	LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES (MILES)
2010	1150
2011	1184
2012	1255
2013	1308
2014	1345
2015	1402
2016	1434

Datos tomados de Panorama OMT del turismo internacional Edición 2014 Y 2017.

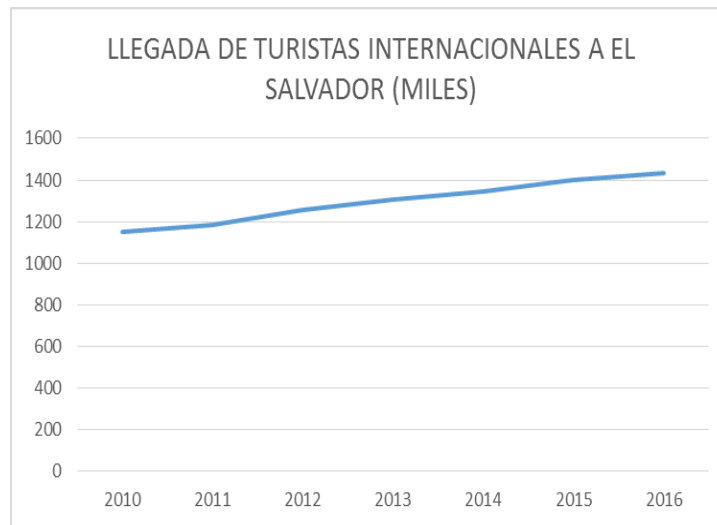


Gráfico 4: Llegada de turistas internacionales a El Salvador

Para el año 2017 la llegada de visitantes internacionales creció en 9.5% en comparación con el 2016, al alcanzar 2, 246,618. Esto en consecuencia de las estrategias de comercialización implementadas por CONSATUR y el mejoramiento del transporte aéreo a nivel internacional. Esto lo podemos ver reflejado en el siguiente gráfico.

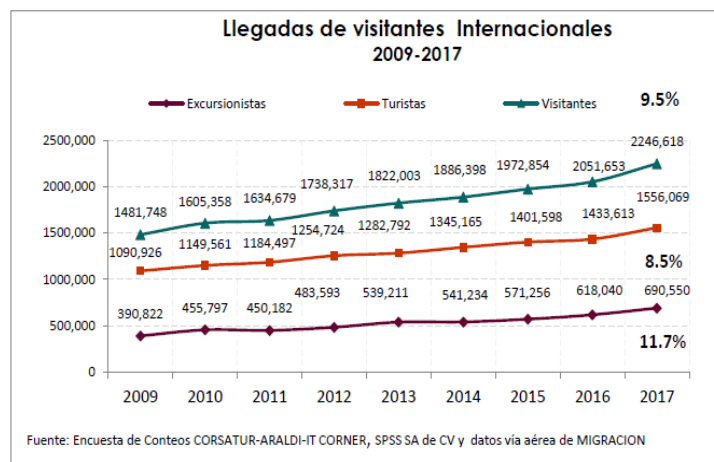


Gráfico 5: Llegada de visitantes internacionales

El turista internacional utiliza principalmente dos vías para entrar a El Salvador y de esta manera visitar los diferentes destinos turísticos, las cuales son vía aérea y vía terrestre, siendo la última la más utilizada. Cuando los turistas entran al país vía terrestre generalmente lo hacen por Las Chinamas, La Hachadura o El Amatillo. Debido a que el mercado más importante para El Salvador es el Centroamericano. Cabe mencionar que ha aumentado considerablemente la visita de turistas provenientes de Suramérica y Europa.

En el gráfico siguiente se muestra la procedencia de los turistas que visitan El Salvador.

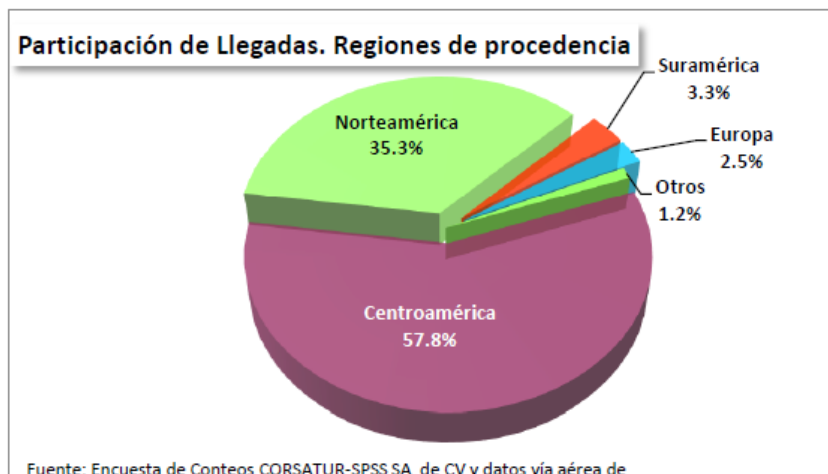


Gráfico 6: Procedencia de Turistas por región a El Salvador

Gasto turístico

Los resultados del año 2018 en materia de Gasto Turístico total, realizado por los turistas y los excursionistas son más satisfactorios que los registrados en el acumulado a diciembre de 2017. Con \$1532.61 millones para 2018 contra los \$1265.09 millones registrados en el 2017, es decir \$262.52 millones más o el equivalente a 21.1% de incremento. Lo descrito con anterioridad se muestra en el siguiente gráfico.

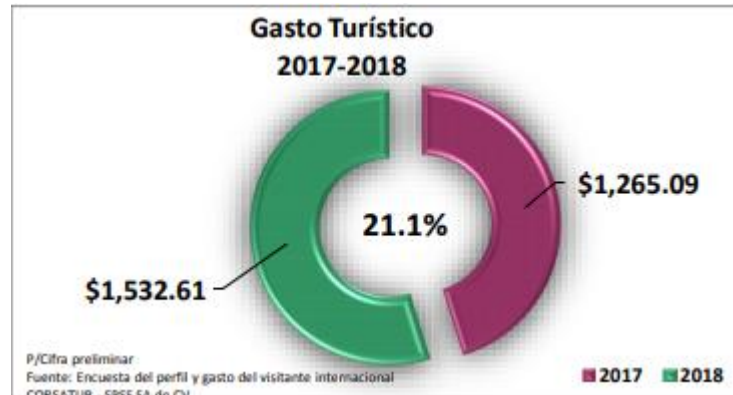


Gráfico 7: Gasto Turístico 2018 vs 2017
Fuente: Encuesta del perfil y gasto del visitante internacional, CORSATUR

Relación con el PIB

El peso que tiene el sector turismo en la economía nacional es sumamente importante, tomando en cuenta que para el tercer trimestre del año 2018 del total del PIB le corresponde el 5.49 %, debido a la captación de \$356.26 millones. En la siguiente tabla se resumen los datos del incremento de la participación del turismo en el PIB:

Tabla 6: Producto Interno Bruto y Participación Turística

Año	PIB (US \$ Millones)	TURISMO (US \$ Millones)	IT/PIB %
2009	17,601.62	516.6	2.93%
2010	18,447.93	518	2.81%
2011	20,283.78	615.1	3.03%
2012	21,386.15	771.5	3.61%
2013	21,977.40	893.8	4.07%
2014	22,585.84	1,107.40	4.90%
2015	23,166.03	1,169.40	5.05%
2016	23,912.23	1,183.40	4.95%
2017	24,805.44	1,265.10	5.10%
1 ^o T 2017	5,952.95	280.11	4.71%
1 ^o T 2018	6,246.63	373.89	5.99%
2 ^o T 2017	6,245.44	299.67	4.80%
2 ^o T 2018	6,589.36	346.01	5.25%
3 ^o T 2017	6,144.24	319.45	5.20%
3 ^o T 2018	6,484.48	356.26	5.49%

Fuente: CORSATUR/BCR

Generación de empleos

Según datos del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS), el volumen de empleo en promedio al mes de noviembre en el año 2018 fue de 54,980 aumentó en 5.4% con respecto al año 2017. Otro punto de interés es señalar que la participación del empleo que genera el sector turismo en la economía nacional es del 8.2%, esto se considera de vital importancia pues los programas que serán diseñados con el plan de desarrollo turístico para la microrregión de Ahuachapán Norte, están encaminados a la generación de empleos en diferentes actividades.

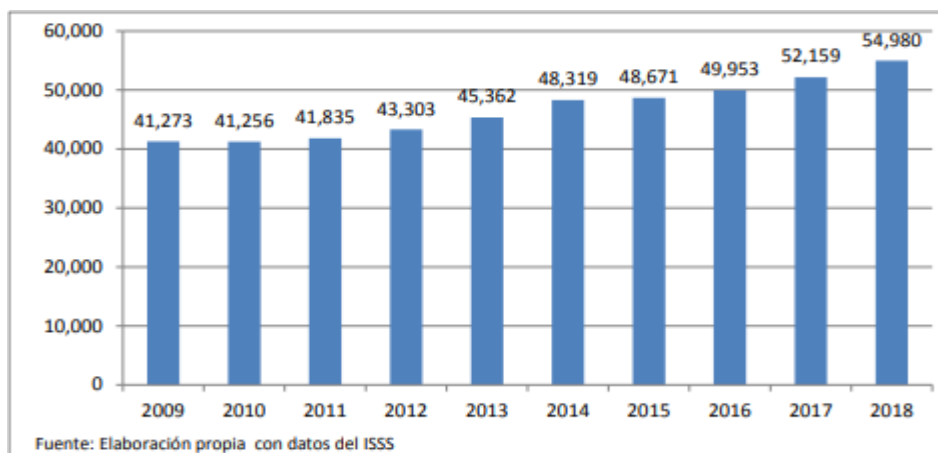
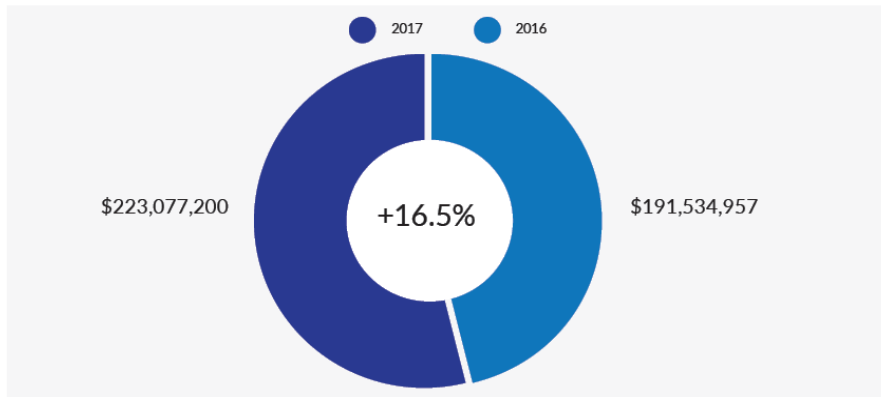


Gráfico 8: Empleo en las actividades del turismo promedio al mes de noviembre de cada año

Ingresos económicos por turismo interno

En el año 2017, los ingresos por turismo interno alcanzaron los US\$223, 077,200 esta cifra representa un crecimiento del 16.5 % en términos reales, respecto al año 2016.



Fuente: Encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños dentro del Territorio Nacional DIGESTYC - CORSATUR 2011 - 2017. Datos preliminares.

Gráfico 9. Ingreso turístico. Interno 2016 – 2017

Ocupación Hotelera

Según datos obtenidos del sistema DATA TUR El Salvador, para febrero-diciembre 2018 los hoteles ubicados en doce departamentos han proporcionado información. El Departamento que en promedio anual reporta mayor ocupación es La Libertad con el 63.19%, seguido de Sonsonate con el 61.88%, siendo la ocupación global en promedio anual (Febrero-diciembre) para el año 2018 52.75%.

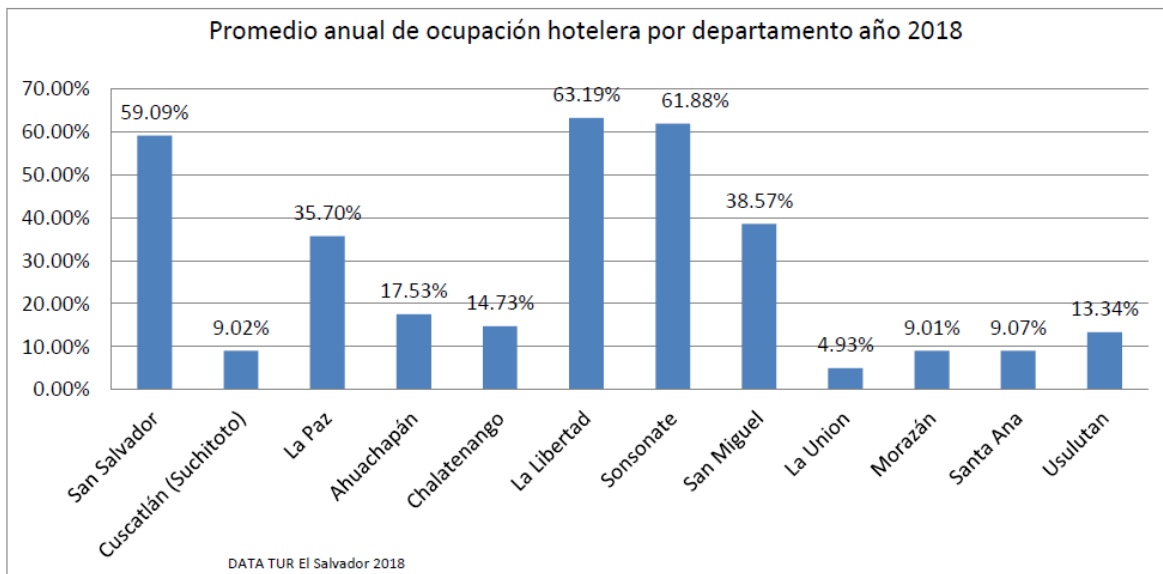


Ilustración 22. Ocupación Hotelera promedio anual por departamento.

Perfil del turista interno

Tabla 7. Perfil del turista interno.

Perfil del Turista Interno. Año 2017	
Gasto promedio diario (\$)	\$10.43
Estadía promedio (noches)	\$2.43
Gasto total del turista por su estancia	\$25.34
Motivo del viaje	Visita de amigos y familiares 76.07 %, ocio 11.10 %, negocios 1.41 %, resto 11.43 %.
Edad	0-15 años 29.66 %, 16-30 años 25.81 %, 31-45 años 21.20 %, 46-60 años 13.47 %, mayor de 60 años 9.87 %.
Estado familiar	Casado 21.54 %, acompañado 19.54 %, soltero 39.04 % (incluye menores de edad), viudo 13.33 %, divorciado 1.97 %, separado 4.59 %.
Situación laboral	Ocupado 57.04 %. El resto se encuentra inactivo.
Ocupación principal	Trabajo permanente 28.79 %, cuenta propia 12.61 %, ama de casa 27.07 %, trabajo por cuenta propia pero no tiene local 18.37 %, otros 13.17 %.
Estudios finalizados	Primaria 31.55 %, secundaria 19.41 %, bachillerato 18.99 %, estudios universitarios 10.75 %, maestrías 0.15 %, no tiene estudios 19.15 %.
Nivel de ingresos	Menor de \$100.00 37.86 %, de \$100.00 a \$500.00 51.87 %, más de \$500.00 el resto 10.28 %.
Alojamiento utilizado	Vivienda de familiares 58.73 %, hoteles 10.92 %.
Organización del viaje	Sin paquete turístico 99.66 %.
Modo del viaje	En grupo 84.98 %, el resto lo hace solo.
Distribución del gasto	Alimentos 29.28 %, hoteles 12.65 %, automóvil 11.18 %, restaurantes 12.65 %, otros 29.98 %.

Fuente: Encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños dentro del Territorio Nacional DIGESTYC - CORSATUR 2017. Datos preliminares.

Competitividad turística

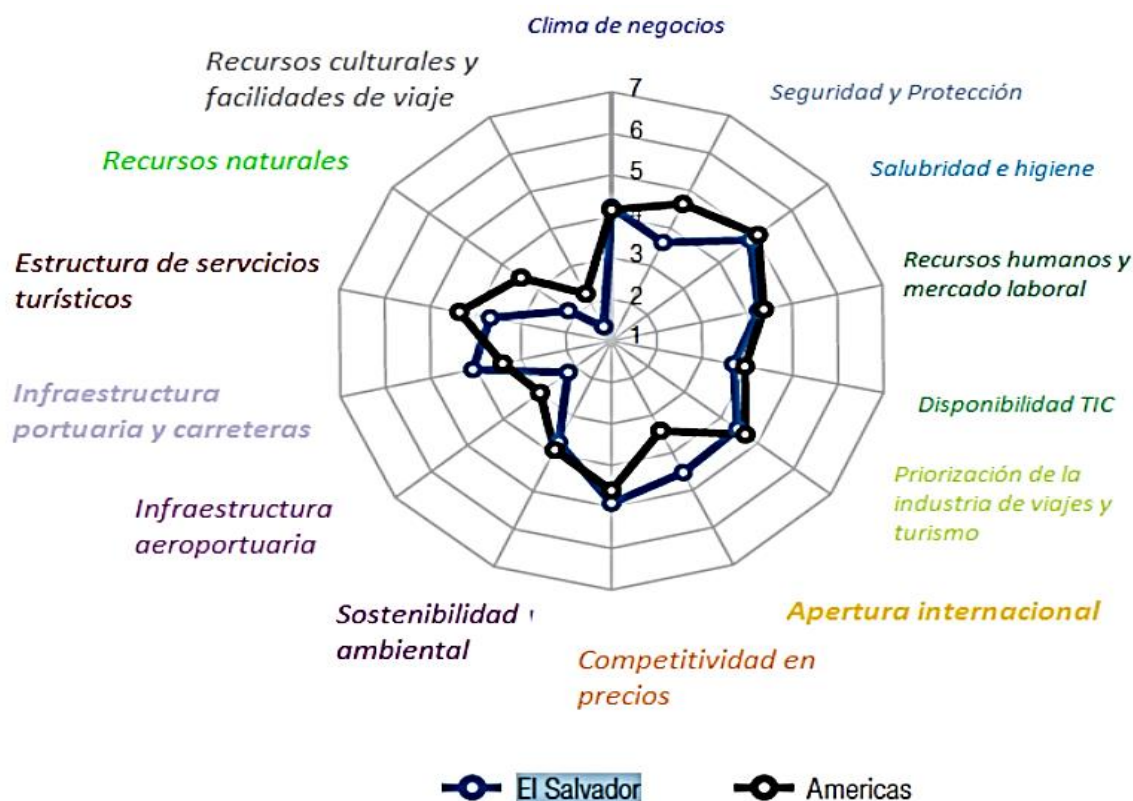
De acuerdo con el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo 2015 del Foro Económico Mundial (World Economic Forum – WEF), El Salvador es estable y está ubicado en la posición 91 del total mundial (141 países) y 19 del continente de Las América (26 países).

De los 14 pilares analizados por el WEF, sus principales fortalezas competitivas como destino turístico están en:

- Pilar de apertura internacional, donde a nivel global se sitúan en el puesto número 4 y obtuvo una calificación de 4.53/7
- La infraestructura terrestre y portuaria (puesto 48, calificación 4.07/7)
- Competitividad en precios (puesto 51, calificación 4.91/7).

Los pilares que obtuvieron la clasificación más baja son:

- Seguridad y protección (puesto 134, calificación 3.62/7).
- Recursos naturales (puesto 116, calificación 2.18/7).
- Sostenibilidad ambiental (puesto 105, calificación 3.70).



Esquema 12, Índice de Competitividad de Viajes y Turismo 2015.

Fuente: Estudio de formación Técnica y Profesional para el turismo en El Salvador- CERTIFICA.

2.6. DESTINOS TURÍSTICOS EN EL SALVADOR

Dentro de la oferta turística con la cual cuenta El Salvador se encuentran más de 300 kilómetros de playa, volcanes, montañas, vida nocturna, centros comerciales, cultura y gastronomía, sitios arqueológicos, pueblos coloniales, lagos, museos, áreas naturales y de conservación, áreas naturales protegidas, reservas de la biosfera y muchos otros atractivos, que hacen que el país sea considerado como un destino turístico capaz de satisfacer los gustos turísticos exigentes y variados de los turistas tanto nacionales como extranjeros. Es necesario mencionar que uno de los productos turísticos más importantes de El Salvador es el ecoturismo, ya que en el país existen sitios ricos en diversidad de ecosistemas. Otros tipos de turismo populares en El Salvador son turismo de aventura, turismo cultural, turismo de deportes (principalmente el surf) y actividades acuáticas o deportes extremos, turismo arqueológico y turismo rural o comunitario.

A continuación, se desglosan los atractivos turísticos que existen y que se pueden clasificar en las siguientes ramas:

2.6.1. SEGÚN EL TIPO DE TURISMO

✓ **Arqueología**

El Salvador posee diversos sitios arqueológicos que forman parte de la Ruta Maya. Estas estructuras fueron realizadas por las civilizaciones maya, Pipil y Lenca, quienes formaron sus asentamientos en el país. Algunos centros ceremoniales que aún se conservan son:

- Joya de Cerén.
- San Andrés.
- Tazumal.
- Cihuatán.
- Casa blanca.

✓ **Áreas naturales**

El salvador posee diferentes áreas naturales con bellos paisajes donde los turistas pueden disfrutar de diferentes atractivos turísticos como parques, bosques, entre otros. Algunos lugares que forman parte de estas áreas naturales son:

- Parque Nacional los Volcanes
- Parque Natural el Cerro Verde
- Golfo de Fonseca y Parque Conchagua
- Eco Albergue Rio Sapo
- Bosque de Chaguantique
- Los Chorros de la Calera
- Cerro el Pital
- Parque Nacional Montecristo - El Trifinio
- Volcán Tecapa y Laguna de Alegría
- Parque Nacional El Imposible
- La Puerta del Diablo
- Arrecife los Cóbano
- Parque Walter Deininger
- Lago de Ilopango

- Bahía de Jiquilisco
- Parque Nacional El Boquerón
- Parque los Andes
- Eco parque Santa Rita
- Volcán de Conchagua

✓ **Rural y cultural**

El Salvador cuenta con diversos lugares lleno de tradiciones y estructuras antiguas, donde los turistas pueden apreciar un poco del pasado del país. Algunos de estos sitios son:

- Santa Ana
- Chalchuapa
- Suchitoto
- Nahuizalco
- Ilobasco
- La Palma

✓ **Playas**

El Salvador tiene más de 300 kilómetros de hermosas playas tropicales para que el turista tome el sol, practique el surf, nade, o simplemente admire los coloridos paisajes. Algunas de estas playas son:

- La Barra de Santiago
- Playa Metalio
- Playa Los Cobanos
- Playa El Parmarcito
- Playa El Sunzal
- Playa La Paz
- Playa San Diego
- Playa Costa del Sol
- Bahía de Jiquilisco
- Playa El Espino
- Playa El Cuco
- Playa Las Flores
- Golfo de Fonseca

✓ **Museos**

El Salvador cuenta con diversos museos que abarcan tanto la historia, cultura de El Salvador, así como también la evolución de la pintura, comercio del país, y de productos como el avión y cervezas. Algunos de estos museos son:

- Museo de la Cerveza.
- Museo Nacional de Antropología Dr. "David J. Guzmán"
- Museo de Arte de El Salvador (MARTE)
- Museo de la Palabra y la Imagen.
- Museo de Historia del Centro Cultural San Jacinto.
- Museo de Aviación.
- Museo de Arte Popular.
- Museo de los Niños "Tin Marín"
- Museo de la Ciudad (SANTA TECLA)

- Museo Regional de Occidente (SANTA ANA)
- Museo de la Revolución (PERQUIN, MORAZÁN).

✓ **Surf**

El Salvador ofrece dos de las mejores playas del mundo para practicar el surf: El Sunzal y Playa La Paz. En las playas de La Perla, El Zonte y Punta Mango también hay magníficas olas para practicar este deporte. En el estero de la Barra de Santiago, el estero de Jaltepeque y la bahía de Jiquilisco también se puede practicar otros deportes como: el ski acuático, natación, navegación, kayaking, snorkeling y pesca.

2.6.2. RUTAS TURÍSTICAS EN EL SALVADOR

En El Salvador, las entidades gubernamentales encargadas de promover el turismo son, la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y el Ministerio de Turismo (MITUR). Estas han establecido varias rutas turísticas en El Salvador, las cuales han surgido a raíz de los diferentes atractivos que poseen los pueblos, acontecimientos ocurridos o vestigios dejados por los indígenas que vivieron en estas tierras. Entre dichas rutas podemos encontrar las siguientes:

✓ **Ruta arqueológica.**

En El Salvador existen numerosos sitios arqueológicos que forman parte de la Ruta Maya. Las civilizaciones mayas, Pipil y Lenca, formaron sus asentamientos en esta tierra, donde todavía se conservan algunos de sus centros ceremoniales tales como:

- Sitio arqueológico Joya de Cerén
- Sitio arqueológico San Andrés
- Chalchuapa
- Tazumal
- Casa blanca
- Santa Ana

✓ **Ruta artesanal**

Interesante ruta que integra diferentes tipos de atractivos, tales como altas montañas, pueblos de artesanos, lugares eco turísticos, ciudades encantadoras bellamente decoradas con murales ruralistas, área con amplia oferta de servicios turísticos como hostales y restaurantes entre otros. Entre los lugares que forman parte de esta ruta están:

- La Palma.
- San Ignacio.
- Citalá.
- San Sebastián.
- Ilobasco.
- Suchitoto.

✓ **Ruta de Las Mil Cumbres.**

Esta ruta comprende diversos atractivos de playa como bahía de Jiquilisco, áreas protegidas como Chahuantique, sierras con lagunas de encanto, con mucha naturaleza en su entorno, paisajes, climas para todas las preferencia y excelente oferta de servicios de alojamiento y restauración. Entre los lugares que forman parte de esta ruta están:

- Bahía de Jiquilisco
- Bosque Chahuantique
- Ciudad de Alegría.
- Laguna de Alegría.
- Ciudad de Berlín

✓ **Ruta del Café.**

Esta ruta turística involucra un recorrido por diversos lugares siendo el tema principal del recorrido el café.

En esta ruta se puede visitar fincas cafetaleras, ventas de artesanías, cultivos hidropónicos, además de poder conocer la gastronomía típica de esta zona y lugares históricos muy importantes de El Salvador. Son 22 municipios los que conforman la nueva Ruta del Café: Comasagua, Talnique, Jayaque (departamento de La Libertad); Candelaria de la Frontera, Chalchuapa, El Congo, Coatepeque (departamento de Santa Ana); Izalco y Juayúa (departamento de Sonsonate); Ahuachapán, Jucuapa, Moncagua, Alegría, Berlín y los que están alrededor del Complejo Los Volcanes.

✓ **Ruta de la Paz.**

La Ruta de la Paz, está localizada en el Departamento de Morazán, es denominada así por el período de tranquilidad del que gozan actualmente sus habitantes, luego de 12 años de guerra civil, que tuvo como uno de sus principales escenarios las montañas y sitios naturales de esta hermosa región del noreste de El Salvador.

La Ruta de la Paz está integrada por los pueblos de Perquín, Arambala, Villa El Rosario, Joateca, Cacaopera y Corinto. Aquí, pueden disfrutar de un verdadero paraíso natural y conocer la historia y la cultura de nuestros antepasados, sus tradiciones indígenas, naturaleza viva, el aire puro. Es un paraje encantador para que lo descubran y se adentre en una inolvidable aventura.

Esta ruta brinda la oportunidad de conocer la historia contemporánea de El Salvador, las raíces culturales heredadas de los antiguos pobladores indígenas de origen Lenca.

✓ **Ruta Fresca**

La Ruta Fresca, llamada así por la belleza y rico clima de los municipios de La Palma, San Ignacio y Citala. La ruta ofrece alternativas para divertirse al aire libre con familia y amigos.

Cuenta con 28 atractivos y una oferta turística de servicios de alojamiento, gastronomía diversa, reservas naturales y diversión extrema para que sus visitantes puedan disfrutar al máximo de una experiencia inolvidable.

La zona alta del departamento de Chalatenango posee un clima agradable, incluso cuando en otras partes del país hay un clima caluroso, allí se tiene un clima de entre 10°C y 18°C.

✓ **Ruta Sol y Playa**

Está compuesta por las mejores playas de El Salvador donde se puede disfrutar de la calidez de sus aguas, la práctica de diversos deportes y una amplia oferta de hoteles y restaurantes. Algunas de las playas que lo conforman son:

- La Bahía de Jiquilisco
- Playa El Palmarcito
- Golfo de Fonseca
- Playa Costa del Sol y Estero de Jaltepeque
- Playa Los Cóbanos

- Playa El Sunzal
- Playa El Cuco
- Playa El Espino
- Playa Metalío
- Playa Barra de Santiago
- Playa El Zonte
- Playa La Paz
- Playa El Tunco
- Playa San Diego
- La Playa Amatecampo
- Playa Conchalio
- Puerto de La Libertad
- Puerto de Acajutla

✓ **Ruta de Las Flores.**

Es un recorrido que comprende 6 ciudades, todas estas ciudades con mucha tradición cultural e histórica, área de atractivos naturales, excelente clima y bellísimos paisajes. Estas ciudades son:

- Nahuizalco
- Salcoatitán
- Juayua
- Apaneca
- Ataco
- Ahuachapán

✓ **Ruta de Los Volcanes**

La Ruta de Los Volcanes se ubica dentro de la Cadena Costera de montañas y volcanes que se extiende hacia los extremos este y oeste de El Salvador. Para seguir la Ruta de Los Volcanes, se sugiere el trayecto sobre la Carretera Panamericana CA-1.

En El Salvador, la línea volcánica se extiende de oeste a este, con un número aproximado de 12 volcanes, entre los que sobresalen: Izalco (Sonsonate), Ilamatepec (Santa Ana), Quezaltepeque (San Salvador) Chichontepec (San Vicente), Chaparrastique (San Miguel) y Conchagua (La Unión). Todos estos volcanes son visibles con facilidad, al viajar sobre la Carretera Panamericana CA-1. El trayecto sobre esta carretera, provee una vista espectacular del terreno montañoso del país.

✓ **Ruta Monseñor Romero**

Este itinerario tiene como objetivo impulsar el turismo religioso en El Salvador teniendo como punto principal la imagen de Monseñor Óscar Arnulfo Romero. El recorrido contempla 10 lugares en los municipios de San Salvador, Santa Tecla y Antiguo Cuscatlán relacionados con la vida de este religioso asesinado en el año 1980.



Fuente: CATA, 2013.

2.7. PROGRAMAS TURÍSTICOS EN EL PAIS

En cumplimiento de la Política y del Plan Quinquenal de Turismo 2014 – 2019 “El Salvador, un Destino Encantador”, el MITUR impulsa ocho programas con las prioridades, los ejes y las estrategias para el desarrollo turístico que son:

1. Pueblos vivos

Programa que permite poner en valor turístico la identidad, historia, cultura, tradiciones, gastronomía; practicando la equidad de género, valores y principios. Se fomenta la participación ciudadana, propiciando el apoyo a la mediana y pequeña empresa, como parte de la proyección económica local.

2. Pueblos encantadores

Este programa se deriva de la experticia lograda por Pueblos Vivos y su relación con los municipios. El programa de Pueblos Encantadores es un segundo peldaño en la estrategia del modelo para fortalecer la oferta turística, ya que estaría exhibiendo una nueva forma de presentar a los pueblos en El Salvador.

3. Vive tu país

Programa orientado a sensibilizar a los salvadoreños residentes en el exterior a través del cual se pretende generar un mejoramiento de la imagen de El Salvador en el extranjero. Los salvadoreños serán los principales embajadores y encargados de transmitir todas las virtudes y ventajas que tiene nuestro país. Asimismo, las representaciones diplomáticas y consulares representan un aliado importante en la ejecución de este proyecto.

4. Marca destino

A través de la creación de una nueva marca destino compuesta por un nuevo logotipo, símbolos y valores que se asocien a El Salvador representando su identidad, se pretende crear un posicionamiento y una visión positiva del destino en la mente del turista.

5. Programa de Asistencia al Turismo (PROASISTUR)

Funciona por medio de un centro de llamadas (call center) que canaliza la información a las oficinas en los territorios, con una coordinación permanente con la Policía de Turismo como un aliado estratégico y clave en el desarrollo del Programa.

6. Programa INVERTURES

Con la implementación de este programa se busca dar espacio para que se desarrollen en los territorios, todas aquellas ideas de negocios, planes y proyectos turísticos nacionales. El Programa INVERTURES impulsará el desarrollo de proyectos de inversión y la generación de empleo.

7. Programa de Formación Turística de El Salvador (FORMATURES)

El propósito es que sea un filtro de los conocimientos y las capacidades más importantes para que puedan desarrollarse y competir en los mercados internacionales. FORMATURES integrara cursos especializados, capacitaciones puntuales y formación técnica de cómo desarrollar las actividades turísticas y atención al visitante de manera eficiente.

8. Cielos abiertos

Acciones encaminadas al mantenimiento de acuerdos bilaterales o multilaterales de transporte aéreo orientados a liberalizar los mercados de transporte aéreo, para incentivar la inversión, atraer el turismo, abaratar los costos de los boletos aéreos hacia El Salvador y fortalecer la institucionalidad de la aeronáutica civil en el país.

2.7.1. PROGRAMA PUEBLOS VIVOS



Ilustración 23. Logo del programa pueblos vivos.

Pueblos Vivos, nace bajo el enfoque de crear municipios comprometidos con el turismo y el desarrollo local a través promover y estimular la participación e integración de los habitantes de los distintos municipios del país, fomentando la identidad, costumbres y valores autóctonos, quienes con sus actividades, obras o proyectos, contribuirán a embellecer sus localidades haciendo renacer su identidad hasta convertirlo en un destino turístico, limpio y ordenado, capaz de atraer un mayor flujo de visitantes.

Este programa turístico, ha demostrado ser un modelo exitoso que a través del turismo incide en el empoderamiento territorial, la equidad de género, la economía local, la participación ciudadana y el fortalecimiento de las MIPYMES, entre otros aspectos del desarrollo del país. Con este tipo de esfuerzos el Ministerio de Turismo y CORSATUR estrechan su trabajo de cara a las municipalidades, las MIPYMES turísticas y las comunidades receptoras. Obteniendo de esta manera reconocimientos a nivel internacional como detonador de la economía local: (PNUD, 2012) “La experiencia de Pueblos Vivos enseña que el desarrollo turístico de una localidad no se fundamenta exclusivamente en la ejecución de grandes inversiones turísticas, sino que puede llevarse a cabo mediante inversiones relativamente pequeñas que aprovechen al máximo el potencial de la localidad.”

Todo esto fortalece la campaña de turismo interno a la que actualmente se le está apostando, el turista que visite un Pueblo Vivo podrá:

- Vivir la magia.
- Vivir la cultura.
- Vivir las tradiciones y costumbres.
- Vivir su gastronomía.
- Vivir su Fe y religiosidad.
- Vivir su entorno turístico.

TRAYECTORIA DEL PROGRAMA PUEBLOS VIVOS

- ✓ **2009:** Nace el programa, sensibilizando el 21.4% del territorio nacional.
- ✓ **2010:** Se incrementó la participación al 41.2% de los municipios.

- ✓ **2011:** En el marco del año Bicentenario, se planifica el programa bajo cuatro categorías: Histórico Cultura, Naturaleza y Aventura, Sol y Playa, Legado Maya y Arqueológico; se registra una participación de 63.7% de municipios.
- ✓ **2012:** Se determinaron los primeros 10 lugares preferidos por los turistas. Para este año participaron el 77.5 % de los municipios del país.
- ✓ **2013:** Se trabajó en la conceptualización de la oferta de cada municipio, determinando así 7 segmentos: Sol y Playa, Artesanía, Arqueología, Naturaleza y Aventura, Histórico Cultural, Comunidades Originarias y Agroturismo, alcanzando una participación de 84.7%. La Estrategia Pueblos Vivos es reconocida como un modelo exitoso de desarrollo económico local, durante el segundo Foro Mundial, desarrollado en Brasil.
- ✓ **2014:** Con la estrategia de país “El Salvador destino Encantador”, se planificó el programa estructurando dos grandes segmentos con sus categorías: Pueblos con Encanto Natural (Sol y Playa, Deporte y Aventura, Agroturismo y Paisajismo) y Pueblos con Encanto Cultural (Gastronomía Autóctona, Danzas y Tradiciones, Artesanía, Comunidades Originarias, Arqueología y Urbanismo y Compras). Con la participación de 89.7%.
- ✓ **2015:** Esta edición se denominó “Pueblos Vivos Multidestinos”, logrando una participación de 96.2% de los municipios que presentaron su oferta como circuitos turísticos, a partir de una plataforma de trabajo basada en cuatro ejes fundamentales: Turismo, Innovación, conectividad y asociatividad.
- ✓ **2016:** Esta edición se denominó “Pueblos Vivos Circuitur” donde el objetivo era fortalecer la organización y trabajo de los 53 circuitos turísticos, acreditados en la edición Multidestinos, posicionando los territorios a través de la creación de paquetes turísticos por zonas (occidental, central, paracentral y oriental); fundamentados en tres pilares turismo-conectividad-trabajo en equipo –paquetes turísticos innovadores. Se planificó el programa estructurando dos grandes segmentos con sus categorías en las cuales el circuito presenta su oferta a) Historia y Cultura (Arqueología, Comunidades Originarias, Turismo Rural Comunitario, Danzas y Tradiciones, Historia y Arquitectura, Urbanismo y Compras). b) Naturaleza y Aventura (Sol y Playa, Agroturismo, Ecoturismo y Aventura).
- ✓ **2017:** Se desarrolló bajo la estrategia de comercialización de la oferta turística a través de la experiencia vivencial a través de seis destinos: Artesanal, naturaleza, comunidades originarias, arqueológico, histórico-cultural y sol y playa. Se premiaron 13 circuitos.
- ✓ **2018:** Esta edición se denominó “Cerca de ti”, celebrando 10 años de la estrategia Pueblos Vivos, por lo cual la Feria de ese año, tal como lo reza el slogan, se realizaron Festivales Regionales en las 3 zonas del país (occidente, central- paracentral y oriente).

3. MARCO LEGAL

3.1. LEY DE TURISMO

En El Salvador se cuenta con una ley de turismo , la cual entro en vigencia en el año 2006, y cuyo objetivo es fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados ya sea por personas naturales o jurídicas nacionales, así como extranjeras (Art. 1 de la Ley). En base a esto es importante que esta ley se tome en cuenta para el diseño del plan de desarrollo turístico, así como el Reglamento General de la Ley de Turismo, ya que, abarcara diferentes atractivos turísticos y dentro de estos se prestaran servicios turísticos.

Esta Ley se compone de 10 Capítulos, divididos de la siguiente forma: ⁵

- **Capítulo I. Objeto y definiciones**

En este capítulo se explican las definiciones de Turismo o actividad turística; Recursos turísticos nacionales; Industria y servicios turísticos; Turista; Proyecto de interés turístico nacional; Región, zona o centro turístico de interés nacional; Empresa turística; Corsatur; Cabotaje; Construcción; Ampliaciones; Remodelación; Mejoras.

- **Capítulo II. Competencias en materia de turismo**

Se establece que es la Secretaría de Estado, el organismo rector en materia turística, a quien le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y el Plan Nacional de Turismo, así como del cumplimiento de los objetivos de la Ley. Es también la Secretaría de Estado la que elaborará y ejecutará estudios y proyectos, a fin de permitir la identificación de áreas territoriales para el desarrollo turístico.

- **Capítulo III. Registro Nacional de Turismo**

Se mencionan los beneficios e incentivos que contiene la Ley para las empresas que estén inscritas en el Registro Nacional de Turismo.

- **Capítulo IV. De las obligaciones de las personas inscritas en el registro**

Se detallan las obligaciones para las empresas inscritas en el Registro, estén o no acogidas a los incentivos fiscales. Entre los cuales se puede mencionar:

- Dar cumplimiento a lo dispuesto en la Ley
- Proporcionar la información y documentos que les sean solicitados
- Facilitar el ingreso a las instalaciones cuando así sea solicitado.

- **Capítulo V. De los ingresos para la promoción turística**

Donde se establece una contribución especial para la promoción del turismo, la cual se obtendrá del pago de alojamiento en cualquier establecimiento que preste este servicio (5% aplicado sobre la base del precio diario del servicio); y del pago de la salida del territorio nacional vía aérea (US \$7.00 por salida, por persona).

- **Capítulo VI. Fomento a la industria turística**

Se mencionan los beneficios e incentivos para promover el desarrollo turístico del país, el incremento de inversiones nacionales y extranjeras para este fin.

⁵ Marco legal del turismo en El Salvador, DICA inventa, CELULA turismo, publicación noviembre 2013. Disponible en: [http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/4872/Publicacion%20Noviembre%202013%20Marco%20legal%20del%20turismo%20en%20El%20Salvador%20\(2\).pdf](http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/4872/Publicacion%20Noviembre%202013%20Marco%20legal%20del%20turismo%20en%20El%20Salvador%20(2).pdf)

Entre los beneficios que pueden gozar están:

- Inclusión en el catálogo de la oferta turística de El Salvador;
- Apoyo de la Secretaría de Estado ante oficinas gubernamentales
- Participación en candidaturas para otorgamiento de premios y reconocimientos de la industria turística
- Apoyo a las entidades y organismos gubernamentales o privados en la creación de parques nacionales y áreas naturales protegidas.

- **Capítulos VII, VIII, IX y X**

Se refieren a las infracciones y sanciones; procedimiento sancionador; disposiciones transitorias y disposiciones finales, derogatorias y de vigencia, respectivamente.

3.2. LEY ESPECIAL DE PROTECCIÓN AL PATRIMONIO CULTURAL DE EL SALVADOR.

En el año de 1993 se publicó por primera vez un marco legal, el cual tenía como fin el conservar la cultura de nuestro país, esta ley, no solo contiene obligaciones para las instituciones pertinentes, sino también, señala claramente todos los bienes, lugares y personajes, etc. que en teoría quedan protegidos bajo la “Ley Especial al Patrimonio Cultural de El Salvador”. A continuación, se presentan los artículos que se consideran pertinentes para el diseño del plan de desarrollo turístico:

Finalidad

Art. 1.- La presente Ley tiene por finalidad regular el rescate, investigación, conservación, protección, promoción, fomento, desarrollo, difusión y valoración del Patrimonio o Tesoro Cultural Salvadoreño, a través del Ministerio de Educación o de la Secretaría de Estado que tenga a su cargo la administración del Patrimonio Cultural del país, quien en el transcurso de la presente ley se denominará el Ministerio. Para los efectos de la presente ley, Patrimonio Cultural y Tesoro Cultural Salvadoreño son equivalentes.

Concepto de Bienes Culturales

Art. 2.- Para los fines de esta ley, se consideran Bienes Culturales los que hayan sido expresamente reconocidos como tales por el Ministerio, ya sean de naturaleza antropológica, paleontológica, arqueológica, prehistórica, histórica, etnográfica, religiosa, artística, técnica, científica, filosófica, bibliográfica y documental.

Definición de Bienes que conforman el Patrimonio Cultural

Art. 3. Para los efectos de esta ley los bienes que conforman el Patrimonio Cultural de El Salvador son los siguientes:

a) Las colecciones y ejemplares de zoología, botánica, mineralogía, anatomía y los objetos de interés paleontológico.

b) Los bienes relacionados con la historia, con inclusión de la historia de las ciencias y de las técnicas, la historia militar y la historia social, así como con la vida de los dirigentes, pensadores, sabios y artistas nacionales relacionados con acontecimientos culturales de importancia nacional.

c) El producto de las excavaciones tanto autorizadas o no o de los descubrimientos arqueológicos.

d) Los elementos procedentes de la desmembración de monumentos artísticos o históricos y de lugares de interés arqueológico.

e) Antigüedades debidamente comprobadas, tales como inscripciones, monedas, sellos, grabados u otros objetos.

Se consideran, además, como bienes culturales todos aquellos monumentos de carácter arquitectónico, escultórico, urbano, jardines históricos, plazas, conjuntos históricos, vernáculos y etnográficos, centros históricos, sitios históricos y zonas arqueológicas.

Art. 5.- Corresponde al Ministerio identificar, normar, conservar, cautelar, investigar y difundir el patrimonio cultural salvadoreño.

Art. 6.- El Estado, las Municipalidades, así como las personas naturales o jurídicas, están obligadas a velar por el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley.

Art. 7.- Los municipios, para los fines de conservación de los bienes culturales de su circunscripción, se atendrán a las normas y técnicas que dicte el Ministerio.

Investigaciones.

Art. 13.- Para realizar investigaciones y excavaciones de interés arqueológico o histórico, en terrenos públicos o privados, es necesario contar previamente con la autorización correspondiente, mediante acuerdo emitido por la dependencia respectiva de conformidad al reglamento pertinente.

Reproducción de Bienes Culturales.

Art. 36.- El Ministerio deberá reproducir los bienes culturales o podrá autorizar cuando lo considere conveniente, la réplica, calco o reproducción de los mismos, a fin de mantenerla autenticidad y conformidad con los originales, con el objeto de evitar que se alteren las características e identidad del bien cultural.

La réplica, calco o reproducción autorizada de un bien cultural, deberá tener grabada o impresa claramente una frase que lo identifique como tal.

Los ejemplares, así como las representaciones auténticas, se identificarán por ediciones y por números debidamente supervisados y registrados por el Ministerio.

La falta de autorización o de supervisión da lugar al decomiso de la edición de la réplica o calco y a la orden de suspender la representación.

3.3. PLAN NACIONAL DE TURISMO 2020.⁶

El Plan Nacional de Turismo 2014 fue presentado a principios de 2006 como primer gran documento estratégico de referencia para el desarrollo y promoción del turismo en El Salvador. Se trata de un plan desarrollado en detalle que estaba destinado a convertirse en la guía principal de actuación para todo el sector turístico del país y, en particular, para un sector

⁶ Plan nacional de turismo 2020. Disponible en: <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/LIBROS/T/0001936-ADDOCMP.pdf>

público liderado por el Ministerio de Turismo recién creado en esta legislatura de gobierno y por las instituciones gubernamentales que, como CORSATUR, constituyen el eje motor de las actuaciones públicas en beneficio de la actividad turística.

3.4. POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO ⁷

La Política Nacional de Turismo de El Salvador, plantea un conjunto de lineamientos rectores que permiten aprovechar el potencial de la actividad turística para contribuir en la solución de los grandes retos del país relacionados con la economía, la educación, la inclusión social, el medio ambiente, los derechos humanos, la percepción de seguridad, la política exterior, la gobernabilidad y la imagen del país ante el mundo.

Visión de la política nacional de turismo

Ser una política de Estado que convoque y oriente a la gran diversidad de actores públicos, privados y sociales que participan en el desempeño de la actividad, de tal forma que el turismo en la República de El Salvador, sea rentable, distributivo y responsable.

- **Misión de la política nacional de turismo**

Establecer las pautas para que la actividad turística en la República de El Salvador sea un punto de encuentro para todas y todos los salvadoreños, residentes o no en el país; y que, a su vez, logre convocar a ciudadanos de otros países a encontrarse y vincularse con la cultura, las costumbres y tradiciones del país, así como con el entorno salvadoreño.

- **Objetivos de la política nacional de turismo**

Posicionar al turismo como prioridad nacional en función de su potencial para coadyuvar a resolver los grandes retos del país.

Articular y orientar a los actores que participan en el desarrollo del turismo para mejorar la eficiencia y efectividad de los esfuerzos y recursos que se invierten en la actividad.

3.5. LEY DE LA CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

La institución encargada del cumplimiento de esta ley es el CONSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo), además la ley tiene como finalidad el desarrollo del sector turismo según el artículo 2 de esta ley, a través de las siguientes actividades:

- a) La promoción de los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero;
- b) Llevar el Registro Nacional de Turismo, tanto de titulares de empresas turísticas como de los incentivos legales otorgados a dichas empresas.
- c) Llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno e internacional.

⁷ Política nacional de turismo. Disponible en : <http://www.mitur.gob.sv/wp-content/uploads/2017/10/Pol%C3%ADtica-Nacional-de-Turismo.pdf>

d) Promover la privatización de las empresas y bienes inmuebles que se le adjudiquen por Ministerio de Ley, donación o cualquier otro medio lícito, cuando ello fuere de beneficio para nuestro país;

e) Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales.

3.6. ALCALDÍAS MUNICIPALES

Los municipios que componen la microrregión norte de Ahuachapán, están subordinados a una alcaldía la cual ordena y organiza la vida civil y política de este territorio a su vez está regido por un alcalde y su consejo, desde este se realizan reuniones que terminan en decisiones políticas, que se les llama ordenanzas, que norman o disponen del uso del suelo y de otras actividades comerciales, habitacionales, turísticas, limpieza, etc.

Por ello es importante conocer y contactar a las autoridades pertinentes de cada municipio. Las disposiciones legales que dan base a estas disposiciones, es el código municipal, este fue aprobado por la asamblea legislativa del país.

3.7. NORMAS TÉCNICAS SALVADOREÑAS (NTS)

El Organismo Salvadoreño de Normalización, el cual pertenece al Consejo Nacional de la Calidad, como institución contribuye a las organizaciones, brindándoles servicios de normalización, evaluación y formación en lo que son las Normas Técnicas Salvadoreñas (NTS).

Las Normas Técnicas Salvadoreña del área de turismo, son 16 y las que están relacionadas al plan de desarrollo turístico son:

- NTS 01.00.13:15: Servicios turísticos. Hoteles y otros tipos de alojamientos turísticos. Terminología.
- NTS 03.44.01:12: Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartahoteles.
- NTS 03.54.01:12: Operadores de turismo. Especificaciones para la prestación del servicio.
- NTS 03.55.01:12: Guías de turismo. Especificaciones para el desempeño.
- NTS 03.56.01:12: Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio.
- NTS 03.61.01:12: Artesanías. Buenas Prácticas Ambientales.
- NTS 03.67.01:12: Turismo. Buenas Prácticas de Sostenibilidad. Especificaciones.
- NTS 03.76.01:15: Turismo. Centros Recreativos Acuáticos. Requisitos para la operación y prestación del servicio.



III. SITUACIÓN TURÍSTICA ACTUAL DE LA MICRORREGIÓN AHUACHAPAN NORTE

1. GENERALIDADES PARA LA ELABORACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

Para realizar la metodología de investigación es necesario conocer los modelos de sistemas turísticos y además los modelos de planes de desarrollo turístico con el fin de conocer los ejes principales que se seguirán en toda la investigación. Los cuales fueron planteados en el marco conceptual.

1.1. SELECCIÓN DEL MODELO DE SISTEMA TURISTICO.

Para realizar una buena planificación turística se necesita de modelos y conceptos que ayuden a resolver los puntos más críticos que afectan al destino turístico, como, por ejemplo: ¿Cuál es la secuencia de atractivos turísticos más idóneo o deseable que pueda facilitar la visita de estos a los turistas? ¿Cómo se puede adaptar la planificación turística de un municipio a la planificación de la microrregión?, etc.

Para esto, existen diversos instrumentos metodológicos como guías, manuales, modelos para pequeños y grandes regiones, y para diferentes características o situaciones específicas en cuanto al turismo.

Los modelos sistemáticos propuestos por diversos autores para su manejo en la planificación son: Leiper (en Cooper, 1997), Molina (1986), Santana (1997), Ricaurte (2001), Ascanio (en Schluter, 2000) y Gunn (2002), Hernández Díaz (1982), Kaiser y Helber (1983), Boullón (1978), Zamorano (2002), entre otros. Algunos de estos se describieron en el capítulo I.

Para realizar un plan de desarrollo turístico de la microrregión norte de Ahuachapán, se debe conocer los componentes del sistema turístico que conforman el sector del turismo en la microrregión, para ello se tomaran en cuenta los modelos de sistemas turísticos descritos con anterioridad en el Capítulo I, donde se eligió el que más se asemeja a lo que existe actualmente en la microrregión, y se realizara una adaptación de ese modelo a los componentes turísticos actuales.

Uno de los modelos de planificación con mayor relevancia es el propuesto por la Organización Mundial del Turismo, que ha recuperado el modelo a de Gunn, el cual considera que el sistema turístico está compuesto por dos grandes componentes: la oferta y la demanda.

Por ello el Sistema Turístico que más se adecua a nuestra investigación es el Modelo propuesto por Gunn, ya que este modelo toma a los componentes del sistema turístico como base conceptual para la planificación turística, tomando como fuerzas principales la demanda y la oferta como la conducción de dicho sistema, además presenta la funcionalidad del sistema turístico desde la perspectiva de mercado, vinculándolo con factores externos que alteran la relación entre la demanda y la oferta, factores como lo son el financiamiento, recursos culturales, recursos naturales, las políticas gubernamentales, la comunidad, emprendedores y los aspectos laborales.

En el modelo de sistema turístico propuesto por Gunn, se pueden observar varios componentes principales del sistema turístico, que deben funcionar de un modo dinámico, para

que los destinos turísticos con los que se cuentan tengan éxitos, ya que centrarse solamente en las empresas que ofrecen alojamiento o en agencias intermediarias puede opacar la visión del turismo como sistema.

En resumen, la mayoría de los elementos del sistema turístico propuesto por Gunn, pueden reflejarse en lo siguiente: ⁸

1. Componente de la información/promoción, tales como guías, programas, mapas, artículos científicos, etc.;
2. Productos, servicios e instalaciones turísticas, con alto impacto económico;
3. Transportes;
4. Componente "pull" del turismo, que incluye atracciones que hacen a los destinos y las experiencias turísticas especiales (parques, infraestructuras deportivas, lugares históricos, etc.); y
5. Elemento "push", gente diferente que decide por diferentes motivos viajar, motivos que deben conocerse.

Y como ya se dijo con anterioridad externamente el sistema turístico está relacionado con factores tales como: los recursos naturales/clima, el mercado financiero, el mercado de trabajo, los recursos culturales (arqueología, historia, deportes, educación, entretenimiento), las empresas y sus dirigentes, las políticas gubernamentales y la comunidad.

Además, según afirmo Gunn, y tal y como propusieran de manera similar Murphy, y Mill y Morrison, **en la oferta se encuentran en el sistema turístico todos los planes y actuaciones asociadas al destino turístico que son implementadas para recibir viajeros o incrementar a afluencia de turistas.** E incluye las atracciones turísticas, la información, los transportes, los servicios en el propio destino y la promoción comercial turística existente en el lugar.

Nuestra investigación, se adapta a este modelo, ya que lo que se pretende es realizar un plan de desarrollo turístico, que ayude a la microrregión a potenciarse como un destino turístico y como ya que dijo en el párrafo anterior esto forma parte de la oferta turística. Además, toma en cuenta los factores externos que alteran o afectan a la oferta turística de un lugar, y para realizar un plan de desarrollo turístico, se deben considerar todos los **aspectos tanto interno como externo para obtener las estrategias adecuadas para lograr los objetivos propuestos.**

Así mismo el modelo de Gunn, es un modelo **de sistema abierto y dinámico, lo cual implica la relación con el medio ambiente o su entorno, con el cual establece un conjunto de intercambios en forma constante de cambio y adaptación.**

⁸ El turismo como sistema significativo, ideas para la gestión de las empresas turísticas. TURyDES (REVISTA DE INVESTIGACION EN TURISMO Y DESARROLLO LOCAL), Volumen 6, No. 14 (Junio/junho 2013), José Alberto Martínez, España.

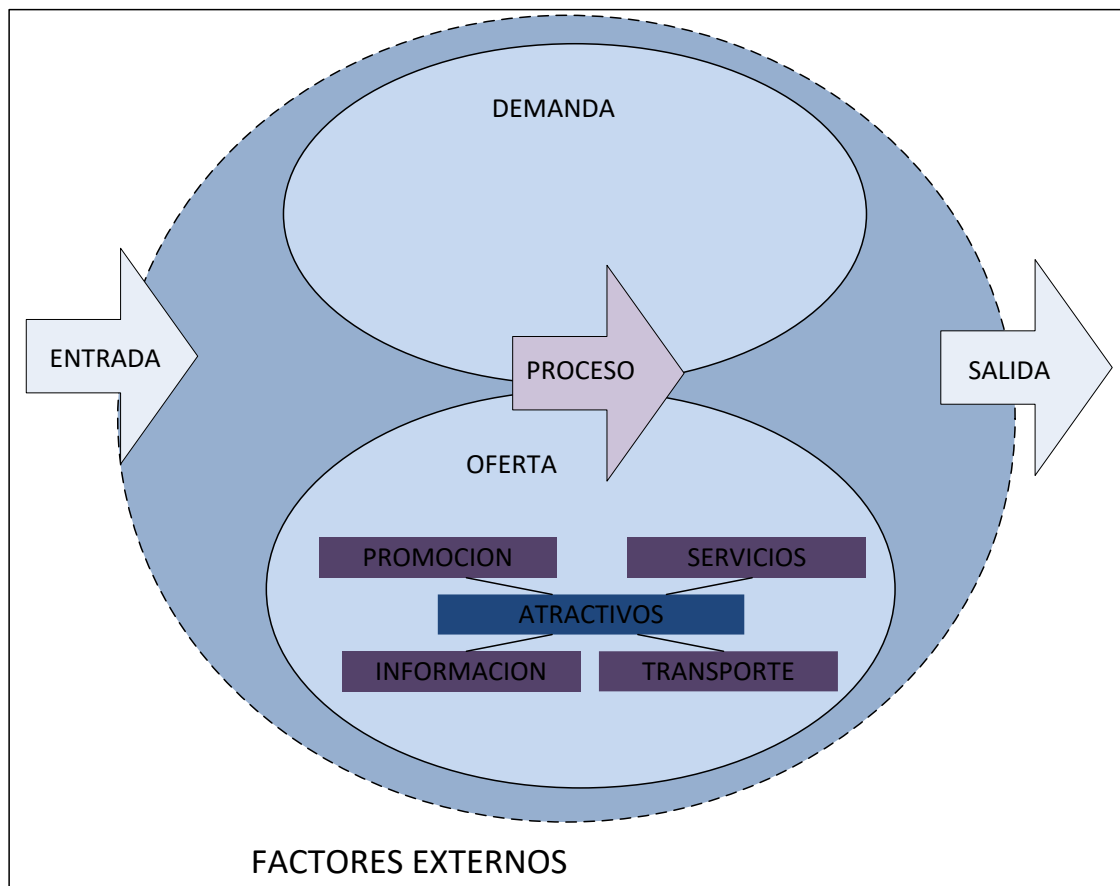


Ilustración 24: Esquema de Gunn.
Fuente: Adaptación del grupo

El sistema turístico como se observa en el esquema está compuesto por dos elementos a los que llamaremos subsistemas que agrupan a factores importantes en el turismo, como los atractivos, servicios turísticos y básicos, promoción, transporte e información, que son necesarios para el funcionamiento de la actividad. Consideramos que envase a los atractivos existentes deben adaptarse la promoción, los servicios y el transporte existente. Para este capítulo se tomará en cuenta las siguientes definiciones:

- **DEMANDA.** Son los encargados de hacer uso de los espacios, servicios y atractivos turísticos existentes, además son los que generan ingresos en el destino y mantiene la dinámica del sistema. La demanda está compuesta por los visitantes, que, según la OMT, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. Toma en cuenta los mercados turísticos actuales y potenciales, nacionales y extranjeros Para el estudio de este subsistema se utilizarán una encuesta dirigida a un segmento de mercado específico.
- **OFERTA.** Considera el conjunto de atracciones, transportes, servicios y promoción que dan lugar a la creación y comercialización de productos turísticos, además de la infraestructura que le si ve de soporte. Incluye a los atractivos y servicios propiamente turísticos como la alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, su principal función es atraer al turista hacia el lugar, satisfacer sus necesidades y expectativas. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema

puede caracterizarse a través de inventarios. Dentro de la oferta encontramos los atractivos, los cuales se considera como un elemento principal en este subsistema, ya que la oferta debe ser generada alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo. También se incluye la información del servicio que es la información que permite al turista el conocimiento de la oferta, la promoción la cual es el desarrollo y difusión persuasiva sobre el servicio o atractivo turístico, el transporte y los servicios que ofrecen los lugares donde se encuentra los atractivos turísticos.

Además se debe tener en cuenta que la implicación de las organizaciones o instituciones locales en el desarrollo del proceso para la realización del plan, es decir del grado del involucramiento del sector empresarial, de las asociaciones y grupos de representación social, de las instituciones públicas y de la propia sociedad de los municipios de la microrregión, dependerá que el proceso de realización para el plan de desarrollo turístico resulte exitoso, ya que como se observó en el modelo de Gunn, son factores externos que afectan el funcionamiento del sistema turístico.

1.2. SELECCIÓN DEL MODELO DE PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO.

De acuerdo a la información mostrada, de los modelos de planes de desarrollos turísticos, se ha logrado observa que los diferentes autores mantienen aspectos en común para la elaboración del plan, los cuales se han tomado en cuenta, para realizar una adaptación por parte del grupo de trabajo, para la elaboración del plan de desarrollo turístico para la microrregión de Ahuachapán norte.

Los principales aspectos tomados en cuenta son:

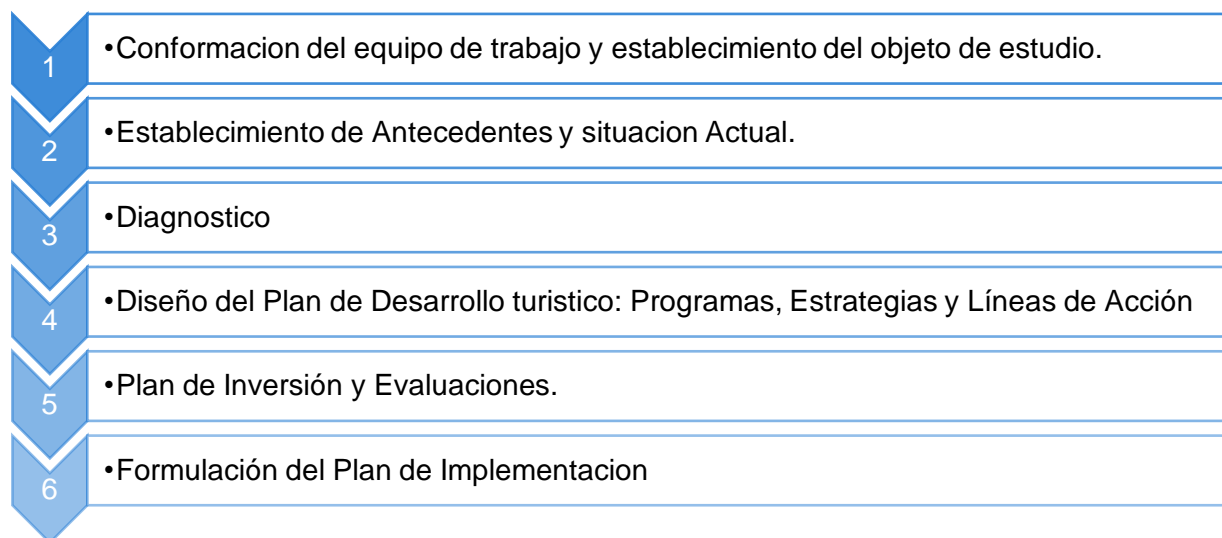
- Síntesis de la situación Actual.
- Diagnóstico.
- Análisis estratégico.
- Formulación de plan de acción.

Tomando en cuenta que para la implementación de planes de desarrollo se requiere de una inversión económica y establecer los efectos que provocara, a estos aspectos se les agregara un plan de inversión y evaluaciones.

Adicionando el **factor de diferenciador del modelo de plan de desarrollo turístico seleccionado es el enfoque sistémico y el enfoque de ingeniería**. Ya que, se considera toda organización como un sistema de actividad humana, que con los diferentes recursos (turísticos, humanos, materiales, tecnológicos, financieros, etc.) constituyen un flujo de procesos para la generación de productos y servicios turísticos, además brinda una visión integral mediante la aplicación de la Teoría General de Sistemas, que pone énfasis en los aspectos generales y en las interacciones entre las partes que integran el sistema (Recursos turístico, municipalidades, comunidad, actores locales y externos), ahora bien, existen muchas técnicas como de mercadeo, recursos humanos, economía, finanzas, etc que se implementaras, sin embargo, las que hay que resaltar y hacen la diferencia para el plan a desarrollar es el enfoque de la ingeniería industrial, son todas aquellas en las que los conocimientos técnicos de diseño están presentes. Dicho esto, los problemas son abordados

desde el punto de vista humano, técnico, ambiental, social, económico y financiero, aprovechando tendencias para generar soluciones estratégicas que beneficien a todos los involucrados.

El modelo de plan de desarrollo turístico el cual será de guía para la realización del estudio, muestra cada su fase general a continuación:



Esquema 13. Modelo de plan de desarrollo turístico elegido.

Fuente: Elaboración del grupo de trabajo.

Conformación del equipo de trabajo y establecimiento del objeto de estudio.

En esta etapa inicial se define quienes conformaran el equipo de trabajo, en este caso, será conformado por el grupo de elaboración del presente trabajo de grado. También se establecen los objetivos, alcancen, limitaciones, justificación y objeto de estudio.

Establecimiento de antecedentes y situación actual

Se realiza una recolección de información sobre diversos aspectos sociales, culturales, demográficos, económicos y turísticos del país, del departamento y de la microrregión.

Diagnostico

En esta etapa, se realizan las investigaciones para la obtención de información primaria y secundaria que ayude a esclarecer cuales son los problemas a los que hay que dar solución por medio del plan que se diseñará en la etapa posterior, además, se realizará el análisis de los mercados según el perfil de cada uno y con los hallazgos principales, lo que da paso a la realización de la conceptualización del diseño del plan.

Diseño del plan de desarrollo turístico

En esta etapa se realizará el diseño del plan de desarrollo turístico para la microrregión según la información obtenida en el diagnóstico, el cual contará con programas, estrategias y líneas de acción.

Plan de inversión y evaluaciones

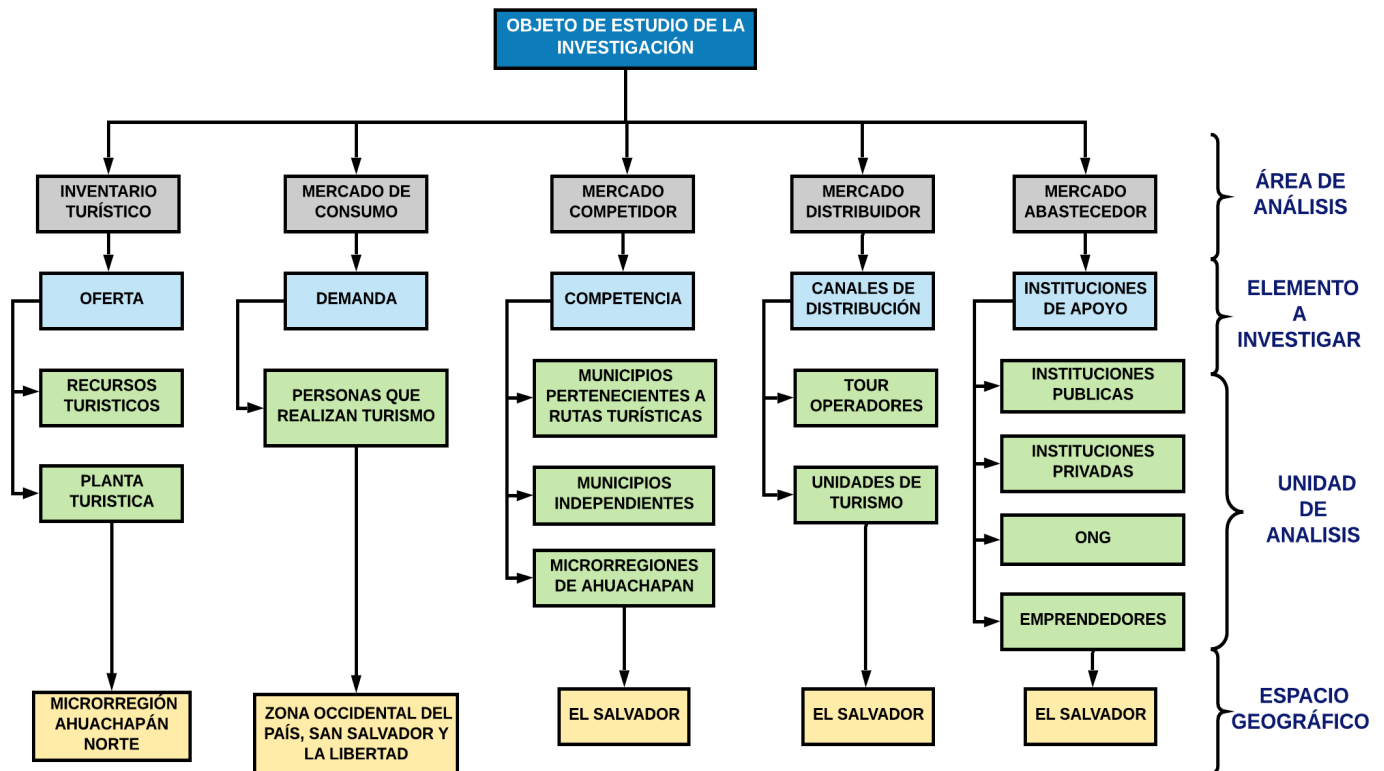
En esta etapa se realizará el análisis de las inversiones necesarias para llevar a cabo el plan de desarrollo turístico, además de la clasificación de los costos del plan que ayuden a realizar los estados financieros que servirán para la realización de las evaluaciones económica y financiera. También se presentarán las demás evaluaciones necesarias para comprobar la factibilidad del plan, como lo son las evaluaciones económica, social, ambiental, de género entre otras.

1.3. OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio es el fenómeno de interés, es lo que se quiere saber, la forma base para construir el proceso investigativo. Para realizar la investigación, es necesario acotar el objeto de estudio: es decir, definir qué aspectos concretos se estudiarán.

El Objeto de Investigación tiene su propia estructura, posee una organización interna específica de sus elementos. Los elementos para definir el objeto de estudio son:

- **Área de análisis:** se refiere al área al que pertenece el fenómeno, temática o problema a estudiar.
- **Elemento a investigar:** es el objetivo central a investigar, el "qué" se va a estudiar.
- **Unidad de análisis:** es la entidad principal que se está analizando en un estudio. Es a "quién" se está estudiando.
- **Espacio geográfico:** el espacio donde se ubica el objeto, el municipio, departamento, zona, el país, varios países.



Fuente: Elaboración propia.

Para el desarrollo de la investigación del Diagnóstico, se muestra a continuación en el siguiente esquema el objeto de estudio de la investigación para el trabajo de grado, Plan de desarrollo turístico para la microrregión de Ahuachapán norte

- **Inventario Turístico:** este tiene como fin el investigar e identificar la oferta turística actual y potencial de la microrregión Ahuachapán Norte, esto a través de la elaboración de inventarios de recursos turísticos y de la planta turística (Alojamiento, Alimentación, Transporte, Esparcimiento y Servicios de Apoyo).
- **Mercado de Consumo:** en el curso de la investigación de mercado de consumo se investigará la demanda actual y potencial de los recursos turísticos de la microrregión de Ahuachapán norte, como mercado objetivo se entenderá a aquel conformado por todos los posibles usuarios de los servicios turísticos que residen en la zona occidental del país y el área metropolitana de San Salvador que realizan turismo.
- **Mercado Competidor:** por medio de esta área de análisis se investigará la oferta turística de la competencia, analizando los municipios que pertenecen a rutas turísticas del país, municipios independientes y las microrregiones de Ahuachapán.
- **Mercado Distribuidor:** para el desarrollo del mercado distribuidor se analizará el canal de distribución indirecto de servicios turísticos existentes en el país, que son aquellos agentes externos de comercialización como tour operadores y agencias de turismo.}
- **Mercado Abastecedor:** se investigará aquellas instituciones de apoyo al sector turístico de la microrregión de Ahuachapán norte.

1.4. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de la investigación es una disciplina de conocimiento encargada de elaborar, definir y sistematizar el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos que se deben seguir durante el desarrollo de un proceso de investigación para la producción de conocimiento.

Orienta la manera en que se va a enfocar una investigación y la forma en que se va a recolectar, analizar y clasificar los datos, con el objetivo de que los resultados tengan validez y pertinencia, y cumplan con los estándares de exigencia de veracidad.

La metodología de la investigación, en este sentido, es también la parte de un proyecto de investigación donde se exponen y describen razonadamente los criterios adoptados en la elección de la metodología, sea esta cuantitativa o cualitativa.

Por esto a continuación se presenta el esquema de la metodología propuesta la investigación de los mercados.



Ilustración 25: Esquema de la metodología de investigación
Elaboración propia

Para la realización de un plan de desarrollo turístico adecuado, para la microrregión norte de Ahuachapán, es necesario realizar una investigación de mercado que arroje información sobre factores importantes que influyen de manera determinante en la actividad turística y en el desarrollo de las estrategias que ayuden a potenciar el turismo en la microrregión.

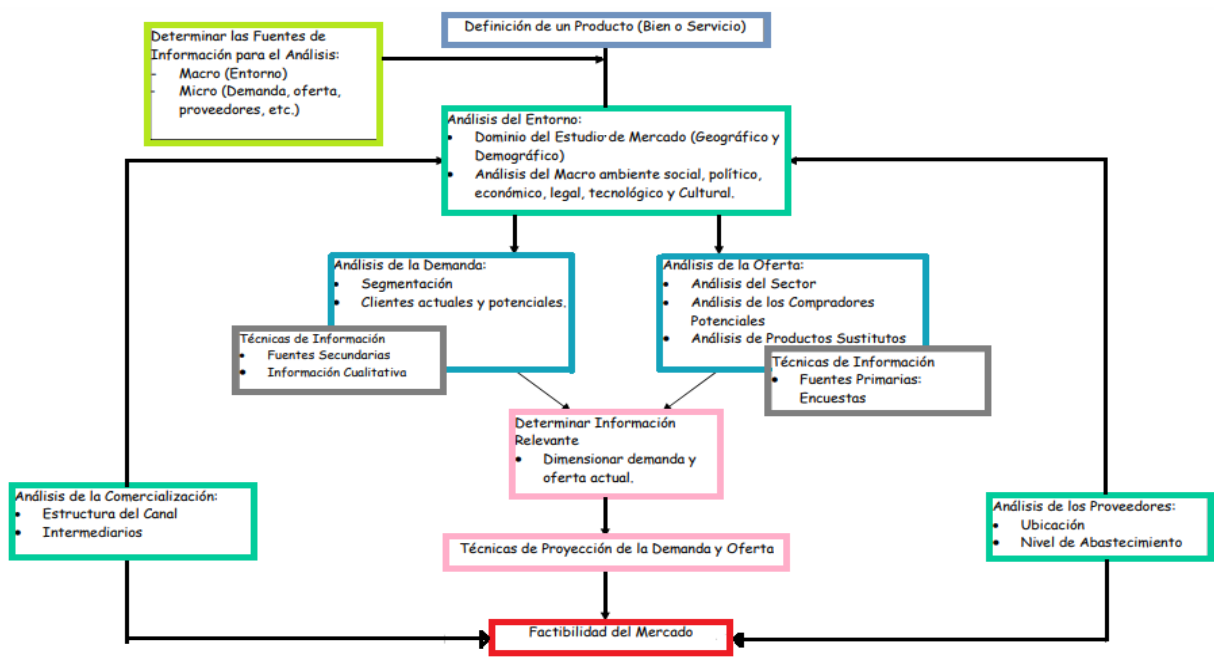


Ilustración 26: Aspectos de una investigación de mercados

Para que la investigación de mercado sea desarrollada adecuadamente, es necesario definir y conocer las siguientes definiciones:

- **Mercado:** es el conjunto de compradores reales y potenciales, como personas, organizaciones y/o empresas, que participan en el proceso de compra y venta de bienes o servicios.
- **Estudio de Mercado:** es el conjunto de métodos y técnicas que se ejecutan y que permiten obtener información del mercado, competencia, proveedores y distribuidores, en el que participa una empresa, y con dicha información poder realizar pronósticos e identificar tendencias de mercado. Con el estudio de mercado se analiza la oferta y la demanda, así como los canales de distribución de un producto en efectivo.
- **Entorno:** el entorno de un mercado está conformado por las fuerzas externas, que influyen o afectan la capacidad del efecto de la mercadotecnia, algunas de estas fuerzas son: el marco económico, socio cultural, tecnológico, institucional y político del mercado.
- **Macro ambiente:** está conformado por el estudio del ambiente económico, socio cultural, tecnológico, institucional y político de mercado.
- **Micro ambiente:** Está integrado por las fuerzas cercanas a la empresa, que influyen en la capacidad de satisfacer a los clientes, tales como la propia empresa, los proveedores, intermediarios de marketing, clientes, competencia y grupos de interés.

1.4.1. PLANTEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

En esta etapa se definen los objetivos para cada investigación de mercado, o sea, qué es lo que queremos alcanzar con la realización de la investigación. El logro del objetivo general proporciona respuesta a la pregunta de investigación.

1.4.2. SELECCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN

En la selección del tipo de investigación se tomará en cuenta la cantidad de información disponible al momento de realizar la investigación, asimismo deberá estar orientado al objetivo de la investigación a seguir.

Para la realización de la investigación se debe elegir un tipo de investigación que nos permita adquirir todos los datos concernientes a la situación actual del turismo en la microrregión de estudio, y a su vez permita formular estrategias y acciones encaminadas a potenciar las actividades turísticas de la microrregión de estudio.

A continuación, se presentan los tipos de investigación más comunes que hay:

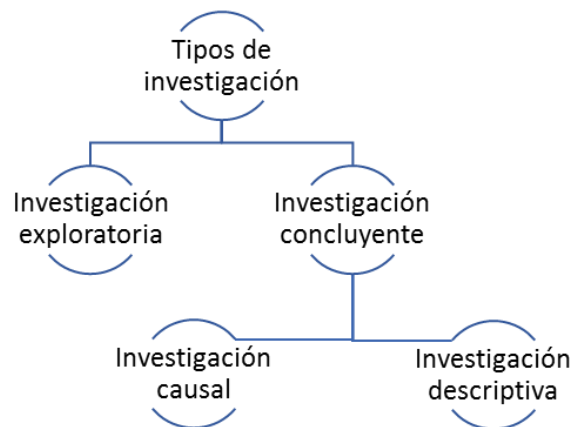


Ilustración 27: Tipos de investigación
 Fuente: Investigación de mercados, Naresh K. Malhotra

● **Investigación Exploratoria**

Tipo de investigación que tiene como objetivo principal brindar información y comprensión sobre la situación del problema que enfrenta el investigador.

El objetivo principal de la investigación exploratoria es proporcionar información y comprensión del problema que enfrenta el investigador. Este tipo de investigación se utiliza en los casos donde es necesario definir el problema con más precisión, identificar los cursos de acción pertinentes y obtener información adicional antes de que pueda desarrollarse un enfoque. En esta etapa la información requerida está sólo vagamente definida y el proceso de investigación que se adopta es flexible y no estructurado. La muestra, seleccionada para generar el máximo de información, es pequeña y no representativa. Los datos primarios son de naturaleza cualitativa y se analizan de acuerdo con ello.

● **Investigación concluyente**

Investigación diseñada para ayudar a quien toma las decisiones a determinar, evaluar y elegir el mejor curso de acción en una situación específica.

Se basa en muestras representativas grandes y los datos obtenidos se someten a un análisis cuantitativo. Los hallazgos de esta investigación se consideran de naturaleza concluyente, ya que se utilizan como información para la toma de decisiones administrativas.

Tabla 8: Características de los tipos de investigación

Exploratoria	Concluyente
○ Proporcionar información para su comprensión.	○ Probar hipótesis específicas y examinar relaciones.
○ La información necesaria solo se define vagamente.	○ La información necesaria se define con claridad.
○ El proceso de investigación es flexible y no estructurado.	○ El proceso de investigación es formal y estructurados.
○ La muestra pequeña y no representativa.	○ La muestra es grande y representativa.

<input type="radio"/> El análisis de los datos primarios es cualitativo.	<input type="radio"/> El análisis de datos es cuantitativo.
<input type="radio"/> Por lo general va seguida de otras investigaciones	<input type="radio"/> Los hallazgos principales se usan para la toma de decisiones.

Fuente: Investigación de mercados, Naresh K. Malhotra

Ahora bien, como se muestra en el diagrama de los tipos de investigación, de la investigación concluyente se derivan dos subtipos de investigación: Descriptiva y Causal.

● **Investigación Concluyente Descriptiva**

El principal objetivo de este tipo de investigación es como su nombre lo indica, describir algo, por lo regular, características del mercado o funciones de este. Se realiza por las siguientes razones:

1. Describir las características de grupos pertinentes, como consumidores, vendedores, organizaciones o áreas del mercado.
2. Calcular el porcentaje de unidades de una población específica que muestran cierta conducta.
3. Determinar la percepción de las características de productos o servicios.
4. Determinar el grado en que las variables de marketing están asociadas.
5. Hacer predicciones específicas (Pronósticos).

● **Investigación Concluyente Causal**

Se utiliza para obtener evidencia de relaciones causales (causa-efecto). Por ejemplo, los administradores de marketing continuamente toman decisiones basadas en supuestas relaciones causales. Sin embargo, quizá esas suposiciones no estén justificadas, por lo que la validez de las relaciones causales debería examinarse mediante una investigación formal. La investigación causal es adecuada para los siguientes propósitos:

1. Entender qué variables son la causa (variables independientes) y cuáles son el efecto (variables dependientes) de un fenómeno.
2. Determinar la naturaleza de la relación entre las variables causales y el efecto que se va a predecir.

Tabla 9: Cuadro comparativo de los tipos de investigación

	Exploratoria	Descriptiva	Causal
Objetivo	<input type="radio"/> Descubrir ideas y conocimientos.	<input type="radio"/> Describir características o funciones del mercado.	<input type="radio"/> Determinar relaciones causales.

Características	<ul style="list-style-type: none"> ○ Flexible. ○ Versátil. ○ A menudo es la parte frontal del diseño de investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Se distingue por la formulación previa de hipótesis específicas. ○ Diseño planeado y estructurado de antemano. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Manipulación de una o más variables independientes. ○ Control de otras variables mediadoras.
Métodos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Encuestas con expertos. ○ Encuestas piloto. ○ Datos secundarios. ○ Investigación cualitativa. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Datos secundarios (analizados cuantitativamente). ○ Encuestas. ○ Paneles. ○ Observación y otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Experimentos.

Fuente: Investigación de mercados, Naresh K. Malhotra

Con toda la información descrita con anterioridad se concluye que se utilizará un tipo de **investigación Mixta** que consta de los dos tipos de investigación que se presentan en el siguiente diagrama:

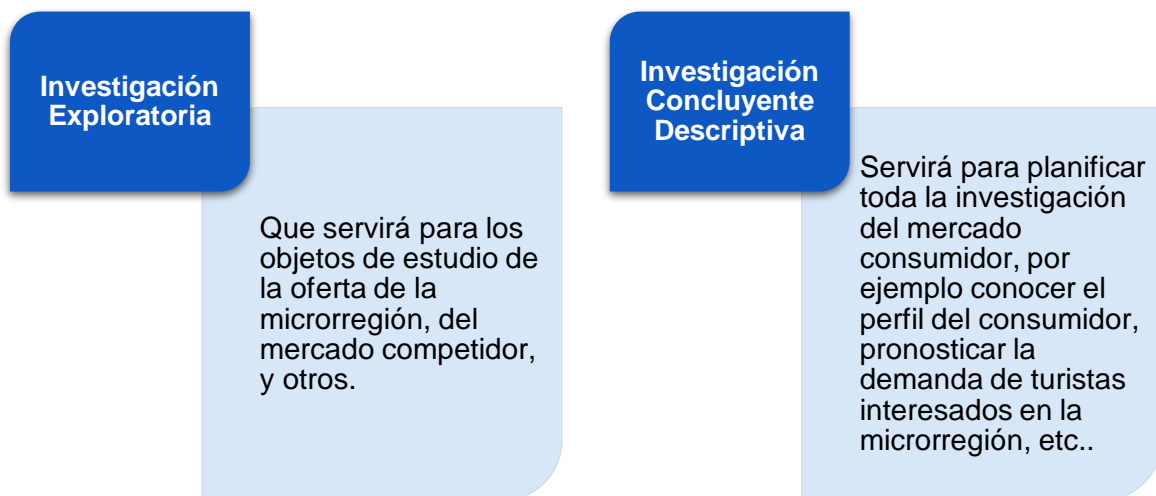


Ilustración 28: Tipos de investigación a utilizar
Fuente: Elaboración propia.

1.4.3. IDENTIFICACIÓN DE LAS FUENTES Y EL TIPO DE INFORMACIÓN A RECOLECTAR

Los trabajos de investigación se orientan a la búsqueda de datos, éstos se obtienen de dos maneras, en forma directa o indirecta, en el caso directo son datos de carácter primario y los indirectos se denominan datos secundarios.

Información Primaria

Es aquella generada por los investigadores, se obtiene a través de aplicaciones de técnicas e instrumentos como: encuestas y/o entrevistas a personas relacionadas con el segmento de mercado a estudiar. Por ejemplo: la competencia, compradores, distribuidores, proveedores y usuarios.

Para obtener información primaria del mercado en estudio, se utilizan varias técnicas de encuestas, ya sea individual o en conjunto como, por ejemplo: cuestionarios por correo, entrevistas personales y entrevistas telefónicas.

- 📌 **Datos primarios:** Se conocen como datos primaria, a aquellos datos que se obtienen del investigador en forma directa mediante la utilización de medios en el mismo campo de estudio, encuestando, observando o entrevistando al cliente o consumidor.

Los datos primarios son obtenidos mediante un diseño especialmente preparado por el investigador, se ajusta exactamente a los requerimientos del estudio, permite obtener datos precisos desde la misma fuente de investigación, a través de las encuestas especialmente preparadas para el estudio, entrevistas mediante un cuestionario apropiado, puede ser también a través del hilo telefónico o por correo, lo importante es que los datos que se obtienen son reales y exactos desde el mismo lugar de los hechos y proporcionados por los mismos protagonistas.

Este tipo de información si bien es costoso debido al gran despliegue de mano de obra empleado para su obtención, sus resultados son de mayor eficiencia que los datos secundarios.

Información secundaria

Incluye los datos que han sido producidos por terceros, y que se utilizaran en el análisis del mercado. Estos datos pueden originarse de Organismos Gubernamentales (Institutos, Ministerios, etc.), Organizaciones no gubernamentales; así como también libros, informes, publicaciones periódicas o especializadas, etc.

- 📌 **Datos secundarios:** Estos datos se obtienen de fuentes diferentes a las utilizadas por los datos primarios, son aquellos que han sido obtenidos, ordenados y sistematizados por instituciones o personas ajenas al investigador y con fines diferentes a los del trabajo de investigación. Las instituciones, empresas o personas que elaboran información secundaria son: el Instituto Nacional de Estadística e Informática, las empresas consultoras o de investigación, las revistas especializadas en determinada materia, los diarios etc.

Los datos secundarios son de menor costo y se obtienen en forma rápida; el investigador ya no tiene que disponer de tiempo o equipo de trabajo para obtener esta información. No obstante, tiene desventajas en cuanto a la vigencia de los datos, así como de su oportunidad en que fueron obtenidos, por otro lado, no se tiene total certeza de su veracidad o su sesgo, se desconoce los métodos y técnicas empleadas en su

recopilación, hecho que establece dudas, en algunos casos los datos no se encuentran ajustados para el uso por la generalidad con que se presentan.

A continuación, se muestra un esquema sobre la clasificación de datos de investigación de mercado:

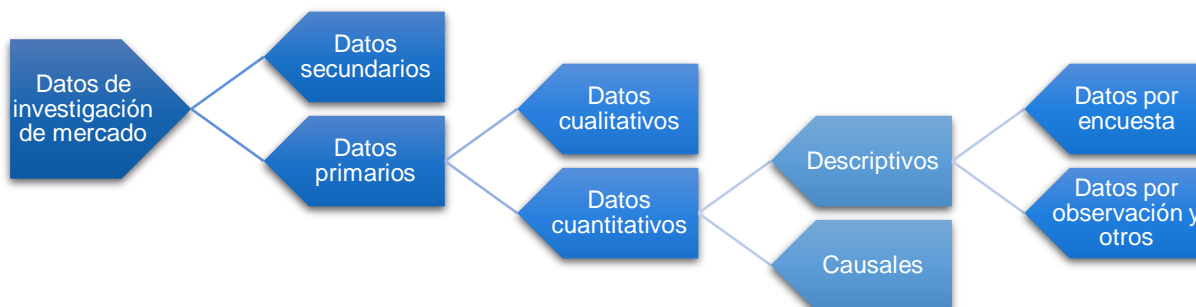


Ilustración 29: Tipos de información a recolectar
Fuente:

1.4.4. TIPOS DE INFORMACION A RECOLECTAR.

● INFORMACION SECUNDARIA.

Información necesaria.
<ul style="list-style-type: none"> • Información e identificación de los recursos y atractivos turísticos que se encuentran consolidadas en la microrregión. • Información general sobre la microrregión como geográfica, ambiental, población, sectores productivos, empleo, institucionalidad, etc. • Características del turista nacional desde el punto de vista demográfico, condición socio económica, motivación de su viaje, medios de transporte utilizado, forma como se informó del destino, entre otros. • Programas, planes o políticas de turismo en la microrregión y en los municipios de la microrregión. • Datos socioeconómicos de cada municipio como: desarrollo humano, pobreza, actividades económicas y empresariales de la población, salud, educación, etc. • Identificar complementos de la Oferta Turística como transporte, planta turística e infraestructura relacionada a la actividad. • Estudios anteriores sobre turismo, desarrollo del Turismo, en la microrregión.
Fuente.
Revisar planes municipales, censos, revistas especializadas, folletos turísticos, páginas web de interés, libros sobre temas de turismo y metodologías.
Institución a consultar.
<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web de/y Ministerio de Economía • Sitio Web del Ministerio de Turismo • Sitios Web con información turística en general. • Sitios Web con información turística de los municipios.

- Sitios web con indicadores socioeconómicos.
- Libros sobre turismo.
- Planes estratégicos de desarrollo de los municipios de la microrregión.
- Plan estratégico turístico de San Lorenzo.
- Alcaldías de los municipios y Comité de turismo municipal.

● INFORMACION PRIMARIA

Información necesaria (Datos Generales e Inventario Turístico)

- Planes y programas de turismo que poseen los municipios pertenecientes a la microrregión.
- Información sobre turismo municipal como afluencia de turistas, responsables del turismo, recursos con los que se cuenta, etc.
- Instituciones que apoyan el turismo en los municipios.
- Importancia del turismo como ente de desarrollo en los municipios.
- Estado actual e información sobre los recursos turísticos y planta turística (inventario turístico).

Fuente.

- Entrevista personal con responsables de la alcaldía: con formato de entrevista previamente realizado.
- Observación (se utilizará una ficha técnica para el inventario turístico).
- Utilización de entrevistas, con los alcaldes de los municipios de la microrregión.

Institución consultada

- Alcaldía municipal.
- Visita de campo.

Información necesaria para el mercado consumidor

- Demanda potencial
- Perfil del turista
- Datos específicos sobre Gustos, preferencias, valoración de servicios turísticos, tipo de turismo que busca
- Puntos débiles y fuertes del turismo.

Fuente.

Encuesta de profundidad: se realizará una encuesta a un grupo definido de personas (muestra).

Institución a consultar.

- Habitantes de los municipios pertenecientes a la microrregión, turistas y visitantes.

Información necesaria para el mercado competidor

- Información sobre las características de los servicios que ofrecen.
- Afluencia de turistas.

Fuente.

Observación, registrada en un Check list.

Entrevista: se realizará una entrevista al encargado del servicio o atractivo turístico con ayuda de un cuestionario.

Institución a consultar.
<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos identificaos como competencia directa, indirecta o sustitutos.

Información necesaria para el mercado proveedor
<ul style="list-style-type: none"> • Generalidades de las instituciones de apoyo. • Requisitos para aplicar a sus servicios.

Fuente.
Entrevista personal: se realizará una entrevista a la persona encargada de las instituciones que podrían brindarnos un servicio para llevar a cabo el plan de desarrollo.

Institución a consultar.
<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones de apoyo.

Información necesaria para el mercado distribuidor.
<ul style="list-style-type: none"> • Generalidades de los tours operadores • Requisitos para aplicar a sus servicios. • Servicios que ofrecen

Fuente.
Entrevista personal: se realizará una entrevista a la persona encargada de algunos tours operadores.

Institución a consultar.
<ul style="list-style-type: none"> • Tours operadores nacionales.

1.4.5. PLAN DE MUESTREO

Se conoce como muestreo a la técnica para la selección de una muestra a partir de una población estadística. Al elegir una muestra aleatoria se espera conseguir que sus propiedades sean extrapolables a la población. Este proceso permite ahorrar recursos, y a la vez obtener resultados parecidos a los que se alcanzarían si se realizase un estudio de toda la población. Cabe mencionar que para que el muestreo sea válido y se pueda realizar un estudio adecuado (que consienta no solo hacer estimaciones de la población sino estimar también los márgenes de error correspondientes a dichas estimaciones), debe cumplir ciertos requisitos. Nunca se podrá estar enteramente seguros de que el resultado sea una muestra representativa, pero sí podemos actuar de manera que esta condición se alcance con una probabilidad alta.

Para realizar un plan de muestreo en ocasiones es necesario haber realizado con anticipación una segmentación del mercado objetivo, que consiste en dividir un mercado en segmentos más pequeños que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

1.4.6. SELECCIÓN DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para las investigaciones de mercado se utilizan ciertas herramientas como las siguientes:

Técnicas cualitativas y cuantitativas.

Cuando sea necesario obtener información primaria habrá que decidir cómo obtenerla, es decir, con qué método. Dependerá en cualquier caso del tipo de problema planteado y del diseño de investigación propuesto. En cualquier caso, debe diferenciarse entre:

● **Técnicas Cualitativas**

Son métodos que se utilizan para recolectar información cualitativa que permite la exploración del mercado utilizando técnicas como las entrevistas, las técnicas proyectivas, la observación directa o dinámicas grupales. Estas técnicas son muy flexibles, carecen de estructuras rígidas e incluyen, por lo general, un reducido número elementos muestrales (entrevistados). Permiten la exploración de los problemas y el planteamiento de hipótesis.

📄 **Focus Group**

Es una técnica que consiste en una dinámica grupal, que se caracteriza básicamente porque a través de ella se puede investigar el subconsciente del individuo, con la finalidad de poder profundizar sobre sus sentimientos, actitudes y motivaciones referidas a su conducta. Esta técnica generalmente es dirigida por un moderador (de preferencia psicólogo) que ejecuta la dinámica siguiendo una guía de preguntas elaboradas para el caso.

📄 **Entrevistas en Profundidad**

A diferencia de la anterior, esta técnica cualitativa, se realiza de manera individual, es decir el investigador únicamente con el entrevistado, utilizando una guía de preguntas previamente diseñada.

● **Técnicas Cuantitativas:**

Son aquellos métodos que nos sirven para recoger la información cuantitativa del mercado, de tal forma que nos permita realizar una descripción de este. Algunas técnicas cuantitativas son la investigación por encuesta, la observación directa, compradores misteriosos y el diseño de experimentos. A diferencia de las anteriores, las técnicas cuantitativas suelen implicar el uso de cuestionarios estructurados e incluir a un número elevado de entrevistados, ya que exigen que los resultados puedan proyectarse a la población.

📄 **Encuesta**

La encuesta es la recopilación de datos producto de las entrevistas a personas. En cualquier encuesta se entrevista a consumidores, compradores, distribuidores, proveedores y toda persona que tenga la información que se necesite obtener para la investigación de mercado.

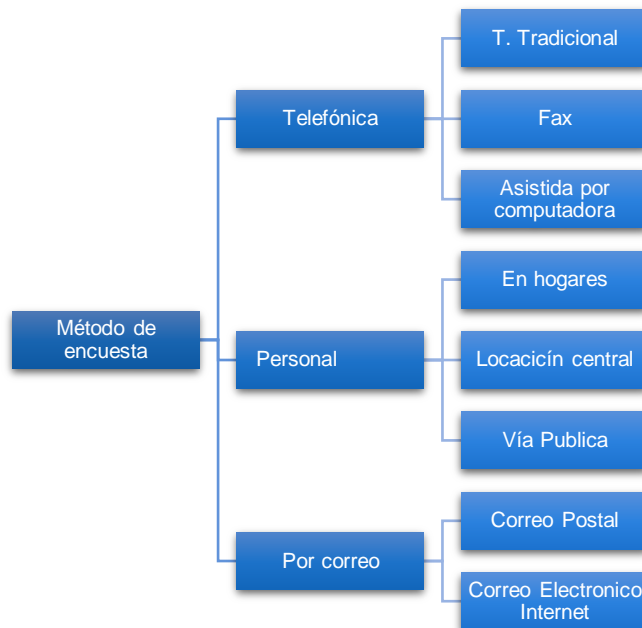


Ilustración 30: Tipos de encuesta

- **Encuestas por Muestreo Probabilística:** Procedimiento mediante el cual se selecciona una muestra representativa y aleatoria de la población. Su uso se da mediante la técnica de encuestas.
- **Encuestas por Muestreo No Probabilística:** Procedimiento mediante el cual se selecciona una muestra de forma dirigida (selección no aleatoria de elementos) en la población. Se usa mayormente en Test de Actitudes o pruebas de Producto.

Observación

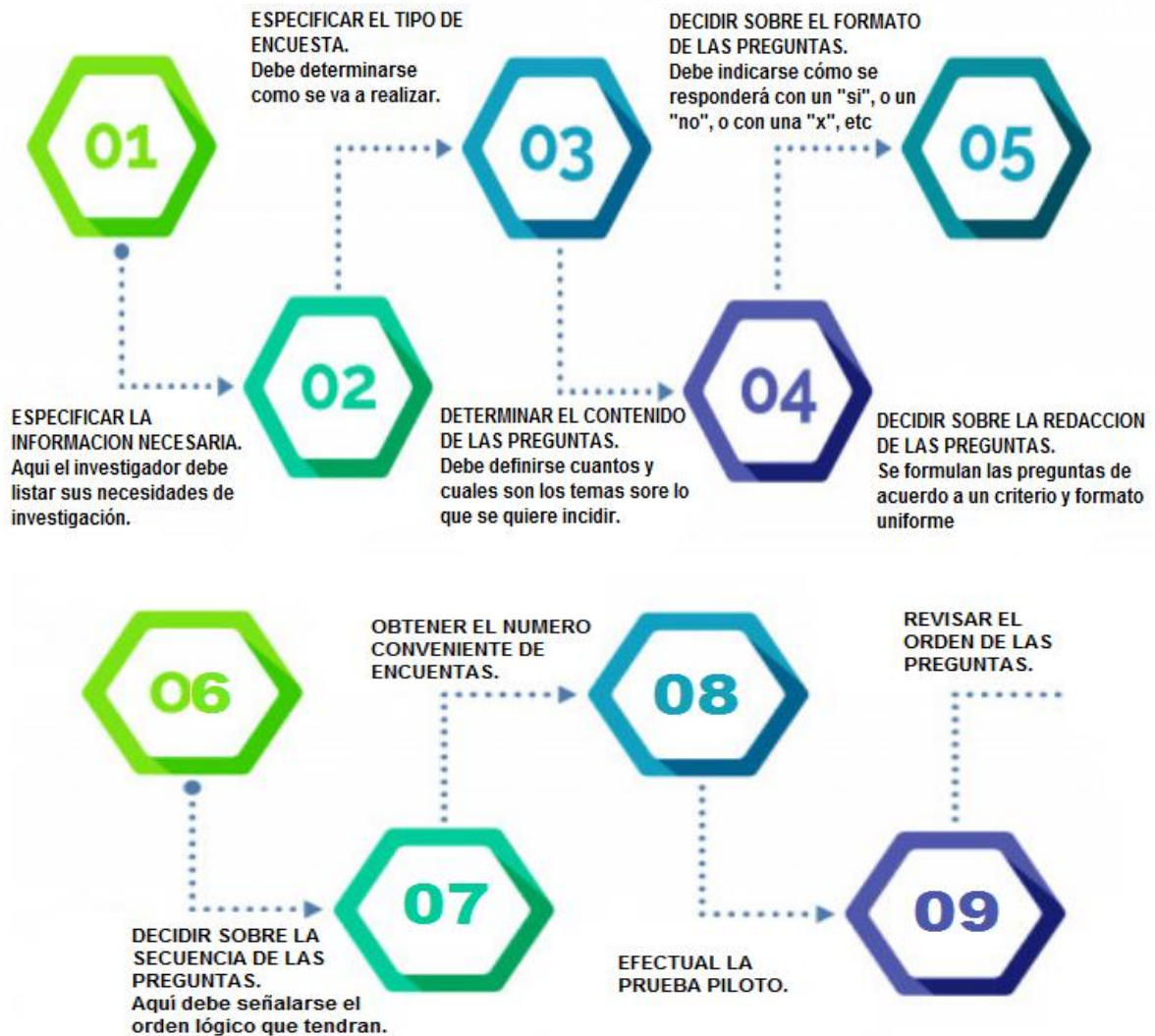
Implica registrar los patrones de conducta de personas, objetos y sucesos de una forma sistemática para obtener información sobre el fenómeno de interés. El observador no se comunica con las personas que observa ni las interroga. La información se puede registrar conforme ocurren los sucesos o a partir de registros de eventos pasados. Los procedimientos de observación pueden ser estructurados o no estructurados, o bien, directos o indirectos. Además, la observación se lleva a cabo en un ambiente natural o en uno artificial.

- **Observación estructurada:** Técnicas de observación en las que el investigador define con claridad las conductas a observar y las técnicas con las que se medirán.
- **Observación no estructurada:** Observación que incluye a un investigador que supervisa todos los fenómenos relevantes, sin especificar los detalles de antemano.

📌 Compradores encubiertos

Es una técnica que implica actuar como consumidores y compran en tiendas de empresas propias o de competidores, para reunir datos sobre la interacción cliente-empleado y otras variables de marketing como los precios, exhibidores, distribución, etcétera. Los compradores encubiertos cuestionan a empleados de la tienda, toman notas mentales de las respuestas y observan las variables de interés.

1.4.7. PROCEDIMIENTO DEL DISEÑO DE CUESTIONARIO.



La necesidad de obtener información primaria implica llevar a cabo una serie de actividades especiales como el diseño del cuestionario y de la muestra.

1.4.8. TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN A UTILIZAR

Las fuentes de información a tomar en cuenta se dividen en dos: Fuentes Primarias y Fuentes Secundaria.

● FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS

Para realizar la recolección de información para el estudio se utilizarán las siguientes técnicas de investigación.

Tabla 10. Técnicas de investigación para la realización del inventario turístico.

INFORMACION GENERAL E INVENTARIO TURISTICO.	
TECNICA	HACIA QUIEN VA DIRIGIDO
1. Entrevista personal	La entrevista estará dirigida a los alcaldes o instituciones que formen parte o ayuden al sector turismo de la microrregión. Así mismo se realizará entrevistas a encargados de algunos restaurantes, lugares de alojamiento y otros servicios que formen parte de la planta turística de la microrregión.
2. Observación directa.	Se realizará la observación directa en los lugares turísticos que posee la microrregión, así como también en los lugares que formen parte de la planta turística.

Tabla 11. Técnicas de investigación para la realización del mercado consumidor.

MERCADO CONSUMIDOR	
TECNICA	HACIA QUIEN VA DIRIGIDO
● Encuestas suministradas.	La encuesta suministrada, será directamente con los consumidores, es decir con la población en general que realice turismo, en donde se podrá recolectar información necesaria para la proyección de venta, así como determinar las preferencias de turismo en general.
● Encuestas online.	La encuesta online, será directamente con los consumidores, es decir con la población en general que realice turismo, en donde se podrá recolectar información necesaria para la proyección de venta, así como determinar las preferencias de turismo en general.

Tabla 12. Técnicas de investigación para la realización del mercado competidor.

MERCADO COMPETIDOR	
TECNICA	HACIA QUIEN VA DIRIGIDO
● Entrevistas personales.	Las entrevistas serán directamente con los administradores o encargados de los establecimientos de los lugares turísticos de interés que sean iguales o similares a los que posee la microrregión.
● Compradores encubiertos.	Se realizará las visitas a los establecimientos que poseen los lugares turísticos iguales o similares para determinar precios, servicios y otros puntos de interés.
● Observación directa.	Se realizar la observación directa de los lugares turísticos iguales o similares a los que posee la microrregión, de mayor preferencia por los turistas.

Tabla 13. Técnicas de investigación para la realización del mercado proveedor.

MERCADO PROVEEDOR	
TECNICA	HACIA QUIEN VA DIRIGIDO
● Entrevistas personales.	La entrevista estará dirigida a empresas que den capacitaciones sobre temas de turismo, y a instituciones financieras, que posean programas que ayuden a financiar proyectos turísticos.

Tabla 14. Técnicas de investigación para la realización del mercado distribuidor.

MERCADO DISTRIBUIDOR	
TECNICA	HACIA QUIEN VA DIRIGIDO
● Entrevistas personales.	La entrevista personal, estarán dirigida a empresas tours operadoras, que ofrecen tours a la zona occidental y a los municipios de la microrregión.
● Encuestas por correo electrónico.	Las encuestas por correo electrónico, estarán, dirigida a empresas tours operadoras, que ofrecen tours a la zona occidental y a los municipios de la microrregión.

● **FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS.**

Para la recolección de información para el estudio se utilizarán las siguientes fuentes de información secundaria:

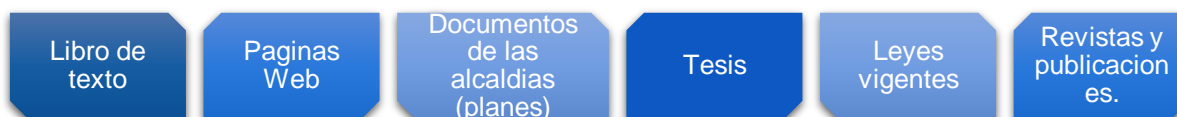


Ilustración 31: Fuentes de información secundaria

1.4.9. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En esta etapa se hará todo el trabajo de campo para cada mercado. Por medio de instrumentos de recolección de datos, según las técnicas elegidas con anterioridad se recogerán todos los datos importantes para la investigación.

1.4.10. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

En esta etapa se ordenará toda la información obtenida con los instrumentos de recolección de datos, según la técnica que haya sido empleada. Seguidamente se procederá a realizar el análisis de datos para la toma de decisiones, definición de estrategias, etc.

1.4.11. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Aquí se presentarán los resultados más importantes del análisis y a partir de esto se realizará el diagnóstico y conceptualización del diseño del plan de desarrollo.

A continuación, presentamos una lista con algunos de los lugares turísticos de la zona occidental de El Salvador y que son recomendados para visitar:

- Lago de Coatepeque
- Los Cóbano
- Centro Histórico de Santa Ana
- Parque Nacional Montecristo
- Cerro Verde
- Nahuizalco
- Volcán de Izalco
- Lago de Güija
- Centro Histórico de Chalchuapa
- Volcán Ilamatepec
- Los ausoles
- Turicentro Atecozol
- Laguna Verde
- Laguna El Espino
- Parque El Imposible
- El Tazumal
- Casa Blanca
- Barra de Santiago
- Centro Histórico de Ahuachapán
- Cerro El Águila
- Playa Costa Azul
- Los Chorros de la Calera

2.2. AHUACHAPÁN

El estudio del entorno se sitúa en el departamento de Ahuachapán, dentro de la microrregión norte de dicho departamento destacando las virtudes su desarrollo potencial.

2.2.1. ¿QUÉ SIGNIFICA AHUACHAPÁN?

El nombre de este departamento es el resultado de lo que se conoce como un topónimo. En este sentido, tenemos que proviene de los vocablos en lengua náhuatl –*ahua*, que significa encino o roble, –*cha*, que significa casa o morada y –*pan*, que significa sitio o lugar. Por esta razón se puede traducir como “el lugar de las casas de roble”.

2.2.2. DIVISIÓN POLÍTICA

El departamento posee una población aproximada de 286,140 habitantes y se ubica a una altura de 785 metros de altura sobre el nivel del mar.

Su estructura política-administrativa la componen 12 municipios, los cuales son: Ahuachapán, Apaneca, Atiquizaya, Concepción de Ataco, El Refugio, Guaymango, Jujutla, San Francisco Menéndez, San Lorenzo, San Pedro Puxtla, Tacuba y Turin. Posee una extensión territorial de 1,239.06 km^2 ; su cabecera departamental es el municipio de Ahuachapán. Este departamento se caracteriza por ser una región fronteriza, colindando por el Norte y al oeste con la República de Guatemala, específicamente con su departamento de Jutiapa. Por el lado noreste limita con el departamento de Santa Ana. Así mismo, colinda con el departamento de Sonsonate por el Este. Finalmente, en su extremo Sur limita con el Océano Pacífico.

La fundación de los municipios del departamento de Ahuachapán, datan desde 1543 a excepción de San Pedro Puxtla, de todos se tiene la fecha exacta. Es importante mencionar que 8 de los 12 municipios fueron fundados por el mismo decreto Legislativo el 15 de enero de 1543.

2.2.3. CLIMA

El clima de esta zona es caluroso y las temperaturas oscilan entre 22 y 27°C. La lluvia se acerca a los 1900 milímetros anuales, cantidad más que suficiente para los cultivos en la mitad del año. En la otra parte los cultivos necesitan riego.

2.2.4. HIDROLOGÍA

El río Paz al oeste, y el río Grande de Sonsonate al este, son las fuentes más importantes de agua superficial de esta zona. Los ríos secundarios son: Cara Sucia, Catarina, El Naranjo, Guayapa, San Francisco, El Rosario, Ixcanal, Santa Rita, La Palma, Cuilapa, Sacramento, Aguachapía y Metalío. A continuación, se detallan las principales características de los ríos que presentan posibilidades de aprovechamiento para el riego. La información fue suministrada por el Departamento de Investigaciones Hidrológicas y sólo se han tomado las estadísticas confiables que corresponden desde 1966 a 1970.

2.2.5. USO ACTUAL DE LA TIERRA

Los terrenos mejor drenados se utilizan para la producción de algodón, cereales y hortalizas. Los que tienen problemas de drenaje generalmente están en pastos naturales y bananos. Estos terrenos, que se mantienen inundados, conservan buena humedad durante los primeros meses de la época seca; se ocupan para los cultivos de frijol, sandía, melón, ajonjolí, etc.

2.2.6. INFRAESTRUCTURA

La actual infraestructura no es crítica y está condicionada al proceso de un desarrollo inicial.

Transportes: La zona está cruzada por la carretera de primera CA-2 o del litoral, que la comunica con Guatemala hacia el occidente y con el puerto de Acajutla y el resto del país hacia el oriente. Cuenta con pocos caminos revestidos, secundarios y terciarios, los cuales son en su mayoría solamente transitables en época seca.

El puerto de Acajutla, situado en el extremo oriental de esta zona, está orientado al movimiento de los tres productos de exportación (café, algodón y azúcar) de las zonas vecinas.

2.2.7. RELIGIÓN Y CULTURA DE AHUACHAPÁN.

Este departamento tiene tendencias religiosas bastante marcadas. En este departamento se manejan dos grandes cánones o creencias religiosas. Debido a que la población tiene creencias religiosas en un 50% católica. Mientras que un 42% de la población se identifica con el protestantismo. Así mismo, tan solo un 3% pertenece a otra religión y un 5% no se incluye en ninguna.

○ FESTIVAL DE LOS FAROLITOS

Una de las más importantes tradiciones de este departamento se lleva a cabo en su cabecera departamental. Se trata del “festival de los farolitos”, una costumbre que tiene más de 150 años celebrándose los días 7 de septiembre de cada año. De hecho, la importancia de esta tradición es tal que, desde el mes de agosto del 2014, la Asamblea Legislativa la declaró como “Patrimonio cultural inmaterial de la República de El Salvador”.

Se sabe que el motivo de la celebración de esta costumbre es por el nacimiento la virgen María. La emoción y vivacidad sale a relucir este día, puesto que se iluminan con miles de farolitos muchos lugares de la ciudad de Ahuachapán y también se suelen realizar estos faroles en Concepción de Ataco.

○ CERÁMICA PAYU

Por el lado de las artesanías tenemos que el departamento de Ahuachapán goza de múltiples creaciones y confecciones que se han vuelto muy típicas de esta región. Un ejemplo de ello son las elaboradas reproducciones hechas en cerámica Payu que se hacen en el cantón San Juan El Espino.

Estas afinas artesanías son un legado del periodo clásico tardío. En donde el artesano la crea a mano emulando el antiguo procedimiento maya llamado “engobes”. En esta técnica se implementan tierras de colores diversos, reflejando una serie de aspectos de los rituales y festividades que conformaban la vida cotidiana de esta civilización.

2.2.8. COMIDA TÍPICA DE AHUACHAPÁN

Al igual que los otros 13 departamentos de El Salvador, Ahuachapán tiene también su comida tradicional que apetece con solo mirarla. Es el caso de las pupusas que son servidas de diferentes combinaciones como por ejemplo de camarón.

Otro de los platillos típicos de Ahuachapán son los tamales de gallina que dependiendo del tiempo o la hora se acompañan de una taza con café o chocolate caliente con su respectivo pan francés.

El chilate es otra bebida tradicional la cual se elabora a base de maíz y se combina con canela, pimienta gorda, anís y jengibre. Como es una bebida simple se acompaña con buñuelos, nuégados o cualquier otra clase de dulces o conservas.

2.2.9. INDICADORES

El mapa de pobreza, muestra la distribución espacial de la pobreza y desigualdad de un país, región o municipalidad. Este mapa combina los datos de las personas, los hogares y la población de datos de un censo, esto con el fin de estimar los indicadores de bienestar para el área geográfica específica de una comunidad.



Como se observa en el mapa, en el Departamento de Ahuachapán, el único municipio con pobreza extrema es Guaymango, los municipios de San Lorenzo, Tacuba, Jujutla y San Pedro Puxtla poseen una pobreza alta, los municipios de Ahuachapán, Concepción de Ataco y San Francisco Menéndez poseen un índice de pobreza moderada, y los municipios que poseen una pobreza baja son los municipios de El Refugio, Turín, Atiquizaya y Apaneca.

Ilustración 33: Mapa de pobreza del Departamento de Ahuachapán

Fuente: Plan estratégico participativo de desarrollo con énfasis en el desarrollo económico del territorio (pep) de San Lorenzo.

El Índice de Desarrollo Humano del Departamento de Ahuachapán es de 0.694⁹, el cual está sobre el nivel de Desarrollo Humano del país el cual de 0.64.

2.2.10. AHUACHAPÁN Y LAS MICRORREGIONES

Una microrregión¹⁰ es una alianza de municipalidades que se encuentran dentro de un espacio geográfico y comparten características, condiciones, situaciones y procesos económicos, sociales, culturales y políticos similares, además impulsan procesos de desarrollo para mejorar sus condiciones de vida e inciden en la transformación de los municipios que lo conforman.

El término microrregión, es utilizado desde diversos puntos de vista:

- Como entidad, espacio territorial susceptible de ser objeto de planificación integrada.
- Como institución surgida por acuerdo de municipios para articular recursos y actividades.
- Como organismo de gestión de un programa o un proyecto.
- Como institución supramunicipal capaz de llenar el vacío que genera una descentralización insuficiente y unos departamentos sin funciones.¹¹
- Incluso en algunos enfoques se han llegado a visualizar como una institución intermedia de articulación del Estado.

Los municipios del departamento de Ahuachapán forman tres microrregiones las cuales son:

1. Microrregión Norte: Atiquizaya, El Refugio, Turín y San Lorenzo.
2. Microrregión Central: Tacuba, Concepción de Ataco, Apaneca y Ahuachapán.

⁹ Almanaque 262, PNUD, 2007.

¹⁰ CECADE, Manual para construir una Microregión, Págs. 27-56

¹¹ Monografía de la ciudad de Concepción De Ataco. 2002.

3. Microrregión Sur: Jujutla, Guaymango, San Francisco Menéndez y San Pedro Puxtla.

2.2.11. TURISMO EN AHUACHAPÁN



Ilustración 34: Lugares turísticos de Ahuachapán.

En el área turística, Ahuachapán cuenta con varios destinos muy atractivos para los visitantes, particularmente en sus zonas montañosas. El departamento posee dos ciudades (Ataco y Apaneca) que son parte de la conocida Ruta de las Flores, formada por localidades coloniales de montaña y cafetales de clima muy agradable.

Entre sus playas sobresale La Barra de Santiago, situada al este de la cabecera departamental, y la cual abarca unos 20 kilómetros aproximadamente, siendo un estero y pantano protegido como reserva natural; hábitat para aves, cocodrilos, tortugas, peces y variedad de plantas.

Otro atractivo de Ahuachapán es El Parque Nacional El Imposible, un bosque natural y una reserva forestal en la Sierra de Apaneca-Illamatepec, un lugar propio para hacer caminatas, y acampar.

Ahuachapán también tiene dos hermosas lagunas: La Laguna Verde y la Laguna de Las Ninfas. Esta última está próxima al Cerro de Las Ninfas y es un sitio pequeño pero agradable, desde donde se pueden aprovechar hermosas vistas de la Sierra de Apaneca-Illamatepec y las ciudades ubicadas al pie de esta.

Ahuachapán cuenta con unos ausoles, en un área de 20 Km cuadrados se encuentran los ausoles o fumarolas del mismo nombre que constituyen uno de los fenómenos más interesantes del volcanismo en Centroamérica. Los ausoles se abren paso entre un depósito de rocas, los principales ausoles son:

1. El zapote que mide 5 km. Antiguamente era un cráter de 20 m. de diámetro.
2. Valdivieso de 400 m. formado por cuatro aberturas grandes y varias pequeñas con hermosos cristales de azufre.
3. El barreal, formado por estanques de lodo
4. La labor, consiste en una hondonada de 200 m de diámetro y paredes cortadas verticalmente a manera de cráter, con siete aberturas que emanan vapores con mucha fuerza y ruido, volcancillos de arcillas y lodo de 2 m de altura.
5. El salitre, un conjunto de lagunitas de aguas muy calientes 960° que dan origen al río Agua Caliente, que después hace un recorrido de 13 km y desagua al margen izquierdo del río Paz

Ahuachapán también cuenta con Tacuba, el cual es una población de origen precolombino, situado a 700 m de altura y a 12 km al sureste de Ahuachapán. Posee las ruinas de una imponente iglesia colonial, de calicanto, ladrillo y teja, destruida por un terremoto el 29 de julio de 1773.

Finalmente, Ahuachapán cuenta con el sitio arqueológico de Cara Sucia, con origen en la poco conocida cultura cotzumalguapa, la cual se cree que floreció entre los siglos VII a XI d.C. y que guarda relación con las culturas mayas o mexicas de Guatemala. El Parque Nacional El Imposible es un Bosque Tropical de Montaña de la vertiente pacífica mesoamericana, y el último refugio de muchas especies de animales y plantas que están amenazadas o en peligro de extinción en El Salvador.

2.3. MICRORREGIÓN NORTE DE AHUACHAPÁN.



Ilustración 35: Mapa de Ahuachapán, con los municipios que conforman la microrregión.
Fuente: Directorio y Análisis de Agrupamientos Municipales en El Salvador, Fundación Nacional para el Desarrollo, 2004.

La Microrregión Norte de Ahuachapán, está conformada por los municipios de San Lorenzo, El Refugio, Atiquizaya y Turín. Surgió en el año 2003 y posee una extensión territorial de 6,744.25 km^2 .

Los actores participantes en esta microrregión son: las Municipalidades y los Comités de Desarrollo Local, las Organizaciones gubernamentales, así como las organizaciones no gubernamentales como Ahuachapán en Marcha y COMURES.

2.3.1. MARCO INSTITUCIONAL

- **Documentos legales:** Agenda de problemas comunes, estatutos.
- **Organización interna:** Asamblea y Junta Directiva
- **Integrantes organismos de dirección:** alcaldes y ciudadanía.
- **Activos:** La microrregión no posee activos, el único activo que posee la microrregión es la aportación económica que hacen las municipalidades, que se autoriza por medio de acuerdo municipal y proviene del FODES y es canalizada por el ISDEM.

2.3.2. ORGANIZACIÓN INTERNA

La microrregión de Ahuachapán norte, está organizada por medio de una asamblea y una junta directiva. La junta directiva está compuesta por un presidente, vicepresidente,

tesorero, secretario y vocales. Los miembros elegidos para estos cargos son los alcaldes o representantes de las alcaldías.

También existe un gerente general, el cual es el encargado de representar a la microrregión, realizar memorias de labores y administrar los recursos de esta.

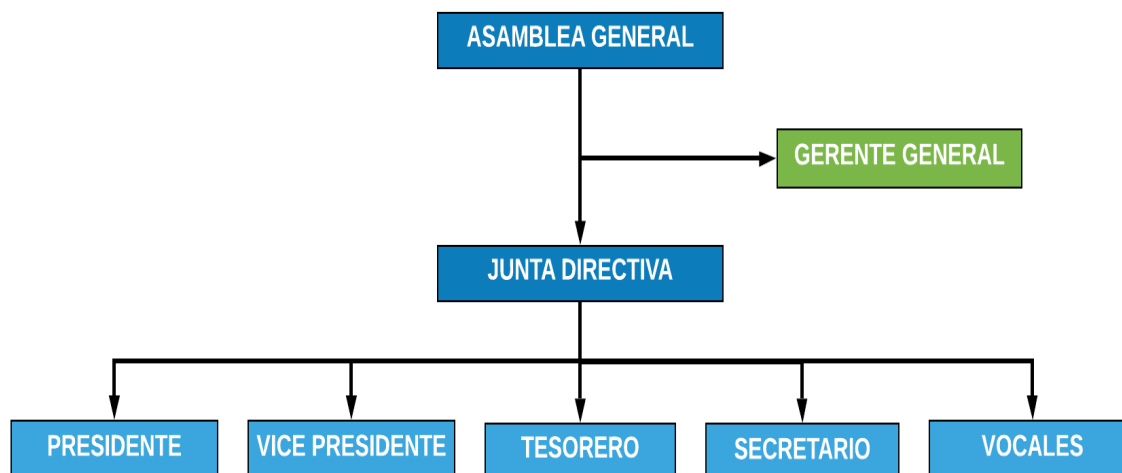


Ilustración 36. Organización Interna de la microrregión de Ahuachapán norte.

2.3.3. ACTIVIDADES REALIZADAS

El eje de trabajo de la microrregión es: el Desarrollo Local y el Fortalecimiento Municipal Institucional.

Es por ello que, por medio de la organización de la microrregión, las municipalidades de Atiquizaya, San Lorenzo, El Refugio y Turín, realizaron la Implementación de las Unidades de Acceso a la Información Pública (UAIP), el cual tuvo como objetivo, fortalecer y preparar los sistemas de información pública de las cuatro municipalidades.

Dicha implementación fue resultado de un acuerdo suscrito entre la Asociación de Municipios del Norte de Ahuachapán, FUNDEMUCA y la ISD, mediante el cual se capacitó a autoridades y personal de las alcaldías en temas de acceso a la información pública, se llevó a cabo un levantamiento de información, se crearon sitios Web para las alcaldías que no contaban con este medio y se instaló el Portal de Transparencia Municipal. También se contó con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

Ese esfuerzo de los gobiernos municipales dio un paso importante en el cumplimiento de la LAIP, al poner a la disposición y hacer accesible la información oficiosa que establece esta normativa, garantizando a la población su derecho a la información y beneficiar los procesos de participación ciudadana, transparencia y rendición de cuentas en los municipios.

Actualmente no están realizando actividades en conjunto ni reuniones, por lo cual la microrregión se encuentra estática.

2.3.4. TURISMO EN LA MICRORREGIÓN

Los Municipios con mayor afluencia de turistas son Atiquizaya y San Lorenzo, ya que estos poseen mayor publicidad en las redes sociales y sus destinos turísticos son más conocidos por los turistas. Así mismo, en estos dos municipios, en los últimos años se ha intensificado el interés por dar a conocerlos destino turístico, logrando así, un aumentar un poco la afluencia de turistas. Caso contrario son los municipios de El Refugio y Turín, estos municipios aún no se han dado a conocer como municipios turísticos a pesar que tienen gran variedad de atractivos turísticos como artesanías, recursos naturales, tradiciones, gastronomía, etc.

Cabe recalcar que no se poseen datos sobre la afluencia de turistas en los municipios de Turín y El Refugio. De San Lorenzo se poseen pocos datos sobre la afluencia de turistas, estos datos se encuentran en Plan Maestro de Desarrollo Turístico Municipal realizado en el 2014, en el cual aparece el siguiente gráfico.

Número de turistas actuales

(Número de turistas de afuera que pasaron la entrada de San Lorenzo).

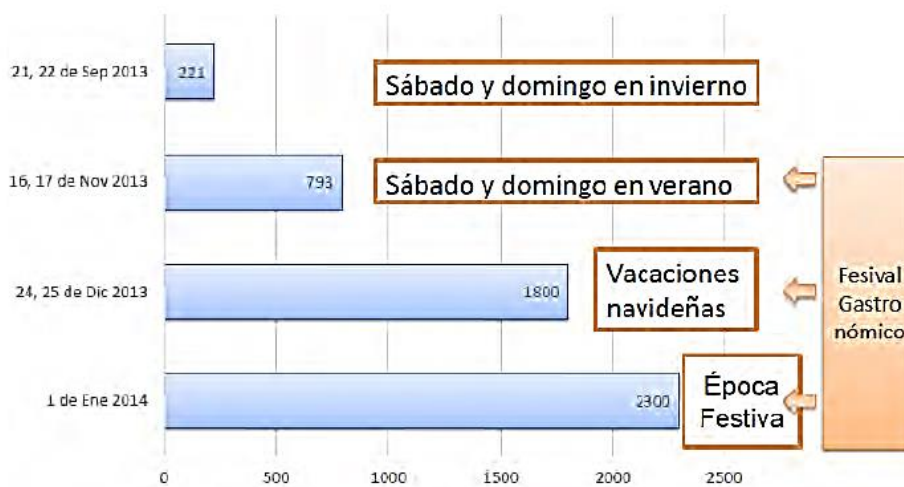


Gráfico 10: Turistas que visitaron el municipio de San Lorenzo.

Fuente: Plan Maestro de Desarrollo Turístico Municipal de San Lorenzo, 2014.

Como se observa para el 1 de enero de 2014 el municipio fue visitado por 2300 turistas, los cuales asistieron al festival Gastronómico que se realizó ese día. En el mismo plan se menciona que para el 2014 para el festival de Jocote Barón Rojo, la afluencia de turistas fue de más de 2500 turistas. La promoción en medios de comunicación y redes sociales fue mayor, contribuyendo al éxito del festival y a que existirá mayor afluencia de turistas.

Para el municipio de Atiquizaya el dato de afluencia de turista se obtuvo a través de una plática sostenida con la Coordinadora de Turismo en Atiquizaya, Karen Lizzeth Arévalo Gochez, que comentó acerca de la afluencia de personas visitan el municipio y la cantidad de por semana es entre 100 visitantes por semana, y al mes 500 visitantes aproximadamente o incluso más en meses con días festivos.

2.3.5. PARTICIPACIÓN DE LA MICRORREGIÓN AHUACHAPÁN NORTE EN PUEBLOS VIVOS



Ilustración 37. Inicio del programa pueblos vivos.

1. Pueblos vivos 2009

En el año de 2009, cuando inicio el programa de pueblos vivos participaron 3 municipios del departamento de Ahuachapán, siendo estos Ahuachapán, Apaneca y Jujutla. Por lo que no participo ningún municipio que conforma la microrregión de Ahuachapán Norte.

2. Pueblos vivos 2010

En el año de 2010, segundo año del programa de pueblos vivos participaron 6 municipios del departamento de Ahuachapán, siendo estos Ahuachapán, Atiquizaya, San Pedro Puxtla, Apaneca, Guaymango y Jujutla. Siendo ese año donde un municipio de la microrregión de Ahuachapán Norte participa, el cual fue el municipio de Atiquizaya.

3. Pueblos vivos 2011

En el año de 2011, tercer año del programa de pueblos vivos participaron 7 municipios del departamento de Ahuachapán, siendo estos Ahuachapán, San Pedro Puxtla, Turín, El Refugio, San Lorenzo, Apaneca y Jujutla. Ese año aumento la participación de la microrregión, ya que 3 municipios se involucraron y trabajaron en conjunto (Turín, El Refugio y San Lorenzo).

4. Pueblos vivos 2012

En el cuarto año del programa de pueblos vivos, participaron 8 municipios de departamento de Ahuachapán, los cuales son: Ahuachapán, Turín, El Refugio, San Lorenzo, Tacuba, Atiquizaya, Apaneca y Jujutla. Fue el primer año en que los 4 municipios que conforman la microrregión de Ahuachapán norte participaron.

Atiquizaya fue el ganador del tercer lugar por su oferta turística, el tercer lugar en municipio preferido por los turistas a nivel nacional.

5. Pueblos vivos 2013

En el quinto año del programa pueblos vivos, participaron 9 municipios del departamento de Ahuachapán, los cuales son: Ahuachapán, San Pedro Puxtla, El Refugio, San Lorenzo, Tacuba, Atiquizaya, Apaneca, San Francisco Menéndez y Jujutla.

En ese año solo participaron los municipios de El Refugio, San Lorenzo y Atiquizaya de la microrregión de Ahuachapán Norte.

Atiquizaya fue el municipio ganador del segmento Artesanal en el Evento Pueblos Vivos 2013. Artesanías en metal, hamacas, esculturas de madera, elaboración de instrumentos musicales y elaboración de réplicas mayas de barro, son parte de los atractivos que ofrece el municipio de Atiquizaya en el segmento artesanal.

6. Pueblos vivos 2014

En el sexto año del programa pueblos vivos, participaron 9 municipios del departamento de Ahuachapán, los cuales son: Ahuachapán, San Pedro Puxtla, Turín, San Lorenzo, Tacuba, Atiquizaya, Apaneca, San Francisco Menéndez y Jujutla. En ese año solo participaron los municipios de Turín, San Lorenzo y Atiquizaya de la microrregión de Ahuachapán Norte.

7. Pueblos vivos 2015

En el séptimo año del programa pueblos vivos, participaron 11 municipios del departamento de Ahuachapán, los cuales son: Ahuachapán, San Pedro Puxtla, Turín, El Refugio, San Lorenzo, Tacuba, Atiquizaya, Apaneca, San Francisco Menéndez, Concepción de Ataco y Jujutla. Por segunda vez vuelve a participar todos los municipios miembros de la microrregión de Ahuachapán Norte.

8. Pueblos vivos 2016

En el octavo año del programa pueblos vivos, participaron 12 municipios del departamento de Ahuachapán, los cuales son: Ahuachapán, San Pedro Puxtla, Turín, El Refugio, San Lorenzo, Tacuba, Atiquizaya, Apaneca, San Francisco Menéndez, Concepción de Ataco, Jujutla y Guaymango. Primer año en que participan todos los municipios del departamento de Ahuachapán.

Dicho año Atiquizaya participo junto a los municipios de Ahuachapán, Tacuba, Concepción de Ataco, Apaneca, Juayúa, Salcoatitan y Nahuizalco, en el circuito de Ruta de las flores.

Los municipios Turín, El Refugio y San Lorenzo junto a Chalchuapa, participaron junto ofertando el circuito El Rincón Maya de El Salvador. Dicho circuito fue galardonado con el primer lugar en el Segmento: Historia y Cultura. En dichos municipios pueden encontrarse Patrimonios culturales como El Tazumal, Casa Blanca y otros sitios arqueológicos, el Río Grande, así como los extensos cultivos de Jocote y Loroco de San Lorenzo.

○ Rincón Maya de El Salvador

Paquetes turísticos

- Vista plantaciones de café: El refugio.
- Río grande San Lorenzo.
- Tour Replicas mayas: Taller vivencial.
- Tour Centro Histórico: San Lorenzo.



Ilustración 38. Circuito Rincón Maya de El Salvador.

Tour de añil y la Tilapia

- Casa blanca y Finca San Antonio: Tour de añil.
- Turicentro El Júcaro: Tour de la tilapia.

Tour sorprendente con naturaleza y aventura

- Turicentro Paraíso: Termales.
- Ruta ONPAKU: Visitando plantaciones de loroco o jocote de acuerdo a la estación.

Tour descubriendo El Rincón Maya

- Ruta Maya: Tazumal, Casa Blanca, Finca San Antonio.
- Tour del café: El refugio.



Ilustración 39. Pueblos vivos 2017.

9. Pueblos vivos 2017

En la novena edición de pueblos vivos, participaron todos los municipios del departamento de Ahuachapán. En dicha edición Atiquizaya fue ganador en la categoría Circuito Emprendedor: Ruta de Las Flores, participando con los municipios de Tacuba, Ahuachapán, Atiquizaya, Apaneca, Juayúa, Salcoatitán y Nahuizalco, de los departamentos de Ahuachapán y Sonsonate.

Aventura y Naturaleza, deportes extremos (canopies, buggies, juegos de cuerdas altas, rappel mojado, barranquismo, ciclismo de montaña, cascadas, ríos, lagunas termales, flora y fauna, bosques tropicales, clima templado y tropical. En la Ruta de las Flores encontramos cultura y gastronomía autóctona, tradiciones y costumbres. Una Ruta reconocida a nivel nacional e internacional.

2.4. CONTRAPARTE DEL ESTUDIO



Ilustración 40. Microrregión de Ahuachapán Norte.

La contraparte del estudio es la microrregión de Ahuachapán Norte, la cual está conformada por los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio, los cuales pertenecen al departamento de Ahuachapán. Dicha organización está conformada por los alcaldes y representantes de los municipios miembros, por lo cual en el presente estudio también las alcaldías, los concejos municipales, las unidades de turismo y los comités de desarrollo turístico de los municipios de la microrregión forman parte de la contraparte. Dichas instituciones son las principales interesadas en la realización del Plan de desarrollo turístico para la microrregión de Ahuachapán Norte.

A continuación, se presenta la visualización estratégica y la organización de las alcaldías que forman la contraparte del estudio.

ALCALDIA MUNICIPAL DE ATQUIZAYA

◆ VISUALIZACIÓN ESTRATÉGICA

OBJETIVO:

Contribuir al desarrollo de las comunidades del municipio de Atiquizaya, ejecutando proyectos, programas, planes y acciones que mejoren las condiciones de vida de todos los ciudadanos del municipio.

VISIÓN:

Ser una municipalidad técnicamente preparada y auto sostenible, impulsadora del desarrollo local a través de programas, planes y proyectos económicos, sociales, culturales y ambientales del municipio que contribuyan a mejorar la calidad de vida de las y los atiquizayenses.



Ilustración 41. Logo del municipio de Atiquizaya.

VALORES:

- Transparencia
- Honestidad
- Eficiencia
- Eficacia
- Compromiso con el ciudadano
- Responsabilidad
- Respeto al medio ambiente y a los ciudadanos.



Ilustración 42: Alcaldía Municipal Atiquizaya

◆ ALCALDESA DE LA MUNICIPALIDAD DE ATQUIZAYA

Lcda. Ana Luisa Rodríguez de González

Lcda. en Química y farmacia, graduada de la Universidad de El Salvador, fungió como directora propietaria del Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal ISDEM PERIODO 2009-2012. Fue presidente desde el 2003 al 2009 de la Asociación de Municipios de la Micro Región Norte de Ahuachapán, luego fungió como vicepresidenta. Alcaldesa Municipal de Atiquizaya, periodos 2003-2006, 2006-2009, 2009-2012, 2012-2015, 2015-2018 y 2018-2021.



Ilustración 43. Alcaldesa de Atiquizaya.

◆ OFICINA MUNICIPAL DE TURISMO DE ATQUIZAYA



Ilustración 44. Oficina de Turismo de Atiquizaya.

VISIÓN

Hacer de Atiquizaya un destino turístico a nivel nacional e internacional en el cual se represente una oferta diferenciada y atractiva en turismo cultural y de naturaleza.

MISIÓN

Promover al municipio como un destino turístico a través de un plan de marketing turístico definido sirviéndonos para esto de los distintos medios de comunicación (redes sociales, prensa, radio, programas de tv, etc.), realización de eventos culturales y gastronómicos, como el desarrollo de los circuitos turísticos.

◆ ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA ADMINISTRACION MUNICIPAL.

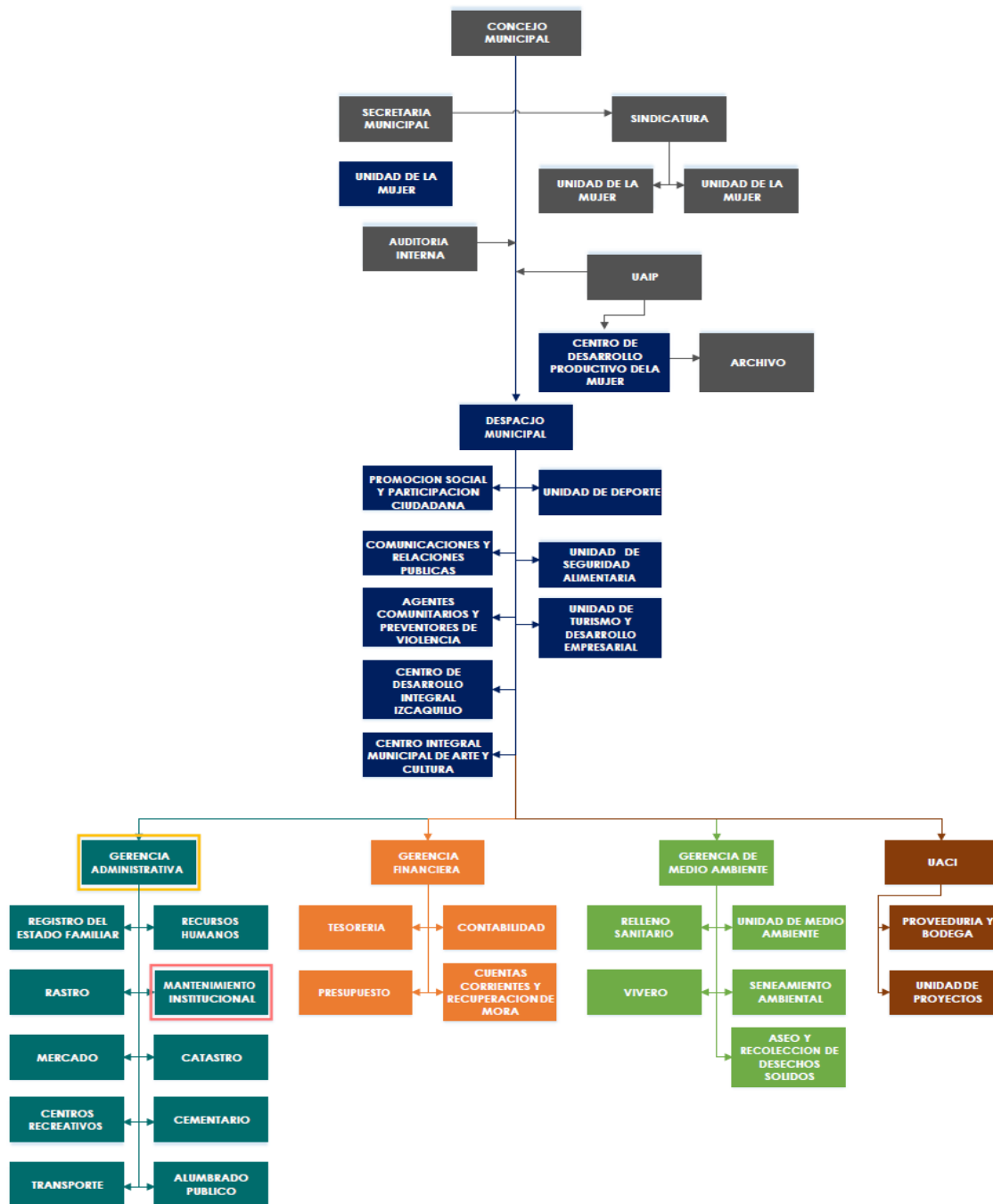


Ilustración 45. organigrama de la Alcaldía de Atiquizaya.

ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN LORENZO



Ilustración 46. Alcaldía de San Lorenzo.

◆ VISUALIZACIÓN ESTRATÉGICA

VISION

Convertir a San Lorenzo en un municipio modelo en lo económico, social y medio ambiente, donde se fomente la generación de riqueza y empleo, mediante el fortalecimiento del sector comercial, agrícola, turístico y artesanal; utilizando la metodología UN PUEBLO UN PRODUCTO, con la iniciativa del JOCOTE BARON ROJO; llevando servicios públicos en cantidad y calidad a todas y todos los habitantes del municipio y preservando los recursos naturales.

MISION

a Alcaldía de San Lorenzo, es una municipalidad, honesta, eficaz y transparente, con apertura a la colaboración y cooperación pública y privada, que ejerce su competencia basados en los principios de la democracia y representatividad participativa, que impulsa la cohesión social, la igualdad de oportunidades y la equidad social y de género. Una municipalidad que promueve la sustentabilidad ambiental, el uso racional de los recursos naturales, y protege el equilibrio ecológico, a través de un desarrollo urbano equilibrado y regulado, mediante el impulso de mecanismos de prevención y autoprotección.

◆ ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN LORENZO.

El alcalde del municipio de San Lorenzo es el Sr. Álvaro Castillo, el cual obtuvo el triunfo en la alcaldía del municipio de San Lorenzo, en Ahuachapán, a través del partido Fraternidad Patriota Salvadoreña (FPS). Tiene 43 años y se dedica a la agricultura como productor de caña de azúcar y cuenta con transporte de carga. Su periodo de gobernanza local es de 2018-2021.



Ilustración 47. Alcalde de San Lorenzo.

◆ UNIDAD DE TURISMO

DESCRIPCIÓN:

Es la unidad encargada de promover el municipio en el tema de turismo a nivel local, nacional e internacional.

OBJETIVO:

Desarrollar el turismo local basados en la competitividad, la innovación y el desarrollo de las capacidades de los actores locales, gestionar los recursos necesarios y promocionar el municipio como destino turístico de interés.



Ilustración 48. Logo del municipio de San Lorenzo.

FUNCIONES Y ACTIVIDADES BASICAS

- Elaborar el plan Anual Operativo de Trabajo de la unidad
- Elaborar informe mensual de actividades
- Coordinar la asistencia técnica en los sectores turísticos del municipio
- Fomentar la asociatividad de los comerciantes del rubro turístico
- Coordinar una agenda común entre municipalidad y actores locales
- Mantener la sintonía de los proyectos gubernamentales destinados al desarrollo turístico económico y social
- Coordinar mesas de diálogo entre la municipalidad, ONG´S, empresa privada e instituciones.
- Gestionar la comunicación entre los medios locales, nacionales e internacionales para dar a conocer la oferta turística del municipio
- Coordinar capacitaciones con instituciones educativa de nivel superior en temas diversos: cultura turística, conceptos generales de turismo, atención al cliente, historia general del municipio, relaciones públicas, Etc.
- Fortalecer las actividades turísticas del municipio en los sectores productivos.
- Promover la creación de comités y asociaciones de desarrollo turístico
- Participar en las reuniones de los comités y asociaciones de turismo del municipio.
- Promover las Ferias de turismo y eventos que incentiven la participación ciudadana y visitantes.
- Gestionar fondos y recursos con instituciones gubernamentales, ONG´S, empresa privada, etc.
- Otras que por su naturaleza sean requeridas por la dirección superior o jefatura.
- Seguimiento y participación en actividades de interés municipal con instituciones relacionadas al Turismo
- Coordinación de funcionamiento del Comité de Turismo Municipal.
- Coordinar iniciativas locales encaminadas al emprendedurismo local.
- Promover actividades y eventos turísticos.
- Fomentar la participación e incorporación de comités de desarrollo local en las comunidades.

- Gestionar recursos para impulsar el turismo del Municipio.
- Mantener y promover la participación en los certámenes pueblos vivos y un pueblo un producto y otros eventos de turismo.
- Realizar alianzas estratégicas para fortalecer e implementar procesos de desarrollo turístico.

◆ ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA ADMINISTRACION MUNICIPAL.

La estructura genérica organizacional y funcional presentada como referencia, contiene y considera tres niveles gerenciales y el conjunto de unidades bajo su responsabilidad. El primer nivel superior gerencial lo ocupa:

- El Concejo Municipal,
- El nivel gerencial intermedio lo ocupa el Despacho Municipal y;
- El nivel gerencial inferior lo ocupa la jefatura administrativa.

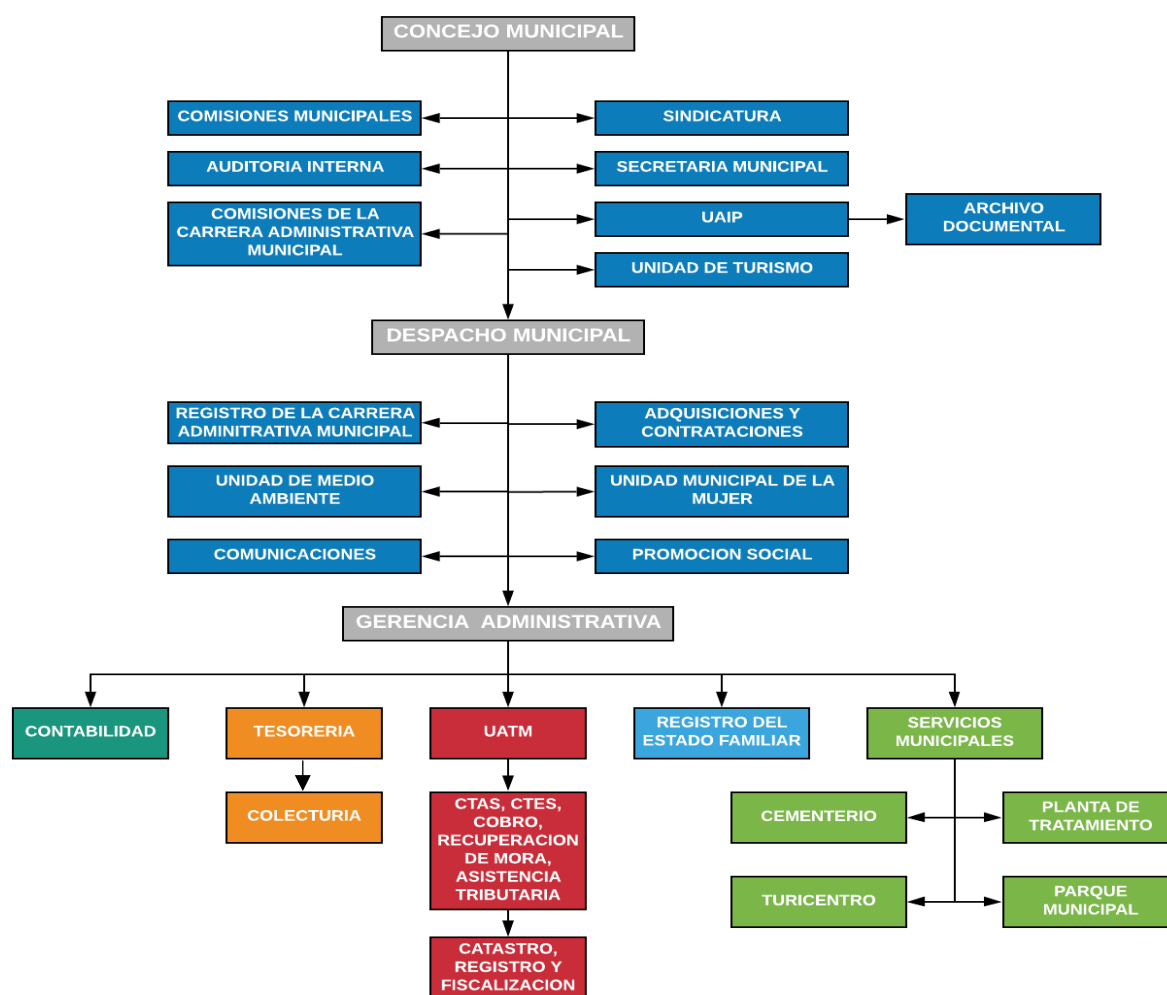


Ilustración 49. Organigrama de la Alcaldía de San Lorenzo.

ALCALDIA MUNICIPAL DE TURÍN



Ilustración 50. Alcaldía de Turín.

◆ VISUALIZACIÓN ESTRATÉGICA

MISION

Somos una institución autónoma de carácter público que gestiona y administra los recursos del Municipio de Turín, con gobernabilidad y transparencia, que promueve la participación ciudadana para lograr el desarrollo integral, garantizando la calidad de vida de sus habitantes.

VISION

Ser una institución con capacidad de satisfacer las necesidades básicas de la población, con recurso humano calificado, creíble, amable, que atienda las necesidades de las personas y entregue soluciones a la comunidad.

◆ ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DE TURÍN.

La alcaldesa de Turín es Hilda María Velásquez de Quezada. Figura como y vicepresidenta CDA de Ahuachapán. Su periodo en el gobierno local de Turín es 2018-2021.

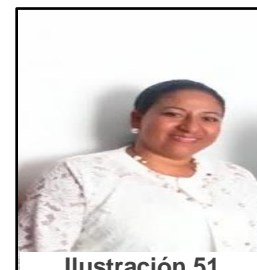


Ilustración 51.
Alcaldesa de Turín.

◆ ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA ADMINISTRACION MUNICIPAL.

La estructura genérica organizacional y funcional presentada como referencia, contiene y considera tres niveles gerenciales y el conjunto de unidades bajo su responsabilidad. Los niveles son:

- El Concejo Municipal,
- El nivel gerencial intermedio lo ocupa el Despacho Municipal y;
- El nivel gerencial inferior lo ocupa la jefatura administrativa.

A continuación, se muestra el organigrama de la alcaldía de Turín:

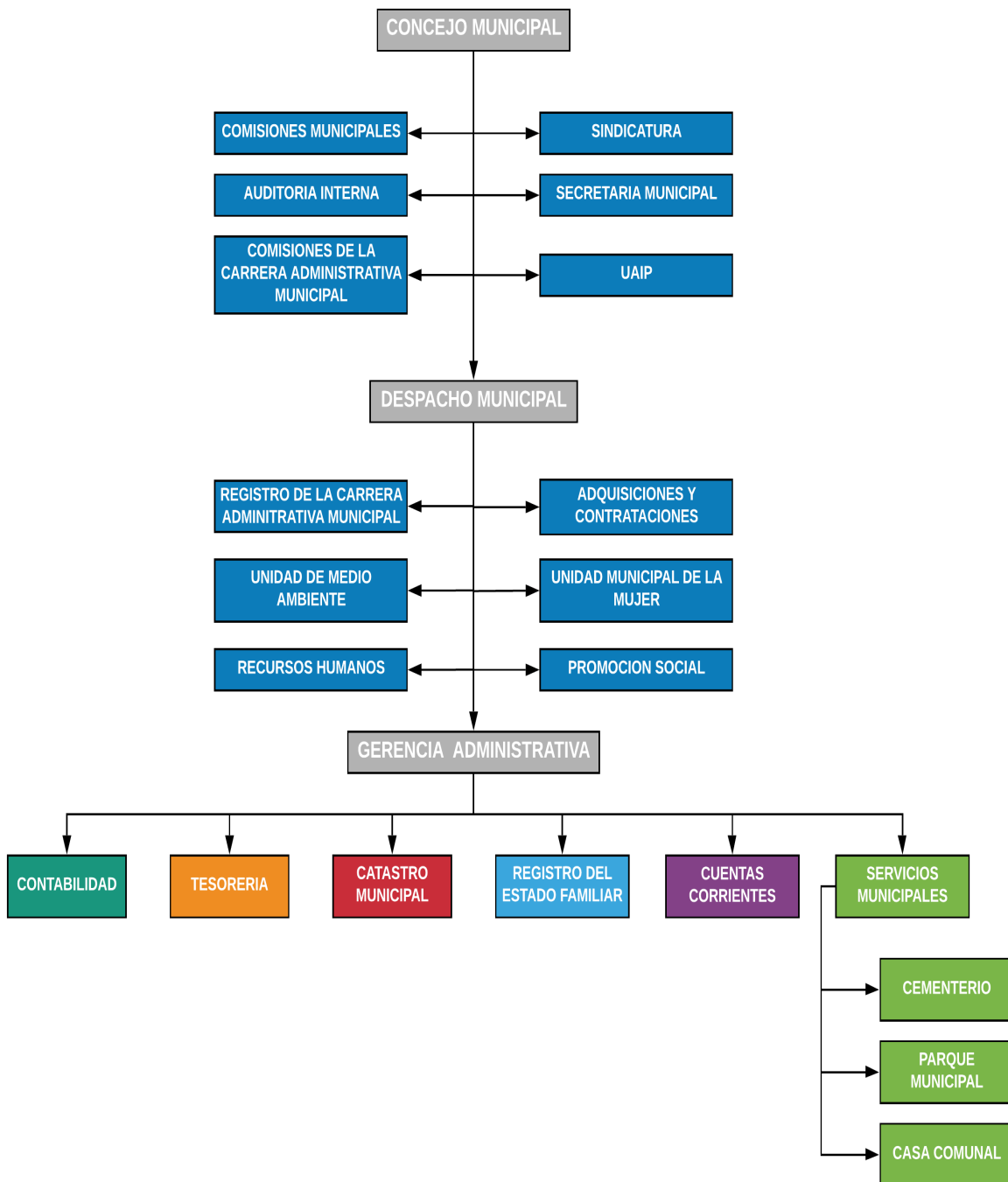


Ilustración 52. Organigrama de la alcaldía de Turín.

ALCALDIA MUNICIPAL DE EL REFUGIO

◆ VISUALIZACIÓN ESTRATÉGICA

OBJETIVOS DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE EL REFUGIO

- Proporcionar a las comunidades, bajo su jurisdicción, todos los servicios necesarios para mejorar el nivel de vida de los habitantes y hacer propicio el desarrollo comunitario, social, cultural y económico, así como brindar seguridad y vigilancia a la población.
- Elaborar, aprobar y ejecutar planes de desarrollo local, así como planificar, ejecutar y mantener obras de servicios básicos que beneficien al Municipio.
- Promover la educación, la cultura, el deporte, la recreación, las ciencias y las artes.
- Dar a los usuarios, servicios adecuados y oportunos a las exigencias de los mismos.
- Controlar y mejorar eficientemente todas las actividades que la municipalidad realiza en pro de la población.
- Hacer un uso racional y adecuado de los recursos de la institución.
- Incrementar la inversión local como instrumento de desarrollo en el Municipio.
- Aumentar la participación ciudadana en los procesos de toma de decisiones como mecanismo de transparencia.
- Mantener un personal amable, eficiente y sobre todo capacitado para que pueda responder a los constantes cambios del área municipal.
- Escuchar y responder a las necesidades emanadas de la voluntad del pueblo.

◆ ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DE EL REFUGIO.

Willfredo Barrientos Posada alcalde de la Villa de El Refugio, Ahuachapán, bajo la bandera del Partido de Concertación Nacional (PCN). Fue reelecto por cuarto periodo. Sus etapas como alcalde se han dividido en dos: luego de dos períodos consecutivos (2003-2006,2006-2009), en 2009 perdió la alcaldía. Siguió postulándose hasta que volvió al gobierno municipal para los periodos de 2015-2018 y 2018-2021.



Ilustración 53. Alcalde de El Refugio.

◆ ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA ADMINISTRACION MUNICIPAL.

La estructura genérica organizacional y funcional presentada como referencia, contiene y considera tres niveles gerenciales y el conjunto de unidades bajo su responsabilidad. Los niveles son:

- El Concejo Municipal,
- El nivel gerencial intermedio lo ocupa el Despacho Municipal y;
- El nivel gerencial inferior lo ocupa la jefatura administrativa.

A continuación, se muestra el organigrama de la alcaldía d El Refugio:

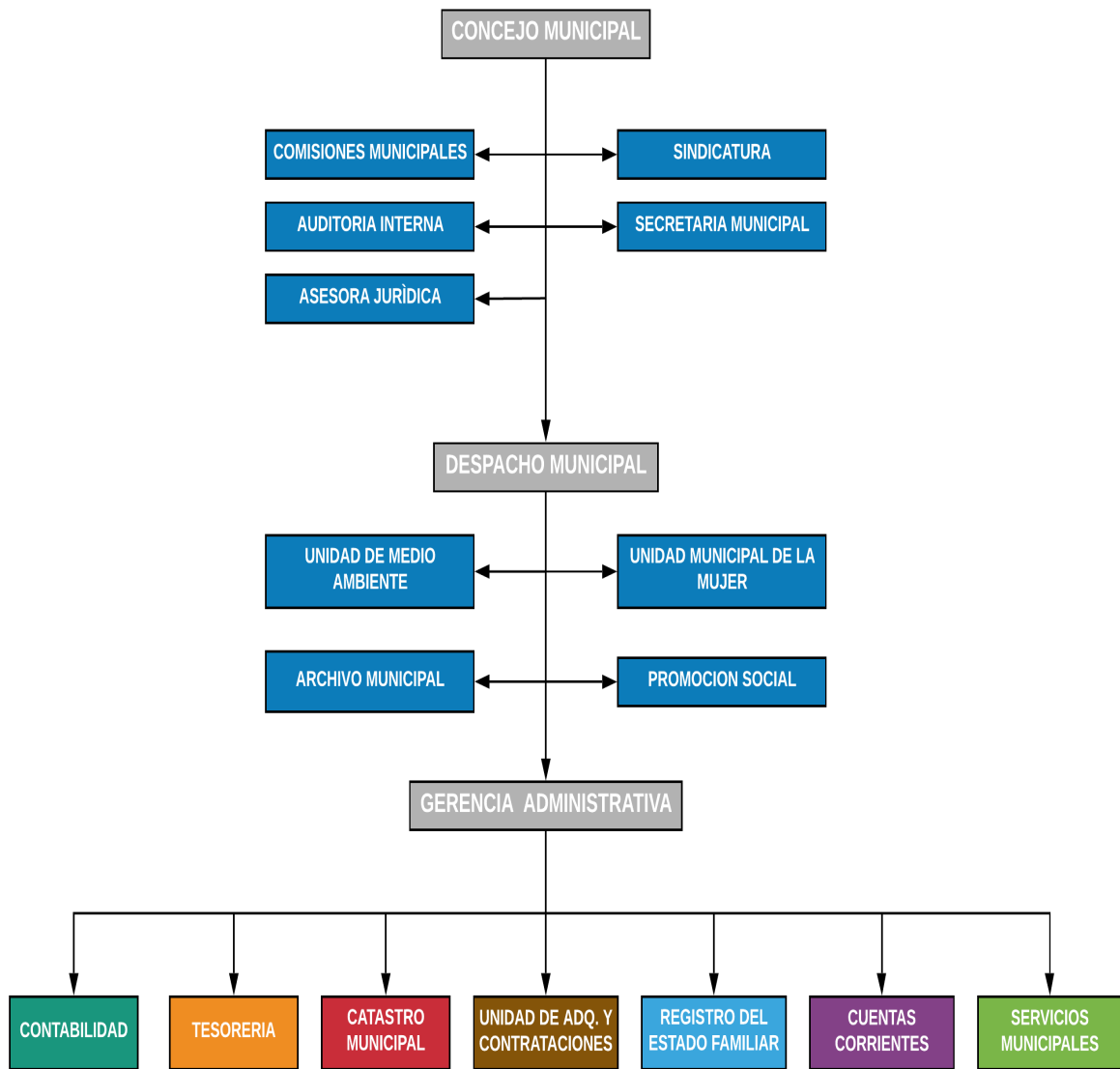


Ilustración 54. Organigrama de la alcaldía de El Refugio.

2.5. MUNICIPIO DE ATQUIZAYA



Ilustración 55: Alcaldía del Municipio de Atiquizaya.

Es un municipio que pertenece al departamento de Ahuachapán, ubicado a una distancia de 68 kilómetros de San Salvador, y se encuentra a una altura de 615 metros sobre el nivel del mar; posee una población de 33,587 habitantes¹². Atiquizaya posee un área de 65.17 Km²; por lo que su Densidad de población es de 515 habitantes/km². Esta limitado por los siguientes municipios: al Norte, por San Lorenzo y Chalchuapa (perteneciente al departamento de Santa Ana); al Este, con El Refugio y Chalchuapa; al Sur, con Juayúa (perteneciente al departamento de Sonsonate) y al Oeste con Ahuachapán, Turín y San Lorenzo.

Las Coordenadas geográficas Atiquizaya son: Latitud: 13.9667, Longitud: -89.75 13° 58' 0" Norte, 89° 45' 0" Oeste

2.5.1. ¿QUÉ SIGNIFICA ATQUIZAYA?

Atiquizaya es un nombre náhuat. El vocablo de Atiquizaya, tiene el siguiente significado: At=agua e Iquizayan=comienzo, lo que significa "lugar abundante en aguas" o "lugar de manantiales".¹³

El significado anterior, se ajusta a la topografía regional, ya que, en este municipio según un informe municipal, de 18 de noviembre de 1858, existen 27 manantiales de aguas templadas.

2.5.2. DIVISIÓN POLÍTICA.

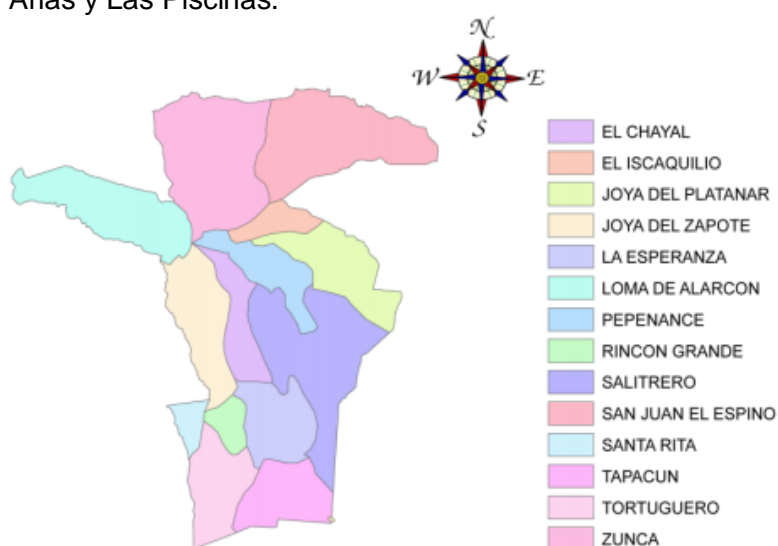
Para su administración, el municipio de Atiquizaya se encuentra dividido en 14 cantones, 65 Caseríos, 8 Barrios y 39 Colonias. A continuación, se muestran los nombres de los cantones y los caseríos que estos poseen, los cuales son:

- Cantón Joya del Zapote: San Francisco, Sonia América 2, El Carmelo, La Pila Seca, El Brujo, Nueva Jerusalén, La Celina y El Izcanal.
- Cantón El Tortuguero: Las Alcantarillas, Los Cadena y Los Tobas
- Cantón Joya del Plantanar: El Dorado, Los Hernández, Las Dos Barrancas, Los Murgas, La Loma y Rinconcito.
- Cantón San Juan El Espino
- Cantón Loma de Alarcón: El Copinol, Las Brumas, La Palma, El Regadío, El Estero, Los Loyola, El Salitre, La Escuela, San Antonio, Kilo 5, Los Perdomo, y Joya El Venado.

¹² Ministerio de Economía. Dirección General de Estadísticas y Censo, *Censo de Población y de Vivienda 2007. El Salvador*

¹³ *Atiquizaya, Ahuachapán*. Disponible en: <https://www.mipueblosugente.com/apps/blog/entries/show/19334711-atiquizaya-ahuachapan>.

- Cantón El Salitrero
- Cantón El Chayal: Los Martínez, La Perla, Los Rivera, Los Loyola y Los Hernández.
- Cantón Rincón Grande: La Colonia, Los Orellana y Los Carranza.
- Cantón Santa Rita: El Bambú, El Naranjo, Los Planes, Santa Gerarda y El Transito
- Cantón El Iscaquilío: Los Albaneses, La Línea Férrea, Los Paniagua, La Loma, Cruz Verde, Los Munguia, La Dalia, Amaya y Casa Blanca
- Cantón La Esperanza: Los Polanco, La Cuchilla, Los Blancos, La Mula y Los Rodríguez
- Cantón Tapacún: Santa Teresa, Monterrey, Los Carcamo, El Limite y Los Rojas.
- Cantón Pepenance: Colonia Peñate, Los Herrera, Col. El tanque, Colonia Arriaga, Los Hidalgo, El Manzano, La Calavera, El Triunfo, El Dante, Los Bindeles y Los Rodríguez
- Cantón El Zunca: Los Peñate, Corozo, El Jicaro, Los Lemus, Las Casitas, Terrón Blanco, Arias y Las Piscinas.



Fuente: GIS-SACDEL 2012. Plan de competitividad municipal de Atiquizaya 2012.

Ilustración 56: ubicación geográfica de los cantones del Municipio de Atiquizaya

2.5.3. HISTORIA

Esta población fue constituida y habitada desde hace mucho tiempo, como Ahuachapán y Chalchuapa, por indios pok'omames, del grupo mayaquiché según nos describe el gran historiador Jorge Larde y Larin. Hacia finales del siglo XV, fue conquistada por guerreros yaquis o pipiles, los cuales le cambiaron el nombre original y le dieron el náhuatl que aún perdura hoy en día. Según el doctor Santiago Ignacio Barberena, en la primera mitad del siglo XVII, esta población era designada con el nombre de "Valle de los niños Inocentes de Atiquizaya", valle fundado según suposición suya, por el español Bartolomé de Molina, persona que asevera trajo de Honduras un gran número de colonos zambos llamados "los panunes".

En 1655, se inició la gestión para que el valle fuera elevado a pueblo, fue hasta 1661 que el Señor Presidente y Capitán General don Martin Carlos de Mencos, ordeno al señor Felipe Maraver, alcalde Mayor de la Santísima Trinidad de Sonsonate, la fundación del pueblo de Atiquizaya, la cual se verifico el primero de enero de 1662, siendo el primer alcalde don Diego de Madrid.

Durante la corta administración del Senador Presidente don José María Peralta y por Decreto Ejecutivo de 19 de febrero de 1859, se concedió el título de villa al pueblo de Atiquizaya. Por Ley de 26 de febrero del propio año de 1869 el distrito de Atiquizaya se constituyó con la villa de este nombre, como cabecera, y los pueblos de Apaneca y San Lorenzo. Por Ley de 21 de febrero de 1878 el pueblo de Apaneca se segregó del distrito judicial de Atiquizaya, y se incorporó en el de Ahuachapán. Durante la administración del doctor Rafael Zaldívar, y por Ley de 24 de enero de 1881, se concedió el título de ciudad a la villa de Atiquizaya.

2.5.4. CLIMA

El Municipio de Atiquizaya, se encuentra dentro de una zona de clima húmedo, pero de acuerdo a su topografía puede cambiar a tropical caliente, de marzo a mayo es caliente, de junio a octubre variable y noviembre a febrero fresco. La precipitación pluvial de Atiquizaya es de 1,567 milímetros, la temperatura oscila entre 22 y 28 grados centígrados en promedio.

2.5.5. HIDROGRAFÍA

En relación a los recursos hídricos, Atiquizaya todavía conserva algunos como son:

1. Salto de la Periquera: ubicada en el cantón Izcaquillo. Posee formaciones naturales, cubeta de 25 metros de longitud, se une con el barranco "La Barracota".
2. Río San Antonio: Este río proporciona agua para el riego de los cultivos de verano
3. Río de Agua Caliente: Se forma de la confluencia de las quebradas los pisos y las agujas, a 25kms. Al oeste de la ciudad, sirviendo de límite natural con el municipio de Turín. La longitud que tiene éste río es de 3kms y hace encuentro con el río Quiroz.
4. Río Zunca: Este río nace en el lugar llamado el coquito, siguiendo su curso por la poza el corozo.
5. Río Guascota: Se ubica al costado norponiente de la ciudad, éste río divide a los municipios de San Lorenzo y Atiquizaya.
6. Río Gueveapa: Sirve de límite natural con el municipio de Chalchuapa, tiene una longitud de 3.2 Km.
7. Río Las Minas: Actualmente convertido en un pequeño vertiente.
8. Fuentes de nacimiento: El Corozo (los Toneleros) y El Garucho, los cuales son nacimientos de agua municipal de donde se abastece la comunidad, sin recibir ningún tratamiento

2.5.6. ACCESIBILIDAD AL MUNICIPIO

Distancia (en kilómetro) entre Atiquizaya y las ciudades más grandes de El Salvador¹⁴.

- San Salvador 68 km.
- Santa Ana 20 km.
- Soyapango 72 km.
- San Miguel 178 km.

¹⁴ *Atiquizaya. DB City.* Disponible en: <https://es.db-city.com/el-salvador--ahuachap%C3%83%C2%A1n--atiquizaya>

- Mejicanos 63 km.
- Apopa 64 km.
- Santa Tecla 59 km.
- Ahuachapán 11 km la más cerca.
- Delgado 67 km.
- Ilopango 75 km.
- Colon 50 km.
- Tonacatepeque 71 km.

2.5.7. VÍAS DE COMUNICACIÓN TERRESTRE

La ciudad de Atiquizaya establece comunicación, por carretera pavimentada con la ciudad de San Lorenzo, Turín y El Refugio. El acceso al municipio de Atiquizaya es por la carretera CA- 8. La Carretera CA-8 cruza el departamento de Ahuachapán al Norte, la carretera (CA-8) procede de Sonsonate y enlaza Apaneca, Ataco, Ahuachapán y Las Chinamas, con la República de Guatemala, a través del Puente El Jobo.

SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO

- Servicio de transporte RUTA 277- Parada de buses en 6ta calle oriente, conduce de San Lorenzo a Santa Ana y hace una escala en Atiquizaya.
- Servicio de transporte RUTA 276- Parada de buses en 4ta avenida Central Marcelino Urrutia, conduce de San Juan Buena Vista hasta Atiquizaya.
- Servicio de transporte RUTA 236- Parada de buses en 4ta calle oriente, conduce de Rio Frio hasta Atiquizaya.
- Servicio de transporte RUTA 210- Parada de buses ubicada en el parque San Juan sobre la 1ra avenida norte, conduce de Ahuachapán hasta Santa Ana, y hace escala en Atiquizaya.
- Servicio de transporte RUTA 202- Parada de buses ubicada en el parque San Juan sobre la 1ra avenida norte, conduce de Ahuachapán hacia San Salvador y hace escala en Atiquizaya.
- Servicio de transporte RUTA 214- Parada de buses ubicada en el parque San Juan sobre la 3ra calle poniente, conduce de Atiquizaya hasta Santa Ana.
- Servicio de transporte, MOTO TAXI, cubren todo el Municipio de Atiquizaya y sus alrededores.

2.5.8. INDICADORES.

- **POBREZA.**

Atiquizaya, se ubica según el mapa de pobreza como uno de los municipios con pobreza baja. Dentro de los rangos de Pobreza, Atiquizaya se ubica con un Índice Integrado de Marginalidad Municipal (IMM) del 20, una Tasa de Pobreza Extrema de 13.9 y una Tasa de Pobreza Total de 41.2.

- **IDH**

Índice de Desarrollo Humano del municipio es de 0.734 que lo ubica en la posición número 35 de los 262 municipios del país y le caracteriza como un municipio de desarrollo humano alto, ligeramente superior a la media nacional

- **ESPERANZA DE VIDA Y EDUCACION.**

La esperanza de vida al nacer es de 68.3 años. En el índice educacional el municipio tiene un valor de 0.704. Cabe destacar que actualmente Atiquizaya es un municipio libre de Analfabetismo.

- **PIB**

Para el año 2008 el PIB per cápita se calcula en \$6,260.4 y el índice del PIB es de 0.690.¹⁵

- **VIOLENCIA.**

Atiquizaya, es el municipio con mayor violencia en la microrregión norte de Ahuachapán según los datos de violencia del año 2012 al 2018. A continuación, se muestran las estadísticas de violencia en los años 2012-2018, según datos de la página del Sistema de Información de la Gestión Municipal (Sigmuni), los cuales están basados en estadísticas de delito del Departamento de Información y Estadísticas Policiales (DIEP-COPSDG) de la PNC.

Tabla 15. Datos de delitos cometidos en el municipio de Atiquizaya.

AÑO	HOMICIDIOS	EXTORCIONES	ROBOS	VIOLACIONES	TOTAL DELITOS
2012	19	10	3	42	74
2013	17	12	2	30	61
2014	19	12	5	23	59
2015	27	6	3	14	50
2016	35	16	1	16	68
2017	21	5	18	14	58
2018	36	10	20	14	80

Como se observa el año más violento fue el año 2018 con 80 delitos, en este año hubo un aumento significativo en los delitos en comparación con los años anteriores. Los delitos más cometidos en el municipio son los homicidios y las violaciones.

¹⁵ Almanaque 262, PNUD, 2007, El Salvador.

2.5.9. TURISMO EN ATQUIZAYA

Dentro de los lugares turísticos recomendados a visitar en Atiquizaya se encuentran:



Salto de Malacatiupán: Malacatiupán significa en nahuatl el “Templo Redondo” y se trata de un salto de agua termal ubicado a 5 kilómetros del centro histórico de la ciudad, formado por cuatro cataratas que caen sobre una poza bordeada por enormes piedras lisas. Este salto y su poza mantienen una temperatura de 50° C. y es rica en minerales que la hacen poseer efectos curativos y relajantes.



Hacienda San Antonio: Hacienda San Antonio ofrece un amplio lugar para reuniones y eventos rodeado de verdes jardines y un lago; así como de actividades muy interesantes como agroturismo, en su granja de vacas y los criaderos de tilapia, que ofrecen una experiencia muy interesante para niños y grandes.



Puente Viejo: Ubicado en cantón Lomas de Alarcón; localizado sobre el río Agua Caliente. Es una construcción de ladrillo y cal. Data de los años 1800. Bajo el puente se encuentra una poza de agua con una profundidad aproximada de 4 metros. En este lugar se encuentran dos ríos que se entrelazan, uno de agua fría y otro de agua caliente.



Turicentro Aguijuyo: El turicentro se encuentra a un kilómetro de Atiquizaya, carretera hacia San Lorenzo. El turicentro cuenta con cuatro piscinas de aguas naturales; en el costado poniente de la más grande es donde brota el agua que permite abastecer a las demás.



Parque 5 de Noviembre: Es el parque Principal del Municipio de Atiquizaya, ubicado en la avenida 5 de noviembre, en el centro historico del municipio, frente a la alcaldía y al costado izquierdo de la Parroquia Inmaculada Concepción de María. En él se realizan diversas actividades turísticas, festivas, es utilizado como punto de reunión para tours y es una parada de descanso y relajación para turistas y habitantes del municipio.



San Juan El Espino (Replicas Mayas): El territorio de Atiquizaya fue habitada por pokomames del grupo maya quiche, dejando una serie de asentamientos muy ricos en piezas arqueológicas. En el cantón San Juan El Espino desde hace más de 100 años ha venido de tradición familiar la elaboración de estas piezas mayas, surgiendo entre ellos varios talleres donde se elaboran máscaras, vasos ceremoniales, dioses mayas, platos, calendarios mayas, incensarios, entre otras piezas arqueológicas



El Quijote de Atiquizaya: Taller de esculturas artesanales, elaboradas de figuras en hierro forjado que se realizan en un taller ubicado en la colonia Guadalupe en la Carretera Panamericana Km.88.5 hacia Ahuachapán, famoso y reconocido como "El Quijote de Atiquizaya". Este lugar inició sus trabajos hace más de 40 años, cuando Alfredo Melara Farfán- su fundador- instaló un taller de mecánica que se dedicaba a reciclar basura industrial (pedazos de chatarra) para procesarla y transformarla en piezas artísticas y utilitarias



Parroquia Inmaculada Concepción de Maria: El municipio de Atiquizaya en el departamento de Ahuachapán, atesora una estructura emblemática: la parroquia Inmaculada Concepción. Fue construida entre los años de 1876 y 1899, dedicada al dogma de la "Inmaculada Concepción de María" por lo que hasta la fecha recibe este nombre.



Los Ausoles: Son una serie de fumarolas que se ubican en el cantón Tortuguero. Constituyen uno de los fenómenos más interesantes del volcanismo, se abren paso entre un depósito de rocas.

2.5.10. EVENTOS IMPORTANTES.



Fiestas Patronales: Las festividades patronales en honor a la Inmaculada Concepción de María, en Atiquizaya, son celebradas del 1 al 8 de diciembre. Para dichas fiestas realizan diferentes actividades, entre ellas están: Desfile del correo, serenata a la virgen, feria gastronómica, desfile militar, coronación de la reina de las fiestas patronales, coronación de la princesa Aguijuyo, desfile infantil, fiesta infantil, feria cultural, coronación de la reina de la casa de la cultura, entre otras más actividades.



Festival de la quesadilla: Con el propósito de celebrar el Día de San Juan Bautista, pero también el Día de la Quesadilla. Antes del 2017, la festividad de San Juan Bautista, solo se celebraba en el barrio que lleva su nombre en el municipio, hacían una pequeña celebración que incluía la degustación de quesadilla, pero en el año 2017 se hizo extensivo para toda la ciudad de Atiquizay.



Festival de maíz: El municipio de Atiquizaya realiza en el mes de agosto el Festival del Maíz, donde emprendedores ofrecen a los visitantes una variedad de productos derivados de dicha semilla, como: riguas, pupusas, tamales, tortitas y atol de elote, sidra de maíz, enchiladas, atol de tres cocimientos y postres. La actividad, es organizada por la municipalidad, Se realiza a través de la Unidad de Turismo para el rescate de las costumbres y tradiciones del municipio.



UTAP (Ultra Trail Atiquizaya Pathfinder): Es una carrera se realiza en la ruta de los manantiales de Atiquizaya y las personas pueden participar en las categorías de 5 km (Familiar), 15 km (Ruta de los Manantiales), 30 km (Trail Race), 50 km (Desafío de las Lagunas) y 80 km (Ultra Trail Atiquizaya Pathfinder.). Los participantes podrán encontrar sol, lluvia, neblina, lodo, tierra, bosques, lagunas, ausoles, ríos de agua caliente y helado.



Lotería de Atiquizaya: La famosa lotería de Atiquizaya se ha convertido en una de las grandes atracciones del municipio. Esta lotería nació por el año de 1958, y se dice que esta llegó al municipio a través de la familia Alvarenga. Se realiza frente al Parque 5 de noviembre, y se ha convertido en un icono cultural popular que identifica al Municipio de Atiquizaya desde hace más de seis décadas. A sus inicios se llamó lotería la Fortuna y Lotería tropical.



Celebración del nacimiento de la Virgen María (Los Farolitos)

Atiquizaya celebra el nacimiento de la Virgen María, el 8 de septiembre. La celebración se conoce como la natividad de la Virgen Santísima e incluye la colocación de farolitos por las principales calles de la ciudad, una misa que se realiza a las 5:00 de la tarde, y luego se lleva a cabo la procesión con la imagen de la Virgen Niña. Las actividades terminan con una quema de pólvora.

2.6. MUNICIPIO DE SAN LORENZO

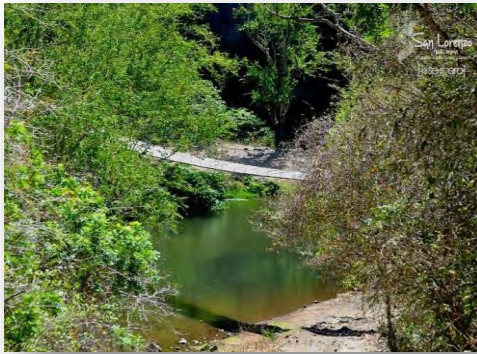


Ilustración 57: Caída de agua, Capa Rosa en el Municipio de San Lorenzo

Es un municipio que pertenece al departamento de Ahuachapán, ubicado a una distancia de 75 kilómetros de San Salvador, y se encuentra a una altura de 553 metros sobre el nivel del mar; posee una población de 9,194 habitantes¹⁶. San Lorenzo posee un área de 48.33 Km²; por lo que su Densidad de población es de 190.2 habitantes/km². Está limitado por los siguientes municipios: al Norte por la República de Guatemala, al Este por Chalchuapa (perteneciente al departamento de Santa Ana) y Atiquizaya; al Sur por Atiquizaya y al Oeste por Ahuachapán.

Las Coordenadas geográficas San Lorenzo son: Latitud: 14.0333, Longitud: -89.7833 14° 1' 60" Norte, 89° 46' 60" Oeste.

2.6.1. ¿DE DÓNDE PROVIENE EL NOMBRE DE SAN LORENZO?

El nombre de este municipio es en honor al diacono y mártir San Lorenzo, fue uno de los siete diáconos de Roma, su oficio era de gran responsabilidad pues estaba encargado de distribuir las ayudas a los pobres.

¹⁶ Ministerio de Economía. Dirección General de Estadísticas y Censo, *Censo de Población y de Vivienda 2007. El Salvador*

2.6.2. DIVISIÓN POLÍTICA.

Para su administración, el municipio de San Lorenzo se encuentra dividido en 6 cantones, 40 Caseríos y 8 Colonias. A continuación, se muestran los nombres de los cantones y los caseríos que estos poseen, los cuales son:

- Cantón El Jicaral: El Tonel, San Larate, San Matías y Las Chinchillas.
- Cantón Guascota: El Centro, Guascotilla, Los Peñate, Las Delicias, Italia, Reparto Nuevo San Lorenzo, Regalo de Dios y Colonia Divina Providencia.
- Cantón Las Pozas: Malpaso, San Felipe, San José, El Cipres, Los Peñate 1, Los Agredas, La Capilla, Los Peñates 2, Ojo de Agua, Los Naranjos, Los Pinedas, Los Silvas, La Escuela, Santa Luisa, Los Tobares, La Bobeda y San José.
- Cantón San Juan Buenavista: La Cruz, El Zaral, Los Amates, Los Cazunes, Los Francisco, Las Flores y San Juan.
- Cantón El Portillo: Los Fajardo, Los Potrerios, Los Sermeños y El Centro.
- Cantón El Conacaste: Los Sandoval, El Pito, Los Campos, El Centro, Los Potrerios, El Sitio y San Emignio.



Fuente: Plan Estratégico Participativo de Desarrollo Local e Inversiones Municipales del municipio de San Lorenzo 2015.

Ilustración 58: ubicación geográfica de los cantones del Municipio de San Lorenzo

2.6.3. HISTORIA

El pueblo fue fundado por los Pokomanes en el siglo V. Para el año de 1770, según Don Pedro Cortés y Larraz, San Lorenzo era una próspera hacienda de perteneciente a la parroquia de Chalchuapa, pero en Jurisdicción de la Alcaldía Mayor de Sonsonate.

En esta hacienda se formó una aldea o valle ladinos, que tuvo gran importancia y que poco después de la independencia se erigió en pueblo con dotación de media municipalidad. Esta aldea paso a formar parte del Departamento de Sonsonate, del 12 de junio de 1824, al 8 de febrero de 1855. Por ley de 4 de julio de 18032, cuando se creó el distrito de Ahuachapán, el Municipio de San Lorenzo fue incluido en su jurisdicción.

Entró a formar parte del Departamento de Santa Ana, el 8 de febrero de 1855 y del Departamento de Ahuachapán, el 9 de febrero de 1869. Por decreto ejecutivo del 26 de febrero de 1869, se segregó del distrito de Atiquizaya.

2.6.4. CLIMA

San Lorenzo tiene un clima caluroso, pertenece al tipo de tierra caliente. En comparación con el invierno, los veranos tienen mucha más lluvia. En un año, la precipitación media está entre 1550 y 1700 mm.

2.6.5. HIDROGRAFÍA

En el Municipio de San Lorenzo se encuentran los ríos Paz, Gueveapa, Pampe o Chalchuapa, Agua Caliente, San Antonio o San Lorenzo y las quebradas de Los Caballos, de la Lechuga, El Limón, de Agua Tibia, El Jaco, El obraje o El Ciprés, La Ciénaga, Ojo de Agua y Las Iguanas.

2.6.6. ACCESIBILIDAD AL MUNICIPIO

Distancia (en kilómetro) entre San Lorenzo y las ciudades más grandes de El Salvador¹⁷.

- San Salvador 75 km.
- Santa Ana 24 km.
- Soyapango 78 km.
- San Miguel 184 km.
- Mejicanos 70 km.
- Apopa 70 km.
- Santa Tecla 67 km.
- Ahuachapán 14 km la más cerca.
- Delgado 74 km.
- Ilopango 81 km.
- Colon 57 km.
- Tonacatepeque 77 km.

2.6.7. VÍAS DE COMUNICACIÓN TERRESTRE

La ciudad de San Lorenzo establece comunicación, por carretera pavimentada con la ciudad de Atiquizaya y Turín. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal.

2.6.8. INDICADORES.

- **POBREZA.**

San Lorenzo se ubica según el mapa de pobreza como uno de los municipios con pobreza alta. Dentro de los rangos de Pobreza, San Lorenzo se ubica con un Índice Integrado de Marginalidad Municipal (IMM) del 27.15 y una Tasa de Pobreza Extrema de 28.3.

¹⁷ San Lorenzo. DB City. Disponible en: <https://es.db-city.com/El-Salvador--Ahuachap%C3%A1n--San-Lorenzo>

Con respecto al porcentaje de población debajo de la línea nacional de pobreza, la cual para el año 2013 fue de 29.6%,¹⁸ el municipio de San Lorenzo cuenta con un total de 54.9 %, los cuales se dividen en Extrema y Relativa. Según estos datos podemos establecer que más de la mitad de la población está en situación debajo de la línea nacional de pobreza, y en su mayoría con un 31.2% en estado de pobreza extrema, lo que indica que esta misma población no tiene acceso a canasta básica.

- **IDH**

El índice de Desarrollo Humano del municipio es de 0.685, lo que le coloca en la posición número 118 entre los 262 municipios del país.

- **ESPERANZA DE VIDA Y EDUCACION.**

La esperanza de vida al nacer es de 68.3 años. En el índice educacional el municipio tiene un valor de 0.704.

- **PIB**

Para el año 2008 el Producto Interno Bruto per cápita fue de \$ US 4,351.0 (PNUD-FUNDAUNGO, 2009).¹⁹ El índice de PIB fue del 0.630.²⁰

- **VIOLENCIA.**

En el año 2015 el ex-alcalde de San Lorenzo Walter Ortiz, calificó a dicho municipio como una zona libre de violencia, un pueblo tranquilo y seguro, debido a la disminución de homicidios en dicho municipio. A continuación, se muestran las estadísticas de violencia en los años 2012-2018, según datos de la página del Sistema de Información de la Gestión Municipal (Sigmuni), los cuales están basados en estadísticas de delito del Departamento de Información y Estadísticas Policiales (DIEP-COPSDG) de la PNC.

Tabla 16. Datos de delitos cometidos en el Municipio de San Lorenzo.

AÑO	HOMICIDIOS	EXTORCIONES	ROBOS	VIOLACIONES	TOTAL DE DELITOS
2012	2	1	0	0	3
2013	0	1	1	1	3
2014	9	1	1	1	12
2015	1	1	1	0	3
2016	3	1	0	3	7
2017	1	1	2	0	4
2018	3	0	2	1	6

Como se observa el año más violento fue el año 2014 con 12 delitos, de los cuales 9 fueron homicidios. Los delitos que más se cometen en San Lorenzo son Homicidios y robos. Cabe mencionar que San Lorenzo es el Municipio menos violento de la microrregión.

¹⁸ El Salvador, Datos tomados de: <https://datos.bancomundial.org/pais/el-salvador>

¹⁹ Plan estratégico participativo de desarrollo con énfasis en el desarrollo económico del territorio (pep) del Municipio de San Lorenzo 2013-2020.

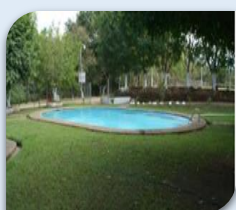
²⁰ Almanaque 262, PNUD, 2007, El Salvador.

2.6.9. TURISMO EN SAN LORENZO

Dentro de los lugares turísticos recomendados a visitar en San Lorenzo se encuentran:



El Jícaro: El Jícaro es un complejo ecoturístico ubicado a 2 Km sobre la carretera de Atiquizaya hacia San Lorenzo en el departamento de Ahuachapán. Cuenta con 4 piscinas; una de ellas es una piscina semi olímpica, una de adultos y dos de niños, donde una de ella posee juegos interactivos. Además, posee área de restaurante, alquiler de cabañas, áreas verdes, áreas de juegos para niños y tienda de artículos acuáticos.



Centro Ecoturístico Nuevo San Lorenzo: Este centro ecoturístico, se encuentra ubicado en el reparto Nuevo San Lorenzo, a 15 minutos del casco urbano. La entrada a dicho centro es \$1.00 a turistas y \$0.57 ctvs. a personas del municipio.



Parque el Triunfo: El parque Ecoturístico el Triunfo, está ubicado en el cantón Portillo. En este parque se realizan diferentes actividades culturales, festivales gastronómicos, fiestas, etc. Por su valor turístico permite que éste sea el escenario para la realización de dichos eventos.



Parroquia de San Lorenzo: Tiene una dimensión de 27 metros desde la entrada principal hasta el altar mayor y 10 metros de ancho. La parroquia tiene una capacidad para albergar a 600 fieles.

2.6.10. RECURSOS NATURALES

San Lorenzo cuenta con una gran cantidad de recursos naturales que también son un recurso para el desarrollo turístico del municipio. A continuación, la presenta tabla muestra los recursos naturales con los que cuenta san Lorenzo. Hídricos



Ilustración 59: Recursos Naturales de San Lorenzo

2.6.11. EVENTOS IMPORTANTES.



En el municipio son del 23 al 25 de abril, en honor a su Santo patrono San Lorenzo.

Festival del Jocote Barón Rojo



Este festival se ha impulsado desde el 2010, por la alcaldía, y se realiza en la metodología de trabajo del “Movimiento Un Pueblo, Un Producto”. Las actividades se realizan en el parque Ecoturístico El Triunfo, en el cantón El Portillo, de la misma localidad. En el Festival se ofrece gastronomía, derivados del jocote, artesanía, música en vivo, tour hacia las plantaciones de jocote, tour hacia el río grande, entre otros.

Festival del Loroco



Se empezó a realizar en el año 2013, las actividades se realizan en la plaza municipal desde el año 2018, antes se realizaban en el parque Ecoturístico El Triunfo, pero debido a la gran afluencia de turistas y personas locales, el parque era muy pequeño para este festival. En este festival se ofrecen más de 40 productos elaborados a base de loroco.

Festival Gastronómico en verano



Este festival se realiza en el Parque El Triunfo a orillas del Río Grande, ubicado en el cantón El Portillo. En el 2012 se realizaba una vez al mes. Luego, se tomó a bien realizarlo cada quince días. En el 2013 - 2014, dicho festival se empezó a realizar todos los sábados y domingos. Desde éste se realizan actividades artísticas y se ofrece comida típica y exótica.

2.6.12. OTROS ASPECTOS IMPORTANTES DEL TURISMO.

- **Marca Destino/ Marca Turística**

San Lorenzo cuenta con una marca turística, la cual fue elaborada por un diseñador profesional, en el marco del programa de Desarrollo Económico con enfoque territorial, de la consultoría: Formulación de una Estrategia de Desarrollo Turístico para el municipio de San Lorenzo, gestionada con la Fundación de Estudios Sociológicos, conocido como FUNDES.



Ilustración 60. Marca Turística.

Posteriormente se realizó un proceso participativo con el Comité de Desarrollo Turístico y la municipalidad para validar la marca. A la fecha se han realizado diferentes diseños, consensuados con todos los actores locales. Finalmente, se presentó en octubre de 2012.

En ella se describen los siguientes elementos:

- Jocote Barón Rojo, que se constituye en el elemento diferenciador como producto turístico.
- Flor de Loroco, que simboliza la productividad del municipio, creando una alianza con el jocote.
- Trazos verdes, que asemejan los cerros y montañas de San Lorenzo.
- Trazos verdes oscuros, como elemento que indica el agua color esmeralda de los ríos del municipio.
- Una flor amarilla, que representa el colorido del pueblo, jardín, creando vida y dinamismo al concepto del municipio.

En su conjunto, la marca refleja la productividad del municipio, sus atractivos naturales y lo dinámico y la calidez de las personas.

Como parte de la proyección turística del municipio, se realizaron gestiones con el fin de posicionar el Jocote Barón como elemento representativo de la imagen e identidad, es así como nace el personaje: Don Jocote Barón Rojo.



Ilustración 61:
Imagotipo del Jocote

2.7. MUNICIPIO DE EL REFUGIO

Es un municipio que pertenece al departamento de Ahuachapán, ubicado a una distancia de 85 kilómetros de San Salvador, y se encuentra a una altura de 375 metros sobre el nivel del mar; posee una población de 8,175 habitantes²¹. El Refugio posee un área de 11.01 Km²; por lo que su Densidad de población es de 742.1 habitantes/km². Está limitada con los siguientes municipios: al Norte, Sur y Oeste con Atiquizaya y al este con Chalchuapa (departamento de Santa Ana).

Las Coordenadas geográficas El Refugio son: Latitud: 13.8, Longitud: -89.9667 13° 48' 0" Norte, 89° 57' 0" Oeste



Ilustración 62: parque principal del Municipio de El Refugio.

²¹ Ministerio de Economía. Dirección General de Estadísticas y Censo, *Censo de Población y de Vivienda 2007. El Salvador*

2.7.1. ¿DE DÓNDE PROVIENE EL NOMBRE EL REFUGIO?

Se cuenta que se llamó EL REFUGIO, porque era un lugar que servía de descanso y refugio para muchas personas, cuentan que en el centro de este lugar existían tres hermosos árboles de amate que proporcionaban una gran sombra y que debajo de ellos se instalaban circos que alegraban a estas aldeas, así como también servía de posada a muchas personas vendedoras de comales, ollas, petates y otras artesanías procedentes de Guatemala y otros lugares cercano.²²

También otras personas dicen que su nombre se debe a la patrona del lugar, la Virgen del Refugio.

2.7.2. DIVISIÓN POLÍTICA.

La parte urbana está dividida en dos barrios: Barrio El Calvario y Barrio Nuevo; en la zona rural El Refugio está dividido en tres cantones: San Antonio, El Rosario y Comapa.

2.7.3. HISTORIA

La aldea del Rosario se incorporó a la jurisdicción de Atiquizaya después de pertenecer a la de Chalchuapa, y durante la administración del doctor Rafael Zaldívar, por Decreto Legislativo de 20 de febrero de 1879, se erigió en pueblo con el nombre de El Refugio. La nueva población quedó incluida en el área geográfica del departamento de Ahuachapán y se dispuso que sus autoridades y vecinos debían de “reconocer por límites jurisdiccionales, los que antiguamente hubieran reconocido sus comisionados”.²³

2.7.4. CLIMA

El clima es caluroso y pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1600 y 1800 mm.

2.7.5. HIDROGRAFÍA

El municipio carece de ríos de gran caudal, sobresaliendo únicamente las quebradas: San Juan o Tempisque, que lo limita con Atiquizaya a un costado, Barranca Honda, que cumple una doble función, ya que aparte de servir como límite municipal, sirve sucesivamente de límite a los departamentos de Santa Ana y Ahuachapán, y finalmente la quebrada de Las Pilas, que corre de Sur a Norte.

2.7.6. ACCESIBILIDAD AL MUNICIPIO

Distancia (en kilómetro) entre El Refugio y las ciudades más grandes de El Salvador²⁴.

- San Salvador 85 km.

²² El Refugio y su historia. Blogspot, Disponible en: <http://historiarefugio.blogspot.com/>

²³ Monografía del departamento y municipios de: Ahuachapán, Instituto Geográfico Nacional “Ingeniero Pablo Arnoldo Guzmán, página 61.

²⁴ El Refugio. DB City. Disponible en: <https://es.db-city.com/El-Salvador--Ahuachap%C3%A1n--EL-REFUGIO>

- Santa Ana 49 km.
- Soyapango 90 km.
- San Miguel 196 km.
- Mejicanos 81 km.
- Apopa 85 km.
- Santa Tecla 75 km.
- Ahuachapán 19 km la más cerca.
- Delgado 87 km.
- Ilopango 83 km.
- Colon 66 km.
- Tonacatepeque 92 km.

2.7.7. VÍAS DE COMUNICACIÓN TERRESTRE.

El pueblo de El Refugio establece comunicación, por carretera pavimentada con la ciudad de Chalchuapa (perteneciente al departamento de Santa Ana), y con la ciudad de Atiquizaya y el pueblo de Turín. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal. La carretera Panamericana atraviesa el municipio, contribuyendo a la movilidad comercial y laboral, entre otros. También un ramal de FENADESAL atraviesa el municipio, al costado norte, sirviendo de límite municipal a este y al de Atiquizaya.

2.7.8. INDICADORES.

• POBREZA.

El Refugio, se ubica según el mapa de pobreza como uno de los municipios con pobreza baja. Dentro de los rangos de Pobreza, El Refugio se ubica con un Índice Integrado de Marginalidad Municipal (IMM) del 13.4, una Tasa de Pobreza Extrema de 9.9 y una Tasa de Pobreza Total de 26.4.

• IDH

El índice de Desarrollo Humano del municipio es de 0.751, lo que le coloca en la posición número 23 entre los 262 municipios del país y le caracteriza como un municipio de desarrollo humano alto, ligeramente superior a la media nacional.

• ESPERANZA DE VIDA Y EDUCACION.

La esperanza de vida al nacer es de 69.6 años, mientras que la escolaridad promedio de sus habitantes es de 5.6 años. En el índice educacional el municipio tiene un valor de 0.772.

• PIB

Para el año 2008 el Producto Interno Bruto per cápita fue de \$ US 8,206 (PNUD-FUNDAUNGO, 2009).²⁵ El índice de PIB fue del 0.713.²⁶

²⁵ Plan estratégico participativo de desarrollo con énfasis en el desarrollo económico del territorio (pep) del Municipio de El Refugio 2013-2020.

²⁶ Almanaque 262, PNUD, 2007, El Salvador.

- **VIOLENCIA.**

El Refugio, es el segundo municipio con mayor violencia en la microrregión norte de Ahuachapán, según los datos de violencia del año 2012 al 2018, en dicho municipio se cometieron 122 delitos entre homicidios, extorciones, robos y violaciones. A continuación, se muestran las estadísticas de violencia en los años 2012-2018, según datos de la página del Sistema de Información de la Gestión Municipal (Sigmuni), los cuales están basados en estadísticas de delito del Departamento de Información y Estadísticas Policiales (DIEP-COPSDG) de la PNC.

Tabla 17. Datos de delitos cometidos en el municipio de El Refugio.

AÑO	HOMICIDIOS	EXTORCIONES	ROBOS	VIOLACIONES	TOTAL DELITOS
2012	1	1	0	9	11
2013	4	2	0	5	11
2014	8	0	2	3	13
2015	19	1	0	7	27
2016	8	2	1	4	15
2017	13	3	4	2	22
2018	14	1	1	7	23

Como se observa el año más violento fue el año 2015 con 27 delitos, en este año hubo un aumento significativo en los delitos en comparación con los tres anteriores, así mismo para el año 2016 hubo una reducción significativa en los delitos. Los delitos más cometidos en el municipio son los homicidios y las violaciones.

2.7.9. TURISMO EN EL REFUGIO

Dentro de los lugares turísticos recomendados a visitar en El Refugio se encuentran:



Salto del Espino

Es un río ubicado en el municipio del refugio, es muy conocido por los habitantes del municipio porque quienes disfrutan de sus aguas les gusta realizar clavados a 7 metros de altura aproximadamente.



Parque Central de Villa El Refugio

El parque central cuenta con bellos jardines, arboles, una cascada mecánica, juegos para niños y al frente del mismo una pequeña Iglesia Parroquial. En dicho parque se realizan diferentes actividades sociales, culturales, turísticas y de salud, como festivales, campañas médicas, etc.



Iglesia Parroquial Villa El Refugio

Frente al parque central de El Refugio, se ubica la iglesia parroquial. Es de pequeño tamaño, pero de gran importancia religiosa, cultural y turística para el municipio.

Artesanías de Barro.



Ilustración 63. Artesanías de Barro.

En El Refugio puedes visitar el lugar en el cual se elaboran artesanías y réplicas de barro de piezas antiguas que usaban nuestros antepasados como máscaras, calaveras, collares, etc. Además, también crean artesanías de utensilios que son utilizados en la actualidad como collares, llaveros, utensilios para cocina, etc. Los artesanos elaboran pinturas naturales con las piedras que extraen de los ausoles de Ahuachapán y otros elementos que se encuentran en la zona.

Artesanías de madera.



Ilustración 64. Artesanías en El Refugio.

El Refugio está siendo conocida por sus artesanías y no solo las de barro, sino que también de madera. Por ejemplo, Marlen Pimentel una Artesana de Villa El Refugio, realiza artesanías pintadas con lindos paisajes y colores. Para sus artesanías utiliza madera, bambú, morro, lienzo, artículos reciclados y pinturas. Influenciados por diversas tendencias, los artistas expresan mediante sus pinturas, la riqueza de nuestra tierra, el día a día de la gente, e incluso, la calidez humana a través de colores vivos y contrastantes.

Plantaciones de café

Otro atractivo del agroturismo, son las plantaciones de café en el municipio de El Refugio. Los viveristas de Villa El Refugio han entrado a una etapa de alta especialización en la producción de plantas sanas del cafeto, lo cual constituye una garantía para la renovación adecuada del parque cafetalero del país. Se ofrecen tours a los viveros de café para que las personas se interesen por la cultura turística alrededor del café



Ilustración 65. Tours en las plantaciones de café.

2.7.10. EVENTOS IMPORTANTES.



Fiestas Patronales: Son celebradas del 3 al 10 de noviembre en honor a su patrona, la Virgen del Refugio. Dan inicio con el desfile del Correo. También realizan actividades como: miss chiquitita, la elección y coronación de la reina de los festejos, festival gastronómico, concursos de canto y baile, quema de pólvora, el último día de las fiestas una serenata a la patrona del municipio y la misa patronal y la celebración finaliza con un carnaval.



Festival de la planta de oro (café): La variedad de platillos es uno de los atractivos para los visitantes. Minutas, frozen y cupcakes de café, café gourmet, entre otros, fueron los productos que disfrutaron los asistentes en festival de la Planta del Grano de Oro, que se realiza en el parque central de El Refugio. El café forma parte de una historia intrínseca en la sociedad, en la economía, en el empleo, en la preservación de medio ambiente, el turismo y nuestra biodiversidad. Por su importancia se celebra cada año en dicho municipio el festival de la planta de oro.



Otros esfuerzos en materia turística: Wilfredo Barrientos, alcalde municipal de El Refugio se reunió en el mes de febrero con el Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte para tratar temas de desarrollo turístico para el municipio. Esta reunión se desarrolló con el fin de dar a conocer el trabajo que se está realizando con el turismo en esa zona y hacer de su Municipio un Pueblo Vivo.

2.8. MUNICIPIO DE TURIN



Ilustración 66: Parque principal del Municipio de Turín

Es un municipio que pertenece al departamento de Ahuachapán, ubicado a una distancia de 70 kilómetros de San Salvador, y se encuentra a una altura de 619 metros sobre el nivel del mar; posee una población de 8,997 habitantes²⁷. Turín posee un área de 20.91 Km²; por lo que su Densidad de población es de 430.3 habitantes/km². Está limitada con los siguientes municipios: al Noreste y Sur con Atiquizaya y al Oeste con la Ciudad de Ahuachapán. Las Coordenadas geográficas de Turín son: Latitud: 13.8, Longitud: -89.9667 13° 48' 0" Norte, 89° 57' 0" Oeste.

²⁷ Ministerio de Economía. Dirección General de Estadísticas y Censo, *Censo de Población y de Vivienda 2007. El Salvador*

2.8.1. DIVISIÓN POLÍTICA.

Para su administración, el municipio de Turín se encuentra dividido en los barrios El Transito, El Socorro y La Unión para la zona urbana; en la rural se divide en dos cantones: El Jobo y El Paraíso.

- Los caseríos del cantón El Jobo son: Ex línea férrea, Calle Avícola, Col. San José, Calle vieja, Col. Venecia, Colonia Nuevo Turín.
- Los Caseríos de Cantón El Paraíso son: Colonia El Paraíso, Colonia Magaña, Col. Sagrada Familia, Col. Granja No 2, Col. El Paraíso No 2, Col. Ana Elena, Cas. La Gallinera, Col. San Francisco, Cas. Los Chicas.

2.8.2. HISTORIA

Turín es una antigua población fundada y habitada desde tiempos inmemorables por indios Pokomanes del grupo Maya-Quiché, sin embargo, fueron conquistadas y colonizadas sus tierras por guerreros pipiles y posteriormente por españoles.

Fue fundado como municipio el 15 de enero de 1543. Durante la administración del doctor Rafael Zaldívar y por Decreto Legislativo de 21 de febrero de 1878, se erigió en pueblo, con el nombre de Turín, el valle denominado Rincón de la Madera, en jurisdicción de la villa de Atiquizaya.

El nuevo municipio quedó incorporado en el distrito de Atiquizaya, departamento de Ahuachapán, y sus vecinos obligados a proceder a la construcción de un cabildo, una casa de escuela y una iglesia, a la mayor brevedad posible.

2.8.3. EVENTOS IMPORTANTES.

Las fiestas patronales de Turín son celebradas 17 al 19 de marzo en honor a su patrono, San José.

2.8.4. CLIMA

El clima en su mayor parte es cálido, pertenece a los tipos de tierra caliente y tierra templada. El monto pluvial anual oscila entre 1600 y 2000 mm.

2.8.5. HIDROGRAFÍA

Riegan el municipio, los ríos: Agua Tibia, Salitrillo y Nuevo; y las quebradas: El Paraíso, Los Pozos, La Joya o La Tabaquera y Las Agujas.

2.8.6. ACCESIBILIDAD AL MUNICIPIO

Distancia (en kilómetro) entre Turín y las ciudades más grandes de El Salvador²⁸.

- San Salvador 70 km.

²⁸ Turín. DB City. Disponible en: <https://es.db-city.com/el-salvador--ahuachap%C3%83%C2%A1n--Turín>

- Santa Ana 22 km.
- Soyapango 73 km.
- San Miguel 179 km.
- Mejicanos 65 km.
- Apopa 66 km.
- Santa Tecla 61 km.
- Ahuachapán 9 km la más cerca.
- Delgado 69 km.
- Ilopango 76 km.
- Colon 51 km.
- Tonacatepeque 73 km.

2.8.7. VÍAS DE COMUNICACIÓN TERRESTRE

El pueblo de Turín establece comunicación, por carretera pavimentada con la ciudad de Ahuachapán, Atiquizaya, Chalchuapa, San Lorenzo y El Refugio. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal. Un ramal de FENADESAL, atraviesa el municipio.

El municipio es atravesado por la carretera RN-13 que es la principal vía de comunicación terrestre de la zona, que conecta con los polos urbanos de primer orden de la sub región y distribuye el tránsito vehicular de oriente a poniente hasta la frontera de Las Chinamas.

2.8.8. INDICADORES.

• POBREZA.

Turín, se ubica según el mapa de pobreza como uno de los municipios con pobreza baja. Dentro de los rangos de Pobreza, Turín se ubica con un Índice Integrado de Marginalidad Municipal (IMM) del 16.6, una Tasa de Pobreza Extrema de 16 y una Tasa de Pobreza Total de 32.0.

Las estadísticas de empleo reportan que el 29.3% de los habitantes están empleados. De este total 1,667 (63%) son hombres y 976 (37%) son mujeres (DIGESTYC, 2007). Los habitantes indican que la población más cualificada se emplea mayoritariamente fuera del municipio, lo que tiende a darle características de “ciudad dormitorio”.

• IDH

El Índice de Desarrollo Humano del municipio es de 0.756 que lo ubica en la posición número 20 de los 262 municipios del país y le caracteriza como un municipio de desarrollo humano alto, ligeramente superior a la media nacional.

• ESPERANZA DE VIDA Y EDUCACION.

La escolaridad promedio alcanza los 5.9 años y la esperanza de vida al nacer es de 71.2 años. El índice de escolaridad es de 0.777.

- **PIB**

El PIB per cápita se calcula en \$7,571.1 (PNUD-FUNDAUNGO, 2009).²⁹ Y el índice del PIB es de 0.722.³⁰

- **VIOLENCIA.**

Turín, es el tercer municipio con mayor violencia en la microrregión norte de Ahuachapán, según los datos de violencia del año 2012 al 2018, en dicho municipio se cometieron 111 delitos entre homicidios, extorciones, robos y violaciones, 11 delitos menos que el municipio de El Refugio. A continuación, se muestran las estadísticas de violencia en los años 2012-2018, según datos de la página del Sistema de Información de la Gestión Municipal (Sigmuni), los cuales están basados en estadísticas de delito del Departamento de Información y Estadísticas Policiales (DIEP-COPSDG) de la PNC.

Tabla 18. Datos de delitos cometidos en el municipio de Turín.

AÑO	HOMICIDIOS	EXTORCIONES	ROBOS	VIOLACIONES	TOTAL DELITOS
2012	8	8	1	16	33
2013	4	2	0	9	15
2014	7	3	1	4	15
2015	5	3	0	3	11
2016	8	0	1	3	12
2017	4	1	4	1	10
2018	8	1	0	6	15

Como se observa el año más violento fue el año 2012 con 33 delitos, para los siguientes años hubo una reducción significativa ya que la cantidad de delitos no sobrepaso los 15. Los delitos más cometidos en el municipio son los homicidios y las violaciones.

²⁹ Plan estratégico participativo de desarrollo con énfasis en el desarrollo económico del territorio (pep) del Municipio de Turin 2014-2020.

³⁰ Almanaque 262, PNUD, 2007, El Salvador.

2.8.9. TURISMO EN TURÍN

Dentro de los lugares turísticos recomendados a visitar en Turín se encuentran:



Termas El Paraíso: Ubicado en el Cantón El Paraíso, Termas del Paraíso es un atractivo turístico en el municipio de Turín, el cual ofrece piscinas de agua termales. También cuenta con el servicio de Jacuzzi, restaurante, toques musicales, juegos para niños y hostel.



Parque Central de Turín: Se encuentra ubicado frente a la Iglesia Parroquial y a la Alcaldía. Posee un kiosco central, jardines y mucha vegetación que le da mucha frescura y belleza. Así como juegos para niños y áreas de descanso. En él se realizan diversas actividades y festividades del municipio.



Parque deportivo de Turín: Se encuentra ubicado en Barrio El Socorro, fue construido e inaugurado en 2011. Cuenta con pista de patinaje, canchas, jardines y otras zonas de diversión para la familia.



Parroquia la Sagrada Familia: La iglesia Parroquial de Turín fue destruida por un terremoto, en el mismo lugar se construyó una nueva iglesia, frente a esta se puede ver las bases del antiguo templo y en los jardines se aprecia un pequeño kiosco donde están conservadas las antiguas campanas.

Es de mencionar que Turín no posee un Comité de Desarrollo Turístico.

2.8.10. EVENTOS IMPORTANTES.

Las fiestas patronales de Turín son celebradas 17 al 19 de marzo en honor a su patrono, San José.

2.9. ANÁLISIS DE LA INFORMACION SECUNDARIA.

- ◆ Todos los municipios fueron habitados en la época precolombina por los Pokomanes los cuales pertenecían al grupo Maya-Quiché, por ello en los municipios de San Lorenzo, El Refugio, y Atiquizaya se cuenta con artesanías de réplicas maya.
- ◆ Los municipios que pertenecen a la Microrregión Norte de Ahuachapán, poseen un clima caluroso, y las carreteras por las cuales se tiene acceso al centro de estos municipios estas pavimentadas, lo que hace que sea fácil llegar al centro histórico de estos municipios.
- ◆ Los municipios de Atiquizaya, Turín y El Refugio están catalogados como municipios con pobreza baja, y San Lorenzo es el único municipio de la microrregión que posee pobreza alta lo que implica que se tiene difícil acceso a los servicios sociales básicos, un potencial productivo bajo, recursos humanos no calificados, etc. Por ello potencial el desarrollo turístico en la microrregión ayudaría a mejorar las condiciones de vida de las personas que viven en dicho municipio y la de los otros también. En conjunto con las organizaciones de las comunidades, municipalidades, empresas privado e instituciones de gobierno, se tendría un mayor impacto en dichos municipios.
- ◆ Con respecto al índice de desarrollo humano, los municipios con mejor índice de desarrollo de la microrregión son los de Turín y El Refugio, lo que implica que poseen, una tasa de escolaridad y esperanza de vida aceptable, y un nivel de vida decente el cual se mide por el ingreso percapita de dichos municipios. Atiquizaya ocupa el puesto 35 a nivel nacional lo que es aceptable y posee niveles de escolaridad, esperanza de vida e ingresos aceptables. El municipio con menor desarrollo humano es San Lorenzo, y ocupa el puesto 113 de los 262 municipios del país, lo que implica que es San Lorenzo el municipio con menos niveles de educación, esperanza de vida e ingresos.
- ◆ Atiquizaya, es el municipio con mayor violencia en la microrregión norte de Ahuachapán según los datos de violencia del año 2012 al 2018, lo que podría ocasionar miedo en los turistas y reducir la afluencia turística en dicho municipio. El municipio menos violento es San Lorenzo, lo que hace que los turistas puedan sentirse seguros al momento de visitar dicho municipio.
- ◆ De acuerdo a la información presentada sobre el turismo en los municipios se puede concluir que la microrregión posee un potencial turístico en los tipos de turismo de Naturaleza, cultural e histórico.

2.10. SITUACIÓN TURÍSTICA ACTUAL EN LA MICRORREGION.

2.10.1. METODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN DEL TURISMO EN LA MICRORREGION.

Método de obtención de datos

Técnicas de recolección de información

Las técnicas utilizadas para la recopilación de información de la situación del turismo en la microrregión son las siguientes:

- ◆ **Entrevistas personales:** Las entrevistas serán directamente con los alcaldes de los municipios de la microrregión.

Fuentes de Información

Para el desarrollo de la investigación para conocer cómo se encuentra el turismo en los municipios de la microrregión, se hará uso de los siguientes tipos de información:

Información primaria.

Se refiere a la información que será generada por una investigación de campo, es decir entrevistas realizadas a los alcaldes de los municipios.

2.10.2. DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información primaria, el instrumento de recopilación de información será diseñado bajo 3 ejes de investigación, los cuales son:

◆ ORGANIZACIÓN TURISTICA.

Se investigará cuál es la situación actual de la organización turística de los municipios que pertenecen a la microrregión, si posee un equipo o unidad encargado del desarrollo turístico, apoyo de entidades internas y externas, si poseen plan de desarrollo etc.

◆ OFERTA TURISTICA.

Se investigará cuáles son los elementos de la planta turística que actualmente posee y los recursos turísticos.

◆ DEMANDA TURISTICA.

Se investigará aspectos estadísticos, lugares de preferencia, medios de promoción, entre otros aspectos relacionados con la afluencia y demanda turística.

◆ SITUACION ACTUAL DE LA MICRORREGION.

Se investigará como se encuentra la microrregión actualmente.

Tabla 19. Proceso de diseño de cuestionario,

EJE	OBJETIVO	INDICADOR	RESULTADOS ESPERADOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	NO.
ORGANIZACIÓN TURÍSTICA	Conocer si la alcaldía apoya al turismo en el municipio.	Apoyo al turismo	Respuesta favorable o desfavorable de apoyo al turismo en el municipio.	¿La alcaldía municipal apoya el turismo del municipio?	1
	Conocer si la alcaldía posee algún programa o proyecto relacionado al turismo.	Apoyo al turismo.	Programas o proyectos que posee la alcaldía.	¿En su plataforma municipal si se ha contemplado el apoyo al turismo?	2
	Conocer si la alcaldía posee un departamento o unidad de turismo.	Departamento o unidad turística.	Elemento de la organización turística del municipio.	¿Dentro de la alcaldía municipal existe un Departamento o Unidad encargada del desarrollo turístico local?	3
	Conocer si poseen un plan de desarrollo turístico del municipio.	Plan de desarrollo turístico.	Elemento de la organización turística del municipio.	¿Existe un Plan de Desarrollo Turístico del municipio?	4
	Determinar el tipo de apoyo proporcionado por entidades gubernamentales o externas,	Apoyo que recibe en cuanto a los recursos turísticos.	Elemento de la organización turística del municipio.	¿El municipio recibe algún tipo de apoyo por parte de alguna entidad Gubernamental o externa?	5
OFERTA TURÍSTICA	Identificar cuáles son los principales atractivos turísticos del municipio.	Atractivos turísticos	Oferta turística municipio.	¿Cuáles son los principales atractivos turísticos que posee el municipio?	6
	Identificar los productos gastronómicos que posee el municipio.	Gastronomía del municipio.	Oferta gastronómica del municipio.	En gastronomía ¿se tiene algo propio?	7
	Identificar los servicios e infraestructura turística del municipio.	Infraestructura / Servicios	Oferta de la planta turística del municipio.	¿Qué infraestructura y servicios de apoyo posee el municipio para recibir turistas? (alimentación y hospedaje)	8

	Conocer la existencia de medios de publicidad y promoción.	Publicidad y promoción	Identificación de los medios de publicidad y promoción.	¿Se realiza publicidad o promoción al turismo del municipio?	9
DEMANDA TURISTICA	Conocer cuál es el motivo principal por el que llegan los turistas.	Motivo de afluencia	Afluencia turística en el competidor.	¿Cuál es el motivo principal por el que llegan turistas al municipio?	10
	Conocer los atractivos turísticos más demandados en el municipio.	Atractivo turístico más demandado	Atractivos turísticos preferidos y con más demandados.	¿Cuál es el atractivo turístico que posee mayor demanda por los turistas en el municipio?	11
	Investigar estadísticas de turismo propias del municipio.	Afluencia Turística	Demanda turística del competidor	¿Poseen estadísticas de afluencia turística?	12
	Determinar las características o factores que contribuyen al desarrollo turístico del municipio.	Características turísticas del municipio.	Características favorables que contribuyan al desarrollo turístico.	¿Qué considera que contribuye para que el municipio tenga el desarrollo turístico que posee actualmente?	13
SITUACION ACTUAL DE LA MICRORREGION.	Conocer cuál es la situación actual de la microrregión.	Apoyo de la microrregión.	Identificar la situación actual.	¿Se ha realizado trabajos con la microrregión?	14

El instrumento de recolección de información para la situación turística actual de la microrregión se presenta en anexos.

2.10.3. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION.

INTERPRETACION POR PREGUNTA.

Tabla 20: Interpretación de las entrevistas por pregunta.

PREGUNTA	INTERPRETACION
¿La alcaldía municipal apoya el turismo del municipio?	Si existe apoyo por parte de los alcaldes en cuanto al turismo, aunque algunos no lo hacen directamente, pero si tienen conocimiento de que el turismo trae muchos beneficios a las comunidades.
¿En su plataforma municipal si se ha contemplado el apoyo al turismo?	Solo Atiquizaya posee programas en su plataforma que van directamente a mejorar el turismo en el municipio, los otros municipios no han contemplado programas para mejorar el turismo directamente, pero si lo hacen con programas que ayudan a los agricultores y a la infraestructura del municipio.
¿Dentro de la alcaldía municipal existe un Departamento o Unidad encargada del desarrollo turístico local?	Atiquizaya, San Lorenzo y El Refugio poseen una unidad turística y comité de desarrollo turístico. Solo el municipio de Turín, no posee unidad de turismo, ni un comité de desarrollo turístico establecido. El municipio de El Refugio posee unidad de turismo, pero actualmente no hay alguien que se encargue de ella.
¿Existe un Plan de Desarrollo Turístico del municipio?	Solo San Lorenzo y Atiquizaya poseen un Plan de desarrollo Turístico.
¿El municipio recibe algún tipo de apoyo por parte de alguna entidad Gubernamental o externa?	Las instituciones que apoyan a los municipios de la microrregión son USAID, JICA, CONAMYPE, MITUR y algunas cooperativas empresas como QUIRUBA y ACOPAJ, esto principalmente en Atiquizaya y San Lorenzo. Los otros dos municipios manifiestan no poseer ningún otro apoyo.
¿Cuáles son los principales atractivos turísticos que posee el municipio?	Como microrregión se posee gran variedad de atractivos tanto naturales, como culturales. Los principales son El Salto de Malacatiupan, Rio Grande, Viveros del café, el Parque principal de Turín y los festivales que se realizan en los municipios.
En gastronomía ¿se tiene algo propio?	Solo los municipios de San Lorenzo y Atiquizaya poseen algo propio del municipio en gastronomía.
¿Qué infraestructura y servicios de apoyo posee el municipio para recibir turistas? (alimentación y hospedaje)	Los municipios de Turín y El Refugio carecen de hospedajes, solo Atiquizaya y San Lorenzo poseen por lo menos un hospedaje donde puedan quedarse los turistas que lo visitan.
¿Se realiza publicidad o promoción al turismo del municipio?	El municipio que le da más publicidad al turismo es Atiquizaya, seguido de San Lorenzo, los municipios de Turín y El Refugio no realizan publicidad turística.
¿Cuál es el motivo principal por el que llegan turistas al municipio?	Los turistas que visitan los municipios lo hacen por los atractivos como el Salto de Malacatiupan y los festivales que en estos se realizan.

¿Cuál es el atractivo turístico que posee mayor demanda por los turistas en el municipio?	Los atractivos que poseen mayor demanda son El Salto de Malacatiupan, Festivales gastronómicos, Termas del Paraíso y los viveros de café.
¿Poseen estadísticas de afluencia turística?	Solo Atiquizaya y San Lorenzo poseen aproximaciones de afluencia de turistas, en temporadas altas y festivales, llegan aproximadamente 19,000 personas.
¿Qué considera que contribuye para que el municipio tenga el desarrollo turístico que posee actualmente?	Los principales motivos que contribuyen al desarrollo turístico son el apoyo de la municipal con proyectos que benefician al turismo, y el apoyo de organizaciones que ayudan a mejorar la calidad de vida de las comunidades.
¿Se ha realizado trabajos con la microrregión?	Todos manifiestan que no se ha realizado trabajos en conjunto, pero si estarían dispuestos a trabajar en conjunto para el desarrollo turístico.

2.10.4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

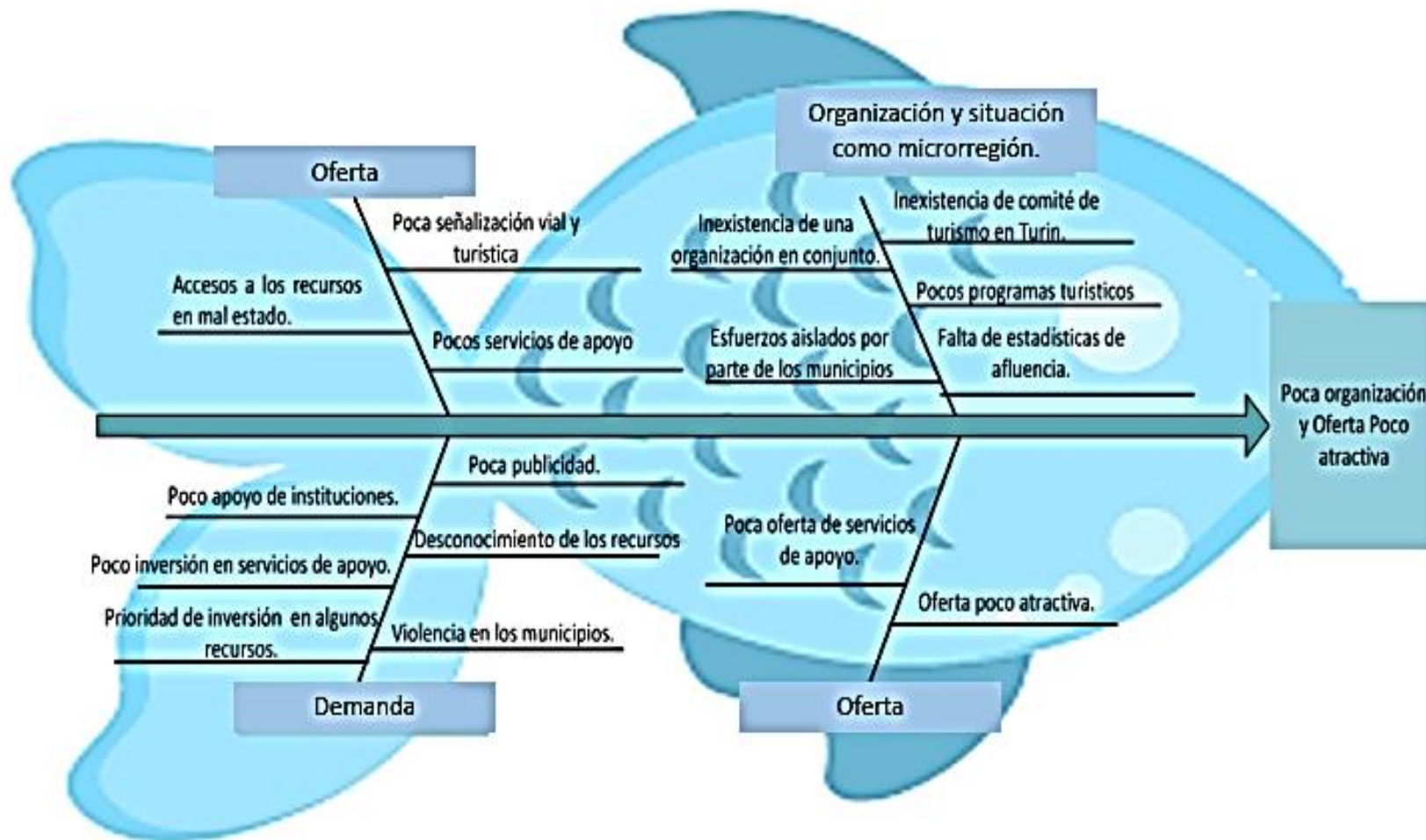
Tabla 21: análisis por ejes de los resultados de las encuestas.

EJE	
ORGANIZACIÓN TURÍSTICA	<p>Como alcaldías han creado oficinas para turismo en tres municipios de la microrregión, tal es el caso de Atiquizaya y San Lorenzo. Además, se ha realizado la conformación de los Comités de desarrollo turístico (CDT) conformados por miembros de la alcaldía y miembros de comunidad de los municipios de San Lorenzo, Atiquizaya y El Refugio. Turín no posee comité de desarrollo turístico, sin embargo, la alcaldía le está apostando al crecimiento turístico del municipio. Para que el turismo crezca se necesita apoyo de las comunidades de los municipios y de las empresas y organizaciones que trabajan en dicho municipio, y que apuesten a mejorar la calidad de vida de las personas. Ya que existen organizaciones que apoyan al turismo actualmente, se puede solicitar apoyo para la implementación de los resultados que el plan de desarrollo turístico arroje al finalizar el estudio.</p> <p>En materia turística, actualmente son deficientes los programas que apoyen el turismo como actividad que impulse económicamente en los municipios.</p>

<p align="center">OFERTA TURISTICA</p>	<p>El principal fuerte que tiene la microrregión son los festivales gastronómicos que en estos se realizan, ya que atraen a muchos turistas. Así mismo posee atractivos turísticos que brindan contacto con la naturaleza y que a los turistas le gustan visitar.</p> <p>En cuanto a los servicios de hospedajes se tiene pocos lugares donde se puedan hospedar los turistas nacionales y extranjeros. Poseen más servicios de alimentos y que van desde comedores típicos hasta restaurantes.</p> <p>La publicidad es esencial para que lleguen turistas a los municipios, ya que de esta forma las personas conocen los atractivos que como microrregión se tienen y las actividades que estos poseen.</p>
<p align="center">DEMANDA TURISTICA</p>	<p>Los Municipios con mayor afluencia de turistas son Atiquizaya y San Lorenzo, ya que estos poseen mayor publicidad en las redes sociales y sus destinos turísticos son más conocidos por los turistas. Así mismo, en estos dos municipios, en los últimos años se ha intensificado el interés por dar a conocerlos destino turístico, logrando así, un aumentar un poco la afluencia de turistas. Caso contrario son los municipios de El Refugio y Turín, estos municipios aún no se han dado a conocer como municipios turísticos a pesar que tienen gran variedad de atractivos turísticos como artesanías, recursos naturales, tradiciones, gastronomía, etc.</p> <p>Cabe recalcar que no se poseen datos sobre la afluencia de turistas en los municipios de Turín y El Refugio. De San Lorenzo se poseen pocos datos sobre la afluencia de turistas como de Atiquizaya y son aproximaciones.</p> <p>Los motivos que contribuyen al desarrollo turístico son el apoyo de la municipal con proyectos que mejoran los servicios turísticos y atractivos, y el apoyo que organizaciones internas y externas brindan a las comunidades.</p>
<p align="center">SITUACION DE LA MICRORREGION.</p>	<p>Como microrregión no se poseen esfuerzos en común, pero si se manifiesta el interés y la voluntad por parte de las municipalidades para trabajar en conjunto en programas o proyectos que ayuden y beneficien a las comunidades de todos los municipios que conforman la microrregión.</p>

2.11. ANÁLISIS GLOBAL DE INFORMACION SECUNDARIA.

Para finalizar el análisis de estas áreas, se hace uso de la técnica lluvia de ideas así mismo se auxilió del diagrama Ishikawa para organizar y clasificar los problemas detectados de la situación actual del turismo en la microrregión.



2.12. PERFIL DE LOS MUNICIPIOS DE LA MICRORREGION.

De la investigación realizada se resume a continuación las características comunes de los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte.

Tabla 22. Perfil actual de la microrregión.

PERFIL	
Organizaciones involucradas en el desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldías • Unidad turística municipal de San Lorenzo y Atiquizaya. • Comités de Desarrollo Turístico (CDT) de San Lorenzo, Atiquizaya y El Refugio. • Ministerio de Turismo • Organizaciones de apoyo y cooperación
Documentos de apoyo a la actividad turística	<ul style="list-style-type: none"> • Planes de desarrollo turístico San Lorenzo. • Planes institucionales. • Planes de desarrollo local.
Tipos de turismo que oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo. • Turismo Artesanal. • Agroturismo • Turismo Gastronómico • Turismo de Aventura • Turismo Cultural
Tipos de turistas	<ul style="list-style-type: none"> • Locales, Nacionales e Internacionales
Infraestructura y servicios de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes • Hoteles y Hostales • Sitios de esparcimiento • Servicios complementarios: financiero, salud, comercial, transporte, entre otros.
Medio de difusión de información	<ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales • Páginas web • Brochures
Características que propician su desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de la municipalidad • Unidad turística en alcaldías • Oferta turística diversa • Diferenciación de los destinos. • Apoyo de organizaciones externas.
Deficiencias encontradas	<ul style="list-style-type: none"> • Accesos viales en malas condiciones. • Pocos programas que apoyan el turismo. • Falta de organización a nivel de microrregión. • Pocos servicios de apoyo como hostales.

3. INVENTARIO DE RECURSOS 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, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico.

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

Una oferta organizada del turismo local, innovadora y competitiva, contribuirá a tener destinos de calidad, favoreciendo significativamente a las comunidades y a los agentes económicos ligados a la actividad turística.

Todo inventario deberá presentar dos características fundamentales:

- Debe constituir un reflejo fiel de la realidad de los recursos turísticos, indicando la información técnica y la situación en que se encuentran, porque a partir de este instrumento se puede propiciar el acondicionamiento necesario que permita el desarrollo turístico, conllevando a producir ciertos beneficios para el espacio geográfico estudiado.
- Debe de ser claro, abierto y dinámico; permitiendo su actualización periódica de todas las variaciones que se experimentan en los recursos turísticos, y su situación nueva; así como la incorporación de los mismos.

3.1. OBJETIVOS DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

Objetivo General

Conocer de manera real, sistemática y ordenada los recursos turísticos de la microrregión Ahuachapán Norte, a fin de que sirva de base para el diseño del plan de desarrollo turístico.

Objetivos específicos

- Contar con una herramienta de trabajo para la elaboración de planes y programas de desarrollo turístico, a fin que motiven la inversión pública y privada.
- Satisfacer las demandas de información requeridas tanto del sector público, sector privado y usuarios en general, con el propósito de lograr el mejor aprovechamiento de la base de datos.
- Propiciar el desarrollo de productos turísticos y la integración de los mismos, en base a la información del Inventario.

3.2. METODOLOGÍA DEL INVENTARIO TURÍSTICO.

ESQUEMA METODOLÓGICO

Actualmente los inventarios turísticos realizados en el país, a cargo de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), reúne información básica de los destinos turísticos de la zona geográfica sujeta a estudio como lo es nombre, dirección y coordenadas geográficas.

Para el presente trabajo de grado, considerando que la metodología utilizada en el país para la recolección y presentación de inventarios turísticos, no cumple de forma completa las características de un inventario turístico, se tomó de base y se le realizaron las respectivas adaptaciones y modificaciones, a la metodología planteada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, donde dicha metodología es avalada por la organización mundial del turismo (OMT), organismo internacional vinculado a las naciones unidas.

El siguiente esquema muestra la metodología general a seguir para la realización del inventario turístico de la Microrregión de Ahuachapán Norte.

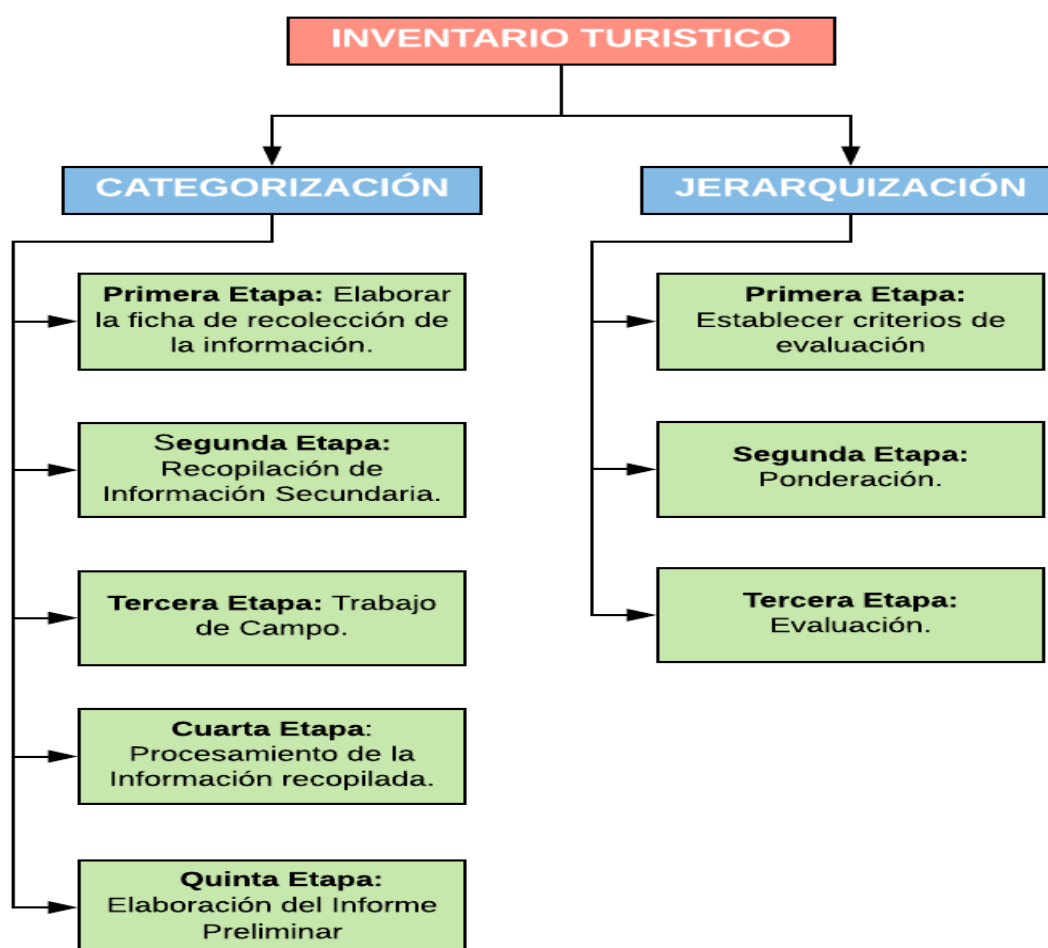


Ilustración 67. Metodología de Inventario Turístico.
Fuente: Elaboración propia, basada en metodología MINCETUR

El levantamiento del inventario de recursos turísticos comprende dos fases de trabajo:



FASE I: CATEGORIZACIÓN

Ordenar y clasificar los lugares, objetos, acontecimientos y otros de interés turístico de los recursos turísticos de la microrregión de Ahuachapan Norte. Proceso que se refiere a la recopilación de información, ordenamiento y clasificación de los datos.



FASE II: JERARQUIZACIÓN

Evaluación y jerarquización de los recursos turísticos, que comprende el proceso de ponderación de los recursos, con el fin de determinar su grado de importancia.

3.3. CATEGORIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

PROCEDIMIENTO

La fase I se realizará en cinco etapas:

Primera Etapa: Elaborar la ficha de recolección de la información, en la cual definir las categorías, tipos, subtipos y elementos de información a incluir para cada recurso turístico, lo cual servirá para el procesamiento ordenado de la información.

Segunda Etapa: Recopilación de Información Secundaria. Es un trabajo de gabinete, donde se considerarán todos los datos remitidos por los gobiernos locales y regionales, bibliografía existente, periódicos, revistas e información de organismos técnicos especializados.

Tercera Etapa: Trabajo de Campo. Consiste en la identificación y/o verificación in situ de los recursos turísticos, tipos de medios de acceso y facilidades turísticas, para su reconocimiento, permitirá la ampliación y/o ajuste de la información obtenida en la etapa anterior. Así también, se llevarán a cabo entrevistas necesarias con representantes de la comunidad local, conocedores de sus recursos turísticos. Lo cual, se complementará según sea el caso con la información que proporcionen los organismos e instituciones responsables del cuidado y desarrollo de los recursos turísticos. Además, en esta etapa es importante apoyarse en todos los medios disponibles (videos, fotografías, mapas, etc.).

Posteriormente, se procederá al llenado de la ficha de acuerdo al formato planteado.

Registro de la Información: Se realiza mediante el llenado de fichas, en donde se indicará claramente lo siguiente:

- ◆ Nombre.
- ◆ Ubicación geográfica en la que se encuentra cada recurso turístico.
- ◆ Categoría, tipo y sub-tipo.
- ◆ Descripción.
- ◆ Particularidades (no todos los recursos cuentan con características singulares que lo hacen único en su género, otorgándole gran importancia)
- ◆ Estado actual
- ◆ Tipo de visitantes
- ◆ Tipos de medios de acceso (todos los que hacen posible llegar al recurso), y distancia/tiempo (desde la capital de provincia)
- ◆ Tipo de ingreso al recurso
- ◆ Época propicia de visita al recurso turístico (considerar la mejor temporada para ser visitado)
- ◆ Horario de visita; especificaciones.
- ◆ Infraestructura básica
- ◆ Actividades actuales dentro del recurso turístico.
- ◆ Servicios actuales dentro y fuera del recurso turístico.

Cuarta Etapa: Procesamiento de la Información recopilada. Por la cantidad de información es preferible su procesamiento mediante una base de datos. En esta etapa se realiza la clasificación y ordenamiento de los recursos, de acuerdo a la categoría, tipo y/o sub tipo, que le corresponde a cada uno, según las tablas diseñadas.

Quinta Etapa: Elaboración del Informe Preliminar; documento que constituye un diagnóstico y un resumen de los principales recursos turísticos de la microrregión. Se adjuntarán a dicho informe fotografías y mapas correspondientes.

3.4. CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

CLASIFICACIÓN

Para un mejor manejo del inventario, se establece la agrupación de cinco categorías de recursos turísticos, teniendo en cuenta las características propias del potencial turístico de la microrregión de Ahuachapán Norte.

1. **Sitios Naturales:** esta categoría agrupa a diversas áreas naturales que, por sus atributos propios, son considerados parte importante del potencial turístico.



Ilustración 68. Sitios Naturales.

2. **Manifestaciones Culturales:** se consideran las diferentes expresiones culturales de la microrregión, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros.

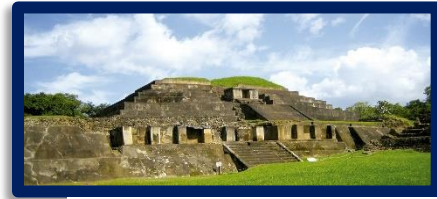


Ilustración 69. Manifestaciones culturales.

3. **Folclore:** es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes, gastronomía, etc. El Folclore es una Manifestación Cultural, sin embargo, por su representatividad e importancia para la microrregión, se ha considerado conveniente que éste constituya otra categoría.



Ilustración 70. Folclore.

4. **Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas:** comprenden aquellas obras actuales pero que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología, con características relevantes para el interés turístico.

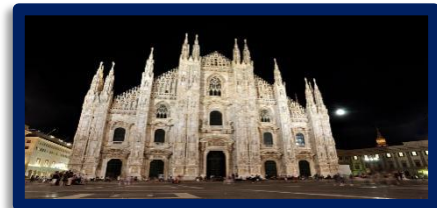


Ilustración 71. Arte contemporáneo

5. **Acontecimientos Programados:** categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.



Ilustración 72. Acontecimientos Programados.

A continuación, se presenta un cuadro resumen de la clasificación de los atractivos turísticos en categorías, tipos y subtipos.

Tabla 23. Clasificación de los atractivos turísticos, según OEA CICATUR.

CATEGORÍAS	TIPOS	SUBTIPOS
<p style="text-align: center;">1. SITIOS NATURALES</p>	<p style="text-align: center;">1.1 Montañas</p>	1.1.1 Cordilleras 1.1.2 Altiplanos 1.1.3 Mesetas 1.1.4 Cerros 1.1.5 Áreas Nevadas 1.1.6 Bosques de Piedra 1.1.7 Volcanes 1.1.8 Lomas 1.1.9 Valles 1.1.10 Quebrada
	<p style="text-align: center;">1.2 Planicies</p>	1.2.1 Desiertos 1.2.2 Llanuras 1.2.3 Salinas 1.2.4 Tablazos
	<p style="text-align: center;">1.3 Costas</p>	1.3.1 Playas 1.3.2 Acantilados 1.3.3 Islas 1.3.4 Penínsulas 1.3.5 Farallones 1.3.6 Bahías 1.3.7 Esteros y Manglares 1.3.8 Puntas
	<p style="text-align: center;">1.4 Cuerpos de agua</p>	1.4.1 Lagos 1.4.2 Lagunas 1.4.3 Ríos 1.4.4 Oasis 1.4.5 Pantanos 1.4.6 Humedales 1.4.7 Manantiales
	<p style="text-align: center;">1.5 Caídas de agua</p>	1.5.1 Catarata 1.5.2 Cascadas
	<p style="text-align: center;">1.6 Aguas minero medicinales</p>	1.6.1 Aguas Termales 1.6.2 Aguas No Termales 1.6.3 Gases 1.6.4 Lodos
	<p style="text-align: center;">1.7 Áreas protegidas</p>	1.7.1 Parques Nacionales 1.7.2 Santuarios Nacionales 1.7.3 Santuarios Históricos 1.7.4 Reservas Nacionales 1.7.5 Bosques de Protección 1.7.6 Reservas Paisajistas
	<p style="text-align: center;">1.8 Lugares de observación de flora y fauna</p>	1.8.1 Observación de flora 1.8.2 Observación de fauna 1.8.3 Bosques 1.8.4 Miradores Naturales 1.8.5 Caminos

2. MANIFESTACIONES CULTURALES	2.1 Museos	2.1.1 Museo 2.1.2 Galería 2.1.3 Colección particular 2.1.4 Sala de exhibición
	2.2 Arquitectura y Espacios Urbanos	2.2.1 Iglesias (Templo, Catedral, etc.) 2.2.2 Convento 2.2.3 Capilla 2.2.4 Casa de valor arquitectónico 2.2.5 Hacienda 2.2.6 Teatros 2.2.7 Biblioteca 2.2.8 Edificaciones (Fortalezas, escuelas, cuarteles, colegios). 2.2.9 Universidades 2.2.10 Plazas 2.2.11 Alamedas 2.2.12 Paseos 2.2.13 Miradores 2.2.14 Parques 2.2.15 Obras de ingeniería.
	2.3 Lugares Históricos	2.3.1 Edificaciones (Casas, balcones, cuartos, ventanas, patios, murallas) 2.3.2 Complejo Histórico 2.3.3 Campo de Batalla 2.3.4 Plazas 2.3.5 Estación Ferroviaria.
	2.4 Lugares arqueológicos	2.4.1 Edificaciones 2.4.2 Cuevas y grutas. 2.4.3 Pinturas 2.4.4 Petroglíficos 2.4.5 Esculturas.
3. FOLCLORE	3.1 Creencias Populares	3.1.1 Cuentos 3.1.2 Costumbres 3.1.3 Leyendas 3.1.4 Mitos 3.1.5 Tradiciones 3.1.6 Música y Danzas
	3.2 Ferias y mercados	3.2.1 Ferias Artesanales 3.2.2 Mercados Artesanales
	3.3 Artesanías y Arte	3.3.1 Alfarería 3.3.2 Cerámica 3.3.3 Cera 3.3.4 Cestería 3.3.5 Cueros y pieles 3.3.6 Madera 3.3.7 Metales 3.3.8 Mascaras 3.3.9 Metal

		3.3.10 Vidrio 3.3.11 Pintura 3.3.12 Joyería 3.3.13 Textil 3.3.14 Piedras
	3.4 Gastronomía	3.4.1 Platos Típicos 3.4.2 Bebidas Típicas 3.4.3 Dulces Típicos
4. REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS O ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	4.1 Explotaciones	4.1.1 Explotaciones mineras 4.1.2 Explotaciones Agropecuarias 4.1.3 Explotaciones industriales
	4.2 Obras de arte y técnica	4.2.1 Pintura 4.2.2 Escultura 4.2.3 Artesanía 4.2.4 Diseño industrial 4.2.5 Arquitectura 4.2.6 Realizaciones urbanas 4.2.7 Obras de ingeniería
	4.3 De ciencia	4.3.1 Centro científico 4.3.2 Centro tecnológico 4.3.3 Zoológicos y 4.3.4 Acuarios 4.3.5 Botánicos
5. ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	5.1 Artísticos	5.1.1 Música 5.1.2 Teatro 5.1.3 Festivales de cine
	5.2 Eventos	5.2.1 Deportivos 5.2.2 Concursos 5.2.3 Ferias (No artesanales) 5.2.4 Concursos de belleza 5.2.5 Convenciones y Congresos 5.2.6 Exposiciones 5.2.7 Oportunidad compra especial
	5.3 Fiestas	5.3.1 Fiestas religiosas 5.3.2 Fiestas paganas 5.3.3 Carnavales

3.4.1. INSTRUCCIONES DEL LLENADO DE LA FICHA PARA INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

Con el propósito de realizar el levantamiento del inventario de atractivos turísticos, se ha diseñado una ficha técnica (anexo 5), para una adecuada formulación, que incluye la información básica de cada recurso debidamente identificado y datos cualitativos del entorno, que permiten describir la situación actual del mismo.

Se trata así de sistematizar la información referente a los recursos naturales y culturales del, al equipamiento turístico y a la infraestructura básica disponible, que constituyen elementos de la oferta turística.

Para garantizar el correcto llenado de la ficha antes mencionada, se considera necesario precisar el detalle de su contenido, de acuerdo a las indicaciones siguientes:

- ◆ **Numero de ficha:** El cual deberá empezar del número 01 y luego ir ascendiendo progresivamente.
- ◆ **Nombre del recurso turístico:** Se indicará el nombre que identificará al recurso turístico, sin incluir ningún tipo de descripción.
- ◆ **Ubicación geográfica:** Indicara la localización de los recursos atendiendo, al municipio, cantón, distrito, calle o poblado donde se ubican.
- ◆ **Categoría, Tipo y Sub-Tipo:** Se realizará en función a lo establecido en la clasificación de los atractivos turísticos.
- ◆ **Descripción General:** Se considerarán los datos sobresalientes que detallan las características del recurso según corresponda, en el caso que fuera de tipo cultural se explicará el significado histórico – turístico, la cultura a la pertenezca, de ser el caso, la fecha de construcción, el estilo de la edificación, estado de conservación y mantenimiento.
- ◆ **En el caso de ser tipo natural, se describirá las variables siguientes:** situación, altura, profundidad, superficie, clima, temperatura, fauna y flora existente, estado de conservación y mantenimiento.
- ◆ **En el caso de folclore y eventos programados:** Se requiere del lugar y fecha del acontecimiento del suceso, el tipo y las causas que motivan el interés turístico.
- ◆ **Cuando se trate de realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas:** Debe destacarse los aspectos principales, las causas de interés turístico y las posibilidades de visita.
- ◆ **Particularidades:** En este campo se precisarán las características más singulares e importantes del recurso turístico que lo diferencian del resto. Deberá también incluirse cualquier tipo de reconocimiento.

- ◆ **Estado actual:** Se establecerá el estado de conservación en el que se encuentra el recurso turístico.
- ◆ **Observaciones:** Se establece información que no haya sido considerada en otro apartado de la ficha, como, por ejemplo, la existencia de proyectos de recuperación o mejoramiento para la puesta en valor turístico. En el caso de acontecimientos programados, se debe indicar el día y el lugar del mismo en el que usualmente se realiza, en el caso de tratarse de una fecha movable.
- ◆ **Tipos de visitantes:** Indicar los diferentes tipos de visitantes que asisten al recurso turístico (extranjero, nacional, regional, local).
- ◆ **Acceso hacia el recurso:** donde se establece el tipo de acceso para llegar desde un punto de referencia al atractivo turístico. Luego, se debe colocar el medio de transporte que permitirá llegar al recurso (a pie, en vehículo, motocicleta, etc.).
- ◆ **En rutas de acceso:** Se enumerar los recorridos (1, 2,3...), tramos (desde el lugar de partida hacia el punto de llegada), acceso (terrestre, marítimo, etc.), medio de transporte y vías utilizadas. Además, se requiere datos sobre la distancia utilizado desde un punto de referencia; lo cual se definirá en kilómetros para cada medio de acceso. Puede encontrarse más de un recorrido al recurso.
- ◆ **Tipo de ingreso:** Donde se especificará la forma de ingreso al recurso turístico (libre, se paga un precio por la entrada, se solicita permiso con anticipación o se mencionará si fuera de otro tipo la forma de ingreso).
- ◆ **Época propicia de visita al recurso:** Marcar las siguientes opciones; todo el año, esporádicamente algunos meses (especificar cuáles meses), Feriado (especificar fechas), fines de semana, otros (especificando la época y meses del año).
- ◆ **Horario de visita al recurso turístico:** se mencionará el horario de visita, especificando si hay alguna restricción de visita, en cuanto al día, hora, temporada, etc.
- ◆ **Infraestructura dentro del recurso:** Indicar los servicios básicos y de apoyo con que cuenta el recurso, como agua, desagüe, alcantarillado, luz, teléfono, señalización y otros. Cabe precisar que será considerada dentro del recurso la infraestructura, que se encuentre sin sobrepasar los límites físicos o perímetros del recurso, según sea el caso.
- ◆ **Infraestructura fuera del recurso:** Indicar los servicios básicos y de apoyo con que cuenta el recurso, como agua, desagüe, alcantarillado, luz, teléfono, señalización y otros. Cabe precisar que será considerada fuera del recurso la infraestructura que sobrepasa los límites físicos o perímetro del recurso, según sea el caso.
- ◆ **Actividades actuales dentro del recurso:** Describir las que se vienen realizando actualmente en dicho recurso, de acuerdo a la clasificación establecida.
- ◆ **Servicios actuales dentro del recurso:** Comprende los servicios que contribuyen de

manera directa o indirecta al desarrollo de la actividad turística y que se ubican dentro del ámbito del recurso.

- ◆ **Servicios actuales fuera del recurso:** Comprender los servicios que contribuyen de manera directa o indirecta al desarrollo de la actividad turística y que se ubican fuera del ámbito del recurso.
- ◆ **Datos complementarios:** A efectos de obtener información complementaria si el recurso: es utilizado para otros fines, si su propietario o poseedor pertenece al sector público o privado, si es administrado por una institución o empresa y alguna otra información que sea de interés.

3.5. RECURSOS TURÍSTICOS DE LA MICRORREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE

A continuación, se muestran las fichas del inventario de recursos turísticos de la microrregión de Ahuachapán norte.




INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS DE LA MICROREGIÓN AHUACHAPÁN NORTE

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: SALTO DE MALACATIUPÁN				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador – Atiquizaya	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	87.3 km
2	Atiquizaya – Salto	Microbús, Automóvil, Mototaxi, Bicicleta, Motocicleta.	Camino de tierra, Sendero	5.8 km
3	Santa Ana – Atiquizaya	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	23.8 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
X				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
(X) Esporádicamente algunos meses: <u>No se permite la visita en meses de invierno (Mayo – Octubre).</u>				
HORARIO DE VISITA: Todo el día.				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra_____		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra_____		
Será considerada dentro del recurso la infraestructura que se encuentre dentro del perímetro del mismo.				
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora PASEOS <input checked="" type="checkbox"/> Excursiones DEPORTES ACUÁTICOS <input checked="" type="checkbox"/> Natación		FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata <input checked="" type="checkbox"/> Ciclismo <input checked="" type="checkbox"/> Camping <input checked="" type="checkbox"/> Running OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Toma de Fotografías y Filmaciones		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: SALTO DE MALACATIUPÁN	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
<p>ALIMENTACIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> Restaurantes</p> <p><input type="checkbox"/> Snacks</p> <p><input type="checkbox"/> Bares</p> <p><input type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida</p> <p><input type="checkbox"/> Cafeterías</p> <p><input type="checkbox"/> Ventas de comida rápida</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: <u>Ventas de comida temporales</u></p>	<p>ALOJAMIENTO</p> <p>No posee</p> <p>OTROS SERVICIOS</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicios Guiados</p>
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)	
<p>ALIMENTACIÓN</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Snacks</p> <p><input type="checkbox"/> Bares</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p> <p>OTROS SERVICIOS</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Agencias de viajes</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Bancos</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Cajeros</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicios Guiados</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Venta de material Informativo (libros, revistas, postales, videos, etc)</p>	<p>ALOJAMIENTO</p> <p><input type="checkbox"/> Hoteles</p> <p><input type="checkbox"/> Albergues</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Casas de Hospedajes</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Hostales</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p> <p>LUGARES DE ESPARCIMIENTO</p> <p><input type="checkbox"/> Discotecas</p> <p><input type="checkbox"/> Cines o Teatros</p> <p><input type="checkbox"/> Maq. Tragamonedas</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Juegos Infantiles</p> <p><input type="checkbox"/> Otros <u>Instalaciones deportivas</u></p>
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO	
PUBLICO: Es patrimonio natural.	
ADMINISTRADO POR:	
Alcaldía municipal	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
2	PUENTE VIEJO		
			
UBICACIÓN			
Cantón Lomas de Alarcón; el puente está localizado sobre el río Agua Caliente.			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Manifestaciones culturales.	Lugares históricos.	Obras de ingeniería.	
DESCRIPCIÓN			
<p>El puente Viejo es una infraestructura antigua construida por los años de 1800, y fue realizada a base de ladrillo y cal. Bajo el puente se encuentra una poza de agua con una profundidad aproximada de 4 metros. En este lugar se encuentran dos ríos que se entrelazan, uno de agua fría y otro de agua caliente, conocido como los encuentros sus aguas son ricas en minerales y tiene propiedades medicinales.</p> <p>El puente servía de conexión con Guatemala, por el pasaban mercaderías que provenían de Guatemala para El Salvador y viceversa, este puente fue dinamitado por enemigos de El General Francisco Menéndez, cortando el acceso al municipio de Ahuachapán.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
En este lugar se encuentran dos ríos uno de agua caliente y uno de agua fría, lo que hace que el turista pueda experimentar una sensación diferente al poder tocar agua fría y caliente al mismo tiempo.			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso. Excelente _____ Bueno _____ Necesita Acondicionamiento <u> x </u> .			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo <u> x </u>	A pie <u> x </u>	Microbús <u> x </u>	
Autobús _____	Automóvil Particular <u> x </u>	Moto Taxi <u> x </u>	
Motocicleta _____	Camioneta 4x4 <u> x </u>	Autobús Turístico <u> x </u>	
Otro _____			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PUENTE VIEJO				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	Centro de Atiquizaya-puente	Carro, microbús.	Camino de tierra	5.2 km
2	Centro de Atiquizaya-puente	A Pie	Camino de tierra	5.2 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
X				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input checked="" type="checkbox"/> (X) Todo el Año <input type="checkbox"/> () Esporádicamente algunos meses _____ <input type="checkbox"/> () Feriados _____ <input type="checkbox"/> () Fines de semana <input type="checkbox"/> () Otros _____				
HORARIO DE VISITA: Todo el día.				
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> (x) Observación de Aves <input checked="" type="checkbox"/> (x) Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> (x) Observación de Flora <input type="checkbox"/> () Otros _____		PASEOS <input checked="" type="checkbox"/> (x) Paseos en Caballo <input type="checkbox"/> () Paseos en Carruaje <input type="checkbox"/> () Paseos en Lancha o canoa <input type="checkbox"/> () Excursiones <input type="checkbox"/> () Otros _____		
DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> (x) Caminata <input checked="" type="checkbox"/> (x) Pesca		OTROS <input checked="" type="checkbox"/> (X) Toma de Fotografías y Filmaciones		
DATOS COMPLEMENTARIOS				
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO				
Es un recurso turistico publico.				
ADMINISTRADO POR:				
Alcaldia de Atiquizaya.				

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	
3	TURICENTRO AGUIJUJO	
		
UBICACIÓN		
Cantón Zunca, Carretera AHU 11N, Atiquizaya.		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO
Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Parques
DESCRIPCIÓN		
<p>Las piscinas de Aguijuyo, es un parque acuático de aguas naturales, las cuales provienen de manantiales, sus vertientes de agua subterránea llena cada una de las piscinas, fluyendo en todo su entorno, hasta terminar en las corrientes del río San Antonio. En las piscinas se encuentran diversos peses. El parque está conformado por cuatro piscinas, alimentadas por agua natural, que nace en la piscina principal del turicentro. Las dimensiones de las piscinas varían, siendo la piscina principal la que posee mayor profundidad.</p>		
<p>El turicentro cuenta con áreas de mesas y un área de cocina donde los turistas pueden preparar sus alimentos, también cuenta con un parqueo interno el cual no posee una amplia capacidad, por lo cual, en ocasiones de demanda alta, se recurre a la utilización del terreno aledaño al turicentro. En sus instalaciones se realizan clases de natación, impartidas como un programa de la alcaldía de Atiquizaya.</p>		
<p>La función principal de turicentro es brindar a las personas del Municipio un lugar donde ellos puedan recrearse, tanto niños, jóvenes y adultos. Por ello el Turicentro cuenta con espacios donde los niños puedan divertirse como lo es las piscinas pequeñas y para las personas de mayor edad cuenta con piscinas más ondas.</p>		
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS		
<p>El Turicentro Aguijuyo tiene una riqueza cultural abundante, ya que el nombre de esta proviene de la leyenda pokoman de El príncipe Zunca y la princesa Aguijuyo, una princesa que habito el municipio de Atiquizaya en el pasado, así mismo se dice que el agua que nace en esta piscina es proveniente de las lágrimas que derramo el pueblo de Atiquizaya por la muerte de la princesa y el príncipe Zunca. Por esta leyenda el turicentro cuenta con una estatua en alusión a la princesa Aguijuyo, también para las fiestas patronales se realiza la coronación de la princesa Aguijuyo.</p>		
ESTADO ACTUAL		
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.		
Excelente_____	Bueno_____	Necesita Acondicionamiento__X__

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: TURICENTRO AGUIJUJO				
OBSERVACIONES				
<p>Se necesita realizar una mejora a la infraestructura del parque, como el área de cocinas, el área de mesas y silla, el tobogán de niños y los baños. El chalet existente no abre todos los días, por lo cual, existe una inconformidad de parte de los visitantes al no poder adquirir alimentos. Los números aproximados de afluencia al turicentro son 1,500 personas a la semana en temporada vacacional, como semana santa, fin de año y vacaciones agostinas. En temporada baja suelen tener 100 visitas a la semana, y cuando realizan festivales o actividades turísticas programadas 500 personas al día.</p>				
TIPO DE VISITANTE				
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL	
	x	x	x	
ACCESO HACIA EL RECURSO				
A caballo _____ A pie <u>X</u> Microbús <u>X</u> Autobús <u>X</u> Automóvil Particular <u>X</u> Moto Taxi <u>X</u> Motocicleta <u>X</u> Camioneta 4x4 <u>X</u> Autobús Turístico <u>X</u> Otro _____				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador- Turicentro Aguijuyo, Por carretera panamericana	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y camino de tierra.	91.1 km
2	El Refugio - Turicentro Aguijuyo, Por RN 13	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y camino de tierra	7.8 km
3	Centro Atiquizaya - Turicentro Aguijuyo, Por AHU 11n	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y camino de tierra	1.5 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
	X			
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
(X) Todo el Año () Esporádicamente algunos meses () Feriados () Fines de semana () Otros.				
HORARIO DE VISITA: Abierto 8:00 AM – 4:00 PM de jueves a martes.				

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: TURICENTRO AGUIJUYO	
INFRAESTRUCTURA	
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado	FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO	
NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves <input type="checkbox"/> Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora <input type="checkbox"/> Otros _____	FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales <input type="checkbox"/> Ferias <input type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos <input checked="" type="checkbox"/> Rituales Místicos <input type="checkbox"/> Otros _____
DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata	OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> Realización de Eventos <input checked="" type="checkbox"/> Otro: <u>Escuela de natación</u>
DEPORTES ACUÁTICOS <input checked="" type="checkbox"/> Natación	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Quioscos de venta de comida y/o bebida	LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Otro: <u>Piscinas</u>
ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> No posee	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Hostales	LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input type="checkbox"/> Otros: <u>Establecimientos deportivos</u>

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: TURICENTRO AGUIJUYO	
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros _____	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Bancos <input checked="" type="checkbox"/> Cajeros <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información (Alcaldía) <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía
DATOS COMPLEMENTARIOS	
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES Para la realizacion actividades culturales, sociales, de espacimientto, festividades y escuela de natación.	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO Municipio de Atiquizaya.	
ADMINISTRADO POR: Alcaldia municipal de Atiquizaya.	
OTRA INFORMACIÓN El costo de la entrada al turicentro es de \$0.60 por personas, \$1.00 por el parqueo. Niños menores de 7 años y adultos mayores no pagan entrada. Las clases de natación son gratis.	

FICHA No.	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
4	PARQUE 5 DE NOVIEMBRE		
			
UBICACIÓN			
Avenida 5 de noviembre Nte, Atiquizaya. Ubicado en el centro histórico del municipio, frente a la alcaldía y al costado izquierdo de la Parroquia Inmaculada Concepción de María.			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Parques	
DESCRIPCIÓN			
<p>Es el parque Principal del Municipio de Atiquizaya, espacio público, donde cualquier persona tiene el derecho de circular. Su nombre hace referencia a la fecha del primer grito de Independencia Patria que se dio en 1811. El parque fue construido entre 1905 a 1911, por el señor Sinforiano Cartagena, gran maestro constructor Atiquizayense y de gran renombre. Su diseño es casi único ha servido de base para muchos otros parques del país.</p> <p>En él se realizan diversas actividades turísticas, festivas, es utilizado como punto de reunión para tours y es una parada de descanso y relajación para turistas y habitantes del municipio. Posee un kiosco central, jardines y mucha vegetación que le da mucha frescura y belleza. En el perímetro del parque existen muchas bancas y el perímetro de los jardines fue adecuado de manera que sirven también de bancas.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
Su diseño es bastante único, tiene bastante capacidad para la visita y descanso de las personas. En él se realizan diversidad de actividades culturales, festividades, festivales gastronómicos, diferentes tipos de ventos, entre otros.			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno _____ Necesita Acondicionamiento _____			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo _____	A pie <input checked="" type="checkbox"/>	Microbús <input checked="" type="checkbox"/>	
Autobús <input checked="" type="checkbox"/>	Automóvil Particular <input checked="" type="checkbox"/>	Moto Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	
Motocicleta <input checked="" type="checkbox"/>	Camioneta 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	Autobús Turístico <input checked="" type="checkbox"/>	
Otro _____			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARQUE 5 DE NOVIEMBRE				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador- Parque 5 de noviembre, Por carretera panamericana y RN 13	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	90.1 km
2	San Salvador- Parque 5 de noviembre Por carretera panamericana	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	89.6 km
3	San Salvador- Parque 5 de noviembre, Por Sta. Ana – San Pablo Tacachico	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	117 km
4	Refugio - Parque 5 de noviembre, Por RN 13	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	6.7 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
X				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input checked="" type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Otros				
HORARIO DE VISITA: Abierto las 24 horas del día, todos los días.				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata		FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales <input checked="" type="checkbox"/> Ferias <input checked="" type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARQUE 5 DE NOVIEMBRE	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO	
OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> Realización de Eventos	<input checked="" type="checkbox"/> Compra de Artesanía <input checked="" type="checkbox"/> Toma de fotografías y filmaciones <input checked="" type="checkbox"/> <u>Otro Campañas de salud, actividades de la alcaldía</u>
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Snacks ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> No posee	LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> No posee
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros_____	LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Establecimientos deportivos, turicentro</u> OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Bancos <input checked="" type="checkbox"/> Cajeros <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Establecimiento de comercio.</u>
ALOJAMIENTO <input type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Albergues <input type="checkbox"/> Casas de Hospedajes <input checked="" type="checkbox"/> Hostales <input type="checkbox"/> Otros_____	
DATOS COMPLEMENTARIOS	
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES Para la realizacion actividades culturales, sociales, de salud, de espacio y festividades.	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO Espacio publico, propiedad del municipio de Atiquizaya.	
ADMINISTRADO POR: Alcaldia municipal de Atiquizaya.	

FICHA No.	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
5	PARQUE SAN JUAN		
			
UBICACIÓN			
1a. Calle Poniente, Atiquizaya			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Parques	
DESCRIPCIÓN			
Es un espacio público, donde cualquier persona tiene el derecho de circular. Es muy conocido debido a que diferentes rutas de buses hacen parada frente a él. Posee áreas verdes, bancas, chalets de ventas, un área de anfiteatro y juegos para niños.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
Posee amplio espacio, en el se realizan diferentes eventos festivos, gastronómicos, sociales, culturales y de salud.			
OBSERVACIONES			
Posee poca estructura y áreas abiertas que pueden ser aprovechadas. Se encuentra sub utilizado ya que no es atractivo para los habitantes y visitantes, existen chalets ubicados inadecuadamente. Los juegos para niños se encuentran deteriorados. Se tiene planes de remodelación por parte de la alcaldía.			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso. Excelente_____ Bueno_____ Necesita Acondicionamiento <u> X </u>			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	X	X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo _____	A pie <u> X </u>	Microbús <u> X </u>	
Autobús <u> X </u>	Automóvil Particular <u> X </u>	Moto Taxi <u> X </u>	
Motocicleta <u> X </u>	Camioneta 4x4 <u> X </u>	Autobús Turístico <u> X </u>	
Otro _____			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARQUE SAN JUAN				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador- Parque S. Juan Por carretera panamericana y RN 13	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	89.6 km
2	San Salvador- Parque S. Juan Por carretera panamericana	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	89.1 km
3	Refugio - Parque S. Juan Por RN 13	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	6.3 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
X				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input checked="" type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Otros				
HORARIO DE VISITA: Abierto las 24 horas del día, todos los días.				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input type="checkbox"/> Señalización turística		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales <input checked="" type="checkbox"/> Ferias <input checked="" type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos		DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> Realización de Eventos <input checked="" type="checkbox"/> <u>Otro Campañas de salud, actividades de la alcaldía</u>		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARQUE SAN JUAN	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida	ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> No posee
LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Juegos para niños	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros _____	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Bancos <input checked="" type="checkbox"/> Cajeros <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Establecimiento de comercio.</u>
ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Hostales	
LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Establecimientos deportivos, turicentro</u>	
DATOS COMPLEMENTARIOS	
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES Para la realizacion actividades culturales, sociales, de salud, de espacimiento y festividades.	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO Espacio publico, propiedad del municipio de Atiquizaya.	
ADMINISTRADO POR: Alcaldia municipal de Atiquizaya.	

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARROQUIA INMACULADA CONCEPCIÓN DE MARÍA				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador – Atiquizaya	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	87.3 km
2	Santa Ana – Atiquizaya	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	23.8 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
X				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
Mencionar si la visita se realiza durante: <input checked="" type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Otros				
HORARIO DE VISITA: Todo el día				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____		DENTRO DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales <input type="checkbox"/> Ferias <input type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos <input type="checkbox"/> Rituales Místicos <input type="checkbox"/> Otros _____		OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input type="checkbox"/> Actividades Sociales <input type="checkbox"/> Compras de artesanía <input type="checkbox"/> Estudios e Investigación <input type="checkbox"/> Realización de Eventos <input type="checkbox"/> Toma de Fotografías y Filmaciones <input type="checkbox"/> Otro _____		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARROQUIA INMACULADA CONCEPCIÓN DE MARÍA	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
ALOJAMIENTO No posee	LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Otros <u>Reuniones de jóvenes</u>
ALIMENTACIÓN No posee	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Guiados
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros _____	ALOJAMIENTO <input type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Albergues <input checked="" type="checkbox"/> Casas de Hospedajes <input checked="" type="checkbox"/> Hostales <input type="checkbox"/> Otros _____
LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input type="checkbox"/> Discotecas <input type="checkbox"/> Cines o Teatros <input type="checkbox"/> Maq. Tragamonedas <input checked="" type="checkbox"/> Juegos Infantiles <input type="checkbox"/> Otros <u>Parques, piscinas, instalaciones deportivas</u>	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Bancos <input checked="" type="checkbox"/> Cajeros <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Guiados <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía <input checked="" type="checkbox"/> Venta de material Informativo (libros, revistas, postales, videos, etc) <input type="checkbox"/> Otros _____
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO PUBLICO: Es patrimonio cultural y del Arzobispado.	
ADMINISTRADO POR: Iglesia parroquial, Arzobispado.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
7	HACIENDA SAN ANTONIO		
			
UBICACIÓN			
Atiquizaya, Ahuachapán			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Manifestaciones culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Hacienda	
DESCRIPCIÓN			
Es un lugar que ofrece un amplio lugar para reuniones y eventos rodeado de verdes jardines y un lago; así como de actividades muy interesantes como agroturismo, en su granja de vacas y los criaderos de tilapia, que ofrecen una experiencia muy interesante para niños y grandes.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
Singularidades del recurso que lo diferencian de otros. - Dentro de él se puede practicar agroturismo.			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno _____ Necesita Acondicionamiento _____			
OBSERVACIONES			
Su demanda mayormente es para eventos y de turistas en cualquier temporada.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo <input checked="" type="checkbox"/>	A pie <input checked="" type="checkbox"/>	Microbús <input checked="" type="checkbox"/>	
Autobús <input checked="" type="checkbox"/>	Automóvil Particular <input checked="" type="checkbox"/>	Moto Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	
Motocicleta <input checked="" type="checkbox"/>	Camioneta 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	Autobús Turístico <input checked="" type="checkbox"/>	
Otro: <u>Bicicleta</u>			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: HACIENDA SAN ANTONIO				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador – Atiquizaya	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	87.3 km
2	Atiquizaya – Hacienda	Microbús, Automóvil, Mototaxi, Bicicleta, Motocicleta.	Camino de tierra, Sendero	2 km
3	Santa Ana – Atiquizaya	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	23.8 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
	X			
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input checked="" type="checkbox"/> (X) Todo el Año <input type="checkbox"/> () Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> () Feriados _____ <input type="checkbox"/> () Fines de semana <input type="checkbox"/> () Otros				
HORARIO DE VISITA: 8:00 AM – 8:00 PM, todos los días.				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> (X) Agua <input checked="" type="checkbox"/> (X) Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> (X) Luz <input checked="" type="checkbox"/> (X) Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> (X) Alcantarillado <input type="checkbox"/> () Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> (X) Señalización turística <input type="checkbox"/> () Otra _____		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> (X) Agua <input checked="" type="checkbox"/> (X) Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> (X) Luz <input checked="" type="checkbox"/> (X) Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> (X) Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> (X) Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> (X) Señalización turística <input type="checkbox"/> () Otra _____		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> (X) Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> (X) Observación de Flora DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> (X) Caminata <input checked="" type="checkbox"/> (X) Ciclismo <input checked="" type="checkbox"/> (X) Pesca FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> (X) Degustación de Platos Típicos		PASEOS <input checked="" type="checkbox"/> (X) Paseos en Caballo <input checked="" type="checkbox"/> (X) Excursiones OTROS <input checked="" type="checkbox"/> (X) Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> (X) Realización de Eventos <input checked="" type="checkbox"/> (X) Toma de Fotografías y Filmaciones		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: HACIENDA SAN ANTONIO	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Privada <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Guiados (Tours)	ALOJAMIENTO <input type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Albergues <input checked="" type="checkbox"/> Casas de Hospedajes <input type="checkbox"/> Hostales <input type="checkbox"/> Otros _____
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros _____	ALOJAMIENTO <input type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Albergues <input checked="" type="checkbox"/> Casas de Hospedajes <input checked="" type="checkbox"/> Hostales <input type="checkbox"/> Otros _____ LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input type="checkbox"/> Discotecas <input type="checkbox"/> Cines o Teatros <input type="checkbox"/> Maq. Tragamonedas <input checked="" type="checkbox"/> Juegos Infantiles <input type="checkbox"/> Otros <u>Instalaciones deportivas, turicentros, parques.</u> <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía <input checked="" type="checkbox"/> Venta de material Informativo (libros, revistas, postales, videos, etc) <input type="checkbox"/> Otros _____
OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Bancos <input checked="" type="checkbox"/> Cajeros <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Guiados	
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO	
PRIVADO: La administracion es privada.	
ADMINISTRADO POR:	
Familia Salazar, propietarios de la hacienda.	
OTRA INFORMACIÓN	
La administracion colabora con el desarrollo turistico del municipio.	


FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
8	AUSOLES		
			
UBICACIÓN			
Cantón Tortuguero, Atiquizaya, Ahuachapán			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Sitios naturales	Aguas minero medicinales	Gases	
DESCRIPCIÓN			
<p>Están ubicados sobre la cordillera llamatepec en la zona sur del municipio. Son una serie de fumarolas. Constituyen uno de los fenómenos más interesantes del volcanismo, se abren paso entre un depósito de rocas y es un tipo de fuente hidrotermal que expulsando una columna de agua y vapor caliente. Los ausoles son parte del turismo natural ya que es impresionante ver el agua hirviendo que sale de ellos, el clima del atractivo turístico es muy caliente.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Este ausol está a una altura de 1123 msnm. ◆ Las expulsiones de vapor y columnas de agua alcanzan hasta los 5m. ◆ Se siente el olor a azufre. 			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.			
Excelente_____ Bueno__X__ Necesita Acondicionamiento_____			
OBSERVACIONES			
Atiquizaya incluye estos ausoles en un tour denominado Ruta extrema.			
TIPO DE VISITANTE.			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo __X__	A pie __X__	Microbús __X__	
Autobús _____	Automóvil Particular __X__	Moto Taxi __X__	
Motocicleta __X__	Camioneta 4x4 __X__	Autobús Turístico __X__	
Otro: <u>Bicicleta</u>			


NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: AUSOLES			
TIPO DE INGRESO			
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO
		X	
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO			
<input checked="" type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses. <input type="checkbox"/> Feriados _____ <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Otros			
HORARIO DE VISITA: Por la mañana y tarde.			
DATOS COMPLEMENTARIOS			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO Central Geotérmica Ahuachapán			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	
9	EL QUIJOTE DE ATIQIZAYA	
		
UBICACIÓN		
Colonia Guadalupe, entrada principal de Atiquizaya, Ahuachapán		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO
Folclore	Artesanías y arte	Metal
DESCRIPCIÓN		
<p>Es un taller de esculturas artesanales, que elabora figuras en base a hierro forjado, el taller esta ubicado en la colonia Guadalupe en la Carretera Panamericana Km.88.5 hacia Ahuachapán. Este taller es reconocido porque en la fachada se encuentra la famosa y reconocida escultura de "El Quijote de Atiquizaya". Este lugar inició sus trabajos hace más de 40 años, cuando Alfredo Melara Farfán- su fundador- instaló un taller de mecánica que se dedicaba a reciclar basura industrial (pedazos de chatarra) para procesarla y transformarla en piezas artísticas y utilitarias</p>		
<p>La venta de artesanías de metal tiene una trayectoria de más de 50 años en el mercado, ya que elaboran diversos productos con la materia prima que es el metal, algunos de ellos son: quijotes, letreros de diferentes diseños como el elaborado para la Pampa Argentina e incluso alcaldía o placas de reconocimientos en parques centrales y adornos para la sala del hogar.</p>		
<p>Su especialidad es la elaboración de quijotes, los cuales los venden en diferentes precios dependiendo de los tamaños, un quijote grande puede llegar a costar hasta \$2,000.</p>		
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS		
- Elaboración de esculturas artesanales a base de chatarra.		
ESTADO ACTUAL		
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.		
Excelente_____	Bueno__X__	Necesita Acondicionamiento_____

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: EL QUIJOTE DE ATIQUIZAYA				
OBSERVACIONES				
Su demanda mayormente es en eventos turísticos y la demanda baja de turistas es en cualquier otra temporada.				
TIPO DE VISITANTE				
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL	
X	X	X	X	
ACCESO HACIA EL RECURSO				
A caballo__X__		A pie__X__		Microbús__X__
Autobús__X__		Automóvil Particular__X__		Moto Taxi__X__
Motocicleta__X__		Camioneta 4x4__X__		Autobús Turístico__
Otro: <u>Bicicleta</u>				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador – Atiquizaya	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	88.5 km
2	Centro de Atiquizaya – Quijote	Microbús, Automóvil, Mototaxi, Bicicleta, Motocicleta.	Asfalto	0.7 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
	X			
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
Mencionar si la visita se realiza durante: <input checked="" type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> Feriados _____ <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Otros				
HORARIO DE VISITA: 8:00 AM a 6:00 PM				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO		
<input checked="" type="checkbox"/> Agua		<input type="checkbox"/> (del poblado más cercano)		
<input checked="" type="checkbox"/> Desagüe		<input checked="" type="checkbox"/> Agua		
<input checked="" type="checkbox"/> Luz		<input checked="" type="checkbox"/> Desagüe		
<input checked="" type="checkbox"/> Teléfono		<input checked="" type="checkbox"/> Luz		
<input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado		<input checked="" type="checkbox"/> Teléfono		
<input type="checkbox"/> Señalización de seguridad		<input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado		
<input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística		<input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad		
		<input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: EL QUIJOTE DE ATQUIZAYA	
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)	
<p>ALIMENTACIÓN</p> <p>(X) Restaurantes</p> <p>(X) Snacks</p> <p>(X) Bares</p> <p>(X) Kioskos de venta de comida y/o bebida</p> <p>(X) Cafeterías</p> <p>(X) Ventas de comida rápida</p> <p>() Otros _____</p> <p>ALOJAMIENTO</p> <p>() Hoteles</p> <p>() Albergues</p> <p>(X) Casas de Hospedajes</p> <p>(X) Hostales</p> <p>() Otros _____</p> <p>LUGARES DE ESPARCIMIENTO</p> <p>() Discotecas</p> <p>() Cines o Teatros</p> <p>() Maq. Tragamonedas</p> <p>() Juegos Infantiles</p> <p>() Otros <u>Parque, instalaciones deportivas, piscinas.</u></p>	<p>OTROS SERVICIOS</p> <p>(X) Agencias de viajes</p> <p>() Alquiler de bicicletas</p> <p>() Alquiler de botes</p> <p>() Alquiler de equipo para aventura turística</p> <p>(X) Bancos</p> <p>(X) Cajeros</p> <p>() Casa de Cambio</p> <p>() Centro de Interpretación</p> <p>() Facilidades para los discapacitados</p> <p>() Museos de Sitio</p> <p>(X) Oficina de Información</p> <p>() Seguridad Privada</p> <p>(X) Seguridad Municipal / POLITUR</p> <p>(X) Servicios Higiénicos</p> <p>(X) Servicios Guiados</p> <p>() Servicio de Correo</p> <p>(X) Servicio de estacionamiento</p> <p>(X) Servicios de Telefonía</p> <p>() Servicio de Internet</p> <p>() Servicio de Salvavidas</p> <p>() Servicios de Taxis</p> <p>(X) Servicio de Moto taxis</p> <p>(X) Venta de Artesanía</p> <p>(X) Venta de material Informativo</p> <p>() Otros _____</p>
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO	
PRIVADO: La administracion es privada.	
ADMINISTRADO POR:	
Familia Farfan, propietarios del negocio.	
OTRA INFORMACIÓN	
La administracion colabora con el desarrollo turistico del municipio.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
10	LOTERÍA DE CARTÓN DE ATQUIZAYA		
			
UBICACIÓN			
Atiquizaya, Ahuachapán			
CATEGORÍA		TIPO	SUB TIPO
Folclore		Creencias Populares	Tradiciones
DESCRIPCIÓN			
Es una tradición una del municipio de Atiquizaya que incluye el juego de la lotería de cartón y data desde 1958. El juego se lleva a cabo en el parque central 5 de noviembre y se caracteriza por las rimas y el peculiar lenguaje que se utiliza por el narrador.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
Singularidades del recurso que lo diferencian de otros. <ul style="list-style-type: none"> - Es considerada patrimonio del municipio, único en El Salvador. - El narrador o cantador de la Lotería cuenta con años de experiencia lo que hace muy ameno el juego. - La tradición hizo ganar a Atiquizaya la categoría de Pueblos Vivos artesanales en Pueblos vivos 2013. 			
OBSERVACIONES			
Muchas personas van a Atiquizaya, por escuchar la narración peculiar de la lotería, según el CDT del municipio las personas llenan el parque cuando van a escuchar la lotería, hecho que ha provocado que se realice todos los fines de semana el evento.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	X	X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES			
La alcaldía comercializa CD's por el precio de \$3.00 de dos tipos de loteria, la familiar y la picante, ademas, comercializa el los cartones de loteria por \$1.00.			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
PUBLICO: Es propiedad de la alcaldía municipal.			
ADMINISTRADO POR:			
Alcaldía municipal, por la oficina de turismo			
OTRA INFORMACIÓN			
La alcaldía esta implementando la creacion de un lugar donde se juegue de manera fija la loteria ya que actualmente se juega en el parque central.			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
11	UTAP – ULTRA TRAIL ATIQUIZAYA PATHFINDER		
			
UBICACIÓN			
Atiquizaya, Ahuachapán			
CATEGORÍA		TIPO	SUB TIPO
Acontecimientos programados		Eventos	Deportivos
DESCRIPCIÓN			
<p>La municipalidad de Atiquizaya realiza el "Ultra Trail Atiquizaya PathFinder "Ruta de los Manantiales", la cual es una carrera de campo abierto para atletas nacionales e internaciones, donde se pone a prueba la habilidad y resistencia física y mental de los corredores para superar límites en cada obstáculo que la geografía y la naturaleza les presenta. Da inicio desde las 4:00 am y cuenta con distintos recorridos por los distintos lugares del municipio.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> El evento tiene cinco categorías, las cuales se dividen: <ul style="list-style-type: none"> de 18 a 30 años, 31 a 40, 41 a 50, 51 a 60 y 60 años o más, <p>Los participantes pueden inscribirse en la distancia de 5, 15, 30, 50 y 80 kilómetros, según su capacidad de resistencia física. El punto de partida y meta de las competencias es la alcaldía de Atiquizaya, pero el recorrido va alrededor de todo el municipio, desde terrenos completamente desnivelados, pendientes de altimetría hasta de 1,980 metros sobre el nivel del mar hasta pasar por los ríos, ausoles y senderos del municipio.</p>			
OBSERVACIONES			
Se puede participar como corredor o como turista para solo observar la carrera.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES			
<ul style="list-style-type: none"> Es realizada con el objetivo de recaudar fondos en beneficio de personas con enfermedades terminales del municipio. 			

**NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:
UTAP – ULTRA TRAIL ATQUIZAYA PATHFINDER**

PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO

Publico: Es propiedad de la alcaldía municipal.

ADMINISTRADO POR


Alcaldía municipal, por la oficina de turismo.

OTRA INFORMACIÓN


Se inscriben hasta 300 participantes de las diferentes categorías y deben cancelar ciertos precio por categoría para inscribirse.

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
12	FESTIVAL DEL MAIZ		
			
UBICACIÓN			
Atiquizaya, Ahuachapán			
CATEGORÍA		TIPO	SUB TIPO
Acontecimientos programados		Eventos	Ferias (No artesanales)
DESCRIPCIÓN			
<p>Es un festival en el que se destaca el maíz, ofreciendo una amplia variedad gastronómica de derivados del maíz como postres, comida típica entre otros, además se realizan visitas al salto de Malacatiupan, y se realizan bailes típicos.</p> <p>El Festival se realiza en el mes de agosto y se ofrecen a los visitantes una variedad de productos como: riguas, pupusas, tamales, tortitas y atol de elote, sidra de maíz, enchiladas, atol de tres cocimientos y postres.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> - Se realiza la coronación de la Reina del Maíz. - Diversos productos a base de maíz. 			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<p>Se realiza a través de la Unidad de Turismo para el rescate de las costumbres y tradiciones del municipio.</p> <p>Se realiza en los alrededores del parque 5 de noviembre y busca promover el turismo, además de generar ingresos económicos a los participantes</p>			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES			
Para ayudar a los productores de maiz a comercializar la planta.			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
Publico.			
ADMINISTRADO POR:			
La actividad, es organizada por la municipalidad.			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
13	FESTIVAL DE LA QUESADILLA		
			
UBICACIÓN			
Centro Histórico de Atiquizaya.			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
FOLCLORE	CREENCIAS POPULARES	TRADICIONES	
DESCRIPCIÓN			
<p>Este festival se celebra en honor al natalicio de San Juan Bautista, y participan más de 25 artesanos de la quesadilla, el cual es un producto característico de Atiquizaya. La quesadilla de Atiquizaya es muy demandada debido a que se realiza en hornos de barro y se utiliza melaza en su preparación.</p> <p>Este festival es parte de la tradición religiosa de Atiquizaya, el cual se realiza con ayuda de la iglesia católica, y este festival da inicio desde las 5 de la mañana.</p> <p>Además en este festival también se cuenta con gastronomía típica como pupusas y riguas, recorridos al Salto de Malacatiupán, presentaciones artísticas, misas, y bendición de mascotas en la Iglesia Inmaculada Concepción de María a partir de las 10:00 de la mañana.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
Se ofrecen las típicas quesadillas de Atiquizaya realizadas en hornos de barro.			
OBSERVACIONES			
Se realiza el día del natalicio de San Juan Bautista el 24 de junio.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
Festival realizado por la alcaldia.			
ADMINISTRADO POR:			
Alcaldia de Atiquizaya.			
OTRA INFORMACIÓN			
El Festival se realiza el 24 de junio, en el centro historico de Atiquziaya.			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
14	FIESTAS PATRONALES DE ATIQUIZAYA		
			
UBICACIÓN			
Atiquizaya, Ahuachapán			
CATEGORÍA		TIPO	SUB TIPO
Acontecimientos programados		Fiestas	Fiestas religiosas
DESCRIPCIÓN			
Son realizadas en honor a la Inmaculada Concepción de María, inician el 1 de diciembre y se extienden hasta el 8 del mismo mes. Se realiza una elección de la reina de las fiestas, además se realizan bailes, actividades turísticas, gastronómicas, infantiles, etc.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> • La elección de la reina se lleva a cabo con temáticas de turismo y autóctonas de Atiquizaya como la elección de la princesa Aguijuyo. • Diversidad de juegos mecánicos. • Diversidad gastronómica. • Actividades religiosas únicas. 			
OBSERVACIONES			
Las fiestas son visitadas por habitantes de la zona y municipios aledaños, hasta de extranjeros nativos del municipio, esto, por las diferentes actividades para todo público que se realizan durante este periodo.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: FIESTAS PATRONALES			
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES			
Para el esparcimiento de las personas, para incentivar el comercio y dar a conocer la cultura de la ciudad.			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
Publico: La administracion es municipal, sin embargo los comerciantes tienen permisos para vender sus productos o servicios durante el periodo.			
ADMINISTRADO POR:			
Comité de festejos de la Alcaldía municipal.			
OTRA INFORMACIÓN			
Son invitados comerciantes de diferentes partes de la región, las actividades recreativas son paralelas a las religiosas, es para todo publico.			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
15	CELEBRACIÓN DEL NACIMIENTO DE LA VIRGEN MARÍA (LOS FAROLITOS)		
			
UBICACIÓN			
Municipios de Atiquizaya, Turín, San Lorenzo y El Refugio			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Folclore	Creencias Populares	Tradiciones	
DESCRIPCIÓN			
<p>La celebración se conoce como la natividad de la Virgen Santísima e incluye la colocación de farolitos por las principales calles de la ciudad, una misa y luego se lleva a cabo la procesión con la imagen de la Virgen Niña. Las actividades terminan con una quema de pólvora.</p> <p>La participación de las personas ha ido creciendo con el correr del paso; algunos lo han hecho adornando sus viviendas con farolitos forrados con papel celofán y elaborados de madera o material reciclado. Otros habitantes se involucran observando las creaciones realizadas.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
La celebración dinamiza la economía y el turismo por el gran número de visitantes que se suman a la tradición. Se celebra el 8 de septiembre. En el 2014, la Asamblea Legislativa declaró esta celebración como “Patrimonio Cultural Inmaterial de El Salvador”.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
ACTIVIDADES DESARROLLADAS			
PASEOS (X) Excursiones (X)Otros: <u>Procesiones</u> FOLCLORE (X) Actividades Religiosas y/o Patronales (X) Ferias (X) Degustación de Platos Típicos		DEPORTES / AVENTURA (X) Caminata OTROS (X) Actividades Culturales (X) Actividades Sociales (X) Compras de artesanía (X) Toma de Fotografías y Filmaciones (X) Otro: <u>Actividades Religiosas.</u>	

FICHA No		NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:	
16		REPLICAS MAYA ATQUIZAYA	
			
UBICACIÓN			
Cantón San Juan El Espino, Atiquizaya			
CATEGORÍA		TIPO	SUB TIPO
Folclore		Artesanías y artes	Alfarería
DESCRIPCIÓN			
Son réplicas de esculturas mayas hechas de diferentes tipos de barro realizadas a mano por artesanos con años de experiencia por medio de procesos manuales y artesanales propios de la región. Las esculturas arqueológicas reciben el nombre de muñequeros.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Los artesanos tienen más de 30 años de experiencia realizando estas estructuras. • Comercializan las esculturas a todo el país y también exportan a otros países como Estados Unidos y la región centroamericana principalmente a Guatemala, donde este tipo de artesanías es muy apreciado por los turistas. • Todo el proceso de elaboración es manual. • Los artesanos verifican la calidad de las esculturas. 			
OBSERVACIONES			
Los escultores no tienen un lugar propio para comercializar las réplicas, lo hacen desde su hogar, en un cantón del municipio, muy alejado del poblado más cercano, sin embargo se comercializa para los vendedores de artesanías en los mercados locales y nacionales con precios que van desde \$2 a \$60, dependiendo del tamaño y diseño.			
TIPO DE TURISTA			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	X	X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES			
Los comerciantes de artesanías compran a los escultores para ofrecer al consumidor posteriormente, sin embargo,			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
Privado: Ismael Juárez y familia.			
ADMINISTRADO POR:			
Familia Juarez			
OTRA INFORMACIÓN			
Existe un gran potencial para estos productos debido a que se exporta. El taller está ubicado en un cantón del municipio a 5 km del centro de este.			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
17	MURALES DE ATQUIZAYA		
			
UBICACIÓN			
4.ª avenida norte, Barrio Las Salinas, Atiquizaya.			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Realizaciones artísticas contemporáneas	Obras de arte y técnica	Pintura	
DESCRIPCIÓN			
<p>En el barrio Las salinas de Atiquizaya, las paredes externas de las casas y locales comerciales, lucen, pinturas que se han convertido en un atractivo turístico de Atiquizaya. Los murales están basados en aspectos de la ciudad, lugares turísticos, medio ambiente, lúdicos y aspectos de la cultura salvadoreña, sin olvidar algunas de las tradiciones locales. El autor de los murales es César Armando Ortiz Rodríguez, conocido con el nombre artístico de Ave Fénix, que desde inicios de 2018 emprendió la tarea de crear murales en las fachadas de las viviendas o locales.</p> <p>La ubicación de estos lugares, se encuentran cercano al centro histórico del municipio, por lo cual los turistas se les hace fácil visitarlos, ya que caminan un par de cuadras y se toman fotografías en los murales.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
Los murales más destacados con aquellos que muestran los sitios turísticos de Atiquizaya como el mural del puente viejo, el rio los encuentros, el salto de Malacatiupan y el Turicentro Aguijuyo.			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.			
Excelente_____ Bueno <u> X </u> Necesita Acondicionamiento_____			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo_____	A pie <u> X </u>	Microbús <u> X </u>	
Autobús <u> X </u>	Automóvil Particular <u> X </u>	Moto Taxi <u> X </u>	
Motocicleta <u> X </u>	Camioneta 4x4 <u> X </u>	Autobús Turístico <u> X </u>	
Otro _____			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: MURALES DE ATQUIZAYA				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador- Murales, Por carretera panamericana	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	88.6 km
2	El Refugio – Murales, Por RN 13	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	5.7 km
3	Centro Atiquizaya - Murales, Por AHU 11n	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	0.19 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
X				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input checked="" type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Otros				
HORARIO DE VISITA: Las 24 horas del día, los 7 días de la semana.				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____				
ACTIVIDADES DESARROLLADAS				
DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata		OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> <u>Otro: Recorridos turísticos, filmaciones, toma de fotografías.</u>		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: MURALES DE ATQUIZAYA	
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Hostales	ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros _____
LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Establecimientos deportivos, parques, turicentros.</u>	
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Bancos <input checked="" type="checkbox"/> Cajeros <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información (Alcaldía) <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis	<input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía
DATOS COMPLEMENTARIOS	
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES Para recorridos turisticos en el municipio de Atiquizaya.	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO Dueños de las casa y locales comerciales.	
ADMINISTRADO POR: Dueños de las casa y locales comerciales.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
18	CENTRO ECOTURÍSTICO EL JÍCARO.		
			
UBICACIÓN			
A 2 Km sobre la carretera de Atiquizaya hacia San Lorenzo, en el cantón Las Pozas, del Municipio de San Lorenzo, departamento de Ahuachapán.			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Parques	
DESCRIPCIÓN			
<p>Balneario poseen 3 restaurantes con diversidad de comida, una estación de raspados y una de boquitas, tiene un área de bar, una cancha, área de juegos para niños, posee un amplio parqueo, Poseen 3 piscinas con filtros y el agua es alimentada por sus tanques de aguas, utilizan detergentes y líquidos como cloros para la limpieza de las piscinas, poseen estanques de peces los cuales son atracción y a la vez se ponen a la venta.</p> <p>Aparte de los servicios de alimentación, las piscinas, tiendas de artículos varios ofrecen servicios de alojamientos individuales, para parejas y para familias. Poseen servicios de internet.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
El Balneario ofrece un tour interno donde podrás visualizar los estanques de tilapia, de camarones y además tendrás tú mismo la posibilidad de pescar la tilapia viva, camarón para posteriormente poder degustarlos.			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno _____ Necesita Acondicionamiento _____			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo _____		A pie _____	
		Microbús <input checked="" type="checkbox"/>	
Autobús <input checked="" type="checkbox"/>		Automóvil Particular <input checked="" type="checkbox"/>	
		Moto Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	
Motocicleta <input checked="" type="checkbox"/>		Camioneta 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	
		Autobús Turístico <input checked="" type="checkbox"/>	

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: CENTRO ECOTURÍSTICO EL JÍCARO.				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	Centro de Atiquizaya-Jícaro.	Automóvil, moto taxi, microbús, Autobús	Camino de tierra y asfalto.	3.9 km
2	San Salvador-Jícaro	Automóvil, microbús, Autobús	Camino de tierra y asfalto.	93.7 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
	X			
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input checked="" type="checkbox"/> (X) Todo el Año <input type="checkbox"/> () Esporádicamente algunos meses _____ <input type="checkbox"/> () Feriados _____ <input type="checkbox"/> () Fines de semana <input type="checkbox"/> () Otros _____				
HORARIO DE VISITA: 7:00 AM a 5:00 PM				
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input type="checkbox"/> () Observación de Aves <input checked="" type="checkbox"/> (x) Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> (x) Observación de Flora <input type="checkbox"/> () Otros _____		PASEOS <input checked="" type="checkbox"/> (x) Paseos en Caballo <input type="checkbox"/> () Paseos en Carruaje <input type="checkbox"/> () Paseos en Lancha o canoa <input type="checkbox"/> () Excursiones <input type="checkbox"/> () Otros _____		
DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> (x) Caminata <input checked="" type="checkbox"/> (x) Pesca		OTROS <input checked="" type="checkbox"/> (x) Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> (x) Realización de Eventos <input checked="" type="checkbox"/> (x) Toma de Fotografías y Filmaciones <input type="checkbox"/> () Otro _____		
DEPORTES ACUÁTICOS <input checked="" type="checkbox"/> (x) Natación				
FOLCLORE No posee.				
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS				
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> (x) Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> (x) Snacks <input checked="" type="checkbox"/> (x) Bares <input checked="" type="checkbox"/> (x) Quioscos de venta de comida y/o bebida		<input checked="" type="checkbox"/> (x) Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> (x) Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> () Otros _____		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: CENTRO ECOTURÍSTICO EL JÍCARO.	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Hostales <input checked="" type="checkbox"/> Otros <u>Cabañas</u>	LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input type="checkbox"/> Discotecas <input type="checkbox"/> Cines o Teatros <input type="checkbox"/> Maq. Tragamonedas <input checked="" type="checkbox"/> Juegos Infantiles <input type="checkbox"/> Otros _____
OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Privada <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos	
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS (del poblado más cercano)	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input type="checkbox"/> Snacks <input type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input type="checkbox"/> Cafeterías <input type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros _____	ALOJAMIENTO <input type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Albergues <input checked="" type="checkbox"/> Casas de Hospedajes <input type="checkbox"/> Hostales <input type="checkbox"/> Otros _____
	LUGARES DE ESPARCIMIENTO No posee.
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO	
El Centro Ecoturístico es privado, y pertenece a la Cooperativa El Jicaro.	
ADMINISTRADO POR:	
Jorge Ramos.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO			
19	CENTRO ECOTURÍSTICO NUEVO SAN LORENZO			
				
UBICACIÓN				
Reparto Nuevo San Lorenzo, San Lorenzo.				
CATEGORÍA		TIPO		SUB TIPO
Manifestaciones Culturales		Arquitectura y Espacios Urbanos		Parques
DESCRIPCIÓN				
Este centro eco turístico, se encuentra ubicado en el reparto Nuevo San Lorenzo, a 15 minutos del casco urbano. Posee un área de jardines, piscinas y canchas.				
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS				
La última remodelación realizada a este parque, fue la incorporación de una cancha sintética donde se realizarán torneos de futbol dos veces en el año.				
ESTADO ACTUAL				
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.				
Excelente _____ Bueno <u> X </u> Necesita Acondicionamiento _____				
TIPO DE VISITANTE				
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL	
	X	X	X	
ACCESO HACIA EL RECURSO				
A caballo _____ A pie <u> X </u> Microbús <u> X </u> Autobús <u> X </u> Automóvil Particular <u> X </u> Moto Taxi <u> X </u> Motocicleta <u> X </u> Camioneta 4x4 <u> X </u> Autobús Turístico <u> X </u>				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador- Parque el Nuevo San Lorenzo Por carretera panamericana	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y de tierra.	97.0 km

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: CENTRO ECOTURÍSTICO NUEVO SAN LORENZO				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
2	El Refugio – Parque Nuevo San Lorenzo Por RN 13 y Por AHU 11N	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y de tierra	14.1 km
3	Centro de San Lorenzo – Parque Nuevo San Lorenzo Por AHU 11N	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y camino de tierra	0.23 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO		OTRO
	X			
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> Feriados <input checked="" type="checkbox"/> Fines de semana				
HORARIO DE VISITA: jueves, viernes, sábado y domingo. De 8:00 am – 4:00pm				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra: _____		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra: _____		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves <input type="checkbox"/> Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora <input type="checkbox"/> Otros _____		PASEOS <input checked="" type="checkbox"/> Excursiones		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: CENTRO ECOTURÍSTICO NUEVO SAN LORENZO	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO	
DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata <input checked="" type="checkbox"/> Pesca <input checked="" type="checkbox"/> Natación <input checked="" type="checkbox"/> Fútbol <input checked="" type="checkbox"/> Basquetbol	OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> Realización de Eventos <input checked="" type="checkbox"/> Estudios e Investigación <input checked="" type="checkbox"/> Toma de Fotografías y Filmaciones
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros _____	LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Chanchas, piscinas</u>
ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> No posee	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Salvavidas
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros _____	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información (Alcaldía) <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía
ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Hostales	
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO	
Alcaldía municipal de San Lorenzo	
ADMINISTRADO POR: Alcaldía municipal de San Lorenzo	
OTRA INFORMACIÓN	
La entrada a dicho centro es \$1.00 a turistas y \$0.57 ctvs. a personas del municipio.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
20	PARQUE ECOTURÍSTICO EL TRIUNFO		
			
UBICACIÓN			
Cantón El Portillo, San Lorenzo Norte.			
CATEGORÍA	TIPO		SUB TIPO
Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos		Parques
DESCRIPCIÓN			
El Parque ecoturístico el triunfo, es un parque se ubica a las orillas del rio grande de San Lorenzo, posee un mirador hacia el lado del rio, acceso al puente que permite pasar de El Salvador a Guatemala, posee cabañas que pueden ser rentadas, mucha vegetación y juegos para niños.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
Este parque destaca por su mirador y que puede albergar a las personas que visitan el rio grande.			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.			
Excelente _____ Bueno _____ Necesita Acondicionamiento <u> X </u>			
OBSERVACIONES			
Existen diferentes elementos del parque que necesitan repararse y modernizarse como las lámparas, los juegos para niños, el puente, los baños, las cabañas y la existencia de más chorros de agua.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONA L	LOCAL
X	X	X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo _____	A pie <u> X </u>	Microbús <u> X </u>	
Autobús <u> X </u>	Automóvil Particular <u> X </u>	Moto Taxi <u> X </u>	
Motocicleta <u> X </u>	Camioneta 4x4 <u> X </u>	Autobús Turístico <u> X </u>	
Otro _____			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARQUE ECOTURÍSTICO EL TRIUNFO				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORT E	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador- Parque el triunfo Por carretera panamericana	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y de tierra.	98.6 km
2	El Refugio – Parque el triunfo Por RN 13 y Por AHU 11N	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y de tierra	15.7 km
3	Centro de San Lorenzo – Parque el triunfo Por AHU 11N	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y de tierra	2.5 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
X				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Fines de semana <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Todos los días del año con excepción a época de invierno o días lluviosos, porque aumenta el caudal del río grande y la velocidad de las corrientes de agua.</u>				
HORARIO DE VISITA: Abierto todos los días, las 24 horas.				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra: <u>Puente</u>		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
PASEOS <input checked="" type="checkbox"/> Excursiones		DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata <input checked="" type="checkbox"/> Pesca <input checked="" type="checkbox"/> Natación		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARQUE ECOTURÍSTICO EL TRIUNFO	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO	
FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales <input checked="" type="checkbox"/> Ferias <input checked="" type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos <input type="checkbox"/> Rituales Místicos <input type="checkbox"/> Otros_____	NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora <input type="checkbox"/> Otros_____
OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales	<input checked="" type="checkbox"/> Realización de Eventos <input checked="" type="checkbox"/> Estudios e Investigación <input checked="" type="checkbox"/> Toma de Fotografías y Filmaciones
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros_____	LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Mirador <input checked="" type="checkbox"/> Río
ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Cabañas	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Salvavidas
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros_____	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información (Alcaldía) <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía
ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Hostales	
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO	
Alcaldia municipal de San Lorenzo	
ADMINISTRADO POR: Alcaldia municipal de San Lorenzo	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
21	RIO GRANDE		
			
UBICACIÓN			
Cantón El Portillo, San Lorenzo Norte.			
CATEGORÍA	TIPO		SUB TIPO
Sitios Naturales	Cuerpos de agua		Ríos
DESCRIPCIÓN			
El Rio Grande de San Lorenzo es de gran caudal y poseedor de una alta variedad de especies marinas. Es un lugar donde se encontrará mucha belleza natural, con un clima agradable. Existe un puente sobre el, que conecta a San Lorenzo con Guatemala. Además, a sus alrededores se encuentra el parque el triunfo y diversos restaurantes y quioscos de comida.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
Rio limpio, con variedad de especies marinas, que ofrece una hermosa vista y ambiente natural. Frontera natural entre Guatemala y El Salvador al Occidente del país.			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.			
Excelente___ Bueno__X___ Necesita Acondicionamiento_____			
OBSERVACIONES			
A pesar de la contaminación por melaza que sufrió el rio en el año 2016, ha logrado recuperarse y recuperar su estado.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo_____		A pie__X__	Microbús__X
Autobús__X__	Automóvil Particular__X__		Moto Taxi__X
Motocicleta__X__	Camioneta 4x4__X__		Autobús Turístico__X
Otro: <u>Bicicleta</u> _____			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: RIO GRANDE				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador- Rio Grande Por carretera panamericana	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y camino de tierra.	98.6 km
2	El Refugio – Rio Grande, Por RN 13 y Por AHU 11N	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y camino de tierra	15.7 km
3	Centro de San Lorenzo – Rio Grande Por AHU 11N	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y camino de tierra	2.5 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
X				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Fines de semana <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Todos los días del año con excepción a época de invierno o días lluviosos, porque aumenta el caudal del rio y la velocidad de las corrientes de agua.</u>				
HORARIO DE VISITA: Abierto todos los días, las 24 horas.				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra: <u>Puente</u>		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora <input type="checkbox"/> Otros _____		FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales <input checked="" type="checkbox"/> Ferias <input checked="" type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: RIO GRANDE	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO	
DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata <input checked="" type="checkbox"/> Pesca <input checked="" type="checkbox"/> Natación	OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> Realización de Eventos <input checked="" type="checkbox"/> Estudios e Investigación <input checked="" type="checkbox"/> Toma de Fotografías y Filmaciones
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros _____	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información (Alcaldía) <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Salvavidas
ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Hostales	
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO: El Salvador.	
ADMINISTRADO POR: Alcaldia municipal de San Lorenzo.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
22	PARROQUIA DE SAN LORENZO		
			
UBICACIÓN			
Av. Obispo Cárcamo Sur, barrio el Centro, San Lorenzo.			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesias	
DESCRIPCIÓN			
<p>La parroquia de san lorenzo es un templo para congregarse y realizar las actividades religiosas. Tiene una dimensión de 27 metros desde la entrada principal hasta el altar mayor y 10 metros de ancho. La parroquia tiene una capacidad para albergar a 600 fieles. La estructura de la iglesia es reciente, ya que fue terminada en diciembre del 2017, ya que el antiguo templo fue derribado para el terremoto del 2001 y lo que quedo fue demolido para realizar los trabajos de construcción del actual templo.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<p>La fachada del templo fue retomada de una iglesia de Honduras y que se añadieron algunos detalles propios del municipio. Se colocaron algunas imágenes del loroco y el jocote que son dos productos identitarios de San Lorenzo, también fue incluida una pequeña imagen del patrono y un reloj que tenía el antiguo templo en su fachada, de 1959.</p>			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.			
Excelente _____ Bueno <u> X </u> Necesita Acondicionamiento _____			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	X	X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo _____	A pie <u> X </u>	Microbús <u> X </u>	
Autobús <u> X </u>	Automóvil Particular <u> X </u>	Moto Taxi <u> X </u>	
Motocicleta <u> X </u>	Camioneta 4x4 <u> X </u>	Autobús Turístico <u> X </u>	

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARROQUIA DE SAN LORENZO				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador-Parroquia de San Lorenzo Por carretera panamericana	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y camino de tierra.	96.9 km
2	El Refugio – Parroquia de San Lorenzo Por RN 13 y Por AHU 11N	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto y camino de tierra	14.0 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
	X			
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
(X) Todo el Año				
HORARIO DE VISITA: Todos los días. De 6:00 am – 8:00pm				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO		
(X) Agua		(del poblado más cercano)		
(X) Desagüe		(X) Agua		
(X) Luz		(X) Desagüe		
(X) Teléfono		(X) Luz		
(X) Alcantarillado		(X) Teléfono		
() Señalización de seguridad		(X) Alcantarillado		
(X) Señalización turística		(X) Señalización de seguridad		
() Otra _____		(X) Señalización turística		
		() Otra _____		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
OTROS				
(X) Actividades Culturales				
(X) Actividades Sociales				
(X) Actividades Religiosas				
(X) Toma de Fotografías y Filmaciones				
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS				
ALIMENTACIÓN		(X) Kioskos de venta de comida y/o bebida		
(X) Restaurantes		(X) Cafeterías		
(X) Snacks		(X) Ventas de comida rápida		
(X) Bares		() Otros _____		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARROQUIA DE SAN LORENZO	
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Hostales	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información (Alcaldía) <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO: El Arzobispado	
ADMINISTRADO POR: El Arzobispado.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
23	PLANTACIONES DE LOROCO		
			
UBICACIÓN			
San Lorenzo, Ahuachapán			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones	Explotaciones Agropecuarias	
DESCRIPCIÓN			
Son plantaciones de la planta del loroco. Se realiza un festival debido a la oferta del municipio, ya que cuenta con aproximadamente, 500 manzanas de plantaciones y la demanda en nuestro es muy alta, ya que se consume en una variedad muy amplia de platillos.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS:			
<ul style="list-style-type: none"> - La visita a las plantaciones es parte del agroturismo. - Existen tours guiados a las plantaciones. - De acuerdo al Comité de Turismo Municipal, en San Lorenzo existe un aproximado de 400 productores y son alrededor de 500 manzanas donde realizan la plantación de loroco, durante la temporada producen un total de 500 mil libras, las cuales, en su mayoría, son exportadas. - La entrada cuesta \$1.00 			
ESTADO ACTUAL			
Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Necesita Acondicionamiento <input type="checkbox"/>			
OBSERVACIONES			
Los productores pertenecen a la Asociación Cooperativa de Producción Agroindustrial, Aprovisionamiento y Comercialización de Jocote y Loroco de San Lorenzo de R.L. (Acoapjsal de R.L.), la cual brinda apoyo a la realización del festival y la comercialización de la planta.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PLANTACIONES DE LORO CO	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO	
<p>NATURALEZA</p> <p>() Observación de Aves () Observación de Fauna (X) Observación de Flora () Otros _____</p>	<p>PASEOS</p> <p>() Paseos en Caballo () Paseos en Carruaje () Paseos en Lancha o canoa (X) Excursiones (X) Otros <u>Caminatas</u></p>
<p>FOLCLORE</p> <p>() Actividades Religiosas y/o Patronales (X) Ferias () Degustación de Platos Típicos () Rituales Místicos () Otros _____</p>	<p>OTROS</p> <p>(X) Toma de Fotografías y Filmaciones</p>
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
<p>ALIMENTACIÓN</p> <p>No posee</p> <p>ALOJAMIENTO</p> <p>No posee</p>	<p>OTROS SERVICIOS</p> <p>(X) Servicios Guiados (X) Otros: <u>Venta de loroco</u></p>
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO	
<p>ALIMENTACIÓN</p> <p>(X) Restaurantes (X) Snacks () Bares (X) Kioskos de venta de comida y/o bebida (X) Cafeterías (X) Ventas de comida rápida () Otros _____</p> <p>LUGARES DE ESPARCIMIENTO</p> <p>(X) Otros <u>Instalaciones deportivas, parques, piscinas, ríos</u></p>	<p>ALOJAMIENTO</p> <p>() Hoteles () Albergues (X) Casas de Hospedajes (X) Hostales () Otros _____</p> <p>OTROS SERVICIOS</p> <p>(X) Oficina de Información (X) Seguridad Municipal / POLITUR (X) Servicios Higiénicos (X) Servicios Guiados (X) Servicio de estacionamiento (X) Servicios de Telefonía (X) Venta de material Informativo (X) Servicio de Moto taxis (X) Venta de Artesanía</p>
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PLANTACIONES DE LORO CO	
DATOS COMPLEMENTARIOS	
<p>PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO</p> <p>PRIVADO: La administracion es privada.</p>	
<p>ADMINISTRADO POR: Propietarios de las plantaciones de loroco.</p>	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
24	PLANTACIONES DE JOCOTE		
			
UBICACIÓN			
San Lorenzo, Ahuachapán			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones	Explotaciones Agropecuarias	
DESCRIPCIÓN			
Son plantaciones de árboles frutales de jocote barón rojo. Durante el festival del jocote son de los principales atractivos del municipio, ya que las personas pueden entrar a las fincas por el costo de \$1.00 y cortar los jocotes que gusten.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> • La visita a las plantaciones es parte del agroturismo. • Existen tours guiados a las plantaciones. • Las plantaciones del municipio son las principales abastecedoras de jocote barón rojo durante la temporada de cosecha. • Según datos del CONAMYPE, en el año 2010, existía un estimado de 600 manzanas de este cultivo, con un ingreso en ventas de \$ 560,000 dólares, habiéndose registrado en los últimos años un incremento, pasando de 600 a 1000 manzanas cultivadas, con una estimación en ventas de \$1,600.000. 			
ESTADO ACTUAL			
Excelente <u> X </u> Bueno <u> </u> Necesita Acondicionamiento <u> </u>			
OBSERVACIONES			
Las visitas a turistas se realizan con autorización de los dueños de las plantaciones. La demanda es muy alta durante la temporada de cosecha y más durante el festival del jocote. La entrada al lugar es de \$1.00 para tener acceso a cortar el fruto.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo <u> X </u>	A pie <u> X </u>	Microbús <u> X </u>	
Autobús <u> X </u>	Automóvil Particular <u> X </u>	Moto Taxi <u> X </u>	
Motocicleta <u> X </u>	Camioneta 4x4 <u> X </u>	Autobús Turístico <u> </u>	
Otro: <u>Bicicleta</u>			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PLANTACIONES DE JOCOTE.				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador – San Lorenzo	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	90.1 km
2	Santa Ana – San Lorenzo	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	27.8 km
3	Centro de San Lorenzo – Plantaciones de Jocote	Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Camino de tierra.	1 – 2 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
	X			
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
Mencionar si la visita se realiza durante: <input type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input checked="" type="checkbox"/> Feriados (En temporada de cosecha y durante el festival del jocote, a finales de marzo o inicios de abril) <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Otros				
HORARIO DE VISITA				
De 8:00 am a 12:00 md y de 1:00 pm a 4:00 pm				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra_____		DENTRO DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra_____		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input type="checkbox"/> Observación de Aves <input type="checkbox"/> Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora <input type="checkbox"/> Otros_____		PASEOS <input type="checkbox"/> Paseos en Carruaje <input type="checkbox"/> Paseos en Lancha o canoa <input checked="" type="checkbox"/> Excursiones <input type="checkbox"/> Otros_____		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PLANTACIONES DE JOCOTE.	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO	
DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata FOLCLORE <input type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales <input checked="" type="checkbox"/> Ferias <input type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos <input type="checkbox"/> Rituales Místicos <input type="checkbox"/> Otros _____	OTROS <input type="checkbox"/> Actividades Culturales <input type="checkbox"/> Actividades Sociales <input type="checkbox"/> Compras de artesanía <input checked="" type="checkbox"/> Estudios e Investigación <input type="checkbox"/> Realización de Eventos <input checked="" type="checkbox"/> Toma de Fotografías y Filmaciones <input type="checkbox"/> Otro _____
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN No posee LUGARES DE ESPARCIMIENTO No Posee	ALOJAMIENTO No Posee OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Guiados <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Venta de jocote</u>
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros _____	ALOJAMIENTO <input type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Albergues <input checked="" type="checkbox"/> Casas de Hospedajes <input checked="" type="checkbox"/> Hostales <input type="checkbox"/> Otros _____
LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input type="checkbox"/> Discotecas <input type="checkbox"/> Cines o Teatros <input type="checkbox"/> Maq. Tragamonedas <input checked="" type="checkbox"/> Juegos Infantiles <input checked="" type="checkbox"/> Otros <u>Parques, ríos, piscinas.</u>	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Agencias de viajes <input checked="" type="checkbox"/> Bancos <input checked="" type="checkbox"/> Cajeros <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Guiados <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía <input checked="" type="checkbox"/> Venta de material Informativo
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO PRIVADO: La administracion es privada.	
ADMINISTRADO POR: Propietarios de las plantaciones de jocote.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	
25	FESTIVAL DEL JOCOTE BARÓN ROJO	
		
UBICACIÓN		
Centro histórico del municipio de San Lorenzo. Barrio el Centro.		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO
Acontecimientos Programados	Eventos	Ferias
DESCRIPCIÓN		
<p>El municipio de San Lorenzo, en Ahuachapán, cuenta con una de las mayores producciones de jocote barón rojo, fruto que ha permitido el desarrollo turístico y económico de la localidad.</p> <p>Sus habitantes, desde el año 2012, realizan la Feria del Jocote Barón Rojo, actividad en la que comercializan el fruto y sus derivados (jalea, jugos, refrescos, vinos, minutas, frozen, gelatinas, pasteles, quesadillas, panes, pupusas, curtidos, entre otros); asimismo, realizan presentaciones artísticas, la coronación de la Reina del Jocote, tours a las plantaciones de jocote y otros destinos turísticos del municipio.</p> <p>La Feria del Jocote se enmarca en la estrategia de desarrollo endógeno, un pueblo, un producto.</p> <p>Los primeros dos festivales fueron realizados de manera institucional, contando con el apoyo de JICA y CONAMYPE; pero es importante mencionar que la asistencia de turistas fue poca, ya que dichos festivales se realizaron en días de semana. Por el contrario, actualmente, la afluencia de turistas ha aumentado ya que se cuenta con el apoyo de las instituciones del sector turismo tales como MITUR, CORSATUR, ISTU, POLITUR, y otras instituciones como MINEC, JICA CONAMYPE, Relaciones Exteriores, entre otros. La promoción en medios de comunicación y redes sociales se ha intensificado, contribuyendo al éxito del festival.</p>		
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS		
<p>El festival surgió con el objetivo de posicionar localmente el fruto y generar ingresos económicos a las familias que lo cultivan y a los participantes de la feria. Por lo cual esto ha generado nuevos empleos y negocios, participación activa del Comité de desarrollo turístico y Comité Gastronómico y mayor participación de la municipalidad a través de la Unidad de Turismo.</p>		
OBSERVACIONES		
<p>En sus inicios el festival se realizaba en el parque el triunfo, actualmente se desarrolla en el centro histórico del municipio de San Lorenzo, debido a que este tiene mayor capacidad para recibir un gran número de visitantes.</p>		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: FESTIVAL DEL JOCOTE BARÓN ROJO			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	X	X	X
ACTIVIDADES DESARROLLADAS			
NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora <input type="checkbox"/> Otros _____		PASEOS <input checked="" type="checkbox"/> Paseos en Caballo <input checked="" type="checkbox"/> Paseos en Carruaje <input type="checkbox"/> Paseos en Lancha o canoa <input checked="" type="checkbox"/> Excursiones <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Paseos en carros</u> <u>turisticos</u> _____	
DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata <input checked="" type="checkbox"/> Ciclismo <input checked="" type="checkbox"/> Pesca		DEPORTES ACUÁTICOS <input checked="" type="checkbox"/> Natación <input checked="" type="checkbox"/> Pesca Deportiva	
FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales <input checked="" type="checkbox"/> Ferias <input checked="" type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos <input checked="" type="checkbox"/> Rituales Místicos <input type="checkbox"/> Otros _____		OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> Compras de artesanía <input checked="" type="checkbox"/> Estudios e Investigación <input checked="" type="checkbox"/> Realización de Eventos <input checked="" type="checkbox"/> Toma de Fotografías y Filmaciones <input checked="" type="checkbox"/> Otro: <u>Bailes, música, concursos.</u>	
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES Generar el desarrollo economico, social y turistico del municipio.			
ADMINISTRADO POR: Alcaldia de San Lorenzo, comité de desarrollo turistico, comité gastronomico, empresarios.			
OTRA INFORMACIÓN <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de ingreso: Libre • Epoca propicia para realizar el festival: En los meses de marzo y abril, donde se da la cosecha de jocote baron rojo y fin de semana para que aumente la afluencia de visitantes. • Distancia: 96.9km por carretera panamericana de San Salvador a San Lorenzo Centro, 97.3km por carretera panamericana y RN-13 de San Salvador a San Lorenzo Centro, 14.0km por RN-13 y AHU 11N de El Refugio a San Lorenzo Centro. 			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
26	FESTIVAL DEL LOROCO		
			
UBICACIÓN			
Centro histórico del municipio de San Lorenzo. Barrio el Centro.			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Acontecimientos Programados	Eventos	Ferias	
DESCRIPCIÓN			
<p>El municipio de San Lorenzo, en Ahuachapán, se desarrolla el festival del loroco, el cual tiene como objetivo generar espacios de exhibición y comercialización en favor de los productores de loroco y sus derivados del Municipio.</p> <p>Durante el festival las personas del municipio ofrecen una variedad de gastronomía (las tradicionales pupusas con loroco; pero también habrá minutas, refresco, vinos, pizzas, cupcakes, quesadillas, tamales, salsas, chiles, atoles y paletas, cuyo ingrediente principal será el loroco) y productos frescos derivados del loroco, además se cuenta con venta y exposición de artesanías elaboradas por habitantes de San Lorenzo.</p> <p>La Feria del loroco se enmarca en la estrategia de desarrollo endógeno, un pueblo, un producto.</p> <p>En el marco de la realización de festival se ofrecen tours a las plantaciones de loroco donde los turistas tendrán la oportunidad de conocer sobre su cultivo e, incluso, podrán cortarlo y recorridos en un tren para las personas que deseen visitar el río Grande, que divide El Salvador y Guatemala.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
El festival ha permitido la promoción de productos elaborados con loroco, el descubrimiento de nueva oferta turística y la participación de nuevos actores locales.			
OBSERVACIONES			
En sus inicios el festival se realizaba en el parque el triunfo, actualmente se desarrolla en el centro histórico del municipio de San Lorenzo, debido a que este tiene mayor capacidad para recibir un gran número de visitantes.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	X	X	X

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: FESTIVAL DEL LOROCO	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS	
<p>NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora <input type="checkbox"/> Otros <u>Visita a ríos</u></p> <p>DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata <input checked="" type="checkbox"/> Ciclismo <input checked="" type="checkbox"/> Pesca <input checked="" type="checkbox"/> Runing</p> <p>OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> Compras de artesanía <input checked="" type="checkbox"/> Estudios e Investigación <input checked="" type="checkbox"/> Realización de Eventos <input checked="" type="checkbox"/> Toma de Fotografías y Filmaciones <input checked="" type="checkbox"/> Otro: <u>Bailes, música, concursos.</u></p>	<p>PASEOS <input checked="" type="checkbox"/> Paseos en Caballo <input checked="" type="checkbox"/> Paseos en Carruaje <input type="checkbox"/> Paseos en Lancha o canoa <input checked="" type="checkbox"/> Excursiones <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Paseos en carros turísticos</u></p> <p>FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales <input checked="" type="checkbox"/> Ferias <input checked="" type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos <input checked="" type="checkbox"/> Rituales Místicos <input type="checkbox"/> Otros _____</p> <p>DEPORTES ACUÁTICOS <input checked="" type="checkbox"/> Natación <input checked="" type="checkbox"/> Pesca Deportiva</p>
DATOS COMPLEMENTARIOS	
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES	
Generar el desarrollo economico, social y turistico del municipio.	
ADMINISTRADO POR: Alcaldia de San Lorenzo, comité de desarrollo turistico, comité gastronomico, empresarios.	
OTRA INFORMACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de ingreso: Libre • Época propicia para realizar el festival: Entre los meses de mayo y noviembre, que es la temporada, sin embargo, se suele realizar en el mes de agosto. • Distancia: 96.9km por carretera panamericana de San Salvador a San Lorenzo Centro, 97.3km por carretera panamericana y RN-13 de San Salvador a San Lorenzo Centro, 14.0km por RN-13 y AHU 11N de El Refugio a San Lorenzo Centro. 	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
27	FESTIVAL GASTRONOMICO DE VERANO.		
			
UBICACIÓN			
San Lorenzo, Ahuachapán			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Acontecimientos programados	Eventos	Ferias (No artesanales)	
DESCRIPCIÓN			
<p>Es un festival en el que se destaca la gastronomía del municipio, ofreciendo una amplia variedad gastronómica desde platillos de carne, conejo, pollo. Tilapias entre otros, además se ofrece gran variedad de bebidas como Frozen, refrescos, etc. Este Festival se realiza en el Parque El Triunfo a orillas del Río Grande, ubicado en el cantón El Portillo. En el 2012 se realizaba una vez al mes. Luego, se tomó a bien realizarlo cada quince días. En el 2013 - 2014, dicho festival se empezó a realizar todos los sábados y domingos. Desde éste se realizan actividades artísticas y se ofrece comida típica y exótica.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> Los turistas pueden disfrutar del Rio Grande. 			
OBSERVACIONES			
Apoya el Comité Gastronómico que se encuentra en el Parque Ecoturístico El Triunfo.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	X	X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES			
Se utiliza para ayudar a las comunidades aledañas al Parque para mejorar sus ingresos.			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
Publico.			
ADMINISTRADO POR:			
Alcaldía municipal y comité gastronómico.			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
28	FIESTAS PATRONALES DE SAN LORENZO		
			
UBICACIÓN			
San Lorenzo, Ahuachapán.			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Acontecimientos programados	Fiestas	Fiestas religiosas	
DESCRIPCIÓN			
Son realizadas en honor al santo patrono San Lorenzo, comienzan el 21 de abril y terminan el 28 del mismo mes. Se realiza una elección de la reina de las fiestas, además se realizan bailes, actividades turísticas, gastronómicas, infantiles, etc.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> • La elección de la reina se lleva a cabo con diferentes temáticas. • Diversidad de juegos mecánicos. • Diversidad gastronómica. • Actividades religiosas únicas. 			
OBSERVACIONES			
Las fiestas son visitadas por habitantes de la zona y municipios aledaños, hasta de extranjeros nativos del municipio, esto, por las diferentes actividades para todo público que se realizan durante este periodo.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X		X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES			
Para el esparcimiento de las personas, para incentivar el comercio y dar a conocer la cultura de la ciudad.			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
Publico: La administracion es municipal.			
ADMINISTRADO POR:			
Comité de festejos de la Alcaldía municipal.			
OTRA INFORMACIÓN			
Son invitados comerciantes y artistas de diferentes partes de la región, las actividades recreativas son paralelas a las religiosas, es para todo publico.			

FICHA No		NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	
29		REPLICAS MAYA SAN LORENZO	
			
UBICACIÓN			
Cantón San Juan Buenavista, San Lorenzo.			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Folclore	Artesanías y artes	Alfarería	
DESCRIPCIÓN			
<p>En San Lorenzo existen talleres donde se fabrican réplicas de esculturas mayas hechas 100 por ciento de tierra, con detalles como pintura fabricada con roca volcánica, realizadas a mano por artesanos con años de experiencia por medio de procesos manuales y artesanales propios de la región.</p> <p>Proceso: Para la fabricación de las réplicas, primero se realiza la mezcla de la tierra en el cual se invierten dos horas. Luego, con ese material comienza a moldear la pieza. Al finalizar, espera otra hora más para que seque; y por último, inicia el trabajo de pintura (utiliza los colores naranja, café y blanco). Cuando la pieza está terminada comienza el proceso de horneado a temperaturas que alcanzan los 700 grados fahrenheit, donde permanecen dos horas para garantizar que la pintura no se borre y perdure a través del tiempo.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Los artesanos conocen el lenguaje maya con el que realizan las réplicas. • Todo el proceso de elaboración es manual. • Los artesanos verifican la calidad de las esculturas. 			
OBSERVACIONES			
<p>Los escultores no tienen un lugar propio para comercializar las réplicas, lo hacen desde su hogar, en un cantón del municipio, muy alejado del poblado más cercano. El costo de las obras que realiza varía según su tamaño. Van desde \$1 hasta los \$25.</p>			
TIPO DE TURISTA			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	X	X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
Propietario de un Taller: Daniel Juárez			
ADMINISTRADO POR:			
El propietario del taller			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
30	PARQUE CENTRAL DEL REFUGIO		
			
UBICACIÓN			
El Refugio, Ahuachapán			
CATEGORÍA	TIPO		SUB TIPO
Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos		Parques
DESCRIPCIÓN			
Es un parque ubicado en el centro urbano del municipio, frente a la iglesia parroquial.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con una zona de juegos para niños. • Tiene una fuente de agua que realza y da notoriedad. • Tiene bancas y mesas bajo de árboles para descansar. • Cuenta con un pequeño escenario para eventos especiales. 			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.			
Excelente_____	Bueno__X__	Necesita Acondicionamiento__X__	
OBSERVACIONES			
Tiene capacidad media, aproximadamente unas 50 personas, sin embargo, para eventos especiales la capacidad es de hasta 150 personas.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X	X	X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo__X__	A pie__X__	Microbús__X__	
Autobús__X__	Automóvil Particular__X__	Moto Taxi__X__	
Motocicleta__X__	Camioneta 4x4__X__	Autobús Turístico__X__	
Otro: <u>Bicicleta</u>			


NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARQUE CENTRAL DEL REFUGIO				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador – El Refugio	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	85.3 km
3	Santa Ana – El Refugio	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	21.8 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
X				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input checked="" type="checkbox"/> (X) Todo el Año <input type="checkbox"/> () Esporádicamente <input type="checkbox"/> () Feriados <input type="checkbox"/> () Fines de semana <input type="checkbox"/> () Otros				
HORARIO DE VISITA: Todo el día				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> (X) Agua <input checked="" type="checkbox"/> (X) Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> (X) Luz <input checked="" type="checkbox"/> (X) Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> (X) Alcantarillado <input type="checkbox"/> () Señalización de seguridad <input type="checkbox"/> () Señalización turística <input type="checkbox"/> () Otra _____		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> (X) Agua <input checked="" type="checkbox"/> (X) Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> (X) Luz <input checked="" type="checkbox"/> (X) Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> (X) Alcantarillado <input type="checkbox"/> () Señalización de seguridad <input type="checkbox"/> () Señalización turística <input type="checkbox"/> () Otra _____		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input type="checkbox"/> () Observación de Aves <input type="checkbox"/> () Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> (X) Observación de Flora <input type="checkbox"/> () Otros _____		PASEOS <input type="checkbox"/> () Paseos en Caballo <input type="checkbox"/> () Paseos en Carruaje <input type="checkbox"/> () Paseos en Lancha o canoa <input checked="" type="checkbox"/> (X) Excursiones <input type="checkbox"/> () Otros _____		
DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> (X) Caminata		OTROS <input checked="" type="checkbox"/> (X) Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> (X) Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> (X) Compras de artesanía <input checked="" type="checkbox"/> (X) Realización de Eventos		
FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> (X) Actividades Religiosas y/o Patronales <input checked="" type="checkbox"/> (X) Ferias <input checked="" type="checkbox"/> (X) Degustación de Platos Típicos				


NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARQUE CENTRAL DEL REFUGIO	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
<p>ALIMENTACIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> Restaurantes</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Snacks</p> <p><input type="checkbox"/> Bares</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida</p> <p><input type="checkbox"/> Cafeterías</p> <p><input type="checkbox"/> Ventas de comida rápida</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>ALOJAMIENTO</p> <p>No Posee</p> <p>LUGARES DE ESPARCIMIENTO</p> <p><input type="checkbox"/> Discotecas</p> <p><input type="checkbox"/> Cines o Teatros</p> <p><input type="checkbox"/> Maq. Tragamonedas</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Juegos Infantiles</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p>
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO	
<p>ALIMENTACIÓN</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Snacks</p> <p><input type="checkbox"/> Bares</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p> <p>OTROS SERVICIOS</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información (Alcaldía)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Venta de material Informativo</p>	<p>ALOJAMIENTO</p> <p><input type="checkbox"/> Hoteles</p> <p><input type="checkbox"/> Albergues</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Casas de Hospedajes</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Hostales</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p> <p>LUGARES DE ESPARCIMIENTO</p> <p><input type="checkbox"/> Discotecas</p> <p><input type="checkbox"/> Cines o Teatros</p> <p><input type="checkbox"/> Maq. Tragamonedas</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Juegos Infantiles</p> <p><input type="checkbox"/> Otros <u>Viveros</u> _____</p>
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO	
PUBLICO: Es propiedad de la alcaldía municipal para uso de la poblacion.	
ADMINISTRADO POR:	
Alcaldía municipal.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO			
31	PARROQUIA NUESTRA SEÑORA DEL REFUGIO			
				
UBICACIÓN				
El Refugio				
CATEGORÍA		TIPO		SUB TIPO
Manifestaciones Culturales		Arquitectura y Espacios Urbanos		Iglesias
DESCRIPCIÓN				
La parroquia de Nuestra Señora del Refugio, es un templo para congregarse y realizar las actividades religiosas. La estructura de la iglesia actualmente está en remodelación.				
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS				
Dentro de la iglesia se encuentra una escultura de Nuestra Señora del Refugio, además se encuentra incluido un cuadro de la Virgen de Guadalupe.				
ESTADO ACTUAL				
Excelente _____ Bueno <u> X </u> Necesita Acondicionamiento _____				
TIPO DE VISITANTE				
EXTRANJERO	NACIONAL		REGIONAL	LOCAL
	X		X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO				
A caballo _____		A pie <u> X </u>		Microbús <u> X </u>
Autobús <u> X </u>		Automóvil Particular <u> X </u>		Moto Taxi <u> X </u>
Motocicleta <u> X </u>		Camioneta 4x4 <u> X </u>		Autobús Turístico <u> X </u>
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador- Parroquia de Nuestra señora de El Refugio. Por carretera panamericana	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto.	83 km
2	Atiquizaya-Parroquia de Nuestra señora de El Refugio. Por RN 13.	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto.	5.9 km

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARROQUIA NUESTRA SEÑORA DEL REFUGIO	
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO	
<input checked="" type="checkbox"/> Todo el Año	
HORARIO DE VISITA: Todos los días. De 6:00 am – 8:00pm	
INFRAESTRUCTURA	
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado	DENTRO DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra_____
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO	
OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Religiosas <input checked="" type="checkbox"/> Toma de Fotografías y Filmaciones	
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros_____	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información (Alcaldía) <input type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO: El Arzobispado	
ADMINISTRADO POR: El Arzobispado	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
32	FESTIVAL DE LA PLANTA DEL GRANO DE ORO		
			
UBICACIÓN			
El Refugio, Ahuachapán			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Acontecimientos programados	Eventos	Ferias (No artesanales)	
DESCRIPCIÓN			
Es un festival en el que se destaca el café, ofreciendo una amplia variedad gastronómica de derivados del café como postres, café gourmet entre otros, además se realizan visitas a las plantaciones de café de los cooperativistas.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> • El Refugio es uno de los municipios en los que las plantaciones de café forman parte de su identidad por la constante siembra de viveros y distribución a las principales fincas del país. • Se han catalogado las plantaciones como unas con la mejor calidad a nivel nacional. • El MITUR, desde 2011 viene impulsando acciones para crear rutas turísticas ligadas al café y darle fuerza a este producto nacional de alta calidad. 			
OBSERVACIONES			
Solo se realizó una vez por falta de interés de instituciones (como las cooperativas de café) y poca o nula gestión por el comité turístico de la alcaldía			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	X	X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES			
Para ayudar a los productores de café a comercializar la planta.			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
Privado: las plantaciones de café y los productos ofrecidos son ajenos a la administracion publica municipal.			
ADMINISTRADO POR:			
Alcaldía municipal, Cooperativas de Caficultores del municipio, MAG y MITUR.			
OTRA INFORMACIÓN			
Son invitados caficultores de todo el pais con el objetivo de promover y dar a conocer a la Villa El Refugio como productor de plantas de café			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
33	REPLICAS MAYA EL REFUGIO		
			
UBICACIÓN			
El Refugio			
CATEGORÍA		TIPO	SUB TIPO
Folclore		Artesanías y artes	Alfarería
DESCRIPCIÓN			
Son réplicas de esculturas mayas hechas de diferentes tipos de barro realizadas a mano por artesanos con años de experiencia por medio de procesos manuales y artesanales propios de la región.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Los artesanos conocen el lenguaje maya con el que realizan las réplicas. • Comercializan las esculturas a todo el país y también exportan a otros países como Estados Unidos y la región centroamericana. • Todo el proceso de elaboración es manual. • Los artesanos verifican la calidad de las esculturas. 			
OBSERVACIONES			
Los escultores no tienen un lugar propio para comercializar las réplicas, lo hacen desde su hogar, en un cantón del municipio, muy alejado del poblado más cercano.			
TIPO DE TURISTA			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	X	X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES			
Los comerciantes de artesanías compran a los escultores para ofrecer al consumidor posteriormente, sin embargo, los artesanos quisieran tener un punto de venta.			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
Privado: Elartesa			
ADMINISTRADO POR:			
El propietario del taller			
OTRA INFORMACIÓN			
Existe un gran potencial para estos productos debido a que se exporta. El taller esta ubicado en un canton del municipio a 5 km del centro de este.			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
34	FIESTAS PATRONALES DE EL REFUGIO		
			
UBICACIÓN			
El Refugio, Ahuachapán			
CATEGORÍA		TIPO	SUB TIPO
Acontecimientos programados		Fiestas	Fiestas religiosas
DESCRIPCIÓN			
En honor de Nuestra Señora de El Refugio, las festividades comienzan el 5 de noviembre y culminan el 13 del mismo mes, se llevan a cabo actividades tanto religiosas como recreativas.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> • La elección de la reina se lleva a cabo con temáticas de turismo y café. • Diversidad de juegos mecánicos. • Diversidad gastronómica. • Actividades religiosas únicas. 			
OBSERVACIONES			
Las fiestas son bastante similares respecto a las de otras municipalidades. Son muy visitadas por habitantes de la zona y municipios aledaños, hasta de extranjeros nativos del municipio.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
X		X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES			
Para el esparcimiento de las personas, para incentivar el comercio.			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
Publico: La administracion es municipal, sin embargo los comerciantes tienen permisos para vender sus productos o servicios durante el periodo.			
ADMINISTRADO POR:			
Alcaldía municipal.			
OTRA INFORMACIÓN			
Son invitados comerciantes de diferentes partes de la region, las actividades recreativas son paralelas a las religiosas, es para todo publico.			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
35	PLANTACIONES DE CAFÉ		
			
UBICACIÓN			
El Refugio, Ahuachapán			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones	Explotaciones Agropecuarias	
DESCRIPCIÓN			
Lotificaciones de viveros de café, es lo que ofrecen los caficultores del municipio pertenecientes a la asociación ACOPAVISA, se encargan de sembrar la planta y mantenerla en vivero para comercializarla después a los productores de café a diferentes partes del país.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> • La visita a las plantaciones es parte del agroturismo. • Se puede observar el ciclo de producción de una planta de café. • El café sembrado ahí es distribuido a las principales fincas de café del país. • La calidad del café es verificada por el CENTA. 			
ESTADO ACTUAL			
Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Necesita Acondicionamiento <input type="checkbox"/>			
OBSERVACIONES			
Las visitas a turistas se realizan previo a una cita ya que el recurso es privado.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo <input checked="" type="checkbox"/>	A pie <input checked="" type="checkbox"/>	Microbús <input checked="" type="checkbox"/>	
Autobús <input checked="" type="checkbox"/>	Automóvil Particular <input checked="" type="checkbox"/>	Moto Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	
Motocicleta <input checked="" type="checkbox"/>	Camioneta 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	Autobús Turístico <input checked="" type="checkbox"/>	
Otro: <u>Bicicleta</u>			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PLANTACIONES DE CAFÉ.				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador – El Refugio	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	85.3 km
2	Santa Ana – El Refugio	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	21.8 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
		X		
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
Mencionar si la visita se realiza durante: <input checked="" type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Otros				
HORARIO DE VISITA				
De 8:00 am a 12:00 md y de 1:00 pm a 4:00 pm				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra_____		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra_____		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input type="checkbox"/> Observación de Aves <input type="checkbox"/> Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora <input type="checkbox"/> Otros_____		FOLCLORE <input type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales <input checked="" type="checkbox"/> Ferias <input type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos <input type="checkbox"/> Rituales Místicos <input type="checkbox"/> Otros_____		
DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata		OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> Toma de Fotografías y Filmaciones <input type="checkbox"/> Otro_____		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PLANTACIONES DE CAFÉ.	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
OTROS SERVICIOS	
(X) Servicios Guiados	
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)	
ALIMENTACIÓN (X) Restaurantes (X) Snacks () Bares (X) Kioskos de venta de comida y/o bebida (X) Cafeterías (X) Ventas de comida rápida () Otros _____	LUGARES DE ESPARCIMIENTO () Discotecas () Cines o Teatros () Maq. Tragamonedas () Juegos Infantiles (X) Otros <u>Parques, ríos</u>
ALOJAMIENTO () Hoteles () Albergues (X) Casas de Hospedajes (X) Hostales () Otros _____	OTROS SERVICIOS (X) Agencias de viajes (X) Bancos (X) Cajeros (X) Oficina de Información (X) Seguridad Municipal / POLITUR (X) Servicios Higiénicos (X) Servicios Guiados (X) Servicio de estacionamiento (X) Servicios de Telefonía (X) Servicio de Moto taxis (X) Venta de Artesanía (X) Venta de material Informativo
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO PRIVADO: La administracion es privada.	
ADMINISTRADO POR: Propietarios de las lotificacion de viveros de café.	
OTRA INFORMACIÓN La Cooperativa apoya a los agricultores de café en el proceso de comercializacion y mercado del producto.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
36	ARTESANÍAS DE MADERA EL REFUGIO		
			
UBICACIÓN			
El Refugio.			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Folclore	Artesanías y Arte	Madera	
DESCRIPCIÓN			
<p>En el municipio de El Refugio, se realizan coloridas artesanías en madera, bambú, lienzos, y en morros largos que se cultivan en ese lugar. Los dibujos pintados en las artesanías son influenciados por diversas tendencias, los artistas expresan mediante sus pinturas, la riqueza de nuestra tierra, el día a día de la gente, e incluso, la calidez humana a través de colores vivos y contrastantes.</p>			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
37	SALTO EL ESPINO		
			
UBICACIÓN			
El Refugio, Ahuachapán			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Sitios Naturales	Caídas de agua	Cataratas o cascadas	
DESCRIPCIÓN			
Es una caída de agua que proviene del río San Antonio, de agua fría y en se encuentra en su estado natural.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> Es perfecto para realizar senderismo, turismo de aventura, etc. 			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.			
Excelente _____	Bueno _____	Necesita Acondicionamiento <u>X</u>	
OBSERVACIONES			
El recurso está contaminado por aguas negras que provienen de municipios aledaños por lo que no se considera un atractivo turístico.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
			X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo <u>X</u>	A pie <u>X</u>	Microbús <u>X</u>	
Autobús _____	Automóvil Particular <u>X</u>	Moto Taxi <u>X</u>	
Motocicleta <u>X</u>	Camioneta 4x4 <u>X</u>	Autobús Turístico _____	
Otro: <u>Bicicleta</u>			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: SALTO EL ESPINO				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador – El Refugio	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	85.3 km
2	Santa Ana – El Refugio	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	21.8 km
3	Parque Central – Salto El Espino	Microbús, Automóvil, Motocicleta, Bicicleta.	Calle de tierra	5 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
X				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input checked="" type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Otros				
HORARIO DE VISITA: Durante el día				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input type="checkbox"/> Observación de Aves <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora <input type="checkbox"/> Otros _____		DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata DEPORTES ACUÁTICOS <input checked="" type="checkbox"/> Natación		
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS				
ALIMENTACIÓN No posee		ALOJAMIENTO No Posee		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: SALTO EL ESPINO	
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)	
<p>ALIMENTACIÓN</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Snacks</p> <p><input type="checkbox"/> Bares</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p> <p>LUGARES DE ESPARCIMIENTO</p> <p><input type="checkbox"/> Discotecas</p> <p><input type="checkbox"/> Cines o Teatros</p> <p><input type="checkbox"/> Maq. Tragamonedas</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Juegos Infantiles</p> <p><input type="checkbox"/> Otros <u>Parques, instalaciones deportivas</u></p>	<p>ALOJAMIENTO</p> <p><input type="checkbox"/> Hoteles</p> <p><input type="checkbox"/> Albergues</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Casas de Hospedajes</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Hostales</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p> <p>OTROS SERVICIOS</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicios Guiados</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Venta de material Informativo (libros, revistas, postales, videos, etc)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p>
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO	
PUBLICO: Es propiedad de la alcaldía municipal para uso de la poblacion._	
ADMINISTRADO POR:	
Alcaldía municipal.	
OTRA INFORMACIÓN	
Para considerarse un atractivo turistico deberan realizarse acciones por descontaminar el rio y limpiar de los excesos de basura.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
38	PARQUE SAN JOSÉ		
			
UBICACIÓN			
1º. Avenida. Sur Barrio La Unión, Turín. Frente a la alcaldía municipal y frente a la iglesia parroquial sagrada familia.			
CATEGORÍA	TIPO		SUB TIPO
Manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos		Parques
DESCRIPCIÓN			
<p>Parque municipal, espacio público, donde cualquier persona tiene el derecho de circular. Posee un kiosco central, jardines y mucha vegetación que le da mucha frescura y belleza. Dentro de la variedad de árboles que existen en él, destaca la ceiba, el cual tiene muchos años. Posee glorietas, bancas, lámparas, una cascada mecánica, un área de juegos para niños y una cancha que se puede utilizar para jugar basquetbol y futbol. El nombre del parque es en honor al patrono San José Patriarca.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<p>Es el parque de mayor área del municipio de Turín, así como el más grande de la microrregión de Ahuachapán Norte. En él se realizan diversidad de actividades culturales, festividades, festivales gastronómicos, diferentes tipos de ventos, entre otros. Destaca por sus jardines y su limpieza.</p>			
ESTADO ACTUAL			
<p>Estado de conservación en el que se encuentra el recurso. Excelente <u> X </u> Bueno _____ Necesita Acondicionamiento _____</p>			
OBSERVACIONES			
<p>El parque se encuentra en excelentes condiciones, el jardín muy cuidado, y toda la instalación limpia debido a la limpieza diaria, sin embargo, en el parque no se puede visualizar la existencia de basureros.</p>			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	x	x	x
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo _____	A pie <u> X </u>	Microbús <u> X </u>	
Autobús <u> X </u>	Automóvil Particular <u> X </u>	Moto Taxi <u> X </u>	
Motocicleta <u> X </u>	Camioneta 4x4 <u> X </u>	Autobús Turístico <u> X </u>	
Otro <u> Biciqueta </u>			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARQUE SAN JOSÉ				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador- Parque San José, Por RN 13	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	90.3 km
2	San Salvador- Parque San José, Por carretera panamericana	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	90.8 km
3	Refugio- Parque San José, Por RN 13	Autobús, Carro	Terrestre, Camino de asfalto	7.4 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
X				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input checked="" type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Otros				
HORARIO DE VISITA: Abierto las 24 horas del día, todos los días.				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Aves <input type="checkbox"/> Observación de Fauna <input checked="" type="checkbox"/> Observación de Flora <input type="checkbox"/> Otros _____		FOLCLORE <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales <input checked="" type="checkbox"/> Ferias <input checked="" type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos <input type="checkbox"/> Rituales Místicos <input type="checkbox"/> Otros _____		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARQUE SAN JOSÉ	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO	
DEPORTES / AVENTURA <input checked="" type="checkbox"/> Caminata <input checked="" type="checkbox"/> Otro <u>Futbol y basquetbol</u>	OTROS <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Culturales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> Realización de Eventos <input checked="" type="checkbox"/> Otro <u>Campañas de salud, actividades de la alcaldía</u>
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input type="checkbox"/> Cafeterías <input type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros_____	ALOJAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> No posee LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Juegos Infantiles <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <u>Cancha de basquetbol y futbol.</u> OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> Snacks <input type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros_____	ALOJAMIENTO <input type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Albergues <input type="checkbox"/> Casas de Hospedajes <input checked="" type="checkbox"/> Hostales <input type="checkbox"/> Otros_____
LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input type="checkbox"/> Otros: <u>Establecimientos deportivos</u>	OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información (Alcaldía) <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis
DATOS COMPLEMENTARIOS	
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES Para la realizacion actividades culturales, sociales, de salud, de espacio y festividades.	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO Espacio publico, propiedad del municipio de Turin.	
ADMINISTRADO POR: Alcaldia municipal de Turin	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
39	PARROQUIA LA SAGRADA FAMILIA.		
 			
UBICACIÓN			
Bo La Unión 1 Av Nte, Turín , Ahuachapán			
CATEGORÍA	TIPO		SUB TIPO
Manifestaciones culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos		Iglesias
DESCRIPCIÓN			
<p>La iglesia Parroquial de Turín fue construida en las bases de la antigua iglesia que fue destruida por un terremoto. En frente de la iglesia se encuentra unos jardines donde se aprecia un pequeño kiosco donde están conservadas las antiguas campanas de la anterior iglesia.</p> <p>Dentro de esta se encuentra las imágenes de San Jose y la Sagrada Familia, que según cuenta una historia, aproximadamente, en el año de 1860, fueron traídas de Guatemala por los señores Curiano Molina y Silvano Molina, encargadas por Gabriel Molina. Estaban valoradas en ochocientos reales de plata</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
- Posee imágenes de San Jose y La Sargrada Familia.			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.			
Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno _____ Necesita Acondicionamiento _____			
OBSERVACIONES			
Parroquia cuyo patrono es San José, y la copatrona es Nuestra Señora del Transito			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
	X	X	X
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo <input checked="" type="checkbox"/>	A pie <input checked="" type="checkbox"/>	Microbús <input checked="" type="checkbox"/>	
Autobús <input checked="" type="checkbox"/>	Automóvil Particular <input checked="" type="checkbox"/>	Moto Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	
Motocicleta <input checked="" type="checkbox"/>	Camioneta 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	Autobús Turístico <input checked="" type="checkbox"/>	
Otro: <u>Bicicleta</u>			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARROQUIA LA SAGRADA FAMILIA.				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	San Salvador – Turín	Autobús, Microbús, Automóvil, Motocicleta.	Asfalto	90 km
2	Centro de Atiquizaya – Turín	Microbús, Automóvil, Mototaxi, Bicicleta, Motocicleta.	Asfalto	2.4 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
x				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input checked="" type="checkbox"/> Todo el Año <input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> Feriados _____ <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Otros				
HORARIO DE VISITA: 8:00 AM a 5:00 PM				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano) <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> Señalización de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística <input type="checkbox"/> Otra _____		
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)				
ALIMENTACIÓN <input type="checkbox"/> Restaurantes <input type="checkbox"/> Snacks <input type="checkbox"/> Bares <input checked="" type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías <input type="checkbox"/> Ventas de comida rápida <input type="checkbox"/> Otros _____		ALOJAMIENTO <input type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Albergues <input type="checkbox"/> Casas de Hospedajes <input type="checkbox"/> Hostales <input type="checkbox"/> Otros _____		
		LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Juegos Infantiles <input checked="" type="checkbox"/> Otros <u>Parques, instalaciones deportivas</u>		

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: PARROQUIA LA SAGRADA FAMILIA**SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)****OTROS SERVICIOS**

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Agencias de viajes | <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Guiados |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas | <input type="checkbox"/> Servicio de Correo |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de botes | <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para aventura turística | <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de Telefonía |
| <input type="checkbox"/> Bancos | <input type="checkbox"/> Servicio de Internet |
| <input type="checkbox"/> Cajeros | <input type="checkbox"/> Servicio de Salvavidas |
| <input type="checkbox"/> Casa de Cambio | <input type="checkbox"/> Servicios de Taxis |
| <input type="checkbox"/> Centro de Interpretación | <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis |
| <input checked="" type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados | <input checked="" type="checkbox"/> Venta de Artesanía |
| <input type="checkbox"/> Museos de Sitio | <input type="checkbox"/> Venta de material Informativo |
| <input checked="" type="checkbox"/> Oficina de Información | (libros, revistas, postales, |
| <input type="checkbox"/> Seguridad Privada | videos, etc) |
| <input type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR | <input type="checkbox"/> Otros _____ |
| <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos | |

DATOS COMPLEMENTARIOS**PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO**

Arzobispado

FICHA No		NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	
40		PARQUE DEPORTIVO DE TURÍN	
			
UBICACIÓN			
Barrio El Socorro, Turín.			
CATEGORÍA	TIPO		SUB TIPO
Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos		Parques
DESCRIPCIÓN			
<p>El Parque Deportivo fue construido como una alternativa de recreación para combatir los índices delincuenciales que existían en el municipio, el parque fue realizado por la alcaldía municipal de Turín, en conjunto con la Secretaría Nacional de Inclusión social, el parque fue construido en el barrio El Socorro.</p> <p>La obra fue diseñada para que los jóvenes y la niñez tengan una opción para poder recrearse, el parque cuenta con una cancha de basquetbol, la cual también puede ser ocupada para practicar fútbol rápido. También cuenta con una rampla, para quienes disfrutan del ciclismo acrobático y el patinaje. Asimismo, los contornos del parque son un ciclo vía. En el parque también cuenta con toboganes y columpios. También hay varias zonas verdes, ocho quioscos con bancas decorativas e iluminación.</p>			
TIPO DE TURISTA			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
		X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES El parque se utiliza para realizar actividades culturales y torneos deportivos.			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO Público.			
ADMINISTRADO POR: Alcaldia de Turín.			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
41	TERMALES DEL PARAISO		
			
UBICACIÓN			
Cantón El Paraíso, Turín, Ahuachapán			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Manifestaciones culturales.	Arquitectura y espacios urbanos.	Parque.	
DESCRIPCIÓN			
<p>Termales del Paraíso es un balneario que ofrece piscina con aguas termales, música en vivo, servicio de restaurantes con diferentes platillos, y un hostel con varias habitaciones con jacuzzis compartido.</p>			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
Posee piscinas con aguas termales.			
ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.			
Excelente <input checked="" type="checkbox"/> Bueno _____ Necesita Acondicionamiento _____			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo _____	A pie _____	Microbús <input checked="" type="checkbox"/>	
Autobús <input checked="" type="checkbox"/>	Automóvil Particular <input checked="" type="checkbox"/>	Moto Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	
Motocicleta <input checked="" type="checkbox"/>	Camioneta 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	Autobús Turístico <input checked="" type="checkbox"/>	
Otro _____			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: TERMALES DEL PARAISO.				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
RECORRIDO	TRAMO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	DISTANCIA
1	Centro de Atiquizaya-Termales	Automovil, Moto, autobus turistico, mototaxi.	Camino de asfalto.	4.1 km
2	San Salvador-Termales	Automovil, Autobus.	Camino de asfalto	91.5 km
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO		OTRO
	X			
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
<input checked="" type="checkbox"/> (X) Todo el Año <input type="checkbox"/> () Esporádicamente algunos meses <input type="checkbox"/> () Feriados <input type="checkbox"/> () Fines de semana <input type="checkbox"/> () Otros				
HORARIO DE VISITA: 7:00 AM a 10:00PM				
INFRAESTRUCTURA				
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> (X) Agua <input checked="" type="checkbox"/> (X) Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> (X) Luz <input checked="" type="checkbox"/> (X) Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> (X) Alcantarillado <input checked="" type="checkbox"/> (X) Señalización de seguridad <input type="checkbox"/> () Señalización turística <input type="checkbox"/> () Otra _____		FUERA DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> (X) Agua <input checked="" type="checkbox"/> (X) Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> (X) Luz <input checked="" type="checkbox"/> (X) Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> (X) Alcantarillado <input type="checkbox"/> () Señalización de seguridad <input type="checkbox"/> () Señalización turística <input type="checkbox"/> () Otra _____		
Será considerada dentro del recurso la infraestructura que se encuentre dentro del perímetro del mismo.				
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
NATURALEZA No posee.		PASEOS No posee.		
DEPORTES ACUÁTICOS <input checked="" type="checkbox"/> (X) Natación		FOLCLORE No posee.		
OTROS <input checked="" type="checkbox"/> (X) Actividades Sociales <input checked="" type="checkbox"/> (X) Realización de Eventos				

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: TERMALES DEL PARAISO.	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS	
ALIMENTACIÓN <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes	ALOJAMIENTO <input type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Albergues <input type="checkbox"/> Casas de Hospedajes <input checked="" type="checkbox"/> Hostales <input type="checkbox"/> Otros _____
LUGARES DE ESPARCIMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Piscinas	
OTROS SERVICIOS <input checked="" type="checkbox"/> Servicio de Internet <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad Privada <input checked="" type="checkbox"/> Servicios Higiénicos	
DATOS COMPLEMENTARIOS	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO	
Privado	
ADMINISTRADO POR:	
Jeremias Arévalo.	

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
42	ARTESANÍAS DE LAZO		
			
UBICACIÓN			
Turín			
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Folclore	Artesanías y Arte	Lazo	
DESCRIPCIÓN			
<p>En el municipio de Turín, se desarrollan artesanías, en las cuales la materia prima principal es el lazo. Es el señor Lázaro Figueroa quien las elabora, el cual utilizando su creatividad empezó a realizar dichas artesanías en forma de pájaros, Jarrones y floreros, lámparas, mariposas, entre otros.</p>			
OBSERVACIONES			
<p>El artesano comercializa dichas artesanías en su casa, no posee apoyo de la municipalidad, ni de ninguna otra institución. Entre sus objetivos esta el poder enseñar a otros a realizar dichas artesanías, ya que el es de la tercera edad y quiere dejar un legado.</p>			

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	
43	ARTESANÍAS DE MADERA DE TURÍN	
		
UBICACIÓN		
Colonia El paraíso, Turín		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO
Folclore	Artesanías y Arte	Madera
DESCRIPCIÓN		
<p>En el municipio de Turín se realiza esculturas, donde la materia prima es la madera, utilizando herramientas como el cincel, hacha o corvo para cortar la silueta en el trozo y darle forma al lienzo. La actividad toma varias horas. Estos trabajos se pueden apreciar en madera de caoba, eucalipto y cedro. Para contactar al creador de estas artesanías se puede hacer uso de Facebook, buscándolo por su nombre Edgardo Guerrero.</p>		

FICHA No	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		
44	FIESTAS PATRONALES DE TURÍN		
			
UBICACIÓN			
Turín, Ahuachapán			
CATEGORÍA		TIPO	SUB TIPO
Acontecimientos programados		Fiestas	Fiestas religiosas
DESCRIPCIÓN			
Sus fiestas patronales en honor a San José Patriarca y a la Sagrada Familia del 14 al 20 de marzo. Durante las festividades turinenses se encuentran las quiebras de piñatas, cabalgatas artísticas, fiestas con discomóvil y orquestas, quema de pólvora, juegos infantiles, comelones de pizza y pupusas, entre otros.			
PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS			
<ul style="list-style-type: none"> • La elección de la reina se lleva a cabo con diferentes temáticas. • Diversidad de juegos mecánicos. • Diversidad gastronómica. • Actividades religiosas únicas. 			
OBSERVACIONES			
Las fiestas son visitadas por habitantes de la zona y municipios aledaños, hasta de extranjeros nativos del municipio, esto, por las diferentes actividades para todo público que se realizan durante este periodo.			
TIPO DE VISITANTE			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
		X	X
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES			
Para el esparcimiento de las personas, para incentivar el comercio y dar a conocer la cultura de la ciudad.			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
Publico: La administracion es por medio del comité de festejos de la alcaldia municipal.			
ADMINISTRADO POR:			
Comité de festejos de la Alcaldía municipal.			
OTRA INFORMACIÓN			
Son invitados comerciantes y artistas de diferentes partes de la región, las actividades recreativas son paralelas a las religiosas, es para todo publico.			

3.6. RESULTADOS DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

Se identificaron 47 recursos turísticos en la zona de estudio, agrupados en 5 categorías: Sitios naturales, manifestaciones culturales, folclore, acontecimientos programados y realizaciones artísticas contemporáneas.

✓ Sitios Naturales en la microrregión de Ahuachapán Norte.

Existe potencia de desarrollo turístico categorizado como sitios naturales, ya que la microrregión cuenta con muchos recursos naturales de interés turístico, algunos de ellos se muestran a continuación:

Atiquizaya	San Lorenzo	El Refugio
<ul style="list-style-type: none"> • Salto de Malacatiupan • Los Ausoles 	<ul style="list-style-type: none"> • Río Grande • Plantaciones de jocote • Plantaciones de loroco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Salto El Espino • Plantaciones de café

✓ Manifestaciones culturales en la microrregión de Ahuachapán Norte.

Existe potencia de desarrollo turístico categorizado como manifestaciones culturales, ya que posee diversas arquitecturas y espacios urbanos. A continuación, se muestran recursos turísticos que se encuentran en esta categoría.

Atiquizaya	San Lorenzo	El Refugio	Turín
<ul style="list-style-type: none"> • Parroquia Inmaculada Concepción de María • Parque San Juan • Parque 5 de noviembre • Puente Viejo • Hacienda San Antonio • Turicentro Aguijuyo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Parroquia de San Lorenzo • Centro Ecoturístico Nuevo San Lorenzo. • El Jicaro. • Parque El Triunfo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Parque Central de Villa El Refugio • Parroquia de Villa El Refugio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Parque central de Turín. • Parroquia la Sagrada Familia. • Termales del Paraiso. • Parque deportivo de Turin.

✓ Folclore en la microrregión de Ahuachapán Norte.

Existe potencia de desarrollo turístico categorizado como Folclore, ya que posee festivales y artesanías con materiales diversos. A continuación, se muestran recursos turísticos que permitirían desarrollar el turismo y entran en la categoría Folclore.

Atiquizaya	San Lorenzo	El Refugio	Turín
<ul style="list-style-type: none"> •Lotería •Los Farolitos •Festivales: De la quesadilla •Replicas Maya •Quijote 	<ul style="list-style-type: none"> •Replicas Maya •Farolitos. 	<ul style="list-style-type: none"> •Replicas Maya •Artesanias de madera. •Farolitos 	<ul style="list-style-type: none"> •Artesanias de madera •Artesanias de lazo. •Farolitos

✓ **Acontecimientos programados en la microrregión de Ahuachapán Norte.**

Existe potencia de desarrollo turístico categorizado como Acontecimientos programados, ya que posee festivales gastronómicos y fiestas patronales. A continuación, se muestran recursos turísticos que permitirían desarrollar el turismo y entran en la categoría Acontecimientos programados.

Atiquizaya	San Lorenzo	El Refugio	Turín
<ul style="list-style-type: none"> •Festivales de maíz. •UTAP •Fiestas patronales 	<ul style="list-style-type: none"> •Festival del loroco. •Festival del Jocote Barón Rojo. •Festival gastronómico de verano. •Fiestas patronales. 	<ul style="list-style-type: none"> •Festival de la planta de oro. •Fiestas patronales. 	<ul style="list-style-type: none"> •Fiestas patronales

✓ **Realizaciones artísticas contemporáneas en la microrregión de Ahuachapán Norte.**

Existe potencia de desarrollo turístico categorizado como Realizaciones artísticas contemporáneas, manifestado como murales artísticos en el municipio de Atiquizaya.

TOTAL DE RECURSOS NATURALES

Se identificaron 7 atractivos naturales, correspondiente al 15% de los recursos totales. De los 7 atractivos, 2 son cascadas, es decir, el 29%, el restante 71% se distribuye entre plantaciones, aguas minero medicinales y ríos.

Se identificaron 16 manifestaciones culturales, correspondiente al 34% de los recursos totales. De las 16 manifestaciones, el 27% son iglesias, el 60% son parques y el 13% restante son haciendas y lugares históricos.

Se identificaron 13 folclore, correspondiente al 28% de los recursos totales. De esas el 54% son artesanías y artes, y el 46% son creencias populares.

Se identificaron 10 acontecimientos programados, correspondiente al 21% de los recursos totales. De los cuales el 40% está relacionado a fiesta patronal (tipo fiestas) y el 60% son festivales no artesanales y eventos deportivos (tipo eventos).

El 2% restante se encuentra en la categoría Realizaciones Artísticas contemporáneas.

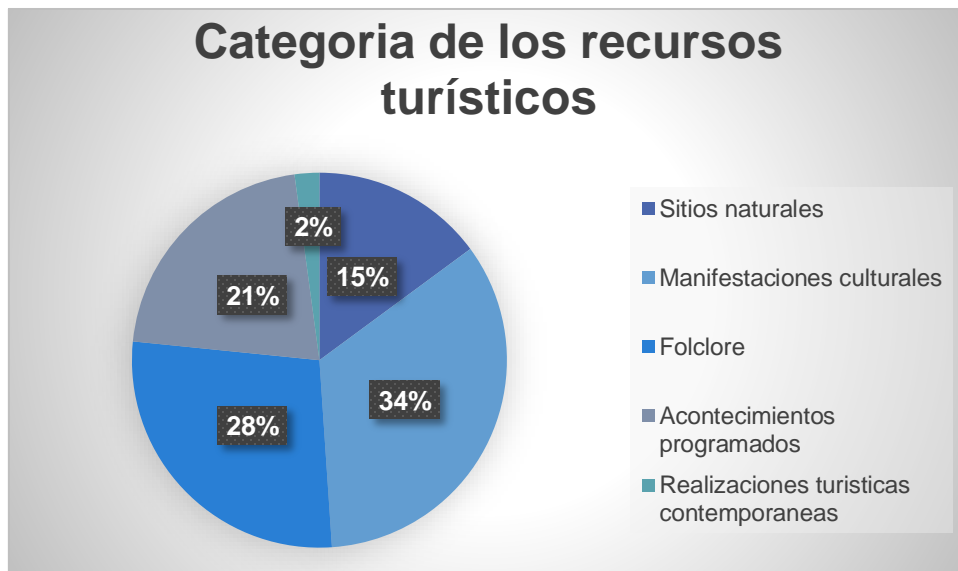


Gráfico 11. Categorías de los recursos turísticos de la microrregión.

De los recursos totales encontrados en la Microrregión Norte de Ahuachapán, un 32% del total de los recursos se encuentra en Atiquizaya, un 28% se encuentra en San Lorenzo, y los municipios de Turín y El Refugio tienen un 21% y 19% respectivamente.



Gráfico 12. Distribución de los recursos turísticos por municipio.

APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS

En la siguiente tabla se muestra el porcentaje de aprovechamiento de todos los recursos/actividades que se utilizan o hacen con fines turísticos, se marca con X en A ó D (aprovechamiento o desaprovechamiento respectivamente), según la investigado, dicha tabla se elaboró en base la información primaria recolectada por medio de las unidades de turismo y administradores de los atractivos turísticos.

Tabla 24. Aprovechamiento o desaprovechamiento de los recursos turísticos.

Categoría	Tipo	Atiquizaya			San Lorenzo			El Refugio			Turín			Sub total		Total	Total por categoría
		Nombre	A	D	Nombre	A	D	Nombre	A	D	Nombre	A	D	A	D		
Sitios naturales	Cascadas	Salto de Malacatiupan	X		-			Salto El Espino		X	-			1	1	2	7
	Ríos	-			Rio Grande		X	-			-			0	1	1	
	Explotaciones agropecuarias	-			Plantaciones de Jocote		X	Plantaciones de café		X	-			1	1	2	
					Plantaciones de Loroco		X	-			-			1	0	1	
Aguas minero medicinales	Ausoles			X	-		-			-			0	1	1		
Manifestaciones culturales	Iglesias	Parroquia Inmaculada Concepción de Maria	X		Parroquia de San Lorenzo		X	Parroquia nuestra señora del Refugio		X	Parroquia La Sagrada Familia		X	3	1	4	16

	Haciendas	Hacienda San Antonio	X		-			-			-			1	0	1	
	Parques	Turicentro Aguijuyo	X		El Jícaro	X		Parque central de El Refugio	X		Parque San José	X		3	1	4	
		Parque 5 de noviembre	X		CE Nuevo San Lorenzo	X		-			Parque deportivo	X		1	2	3	
		Parque San Juan		X	Parque Triunfo	X		-			Termales del paraíso	X		1	2	3	
	Lugares Historicos	Puente viejo	X		-			-			-			1	0	1	
Folclore	Artesanías y artes	El Quijote		X	Replicas Mayas	X		Replicas Mayas	X		Replicas Mayas	X		0	4	4	13
		Replicas Mayas	X		-			Artesanías de madera	X		Artesanías de lazo	X		1	2	3	
	Creencias populares	Lotería de cartón	X		Los farolitos	X		Los farolitos	X		Los farolitos	X		1	3	4	
		Festival de la quesadilla	X		-			-			-			1	0	1	
		Los farolitos		X	-			-			-			0	1	1	

Acontecimientos programados	Fiestas religiosas	Fiestas patronales		X	Fiestas patronales		X	Fiestas patronales		X	Fiestas patronales		X	0	4	4	10
	Festivales no artesanales	Festival del maíz	X		Festival del Jocote	X		Festival del café	X		-			2	1	3	
		-			Festival del loroco	X		-			-			1	0	1	
		-			Festival gastronómico		X	-			-			0	1	1	
	Eventos deportivos	UTAP	X		-			-			-			1	0	1	
Realizaciones artísticas contemporáneas	Pintura	Murales		X	-			-			-			0	1	1	1
Totales		Atiquizaya	11	6	San Lorenzo	7	6	El Refugio	1	8	Turín	1	7	20	27	47	47

De la tabla anterior se encuentra que solo 20 de los 47 recursos/actividades están siendo utilizadas con fines turísticos por lo que se muestra que el 57% de los recursos están siendo desaprovechados para realizar turismo.

Atiquizaya cuenta con 17 atractivos de los cuales solo 11 el 65% están siendo aprovechados para fines turísticos, San Lorenzo, cuenta con 11 atractivos y presenta el 64% de utilización en recursos o actividades turísticas, estos dos municipios son los únicos que presentan más del 50% de los recursos utilizados con fines turísticos, ya que en El refugio la mayoría de atractivos esta desutilizado turísticamente debido a que no existes esfuerzo por el desarrollo turístico, sucede lo mismo con el municipio de Turín, por ejemplo, a diferencia de Atiquizaya que en sus tours internos incluyen una visita a las personas que realizan replicas mayas, en El Refugio y Turín no se realiza, por lo que los artesanos tienen menos probabilidades de comercializar los productos a los turistas.

Tabla 25. Resumen de aprovechamiento de recursos turísticos.

CATEGORÍA	APROVECHADOS	DESAPROVECHADOS	TOTAL
Sitios naturales	3	4	7
Manifestaciones culturales	10	6	16
Folclore	3	10	13
Acontecimientos programados	4	6	10
Realizaciones artísticas contemporáneas.	0	1	1
Total	20	27	47
Porcentaje	43%	57%	100%

3.8. JERARQUIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Con el fin de establecer el nivel de importancia de los recursos turísticos de la microrregión Ahuachapán Norte, se realizará la jerarquización de éstos, los cuales fueron identificados en la etapa de categorización.

La jerarquización de los atractivos turísticos levantados, en función de un conjunto de criterios permitirá identificar los atractivos que mejor condición presenten para el desarrollo turístico. Es parte de un proceso comparativo que permite establecer un orden de importancia de los recursos turísticos previamente clasificados.

3.6.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se ha definido un conjunto de criterios relacionados con los atributos y oferta del atractivo, lo que finalmente determinará una jerarquía. Estos criterios tienen sustento en los índices de competitividad turística establecidos por la Organización Mundial de Turismo (OMT) y es una adaptación de los criterios establecidos en Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos del MINCETUR.

Los criterios de evaluación para establecer la jerarquía de los recursos turísticos de la, se describen a continuación:

Tabla 26. Criterios de evaluación de los recursos turísticos.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN
Particularidad	Se considera si el recurso turístico cuenta con características importantes que le otorguen una singularidad especial que lo distinguen y lo diferencian.
Publicaciones	Se refiere a la existencia de algún tipo de publicaciones sobre el recurso turístico evaluado, que generan en él alguna trascendencia de orden nacional o internacional.
Reconocimientos	Se refiere a la existencia o no de distinciones oficiales que otorgan al recurso turístico algún tipo de reconocimiento como recurso de orden natural o cultural.
Estado de conservación	Se considera el estado de conservación en el que se encuentra el recurso o atractivo turístico.
Flujo de turistas	Se refiere al tipo de visitantes del recurso turístico evaluado. Se considera necesario precisar el tipo con mayor flujo de visitantes.
Representatividad	Criterio orientado a establecer el ámbito territorial de influencia que alcanza la imagen de un recurso turístico, considerado como símbolo o ícono.
Inclusión en la visita turística	Orientado a determinar la importancia del recurso en la estructuración de la visita turística.
Demanda Potencial	Es la estimación cualitativa a futuro de rangos de una demanda posible, considerando la actividad turística actual.

3.6.2. PONDERACIÓN DE CRITERIOS

Con la finalidad de automatizar los resultados de la aplicación de los criterios, se ha procedido a asignar un factor de ponderación, según nivel de importancia y de esta manera determinar la inclusión y aprovechamiento del atractivo en el desarrollo turístico.

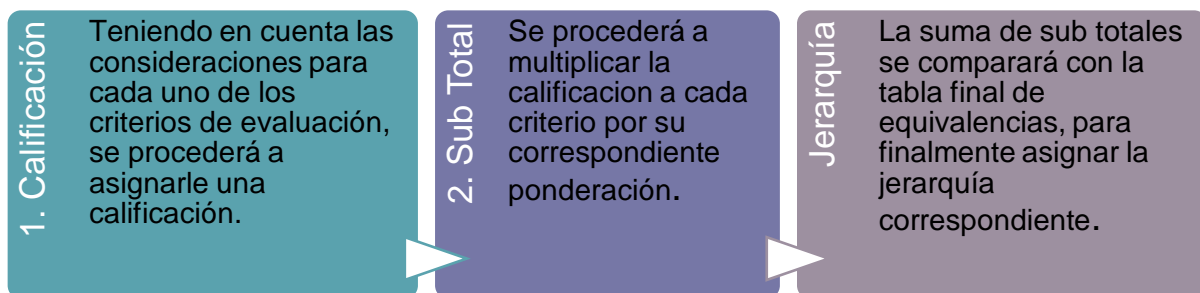
A continuación, se detalla la ponderación de criterios con base en la de matriz de priorización, siendo los mismos aplicables a todas las categorías de recursos turísticos.

Tabla 27. Ponderación de los criterios de evaluación.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
Particularidad	2
Publicaciones	0.5
Reconocimientos	1
Estado de conservación	1.5
Flujo de turistas	2
Representatividad	1.5
Inclusión en la visita turística	1
Demanda Potencial	0.5

3.6.3. PROCESO DE EVALUACIÓN

La jerarquización de los recursos y atractivos turísticos se realizará evaluando los criterios, siguiendo los siguientes pasos:



Esquema 15. Pasos del proceso de evaluación.

La asignación de la calificación de cada criterio de evaluación se realizará considerando lo siguiente:

Tabla 28. Calificación según criterio de evaluación.

Criterio	Consideración	Calificación
Particularidad	Atributos únicos que lo destacan en el ámbito internacional.	6
	Atributos únicos que lo destacan en el ámbito nacional.	4
	Atributos únicos que lo destacan en el ámbito regional.	2
	Atributos únicos que lo destacan en el ámbito local.	1
Publicaciones	Publicaciones de origen científico, histórico, cultural y natural de trascendencia internacional.	6
	Publicaciones de origen científico, histórico, cultural y natural de trascendencia nacional.	4
	Publicaciones de origen científico, histórico, cultural y natural de trascendencia regional.	2
	Publicaciones menores: monografías y artículos.	1
Reconocimientos	Tiene algún reconocimiento oficial de primer orden de carácter internacional como recurso natural o cultural.	6
	Tiene algún reconocimiento oficial de primer orden de carácter nacional como recurso natural o cultural.	4
	Tiene algún reconocimiento oficial de primer orden de carácter regional como recurso natural o cultural.	2
	Tiene algún reconocimiento oficial de primer orden de carácter local como recurso natural o cultural.	1

Estado de conservación	Muy Bueno: Su estado de conservación y presentación permite distinguir plenamente sus características y atributos.	6
	Bueno: El recurso es distinguible y apreciable; presenta algunos problemas temporales.	4
	Regular: Es posible reconocer las características principales del recurso, aunque con limitaciones debido a las condiciones actuales.	2
	Malo: No es posible reconocer sus características principales de recurso, salvo referencias. Tiene problemas trascendentes.	1
Flujo de turistas	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
Representatividad	Imagen a nivel internacional.	6
	Imagen a nivel nacional.	4
	Imagen a nivel regional.	2
	Imagen a nivel local.	1
Inclusión en la visita turística	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 solo por su ubicación en los circuitos y corredores turísticos regionales.	1
Demanda Potencial	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 visitar de nivel local principalmente.	1

3.6.4. JERARQUIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Los recursos turísticos una vez valorados acorde a la ponderación de criterios antes descrita, permite conocer la jerarquización de estos. Esta valoración dará como resultado una puntuación que se enmarca dentro de una jerarquía que va en una escala de 1 a 4.

A continuación, se presenta la tabla de equivalencia, la cual se utilizará para comparar los puntos totales de un recurso turístico y determinar la jerarquía correspondiente.

Tabla 29. Nivel de Jerarquía según los puntos totales.

JERARQUÍA	PUNTOS TOTALES	DESCRIPCIÓN
4	50 a 60	Recursos excepcionales y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaces por sí solos, de motivar una importante corriente de visitantes.
3	30 a 49	Recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
2	15 a 29	Recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.
1	Menos de 15	Recursos sin mérito suficiente para considerarlo a nivel de las jerarquías anteriores, pero que, igualmente forman parte del inventario de Recursos Turísticos como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía.

Para los niveles de jerarquía se ha considerado lo siguiente:

- Para la Jerarquización se ha considerado que una jerarquía de grado 4, atractivo excepcional, para nuestro país, son aquellos que potencian la visita de turistas extranjeros, de mayor posicionamiento y desarrollo.
- Las jerarquías pueden asignarse tanto a los atractivos en oferta real, como a los que no están en operación. El primer caso, corresponde a aquellos lugares que están recibiendo flujos de turismo cuantificables como demanda efectiva. En el segundo caso, se trata de atractivos con atributos constatables y demanda potencial pero que, debido a la carencia de infraestructuras o facilidades, no han sido puestos en valor para el turismo.
- Para la jerarquización la demanda ha sido considerada en su forma más genérica, como receptora, interna, regional y local teniendo en cuenta el tipo de visitantes (nacional y extranjero).

- d) Aquellos recursos que no alcancen la calificación serán considerados como recurso turístico, el cual es un elemento natural o cultivar que puede motivar el desplazamiento, pero no se encuentra todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

3.6.5. EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

A continuación, se presentan las jerarquías de los recursos turísticos de la microrregión Ahuachapán Norte, siguiendo la metodología anteriormente mencionada.

Tabla 30. Jerarquización de recursos turísticos de Atiquizaya.

No.	Recurso turístico	Criterio de evaluación	Particularidad	Publicaciones	Reconocimiento	Estado de conservación	Flujo de turistas	Representatividad	Inclusión en la visita turística	Demanda Potencial	Total	Jerarquía
		Ponderación	2	0.5	1	1.5	2	1.5	1	0.5		
1	Salto de Malacatiupan.	Asignación	6	1	1	4	4	4	4	4		3
		Sub Total	12	0.5	1	6	8	6	4	2	39.5	
2	Puente Viejo.	Asignación	4	1	1	4	4	2	2	2		2
		Sub Total	8	0.5	1	6	8	3	2	1	29.5	
3	Turicentro Aguijuyo.	Asignación	1	1	1	2	2	1	2	2		2
		Sub Total	2	0.5	1	3	4	1.5	2	1	15	
4	Parque 5 de noviembre.	Asignación	1	1	1	4	1	1	1	2		2
		Sub Total	2	0.5	1	6	2	1.5	1	1	15	
5	Parque San Juan.	Asignación	1	1	1	2	1	1	1	2		1
		Sub Total	2	0.5	1	3	2	1.5	1	1	12	
6	Parroquia Inmaculada Concepción de María.	Asignación	2	1	1	6	1	1	1	2		2
		Sub Total	4	0.5	1	9	2	1.5	1	1	20	
7	Hacienda San Antonio.	Asignación	4	1	1	6	4	2	2	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	9	8	3	2	2	33.5	
8	Ausoles.	Asignación	4	1	1	4	4	4	4	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	8	6	4	2	35.5	

No.	Recurso turístico	Criterio de evaluación	Particularidad	Publicaciones	Reconocimiento	Estado de conservación	Flujo de turistas	Representatividad	Inclusión en la visita turística	Demanda Potencial	Total	Jerarquía
		Ponderación	2	0.5	1	1.5	2	1.5	1	0.5		
9	El Quijote	Asignación	2	1	1	4	2	2	2	2		2
		Sub Total	4	0.5	1	6	4	3	2	1	21.5	
10	Lotería de Atiquizaya.	Asignación	4	1	1	4	2	2	2	4		2
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	3	2	2	26.5	
11	UTAP	Asignación	4	1	1	4	2	2	2	4		2
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	3	2	2	23.5	
12	Festival del Maíz.	Asignación	4	1	1	4	2	4	4	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	6	4	2	31.5	
13	Festival de la quesadilla.	Asignación	4	1	1	4	4	4	6	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	8	6	6	2	37.5	
14	Fiestas patronales de Atiquizaya.	Asignación	2	1	1	4	2	2	1	2		2
		Sub Total	4	0.5	1	6	4	3	1	1	20.5	
15	Celebración del nacimiento de la Virgen María	Asignación	4	1	1	4	2	4	4	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	6	4	2	31.5	
16	Replicas Maya Atiquizaya	Asignación	4	1	1	4	2	4	2	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	6	2	2	29.5	

No.	Recurso turístico	Criterio de evaluación	Particularidad	Publicaciones	Reconocimiento	Estado de conservación	Flujo de turistas	Representatividad	Inclusión en la visita turística	Demanda Potencial	Total	Jerarquía
		Ponderación	2	0.5	1	1.5	2	1.5	1	0.5		
17	Murales de Atiquizaya	Asignación	2	1	1	6	2	2	1	4		2
		Sub Total	4	0.5	1	9	4	3	1	2	24.5	
18	El Jícaro.	Asignación	4	1	1	6	4	2	2	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	9	8	3	2	2	33.5	
19	Centro Ecoturístico Nuevo San Lorenzo.	Asignación	2	1	1	2	1	1	1	2		1
		Sub Total	4	0.5	1	3	2	1.5	1	1	14	
20	Parque El Triunfo.	Asignación	4	1	1	4	4	2	2	2		2
		Sub Total	8	0.5	1	6	8	3	2	1	29.5	
21	Rio Grande	Asignación	4	1	1	2	2	2	2	4		2
		Sub Total	8	0.5	1	3	4	3	2	2	23.5	
22	Parroquia de San Lorenzo.	Asignación	2	1	1	6	1	1	1	4		2
		Sub Total	4	0.5	1	9	2	1.5	1	2	21	
23	Plantaciones de Loroco.	Asignación	4	1	1	6	2	2	2	2		2
		Sub Total	8	0.5	1	9	4	3	2	1	28.5	
24	Plantaciones de Jocote Barón Rojo.	Asignación	4	1	1	6	2	2	2	2		2
		Sub Total	8	0.5	1	9	4	3	2	1	28.5	

No.	Recurso turístico	Criterio de evaluación	Particularidad	Publicaciones	Reconocimiento	Estado de conservación	Flujo de turistas	Representatividad	Inclusión en la visita turística	Demanda Potencial	Total	Jerarquía
		Ponderación	2	0.5	1	1.5	2	1.5	1	0.5		
25	Festival del Jocote Barón Rojo.	Asignación	4	1	1	4	4	4	6	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	8	6	6	2	37.5	
26	Festival del Loroco.	Asignación	4	1	1	4	4	4	6	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	8	6	6	2	37.5	
27	Festival Gastronómico de verano.	Asignación	4	1	1	4	2	2	2	2		2
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	3	2	1	25.5	
28	Fiestas patronales de San Lorenzo.	Asignación	2	1	1	4	2	2	1	2		2
		Sub Total	4	0.5	1	6	4	3	1	1	20.5	
29	Replicas Maya San Lorenzo	Asignación	4	1	1	4	2	4	2	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	6	2	2	29.5	
30	Parque Central de Villa El Refugio.	Asignación	1	1	1	4	1	1	1	2		2
		Sub Total	2	0.5	1	6	2	1.5	1	1	15	
21	Parroquia Villa El Refugio.	Asignación	2	1	1	4	1	1	1	2		2
		Sub Total	4	0.5	1	6	2	1.5	1	1	17	
32	Festival de la planta de oro.	Asignación	4	1	1	2	2	2	2	2		2
		Sub Total	8	0.5	1	3	4	3	2	1	22.5	
33	Replicas Maya El Refugio	Asignación	4	1	1	4	2	4	2	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	6	2	2	29.5	







No.	Recurso turístico	Criterio de evaluación	Particularidad	Publicaciones	Reconocimiento	Estado de conservación	Flujo de turistas	Representatividad	Inclusión en la visita turística	Demanda Potencial	Total	Jerarquía
		Ponderación	2	0.5	1	1.5	2	1.5	1	0.5		
34	Fiestas patronales de El Refugio.	Asignación	2	1	1	4	2	2	1	2		2
		Sub Total	4	0.5	1	6	4	3	1	1	20.5	
35	Plantaciones de café.	Asignación	4	1	1	6	2	2	2	2		2
		Sub Total	8	0.5	1	9	4	3	2	1	28.5	
36	Artesanías de Madera.	Asignación	4	1	1	4	2	2	4	4		2
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	3	4	2	28.5	
37	Salto El Espino	Asignación	1	1	1	4	1	1	1	1		1
		Sub Total	2	0.5	1	6	2	1.5	1	0.5	14.5	
38	Parque Central de Turín	Asignación	2	1	1	6	2	1	2	2		2
		Sub Total	4	0.5	1	9	4	1.5	2	1	23	
39	Parroquia Sagrada Familia.	Asignación	2	1	1	6	2	1	1	2		2
		Sub Total	4	0.5	1	9	4	1.5	1	1	22	
40	Parque deportivo de Turín.	Asignación	1	1	1	4	1	1	1	1		1
		Sub Total	2	0.5	1	6	2	1.5	1	0.5	14.5	
41	Termales del Paraíso.	Asignación	4	1	1	6	4	2	2	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	9	8	3	2	2	33.5	
42	Artesanías con lazos	Asignación	4	1	1	4	2	2	2	2		2
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	3	2	1	25.5	
43	Esculturas de madera.	Asignación	4	1	1	4	2	2	2	4		2
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	3	2	2	26.5	

No.	Recurso turístico	Criterio de evaluación	Particularidad	Publicaciones	Reconocimiento	Estado de conservación	Flujo de turistas	Representatividad	Inclusión en la visita turística	Demanda Potencial	Total	Jerarquía
			2	0.5	1	1.5	2	1.5	1	0.5		
44	Fiestas Patronales de Turín.	Asignación	2	1	1	4	2	2	1	2		2
		Sub Total	4	0.5	1	6	4	3	1	1	20.5	
45	Celebración del nacimiento de la Virgen María (San Lorenzo)	Asignación	4	1	1	4	2	4	4	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	6	4	2	31.5	
46	Celebración del nacimiento de la Virgen María (Turín)	Asignación	4	1	1	4	2	4	4	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	6	4	2	31.5	
47	Celebración del nacimiento de la Virgen María (El Refugio)	Asignación	4	1	1	4	2	4	4	4		3
		Sub Total	8	0.5	1	6	4	6	4	2	31.5	

3.7. RESULTADOS DE LA JERARQUIZACION DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

De los 47 recursos turísticos identificados en la zona de estudio, 16 fueron categorizados como jerarquía 3, que significa que son recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros. Entre estos están:

Tabla 31: Recursos turísticos catalogados en la categoría 3.

<p style="text-align: center;">Salto de Malacatiupan</p>  A photograph of a multi-tiered waterfall cascading over dark, rocky ledges into a pool of clear, turquoise water. The surrounding area is lush with green tropical vegetation.	<p style="text-align: center;">Hacienda San Antonio.</p>  A photograph of a serene pond surrounded by tropical trees and palm trees. A wooden walkway with a railing leads across the water, and a small bridge is visible in the background under a clear blue sky.
<p style="text-align: center;">Ausoles</p>  A photograph of a geothermal area with steam rising from the ground. The terrain is rocky and covered with sparse, dry vegetation.	<p style="text-align: center;">Termales del Paraíso</p>  A photograph of a resort area featuring several swimming pools, including a large rectangular one and a smaller circular one, surrounded by green lawns and trees.
<p style="text-align: center;">Jícaro</p>  A photograph of a botanical garden or park with various tropical plants, including palm trees and smaller shrubs, set against a backdrop of trees and a building.	<p style="text-align: center;">Festival del Maíz</p>  A photograph of people in traditional costumes performing a dance during the Festival del Maíz. They are holding large, colorful corn cobs on long green stalks.

<p>Festival del Loroco</p> 	<p>Festival del Jocote Barón Rojo.</p> 
<p>Festival de la Quesadilla</p> 	<p>Replicas Maya (Atiquizaya, San Lorenzo y El Refugio)</p> 
<p>Farolitos (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio)</p> 	

De los recursos totales categorizados en la jerarquía 3, encontrados en la Microrregión Norte de Ahuachapán, un 44% del total de los recursos se encuentra en Atiquizaya, un 31% se encuentra en San Lorenzo, y los municipios de Turín y El Refugio tienen un 12.5% respectivamente.

Como Jerarquía 2, fueron categorizados 27 recursos turísticos, lo que significa que estos recursos poseen rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales. Entre estos tenemos.

Tabla 32: Recursos turísticos catalogados en la jerarquía 2.

Puente Viejo



Turicentro Aguijuyo.



Parque 5 de noviembre.



Parroquia Inmaculada Concepción.



Quijote



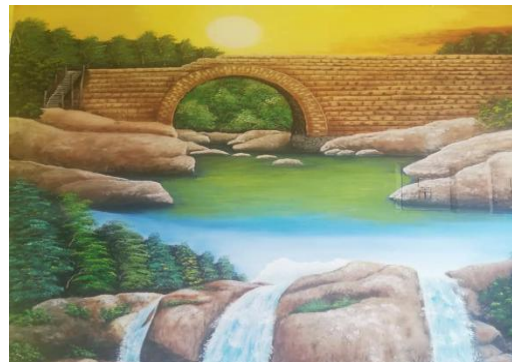
Lotería de Atiquizaya.



Fiestas patronales (Atiquizaya, Turín, San Lorenzo y El Refugio)



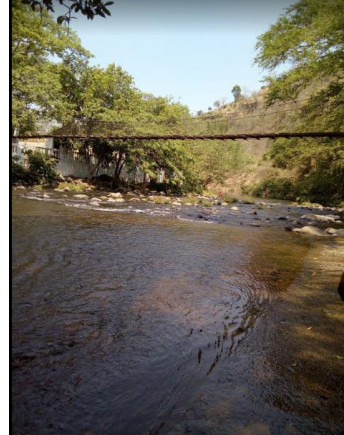
Murales.



Parque El Triunfo.



Rio Grande



Parroquia de San Lorenzo.



Plantaciones de loroco



Plantaciones de Café.



Plantaciones de Jocote.



Festival gastronómico de verano.



Parque central Villa El Refugio.



Parroquia de Villa El Refugio.



Festival de la planta de oro.



Artesanías de madera.



Parque centran de Turín.



Parroquia la Sagrada Familia.



Artesanías de Lazo.



Esculturas de madera.



UTAP



De los recursos totales categorizados en la jerarquía 2, encontrados en la Microrregión Norte de Ahuachapán, un 33% del total de los recursos se encuentra en Atiquizaya, un 26% se encuentra en San Lorenzo, y los municipios de Turín y El Refugio tienen un 19% y 22% respectivamente.

Y como jerarquía 1 fueron identificados 4 recursos turísticos, que no poseen los suficientes méritos para ser catalogados en otras categorías. Cada municipio posee un recurso Turístico en esta categoría.

Tabla 33: Recursos turísticos catalogados en la jerarquía 1.

<p>Parque San Juan</p> 	<p>Centro Ecoturístico nuevo San Lorenzo.</p> 
<p>Salto El Espino.</p> 	<p>Parque Deportivo de Turín.</p> 

De los recursos totales encontrados en la Microrregión Norte de Ahuachapán, un 37% del total de los recursos se encuentra en Atiquizaya, un 28% se encuentra en San Lorenzo, y los municipios de Turín y El Refugio tienen un 16% y 19% respectivamente.

4. INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA

La planta turística son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.). Estos servicios suelen darse en el destino o en sus alrededores.

El inventario de la planta turística comprende el registro de todas las instalaciones y los equipos de producción de los servicios turísticos. Este análisis se limita a registrar datos físicos, prescindiendo de medir la calidad de los servicios. Este instrumento también representa un instrumento valioso para la planificación turística, ya que contribuirá al establecimiento del diagnóstico respecto a los servicios turísticos que ofrece la microrregión y tomarse en cuenta para el diseño del plan de desarrollo turístico.

4.1. OBJETIVOS DEL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA

Objetivo General

Conocer de manera real, sistemática y ordenada los servicios turísticos que se ofrecen en la microrregión Ahuachapán Norte, a fin de que sirva de base para el diseño del plan de desarrollo turístico.

Objetivos específicos

- Ser una herramienta que permita diagnosticar la situación actual de los servicios turísticos que ofrece la microrregión de Ahuachapán Norte.
- Contar con una herramienta de trabajo para la elaboración de planes y programas de desarrollo turístico, a fin que motiven la inversión pública y privada.
- Satisfacer las demandas de información requeridas tanto del sector público, sector privado y usuarios en general, con el propósito de lograr el mejor aprovechamiento de la base de datos.
- Propiciar el desarrollo de los recursos y servicios turísticos a través de la integración de los mismos, en base a la información del Inventario.

4.2. ESQUEMA METODOLOGICO

Actualmente el registro nacional de turismo (RNT), realiza inventario de las empresas que se encuentran registradas, que brindan servicios turísticos en el país. Dichos inventarios reúnen información básica como: nombre, dirección, teléfono, correo electrónico y sitio web.

El siguiente esquema muestra la metodología general a seguir para la realización del inventario de la planta turística de la Microrregión de Ahuachapán Norte.

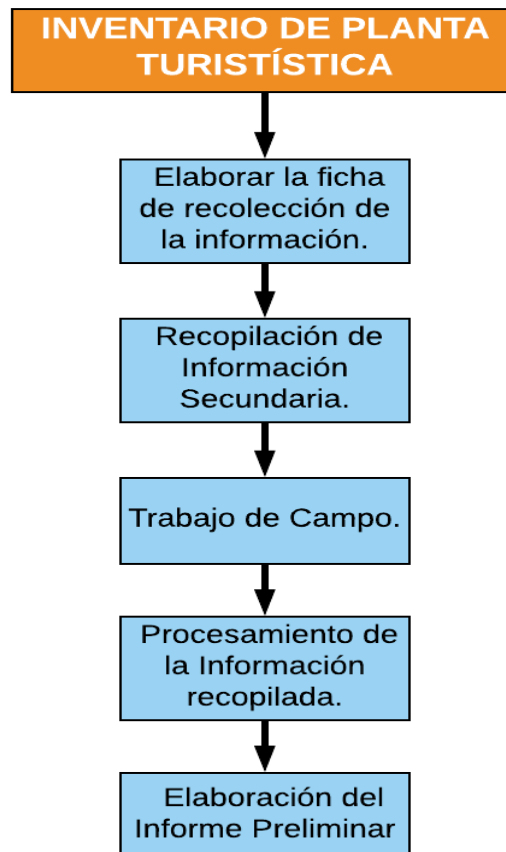


Ilustración 73. Metodología para la elaboración de inventario de la planta

1. **Elaborar la ficha de recolección de la información:** en la cual definir las categorías, tipos, subtipos y elementos de información a incluir para cada servicio turístico, lo cual servirá para el procesamiento ordenado de la información. Para el registro material de la información, conviene usar fichas que contenga los siguientes datos:³¹
 - ◆ Nombre del establecimiento o empresa, categoría y tipo o subtipo.
 - ◆ Datos de identificación comercial.
 - ◆ Dirección.
 - ◆ Características
2. **Recopilación de Información Secundaria.** Es un trabajo de gabinete, donde se considerarán todos los datos que se puedan encontrar de fuente secundaria, como: bibliografía existente en periódicos, revistas, sitios webs, información de organismos especializados, etc.
3. **Trabajo de Campo:** Consiste en la identificación y/o verificación in situ de las empresas que brindan los servicios turísticos, así como la confrontación de la información recopilada. También permitirá la ampliación y/o ajuste de la información obtenida en la etapa anterior.

³¹ Fabio Cardenas Tabares. Proyectos turísticos. Localización e Inversión. Segunda edición, 2016, Pag 48.

Para ello se realizas una investigación de tipo exploratoria, recurriendo a fuentes de información primaria, utilizando métodos cualitativos de recolección de información como la observación como cliente misterioso y la entrevista con miembros de las empresas de servicio.

Posteriormente, se procederá al llenado de la ficha de acuerdo al formato planteado y a la información recolectada.

4. **Procesamiento de la Información recopilada:** Por la cantidad de información es preferible su procesamiento mediante una base de datos. En esta etapa se realiza la clasificación y ordenamiento de la información, de acuerdo a la categoría, tipo y/o sub tipo, que le corresponde a cada una de las empresas o establecimientos identificados, según las tablas diseñadas mostradas posteriormente.
5. **Elaboración del Informe Preliminar:** documento que constituye un diagnóstico y un resumen de las empresas que brindan servicios turísticos en la microrregión de Ahuachapán Norte.

4.3. CLASIFICACIÓN

Para un mejor manejo del inventario, se establece la agrupación de cinco categorías de servicios turísticos.



Ilustración 74. Elementos de una planta turística.

1. **Alojamiento:** Hace referencia al servicio que se presta en situaciones turísticas y que consiste en permitir que una persona o grupo de personas acceda a un albergue a cambio de una tarifa.

La función primordial del servicio turístico de hospedaje, es un complejo sistema de servicios que debe funcionar armónicamente:

- ✓ Recepción y atención al huésped desde su entrada al establecimiento.
- ✓ Una habitación o conjunto de ellas que le permita privacidad, facilidad para descansar, dormir y asearse en el ámbito más adecuado a sus necesidades.
- ✓ Facilidades de comunicación directa e indirecta.
- ✓ Acceso al servicio de alimentos y bebidas y a las áreas de distracción.
- ✓ Posibilidad de obtener asistencia médica en caso de emergencia
- ✓ Seguridad para el huésped y sus pertenencias.



2. **Alimentación:** Un servicio de alimentación es aquel establecimiento o empresa donde se preparan y sirven alimentos a personas que lo solicitan. El objetivo de un servicio de alimentación es brindar al cliente alimentos bien preparados, de la mejor calidad, a un precio justo, bajo estándares de sanidad y buen servicio.



3. **Esparcimiento:** Se refiere a la prestación del servicio para realizar actividades de tipo recreativo. Éstas pueden ser los deportes, los hobbies, la lectura, el teatro, los juegos de salón o de azar, etc. De este modo, muchas actividades son de interés recreacional, ya sea como espectadores o como actores.



4. **Transporte:** Sin transportación no hay turismo. Un destino turístico debe ser accesible mediante uno o varios medios de transporte desde el lugar donde se origina el desplazamiento. La importancia de un destino turístico se puede medir por los medios de transporte que lleguen a ese lugar.



5. Servicios de apoyo: Es todo aquello que la sociedad urbana requiere para funcionar adecuadamente, por ejemplo, comunicaciones, policía, bomberos, hospitales, etcétera. Se debe tener en cuenta que todo poblado que cuente con un atractivo de cualquier índole, es en sí mismo un destino turístico, el cual requiere de los servicios de apoyo para lograr el funcionamiento adecuado.



A continuación, se presenta un cuadro resumen de la clasificación de los elementos de la planta turística en categorías, tipos y subtipos.

Tabla 34. Clasificación de los elementos de la planta turística.

CATEGORÍA	TIPOS	SUBTIPOS
1. Alojamiento	1.1 Hotelero	1.1.1 Hoteles 1.1.2 Hostales 1.1.3 Moteles 1.1.4 Camping
	1.2 Extrahotelero	1.2.1 Camping 1.2.2 Albergues 1.2.3 Camas en casas de familia 1.2.4 Alquiler de Cabañas
2. Alimentación	2.1 Restaurantes 2.2 Cafeterías 2.3 Quioscos 2.4 Comedores Típicos 2.4 Bares	
3. Esparcimiento	3.1 Instalaciones deportivas 3.2 Clubes Nocturnos 3.3 Casinos 3.4 Cines y teatros 3.5 Otros	
4. Transporte	4.1 Medios de Transporte 4.2 Transporte Turístico 4.3 Señalización vial 4.4 Terminales	
5. Servicios de Apoyo	4.1 Agencia de viajes 4.2 Información turística 4.3 Comercio Turístico 4.4 Servicios de Seguridad 4.5 Bomberos 4.6 Servicios de Salud	

Fuente: Adaptado de Clasificación de Planta Turística. Fabio Cardenas Tabares. Proyectos turísticos. Localización e Inversión. Segunda edición, 2016

4.3.1. INSTRUCCIONES DEL LLENADO DE LA FICHA PARA INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA

Con el propósito de realizar el levantamiento del inventario de los elementos que conforman la planta turística, se ha diseñado una ficha para la recolección de la información, que incluye la información básica de las empresas o instituciones y otros datos, que permiten describir la situación actual del mismo.

Para garantizar el correcto llenado de la ficha antes mencionada, se considera necesario precisar el detalle de su contenido, de acuerdo a las indicaciones siguientes:

- ◆ **Numero de ficha:** El cual deberá empezar del número 01 y luego ir ascendiendo progresivamente.
- ◆ **Nombre de la empresa o institución:** Se indicará el nombre que identificará a la empresa o institución que presta un servicio para la planta turística de la microrregión, sin incluir ningún tipo de descripción.
- ◆ **Categoría, Tipo y Sub-Tipo:** Se realizará en función a lo establecido en la clasificación de los elementos de la planta turística.
- ◆ **Municipio de ubicación:** Se registra el municipio de ubicación de la empresa o institución, el cual puede ser: Atiquizaya, San Lorenzo, El Refugio o Turín.
- ◆ **Dirección:** Indicara la localización del establecimiento atendiendo, al municipio, cantón, distrito, calle o poblado donde se ubican.
- ◆ **Correo Electrónico:** Se indicará si posee o no, si posee se colocará en este espacio.
- ◆ **Teléfono:** Se indicará si posee o no, si posee se colocará en este espacio.
- ◆ **Sitio Web:** Se indicará si posee o no, si posee se colocará en este espacio.
- ◆ **Redes Sociales:** Se indicará si posee una o más redes sociales, en caso contrario, colocar que no poseen.
- ◆ **Servicios que ofrece:** Se indicaran de manera general todos los servicios que la empresa o institución ofrece.
- ◆ **Observaciones:** Se establece información que no haya sido considerada en otro apartado de la ficha.
- ◆ **Características:** Se considerarán los datos sobresalientes que detallan las características del elemento de la planta turística según corresponda. Para ello conviene sistematizar el registro de las características para los servicios de alojamiento y alimentación, lo cual se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 35. Características de los elementos de la planta turística.

CATEGORÍA	CARACTERÍSTICAS
<i>Alojamiento</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Tipo de habitaciones. -Tipo de servicio. -Posee comedor, cafetería o bar. -Posee club nocturno. -Sala de conferencias y recepciones. -Canchas deportivas. -Aire acondicionado. -Precios. -Variación de precios. -Promociones, descuentos, etc. -Equipo de primeros auxilios. -Servicio de Internet. -Horario de atención. -Otros.
<i>Alimentación</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Tipo de servicio (Con meseros o autoservicio). -Tipos de comida. -Precios y descripciones de menús fijos. -Aire acondicionado -Servicio de Internet. -Horario de atención. -Servicios de higiene y confort. -Otros.

Para las categorías de transporte, esparcimiento y servicios de apoyo, la información a recolectar, serán datos más generalizados.



INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA DE LA MICROREGIÓN AHUACHAPÁN NORTE

4.4. RECOPIACION DE LA INFORMACION DEL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA.

CATEGORIA: **ALIMENTACIÓN.**

DESCRIPCION: en esta categoría se incluirán locales que brinden servicios de alimentación, es decir se incluyen todos aquellos establecimientos o empresas donde se preparan y sirven alimentos.

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
1	Pizzería Divino Jesús		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Restaurante	-	
 			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN	DIRECCIÓN		
Turín	RN 13 W, frente al parque central de Turín.		
TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO		
2430-1729	No posee		
SITIO WEB			
No posee			
REDES SOCIALES			
Facebook: Pizzeria Divino JESUS https://www.facebook.com/pg/pizzeriadivinojesusturin/about/?ref=page_internal			
SERVICIOS QUE OFRECE			
<p>Servicio de alimentación, instalación donde se preparan y sirven alimentos catalogados como comida rápida (Pizza, palitroques, pan con ajo). En ciertos días también incorporan en su menú la sopa de pollo, pollo dorado, pollo encebollado, sopa de pollo, tortitas de carne y pupusas.</p>			

CARACTERÍSTICAS

Horario de atención: Lunes a domingo de 10.00 am – 9.00 PM.

Tipo de servicio: Con meseros y autoservicio.

Combos:

- **Familiar Completo:** Dos pizzas gigantes de 3 ingredientes, una orden de palitroques con queso, una orden de pan con ajo supremo, una orden de palitroques, dos sodas de litro. Precio: \$27.00
- **Familiar Medio:** Una pizza gigante de 3 ingredientes, una pizza grande de 2 ingredientes, una orden de palitroques grande, una orden de pan con ajo grande, una soda de litro. Precio: \$22.00.
- **Supremo Trio #1:** Una pizza gigante suprema, pan con ajo pequeño, palitroque grande y una soda de litro. Precio: \$15.75.
- **Trio #2:** Una pizza gigante de dos ingredientes, una orden de pan con ajo grande y una soda de litro. Precio: \$13.75.
- **Dúo #3:** Una pizza gigante de 4 estaciones y una soda de litro. Precio: \$11.50.
- **Trio #4:** Una pizza grande de 2 ingredientes, una orden de pan con ajo grande y una soda de medio litro. Precio: \$8.50.
- **Trio #5:** Una pizza cuadrada de 2 ingredientes, una orden de palitroques grande, soda pequeña. Precio: \$7.00.
- **Trio #6:** Una pizza súper personal, dos rodajas de pan con ajo supremo y una soda pequeña. Precio: \$3.75.
- **Trio #7:** Una pizza personal, una rodaja de pan con ajo supremo, soda pequeña. Precio: \$3.00.

Promociones:

- Una pizza gigante de 2 ingredientes, una orden de pan con ajo supremo y una soda de litro. Precio: \$10.00.
- Por la compra de una pizza gigante de un ingrediente a \$11.00, gratis una orden de pan con ajo y una orden de palitroques.
- Por la compra de una pizza grande de un ingrediente a \$7.00, gratis una orden de pan con ajo grande.

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
2	El Frijolito Vaquero		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Restaurante	-	
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN	DIRECCIÓN		
Turín	Séptima Avenida Sur, Barrio el Socorro, frente a unidad de salud, Turín, Ahuachapán. CP 2118		
TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO		
2406 - 7662	No posee		
SITIO WEB			
No posee			
REDES SOCIALES			
Facebook: El Frijolito Vaquero (https://www.facebook.com/frijolitovaquero/) Instagram: elifrijolitovaquero (https://www.instagram.com/elifrijolitovaquero/)			
SERVICIOS QUE OFRECE			
Servicio de alimentación, restaurante de carnes, con variedad de bebidas, todo en un ambiente agradable y con una atención personalizada. Tienda de productos artesanales: horchata Mamá Haydée, chocolate Mamá Haydée, quesadilla Mamá Haydée y más.			
CARACTERÍSTICAS			
Horario de atención: Lunes a domingo de 12:00 PM – 9.00 PM. Tipo de servicio: Con meseros, servicio para llevar y para comer en restaurante. Menú: Todo tipo de carnes, sopa de pollo, sopa de res, sopa de patas, salpicón, panes con pollo, entre otros. Precio: Un platillo de comida tiene un costo aproximado de \$5.50. Premios Proyecto semifinalista (LOCAL-EL SALVADOR) EO GSEA 2018. Fundador semifinalista (LOCAL-EL SALVADOR) EO GSEA 2019.			



FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
3	El Portal del Sazón		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Restaurante	-	
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN		DIRECCIÓN	
Atiquizaya		CP 2103, Atiquizaya	
TELÉFONO		CORREO ELECTRÓNICO	
7987 4688		No posee	
SITIO WEB			
No posee			
REDES SOCIALES			
Facebook: El Portal del Sazón https://www.facebook.com/pg/portaldelsazon/about/?ref=page_internal			
SERVICIOS QUE OFRECE			
Servicio de alimentación, instalación donde se preparan y sirven alimentos de diferente tipo para el desayuno, el almuerzo y para tardes típicas.			
CARACTERÍSTICAS			
Horario de atención: De martes a Domingo de 8:00 am a 5:00 pm			
Tipo de servicio: Servicio en restaurante, servicio a domicilio, servicio para llevar, no se requiere reserva sin embargo puede reservar, posee servicios de camareros y servicio para eventos especiales.			
Menú:			
<ul style="list-style-type: none"> • Menú de almuerzo: Tortitas de carne, pollo dorado, pescado frito, carne a la plancha, tacos, burritos, lomito de cerdo con vegetales, pollo en salsa de champiñones, chiles rellenos, sopas de pollo, sopa de res, pollo Encebollado, pacaya, bistec de res, entre otros. • Menú de Tarde típica: Yuca frita, chilate con dulce de camote, plátano, buñuelo de yuca, enchiladas típicas, hamburguesas. • Postres: Cheesecake, tres leches, semita de piña, sabor de arroz, quesadillas, pastelitos de mantequilla, entre otros. • Bebidas: Café, sodas, chocolate, jugos, agua. • Precios: un plato de comida tiene un precio ente los \$2.50 y \$5.00. 			


FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
4	La Pantera Rosa "Comedor y Cafetería"		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Comedores Típicos	-	
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN	DIRECCIÓN		
Atiquizaya	3ª. Avenida Norte 4ª. Calle Poniente, 5030 Atiquizaya		
TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO		
No posee	No posee		
SITIO WEB			
No posee			
REDES SOCIALES			
Facebook: La Pantera Rosa "Comedor Y Cafetería "			
SERVICIOS QUE OFRECE			
<p>Servicio de alimentación, instalación donde se preparan y sirven alimentos de diferente tipo para el desayuno y el almuerzo, así como diferentes tipos de bebidas. Es popular por la preparación de comida mexicana, ubicado en el portal del parque Central de Atiquizaya.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
<p>Horario de atención: Abierto de miércoles a lunes de 9:30 AM a 7:00 PM</p> <p>Tipo de servicio: Servicio en comedor, servicio para llevar, no se requiere reserva sin embargo puede reservar, posee servicios de camareros.</p> <p>Menú:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Almuerzos: Pollo dorado, bistek, lonja empanizada, tortitas de carne molida, pollo en tomate, rellenos de papa con queso, macarrones con crema, pollo empanizado, tortitas de papa con jamón, fajitas de carne con verduras, albóndigas, costilla de cerdo, rellenos de ejote con queso, chuleta, entre otros. • Comida Rápida: Hamburguesas, Sándwich, Hot dog, tortas, papas fritas, enchiladas, entre otros. • Bebidas: Licuado de frutas, licuados mixtos, espumosos, vaca negra, café, café con cremora, gaseosas, jugos, agua, entre otros. • Postres: Flan y Gelatina. <p>Precios: Los almuerzos tienen un precio entre \$1.75 y \$3.50, la comida rápida entre \$1.00 y \$3.00, las bebidas entre \$0.50 y \$1.50 y los combos de comida rápida entre \$2.00 y \$3.00.</p>			


FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:	
5	Café de Palo	
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO
Alimentación	Cafetería	-
 		
MUNICIPIO DE UBICACIÓN	DIRECCIÓN	
Atiquizaya	Segunda Calle Poniente, Frente al parque 5 de noviembre.	
TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO	
7046 9804	No posee	
SITIO WEB		
No posee		
REDES SOCIALES		
Facebook: Café de Palo (https://www.facebook.com/cafedepalo17/)		
SERVICIOS QUE OFRECE		
<p>Servicio de alimentación, instalación donde se preparan y sirven bebidas y antojitos. Localizado en el centro histórico, en uno de los portales del parque 5 de noviembre, sirviendo café, refrescos naturales y empanadas, música ambiental en horarios de la mañana, tarde y noche. A demás con servicio de ciber.</p>		
CARACTERÍSTICAS		
<p>Horario de atención: De lunes a domingo de 9:00 AM a 5:00 PM</p> <p>Tipo de servicio: Ofrecen de gran calidad, buena atención con un ambiente familiar. Servicio para comer en el establecimiento o para llevar. Se pueden realizar reservaciones de mesas y pedidos. Posee servicio de WIFI libre.</p> <p>Menú:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Café de palo 100% Atiquizayense en grano. • Postres: Budín, Chaflan, quesadilla, pan de queso, torta de naranja, torta de vainilla, pastel de caramelo, pan árabe, dobladitas, panissimos, entre otros. • Bebidas calientes: <ul style="list-style-type: none"> - Cafés: Espresso, americano, descafeinado, café con amaretto, café con cremora, folger, te, entre otros - Cappuccino: Vanilla, mocca, clásico. 		

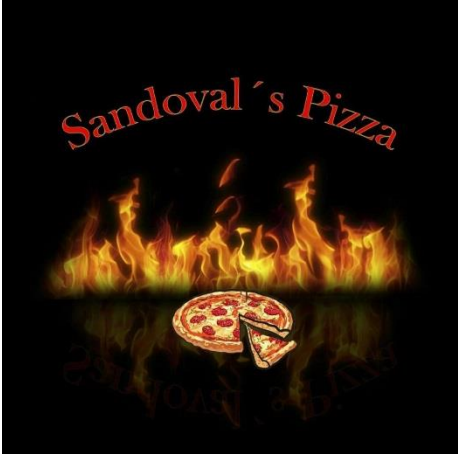
- **Bebidas frías:**
 - **Licuidos:** piña, papaya, guineo, melón, fresa, mixtos.
 - **Frappuccinos:** Vainilla, mocca, clásicos.
 - **Refrescos:** Sandía, fresa, melón, piña banana, mezcla de frutas.
- **Variedad de té:** verde, amarillo, jazmín, jengibre, chai tea, vainilla, curcuma, granada, cardamomo, pukka.
- **Combos:** (Sus nombres hacen referencia a diferentes atractivos turísticos del municipio).
 - **Combo Puente Viejo:** 2 dobladitas de pollo con queso mozzarella, ensalada, salsa y un refresco natural de 12 onz. Precio: \$1.10
 - **Combo Malacatiupán:** 2 panissimos (1 con pollo deshilado y 1 con jamón de pavo, aderezo y queso mozzarella) y 1 refresco natural de 12 onz. Precio: \$1.10, unidad extra \$0.45.
 - **Combo Garucho:** 3 panissimos (1 con frijoles refritos, 1 con pollo deshilado y 1 con jamón de pavo, aderezo y queso mozzarella) y 1 refresco natural de 12 onz. Precio: \$1.35, unidad extra \$0.45.
- **Precio:** Las bebidas tiene un precio promedio de \$1.50.

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
6	D'KAFFE		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Cafetería	-	
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN		DIRECCIÓN	
Atiquizaya		Segunda calle oriente, 2ª. Y 4ª. Avenida norte, barrio las salinas, Atiquizaya	
TELÉFONO		CORREO ELECTRÓNICO	
No posee		No posee	
SITIO WEB			
No posee			
REDES SOCIALES			
Facebook: Dkaffe (https://www.facebook.com/KaffeShop/)			
SERVICIOS QUE OFRECE			
Servicio de alimentación, instalación donde se preparan y sirven bebidas y alimentos.			
CARACTERÍSTICAS			
Horario de atención: De martes a Domingo de 11:00am a 7:00 pm			
Tipo de servicio: Estacionamiento en calle, sus especialidades son bebidas frías y café, recomendado para grupos, posee terraza, se aceptan reservas, pero no se requiere reservas. Inaugurado el 24 de noviembre de 2018.			
Menú:			
<ul style="list-style-type: none"> • Café: De altura, calidad americana de exportación, cultivado entre 1300 y 1500 metros sobre el nivel del mar, tueste fresco y molido al instante de su preparación • Postres: Chessecake, 3 leches, pastel de chocolate, tartaleta, pie de manzana, entre otros. • Antojitos típicos. • Snack's • Comida mexicana los jueves, viernes, sábado y domingo. 			
Ubicado en el punto más alto de la ciudad de Atiquizaya, se puede reservar para celebrar eventos en la terraza.			

FICHA No:		NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:	
7		Postres y pastelería Raquel	
CATEGORÍA		TIPO	SUB TIPO
Alimentación		Cafetería	-
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN		DIRECCIÓN	
Atiquizaya		Barrio el Talule, Atiquizaya, 1 cuadra bajo del súper selectos.	
TELÉFONO		CORREO ELECTRÓNICO	
7412 4020		No posee	
SITIO WEB			
No posee			
REDES SOCIALES			
Facebook: Postres y pastelería Raquel https://www.facebook.com/Postres-y-pasteleria-Raquel-187081378151323/			
SERVICIOS QUE OFRECE			
Servicio de alimentación, ofrecen todo tipo de postres, mesa de dulces para fiestas temáticas, chocolates y galletas personalizados, 3 leches, pasteles, alfajores y más.			
CARACTERÍSTICAS			
<p>Horario de atención: De lunes a domingo de 8:00 am a 7:00 pm.</p> <p>Tipo de servicio: Servicio para comer en el lugar, para llevar, servicio por encargos.</p> <p>Menú:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dulces: Brownies, pasteles de diferentes tamaños y diferente decoración, alfajores, tartaletas de frutas, cupcakes, galletas de chispas de chocolate, tres leches, pie de manzana, repostería, entre otros. • Salados: Pie de pollo, empanaditas, brochetas de salchipan, sándwiches, volován, empanadas chilenas, delaware, entre otros. <p>Precios: Los precios pueden variar según el pedido, cantidad y tipo de postre.</p>			

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
8	Pupuseria "El Nazareno"		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Comedores Típicos	-	
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN	DIRECCIÓN		
Atiquizaya	Avenida Marcelino Urrutia #2-12, Barrio San Juan, Atiquizaya		
TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO		
2406 - 1212	williamortiz768@gmail.com		
SITIO WEB			
No posee			
REDES SOCIALES			
Facebook: Pupuseria El Nazareno https://www.facebook.com/Pupuseria-El-Nazareno-938625183014827/ Instagram: @pupuseriaelnazareno			
SERVICIOS QUE OFRECE			
Servicio de alimentación, instalación donde se preparan y sirven alimentos, principalmente pupusas.			
CARACTERÍSTICAS			
<p>Horario de atención: De miércoles a lunes de 7:00 am a 10:30 am por la mañana y de 5:00 pm a 9:00 pm por la noche.</p> <p>Tipo de servicio: Servicio para comer en el comedor y para llevar, se pueden realizar encargos.</p> <p>Variedad de pupusas: Queso, frijol con queso, chicharrón, chicharrón con queso, revueltas, frijol con chicharrón, frijol, pollo, jalapeño y ayote.</p> <p>Precios: el precio promedio por pupusas es de \$0.60.</p>			

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
9	El Castaño		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Restaurante	-	
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN		DIRECCIÓN	
Atiquizaya		Av. C. # 2-12 y 2a Calle oriente. Barrio Las Salinas, Atiquizaya	
TELÉFONO		CORREO ELECTRÓNICO	
2444-1531		No posee	
SITIO WEB			
No posee			
REDES SOCIALES			
Facebook: Restaurante El Castaño Atiquizaya https://www.facebook.com/Restaurante-El-Castano-atiquizaya-249987045738921/			
SERVICIOS QUE OFRECE			
Servicio de alimentación, instalación donde se preparan y sirven alimentos de diferente tipo para el almuerzo, tardes típicas y cena. También cocinan para eventos especiales, especialidad en carnes, aves y mariscos.			
CARACTERÍSTICAS			
<p>Horario de atención: De jueves a martes de 11:00 am – 9:00 pm</p> <p>Tipo de servicio: Servicio con meseros, para comer en restaurantes y para llevar. Posee televisión por cable.</p> <p>Menú:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Almuerzos: Pollo dorado, bistek, lonja empanizada, tortitas de carne molida, pollo en tomate, rellenos de papa con queso, macarrones con crema, pollo empanizado, tortitas de papa con jamón, fajitas de carne con verduras, albóndigas, costilla de cerdo, rellenos de ejote con queso, chuleta, entre otros. • Comida Rápida: Hamburguezas, Sándwich, Hot dog, tortas, papas fritas, enchiladas, entre otros. • Bebidas: café, gaseosas, jugos, agua, cerveza (corona, modelo, pilsener, Golden, suprema con su boquita incluida), chocolate, entre otros. <p>Precio: En precio promedio de un almuerzo es de \$3.00.</p>			

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
10	Restaurante La Casona (sandoval's Grill).		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Restaurante		
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN: El Refugio.			
DIRECCIÓN: Colonia San Antonio			
CORREO ELECTRÓNICO: No posee.		TELÉFONO: 2417 9457	
SITIO WEB: No posee.			
REDES SOCIALES: Sandoval's Pizza https://www.facebook.com/pg/SandovalsGrill/about/?ref=page_internal			
SERVICIOS QUE OFRECE: Servicio de alimentación, restaurante que ofrecen alimentos catalogados como comida rápida (Pizza, palitroques, pan con ajo), además ofrece hamburguesas de diferentes tipos, twister de diferentes tipos que incluye variedad de ingredientes y comida mexicana como burritos, tacos, enchiladas y quesadillas.			
CARACTERÍSTICAS			
Horario de atención: lunes a domingo de 11.00 am – 8.00 PM.			
Tipo de servicio: Con meseros.			
Menú:			
<ul style="list-style-type: none"> • Hamburguesas tipo original, barbacoa, buffalo, y una especial llamada Sandoval's Burguer, todos los combos incluyen papas francesas y soda o te de Jamaica. Precios: \$3.00-\$4.00. Se puede cambiar la bebida por solo \$0.50 a licuado. • Twister tipo original, de camarón, buffalo, y barbacoa, todos los combos incluyen papas francesas y bebida (soda o te de Jamaica). Precios: \$3.25-\$3.50. Se puede cambiar la bebida por solo \$0.50 a licuado. • Tacos de pollo, res o al pastor, la orden incluye 4 tacos. El combo incluye bebida, soda o te de Jamaica. Precios: \$3.00. Se puede cambiar la bebida por solo \$0.50 a licuado. • Enchiladas, la orden incluye 3. El combo incluye bebida, soda o te de Jamaica. 			



Precios: \$2.50. Se puede cambiar la bebida por solo \$0.50 a licuado.

- Tortas tex-mex, mixta, pollo o chorizo. El combo incluye bebida, soda o te de Jamaica. Precios: \$3.00. Se puede cambiar la bebida por solo \$0.50 a licuado.
- Quesadillas de pollo, res o al pastor, la orden incluye 4 tacos. El combo incluye bebida, soda o te de Jamaica. Precios: \$3.00. Se puede cambiar la bebida por solo \$0.50 a licuado.
- Burrito original. El combo incluye bebida, soda o te de Jamaica. Precios: \$3.00. Se puede cambiar la bebida por solo \$0.50 a licuado.
- Snack: alitas barbacoa o buffalo (6 unidades), Camarones al ajillo, Costillas barbacoa, Queso frito, Papas francesas, Papas con chili con carne, Papas a la sandoval's, Nachos, Copitas de atún. Precio: desde \$1.00-\$2.50

Promociones:

- Pizza gigante de jamón o pepperoni, más una soda 1.25 litros. Precio: \$7.99
- 5 piezas de pollo, mas 3 panes, mas 2 ensaladas. Precio: \$5.99.
- Pizza gigante de un ingrediente. Precio: \$5.99.
- Pizza grande. Precio: \$10.00.
- Pizza Gigante. Precio: \$12.00.

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
11	Refu Pizzeria		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Restaurante		
 			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN: El Refugio.			
DIRECCIÓN: Av. Canal de Panamá, Media cuadra debajo de la PNC.			
CORREO ELECTRÓNICO: no posee		TELÉFONO: 7259 1368, 2448 7125	
SITIO WEB: no posee			
REDES SOCIALES: Refu Pizzeria. https://www.facebook.com/REFU-Pizzer%C3%ADa-177738619577392/			
SERVICIOS QUE OFRECE: Servicio de alimentación, restaurante que ofrece pizzas artesanales de especialidad y de un ingrediente, además ofrece música en vivo.			
CARACTERÍSTICAS: Horario de atención: Lunes a domingo de 10:00 PM – 8.00 PM. Tipo de servicio: Con meseros.			
Combos:			
<ul style="list-style-type: none"> • Pizza tradicional, más soda de 1 litro, más pan con ajo. Precio: \$9.99 • 2 Pizza de especialidad, más soda de 1 litro, más pan con ajo. Precio: \$19.99 • Combo para estudiantes: Tradicional, más soda de un litro. Precio: \$7.00 			
Promociones:			
<ul style="list-style-type: none"> • Tocineta, más 2 postres: Precio: \$11.99. • Súper full, más pan con ajo, más soda. Precio: \$ 11.99 • Pizza tradicional de pepperoni, más pan con ajo. Precio: \$8 • Todos los miércoles de Pizza tradicional de 12 porciones. Precio: \$5.99. • Un postre, más café. Precio: \$1.50 			

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
12	Café con leche		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Cafetería		
 			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN: El Refugio.			
DIRECCIÓN: Media cuadra abajo de pasarela, Barrio el centro			
CORREO ELECTRÓNICO: elrefugiocafeconleche@gmail.com			
TELÉFONO: 7437 1240			
SITIO WEB: no posee			
REDES SOCIALES: Café con leche. https://www.facebook.com/CafeconLecheER/			
SERVICIOS QUE OFRECE: Es un café que ofrece un lugar cómodo en el cual se puede relajar y compartir con la familia y amigos. Ofrece gran variedad de postres y bebidas calientes y frías.			
CARACTERÍSTICAS: Horario de atención: lunes a domingo de 9:00 PM – 6.00 PM. Tipo de servicio: Con meseros.			
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece gran variedad de postres y bebidas calientes y frías, además ofrecen sándwich y paninis. 			

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
13	Comité Gastronomico de San Lorenzo		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Comedor típico.		
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN: San Lorenzo.			
DIRECCIÓN: Parque El Triunfo, Canton El Portillo.			
CORREO ELECTRÓNICO: No aplica		TELÉFONO: No aplica	
SITIO WEB: no aplica			
REDES SOCIALES: Comité Gastronomico San Lorenzo Ahuachapán https://www.facebook.com/Comite-Gastronomico-San-Lorenzo-Ahuachapan-182813842051931/			
SERVICIOS QUE OFRECE: El comité gastronómico de San Lorenzo, posee varios locales a las orillas del rio Grande, ubicado en el Parque El Triunfo. En estos locales se ofrece gran variedad de platillos y bebidas.			
CARACTERÍSTICAS: Horario de atención: Sabado y domingo de 8:30 AM – 8.30 PM.			
Alimentos que ofrece:			
<ul style="list-style-type: none"> • En los locales se podrá encontrar variedad de bebidas frías como licuados, Frozen, frape, jugos, sodas, cerveza y bebidas calientes como café. • Comida rápida como: Hamburguesas, tortas, papitas fritas, Hot dogs, pupusas, pan con ajo. • Pollo, camarones, pescado frito, carne, sopa de gallina. 			

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
14	Minutas Mamanita		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Cafetería		
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN: San Lorenzo			
DIRECCIÓN: San lorenzo.			
CORREO ELECTRÓNICO: No Posee			
TELÉFONO: No Posee			
SITIO WEB: no posee			
REDES SOCIALES: Minutas mamanita https://www.facebook.com/Minutas-Mamanita-507324412947182/			
SERVICIOS QUE OFRECE: Ofrece gran variedad de minutas, algunas de las más especiales son las de Loroco y de Aguacate.			
CARACTERÍSTICAS: Horario de atención: lunes a domingo de 9:00 AM – 6.00 PM.			
Gran variedad de sabores como:			
<ul style="list-style-type: none"> • Arrayan • Ajonjolí • Mango • Piña con mamey • Maracuyá • Tamarindo • Jocote • Coco • Leche con Guineo • Leche con vainilla • Elote 		<ul style="list-style-type: none"> • Fresa con leche • Café con leche • Zapote • Mora • Mamey • Melón • Guanaba • Guinda • Limonada con hierbabuena • Papaya con leche • Sandía 	

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
15	Sabores típicos del pueblo.		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alimentación	Comedor típico.		
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN: San Lorenzo.			
DIRECCIÓN: barrio el pilar, salida al cantón el portillo, San Lorenzo			
CORREO ELECTRÓNICO: No aplica		TELÉFONO: 7776 5478	
SITIO WEB: no aplica			
REDES SOCIALES: Sabores tipicos del pueblo. https://www.facebook.com/saborestipicosdelpueblo/			
SERVICIOS QUE OFRECE: El comedor llamado Sabores tipicos del pueblo, ofrece servicios de alimentación, que van desde comida a la vista para el almuerzo, y en las noches ofrece pupusas de arroz y de maíz, hechas en comal de barro.			
CARACTERÍSTICAS: Horario de atención: Sabado y domingo de 11:30 AM – 9:00 PM.			
Servicios de alimentación:			
Comida a la vista:		Pupusas de especialidad:	
<ul style="list-style-type: none"> • Rellenos • Lonja • Pollo • Carne • Pescados • Chuletas 		<ul style="list-style-type: none"> • Queso • Queso con loroco • Frijol con queso • Revueltas • Ajo • Jalapeño • Ajo • Zanahoria 	

OTROS LUGARES DE LA MICRORREGIÓN QUE OFRECEN SERVICIO DE ALIMENTACIÓN.

Tabla 36: Lugares que ofrecen servicios de alimentación.

#	NOMBRE	MUNICIPIO	TIPO	DIRECCIÓN	CARACTERÍSTICAS
16	Comedor Stefany.	El Refugio.	Comedor típico.	Colonia Santa Elena casa N° 48	Ofrece variedad de comida a la vista.
17	Restaurante El Pilar.	San Lorenzo.	Restaurante.	Barrió el Pilar, Calle al Portillo.	Ofrece variedad de comida, y bebidas calientes y frías.
18	Hamburguesas "Rositas"	Atiquizaya	Quioscos	Avenida Marcelino Urrutia, en el Parque San Juan	Ofrecen chilate, hamburguesas y almuerzos variables. Abierto todos los días.
19	Comedor Gaby	Atiquizaya	Comedores Típicos	Frente al mercado municipal.	Ofrecen desayunos típicos y almuerzos variables.
20	Restaurante Chalón	Atiquizaya	Restaurantes	Localizado en área urbana, centro de Atiquizaya	Su especialidad es el conejo encebollado y en barbacoa, además pechugas de pollo, costillas, licuados. Abierto todos los días
21	Los Tacos – Atiquizaya	Atiquizaya	Comedores Típicos	5ta Calle Pte #4-192, Barrio El Calvario Atiquizaya Ahuachapán.	Atendiendo: viernes, sábado y domingo, en horario de 4:00 pm - 10:00 pm.
22	Conchodromo	Atiquizaya	Comedores Típicos	Barrio El Calvario Atiquizaya	Ofrecen diferentes tipos de mariscos, abierto de 7:00 am – 5:00 pm.
23	Pupuseria La Bendición De Dios " La Jaula"	Atiquizaya	Comedores Típicos	3ª Avenida Norte y, 5a. Calle Pte, Ahuachapán	Abierto de 8:00 am – 1:00pm y de 5:00 pm – 9:00 pm.
24	Mom's Cake	Atiquizaya	Cafeterías	4a. Av Norte & 6a. Calle Oriente, Atiquizaya	Pasteles, Galletas y keikitos caseros, personalizados para todo tipo de eventos.
25	Pizzería Allison	Atiquizaya	Restaurantes	Ave 5 de noviembre Sur, Atiquizaya	Teléfono: 7759 1728 Horario: 9:00 am – 9:00 pm Servicio para comer en el lugar, para llevar y a domicilio.

#	NOMBRE	MUNICIPIO	TIPO	DIRECCIÓN	CARACTERÍSTICAS
26	La Esquinita	Atiquizaya	Comedores Típicos	Av. Central y 3a. calle poniente No. 4-15	Ofrecen desayunos típicos y almuerzos variables.
27	Comedor Miriam	Atiquizaya	Comedores Típicos	Av. Central Dr. M.U. S. N.3-57 San Juan	Ofrecen desayunos típicos y almuerzos variables.
28	comedor Conchita	Atiquizaya	Comedores Típicos	1a C. Pte. B. El Centro	Ofrecen desayunos típicos y almuerzos variables.
29	La Nevería	Atiquizaya	Quioscos	1a. C. Ote. B. San Juan	Venta de sorbetes, paletas y bebidas.
30	Sorbetería Tasty	Atiquizaya	Quioscos	Final C. C. A. S. Ote. B. Las Salinas	Venta de sorbetes y paletas
31	La Estancia Maya	Atiquizaya	Restaurantes	Av. Ctral. Dr. M.U. N°3-21B° San Juan	Ofrecen desayunos típicos y almuerzos variables.
32	La Fuente Lunch	Atiquizaya	Restaurantes	Carretera Panamericana km 88 1/2	Ofrecen desayunos típicos y almuerzos variables.
33	Pupusería La Perla	Atiquizaya	Restaurantes	1a. Calle Oriente, Atiquizaya	Pupusas de todo tipo. Teléfono: 2418 – 1985. Horario: De martes a domingo de 4:30 pm – 9:00 pm.
34	Pizzería Helaman	Atiquizaya	Restaurantes	Avenida Central Marcelino Urrutia Sur, entrada de Atiquizaya.	Teléfono: 2411 3347 Horario: todos los días de 10:00 am – 8:00 pm.
35	Delicious Pizza Atiquizaya	Atiquizaya	Restaurantes	1a calle oriente, Barrio San Juan Local 3-16, Atiquizaya	Teléfono: 7082 5909 Horario: todos los días de 10:00 am – 8:00 pm.
36	Don Pollo	Atiquizaya	Quioscos	2ª. Avenida norte, 2ª. Calle poniente.	Horario: todos los días de 10:00 am – 6:00 pm.
37	La Cabaña de la Abuela	Atiquizaya	Restaurantes	4a. Calle Pte, Atiquizaya	Horario: todos los días de 6:00 am – 11:00 pm.
38	Panadería La SUPER ESTRELLA	Atiquizaya	Quioscos	5a. Calle Pte, Atiquizaya	Venta de pan francés y pan dulce.

#	NOMBRE	MUNICIPIO	TIPO	DIRECCIÓN	CARACTERÍSTICAS
36	Aquinos Pool, Restaurante Bar	Atiquizaya	Bares	3a. Calle Pte, Atiquizaya	Música, bebidas frías, cervezas, boquitas, billar y diferente tipo de comida.
40	Quesadillas La Campana	Atiquizaya	Quioscos	Bo. San Juan	Venta de pan francés y pan dulce.
41	Panadería " La Estrellita"	Atiquizaya	Quioscos	2a. C. Pte. #4- 245 B. Talule	Venta de pan francés y pan dulce.
42	Pizza Doa	Turín	Restaurantes	En Parque central de Turín, frente a iglesia católica Turín, 1101.	Teléfono: 7690 9343 Horario: todos los días de 9:00 am – 9:00 pm.
43	Inspiración Snack Bar TURÍN	Turín	Quioscos	Parque principal de Turín, Frente a la alcaldía municipal	Batidos y alimentos
44	Las Carnitas	Turín	Quioscos	A un costado de la alcaldía municipal	Horario: todos los días de 8:00 am – 7:00 pm. Alimentos y bebidas variados.

CATEGORIA: ALOJAMIENTO.

DESCRIPCIÓN: en esta categoría entran los lugares que ofrecen servicios para alojamiento de turistas.

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
1	Pepe´s House		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alojamiento	Hotelero	Hostal	
			
Ilustración 76. Salon de eventos.		Ilustración 75. Mural Pepe´s House.	
MUNICIPIO DE UBICACIÓN	DIRECCIÓN		
Turín	Carretera panamericana a Ahuachapán km 91, frente a gasolinera ARGAS, Turín (El Salvador).		
TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO		
7227- 5809	No posee.		
SITIO WEB			
No posee.			
REDES SOCIALES			
Facebook: Pepes House https://www.facebook.com/pg/Pepes-House-266654296728001/about/?ref=page_internal			
SERVICIOS QUE OFRECE			
Servicio de alojamiento, centro recreativo, bar, restaurante y atención de eventos sociales.			
CARACTERÍSTICAS			
Horario de atención: Abierto los 7 días de la semana, las 24 horas del día.			
Precios: El precio promedio de estadía para una persona es de \$60.0.			
Número de Habitaciones individuales: 3			
Número de Habitaciones Dobles: 6			
Número de Habitaciones Familiares (Máximo 5 personas): 2			

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
2	Hostal y Restaurante Malacatiupan		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alojamiento	Hotelero	Hostal	
			
Ilustración 78. Vista del Hostal Malacatiupan.		Ilustración 77. Vista de habitación en hostal malacatiupan.	
MUNICIPIO DE UBICACIÓN	DIRECCIÓN		
Atiquizaya	6 av final, 2103. Sobre la carretera, frente a recibidero de café unex en la entrada de Atiquizaya		
TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO		
6146 - 5743	No posee		
SITIO WEB			
No posee			
REDES SOCIALES			
Facebook: Hostal&RestauranteMalacatiupan https://www.facebook.com/HostalYRestauranteMalacatiupan/			
SERVICIOS QUE OFRECE			
Servicio de alojamiento y restaurante. Servicio de calidad, confortable, económico y ambiente agradable.			
CARACTERÍSTICAS			
<p>Horario de atención: De miércoles a domingo de 11:30 am a 9:00pm</p> <p>Tipo de habitaciones: Individuales y dobles con aire acondicionado y baño privado.</p> <p>Menú de comida: mariscada, sopa de tortilla, sopa de gallina, crema de marisco, gallo en chicha, entre otros.</p> <p>Snack: nachos, tortas de adobada y de res, hamburguesas, papa fritas, snacks, choripán, entre otros.</p> <p>Bebidas: Te, cervezas, yerbamate, sodas, café, chocolate, agua, entre otros.</p> <p>Postres: cheesecake y crepas</p> <p>Precios: Por habitación \$20.00, precio promedio del menú de comida \$4.50, precio de postres \$3.00.</p> <p>Número de Habitaciones Dobles: 7</p> <p>Otras características: Terraza para estar, Check-in 1:00 pm check-out 11:00 am.</p>			

FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:		
3	Hostal Casa Montaña (Hostal Rural Don Jocote Barón Rojo)		
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	
Alojamiento	Hotelero	Hostales	
			
MUNICIPIO DE UBICACIÓN: San Lorenzo.			
DIRECCIÓN: Colonia la Divina Providencia Cantón Guascota.			
CORREO ELECTRÓNICO: No aplica		TELÉFONO: 7745 2823	
SITIO WEB: no posee			
REDES SOCIALES: Hostal Cada de Montaña, San Lorenzo, Ahuachapán https://www.facebook.com/Hostal-Casa-de-Monta%C3%B1a-San-Lorenzo-Ahuachapan-1619263448309954/			
SERVICIOS QUE OFRECE: Casa de montaña es un hostal que ofrece alojamiento en cómodas habitaciones, piscina, cancha de arena y además ofrece un espacio para tiendas de acampar. Algunos servicios son: <ul style="list-style-type: none"> • Ofrece tours a los miradores, plantaciones • Ofrece juegos como tiro al blanco • Caminatas. • Juegos extremos en río. Número de Habitaciones individuales: 2 Número de Habitaciones Dobles: 4 Número de Habitaciones Familiares (Máximo 4 personas): 3			

CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO

De acuerdo a los tres lugares de alojamiento anteriormente mostrados en las fichas del inventario de la planta turística, y al número de habitaciones y la cantidad de personas a alojar se calculará la capacidad de alojamiento de la microrregión, a esto se le sumará el alojamiento brindado por los recursos turístico El Jícaro y Termales del paraíso.

Tabla 37. Capacidad de Alojamiento de la Microrregión de Ahuachapán Norte.

No.	Alojamiento	Tipo de Habitación	Capacidad de la Habitación	No. De habitaciones	Sub Total	Total por Alojamiento
1	Pepe's House	Individual	1	3	3	25
		Doble	2	6	12	
		Familiar	5	2	10	
2	Hostal y Restaurante Malacatiupan	Dobles	2	8	16	16
3	Hostal Rural Don Jocote Barón Rojo	Individual	1	2	2	22
		Doble	2	4	8	
		Familiar	4	3	12	
4	El Jícaro	Doble	2	4	8	24
		Familiar	4	4	16	
5	Termales del paraíso	Doble	2	2	4	19
		Familiar	5	3	15	
Capacidad de alojamiento				41 habitaciones	106 espacios de alojamiento	106 personas

La capacidad actual respecto a alojamiento de la microrregión de Ahuachapán Norte es de 106 personas. Esto representa una baja capacidad respecto a la demanda actual y potencial proyectada.

OCUPACIÓN HOTELERA

La microrregión no cuenta con hoteles solamente con hostales para brindar el servicio de alojamiento. Poseen 41 habitaciones, de las cuales hay de tipo familiar, doble e individual. La ocupación hotelera es alta cuando existe temporada vacacional, los fines de semanas y cuando se realizan actividades turísticas. Sin embargo, en temporada normal donde existe poca afluencia de turistas la demanda es baja y se presenta principalmente los fines de semana. Es por ello que a continuación se presenta la ocupación hotelera en temporada alta y baja en la microrregión. Esto se obtuvo a través de la información proporcionada por los administradores de los hostales.

Tabla 38. Ocupación Hotelera en la microrregión.

TIPO DE TEMPORADA	No. PROMEDIO DE HABITACIONES RESERVADAS	PORCENTAJE DE OCUPACIÓN	COMENTARIO
Alta	39	95.1%	En temporada vacacional y fines de semana la ocupación hotelera es alta, y en algunos días está al 100% (en días festivos), donde la oferta no alcanza a cubrir la demanda
Baja	24	58.5%	En temporada baja la ocupación hotelera es media. Es decir, no todas las habitaciones son reservadas.

CATEGORÍA: SERVICIOS DE APOYO.

DESCRIPCION: Son todos los servicios que ofrecen los municipios de la Microrregión Norte de Ahuachapán que necesitan la sociedad para funcionar adecuadamente, entre estos tenemos, farmacias, policías, unidades de salud, etcétera.

Tabla 39: lugares que ofrecen servicios de apoyo en la microrregión.

#	NOMBRE	MUNICIPIO	TIPO	DIRECCIÓN	CARACTERÍSTICAS
1	Gasolinera Puma	Turín	Gasolinera	Carretera Panamericana km 85 ½ hacia Ahuachapán	Estación de autoservicio o servicio completo.
2	Gasolinera Puma	Atiquizaya	Gasolinera	Av. Central Dr. Marcelino Urrutia, Bo. San Juan. (C. a la Estación del Ferrocarril) Atiquizaya	Estación de autoservicio o servicio completo.
3	Unidad de Salud	Atiquizaya	Servicios de Salud	7ª. Calle Ote, Av, central Marcelino Urrutia Sur	Atención pública.
4	Unidad de Salud	Atiquizaya	Servicios de Salud	5ª. Calle Pte	Atención publica
5	Unidad de Salud	Turín	Servicios de Salud	7ª. Avenida sur.	Atención publica
6	Subdelegación PNC de Atiquizaya	Atiquizaya	Servicios de Seguridad	Bo. El ángel, 4ª. AV. Sur Y 3ª. calle oriente	Seguridad publica
7	Puesto PNC Turín	Turín	Servicios de Seguridad	Calle Gerardo pte. Frente a juzgados de paz	Seguridad publica

#	NOMBRE	MUNICIPIO	TIPO	DIRECCIÓN	CARACTERÍSTICAS
8	Oficina de Turismo y desarrollo empresarial de Atiquizaya	Atiquizaya	Información turística	Av 5 de Noviembre Nte, Atiquizaya	Teléfono: 2432 0988 Horario: 8:00 AM – 4:00 pm de lunes a domingo.
9	Alcaldía de Turín	Turín	Información turística	Bo La Unión 1 Av Nte	Teléfono: Horario: 8:00 AM – 5:00 pm de lunes a viernes.
10	Súper Selectos Atiquizaya	Atiquizaya	Comercio Turístico	Av 5 Nov. Calle Central Poniente #4 -107, Av 5 de Noviembre Nte, Atiquizaya	Venta de artículos varios.
11	Despensa Familiar	Atiquizaya	Comercio Turístico	4ª. Calle Pte, Atiquizaya	Venta de artículos varios.
12	Mercado Municipal de Atiquizaya	Atiquizaya	Comercio Turístico	Entre la 6ta calle poniente y la 4ta calle poniente y entre la 3a avenida norte y la 1a avenida norte	Posee un área de 2,056.80 m ² . En la actualidad el mercado municipal cuenta con 174 puestos de venta en su interior, entre ellos: puestos de carne, puestos de verduras y puestos de enseres de uso cotidiano, entre otros.
13	Venta de medicina Jireh	Atiquizaya	Servicios de Salud	3a. Calle Pte, Atiquizaya	Venta de medicina de todo tipo. Teléfono: 7435 0790 Horario: abierto todos los días de 7:00 – 7:00pm.
14	Farmacia López	Atiquizaya	Servicios de Salud	Bo San Juan, 1ra C. Ote #317, 1a. Calle Oriente, Atiquizaya	Venta de medicina de todo tipo. Teléfono: 2444 1075 Horario: abierto todos los días de 8:00 am - 7:00pm
15	Farmacia Central	Atiquizaya	Servicios de Salud	1a. Y 3a. C. Pte. #3-19 El Centro	Venta de medicina de todo tipo.
16	Salman	Atiquizaya	Comercio Turístico	1a. Av. Nte. #1-54 B. El Centro	Venta de productos varios.
17	La estrella	Atiquizaya	Comercio Turístico	1a. Nte.y 4a. C. Pte #165 Centro	Venta de productos varios.
18	Bazar divina providencia	Atiquizaya	Comercio Turístico	El Centro	Venta de productos varios.

#	NOMBRE	MUNICIPIO	TIPO	DIRECCIÓN	CARACTERÍSTICAS
19	Comercial el buen precio	Atiquizaya	Comercio Turístico	El Centro	Venta de productos varios.
20	Farmacia San Agustín	Turín	Servicios de Salud	Esquina opuesta a la alcaldía municipal	Venta de medicina de todo tipo.
21	Farmacia Santa Elena	Turín	Servicios de Salud	Calle central oriente	Venta de medicina de todo tipo.
22	Alcaldía Municipal de Villa El Refugio.	El Refugio.	Información turística.	Calle Salvador Rodríguez, Barrio El Centro.	Encargados: Unidad de Comunicaciones.
23	Farmacia Milenium.	El Refugio.	Servicios de salud.	Av. José Rogelio Zepeda.	Venta de medicina de todo tipo.
24	Unidad de salud.	El Refugio.	Servicios de salud.	2ª Av. Barrio El Centro.	Atención publica
25	PNC.	El Refugio.	Servicios de seguridad.	Calle Salvador Rodríguez Poniente, y avenida Canales Panamá.	Seguridad publica
26	Mercado Municipal Villa El Refugio.	El Refugio.	Comercio Turístico	RN-13, El Refugio, Ahuachapán	En el mercado se puede encontrar locales con venta de frutas, verduras, artículos varios, y comedores.
27	Alcaldía Municipal de San Lorenzo.	San Lorenzo	Información turística.	Barrió El Centro Frente a Parque Municipal.	Posee un comité de turismo, y existe un quiosco informativo turístico enfrente de la alcaldía.
28	EcoFamiliar.	San Lorenzo	Servicio de salud.	Barrió El centro.	Atención Privada
29	Venta de Medicina Popular.	San Lorenzo	Servicio de salud.	Barrió El centro.	Venta de medicina de todo tipo.
30	PNC.	San Lorenzo	Servicios de seguridad.	Calle principal, cont. a Telecom.	Seguridad publica

CATEGORÍA: RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO.

DESCRIPCION: Son todos los servicios que ofrecen los municipios de la Microrregión Norte de Ahuachapán que realizan actividades de tipo recreativo, entre estos tenemos, canchas deportivas, fincas o viveros, clubes o bares, teatros, etcétera.

Tabla 40: Lugares que brindan servicios de esparcimiento y recreación.

#	NOMBRE	MUNICIPIO	TIPO	DIRECCIÓN	CARACTERÍSTICAS
1	Vivero Lucero.	El Refugio.	Otros	Cantón El Salitrero	Finca Agroturística, Haciendas y Viveros
2	Vivero La Esperanza.	El Refugio.	Otros	Barrio El Centro	Finca Agroturística, Haciendas y Viveros
3	Taller de Canastos.	El Refugio.	Otros	Cantón el Rosario lotificación los Cocos	Ofrecen canastos elaborados a base de madera.
4	Beneficio San Luis.	El Refugio.	Otros	Cantón Izcaquillo	Finca Agroturística, Haciendas y Viveros
5	Finca El Tesoro.	El Refugio.	Otros	Cantón el Rosario Las Piedras	Finca Agroturística, Haciendas y Viveros
6	Cancha fútbol rápido	Turín	Instalaciones deportivas	Calle central oriente, a un costado del parque central de Turín.	Abierto todos los días de la semana de 9:00 am a 8:00 pm
7	Cancha Básquet bosquecito	Turín	Instalaciones deportivas	Se encuentra ubicado en Barrio El Socorro	Fue construido e inaugurado en 2011. Cuenta con pista de patinaje, canchas, jardines y otras zonas de diversión para la familia.
8	Beneficio San Luís	Atiquizaya	Otros	Km 85 Carretera Panamericana	Finca Agroturística, Haciendas y Viveros
9	Beneficio Maranatha	Atiquizaya	Otros	Cantón Lomas de Alarcón	Finca Agroturística, Haciendas y Viveros
10	Polideportivo Los Tamarindos	Atiquizaya	Instalaciones deportivas	Av. 5 de Noviembre Sur, Barrio, El Calvario, Atiquizaya Depto, Ahuachapán	Horario: Abierto todos los días de 6:00 am a 9:00 pm. Estadio e instalaciones deportivas.

CATEGORÍA: TRANSPORTE.

DESCRIPCIÓN: Son todos los servicios que ofrecen los municipios de la Microrregión Norte de Ahuachapán que realizan servicios de transporte, estos pueden ser o no de los municipios, como el transporte público.

Tabla 41: Servicios de transporte público para la microrregión

SERVICIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO			
MEDIO DE TRANSPORTE	N° DE RUTA	RECORRIDO	DESCRIPCIÓN
Autobús	277	Santa Ana – San Lorenzo	Parada de buses en 6ta calle oriente, conduce de San Lorenzo a Santa Ana y hace una escala en Atiquizaya.
Autobús	276	San Juan Buena Vista – Atiquizaya	Parada de buses en 4ta avenida Central Marcelino Urrutia, conduce de San Juan Buena Vista hasta Atiquizaya.
Autobús	236	Rio Frio – Atiquizaya	Parada de buses en 4ta calle oriente, conduce de Rio Frio hasta Atiquizaya.
Autobús	210	Ahuachapán – Santa Ana	Parada de buses ubicada en el parque San Juan sobre la 1ra avenida norte, conduce de Ahuachapán hasta Santa Ana, y hace escala en Atiquizaya.
Autobús	202	San Salvador – Ahuachapán	Parada de buses ubicada en el parque San Juan sobre la 1ra avenida norte, conduce de Ahuachapán hacia San Salvador y hace escala en Atiquizaya. También pasa por las afueras de El Refugio y Turín, sobre la carretera que conduce hacia Ahuachapán.
Autobús	214	Santa Ana – Atiquizaya	Parada de buses ubicada en el parque San Juan sobre la 3ra calle poniente, conduce de Atiquizaya hasta Santa Ana.
Mototaxi	-	Todo el municipio de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio.	Cubren el interior de los municipios y sus alrededores.

4.5. RESULTADOS DEL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA.

En la microrregión Norte de Ahuachapán, la planta turística está conformada por 44 recursos que representan el 46% de la infraestructura que pertenece a servicios de alimentación, los cuales van desde restaurantes, comedores típicos hasta chalet.

Solo el 3% de la infraestructura de la planta turística está conformado por servicios de alojamiento, los cuales tres son hostales, uno de estos se encuentra en San Lorenzo y dos en Atiquizaya. Además, se posee servicios de alojamiento en Termales del Paraíso y El Jícaro.

El 31% de la infraestructura de la planta turística, ofrecen servicios complementarios, que van desde servicios de salud como unidades de salud y farmacias, servicios de seguridad por los locales de la PNC que se encuentran en algunos municipios, hasta comercios turísticos e información turística compuesta por supermercados y las alcaldías.

Un 10% está conformado por infraestructura para ofrecer servicios de esparcimiento y recreación, entre estos se encuentran los polideportivos ubicados en los municipios y los beneficios y viveros que en estos se encuentran.

Y el último 10% está representado por servicios de transporte como autobuses que se conducen entre departamentos, municipios y cantones; y mototaxis que conducen dentro de los municipios.

A continuación, se presenta el consolidado de la planta turística de la microrregión.

Tabla 42. Resumen de planta turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.

Categoría	Tipo	Cantidad	Total por categoría
Alimentación	Restaurante	16	44
	Comedores típicos	12	
	Cafetería	6	
	Quioscos	9	
	Bares	1	
Alojamiento	Hotelero	5	3
Servicios complementarios	Gasolinera	2	30
	Servicios de Salud	12	
	Servicios de Seguridad	4	
	Información turística	4	
	Comercio	8	
Esparcimiento y recreación	Instalaciones deportivas	3	10
	Otros (Viveros y beneficios)	7	
Servicios de transporte	Autobús	6	10
	Moto taxi	4	
Total		97	97

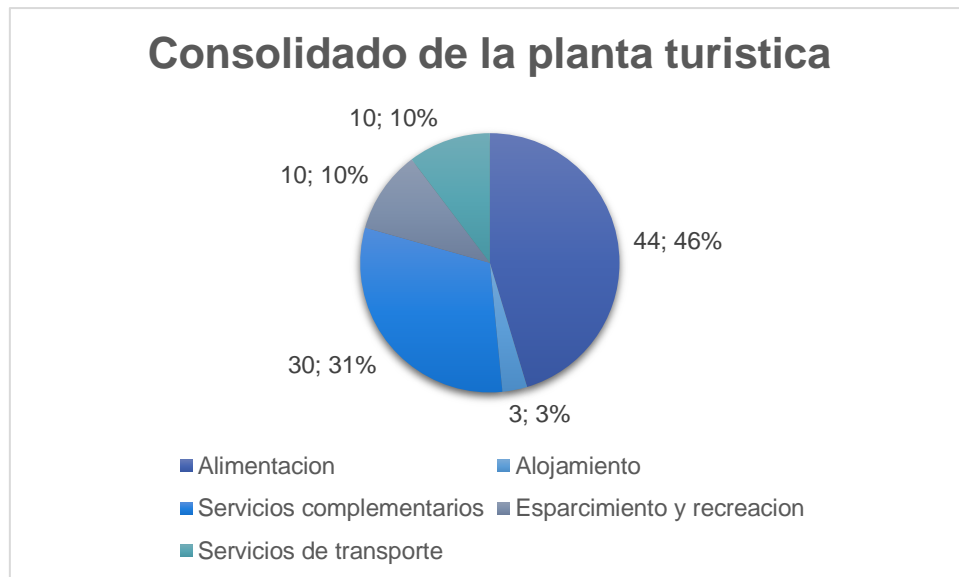


Gráfico 13. Componentes de la planta turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.

5. MERCADO DE CONSUMO TURÍSTICO

El mercado consumidor es una división del mercado que se obtiene analizando el tipo de comprador al que está dirigido el producto.

Dentro del intercambio comercial se da una cadena de transacciones en la que uno de los protagonistas principales es el consumidor. Consumir viene del latín *consumĕre*, y dentro de sus innumerables conceptos, podemos encontrar el que se aplica mayormente al área empresarial. “Consumir es utilizar bienes para satisfacer necesidades y deseos”.

Por lo tanto, el consumidor es el que adquiere productos (bienes o servicios) para consumir y satisfacer sus necesidades y deseos. Es decir, es el usuario final de un producto.

Miguel Santesmases lo define como: “El mercado de consumo es el segmento de mercado formado por los consumidores últimos, que usan un producto o servicio para satisfacer sus propias necesidades”. Además, menciona que: “Todos los consumidores finales en conjunto, individuos y familias que compran bienes y servicios para consumo personal”.

En Fundamentos de marketing de Philip Kotler, Gary Armstrong y otros, se define como: “El mercado del consumidor está constituido por todos los individuos y hogares que compran o adquieren bienes o servicios para su consumo personal”.

Desde estos conceptos, cualquier persona, cuando realiza una compra para cubrir sus necesidades individuales o de las personas que los rodean (familias, amigos), son parte del mercado consumidor.

5.1. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se muestra la metodología para la investigación del mercado de consumo:

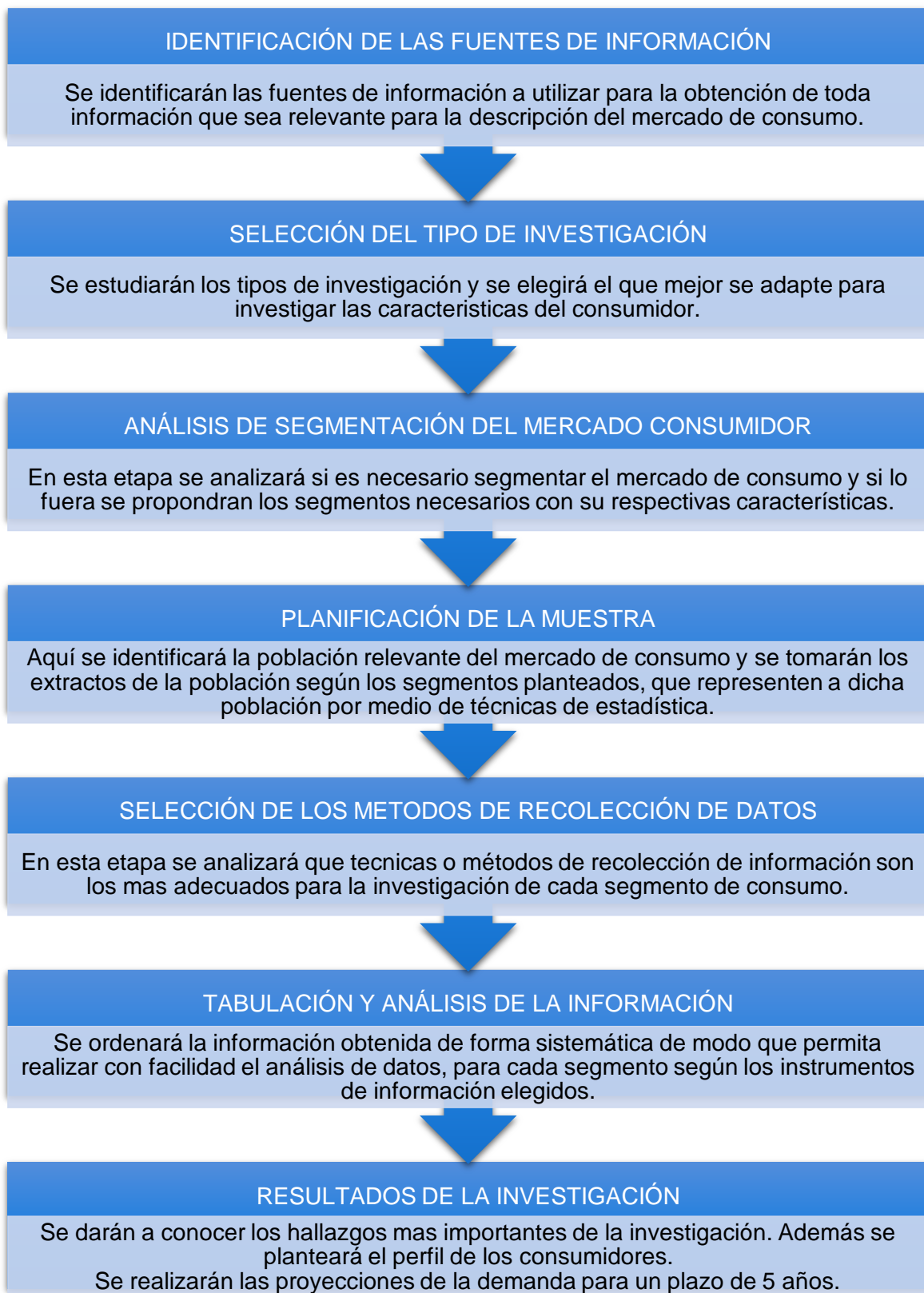


Ilustración 79: Metodología del mercado consumidor

5.2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Conocer las características y motivaciones de la población salvadoreña para realizar turismo en la microrregión norte de Ahuachapán, además de datos de interés como el gasto promedio en un viaje de turismo, cantidad de personas con las viaja, que servicios espera recibir, entre otros, para determinar la demanda, el perfil del consumidor, la percepción que tiene el turista de la microrregión y la competitividad que podría tener la microrregión.

5.3. IDENTIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Como se describió con anterioridad, se usarán dos tipos de información:

▣ Información primaria

Es la que se obtendrá por medio de la investigación de campo por medio de las técnicas como la encuesta, entrevista, etc.

▣ Información secundaria

Es la que será útil para conocer antecedentes del mercado como estadísticas de censos, libros, revistas, estudios preliminares, etc.

5.4. SELECCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que servirá para el mercado consumidor según lo que se quiere encontrar es la **Investigación Concluyente Descriptiva**, porque se pretenden conocer datos asociados a variables cuantitativas y serán datos que servirán para el análisis de la demanda del servicio turístico que la microrregión ofrece.

5.5. IDENTIFICACION Y ANÁLISIS DE SEGMENTACIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR

El mercado consumidor es muy amplio, y para ser atendido en forma adecuada debe subdividirse nuevamente o segmentarse. Para identificar al tipo de consumidor se requiere de ciertas características que los agruparan en un nicho definiendo su perfil, segmentando el mercado en un número reducido de subconjuntos (segmentos) siendo similares en cuanto a su comportamiento, necesidades, motivaciones, etc., de los cuales se selecciona cuál es el grupo más atractivo para la organización.

Para investigar al consumidor será necesario, establecer algunas características preliminares para comenzar por la segmentación de este. A continuación, se muestran las características de los diferentes perfiles:

Perfil Demográfico. El consumidor es descrito en función a sus características físicas (edad, sexo, etc.), sociales (estado civil, clase social, etc.) o económicas (ingresos, educación, empleo, etc.)

Perfil Psicográfico. Los motivos por el cual el cliente adquiere un servicio; en cuanto a la personalidad se refieren a las tendencias perdurables de la reacción de un individuo.

Perfil Conductual. En estas características respecto a su comportamiento se tienen en cuenta las cantidades de producto consumidas, así como los hábitos de consumo o de utilización.

Estilo de vida. Se refiere a las características generales del individuo, situándose a nivel más profundo. El estilo de vida, de actuar, de utilizar el tiempo y de gastar el dinero.

Para la microrregión se buscarán aquellas personas que tengan preferencias de realizar turismo en áreas naturales, que gusten de festivales de distinta índole y que aprecien los diferentes tipos de arte.

En el estudio solo se definirá un segmento ya que será considerado que el turista nacional tiene características similares por lo que no está la necesidad de segmentarlo, ahora bien, su perfil preliminar se describe a continuación:

PERFIL DEMOGRAFICO	
Edad	De 18 en adelante
Sexo	Hombre - Mujer
Nivel socioeconómico	Cualquiera a excepción de aquellos hogares que se encuentren en condiciones de pobreza extrema y pobreza relativa
Ocupación	Indiferente
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> • Residentes Salvadoreños • Extranjeros
PERFIL PSICOGRAFICO	
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades de sano esparcimiento. • Relajarse después de una jornada laboral o de estudio. • Disfrutar de la naturaleza, infraestructura y gastronomía local, cultura, etc.
Personalidad	Indiferente
Percepción	Indiferente
Actitudes	Indiferente
PERFIL CONDUCTUAL	
Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios turísticos de calidad. • Seguridad en los lugares a visitar. • Experiencias inolvidables.
Valores	Indiferente
Creencias	Indiferentes
ESTILO DE VIDA	
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Compartir tiempo con la familia y amigos visitando lugares únicos en El Salvador
Intereses	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar turismo interno.

DE LA ACTIVIDAD TURISTICA	
Tipos de turismo que realiza	Turismo de naturaleza <ul style="list-style-type: none"> • Turismo cultural • Turismo rural Puede realizar otro tipo de turismo también.
Tiempo dedicado a realizar turismo	El tiempo en el que las personas han venido realizando turismo puede ser: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Por primera vez <input type="checkbox"/> Por varios años
Tiempo que dedica a la actividad turística.	Puede ser por un día o más.

De lo anterior se concluye que hay dos perfiles preliminares del consumidor:

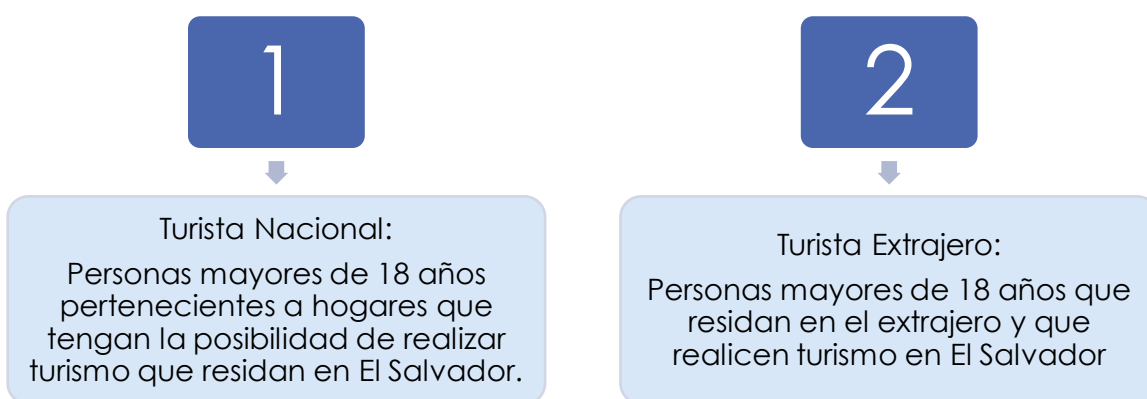


Ilustración 80: Perfil preliminar del consumidor

5.6. PLAN DE MUESTREO

Como ya se describía con anterioridad una muestra es un extracto de una población que tiene las características necesarias para decir que dicha muestra es representativa de esa población y poder tomar decisiones respecto a los datos que arrojen la investigación.

5.6.1. UNIVERSO DE ESTUDIO

Segmento 1: Turista Nacional

En este segmento, se investigarán todas aquellas personas que cumplan con el perfil preliminar número 1, que incluye personas mayores de 18 años pertenecientes a hogares que tengan la posibilidad de realizar turismo que residan en El Salvador.

Para conocer la población meta se hará uso de la encuesta de hogares de propósitos múltiples 2017, y se toman los siguientes datos de importancia:

Tabla 43: Total de hogares por departamento e ingreso promedio

Departamento	Población Total	Personas promedio por hogar	Total de hogares	Ingreso promedio
Ahuachapán	363,619	3.82	95,266	\$ 442.46
Santa Ana	589,630	3.45	170,786	\$ 489.26
Sonsonate	506,579	3.76	134,658	\$ 523.97
Chalatenango	204,919	3.64	56,235	\$ 449.63
La Libertad	803,625	3.57	224,980	\$ 587.63
San Salvador	1,785,829	3.47	514,889	\$ 656.92
Cuscatlán	266,231	3.84	69,271	\$ 490.52
La Paz	362,649	3.61	100,573	\$ 480.53
Cabañas	167,761	4.01	41,809	\$ 478.97
San Vicente	184,093	3.51	52,411	\$ 415.93
Usulután	374,629	3.52	106,389	\$ 488.13
San Miguel	500,062	3.60	138,951	\$ 527.06
Morazán	203,677	3.86	52,788	\$ 425.25
La Unión	268,557	3.71	72,307	\$ 447.31
TOTAL	6,581,860	3.59	1,831,313	

Fuente: Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2017

Tabla 44: Porcentaje de pobreza por departamento

Departamento	Pobreza extrema	Pobreza relativa	No pobreza	Total de hogares no pobres
Ahuachapán	9.54%	33.00%	57.46%	54740
Santa Ana	6.51%	24.15%	69.34%	118423
Sonsonate	6.75%	25.38%	67.87%	91392
Chalatenango	8.59%	24.76%	66.65%	37481
La Libertad	5.72%	20.54%	73.74%	165900
San Salvador	3.68%	18.19%	78.14%	402334
Cuscatlán	6.85%	22.40%	70.75%	49009
La Paz	7.05%	25.64%	67.31%	67696
Cabañas	8.59%	29.06%	62.35%	26068
San Vicente	7.20%	29.85%	62.95%	32993
Usulután	6.85%	24.50%	68.66%	73047
San Miguel	6.84%	24.76%	68.40%	95042
Morazán	11.06%	26.99%	61.94%	32697
La Unión	8.05%	24.05%	67.90%	49096

Fuente: Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2017

Ahora, se tomarán los siguientes criterios para definir el universo de estudio del turista nacional se seguirán los siguientes criterios:

1. Población de la Zona Occidental
2. Población fuera de la Zona Occidental

● Población de la Zona Occidental

Para este criterio será tomada en cuenta, aquella población que pertenece a la zona occidental, debido a que está relativamente cerca de la microrregión, para esto se han considerado los departamentos de **Santa Ana, Sonsonate y el mismo Ahuachapán**.

Para conocer la población total por departamento, se hará uso de los datos presentados anteriormente de la encuesta, en la cual se van a considerar únicamente, aquellas personas con posibilidades de realizar turismo, las cuales se considera, son aquellas que pertenezcan a hogares no pobres, es por esto que se utilizan los datos de porcentaje de pobreza por departamento, que al multiplicarlo por el total de hogares, resulta el total de hogares no pobres, estos, a su vez, se multiplican por el promedio de personas por hogar y resulta la población meta que formara parte del universo de estudio. Lo anteriormente descrito se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 45: Población por departamento

Departamento	Total de hogares	% de hogares no pobres	Total de hogares no pobres	Personas promedio por hogar	Total de población no pobre
Ahuachapán	95266	57.46%	54740	3.82	209,106
Santa Ana	170786	69.34%	118423	3.45	408,559
Sonsonate	134658	67.87%	91392	3.76	343,635
TOTAL	400,710		264,555		961,301

Fuente: Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2017

En total son 961,301 personas en el universo de estudio de esta zona del país, por lo que se considera una población infinita, por superar las 100,000 personas.

● Población fuera de la Zona Occidental

Para definir la población que puede formar parte del universo de estudio del turista nacional que sea fuera de la zona occidental del país, se tomaran los siguientes criterios:

1. Ingreso promedio por hogares.
2. Población no pobre.

Por el primer criterio, se buscarán departamentos que pueden formar parte del universo de estudio si tuviesen la posibilidad de realizar turismo según el nivel promedio de ingresos mensuales que reciben.

A continuación, se presenta la población total por departamento, además del total y hogares y el promedio de personas por departamento, excluyendo Santa Ana, Sonsonate y Ahuachapán, esto servirá para definir qué lugares del país serán de interés para la investigación.

Tabla 46: Población por departamento e ingreso promedio

Departamento	Población Total	Personas promedio por hogar	Total de hogares	Ingreso promedio
Chalatenango	204,919	3.64	56,235	\$ 449.63
La Libertad	803,625	3.57	224,980	\$ 587.63
San Salvador	1,785,829	3.47	514,889	\$ 656.92
Cuscatlán	266,231	3.84	69,271	\$ 490.52
La Paz	362,649	3.61	100,573	\$ 480.53
Cabañas	167,761	4.01	41,809	\$ 478.97
San Vicente	184,093	3.51	52,411	\$ 415.93
Usulután	374,629	3.52	106,389	\$ 488.13
San Miguel	500,062	3.60	138,951	\$ 527.06
Morazán	203,677	3.86	52,788	\$ 425.25
La Unión	268,557	3.71	72,307	\$ 447.31
TOTAL	3,336,203		1,430,603	

Fuente: Encuesta de hogares múltiples 2017

Tabla 47: Gasto del turista para el 2017

Perfil del Turista Interno. Año 2017	
Gasto promedio diario (\$)	\$10.43
Estadía promedio (noches)	\$2.43
Gasto total del turista por su estancia	\$25.34

Fuente: Boletín CORSATUR 2017

Según el perfil del turista interno, un turista promedio gasta \$25.34 en su estadía al destino turístico. Si el promedio de personas en el hogar es de 3.59, multiplicando el gasto por el número de personas por familia, se asume que en viaje de turismo una familia puede gastar en promedio \$90.97. Además, según la encuesta de propósitos múltiples 2017 el gasto promedio familiar básico es de \$358.58, sumándole que en un viaje se podrían gastar \$90.97, es un total de \$449.56 y a esto sumarle un porcentaje de gastos imprevistos de \$50.00, se concluye que para que una persona pueda realizar turismo, sus ingresos deben ser mayores a \$500.00, por lo que no se consideraran los departamentos con ingresos menores a esto, en la siguiente tabla se muestran los departamentos que formaran parte del universo.

Tabla 48: Departamentos con ingresos mayores a \$500

Departamento	Población Total	Total de hogares	Ingreso promedio
Chalatenango	204,919	56,235	\$449.63
La Libertad	803,625	224,980	\$587.63
San Salvador	1,785,829	514,889	\$656.92
Cuscatlán	266,231	69,271	\$490.52
La Paz	362,649	100,573	\$480.53
Cabañas	167,761	41,809	\$478.97
San Vicente	184,093	52,411	\$415.93
Usulután	374,629	106,389	\$488.13
San Miguel	500,062	138,951	\$527.06

Morazán	203,677	52,788	\$425.25
La Unión	268,557	72,307	\$447.31
TOTAL	3,336,203	1,831,313	

Fuente: Elaboración propia, según datos de la Encuesta de hogares múltiples 2017

Se observa que los departamentos de La Libertad, San Salvador y San Miguel pueden formar parte de la muestra según el criterio de nivel de ingresos, sin embargo, se considera poco factible que personas de San Miguel viajen hasta Ahuachapán, debido que un gasto de combustible implica entre \$20 y \$30, si se suman a los \$500.00 de gasto, San Miguel se excluye del universo de estudio.

Entonces los departamentos que formarán parte del universo de estudio son:

- San Salvador
- La Libertad

Tabla 49: Población de departamentos fuera de la Zona Occidental

Departamento	Población total	Total de hogares
San Salvador	1,785,829	514,889
La Libertad	803,625	224,980
Total	2,589,454	739,869

Fuente: Encuesta de hogares múltiples 2017

Ahora es importante excluir todos aquellos hogares en pobreza extrema y pobreza relativa, por lo tanto, solo se contará el porcentaje de los hogares con no pobreza, presentado en la tabla siguiente por departamento.

Tabla 50: Porcentajes de pobreza de San Salvador y La Libertad

Departamento	Pobreza extrema	Pobreza relativa	No pobreza
La Libertad	5.72%	20.54%	73.74%
San Salvador	3.68%	18.19%	78.14%

Fuente: Encuesta de hogares múltiples 2017

Teniendo el porcentaje de no pobreza, se multiplica por el total de hogares y resulta el total de hogares no pobres, luego se multiplica por el promedio de personas por departamento y se obtiene el total de población no pobre para los dos departamentos de interés, presentado en la siguiente tabla:

Tabla 51: Total de personas no pobres San Salvador y La Libertad

Departamento	Total de hogares	No pobreza	Total de hogares no pobres	Personas promedio por hogar	Total de población no pobre
La Libertad	224,980	73.74%	165,900	3.57	592,263
San Salvador	514,889	78.14%	402,334	3.47	1,396,099
TOTAL			659,626		1,988,362

Fuente: Elaboración propia

Entonces el universo de estudio de la población fuera del país es de 1, 988,362 personas.

Ahora considerando los dos universos en total se tiene:

Tabla 52: Total de población para el universo de estudio

Departamento	Total de hogares	% de hogares no pobres pobreza	Total de hogares no pobres	Personas promedio por hogar	Total de población no pobre
Ahuachapán	95,266	57.46%	54,740	3.82	209,106
Santa Ana	170,786	69.34%	118,423	3.45	408,559
Sonsonate	134,658	67.87%	91,392	3.76	343,635
La Libertad	224,980	73.74%	165,900	3.57	592,263
San Salvador	514,889	78.14%	402,334	3.47	1396,099
TOTAL			832,789		2,949,663

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, el universo de estudio será la población no pobre perteneciente a los departamentos de Ahuachapán, Sonsonate, Santa Ana, La Libertad y San Salvador que en total suman **2, 949,663**

Segmento 2: Turista Extranjero

Para analizar al turista, se partirá investigando un perfil preliminar con información secundaria según el boletín de estadísticas de turismo del CORSATUR 2017, que indica que: las llegadas de visitantes de otros países han ido incrementando desde año 2009 en el cual se tuvieron 1,481,748 visitantes extranjeros y para el año 2017 se tuvieron 2,246,618 visitantes extranjeros, esto, representa un crecimiento de casi el 52% desde ese año, con un incremento anual promedio de 5.4%. Esto representa un gran potencial.

La cuota de mercado o los países de donde provienen los visitantes extranjeros se resumen a continuación:

Tabla 53: Llegada de turistas por región de residencia

Región de Residencia	Número de turistas	Cuota de mercado
Centroamérica	898,652	57.8%
Norteamérica	548,541	35.3%
Suramérica	50,901	3.3%
Europa	39,652	2.5%
Asia	11,040	0.7%
Otros	7,283	0.5%
Total	1,556,069	100%

Fuente: CORSATUR, Datos vía aérea de Migración

De la tabla anterior, se observa que los visitantes provienen en su mayoría de las regiones de Centroamérica y Norteamérica representado un 93.1%.

Con respecto al gasto turístico, las estadísticas indican que, si han incrementado los visitantes, también ha incrementado el gasto, en el año 2017 el gasto total registrado fue de \$1,183.43 millones, el 6.9% más que el 2016.

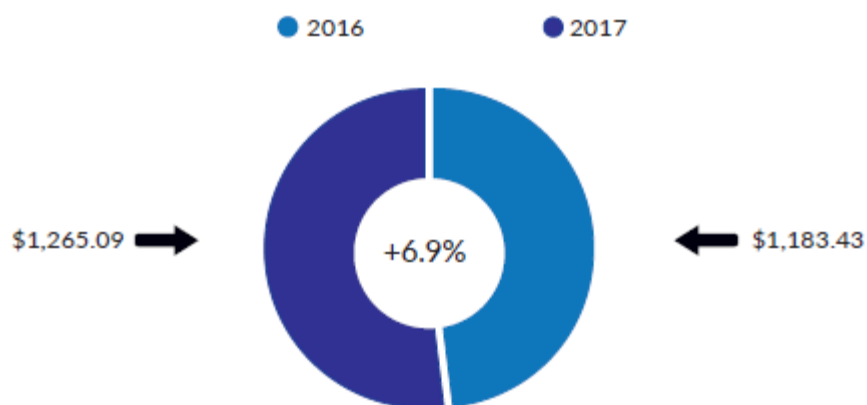


Ilustración 81: Gasto turístico internacional 2016 vs 2017

Fuente: Encuesta del Perfil y Gasto del Visitante Internacional CORSATUR

También según resultados de la “Encuesta del Perfil y Gasto del Visitante Internacional”, la estadía promedio resultó en 6.2 noches y el gasto promedio diario más alto durante 2017, fue el reportado por los turistas de Estados Unidos (US\$145.9), resto del mundo (US\$145.6) y México (US\$131.2). Al analizar el gasto por nacionalidad del turista, el más alto es el de los salvadoreños residentes en el exterior (US\$136.7), de igual forma la estadía media (12.4 noches).

Entonces respecto al gasto turístico del excursionista (turista nacional que viaja por un día), **el gasto promedio diario del turista internacional es cinco veces mayor**. Esto indica que existe un gran potencial para generar ingresos con los turistas extranjeros.

El universo de estudio será entonces: **Turistas extranjeros provenientes de Centroamérica y Norteamérica** con la disposición de realizar turismo en El Salvador.

5.6.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Una vez definido el universo de estudio, se procede a seleccionar la muestra que representa a la población que ayudara a establecer la demanda actual y potencial que la microrregión posee.

Después de haber establecido las poblaciones meta a estudiar y sus características, se debe proceder a determinar el tamaño de la muestra para la investigación, ya que existe una gran dificultad de estudiar a todos y cada uno de los elementos del universo de estudio. El tamaño de la muestra se determina por medio de modelos matemáticos con variables estadísticas, como: tamaño de la población, nivel de confianza, porcentaje de error, etc. También el tamaño de la muestra se puede elegir según el tipo de universo de estudio y limitaciones que se tengan respecto al universo, por lo que se define de forma cualitativa.

Segmento 1: Turista Nacional

Dado que la población meta es muy grande se debe elegir por una técnica de cálculo de la muestra con bases probabilístico, considerando que, las técnicas de muestreo probabilístico varían en términos de la eficiencia del muestreo, o sea que refleja compensaciones entre los costos y la precisión del muestreo. La precisión (que se refiere al nivel de incertidumbre sobre las características que se medirán) está inversamente relacionada con los errores de muestreo; pero positivamente relacionada con el costo. Cuanto mayor sea la precisión, más alto será el costo, y la mayoría de los estudios requieren una compensación. Se debe hacer el esfuerzo por obtener el diseño de muestreo más eficiente en función del presupuesto asignado.

La técnica de para determinar el tamaño de la muestra será por proporciones.

Esta técnica se utiliza para determinar el tamaño de la muestra si el estadístico de interés es una proporción, como, por ejemplo, saber qué porcentaje de la población quiere viajar a la microrregión Ahuachapán Norte.

Es importante aclarar que para que una población sea considerada infinita, debe ser mayor a 100,000 habitantes³², por lo que la formula a utilizar para el cálculo de la muestra es la siguiente:

Ecuación 1: Expresión para la determinación del tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Fuente: Investigación de Mercados, Naresh Malhotra.

De donde:

n: tamaño de la muestra

p: probabilidad de éxito, proporción de la población interesada

q: probabilidad de fracaso, o proporción de la población no interesada

e: error permisible en la investigación

Z: nivel de confianza

Determinación de los valores de las variables

a) Proporciones p y q

La variable p, indica la probabilidad de éxito para que un determinado evento ocurra, en este caso, que el turista esté interesado en visitar y realizar actividades turísticas en la microrregión, para esto se realizaran 10 entrevistas preliminares de las cuales se contarán los casos favorables, o sea, aquellos en los cuales las personas estén interesadas en visitar cualquier atractivo de la microrregión. Una vez se cuente con los casos favorables, se dividen entre el total de casos que son los casos posibles, que serían en este caso, el total de encuestas preliminares, en resumen:

³² Según el autor Naresh Malhotra, en su libro Investigación de Mercados.

Ecuación 2: Expresión para la determinación de la probabilidad de éxito

$$p = \frac{\text{Casos favorables}}{\text{Casos posibles}}$$

Una vez se encuentre la probabilidad de éxitos, la probabilidad de fracasos sería igual a:

Ecuación 3: Expresión para la determinación de la probabilidad de fracaso

$$q = 1 - p$$

Entonces la pregunta filtro que hará que esa encuesta sea parte de la muestra es:

¿Estaría interesado en realizar turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?

Sí

No

Por lo que según las 10 encuestas preliminares suministradas aleatoriamente a personas de la zona occidental, el resultado fue que 8 personas estarían dispuestas a realizar turismo en la microrregión Ahuachapán Norte y 2 dijeron que no, entonces:

$$p = \frac{8}{10} = 0.80$$

$$q = 1 - 0.80 = 0.2$$

b) Error muestral (e)

El error de muestreo es la desviación de la muestra seleccionada de las verdaderas características, rasgos, comportamientos, cualidades o figuras de toda la población, o sea de que las personas no tengan características representativas de la población.

El error del proceso de muestreo ocurre cuando los investigadores toman diferentes sujetos de la misma población, y aun así, los sujetos tienen diferencias individuales. La causa más frecuente de dicho error es un procedimiento de muestreo sesgado. Otra causa posible de este error es la casualidad. Se lleva a cabo el proceso de aleatorización y muestreo de probabilidad para minimizar el error del proceso de muestreo, pero igualmente es posible que todos los sujetos asignados al azar no sean representativos de la población.

Para las investigaciones descriptivas el porcentaje de error más utilizado varía desde el 5% y 8%, por lo que se elegirá uno del 7%, debido a la variabilidad de la población a investigar, que es por departamento y no por municipio.

$$e = 0.07$$

c) Nivel de confianza (Z)

El nivel de confianza, expresa la certeza de que realmente el dato que se busca esté dentro del margen de error.

El nivel de confianza que se desea obtener se esta investigación será del 95%, lo que implica un área en la curva normal de $Z = 1.96$.

Determinación del tamaño de la muestra

$p = 0.80$, personas interesadas en realizar turismo en la microrregión Ahuachapán Norte.
 $q = 0.20$, personas no interesadas en realizar turismo en la microrregión Ahuachapán Norte.
 $e = 8\%$, margen de error permitido para esta investigación.
 $Z = 1.96$, Valor correspondiente al nivel de confianza elegido de 95% en los resultados.

$$n = \frac{(1.96)^2(0.80)(0.20)}{(0.07)^2} = 125.44 \approx 126$$

Por lo que el número de encuestas a suministrar en las zonas de interés son **126**.

Plan de muestreo

El universo para esta población es de **2,949,663** personas de interés, en la siguiente tabla se presenta según muestreo aleatorio simple el plan de muestreo para esta población:

Tabla 54: Plan de muestreo para la población

Departamento	Población Total	%	% de la muestra n=126
Ahuachapán	209,106	7.09%	9
Santa Ana	408,559	13.85%	17
Sonsonate	343,635	11.65%	15
La Libertad	592,263	20.08%	25
San Salvador	1,396,099	47.33%	60
Total	2,949,663	100%	126

En tabla anterior se muestra la distribución muestral por proporciones de las personas a investigar por cada departamento, esto según las proporciones el 7.09% de las personas a investigar, son de Ahuachapán, el 13.85% de Santa Ana, el 11.65% de Sonsonate, el 20.08% de La Libertad y de San Salvador son 47.33%.

Para elegir las personas sujetas a la muestra, se utilizara el muestreo aleatorio simple, quiere decir que la elección de la persona a investigar, será de manera aleatoria.

Segmento 2: Turista Extranjero

Anteriormente se dijo que el universo de estudio serán turistas extranjeros con el deseo de realizar actividades turísticas en El Salvador, pertenecientes a las regiones de Centroamérica y Norteamérica.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que, cuando se realiza una investigación de mercados en países extranjeros, puede ser difícil hacer una estimación estadística del tamaño de la muestra, porque quizá no se disponga de las estimaciones de la varianza de la población. A menudo el tamaño de la muestra se determina a partir de consideraciones cualitativas³³, tales como:

- La importancia de la decisión,
- La naturaleza de la investigación,
- El número de variables,
- La naturaleza del análisis,
- Tamaños de muestra usados en estudios similares,
- Tasas de incidencia.
- Tasas de terminación.
- Restricción de recursos

Si se intenta realizar la estimación estadística del tamaño de la muestra, debe tomarse en cuenta que las estimaciones de la varianza de la población varían de un país a otro. Por lo que para elegir el tamaño de la muestra se considerará lo siguiente:

1. **La restricción de recursos:** debido a que viajar a otros países implica una gran cantidad de recursos, se utilizarán métodos de recolección de datos como la encuesta online, además que no se realizara a cantidades grandes de personas.
2. **La importancia en la decisión:** La prioridad de análisis es el turista nacional, ya que a pesar de ser este un gran potencial, el primero es el que tiene prioridad porque las probabilidades de que realice turismo son mayores.

Por lo mencionado anteriormente, se determina (de forma cualitativa) que se realizará un sondeo a **20 personas que pertenezcan a la región centroamericana o norteamericana.**

5.7. METODOS DE RECOLECCION DE DATOS

Segmento 1: Turista Nacional

Para el turista nacional, los métodos de recolección para la obtención de información primaria serán:

³³ Según el libro "Investigación de Mercados" de Naresh Malhotra, en el capítulo "Muestreo: determinación final e inicial de la muestra" para la investigación de mercados internacionales.

TECNICA	HACIA QUIEN VA DIRIGIDO
<ul style="list-style-type: none"> ● Encuestas suministradas. 	<p>La encuesta suministrada, será directamente con los consumidores, es decir con la población en general que realice turismo, en donde se podrá recolectar información necesaria para la proyección de venta, así como determinar las preferencias de turismo en general, también servirá para conocer el posicionamiento o la competitividad de la microrregión respecto a los que ya hayan visitado la microrregión. Esta se realiza de forma presencial, es decir, el investigador procede a darle la encuesta a la persona y de esta manera se evitan errores sobre el llenado además de esclarecer cualquier duda que surja en el momento que la persona este llenándola.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Encuestas online. 	<p>La encuesta online, será suministrada a través de un link, las facilidades de esta es que permite llegar de manera fácil y cómoda a los encuestados, permitiéndole mantener el anonimato y dar el tiempo necesario para contestarla.</p>

Diseño del instrumento de recolección de datos

Con el fin de asegurar una buena investigación y que el instrumento de recolección sea el idóneo para los datos que se necesitan en la investigación se plantean los siguientes ejes de investigación, que son como los objetivos generales de lo que se quiere lograr con la obtención de datos.

◆ Perfil del consumidor

Son preguntas que ayudan a conocer las características de los consumidores, por ejemplo: obtener el rango de edad de los turistas, conocer con quienes viaja, el número de personas con las que viaja, en que periodos prefieren realizar turismo, qué medios de transporte utilizan cuando hacen turismo, entre otras interrogantes que ayudan a plantear el perfil general del turista.

◆ Demanda

Son preguntas orientadas para conocer todo lo relativo que ayudara a establecer la demanda para la microrregión, si está interesado en visitarla, que atractivos son de interés para los turistas según los recursos con los que cuenta la microrregión, también los municipios de la microrregión a los que preferiría viajar, entre otras variables.

◆ Competitividad turística

Están preguntas servirán para determinar algunos aspectos de cómo percibe la competitividad del turismo de la microrregión, con respecto al turismo nacional, además de identificar medios de distribución de la oferta turística, entre otros.

Para diseñar el instrumento de recolección o cuestionario se siguieron los siguientes pasos:

1. Diseñar las preguntas necesarias para conocer el perfil del consumidor como la edad, cantidad de personas del grupo familiar, preferencias al viajar, etc.

2. Diseñar las preguntas que ayudaran a establecer la demanda, como conocer la proporción de personas que realizan turismo interno, la frecuencia con que lo realizan, el gasto que realizan, si estarían dispuestos a visitar la microrregión, entre otras.
3. Diseñar las preguntas que ayuden a determinar la competitividad turística de los atractivos de la microrregión, además de conocer la percepción que tienen las personas sobre la microrregión siempre y cuando la hayan visitado con anterioridad.
4. Ordenar las preguntas de manera lógica, no necesariamente por el objetivo general que se persigue.

Tabla 55. Para diseño del cuestionario del mercado consumidor.

EJE	OBJETIVO ESPECIFICO	INDICADOR	RESULTADOS ESPERADOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	N ^a
Perfil del consumidor	Conocer las características demográficas de los clientes actuales y potenciales de los recursos turísticos de la microrregión de Ahuachapán Norte	Departamento Municipio Sexo. Edad.	Definir el perfil del consumidor a través de variables de segmentación demográficas.	Datos de Clasificación: Departamento Municipio, Sexo y Edad.	-
	Determinar el promedio de integrantes por familia.	Número de personas que integran cada familia.	Factor para cálculo de la demanda.	¿Cuántas personas forman parte de su núcleo familiar?	1
	Conocer la proporción de personas que realizan turismo en el interior del país.	Personas que realizan turismo en el interior del país.	Demanda de turismo interno.	¿Realiza turismo en el interior del país?	2
	Conocer la frecuencia con que las personas realizan turismo.	Número de veces que realizan turismo al año.	Frecuencia de realización de turismo. Factor para cálculo de la demanda.	En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia realiza turismo?	3
	Determinar el tipo de grupo de personas que el encuestado prefiere que lo acompañe para realizar turismo.	Grupo de personas (Solo, Familia, amigos, pareja, otros)	Definir el perfil del consumidor en término del grupo de personas que lo acompañan.	Cuando realiza turismo, ¿Quién prefiere que lo acompañe en estas actividades?	4
	Determinar cuál es la cantidad de personas promedio que acompañan al encuestado en paseos turísticos.	Número de personas.	Conocer el promedio de personas que conforman los grupos de turistas. Factor para cálculo de la demanda.	¿Cuántas personas en promedio, lo acompañan en actividades turísticas?	5

	Conocer el periodo en que las personas dedican a la realización de actividades turísticas.	Periodo de estadía turística.	Definir el perfil del consumidor en términos del gasto promedio diario. Conocer si la planta turística existente satisface el periodo de estadía.	¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?	6
	Conocer el gasto promedio diario que las personas invierten a la hora de realizar turismo en el país.	Cantidad promedio de dinero que las personas gastan en turismo.	Definir el perfil del consumidor en términos del gasto promedio diario.	¿Cuál es el gasto promedio diario que invierte en realizar actividades turísticas?	7
Competitividad turística	Identificar las principales épocas del año donde las personas prefieren realizar turismo.	Época del año preferida para hacer turismo.	Conocer las épocas del año donde se prefiere realizar turismo.	¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?	8
	Identificar los tipos de turismo preferido por las personas de los municipios a encuestar.	Tipos de turismo preferidos.	Comparación de los tipos de turismo preferidos con los que ofrece la microrregión de Ahuachapán Norte.	¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?	9
	Conocer la forma en que las personas se desplazan para realizar turismo (Por operadores turístico, de forma independiente, por excursiones).	Formas de realizar turismo.	Identificar medios de distribución.	¿De qué forma realiza turismo?	10
	Conocer el periodo de tiempo que ha transcurrido desde la última visita a un destino turístico del país.	Periodo de tiempo transcurrido.	Tener una noción de con qué frecuencia visita un destino turístico.	¿Cuándo fue la última vez que visitó un destino turístico de El Salvador?	11
	Determinar el tipo de destino turístico preferido por las personas encuestadas.	Destino turístico.	Preferencias de destinos turísticos. Conocer los tipos de destinos turísticos preferidos.	¿Cuál fue el último destino turístico que visitó?	12

	Identificar los principales medios de transporte utilizados al momento de desplazarse a un destino turístico.	Medios de transporte utilizados.	Conocer los medios de transporte más utilizados para realizar turismo.	¿Qué medio de transporte utiliza para realizar actividades turísticas?	13
	Conocer los medios por los cuales las personas se informan sobre los destinos turísticos a visitar.	Medios de información.	Medios de difusión de información de mayor alcance.	¿Por qué medio se informan de los destinos turísticos a visitar?	14
	Conocer los factores por los cuales las personas eligen un destino turístico.	Factores para elegir un destino turístico.	Principales factores para elegir un destino turístico.	Al momento de elegir un destino turístico, ¿Qué factores influyen en su decisión?	15
Demanda	Determinar el porcentaje de personas ha realizado turismo en alguno de los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte	Número de personas que realizan turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.	Conocer la proporción de la población que actualmente realiza turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.	¿Ha realizado turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?	16
	Identificar los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte más visitados para realizar turismo.	Municipios de la Microrregión de Ahuachapán Norte.	Municipios de la Microrregión más visitados para realizar turismo.	¿En qué municipios de la microrregión de Ahuachapán norte ha realizado turismo?	17
	Conocer las actividades turísticas realizadas en los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte.	Actividades Turísticas	Principales actividades turísticas realizadas en la microrregión de Ahuachapán Norte	¿Qué actividad turística ha realizado o que sitios turísticos ha visitado en los municipios de microrregión de Ahuachapán Norte?	18

	Conocer los motivos por los cuales las personas han visitado los municipios que conforman la microrregión.	Motivos de visita.	Principales motivos de visita a la microrregión de Ahuachapán Norte.	¿Cuál de los siguientes aspectos lo motivo a visitar los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín o El refugio?	19
	Identificar si las personas conocen los atractivos y actividades turísticas de la Microrregión de Ahuachapán Norte.	Porcentaje de personas que conocen o no los atractivos y actividades turísticas de la Microrregión de Ahuachapán Norte.	Conocer el grado de efectividad de los medios de difusión de información turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.	¿Usted tiene conocimiento sobre los atractivos y actividades turísticas que posee la microrregión de Ahuachapán Norte?	20
	Conocer los medios por los cuales las personas se han informado sobre los atractivos y actividades turísticas de la Microrregión de Ahuachapán Norte.	Medios de información.	Identificar los medios por los cuales actualmente las personas se ha informado sobre el turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.	¿Por cuál medio ha tenido conocimiento sobre los atractivos y actividades turísticas de la microrregión de Ahuachapán Norte?	21
	Identificar las preferencias en cuanto a las actividades turísticas a realizar en la microrregión.	Actividades turísticas.	Preferencias de actividades turísticas.	Considerando que la microrregión de Ahuachapán norte ofrece las siguientes actividades turísticas en sus municipios, ¿cuáles serían de su preferencia?	22
Perfil del consumidor	Determinar cuál es el principal motivo por el cual las personas no realizan turismo en el interior del país.	Motivos principales para no realizar turismo en el interior del país.	Conocer porque las personas no realizan turismo en el país.	¿Por qué no realiza turismo en el interior del país?	23
	Determinar cuál es el principal motivo por el cual las personas no realizan turismo en alguno de los municipios que conforman la microrregión de Ahuachapán Norte.	Motivos principales para no realizar turismo en alguno de los municipios que conforman la microrregión de Ahuachapán Norte.	Conocer los motivos por los cuales las personas no realizan turismo en los municipios que conforman la microrregión de Ahuachapán Norte.	¿Por qué no ha realizado turismo en los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio?	24

Demanda	Conocer el interés para realizar turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.	Porcentaje de personas que están dispuestas a realizar turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.	Disposición para realizar turismo en microrregión de Ahuachapán Norte en el futuro.	¿Estaría interesado en realizar turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?	25
	Conocer qué tipo de actividades turísticas estaría interesado en realizar si visitara la microrregión Ahuachapán Norte.	Actividades de interés para los turistas potenciales de la microrregión.	Principales actividades de preferencia de los turistas en la microrregión.	¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar o qué tipo de atractivo turístico le gustaría visitar en la microrregión de Ahuachapán Norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?	26

El instrumento de recolección de datos resultante se encuentra en anexo 9.

Segmento 2: Turista Extranjero

Para el turista extranjero, el método de recolección de información será: **La encuesta.**

Para construir el instrumento de recolección de información que es el cuestionario, se necesitan conocer los siguientes ejes:

1. **Perfil del consumidor:** para determinar características demográficas de los consumidores.
2. **Demanda:** Si el turista extranjero está interesado en realizar turismo en la microrregión.

Tomando como base los ejes anteriores, se procede a realizar el diseño del cuestionario con los pasos siguientes:

- **Primero**, determinar información necesaria para establecer un perfil del consumidor por medio, planteando objetivos e indicadores de la información más relevante.
- En **segundo** lugar, determinar el tipo de cuestionario que se va a diseñar. En este caso se realizará un cuestionario estructurado con preguntas cerradas.
- Como **tercer** paso se determinan el contenido de cada pregunta, para este paso se identificó la información que necesitamos recolectar, con el fin de tener las preguntas necesarias.
- Como cuarto y último paso se realizó el ordenamiento de las preguntas.

EJE	OBJETIVO	INDICADOR	RESULTADOS ESPERADOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	N°
Perfil del consumidor	Conocer las características demográficas de los turistas extranjeros potenciales para la microrregión.	País de residencia. Sexo. Edad.	Definir el perfil del consumidor a través de variables de segmentación demográficas.	Datos de Clasificación: país, sexo y edad.	-
	Conocer la proporción de personas extranjeras que realizan turismo en El Salvador.	Personas extranjeras que realizan turismo en el interior del país.	Demanda de turismo extranjero.	¿Ha realizado o realiza turismo en El Salvador?	1
	Conocer la frecuencia con que las personas realizan turismo.	Número de veces que realizan turismo al año.	Frecuencia de realización de turismo. Factor para el cálculo de la demanda.	En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia realiza turismo?	2
	Conocer el periodo en que los turistas extranjeros se dedican a la realización de	Periodo de estadía turística.	Definir el perfil del consumidor en términos del gasto promedio diario.	¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?	3

	actividades turísticas.		Conocer si la planta turística existente satisface el periodo de estadía.		
	Conocer el gasto promedio diario que el turista extranjero invierte al realizar turismo en el país.	Cantidad promedio de dinero que la persona gasta en turismo.	Definir el perfil del consumidor en términos del gasto promedio diario.	¿Cuál es el gasto promedio diario que invierte en realizar actividades turísticas?	4
	Identificar las principales épocas del año donde las personas extranjeras prefieren realizar turismo.	Época del año preferida para hacer turismo.	Conocer las épocas del año donde se prefiere realizar turismo.	¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?	5
	Identificar los tipos de turismo preferido por el extranjero.	Tipos de turismo preferidos.	Comparación de los tipos de turismo preferidos con los que ofrece la microrregión de Ahuachapán Norte.	¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?	6
	Identificar los principales medios de transporte para desplazarse a un destino turístico.	Medios de transporte utilizados.	Conocer los medios de transporte más utilizados para realizar turismo por el turista extranjero.	¿Qué medio de transporte utiliza para realizar actividades turísticas?	7
DEMANDA	Determinar el porcentaje de personas extranjeras que ha realizado turismo en alguno de los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte.	Número de personas que ha realizado turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.	Conocer la proporción de la población que actualmente realiza turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.	¿Ha realizado turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?	8
	Conocer el interés para realizar turismo en la microrregión de	Porcentaje de extranjeros dispuestos a realizar	Disposición para realizar turismo en microrregión de Ahuachapán Norte en el futuro.	¿Estaría interesado en realizar turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte	9

	Ahuachapán Norte.	turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.		(Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?	
	Conocer las actividades turísticas de interés para el turista extranjero.	Actividades de preferencia para el turista extranjero.	Principales actividades turísticas de interés para el turista extranjero en la microrregión de Ahuachapán Norte	¿Qué actividad turística o que sitios turísticos le gustaría visitar en los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte?	10

El instrumento de recolección de datos resultante se encuentra en anexo 10.

TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

A continuación, se presenta el análisis de la información recolectada en la investigación del mercado consumidor:

SEGMENTO 1: TURISTA NACIONAL

Variables de Segmentación.

- **Objetivo:** Conocer las características demográficas de los clientes actuales y potenciales de los recursos turísticos de la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Variables:** Departamento de residencia, Sexo, Edad.
- **Personas por responder:** Todos los encuestados.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

a. Departamento de Residencia

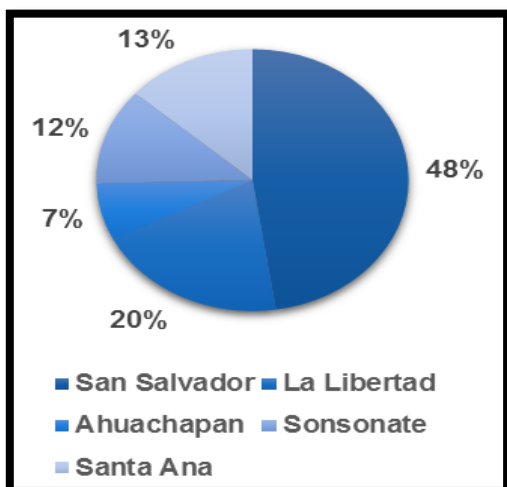


Gráfico 14: Departamento de residencia

Análisis general: En el gráfico se muestra la cantidad de personas encuestadas por cada departamento, que fueron según lo que arrojó la distribución muestral, en donde la mayor cantidad de personas entrevistadas fue San Salvador con un 48%, seguidamente La Libertad con un 20%, Santa Ana con un 13%, Sonsonate con un 12% y Ahuachapán con un 7%, los porcentajes se encontraron debido a la población total de cada departamento.

b. Sexo de los encuestados

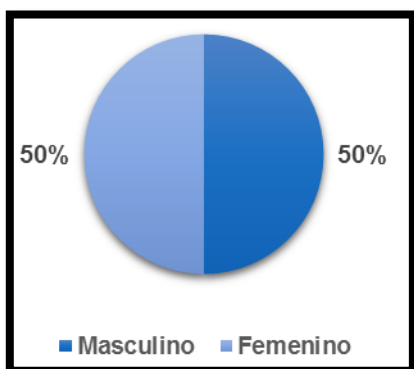


Gráfico 15: Sexo de las personas encuestadas

Análisis general: Las personas fueron elegidas de manera aleatoria para responder la encuesta, dado que la variable de segmentación más importante es el departamento de residencia, existe una representatividad igual de hombres y mujeres en el total de encuestados. Esto ayuda a obtener opiniones de hombre y mujeres.

c. Edad de los encuestados

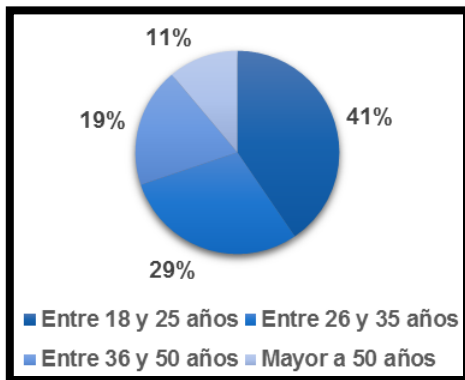


Gráfico 16: Edad de los encuestados

Análisis general: Del gráfico se puede observar que la mayor cantidad de personas encuestadas tienen entre 18 y 25 años, representado un 41%, el 29% de los encuestados tienen entre 26 y 35 años, el 19% tiene entre 36 y 50 años y el 11% más de 50 años. Por lo que la muestra es representativa por personas jóvenes, respecto a adultos.

● Pregunta 1

¿Cuántas personas forman parte de su núcleo familiar?

- **Objetivo:** Determinar el promedio de integrantes por familia.
- **Variables:** Número de personas que integran cada familia.
- **Personas por responder:** Todos los encuestados.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

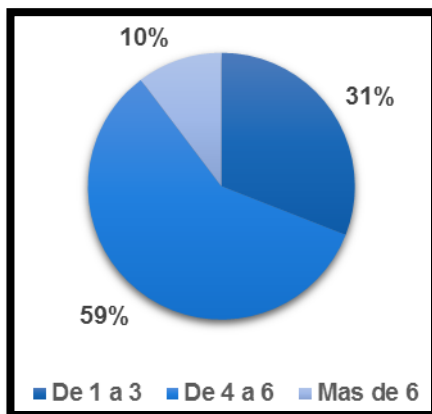


Gráfico 17: Cantidad de personas dentro del núcleo familiar

Análisis general: De las personas encuestadas el 59% asegura que su núcleo familiar está formado por 4 a 6 personas, el 31% dijo que su núcleo familiar está formado de 1 a 3 personas y el 10% por más de 6 personas.

Por lo que la mayoría de los encuestados tiene una familia numerosa.

● Pregunta 2

¿Realiza turismo en el interior del país?

- **Objetivo:** Conocer la frecuencia con que las personas realizan turismo.
- **Variables:** Personas que realizan turismo en el interior del país.
- **Personas por responder:** Todos los encuestados.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

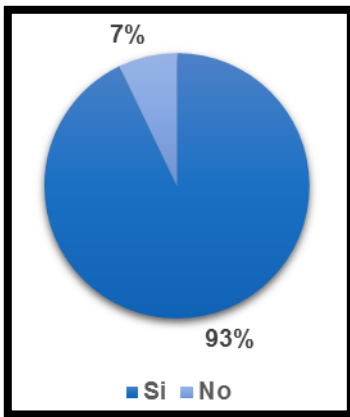


Gráfico 18: Personas que realizan turismo interno

Análisis general: De los 126 encuestados el 93% respondió que si realiza turismo en el interior del país, y un 7% respondió que no, por lo que se observa que no todas las personas realizan turismo al interior del país, más adelante se preguntan los motivos por los cuales no realizan turismo, sin embargo es muy representativa la población que si realiza algún tipo de turismo.

● Pregunta 3

¿Con qué frecuencia realiza turismo al año?

- **Objetivo:** Conocer la frecuencia con que las personas realizan turismo.
- **Variables:** Número de veces que realizan turismo al año.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

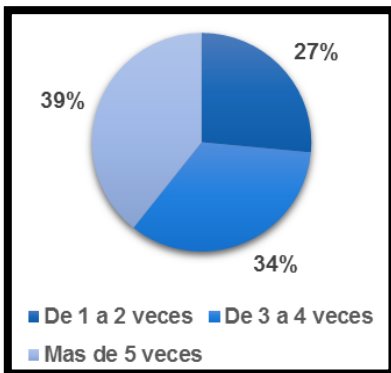


Gráfico 19: Frecuencia para realizar turismo durante el año

Análisis general: Según las personas que contestaron que si realizan turismo, que en total fueron 117, o sea el 93% de la muestra, el 39% de esas menciona realizar turismo más 5 veces al año, seguidamente por el 34% que dijo que viajaba entre 3 y 4 veces al año y el 27% viaja de 1 a 2 veces.

Lo que significa que la mayoría de personas realiza al menos una vez al año una actividad turística, siendo más representativo aquellas personas que realizan más de 3 veces al año, por lo que existe un gran potencial en al menos una vez el turista decida visitar la microrregión.

● Pregunta 4

¿Con quién prefiere realizar actividades turísticas?

- **Objetivo:** Determinar el tipo de grupo de personas que el encuestado prefiere que lo acompañe para realizar turismo.
- **Variables:** Grupo de personas que el encuestado prefiere que lo acompañen.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

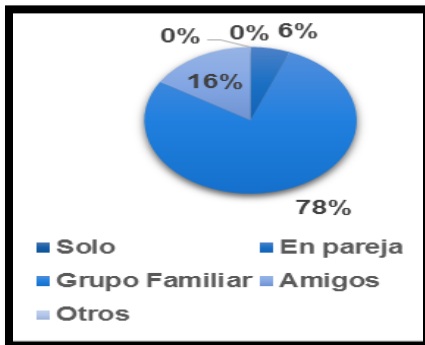


Gráfico 20: Preferencias para realizar turismo acompañado

Análisis general: De las 117 personas que, si realizan turismo, el 78% prefiere realizar actividades turísticas con sus familiares, seguido un 16% con un grupo de amigos y el 6% respondió que prefiere salir con su pareja a realizar turismo.

Por lo que los lugares turísticos y atractivos deben contar con actividades para toda la familia, para complacer a este segmento ya que muy representativo.

● Pregunta 5

¿Cuántas personas en promedio, lo acompañan en actividades turísticas?

- **Objetivo:** Determinar cuál es la cantidad de personas promedio que acompañan al encuestado en paseos turísticos.
- **Variables:** Número de personas que acompañan al encuestado.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

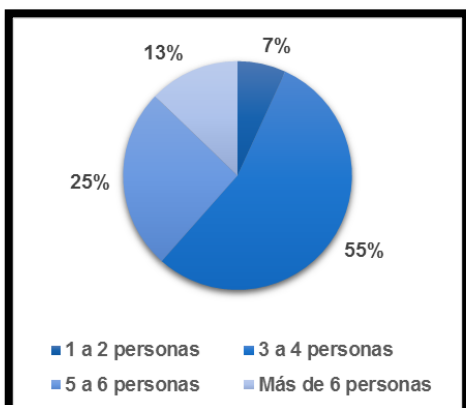


Gráfico 21: Cantidad de personas que lo acompañan en los viajes

Análisis general: Del gráfico se observa que el 55% de las personas que realizan turismo viaja con 3 a 4 personas, le siguen las que viajan con 5 a 6 con un 25%, luego las que viajan con más de 6 personas que representan un 13% y por último los que viajan con 1 o 2 personas representando un 7% de los 117 que contestaron que si realizan turismo.

● Pregunta 6

¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?

- **Objetivo:** Conocer el periodo en que las personas dedican a la realización de actividades turísticas.
- **Variables:** Periodo de estadía turística.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.

- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

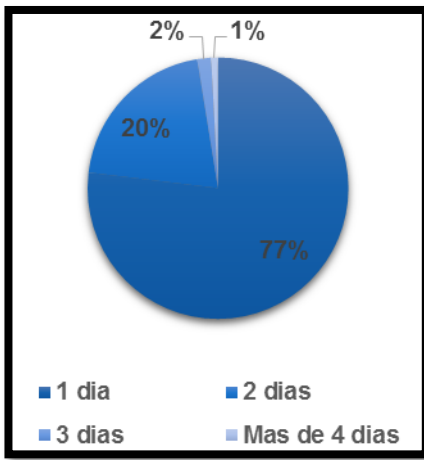


Gráfico 22: Duración de un viaje turístico

Análisis general: Según las respuestas de los encuestados que si realizan turismo el 77% menciono que la duración de un viaje turístico es de 1 día, seguido por el 20% que menciono que viaja durante 2 días en promedio y 3 y más de 4 días para el 2% y 1% respectivamente.

De esto se puede concluir que el 33% de la muestra se queda hospedado en el lugar que visita, ya que su estadía es mayor a un día.

● Pregunta 7

¿Cuál es el gasto promedio diario que invierte en realizar actividades turísticas?

- **Objetivo:** Conocer el gasto promedio diario que las personas invierten a la hora de realizar turismo en el país.
- **Variables:** Cantidad promedio de dinero que las personas gastan en turismo.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

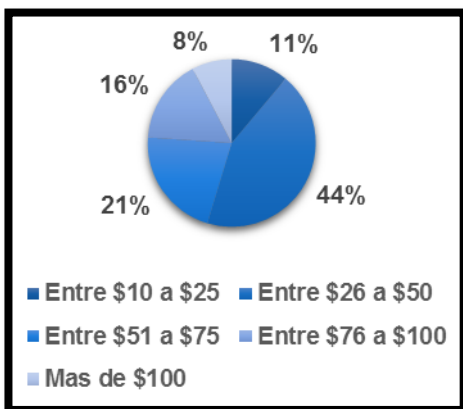


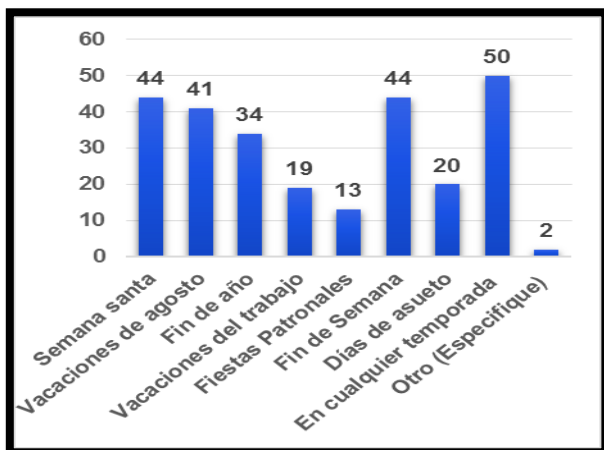
Gráfico 23: Gasto promedio en un viaje turístico

Análisis general: El gasto turístico realizado por las personas encuestadas varia en su mayoría entre los \$26 y \$50, representando un 44%, le siguen aquellos que gastan entre \$51 y \$75, con un 21%, el 16% respondió que gastan entre \$76 y \$100, un 11% menos de \$25 y un 8% más de \$100, lo que quiere decir que las personas en su mayoría desean gastar menos de \$50 en su viajes, sin embargo es cerca de la mitad los que gastan más de \$50.

● Pregunta 8

¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?

- **Objetivo:** Identificar las principales épocas del año donde las personas prefieren realizar turismo.
- **Variables:** Época del año preferida para hacer turismo.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Opción Múltiple, puede marcar múltiples opciones.



Interpretación general: del gráfico se observa que las personas que realizan turismo, lo hacen más de una vez según datos anteriores por lo que son distintas épocas del año en las que prefieren viajar, pero se puede ver que las personas prefieren viajar en su mayoría en cualquier temporada del año, siendo 50 personas de las 117. También con la misma frecuencia las personas mencionan que prefieren los fines de semana y la semana santa para realizar turismo, las vacaciones de agosto siguen como las más solicitadas con 41 respuestas y en fin de año mencionaron la

Gráfico 24: Temporada del año que prefiere realizar turismo

preferencia 34 personas, siendo las temporadas menos preferidas las fiestas patronales y las vacaciones de trabajo, también 2 personas mencionan otra temporada que es la de interciclo, principalmente en los universitarios.

Análisis general: las personas esperan que los lugares turísticos que visitan estén disponibles en cualquier temporada, ya que existen lugares que solo abren en temporadas de alta demanda como son las vacaciones para alguien que trabaja.

● Pregunta 9

¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

- **Objetivo:** Identificar los tipos de turismo preferido por las personas de los municipios a encuestar.
- **Variables:** Tipos de turismo
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Opción Múltiple, puede marcar múltiples opciones.

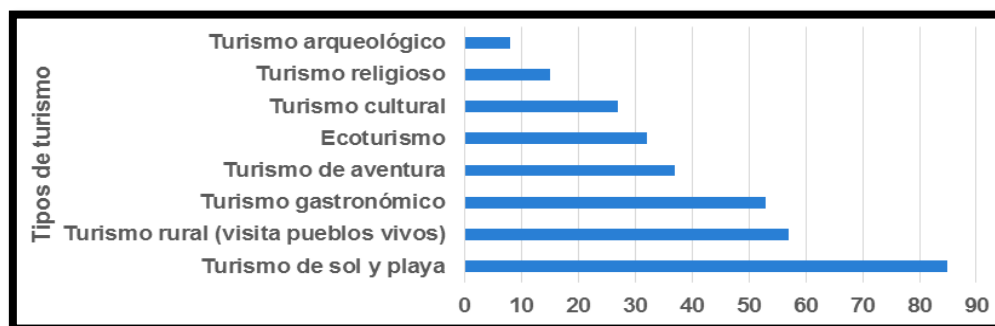


Gráfico 25. Tipos de turismo preferidos.

Interpretación: Respecto a las preferencias turísticas, de mayor a menor nivel de preferencia de los tipos de turismo está:

1. Turismos de Sol y Playa.
2. Turismo Rural.
3. Turismo Gastronómico.
4. Turismo de Aventura.
5. Ecoturismo.
6. Turismo Cultural.
7. Turismo Religioso.
8. Turismo Arqueológico.

Análisis: Para las personas encuestadas el turismo de Sol y Playa les es de mayor preferencia, seguido por el turismo rural y el turismo gastronómico. Aquí podemos destacar que dentro de la competencia de la microrregión es de gran impacto aquellos que pertenecen a la ruta de sol y playa ya que es el tipo de turismo más preferido. Sin embargo, también estos resultados son positivos, ya que entre los primeros lugares se encuentra el tipo de turismo rural, el cual cada día sigue en aumento debido a la estrategia de las ferias y circuitos de pueblos vivos, donde la microrregión ha tenido un poco de participación, y las personas están conociendo turísticamente los municipios que la conforman. También la microrregión en su oferta turística posee recursos turísticos que pueden satisfacer los gustos de las personas que prefieren el tipo de turismo gastronómico, de aventura, ecoturismo y religioso.

● **Pregunta 10:**

¿De qué forma realiza turismo?

- **Objetivo:** Conocer la forma en que las personas se desplazan para realizar turismo.
- **Variables:** Formas de realizar turismo.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Opción Múltiple, marcando múltiples opciones.

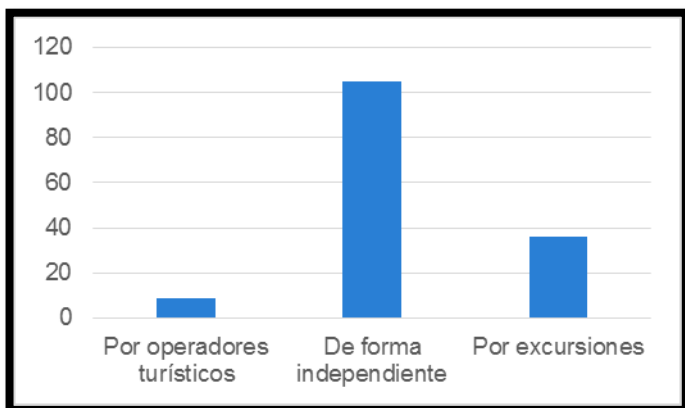


Gráfico 26. Formas de realizar turismo.

Interpretación: Las formas en que las personas realizan turismo según la encuesta realizada son de forma independiente, por excursiones o por medio de los operadores de turismo. La mayoría de las personas realizan turismo de forma independiente, seguido por las excursiones y un menor número de personas por medio de los operadores turísticos.

Análisis: La mayor parte de consumidores realizan turismo de forma independiente, es decir sin intermediarios, presentándose de manera directa al destino turístico. Es importante destacar que las personas que pertenecen al departamento de Ahuachapán y Sonsonate no suelen hacer uso de operadores turísticos, esto se puede justificar debido a que la distancia entre ellos y los municipios de la microrregión es más corta en comparación con los municipios pertenecientes al departamento de Santa Ana, La Libertad

y San Salvador. En base a ello podemos observar que, entre más distancia entre un municipio y la microrregión, existe mayor posibilidad de realizar turismo por medio de un operador de turismo.

● **Pregunta 11**

- **Objetivo:** Conocer el periodo de tiempo que ha transcurrido desde la última visita a un destino turístico del país.
- **Variables:** Periodo de tiempo.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Selección, marcando una opción.



Interpretación: El 38% de los consumidores realizaron una visita a algún destino turístico hace más de un mes, el 25% hace 2 semanas, el 20% hace una semana, el 15% hace más de 6 meses y el 3% hace más de un año.

Análisis: El 63% de los consumidores realizaron turismo en un periodo de tiempo relativamente corto de un mes, esto quiere decir que frecuentemente se realiza turismo, por lo cual la actividad turística nacional va en aumento y confirma la información estadística mostrada anteriormente.

Gráfico 27: Periodo de frecuencia de visitas turísticas.

● **Pregunta 12**

¿Cuál fue el último destino turístico que visitó?

- **Objetivo:** Determinar el tipo de destino turístico preferido por las personas encuestadas.
- **Variables:** Destino turístico.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Abierta, completar.

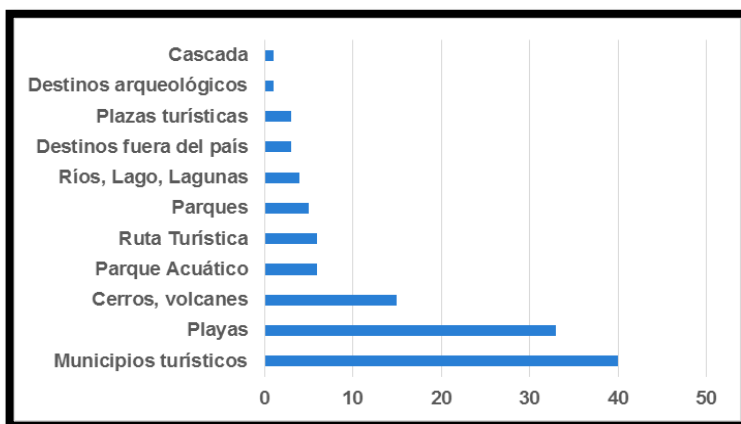


Gráfico 28: Tipos de destinos turísticos visitados.

Interpretación: Debido a la variedad de destinos turísticos mencionados por las personas encuestadas, sus respuestas se agruparon en tipos de destinos turísticos, dentro de los cuales se logra observar, que el tipo más visitado son los municipios turísticos, las playas y los cerros-volcanes, debajo de ellos se ubicaron, las rutas turísticas, los parques acuáticos, los parques, las plazas turísticas y viajes fuera del país.

Análisis: Los municipios turísticos son los más visitados entre ellos están: Ataco, Nahuizalco, Salcoatitán, Juayua, Apaneca, La Libertad, Sonsonate, Suchitoto, Ilobasco, entre otros. La mayoría de ellos se encuentran ubicados en la zona occidental del país, se encuentran posicionados turísticamente y pertenecen a rutas turísticas.

● **Pregunta 13**

¿Qué medio de transporte utiliza para realizar actividades turísticas?

- **Objetivo:** Identificar los principales medios de transporte utilizados al momento de desplazarse a un destino turístico.
- **Variables:** Medio de Transporte.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, marcando varias opciones.

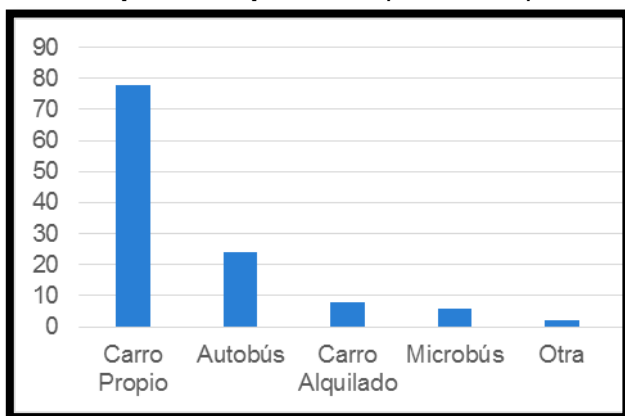


Gráfico 29. Medios de transporte utilizados para realizar turismo.

Interpretación: el mayor número de los consumidores encuestados utiliza carro propio para movilizarse y realizar turismo, seguido se encuentran los medios de transporte autobús, carro alquilado, microbús y por último con baja frecuencia los encuestados utilizan otro tipo de medio de transporte como mototaxi, motocicletas, etc.

Análisis: se observa una clara preferencia de las personas de visitar lugares turísticos utilizando sus vehículos, por lo tanto, un factor clave en la zona es que dicho lugar cuente con accesos en

buen estado y buena señalización.

● **Pregunta 14**

¿Por qué medio se informa de los destinos turísticos a visitar?

- **Objetivo:** Conocer los medios por los cuales las personas se informan sobre los destinos turísticos a visitar.
- **Variables:** Medio de información.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, marcando varias opciones.

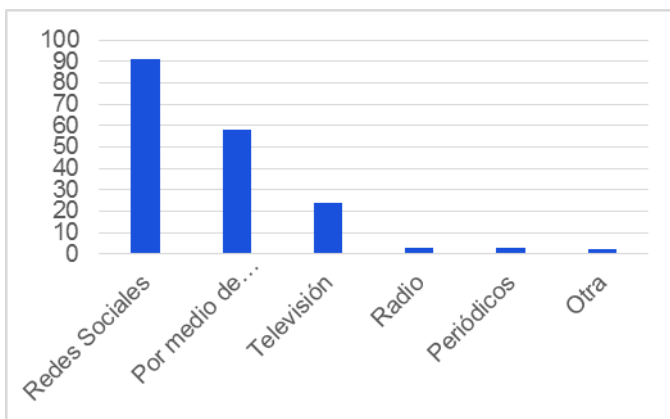


Gráfico 30. Medios de información turística.

Interpretación: Observando los resultados nos damos cuenta que los principales medios de información turística son las redes sociales y los comentarios de otras personas, por debajo de ellos se encuentra la televisión, radio, periódicos y medios de otros tipos.

Análisis: Los resultados demuestran el impacto que están teniendo las redes sociales como medio de información, por lo cual es de importancia como medio de difusión de información para el

turismo de la microrregión, así como satisfacer las expectativas de los consumidores para que la información que distribuyen las personas sobre las experiencias vividas en actividades o visitas turísticas a la microrregión sean positivas.

● **Pregunta 15:**

Al momento de elegir un destino turístico, ¿Qué factores influyen en su decisión?

- **Objetivo:** Conocer los factores por los cuales las personas eligen un destino turístico.
- **Variables:** Factores para elegir un destino turístico.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, marcando varias opciones.

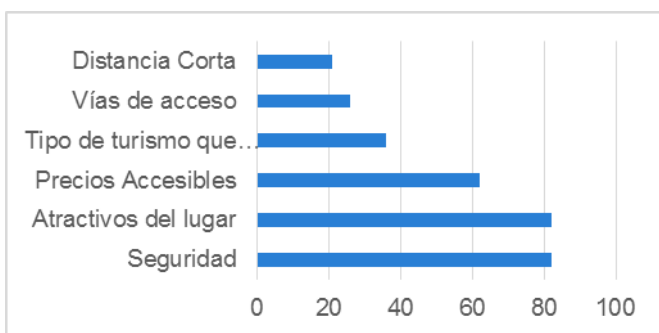


Gráfico 31. Factores para elegir un destino turístico.

Interpretación: Observando los resultados nos damos cuenta que los principales factores que determinan que destino turístico elegir son la seguridad y los atractivos del lugar, los cuales presentan igual frecuencia, por debajo de ellos se encuentra los precios accesibles, el tipo de turismo, las vías de acceso y la distancia.

Análisis: Los resultados muestran que para el consumidor la seguridad del destino va de la mano de los atractivos que ofrece el lugar, lo cual son las principales cosas a tomar en cuenta para captar nuevos consumidores y aumentar la demanda.

● **Pregunta 16**

¿Ha realizado turismo en algún municipio de la microrregión Ahuachapán norte?

- **Objetivo:** Determinar el porcentaje de personas ha realizado turismo en alguno de los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte
- **Variable:** Afirmación o negación.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, marcando una sola opción.

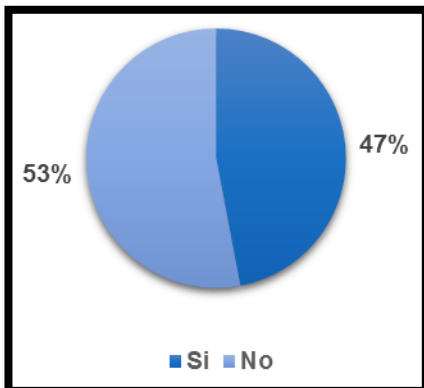


Gráfico 32. Realiza turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.

● **Pregunta 17**

¿En qué municipios de la microrregión de Ahuachapán norte ha realizado turismo?

- **Objetivo:** Identificar los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte más visitados para realizar turismo.
- **Variable:** Municipios de la microrregión.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, marcando varias opciones.

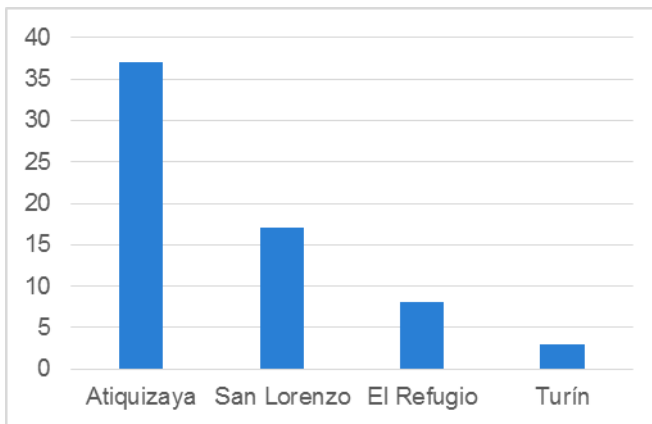


Gráfico 33: Municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte más visitados.

● **Pregunta 18**

¿Qué actividad turística ha realizado o que sitios turísticos a visitado en los municipios de microrregión de Ahuachapán Norte?

- **Objetivo:** Conocer las actividades turísticas realizadas en los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Variables:** Actividades Turísticas.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, marcando varias opciones.

Interpretación: De las personas que, si realizan turismo en el país, el 53% no realizan turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte y el 47% si realizan turismo en la microrregión.

Análisis: Los resultados muestran es mayor el número de personas que aún no han visitado ninguno de los municipios que conforman la microrregión de Ahuachapán Norte, el cual sería un mercado potencial que se puede captar.

Interpretación: De las personas que, si realizan turismo en la microrregión, contestaron que los dos municipios más visitados son Atiquizaya y San Lorenzo, con menor frecuencia El Refugio y Turín.

Análisis: Tal como lo muestra el grafico existe una baja visita a los municipios de El Refugio y Turín respecto Atiquizaya y San Lorenzo, lo cual se justifica ya que son mayores los esfuerzos realizados en estos últimos municipios para aumentar su demanda turística.

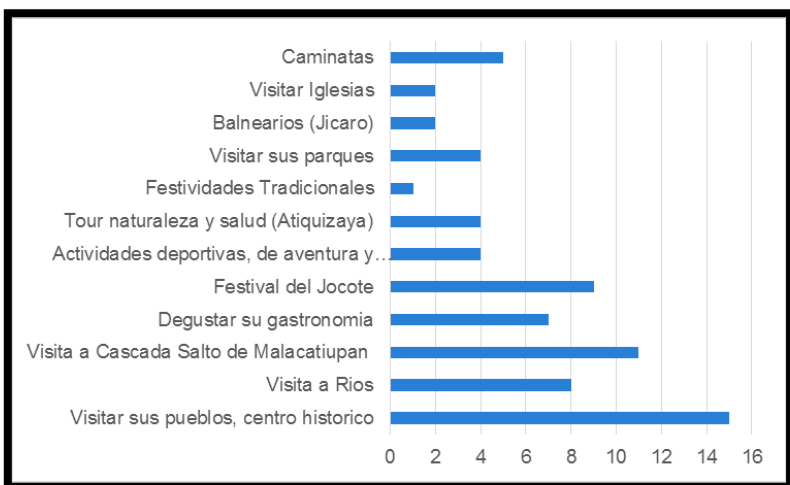


Gráfico 34: Actividades turísticas que realizaron o sitios turísticos que se visitaron

Interpretación general: como se observa en la tabla específica y en el gráfico, de los encuestados que indicaron que ha visitado y realizado actividades turísticas en los municipios de la microrregión, la actividad y el lugar que los turistas nacionales han visitado en los municipios es el centro histórico de dichos municipios obteniendo una frecuencia de 15, seguido del Salto de Malacatiupan con 11, el festival del jocote Barón Rojo con 9, visitar los ríos con 8, degustar

gastronomía con 7, caminatas con 5, actividades deportivas, de aventura y extremas, Tour naturaleza y salud (Atiquizaya), Visitar sus parques con 4 respectivamente, Balnearios (Jícaro), Visitar Iglesias con 2 respectivamente y Festividades Tradicionales con 1. Con lo anterior se puede notar la preferencia de los turistas nacionales por los lugares naturales que posee la microrregión y la gastronomía que este ofrece, y principalmente les interesa conocer el centro histórico de dichos municipios.

● **Pregunta 19**

¿Cuál de los siguientes aspectos lo motivo a visitar los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín o El refugio?

- **Objetivo:** Conocer los motivos por los cuales las personas han visitado los municipios que conforman la microrregión.
- **Variables:** Motivos de visita.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, marcando varias opciones.



Gráfico 35: Razón que lo motivo a visitar los municipios de la microrregión.

Análisis general: como se observa en la tabla específica y en el gráfico, de los encuestados que indicaron que ha visitado y realizado actividades turísticas en los municipios de la microrregión, las razones que han motivado a dichos turistas nacionales a visitar los municipios de la microrregión, es el deseo de tener contacto con la

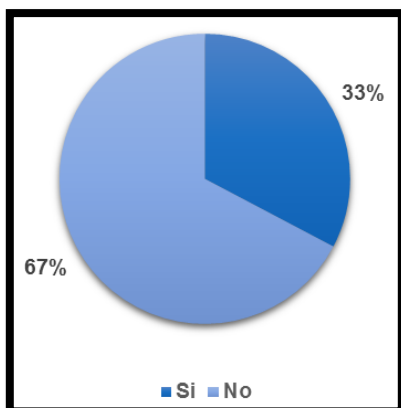
naturaleza obteniendo una frecuencia de 31, seguido de conocer la cultura y tradiciones con una frecuencia de 21, sus festivales gastronómicos con 18, conocer sus parques con 14, sus

artesanías con 12, y otros con 2. Con lo anterior se puede concluir que los turistas nacionales que realizan turismo en los municipios de la microrregión lo hacen porque estos poseen lugares turísticos que le permiten tener contacto con la naturaleza, por conocer su cultura y tradiciones, y la gastronomía que este ofrece, lo que coincide con los resultados de la pregunta 18, donde se vio reflejado la preferencia de los turistas por los lugares naturales, la gastronomía y la visita al centro histórico de los municipios donde los turistas pueden conocer las tradiciones y cultura de dichos municipios.

● **Pregunta 20.**

¿Tiene conocimiento sobre los atractivos y actividades turísticas que posee la microrregión de Ahuachapán Norte?

- **Objetivo:** Identificar si las personas conocen los atractivos y actividades turísticas de la Microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Variables:** Porcentaje de personas que conocen o no los atractivos y actividades turísticas de la Microrregión.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Tipo de respuesta:** Selección, marcando una opción.



Análisis general: De los encuestados que indicaron que ha visitado y realizado actividades turísticas en los municipios de la microrregión, solo el 33% conoce los atractivos y las actividades turísticas que existen y se realizan en los municipios que la conforman, y un 67 % afirma no tener conocimiento sobre los atractivos y actividades turísticas que los municipios ofrecen, aunque ya hayan realizado turismo en dichos municipios. Los resultados anteriores reflejan que la mayoría de turistas nacionales no conoce los lugares turísticos que la microrregión ofrece, esto se puede deber a falta de publicidad que se realiza de estos lugares en las redes sociales y otros medios de comunicación.

Gráfico 36: Conocimiento sobre los atractivos de la microrregión

● **PREGUNTA 21**

¿Por qué medio ha tenido conocimiento sobre los atractivos y actividades turísticas de la microrregión Ahuachapán Norte?

- **Objetivo:** Conocer los medios por los cuales las personas se han informado sobre los atractivos y actividades turísticas de la Microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Variables:** Medios de información.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, marcando varias opciones.

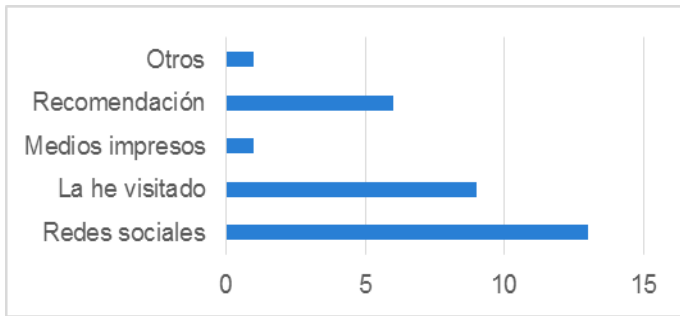


Gráfico 37: Medio por el cual supo de los atractivos de la microrregión

Análisis general: De los encuestados que indicaron que, si poseen conocimientos de los atractivos y de las actividades turísticas en los municipios de la microrregión, el medio por el cual ha tenido conocimiento de estos son las redes sociales con una frecuencia de 13, por que la ha visitado con un 9, por recomendación con un 6, por medios impresos y otros con 1 respectivamente. Lo que refleja que la mayoría de los turistas que si conocen

y visitan los municipios de la microrregión lo hacen por la publicidad que se les da en redes sociales y porque ya han visitado estos lugares, y alguien les brinda información de otras actividades o sitios turísticos que en los municipios se realizan.

● **PREGUNTA 22**

¿Qué tipo de atractivos turísticos visitó o que actividades turísticas realizó cuando visitó la microrregión Ahuachapán Norte?

- **Objetivo:** Identificar las preferencias en cuanto a las actividades turísticas a realizar en la microrregión.
- **Variables:** Actividades turísticas.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, marcando varias opciones.

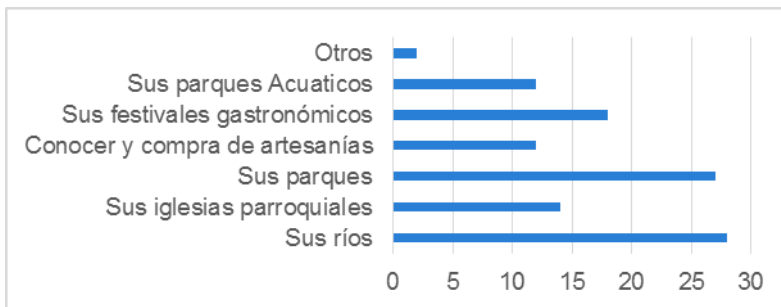


Gráfico 38: Atractivos y actividades, que han visitado y realizado en la microrregión.

Análisis general: como se observa en la tabla específica y en el gráfico, de los encuestados que indicaron que ha visitado y realizado actividades turísticas en los municipios de la microrregión, la actividad y los atractivos que los turistas nacionales han visitado en los municipios, los ríos de dichos municipios obteniendo una frecuencia de

28, seguido de sus parques con 27, sus festivales gastronómicos con 18, sus iglesias parroquiales con 14, conocer y comprar artesanías, y sus parques acuáticos con 12 respectivamente, y otros con 2. Con lo anterior se puede concluir que los turistas nacionales prefieren realizar o visitar los ríos que la microrregión posee, sus parques, iglesias y la gastronomía de estos, lo que coincide con los resultados de la pregunta 18 y 19, donde se vio reflejado la preferencia de los turistas por los lugares naturales, la gastronomía y la visita al centro histórico de los municipios donde los turistas pueden conocer las tradiciones y cultura de dichos municipios.

● PREGUNTA 23.

¿Por qué no realiza turismo en el interior del país?

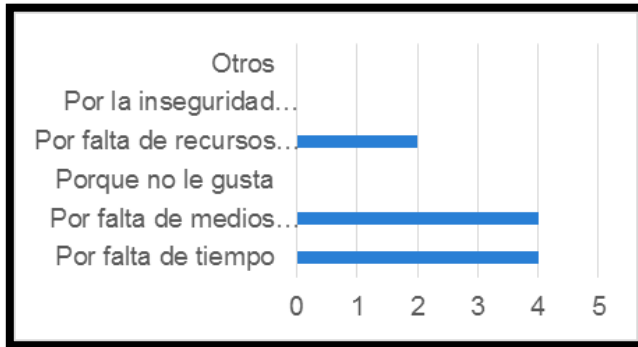


Gráfico 39: Motivos para no realizar turismo

- **Objetivo:** Determinar cuál es el principal motivo por el cual las personas no realizan turismo en el interior del país.
- **Variables:** Motivos principales para no realizar turismo en el interior del país.
- **Personas por responder:** Personas que no realizan turismo en el interior del país.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, marcando varias opciones.

Análisis general: como se observa en la tabla específica y en el gráfico, de los encuestados que indicaron que no realizan turismo en el interior del país, el motivo por el cual no lo hacen es por la falta de tiempo y por la falta de medios de transporte ambos con una frecuencia de 4, y por la falta de recursos económicos con una frecuencia de 2. Con lo cual se muestra que las personas que no lo realizan turismo, no es porque no les gusta realizar turismo, sino por la falta de tiempo y porque no poseen un medio de transporte para llegar a los destinos turísticos.

● PREGUNTA 24.

¿Por qué no ha realizado turismo en los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio?

- **Objetivo:** Determinar cuál es el principal motivo por el cual las personas no realizan turismo en alguno de los municipios que conforman la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Variables:** Motivos principales para no realizar turismo en alguno de los municipios que conforman la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo en el interior del país, pero no en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Tipo de respuesta:** Abierta.

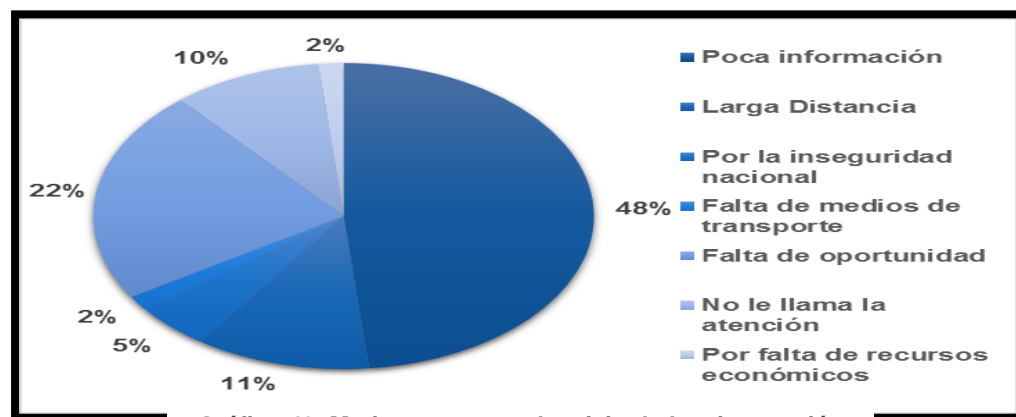


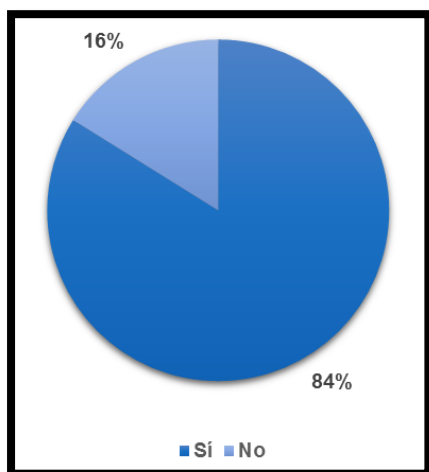
Gráfico 40: Motivo porque no ha visitado la microrregión

Análisis general: como se observa en la tabla específica y en el gráfico, de los encuestados que indicaron que no realizan turismo en los municipios de la microrregión, el motivo por el cual no lo hacen es por la poca información con un 48%, por la falta de oportunidad con un 23%, por la larga distancia con un 11%, porque no le llama la atención con un 10%, por la inseguridad nacional con un 5%, por la falta de medios de transporte y los recursos económicos con un 2% respectivamente. Con lo cual se muestra que las personas que no lo realizan turismo en la microrregión, es porque no conocen los destinos turísticos y las actividades que en esta existen principalmente.

● **PREGUNTA 25**

¿Estaría interesado en realizar turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?

- **Objetivo:** Conocer el interés para realizar turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Variables:** Porcentaje de personas que están dispuestas a realizar turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo en el interior del país.
- **Tipo de respuesta:** Selección, solo puede marcar una opción.



Análisis general: como se observa en la tabla específica y en el gráfico, de los encuestados que indicaron que no realizan turismo en los municipios de la microrregión, el 84% estaría dispuesto a realizar turismo en la microrregión, y solo el 16% no estaría dispuesto a realizar turismo. Lo que implica un mercado potencial amplio, al que se le tendría que mostrar los lugares turísticos y las actividades que en la microrregión se realiza y posee.

Gráfico 41: Interés en realizar turismo en la microrregión

● **PREGUNTA 26.**

¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar o qué tipo de atractivo turístico le gustaría visitar en la microrregión de Ahuachapán Norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?

- **Objetivo:** Conocer qué tipo de actividades turísticas estaría interesado en realizar si visitara la microrregión Ahuachapán Norte.
- **Variables:** Actividades de interés para los turistas potenciales de la microrregión.
- **Personas por responder:** Personas que realizan turismo en el interior del país.

- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, puede marcar más de una opción.

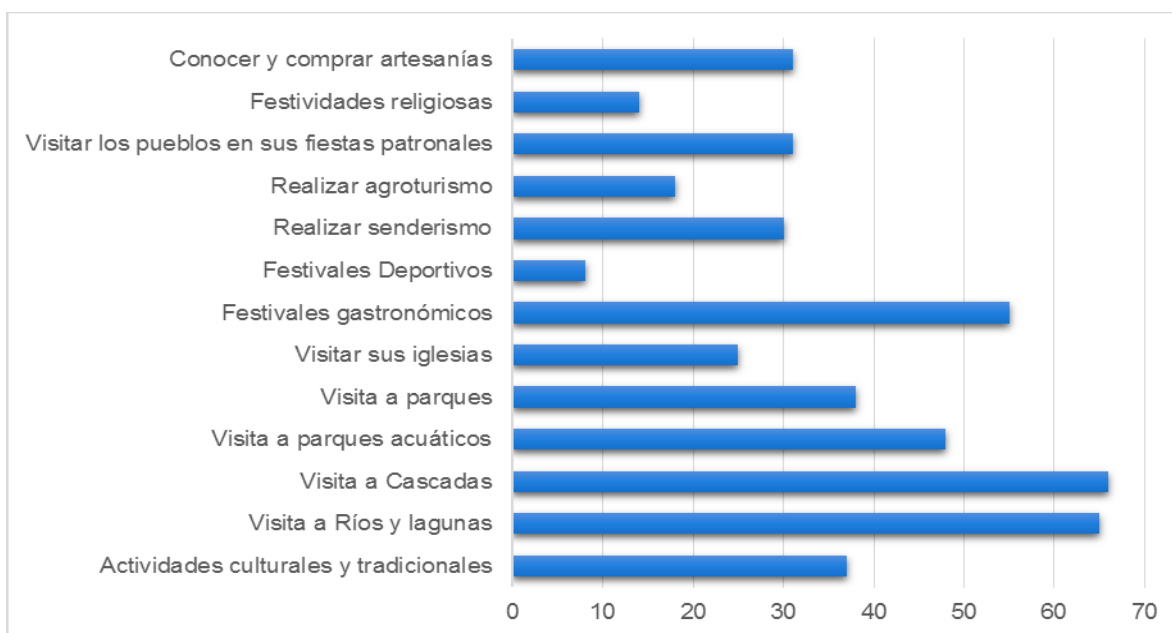


Gráfico 42: Actividades turísticas que le gustaría realizar en la Microrregión

Análisis general: como se observa en la tabla específica y en el gráfico, de los encuestados que indicaron que si realizan turismo en el interior del país, el tipo de actividad turística que le gustaría realizar en la microrregión son: visitar las cascadas con una frecuencia de 66, visitar los ríos y las lagunas de dichos municipios obteniendo una frecuencia de 65, seguido de visitar los festivales gastronómicos con 55, visitar los parques acuáticos con 48, visita a parques con un 38, actividades culturales y tradicionales con 37, visitar los pueblos en sus fiestas patronales y conocer y comprar artesanías con un 31 respectivamente, realizar senderismo con un 30, visitar iglesias con un 25, realizar agroturismo con un 18, festivales religiosos con un 14, y visitar festivales deportivos con una frecuencia de 8. Con lo anterior se puede concluir que los turistas nacionales prefieren realizar turismo gastronómico, visitar sitios naturales como ríos, lagos y cascadas y actividades que le muestren y enseñen la cultura y tradiciones de los pueblos, lo que coincide con los resultados de la pregunta 18, 19 y 22, donde se vio reflejado la preferencia de los turistas por los lugares naturales, la gastronomía y la visita al centro histórico de los municipios donde los turistas pueden conocer las tradiciones y cultura de dichos municipios.

SEGMENTO 2: TURISTA INTERNACIONAL

A continuación, se presenta el análisis del segmento turista internacional para el mercado consumidor, proveniente de la investigación realizada por medio de un sondeo a 20 personas de países norteamericanos o centroamericanos.

Variables de Segmentación.

- **Objetivo:** Conocer las características demográficas de los turistas internaciones potenciales de los recursos turísticos de la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Variables:** Departamento de residencia, Sexo, Edad.
- **Personas por responder:** Todas los encuestados.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

a. País de Residencia

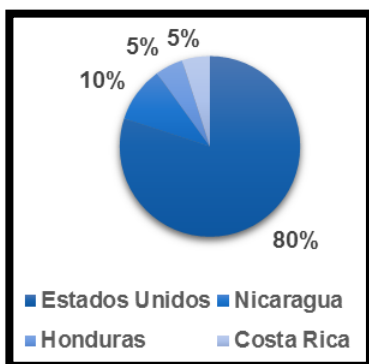


Gráfico 43: País de residencia

Análisis general: El 80% de los encuestados del segmento internacional reside en Estados Unidos, luego el 10% es de Nicaragua, el 5% de Costa Rica y el otro 5% de Honduras, por lo que se tiene representatividad de Norteamérica y Centroamérica.

b. Sexo de los encuestados

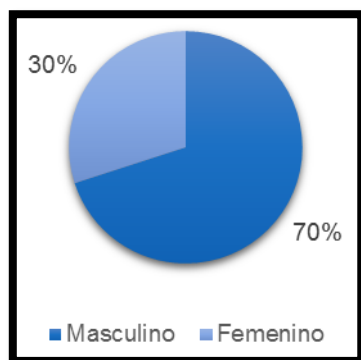


Gráfico 44: Sexo de los encuestados

Análisis general: El 70% de los encuestados fueron hombres y el 30% fueron mujeres.

c. Edad de los encuestados

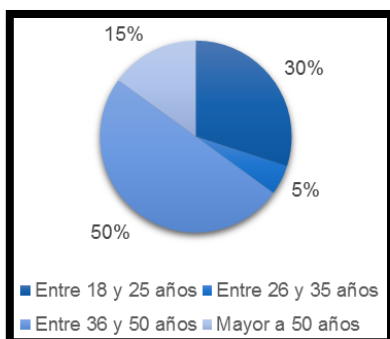


Gráfico 45: Edad del turista internacional

+Análisis general: Del gráfico se puede observar que el 30% tienen entre 18 y 25 años, el 5% de los encuestados tienen entre 26 y 35 años, el 50% tiene entre 36 y 50 años, siendo este segmento el más representativo, y el 15% más de 50 años.

La mayoría de los encuestados son adultos.

● Pregunta 1

¿Ha realizado o realiza turismo en El Salvador?

- **Objetivo:** Conocer la proporción de personas extranjeras que realizan turismo en El Salvador.
- **Variables:** Personas extranjeras que realizan turismo en el interior del país.
- **Personas por responder:** Todos los encuestados.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

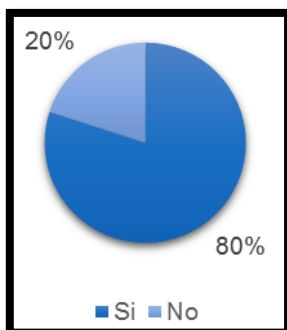


Gráfico 46: Ha realizado turismo en El Salvador

Análisis general: de los encuestados internacionales, el 80% visita El Salvador por turismo, representado 16 personas de las 20 entrevistadas, siendo 12 de Estados Unidos y 4 de los países Centroamericanos.

Para las personas que contestaron no realizar turismo en el país, se les suministro la encuesta hasta esta pregunta.

● Pregunta 2

En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia realiza turismo a El Salvador?

- **Objetivo:** Conocer la frecuencia con que las personas realizan turismo a El Salvador.
- **Variables:** frecuencia con que las personas realizan turismo al país.
- **Personas por responder:** Extranjeros que han realizado o realizan turismo a El Salvador.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

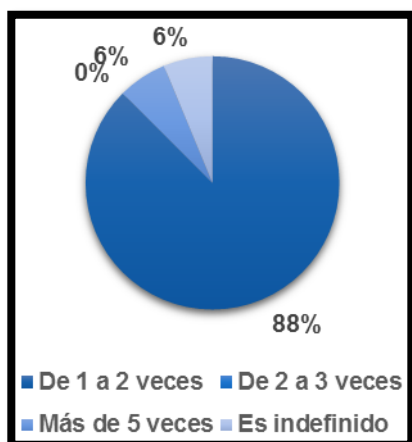


Gráfico 47: Frecuencia del viaje turístico

Análisis general: para la frecuencia del viaje turístico a El Salvador, los turistas internacionales dijeron en su mayoría que es de 1 a 2 veces, con el 88%, una persona menciona más de 5 veces y otra menciona que es indefinida la frecuencia de visita, representando un 6% cada uno respectivamente. Por lo que la tendencia es que el turista visite al menos una vez al año el país.

● Pregunta 3

¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?

- **Objetivo:** Conocer el periodo en que los turistas extranjeros se dedican a la realización de actividades turísticas.
- **Variables:** Periodo de estadía turística.
- **Personas por responder:** Extranjeros que han realizado o realizan turismo a El Salvador.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

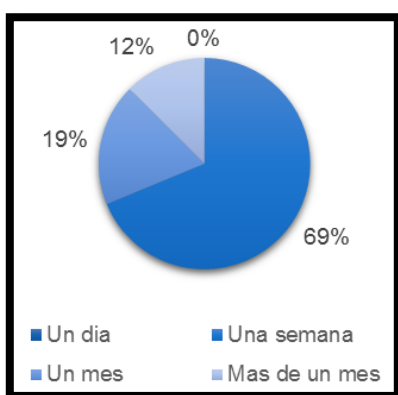


Gráfico 48: Duración del viaje turístico

Análisis general: respecto a la duración del viaje turístico ninguno de los encuestado menciona que su viaje dure un día, ni siquiera los visitantes centroamericanos, por lo que se observa los turistas internaciones no visitan el país solo por un día. Sin embargo, la mayoría, o sea, un 69% menciona que su viaje dura alrededor de una semana, el 19% menciona que un mes y el 13% dijo que su viaje generalmente dura más de un mes.

● Pregunta 4

¿Cuál es el gasto promedio diario que invierte en realizar actividades turísticas?

- **Objetivo:** Conocer el gasto promedio diario que el turista extranjero invierte al realizar turismo en el país.
- **Variables:** Cantidad promedio de dinero que la persona gasta en turismo.

- **Personas por responder:** Extranjeros que han realizado o realizan turismo a El Salvador.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.

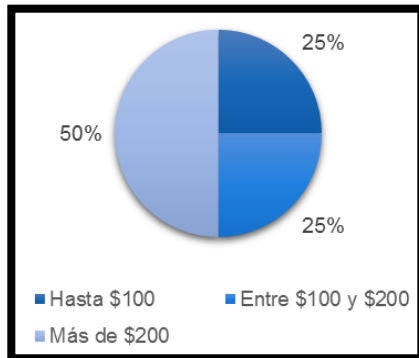


Gráfico 49: Gasto del turista internacional

Análisis general: de los encuestados, el 25% menciona gastar hasta \$100 en sus viajes, seguido por otro 25% que menciona que su gasto varía entre \$100 y \$200 y luego la mayoría menciona gastar más de \$200 en sus viajes turísticos dentro del país. Por lo que se ve una clara diferencia, respecto a los turistas nacionales que su gasto varía entre los \$10 y \$100, quiere decir que un visitante extranjero gasta más que uno nacional.

● Pregunta 5

¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?

- **Objetivo:** Identificar las principales épocas del año donde las personas extranjeras prefieren realizar turismo.
- **Variables:** Época del año preferida para hacer turismo.
- **Personas por responder:** Extranjeros que han realizado o realizan turismo a El Salvador.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona solo puede responder una opción.



Gráfico 50: Temporada preferida para viajar

Análisis general: la temporada de mayor preferencia para realizar un viaje turístico a El Salvador es en el periodo de fin de año, le sigue la Semana Santa, en cualquier temporada, vacaciones de agosto y fiestas patronales respectivamente. De esto se observa que los periodos de visita generalmente son de una semana.

● Pregunta 6

¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

- **Objetivo:** Identificar los tipos de turismo preferido por el extranjero.
- **Variables:** Tipos de turismo preferidos.
- **Personas por responder:** Extranjeros que han realizado o realizan turismo a El Salvador.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, la persona puede responder más de una opción.

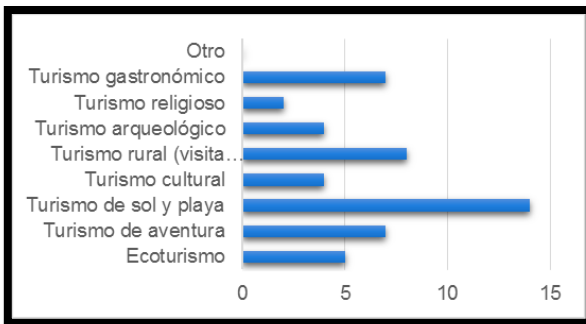


Gráfico 51: Tipo de turismo preferido

Análisis general: El tipo de turismo más preferido por los visitantes internacionales es el de sol y playa, seguido por el turismo rural preferido por 8 turistas y el gastronómico y de aventura preferido por 7, siendo estos últimos 3 los ofrecidos por la microrregión.

● Pregunta 7

¿Qué medio de transporte utiliza para realizar actividades turísticas?

- **Objetivo:** Identificar los principales medios de transporte para desplazarse a un destino turístico.
- **Variables:** Medios de transporte utilizados.
- **Personas por responder:** Extranjeros que han realizado o realizan turismo a El Salvador.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, la persona puede responder más de una opción.

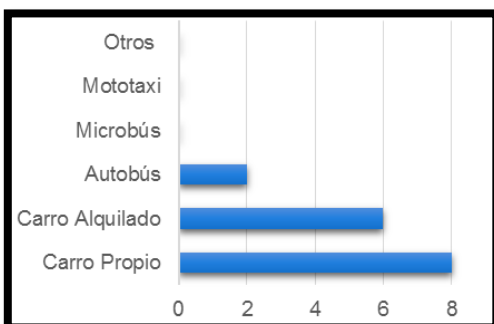


Gráfico 52: Medio de transporte preferido al viajar

Análisis general: según el gráfico se observa que 8 de los visitantes utiliza carro propio, siendo 6 de USA y 2 de CA, luego 6 mencionaron utilizar autos alquilados y 2 mencionaron viajar en autobús, cabe destacar que estos últimos con visitantes centroamericanos por lo que se ve que como es menor distancia optan por opciones económicas para viajar.

● Pregunta 8

¿Ha realizado turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?

- **Objetivo:** Determinar el porcentaje de personas extranjeras que ha realizado turismo en alguno de los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte
- **Variables:** Número de personas que ha realizado turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Personas por responder:** Extranjeros que han realizado o realizan turismo a El Salvador.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona puede responder solo una opción.

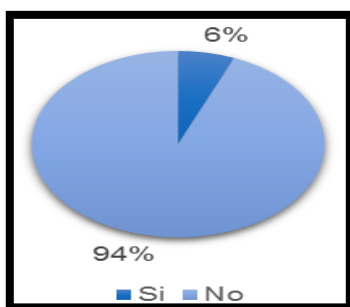


Gráfico 53: Ha visitado la microrregión

Análisis general: de todos los encuestados solo una persona menciona haber visitado la microrregión, representando un 6%, los demás dijeron que no han viajado al lugar.

● Pregunta 9

¿Estaría interesado en realizar turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?

- **Objetivo:** Conocer el interés para realizar turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Variables:** Porcentaje de extranjeros dispuestos a realizar turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Personas por responder:** Extranjeros que han realizado o realizan turismo a El Salvador.
- **Tipo de respuesta:** Selección, la persona puede responder solo una opción.

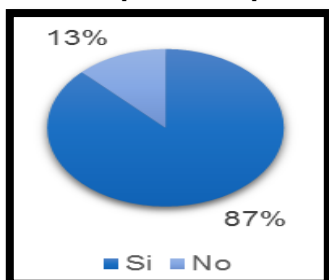


Gráfico 54: Interés en realizar turismo en la microrregión

Análisis general: seguido de saber si habían viajado a la microrregión, aunque respondieran que no, se les preguntó si estarían dispuestos a visitar la microrregión, de lo cual, el 87% dijo estar dispuesto a visitarla y un 13% dijo que no.

● **Pregunta 10**

¿Qué actividad turística o que sitios turísticos le gustaría visitar en los municipios de microrregión de Ahuachapán Norte?

- **Objetivo:** Conocer las actividades turísticas de interés para el turista extranjero.
- **Variables:** Actividades de preferencia para el turista extranjero.
- **Personas por responder:** Extranjeros que estarían interesados en realizar turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Tipo de respuesta:** Opción múltiple, la persona puede responder más de una opción.

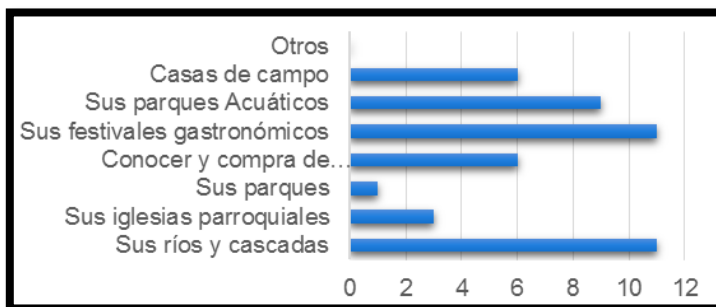


Gráfico 55: Atractivos preferidos por el turista internacional

Análisis general: de las personas que menciono querer visitar la microrregión, 11 mencionaron querer visitar sus ríos y cascadas y también los festivales gastronómicos, seguido los parques acuáticos que posee y 6 mencionaron querer visitar las casas de campo y comprar artesanías, después 3 prefieren visitar las iglesias y 1 persona dijo querer conocer sus parques.

5.8. HALLAZGOS PRINCIPALES

Los hallazgos principales son una síntesis del análisis realizado anteriormente, tanto para el turista nacional, como para el turista internacional.

SEGMENTO 1: TURISTA NACIONAL

Perfil del consumidor

- El 93% de las personas encuestadas realizan turismo interno.
- El 73% de las personas que realizan turismo lo hace al menos 3 veces al año, y el 39% de estas más de 5 veces.
- De las personas que realizan turismo, el 78% aseguro viajar con su grupo familiar y la segunda preferencia es con el grupo de amigos.
- El promedio de personas con las que viajan los encuestados varía de 3 a 6 personas, siendo el promedio 4 personas.
- La duración del viaje turístico del 77% de los encuestados es de 1 día, siendo este resultado el más representativo, luego el resto por más de un día, siendo este segmento el que probablemente hace uso de algún tipo de hospedaje.
- El gasto promedio del turista nacional varía entre los \$25 y \$50, en su mayoría, sin embargo, el 33% aseguro gastar más de \$50.
- Los turistas mencionan viajar en cualquier temporada del año, sin embargo, existe una alta demanda en las vacaciones de semana santa y las agostinas, también los fines de semana, por lo que son las temporadas con más demanda.
- El 88% de las personas que **NO** realizan turismo interno aseguran que es por falta de tiempo, medios de transporte y el resto por falta de recursos económicos.

Competitividad turística

- El tipo de turismo preferido por los encuestados es el de sol y playa, que sería considerado como la principal competencia indirecta, para los atractivos de la microrregión, sin embargo, cerca del 50% de los entrevistados prefiere algún tipo de turismo de los que la microrregión ofrece, como el turismo rural, ecoturismo, gastronómico.
- La forma más preferida para realizar turismo es de manera independiente, o sea, el turista organiza su viaje turístico por el mismo, seguidamente por excursiones y operados turísticos en menor proporción.
- La mayoría de personas ha viajado en el periodo de seis meses al menos una vez, sin embargo, el 63% lo hizo en el periodo de hace un mes.
- Entre los lugares de la última visita realizada a un lugar turístico por el encuestado, resaltan los municipios turísticos, siendo estos lo del turismo a algún pueblo vivo, seguido por las playas, y luego a algún recurso natural, sin dejar de mencionar las rutas turísticas en su totalidad.
- El medio de transporte más preferido para llegar a un sitio turístico es el carro propio, seguido por los autobuses y microbuses, esto indica que deben existir vías de acceso en buen estado y señalización.
- Los medios de información para conocer sobre una oferta turística más utilizados son las redes sociales, seguido la mención o recomendación de otras personas y la televisión.

- La seguridad es uno de los factores más importantes que los turistas requieren al realizar su viaje, luego consideran los atractivos turísticos y los precios accesibles.

Demanda

- Del 93% de las personas que, si realiza turismo interno, solo el 47% de ellas, ha realizado turismo en algún lugar de la microrregión Ahuachapán Norte.
- De las personas que viajaron a la microrregión, resalta Atiquizaya como el lugar más visitado, siguiendo San Lorenzo, El Refugio y Turín, respectivamente.
- Durante la visita de los encuestados, la actividad más realizada fue conocer el centro histórico de los pueblos, le sigue el Salto de Malacatiupan y los festivales gastronómicos.
- El principal motivo de la visita fue el de tener contacto con la naturaleza, seguidamente por conocer la cultura e ir a los festivales gastronómicos.
- Las personas que visitaron la microrregión no tienen un conocimiento certero los atractivos de ésta, representado por el 67%; el 33% que, si conoce, sabe porque se enteró por redes sociales o por la visita que realizo.
- Los lugares más visitados fueron los parques, sus ríos y los festivales gastronómicos.
- De las personas que no realizaron turismo en la microrregión Ahuachapán Norte, o sea el 53% de los que, si realizan turismo interno, menciono que no ha visitado el lugar por la poca información que existe de este, seguidamente la falta de oportunidades o la larga distancia que viajar a este le representa, siendo las personas de San Salvador y La Libertad las que mencionan esta última opción.
- El 53% de las personas que realizan turismo que mencionó no haber visitado la microrregión, o sea 62 personas, y el 84% de estas, menciona estar interesado en visitarla y las principales actividades que estaría dispuesto a realizar son conocer las cascadas, ríos y festivales gastronómicos respectivamente. Las personas que ya han visitado la microrregión que son 55 o sea el 47% de los que realizan turismo, mencionan que los lugares más preferidos son conocer las cascadas, los ríos y visitar los festivales.

SEGMENTO 2: TURISTA INTERNACIONAL

Perfil del consumidor

- Dado que era un sondeo se tuvo representatividad de turistas centroamericanos y norteamericanos, específicamente de Estados Unidos, de ambos sexos, y de
- Las edades entre los 18 y 50 años, la más representativa de 36 a 50 años.
- El 80% de los encuestados han realizado turismo en El Salvador, el otro 20% visita el país por otros motivos.
- Del 80% que realizan turismo el 88% hace una única visita el resto lo hace más veces, por lo que se dice que el turista internacional visita al menos una vez al año el país.
- La duración del viaje es en su mayoría por una semana o un mes.
- El gasto de un turista extranjero es mayor de \$100 en su mayoría, esto porque su viaje es mayor a un día.
- La temporada de mayor preferencia para viajar es fin de año, semana santa, o en cualquier temporada.

- El tipo de turismo preferido es el de sol y playa con el 88% de representatividad, sin embargo, el 50% prefiere el turismo rural y el 44% el turismo gastronómico que son los que oferta la microrregión.
- La mayoría de turistas extranjeros viaja en carro propio o alquilado a excepción de los turistas centroamericanos que también prefieren viajar en autobús.

Demanda

- De todos los encuestados solo una persona ha visitado la microrregión.
- El 88% de los turistas que realizan turismo estarían dispuestos a realizar turismo en la microrregión.
- Las actividades de preferencia serían visitar los ríos y cascadas además de los festivales gastronómicos, seguido de los parques acuáticos.

5.9. PERFIL DEL CONSUMIDOR


El perfil del consumidor es el conjunto de características que, con base en el análisis de las variables de un mercado, describe al cliente meta, esto nos ayudará a conocer y entender al consumidor de turismo, para ofrecerle los productos y servicios turísticos que en realidad demandan o prefieren, desarrollar estrategias de comercialización enfocadas en las características definidas en el perfil, establecer los canales a través de los cuales podrá contactar a los clientes potenciales, e identificar más efectivamente a sus competidores.

PERFIL DEL CONSUMIDOR NACIONAL

Los datos base para formar el perfil del consumidor fueron tomados de la encuesta para el turista nacional.

Tabla 56: Perfil del turista nacional

PERFIL DEMOGRAFICO	
Edad	Mayor de 18 años
Sexo	Hombre - Mujer
Nivel económico	Ingresos mayores a \$500.00
Ocupación	Cualquiera que le genere ingresos mayores a \$500
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> • Residentes Salvadoreños de San Salvador, La Libertad, Santa Ana, Ahuachapán y Sonsonate. • Extranjeros de Estados Unidos y Centroamérica
PERFIL PSICOGRAFICO	
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades turísticas en el interior del país.
Expectativas o preferencias para visitar un lugar.	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios turísticos de calidad. • Seguridad en los lugares a visitar. • Precios accesibles. • Tipos de turismo que ofrece.
ESTILO DE VIDA	

Actividades	<ul style="list-style-type: none"> Compartir tiempo con la familia y amigos viajando a lugares dentro de El Salvador
Intereses	<ul style="list-style-type: none"> Realizar turismo interno.
Preferencias para viajar	<ul style="list-style-type: none"> Acompañado de familia principalmente y amigos, acompañado en promedio de 3 a 6 personas.
DE LA ACTIVIDAD TURISTICA	
Frecuencia de viajes al año por motivos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> De 1 a 5
Duración del viaje turístico	<ul style="list-style-type: none"> 1 día 2 días
Gasto promedio para realizar actividades turísticas	Entre \$25.00 y \$100.00
Temporada preferida para realizar turismo	<ul style="list-style-type: none"> Semana Santa. Vacaciones de agosto. Fines de semana.
Tipos de turismo que realiza	<ul style="list-style-type: none"> Ecoturismo. Turismo cultural. Turismo rural (Pueblos vivos). Turismo gastronómico.  Turismo de aventura.
Forma de realizar turismo	De manera independiente en carro propio o por medio de Tour Operadoras en microbús o autobús.
Medios de información para realizar turismo	<ul style="list-style-type: none"> Redes sociales Por medio de otras personas.

PERFIL DEL CONSUMIDOR INTERNACIONAL

Para el turista internacional, debido a que solo se realizó un sondeo para conocer la preferencia para viajar a la microrregión y otros datos de interés para determinar el perfil, también se tomaran datos del boletín del CORSATUR 2017.

Tabla 57: Perfil del turista internacional

PERFIL DEMOGRAFICO	
Edad	Mayor de 18 años
Sexo	Hombre - Mujer
Ocupación	Empleados, negocio propio, otros.
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> Salvadoreño, residente en el exterior. Extranjeros no salvadoreños: centroamericanos, norteamericanos, europeos.
PERFIL PSICOGRAFICO	
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"> Realizar actividades turísticas en el interior del país.

Expectativas o preferencias para visitar un lugar.	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios turísticos de calidad. • Seguridad en los lugares a visitar. • Precios accesibles. • Tipos de turismo que ofrece.
ESTILO DE VIDA	
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Compartir tiempo con la familia y amigos viajando a lugares dentro de El Salvador
Intereses	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar turismo en El Salvador • Visitar a los familiares
Preferencias para viajar	<ul style="list-style-type: none"> • Vía terrestre • Vía aérea
DE LA ACTIVIDAD TURISTICA	
Frecuencia de viajes al año por motivos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Al menos una vez al año
Duración del viaje turístico	<ul style="list-style-type: none"> • 1 semana • 1 mes o mas
Gasto promedio para realizar actividades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • Entre \$100.00 y \$200 por día, \$1000.00 en promedio por viaje.
Temporada preferida para realizar turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Semana Santa. • Fin de año. • Cualquier temporada.
Tipos de turismo que realiza	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo rural (Pueblos vivos). • Turismo gastronómico. <input checked="" type="checkbox"/> Turismo de aventura. <input checked="" type="checkbox"/> Ecoturismo.
Forma de realizar turismo dentro del país	De manera independiente en carro propio (de un familiar) o carro alquilado. El turista centroamericano viaja también en bus.

5.10. CÁLCULO Y PROYECCIONES DE LA DEMANDA

Según la OMT la demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, la define como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado.

Para calcular la demanda, se tomará de base el siguiente diagrama:

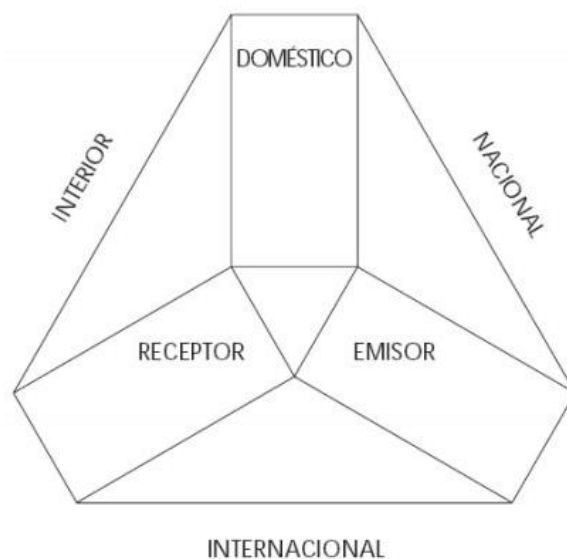


Ilustración 82: Tipos de turismo según la demanda
Fuente: OMT

Los cuales son:

- ◆ **Turismo doméstico:** residentes visitando su propio país.
- ◆ **Turismo receptivo:** no residentes procedentes de un país determinado.
- ◆ **Turismo emisor:** residentes del propio país se dirigen a otros países. Estas tres formas de turismo pueden combinarse en:
 - ◆ **Turismo interior:** doméstico y receptivo.
 - ◆ **Turismo nacional:** doméstico y emisor.
 - ◆ **Turismo internacional:** emisor y receptivo.

Y según los tipos de turismo antes mencionados, la demanda turística se clasifica en tres grandes grupos:

- ◆ **La demanda efectiva o actual:** es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan.
- ◆ **La demanda no efectiva:** es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquéllos que viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc.); y la demanda diferida,

que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, etc.).

- ♦ **La no demanda:** caracterizada por un grupo de gente adverso a los viajes, aquellos que simplemente no desean viajar.

La demanda a calcular será para el **turismo interior de la microrregión Ahuachapán Norte**, que es que se compone de **turismo doméstico** (residentes visitando su propio país) y **turismo receptivo** (no residentes visitando el país).

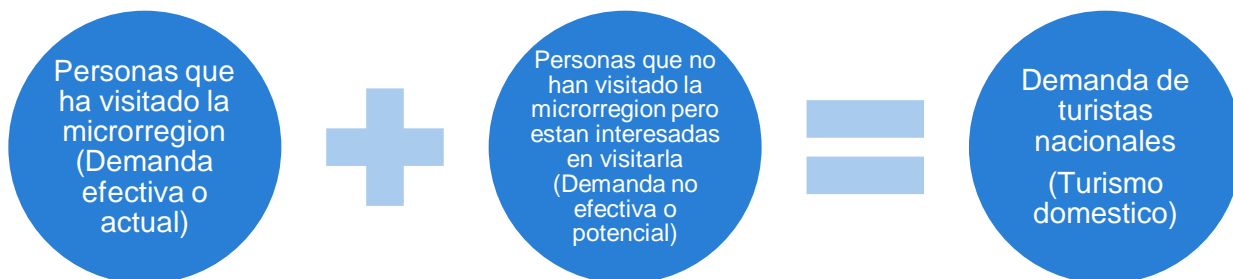


Ilustración 83: Calculo para el turismo domestico



Ilustración 84: Calculo para la demanda total

Los datos de turismo doméstico y turismo receptivo serán tomados de las encuestas realizadas y de datos estadísticos de turismo tomados de instituciones como CORSATUR, ya que no se cuenta con datos históricos de afluencia en ningún municipio de la microrregión, por lo que todo será en base a inferencias estadísticas por medio de estadísticos de la muestra para describir a la población.

Demanda del Turista nacional

Para el segmento de turismo nacional se tomarán A partir del tamaño de la muestra de 126 personas que se determinó de la población de San Salvador, La Libertad, Santa Ana, Sonsonate y Ahuachapán, se tienen las siguientes estadísticas de interés:

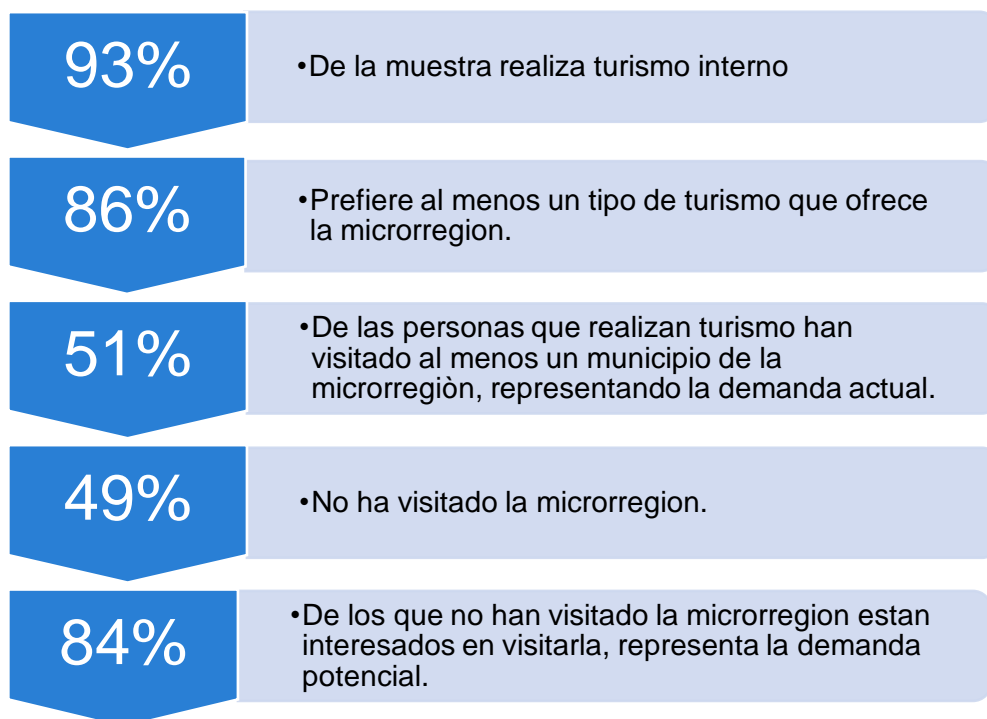


Ilustración 85: Porcentajes de importancia obtenidos de la investigación

Con las estimaciones anteriores se procede a encontrar la demanda total.

Primero la población total es de 2,949,663 personas, ahora la proporción según la muestra es que el 93% de estos realizaran turismo interno, se multiplica por departamento esta proporción y se obtiene el total de personas que realizan turismo interno al menos una vez al año.

Tabla 58: Estimación de las personas que realizan turismo interno

Departamento	Total de población	Total de población que realiza turismo interno
Ahuachapán	209,106	194,469
Santa Ana	408,559	379,960
Sonsonate	343,635	319,581
La Libertad	592,263	550,805
San Salvador	1396,099	1298,372
Total	2949,662	2,743,186

El 86% de las personas dijo preferir algún tipo de turismo ofrecido en la microrregion, ya sea turismo rural, cultural, gastronómico, de aventura, ecoturismo, entonces la demanda para este segmento es:

Tabla 59: Estimación de la población según el tipo de turismo que prefiere

Departamento	Total de población que realiza turismo interno	Población según el tipo de turismo
Ahuachapán	194,469	167,243
Santa Ana	379,960	326,765

Sonsonate	319,581	274,839
La Libertad	550,805	473,692
San Salvador	1298,372	1116,600
Total	2743,186	2359,140

Ahora de estas personas se obtendrá la demanda actual, que son aquellas personas que han visitado al menos una vez algún municipio de la microrregión, que ya se sabe que prefieren al menos un tipo de turismo ofrecido en la microrregión, en el transcurso del año 2019, que según la variable de visita a la microrregión fue del 51%:

Tabla 60: Estimación de la demanda actual

Departamento	Demanda actual
Ahuachapán	85,294
Santa Ana	166,650
Sonsonate	140,168
La Libertad	241,583
San Salvador	569,466
Total	1203,161

La demanda actual para la microrregión son 1,203,161 personas durante un año.

Ahora se procede a encontrar la demanda potencial, que serían aquellas personas que realizan turismo interno, prefieren algún tipo de turismo ofrecido en la microrregión, que no han visitado la microrregión pero que estarían dispuestas a visitar la microrregión.

Primero se detalla la cantidad de personas que no ha visitado la microrregión:

Tabla 61: Estimación de las personas que no han realizado turismo en la microrregión

Departamento	Población según el tipo de turismo	Personas que no han visitado la microrregión
Ahuachapán	167,243	81,949
Santa Ana	326,765	160,115
Sonsonate	274,839	134,671
La Libertad	473,692	232,109
San Salvador	1116,600	547,134
Total	2359,140	1,155,978

El total de personas que no han visitado la microrregión es de 1,155,978, ahora según el estadístico de si desearía visitarla el 84% menciona que si estaría dispuesto según el tipo de turismo que prefiere, se detalla a continuación:

Tabla 62: Estimación de la demanda potencial

Departamento	Demanda potencial
Ahuachapán	68,837
Santa Ana	134,497
Sonsonate	113,124
La Libertad	194,972
San Salvador	459,593
Total	971,022

Ahora se procede a encontrar la demanda para el segmento de turista nacional (turismo doméstico), que es la suma de la demanda actual y la demanda potencial.

Tabla 63: Estimación de la demanda de turismo doméstico total

Departamento	Demanda de turistas nacionales
Ahuachapán	154,131
Santa Ana	301,147
Sonsonate	253,292
La Libertad	436,554
San Salvador	1029,059
Total	2174,183

Por lo que la demanda total para el segmento de turistas nacionales es de 2,174,183 personas.

Demanda del Turista internacional

Para encontrar la demanda total se debe determinar la demanda de turistas internacionales, a partir del sondeo, se vio que las personas que si realizan turismo en el país, ya sea por visitar a los familiares o simplemente por ocio podrían visitar la microrregión ya que el 94% no ha visitado la microrregión y de estos el 88% estaría interesado en visitarlo.

A partir de los datos del Boletín de Estadísticas de Turismo del CORSATUR del año 2017, se dice que en ese año los visitantes extranjeros de las regiones de Norteamérica y Centroamérica fueron de 1,556,069, de estos según la proporción estimada de la investigación al turista internacional el 4%, que son 62,243 personas, estas son la demanda actual estimada de la microrregión, tomando el porcentaje promedio de crecimiento de visitantes extranjeros del 5.4%, para encontrar los visitantes en el 2018, la demanda de turistas internaciones o turismo receptivo sería igual a 65,604 personas aproximadamente. Lo anterior se resume en el siguiente diagrama:

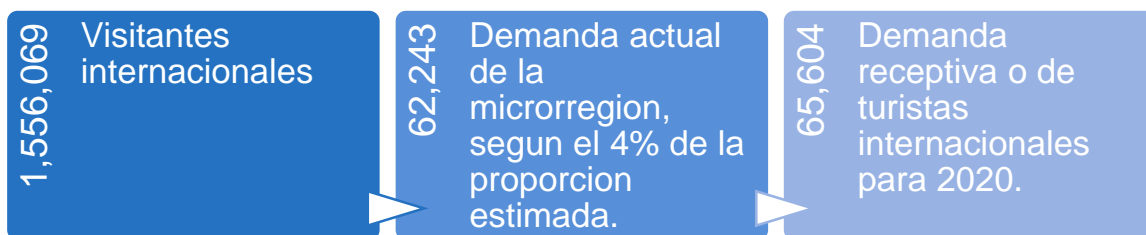


Ilustración 86: Demanda receptiva

Con los datos de la demanda de turistas internacionales (turismo receptivo) y con los datos de la demanda de turistas nacionales (turismo doméstico), se calcula la demanda total para la microrregión:



Ilustración 87: Demanda total

Cuota de mercado

Es importante tener en cuenta que la demanda global no puede ser controlada completamente por la microrregión, debido a que existen otras microrregiones y rutas turísticas con mayor preferencia por parte de los turistas.

Según datos estadísticos de la microrregión, en este 2019 se contabilizaron 10,000 turistas participantes del festival del jocote, contando la microrregión con 7 festivales de este tipo en el año, (Festival del Jocote, Festival del Loroco, Festival de la Quesadilla, UTAP, Festival del Maíz, Festival de la cochinita, Festival del Café), suma alrededor de 70,000 visitantes, esto, sin contar el turismo de temporada (semana santa, vacaciones de agosto, fin de año) y fines de semana, que estimando podría ser el triple de la demanda en los festivales. Por lo que se calcula alrededor de 300,000 visitantes al año, representando 25% aproximadamente de la demanda estadística actual.

Ahora sumándole un porcentaje de crecimiento de turismo, fuente del CORSATUR de 12.9% contando el turismo doméstico y receptivo, la cuota del mercado para el próximo año será de 37.9% de la demanda actual, siendo este 456,000 personas aproximadamente.



Ilustración 88: Cuota de mercado y mercado meta

Proyecciones

Considerando el mercado meta encontrando anteriormente se procede a encontrar las proyecciones como tal, en las cuales se calcularan para el año próximo, o sea, el año 2020, primero, se sacan las proyecciones por mes, considerando que hay meses en los que existe más demanda por las temporadas de preferencia de viaje.

Tabla 64: Demanda por mes para el 2020

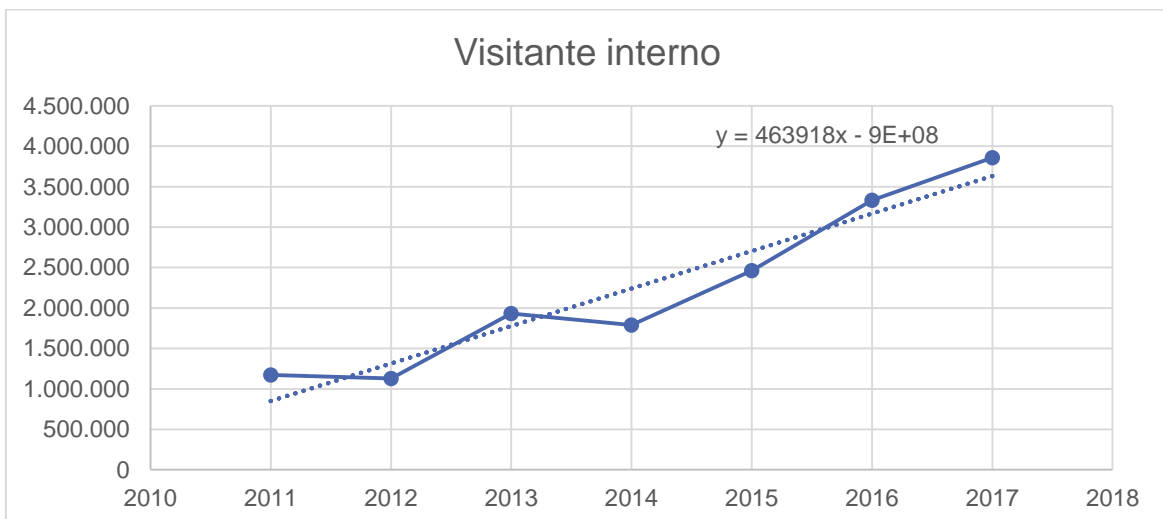
Mes	Demanda para el 2020
Enero	22,800
Febrero	31,920
Marzo	68,400
Abril	38,760
Mayo	34,200
Junio	31,920
Julio	27,360
Agosto	59,280
Septiembre	27,360
Octubre	29,640
Noviembre	34,200
Diciembre	50,160
Total	456,000

Ahora se usarán datos del CORSATUR sobre los visitantes de turismo interno, para calcular la tasa de crecimiento anual y así calcular las proyecciones para los próximos 5 años:

Tabla 65: Estadísticas de visitantes de turismo interno

Año	Visitante interno
2011	1173,275
2012	1129,766
2013	1933,762
2014	1787,868
2015	2463,885
2016	3332,408
2017	3858,043

Fuente: Boletín CORSATUR 2017



Como se observa en el grafico la tendencia de crecimiento de visitantes de turismo interno crece de forma lineal por lo que el método de proyección que se usara para calcular el porcentaje de crecimiento por año será el de la regresión lineal.

Ahora con el método de proyección se encuentra el porcentaje de crecimiento por año, respecto al año anterior y se muestran a continuación:

Tabla 66: Porcentaje de crecimiento por año

Año	2020	2021	2022	2023	2024
% de crecimiento	11%	12%	8%	7%	8%

Con los porcentajes de crecimiento anteriores se calculan las proyecciones para los siguientes años:

Tabla 67: Proyecciones por año

Mes	2020	2021	2022	2023	2024
Enero	22800	25536	27579	29509	31870
Febrero	31920	35750	38610	41313	44618
Marzo	68400	76608	82737	88528	95610
Abril	38760	43411	46884	50166	54179
Mayo	34200	38304	41368	44264	47805
Junio	31920	35750	38610	41313	44618
Julio	27360	30643	33095	35411	38244
Agosto	59280	66394	71705	76724	82862
Septiembre	27360	30643	33095	35411	38244
Octubre	29640	33197	35853	38362	41431
Noviembre	34200	38304	41368	44264	47805
Diciembre	50160	56179	60674	64921	70114
TOTAL	456000	510720	551578	590188	637403

Por medio de la preferencia de visita los lugares de la microrregión se pueden encontrar la demanda para cada actividad por año.

Tabla 68: Demanda según actividades turísticas ofertadas

Actividad	Año 2020
Actividades culturales y tradicionales	36,206
Visita a Ríos y lagunas	63,605
Visita a Cascadas	64,584
Visita a parques acuáticos	46,970
Visita a parques	37,185
Visitar sus iglesias	24,464
Festivales gastronómicos	53,820
Festivales Deportivos	7,828
Realizar senderismo	29,356
Realizar agroturismo	17,614
Visitar los pueblos en sus fiestas patronales	30,335
Festividades religiosas	13,700
Conocer y comprar artesanías	30,335
TOTAL	456,000

Ahora según el gasto turístico promedio que es de \$25 en un mínimo, se podrían generar un gasto turístico mínimo de:

Tabla 69: Gasto Turístico proyectado

Año	Proyección	Gasto potencial
2020	456000	\$ 11,400,000.00
2021	510720	\$ 12,768,000.00
2022	551578	\$ 13,789,440.00
2023	590188	\$ 14,754,700.80
2024	637403	\$ 15,935,076.86

De este gasto un buen porcentaje es de gastos por transporte, comida y ocio, lo que se puede traducir en ingresos para los comerciantes, lugares turísticos, alcaldías municipales, etc.

COMPARACIÓN DE PROYECCIÓN CON DATOS DE AFLUENCIA CON OTRAS RUTAS TURÍSTICAS

A continuación, se muestran los datos de afluencia turística de la proyección obtenida para la microrregión, así como de rutas turísticas competidoras.

Tabla 70. Afluencia turística de rutas competidoras.

Mes	Microrregión Ahuachapán Norte	Ruta Fresca	Ruta de las Flores
Marzo	68,400	51,491	88,628
Agosto	59,280	36,836	58,750
Diciembre	50,160	35,553	86,085

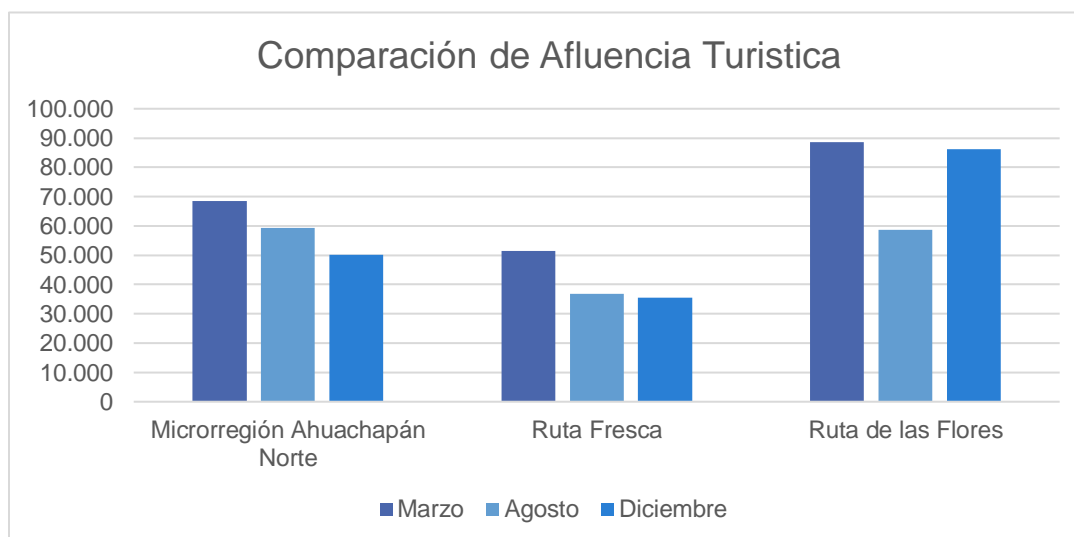


Gráfico 1. Comparación de Afluencia Turística.

Tomando los datos colocados en Anexos de la afluencia turística de dos rutas competidoras de la microrregión, se compara respecto a la proyección realizada para la microrregión de los meses de Marzo, Agosto y Diciembre.

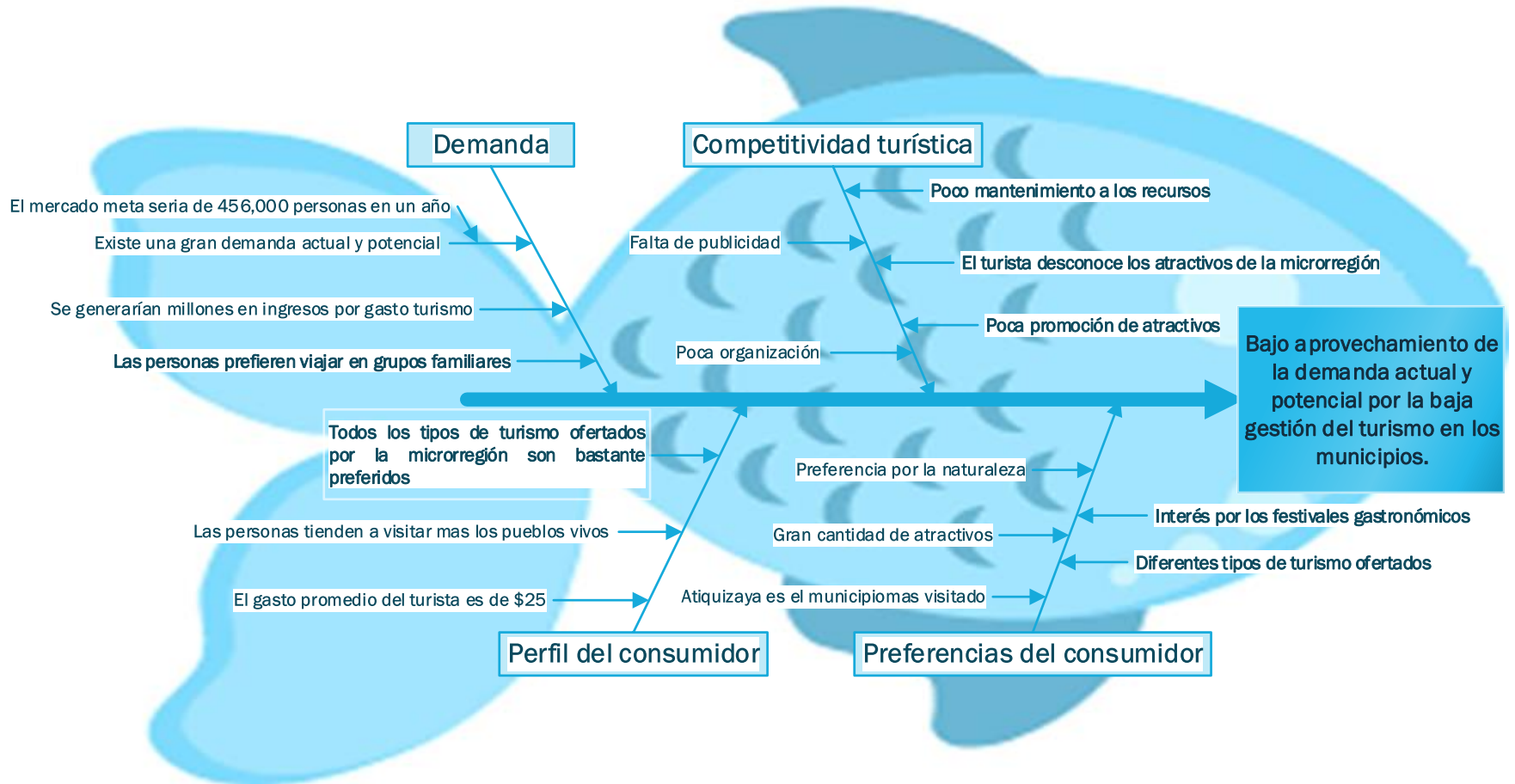
Es importante considerar que los datos de los competidores, son del año 2018 en temporadas vacacionales, por lo que no representan las cifras totales en dichos meses, ya que en dichas estadísticas para el mes de marzo se tomó 10 días, para el mes de agosto 7 días y para el mes de diciembre 12 días, donde se presentaba el periodo vacacional con mayor afluencia.

Tal como se observa en el gráfico, la demanda proyectada para la microrregión es mayor que la ruta fresca y menor que la ruta de las flores. Esto debido a que la ruta de las flores esta más posicionada en el mercado turístico. La ruta de las flores es un competidor directo de la microrregión ya que su posición geográfica esta próxima y la oferta turística es similar. Sin embargo, se puede observar que existe una afluencia proyectada que representa una demanda actual y potencia considerable que puede contribuir al desarrollo turístico de la microrregión.

5.11. ANÁLISIS GENERAL DEL MERCADO CONSUMIDOR

En este apartado se resumirá por medio de la técnica de la espina de pescado o Ishikawa los puntos más importantes encontrados de la investigación del mercado consumidor.

Ilustración 89: Análisis general del mercado consumidor



6. MERCADO COMPETIDOR

Competencia se refiere a cuando los grupos que concurren a un mercado para ofrecer sus productos o servicios ante un conjunto de consumidores que actúan de forma independiente y que integran la demanda.

El Mercado Competidor de la microrregión de Ahuachapán Norte está formado por el conjunto de municipios o rutas turísticas que en la actualidad satisfacen total o parcialmente las expectativas de los turistas nacionales. Dicho mercado será abordado por medio de diferentes aspectos que relacionan a la oferta turística nacional con la oferta turística de la microrregión.

La competencia puede ser directa, indirecta y sustituta.

- ◆ **Competencia directa:** Son todas aquellas que están en el mismo sector con canales de distribución idénticos y que sus productos o servicios son parecidos o similares y con el mismo target.
- ◆ **Competencia indirecta:** Son todas aquellas que están en el mismo sector, con los mismos canales de distribución, tienen el mismo target cubriendo las mismas necesidades, pero el producto o servicio que ofrecen es diferente, pero satisface la misma necesidad.
- ◆ **Sustitutos:** Son los que satisfacen la necesidad principal del producto o servicio, pero tienen otro target y sector.

SEGMENTACIÓN DE LA COMPETENCIA A ABORDAR.

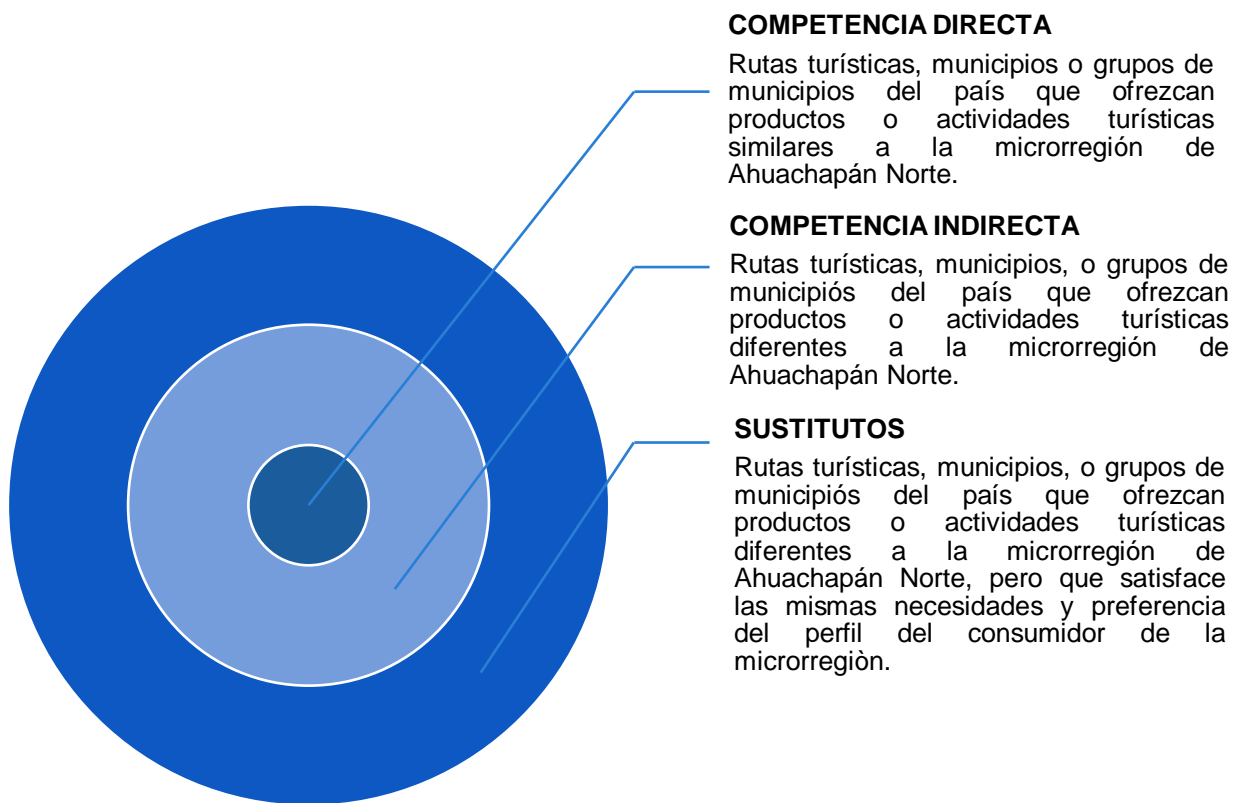
Para el presente estudio del mercado competidor se pretende abordar la competencia directa e indirecta y productos sustitutos que tendrá la microrregión de Ahuachapán Norte.

Competencia directa: Estará comprendida por las rutas turísticas o municipios del país que ofrezcan productos o actividades turísticas similares a la microrregión de Ahuachapán Norte.

Competencia indirecta: Estará comprendida por las rutas turísticas o municipios del país que ofrezcan productos o actividades turísticas diferentes a la microrregión de Ahuachapán Norte.

Productos Sustitutos: Estará comprendida por las rutas turísticas o municipios del país que ofrezcan productos o actividades turísticas diferentes a la microrregión de Ahuachapán Norte pero que satisface la misma necesidad o preferencia del consumidor.

La competencia que se asociada a la microrregión de Ahuachapán Norte, se determinara en base a los perfiles generales de la competencia asimismo se utiliza el Diagrama de Círculos Concéntricos aplicado a la competencia para asignar la competencia directa, la competencia indirecta y sustitutos.



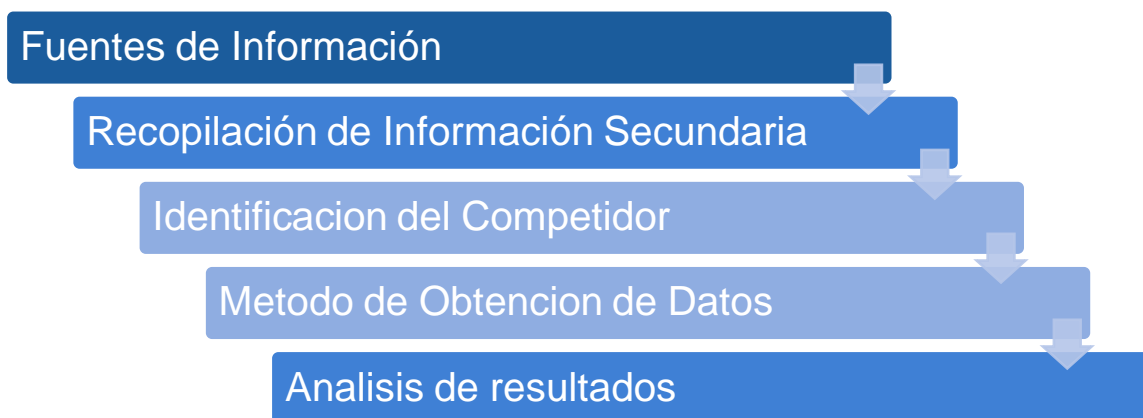
Esquema 16. Diagrama de Círculos concéntricos aplicado a la competencia.

OBJETIVO DEL ESTUDIO DEL MERCADO COMPETIDOR:

Analizar el mercado competidor actual de la microrregión de Ahuachapán Norte para poder identificar oportunidades de mejora con el fin de lograr mayor competitividad.

6.1. METODOLOGIA INVESTIGACION

A continuación, se describe la metodología seguida para la realización de la investigación del mercado competidor:



Esquema 17. Metodología para la realización del estudio del mercado competidor.

- ◆ **Fuentes de Información:** Se determina las fuentes de información requeridas para realizar la investigación del mercado competidor. Dicha información proviene de fuentes primarias o secundarias.
- ◆ **Recopilación de Información Secundaria:** Se define los principales conceptos y antecedentes en cuanto al mercado competidor, con el fin de realizar la identificación del competidor.
- ◆ **Identificación del competidor:** Se identifica las rutas turísticas, municipios o grupos de municipios competidores y se establece las características principales de éstos para definir quiénes se considerarán en la obtención de datos de la investigación.
- ◆ **Método de Obtención de Datos:** Se define las técnicas a utilizar en la obtención de datos provenientes de fuentes de primarias y se diseña el instrumento de recopilación de información.
- ◆ **Análisis de resultados:** Consiste en el análisis e interpretación de la información registrada y tabulada, con el fin de establecer el perfil del competidor.

6.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para el desarrollo de la investigación dentro del mercado competidor se hará uso de los siguientes tipos de información:

INFORMACIÓN PRIMARIA.

Se refiere a la información que será generada por una investigación de campo, es decir entrevistas realizadas a los competidores identificados, entre estas entrevistas se mencionan:

- Entrevista a encargados de rutas turística
- Entrevista a representantes de municipios competidores
- Entrevista a organizaciones que trabajan con rutas turísticas
- Entrevista a unidades de turismo del competidor.

INFORMACIÓN SECUNDARIA

Sera toda aquella información que complementa la información primaria de los municipios o la información que se obtenga de otros municipios que promueven el turismo nacional, entre dicha información se menciona:

- Plan maestro de desarrollo turístico
- Inventarios Turísticos
- Plan de competitividad
- Publicaciones de Instituciones como el Ministerio de Turismo, CORSATUR, etc.
- Información recolectada en promocionales y stands de Feria de Pueblos Vivos (Occidente del país) 2019

6.3. IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES

Para la identificación de los competidores de microrregión de Ahuachapán Norte, se analizarán las ofertas turísticas de diversos municipios del país. Los competidores se clasificarán según aspectos que se relacionan con la microrregión de Ahuachapán Norte y de esta forma se detectaran fortalezas y debilidades de la competencia que permitan crear una propuesta integral que satisfaga las expectativas de los turistas nacionales. Los competidores se mencionan a continuación:

◆ **Municipios con éxito turístico.**

Se hace referencia a aquellos municipios que tienen éxito turístico y que geográficamente se encuentran en la zona de estudio, que destacan en el turismo nacional por sus atractivos y que reciben una alta demanda en diferentes épocas del año.

◆ **Municipios pertenecientes a rutas turísticas**

Se refiere a todos aquellos municipios que están contemplados en las rutas turísticas que están establecidas por el ministerio de Turismo, por medio de ellos se busca reconocer los atractivos que promueven y la organización del municipio con respecto a la ruta.

◆ **Microrregión**

Grupo de municipios que conforman una microrregión que promueva el turismo.

A continuación, se muestra los municipios o asociación de municipios sujetos a estudio que forman parte del mercado competidor, estos se clasifican en competidores directos, indirectos o sustitutos según sus características turísticas.

Tabla 71. Municipios o asociación de municipios que forman parte de los competidores.

MUNICIPIO O ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS	TIPO DE COMPETIDOR	CARACTERÍSTICAS
Suchitoto	Directo	Municipio con éxito turístico, perteneciente al departamento de Cuscatlán, el tipo de turismo por el cual destaca es el ecoturismo; debido a la variedad de atractivos naturales que posee y el turismo artesanal.
Ahuachapán	Directo	Municipio con éxito turístico, perteneciente al departamento de Ahuachapán, el tipo de turismo por el cual destaca es el ecoturismo; debido a la variedad de atractivos naturales que posee y el turismo rural.
Ruta de las Flores	Directo	Ruta turística, conformada por municipios pertenecientes al departamento de Ahuachapán y Sonsonate, los tipos de turismo por el cual destaca son: El ecoturismo, el turismo rural y el turismo gastronómico.

Microrregión de Ahuachapán Centro	Directo	Microrregión de Ahuachapán, el cual destaca por el turismo ecológico, rural y gastronómico.
Chalchuapa	Indirecto	Municipio con éxito turístico, perteneciente al departamento de Santa Ana, el tipo de turismo por el cual destaca es el turismo arqueológico.
Ruta Sol y Playa	Indirecto	Ruta turística, conformada por municipios pertenecientes a la zona costera del país. Su principal atractivo son las Playas.
Microrregión de Ahuachapán Sur	Indirecto	Microrregión de Ahuachapán, el cual destaca por el turismo ecológico, rural y de Sol y Playa.
Juayua	Sustituto	Municipio con éxito turístico, perteneciente al departamento de Sonsonate, el tipo de turismo por el cual destaca es el turismo gastronómico y ecoturismo.
Ruta Fresca	Sustituto	Ruta turística, ubicada en el departamento de Chalatenango, destacada por el turismo artesanal y ecoturismo al contar con hermosos atractivos naturales principalmente montañas.
Ruta de la Paz	Sustituto	Ruta turística, ubicada en el departamento de Morazán, destaca por ecoturismo al poseer atractivos como montañas, cerros, ríos, entre otros.
Ruta Artesanal	Sustituto	Ruta turística, ubicada en el departamento de Chalatenango, San Vicente, Cuscatlán y Cabañas. Destaca por el turismo artesanal, turismo rural y ecoturismo.

6.4. MÉTODO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Técnicas de recolección de información

Las técnicas utilizadas para la recopilación de información del mercado competidor son las siguientes:

- ◆ **Entrevistas personales:** Las entrevistas serán directamente con los administradores o encargados de los establecimientos de los lugares turísticos de interés que sean iguales o similares a los que posee la microrregión, así como a miembros de alcaldías y organización de apoyo al turismo como los centros de atención al amigo turista (CAT).

- ◆ **Compradores encubiertos:** Se realizará las visitas a los establecimientos que poseen los lugares turísticos iguales o similares para determinar los servicios básicos que posee y otros puntos de interés.
- ◆ **Observación directa:** Se realizará la observación directa de los lugares turísticos iguales o similares a los que posee la microrregión, de mayor preferencia por los turistas.

DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información primaria, el instrumento de recopilación de información será diseñado bajo 4 ejes de investigación, los cuales son:

◆ ORGANIZACIÓN TURÍSTICA:

Se investigará cuál es la situación actual de la organización turística de la competencia, si posee un equipo o unidad encargado del desarrollo turístico, apoyo de entidades internas y externas, si poseen plan de desarrollo etc.

◆ OFERTA TURÍSTICA

Se investigará cuáles son los elementos de la planta turística que actualmente posee y los recursos turísticos.

◆ DEMANDA TURÍSTICA

Se investigará aspectos estadísticos, lugares de preferencia, medios de promoción, entre otros aspectos relacionados con la afluencia y demanda turística.

◆ COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Se investigará aquellas características que lo hacen competitivo para el turismo, sus ventajas competitivas, así como los competidores que ha identificado.

Tomando los ejes mencionados anteriormente se prosiguió a diseñar el cuestionario con los siguientes pasos:

- **Primero** se determinó que información necesitábamos sobre el competidor, nos preguntamos cuáles son los datos más relevantes que deseamos obtener. Para ello redactamos los objetivos que debe perseguir la recolección de información, así como los indicadores y resultados esperados.
- En **segundo** lugar, determinamos el tipo de cuestionario que se va a diseñar. En este caso se realizará un cuestionario estructurado con preguntas abiertas.
- Como **tercer** paso se determinó el contenido de cada pregunta, para este paso se identificó la información que necesitamos recolectar, con el fin de tener las preguntas necesarias.
- Como cuarto y último paso se realizó el ordenamiento de las preguntas

El diseño del cuestionario que se utilizará para la realización de la investigación del mercado consumidor está compuesto por las siguientes preguntas como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 72. Proceso de diseño de cuestionario,

EJE	OBJETIVO	INDICADOR	RESULTADOS ESPERADOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	NO.
ORGANIZACIÓN TURÍSTICA	Conocer si la alcaldía apoya al turismo en el municipio.	Apoyo al turismo	Respuesta favorable o desfavorable de apoyo al turismo en el municipio.	¿La alcaldía municipal apoya el turismo del municipio?	1
	Conocer si la alcaldía posee un departamento o unidad de turismo.	Departamento o unidad turística.	Elemento de la organización turística del municipio.	¿Dentro de la alcaldía municipal existe un Departamento o Unidad encargada del desarrollo turístico local?	2
	Conocer las funciones del departamento o unidad de turismo.	Funciones del departamento.	Elemento de la organización turística del municipio.	¿Cuáles son las funciones del Departamento o Unidad turística municipal?	3
	Conocer si se destina un monto económico para el desarrollo turístico.	Presupuesto destinado al turismo.	Elemento de la organización turística del municipio.	¿Existe un presupuesto destinado para el desarrollo turístico del municipio por parte de la Alcaldía?	4
	Conocer si poseen un plan de desarrollo turístico del municipio.	Plan de desarrollo turístico.	Elemento de la organización turística del municipio.	¿Existe un Plan de Desarrollo Turístico del municipio?	5
	Determinar cuál es la organización turística del municipio y otras instituciones involucradas.	Organización de ruta turística.	Elemento de la organización turística del municipio.	¿Existe una organización turística en el municipio o el municipio con otros?	6
	Conocer si posee un plan de desarrollo turístico de la ruta turística a la que pertenece.	Plan de desarrollo turístico.	Elemento de la organización turística del municipio.	¿Existe algún Plan de Desarrollo turístico de la ruta turística a la que pertenece?	7
	Determinar el tipo de apoyo proporcionado por entidades gubernamentales o externas,	Apoyo que recibe la ruta turística	Elemento de la organización turística del municipio.	¿La Ruta turística a la que pertenece recibe algún tipo de apoyo por parte de alguna entidad Gubernamental o externa?	8

OFERTA TURISTICA	Identificar cuáles son los principales atractivos turísticos del municipio.	Atractivos turísticos	Oferta turística del competidor.	¿Cuáles son los principales atractivos turísticos que posee el municipio?	9
	Identificar los servicios e infraestructura turística del municipio.	Infraestructura / Servicios	Oferta de la planta turística del competidor	¿Qué infraestructura y servicios de apoyo posee el municipio para recibir turistas? (alimentación y hospedaje)	10
	Determinar la existencia de guías turísticos en el municipio.	Guías turísticos	Identificación de los guías de turismo del municipio.	¿Posee guías turísticos certificados el municipio?	11
	Conocer la existencia de medios de publicidad y promoción.	Publicidad y promoción	Identificación de los medios de publicidad y promoción.	¿Se realiza publicidad o promoción al turismo del municipio y de la ruta turística a la que pertenece?	12
DEMANDA TURISTICA	Conocer cuál es el motivo principal de	Motivo de afluencia	Afluencia turística en el competidor.	¿Cuál es el motivo principal por el que llegan turistas al municipio?	13
	Conocer los atractivos turísticos más demandados en el municipio.	Atractivo turístico más demandado	Atractivos turísticos preferidos y con más demandados.	¿Cuál es el atractivo turístico que posee mayor demanda por los turistas en el municipio?	14
	Investigar estadísticas de turismo propias del municipio.	Afluencia Turística	Demanda turística del competidor	¿Poseen estadísticas de afluencia turística?	15
	Determinar las características o factores que contribuyen al desarrollo turístico del municipio.	Características turísticas del municipio.	Características favorables que contribuyan al desarrollo turístico.	¿Qué considera que contribuye para que el municipio tenga el desarrollo turístico que posee actualmente?	16
	Conocer el efecto que causa formar parte de una ruta turística.	Afluencia turística	Relación de la demanda turística del municipio con ruta turística.	¿Considera que las personas visitan el municipio porque éste es parte de algún circuito o ruta turística conocida?	17

COMPETITIVIDAD TURISTICA	Identificar las ventajas competitivas que hacen a un municipio o grupo de municipios destacar en el sector turístico.	Ventajas Competitivas	Ventajas o Características que permiten el desarrollo turístico.	¿Cuáles con las características del municipio o asociación de los municipios que han permitido su desarrollo turístico?	18
	Conocer los competidores del municipio.	Competidores	Información de otros competidores.	¿Quiénes consideran que son sus mayores competidores como municipio?	19
	Investigar las características que hacen atractiva a la ruta turística.	Características turísticas.	Características favorables que contribuyan al desarrollo turístico.	¿Qué considera que hace atractivos a estos municipios o rutas turísticas?	20
	Conocer la importancia de la participación ciudadana para el desarrollo turístico local.	Participación Ciudadana	Importancia de la participación ciudadana en el municipio.	¿Cuál es el nivel de participación ciudadana en el desarrollo turístico local?	21

El instrumento de recolección de información del mercado competidor se encuentra en anexo 14.

6.5. SÍNTESIS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

- **MUNICIPIOS CON ÉXITO TURÍSTICO**

A continuación, se presenta una síntesis y análisis de la información recolectada de municipios competidores.



Ilustración 90. Departamento de Cuscatlán, municipio de Suchitoto.

MUNICIPIO: SUCHITOTO
TIPO DE COMPETIDOR: DIRECTO

El municipio de Suchitoto se encuentra ubicada en el departamento de Cuscatlán, al nororiente de San Salvador a 47 kilómetros de distancia.

Caracterizada por ser un pueblo cálido, este rincón rural es considerado una joya histórica nacional por la riqueza de sus atractivos turísticos de su casco central y el emblemático lago de Suchitlán que adorna sus hermosas vistas panorámicas.

Su toponimia náhuatl significa “Lugar del pájaro flor”. Sus calles se caracterizan por ser empedradas y sus casas de apariencia colonial con hermosos balcones. En sus pasajes se encontrará galerías de arte con increíbles muestras del arte nacional y tiendas con productos de madera, telares, vestimenta teñida con añil e innumerables accesorios personales o para decorar el hogar.

En el centro historio se encuentra la emblemática Iglesia Santa Lucía, posee amplia gama gastronómica y vistas panoramas naturales que ofrece el lago Suchitlán, el cual está rodeado de una cadena montañosa impresionante.

- ♦ **ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO**

La alcaldía de Suchitoto apoya al turismo, ya que sabe que es un municipio muy conocido como destino turístico, y sabe que potenciar el turismo trae muchos beneficios para la comunidad del casco urbano y comunidades aledañas.

El municipio de Suchitoto posee el apoyo de diversas organizaciones enfocadas en el desarrollo turístico local, entre las cuales se encuentran: el Comité de Desarrollo Turístico

(CDT), la Alcaldía Municipal, el Centro de Amigos del Turista (CAT), la Oficina Municipal de Turismo, la Unidad Técnica de Plan Maestro y MITUR.

La unidad de turismo es una dependencia de la alcaldía, que nace en el 2001 con el objetivo de fortalecer la parte turística del municipio como tal, es decir vender la oferta turística a los turistas tanto nacionales como extranjeros, para que pueda el turista llegar y encontrar opciones diversas ya sea gastronomía, bares, hostelería, galerías, museos, entre otros, la unidad se enfoca en promover no un par de sitios turístico en específico, sino a todo el municipio como destino turístico.

En cuanto a presupuesto para actividades turísticas, la alcaldía siempre destina una parte del presupuesto para el turismo, para las actividades artísticas que se realizan y las actividades de gran importancia turística como las fiestas patronales, aniversario del título de ciudad y festivales gastronómicos.

El municipio posee un comité de desarrollo turístico, el cual se reelegirá este año, la mayoría de miembros que lo conforman son empresarios y artesanos, así como dos representantes de la alcaldía. Mucho antes de crear el comité se tenía la asociación de desarrollo turístico que se llama ADESTUR, que fue creada hace unos 18 años atrás, esta fue creada por parte de la alcaldía, pero no la encabeza la municipalidad, es una asociación de desarrollo económico local, una organización independiente que incluso tiene personería jurídica. Entre las funciones de esa asociación están: promoción de sus empresas turísticas y en promover el turismo en el municipio, los festivales y actividades que se realizan.

El municipio posee un plan de desarrollo turístico, se hizo un plan desde que Suchitoto fue nombrado como patrimonio cultural por la asamblea legislativa, se creó un plan a nivel de la alcaldía para mantener la parte de infraestructura, la parte artística, la parte cultural y la arquitectónica. Pero a partir de esto se hizo un primer estudio de para conocer el mercado. Y comenzaron a trabajar bajo un plan anual que estaba siendo consensuado con los empresarios del sector turístico. En el 2015, el ministro de turismo visito el municipio y el ministerio junto a la alcaldía trabajaron el plan maestro de turismo. Dicho plan maestro se terminará en el 2021. En este plan están involucrado todos los sectores.

En cuanto a recibir apoyo por parte de alguna organización externa, el municipio recibe ayuda del ministerio de turismo en cuanto a promoción. Pero no se tiene alguna ayuda externa de otra organización.

◆ OFERTA TURISTICA

Los principales atractivos del municipio son: Iglesia de Santa Lucía, Ciudad Vieja (sitio arqueológico), La casa de los recuerdos de Alejandro Cotto, el Lago de Suchitlán, el puerto San Juan, la cascada de los tercios, el Volcán de Guazapa y casa 1800.

Dentro de la infraestructura y servicios de apoyo que posee el municipio para recibir turistas, se encuentran: Alimentación, alojamiento, oficina de turismo, servicios complementarios, operadores de turismo y transporte.

Se cuenta con capacidad para atender la demanda turística, se tiene varios hostales y hoteles con una capacidad en conjunto de albergar 500 turistas, y restaurantes de todo tipo de comida desde europea, mexicana, salvadoreña, etc.

El municipio posee 23 guías de sitios, que en el mes marzo se graduaron, y se dedican a dar tours a nivel local, también el municipio cuenta con operadores de turismo que dan tours a nivel local y a nivel nacional e internacional como Gringo Tours, Sapito Tours, Suchitoto tours, Guazapa tours etc.

Suchitoto turísticamente es parte de las Rutas Coloniales entre Lagos, la Ruta Artesanal y la Ruta Azul.

Se realiza publicidad del municipio y de las rutas a las que perteneces por medio de las redes sociales de la alcaldía, de la unidad de turismo, por medio de programas de televisión y por medio del ministerio de turismo.

◆ DEMANDA TURISTICA

El atractivo turístico más demandado es el Puerto San Juan, ya que más del 90% de los turistas lo visitan, así como las cascadas de los tercios y el Centro Histórico. Siendo el turismo cultural y el ecoturismo los más demandados en el municipio.

El municipio posee datos de afluencia turística, se maneja con dos áreas, el CAT, que lo maneja el MITUR y como alcaldía.

La alcaldía maneja el dato que el 90% de los turistas que visitan Suchitoto, visitan el Turicentro en Puerto San Juan y este turicentro es una dependencia de la alcaldía y

allí pueden manejar un control de afluencia. En el año 2018 se contabilizó alrededor de 130 mil visitantes al año, actualmente según estadísticas se han superado esas cifras ya que en quinto mes de año ya se contabiliza 70 mil visitantes.

Lo que contribuye al desarrollo turístico de este municipio son los lugares turísticos que posee, la variedad de gastronomía y la diversidad de negocios de alimentación y hospedaje para él turista.



Ilustración 91. Vista del municipio de Suchitoto.

◆ COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

El municipio posee diferentes características que lo han llevado a convertirse en un municipio con mucho éxito turístico como: su organización y planificación turística, su diversidad de oferta turística (Sus recursos naturales, historia, gastronomía, artesanías, etc.), la cercanía entre los atractivos turísticos que posee, la publicidad y promoción, pertenecer a diferentes rutas turísticas, contar con una buena infraestructura y servicios de apoyo, entre otros.

Según el encargado de la unidad de turismo de Suchitoto, considera que el municipio no tiene competencia, ya que los atractivos de Suchitoto, tienen características que lo hacen diferentes a los de los demás. Además, Suchitoto es un municipio de alto éxito turístico en el país, lo cual se evidencia que el ganar el festival internacional que se hace cada año en Madrid España, por primera vez El Salvador ganó el primer stand a nivel mundial y lo que se llevó fue Suchitoto, y a partir de eso fue declarado como primer pueblo encantador, por lo que se ofrece en gastronomía, atractivos, etc. Tienen la capacidad de atender a la alta demanda algo que en otros municipios resulta difícil.

Existe una alta participación de la comunidad para las actividades turísticas, tanto por parte de los habitantes del municipio y empresarios, ya que el turismo en el municipio es una de las más importantes actividades económicas, lo cual permite generar fuentes de empleos directos e indirectos, así como generar espacios para el esparcimiento y desarrollo social. El turismo ha permitido ha contribuido al desarrollo económico de la zona urbana del municipio, la zona rural es agrícola, pero se está en proceso de desarrollar el turismo rural comunitario.



Ilustración 92. Departamento de Ahuachapán, municipio de Ahuachapán.

MUNICIPIO: AHUACHAPÁN
TIPO DE COMPETIDOR: DIRECTO

Ahuachapán es un municipio del departamento del mismo nombre, también es la cabecera departamental y es considerada como una de las ciudades más importantes en la zona occidental de El Salvador.

El municipio de Ahuachapán se ubica a 100 kilómetros de distancia de la ciudad capital San Salvador, y se encuentra limitado al norte por San Lorenzo y la República de Guatemala; al este por San Lorenzo, Atiquizaya y Turín; al sur por Juayúa (Departamento de Sonsonate), Apaneca, Concepción de Ataco y Tacuba; y al oeste por la República de Guatemala.

El clima de Ahuachapán varía entre caluroso hacia el norte y el occidente, donde hay muchas llanuras y el clima es benévolo para plantar cereales; y fresco y templado hacia el sur y el oriente de la ciudad de Ahuachapán, donde se inicia una cadena montañosa cuyas tierras son muy propicias para el cultivo del café.

◆ **ORGANIZACIÓN TURISTICA DEL MUNICIPIO**

La alcaldía de Ahuachapán apoya al sector turístico, ya que este sector crece continuamente año con año y trae muchos beneficios a la economía, a la sociedad y al medio ambiente. Por lo que existe dentro del municipio la unidad de turismo, la cual es una dependencia de la

alcaldía, también existe el comité de desarrollo turístico, el cual está conformado principalmente con empresarios del sector turístico y también representación de la alcaldía.

La unidad de turismo trabaja con la población y el consejo municipal de la alcaldía, en actividades turísticas y sociales, coordinando, organizando, planificando y montando los eventos. También son los que reciben a medios de comunicación, turistas y brindan información sobre los destinos turísticos del municipio.

Como alcaldía municipal se cuenta con un presupuesto para las actividades turísticas en las que participa y organiza la alcaldía.

La alcaldía del municipio actualmente no posee un plan de desarrollo turístico como tal, sin embargo, la unidad de turismo si posee un plan de trabajo anual, el cual es aprobado por el consejo municipal. Existen otros planes de desarrollo en los cuales se incluye el turismo, como el plan de desarrollo local. También existen estudios realizados por universitarios donde se incluye a Ahuachapán.

En cuanto a recibir apoyo por parte de alguna organización externa, el municipio recibe ayuda del ministerio de turismo en cuanto a promoción, también cooperación internacional, el CONAMYPE, ONG y empresas del sector privado.

◆ OFERTA TURISTICA

Los principales atractivos del municipio son: Termas de Santa Teresa, los Ausoles, la Laguna el Espino, las Lagunas del Llano, la laguna verde, la laguna de las ninfas, Parque La Concordia, parque nacional el imposible, Parroquia Nuestra Señora de La Asunción, arco duran, turicentro San Ray Mundo, entre otros.

Dentro de la infraestructura y servicios de apoyo que posee el municipio para recibir turistas, se encuentran: Alimentación, alojamiento y sitios de esparcimiento, así como servicios complementarios, entre ellos, financiero, salud, comercial, seguridad, comunicaciones, gasolinera y transporte.

El municipio posee guías turísticos privados, así como operadores de turismo, que ofrecen tours locales, nacionales e internacionales. Ahuachapán pertenece a la ruta de las flores y destaca en el tipo de turismo ecológico o ecoturismo. Se realiza publicidad del municipio y de las rutas a las que perteneces por medio de las redes sociales de la alcaldía, de la unidad de turismo y por medio del ministerio de turismo.

◆ DEMANDA TURISTICA

Los atractivos turístico más demandado son: Termas de Santa Teresa, los Ausoles, el centro histórico y parque nacional el imposible.

El municipio posee datos de afluencia turística en función de los registros de visitantes que se tienen en los parques administrados por la alcaldía y de manera aproximada cuando se realizan festividades o eventos turísticos.

Lo que contribuye al desarrollo turístico, los atractivos naturales que posee, la amabilidad de las personas y



Ilustración 93. Termas de Santa Teresa.

los buenos servicios de apoyo con los que se cuentan (Alimentación, transporte, hospedaje, etc.).

◆ **COMPETITIVIDAD TURISTICA**

El municipio destaca en el tipo de turismo ecológico o ecoturismo. Entre las características que le han permitido desarrollarse turísticamente estas: El apoyo de entidades gubernamentales de turismo, el apoyo de la comunidad, el trabajo en conjunto entre emprendedores y alcaldía, el clima, la oferta turística y la organización.

La unidad de turismo considera que los competidores en turismo podrían ser los municipios que conforman la ruta de las flores, por su proximidad y oferta turística parecida y variada. Existe una alta participación de la comunidad para las actividades turísticas, tanto por parte de los habitantes del municipio y empresarios, estos trabajan coordinadamente y establecen alianzas y estrategias de trabajo.

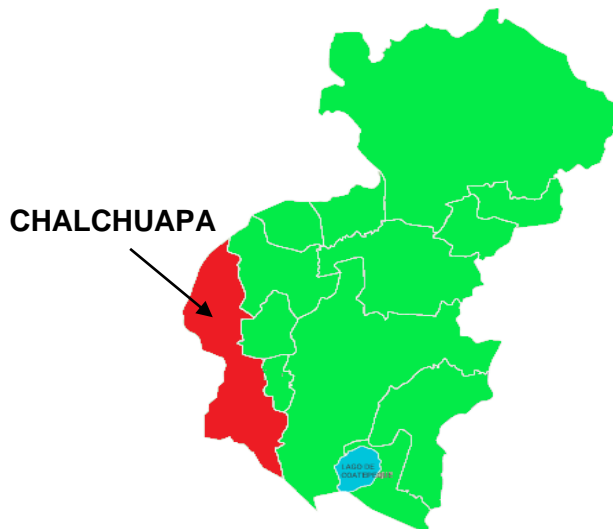


Ilustración 94. Departamento de Santa Ana, Municipio de Chalchuapa.

MUNICIPIO: CHALCHUAPA **TIPO DE COMPETIDOR: INDIRECTO**

Chalchuapa está ubicada a 79 kilómetros de San Salvador, a una altura de 710 metros sobre el nivel del mar, Chalchuapa fue el más notable centro de la civilización de los Pokomanes, pueblo de la familia Maya-Quiché y constituye la zona arqueológica más grande del El Salvador. En Chalchuapa se encuentran los sitios arqueológicos de El Tazumal, Casablanca, Trapiche, Pampe y Las Victorias. La arqueología demuestra que es una de las comunidades vigentes con mayor antigüedad del hemisferio.

El clima del municipio se clasifica en sabana tropical caliente o tierra caliente en el casco urbano y zonas cercanas con elevaciones en el rango de 0 a 800 msnm. La elevación promedio es de 700 msnm.

◆ ORGANIZACIÓN TURISTICA DEL MUNICIPIO

La alcaldía de Chalchuapa apoya al turismo, ya que el sector turístico, apoya positivamente al desarrollo local del municipio. Este es el municipio más representativo de la arqueología salvadoreña y también destaca por sus atractivos naturales.

El municipio de Chalchuapa posee diversas organizaciones en pro del desarrollo turístico, entre las cuales se encuentran: el Comité de Desarrollo Turístico (CDT), la Alcaldía Municipal, la Unidad de Turismo y la Asociación de desarrollo turístico de Chalchuapa.

La unidad de turismo es una dependencia de la alcaldía, la cual es la encargada de realizar esfuerzos para dar a conocer la riqueza cultural y turística que posee el municipio.

También se encargan de la organización y planificación de actividades turísticas en conjunto con otras dependencias de la alcaldía. Trabajan de la mano con actores locales y emprendedores del municipio.

Cada año la alcaldía incorpora en su presupuesto, un monto para el sector turismo que se desglosa en pago de salario para la unidad de turismo, presupuesto para publicidad y promoción, para actividades turísticas, entre otros.

La alcaldía del municipio posee un plan maestro de trabajo para el desarrollo turístico, también existen muchos estudios realizados en favor al desarrollo turístico del municipio, como planes de desarrollo turístico que involucran diferentes municipios de Santa Ana y Ahuachapán donde incluyen a Chalchuapa, diagnóstico del estado actual del conjunto histórico cultural de Chalchuapa, Plan de ordenamiento y desarrollo territorial, Plan de manejo de sitios arqueológicos, diagnósticos del estado actual de los sitios turísticos, entre otros.

En cuanto a recibir apoyo por parte de alguna organización externa, el municipio recibe ayuda del ministerio de turismo en cuanto a promoción, también ONG o empresas del sector privado han sido patrocinadores en algunos eventos.

◆ OFERTA TURISTICA

Los principales atractivos del municipio son: El Tazumal, Casablanca, Trapiche, Iglesia Santiago Apóstol, Centro Histórico, volcán Chingo y la laguna Cuzcachapa.

Dentro de la infraestructura y servicios de apoyo que posee el municipio para recibir turistas, se encuentran: Alimentación, alojamiento y quiosco de información turística. El municipio dispone de servicios complementarios, entre ellos, financiero, salud, comercial, seguridad, comunicaciones y transporte. Además, posee equipamiento urbano institucional, religioso, deportivo, áreas verdes y espacios públicos.



Ilustración 95. Sitio Arqueológico El Tazumal.

El municipio posee guías turísticos privados y por parte de la alcaldía solo para días o eventos especiales. Chalchuapa parte de las rutas turísticas de Rincón Maya de El Salvador, ruta arqueológica y Ruta Rural y Cultural.

Se realiza publicidad del municipio y de las rutas a las que perteneces por medio de las redes sociales de la alcaldía, de la unidad de turismo y por medio del ministerio de turismo.

◆ DEMANDA TURISTICA

Los atractivos turísticos más demandado son El Tazumal, el centro histórico del municipio y la visita al festival gastronómico.

El municipio posee datos de afluencia turística en función de los registros de visitantes que se tienen en los parques administrados por la alcaldía. Lo que contribuye al desarrollo turístico, son los tipos de atractivos turísticos que posee, la gastronomía y la diversidad y buenos servicios de apoyo con los que se cuentan (Alimentación, transporte, hospedaje, etc.).

◆ COMPETITIVIDAD TURISTICA

El municipio destaca en el tipo de turismo arqueológico, gastronómico y ecoturismo. Además, posee variados servicios turísticos de alojamiento, alimentación, comercio, entre otros, lo cual contribuye a que las visitas de las personas sean más cómoda y satisfactoria.

La unidad de turismo considera que en turismo arqueológico no posee competencia nacional, ya que cuenta con recursos turísticos representativos y de demanda local, nacional e internacional. En cuanto al ecoturismo, si tendría competencia ya que otros municipios ofrecen una oferta turística natural parecida. En gastronomía destaca la yuca, los chicharrones y el berro.

Existe una alta participación de la comunidad para las actividades turísticas, tanto por parte de los habitantes del municipio y empresarios, ya que el turismo es una herramienta para el desarrollo local, general empleos, permite la creación de espacios de convivencia y promueve la preservación de tradiciones, cultural y medio ambiente.

MUNICIPIO: JUAYÚA **TIPO DE COMPETIDOR: SUSTITUTO**

Juayúa se encuentra localizado en la ciudad de Sonsonate. Ubicada a 80 kilómetros al oeste de San Salvador, su clima es fresco y agradable debido a las montañas que la rodean. Juayúa es un pueblo precolombino pipil y su nombre significaría “Río de las Orquídeas Moradas”, aunque también se dice que proviene de Cuahua, xuayua y Juayúa, de origen nahuatl y significa “Donde hay árboles” o “En la Arboleda” por las raíces “Cahuit”: árbol y “Hua”: que posee.

Juayúa forma parte de la “Ruta de las Flores” y es un destino obligado para los turistas, ya que ofrece una amplia oferta de esparcimiento. Entre los atractivos principales también se encuentran el verdor de los cafetales, su gastronomía, artesanías y las aguas que brotan de las montañas que la rodean. Los Chorros de La Calera son cuatro diferentes cascadas que se puede explorar una tras la otra, y son parte de la “Ruta de las Siete Cascadas”, uno de los destinos más atractivos de este pueblo. Al centro del pueblo se encuentra una iglesia dedicada al “Cristo Negro”, considerado milagroso. Los fines de semana se realiza el famoso festival

Gastronómico, una de las actividades más populares entre los turistas que visitan Juayúa. Otro de los atractivos interesantes es el Conga Bus, un autobús de dos plantas que hace un recorrido por el lugar con música a bordo.

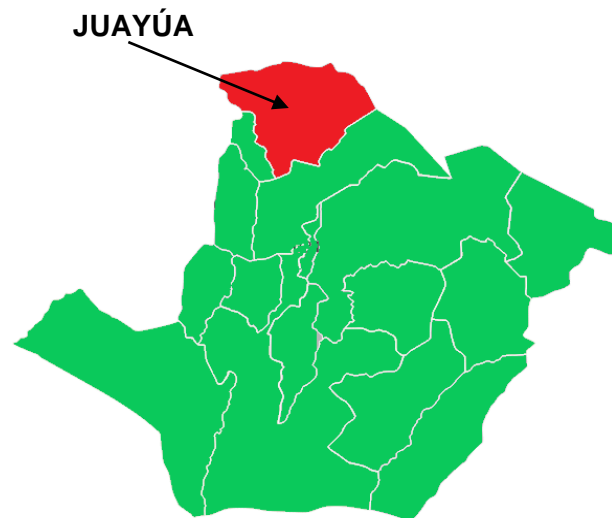


Ilustración 96. Departamento de Sonsonate, municipio de Juayúa.

◆ ORGANIZACIÓN TURISTICA DEL MUNICIPIO

La alcaldía de Ahuachapán apoya al sector turístico debido al impacto económico social, ambiental y económico que ha causado al municipio, es por ello que la alcaldía creó la unidad de turismo, la cual cuenta con su propia oficina frente al parque central.

La unidad de turismo se encarga de brindar información turística a los visitantes, información histórica, información de sitios turísticos, de restaurantes, de alojamiento, de transporte, y guiarlos a los mejores accesos para llegar a su destino. Es decir que da a conocer la oferta del municipio o de la ruta turística a la que pertenece. También trabaja en la decoración del parque central o de las festividades, coordina el mantenimiento de los sitios o lugares turísticos administrados por la alcaldía, así como trabajan en la planificación de actividades o eventos turísticos. Como alcaldía municipal se cuenta con un presupuesto para las actividades turísticas en las que participa y organiza.

La alcaldía del municipio posee un plan municipal de turismo el cual ejecutan actualmente y como ruta, poseen un plan de desarrollo turístico que se elaboró en el marco de la feria de pueblos vivos.

En cuanto a recibir apoyo por parte de alguna organización externa, el municipio recibe ayuda del ministerio de turismo en cuanto a promoción, también patrocinio en eventos de parte de algunas marcas o negocios privados, ONG, asistencia técnica por parte de organismos internacionales y materiales publicitarios en las ferias de pueblos vivos.

◆ OFERTA TURISTICA

Los principales atractivos del municipio son: los chorros de la calera, el festival gastronómico, el tour de las 7 cascadas, rectilandia, los transportes turísticos, las artesanías, entre otros.

El atractivo principal y el más posicionado es la Feria gastronómica, data de 1997, el municipio fue el pionero de la realización de ferias gastronómicas. Antes se realizaba cada 3 meses, luego por eventos, después, cada dos meses, luego dos veces en el mes, hasta en la actualidad que se realiza todos los fines de semana.

Dentro de la infraestructura y servicios de apoyo que posee el municipio para recibir turistas, se encuentran: Alimentación, alojamiento y sitios de esparcimiento, así como servicios complementarios, entre ellos, financiero, salud, comercial, transporte, entre otros. Aproximadamente se cuenta con 15 restaurantes, gran número de comedores, y 12 sitios de alojamiento.

Se cuenta con 4 guías turísticos en la unidades, los cuales han sido certificados por el MITUR, además de 22 guías de turismo que pertenecen a la asociación UECOTUR, los cuales realizan tours extremos las 7 cascadas, otros sitios locales y en la ruta de las flores.

La oficina da publicidad y promoción turística, por medio de redes sociales de la oficina, ministerio de turismo, fan page del municipio y en redes sociales de la ruta de las flores. Así como medios de comunicación televisivos que realizan reportajes. Juayúa pertenece a la ruta de las flores y destaca en el tipo de turismo gastronómico.

◆ DEMANDA TURISTICA

Los atractivos turístico más demandado son: la feria gastronómica, chorros de la calera, el clima del municipio y el parque central.

El municipio posee datos aproximados de afluencia turística en función de los registros de visitantes que se tienen en los parques administrados por la alcaldía, de los parqueos del municipio y de sondeos realizados. Anteriormente la unidad de turismo tenía un libro de visitas, con el cual manejaban datos de afluencia turística, sin embargo, se dejó de realizar debido a que el método dejaba de lado a las personas que no llegaban a la oficina de turismo, por lo que tenían datos principalmente de turista extranjero. Los datos de afluencia turística aproximada, con los que se cuentan son: Afluencia de 2,000 a 3,000 personas semanales, siendo el fin de semana el de mayor afluencia. Para días feriados se tiene una afluencia de entre 5,000 a 6,000 visitantes y para festivales o actividades turísticas de gran importancia, entre 10,000 a 20,000 personas.



Ilustración 97. Vista del municipio de Juayúa.

Lo que ha contribuido al desarrollo turístico del municipio, son sus atractivos naturales, el festival gastronómico y el clima fresco. El pertenecer a una ruta turística, también aumenta su nivel de demanda.

◆ COMPETITIVIDAD TURISTICA

El municipio destaca en el tipo de turismo gastronómico y ecoturismo. La unidad de turismo considera que no posee competidores ya que el turismo de Juayúa tiene características especiales que los diferencia de los demás y los hace un destino único. Juayúa es más visitados en horas de la mañana y medio día.

El ser el corazón de la ruta de las flores, le ha permitido aumentar su demanda turística, ya que se puede acceder a dicho municipio por diferentes puntos, como Santa Ana, Sonzacate, Sonsonate y Ahuachapán. Otro factor relacionado, que contribuye a su desarrollo turístico es que en 15 a 20 minutos puede desplazarse a otro destino turístico dentro del municipio o a otro municipio aledaño. Además, en corto tiempo se puede recorrer diferentes destinos de la ruta a la que pertenece. También el clima fresco del municipio es bastante atractivo y agradable para los turistas.

Existe una alta participación de la comunidad para las actividades turísticas, un 75% de la población del municipio se involucra en actividades turísticas, decoran sus casas para que los visitantes admiren las fachadas de casa y negocios. También los negocios colaboran con refrigerios a invitados y publicidad en sus redes sociales para eventos del municipio.

- **MUNICIPIOS PERTENECIENTES A RUTAS TURÍSTICAS.**

A continuación, se presenta una síntesis y análisis de la información recolectada de rutas turísticas.

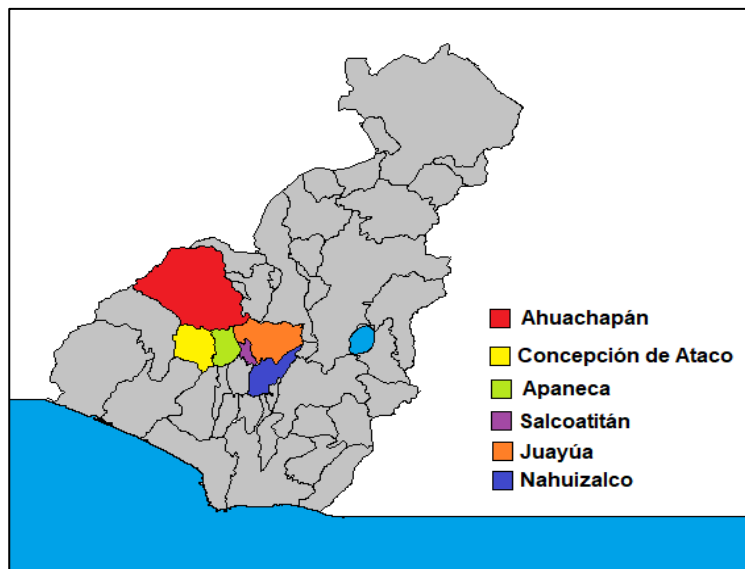


Ilustración 98. Municipios que forman parte de la ruta de las flores.

RUTA TURÍSTICA O ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS: RUTA DE LAS FLORES TIPO DE COMPETIDOR: DIRECTO

En el Occidente del país se encuentran montañas y elevaciones importantes sobre el nivel del mar, entre ellas se destaca la Cordillera Apaneca-Ilamatepec, cuya parte más alta alcanza los 2,381 m. En una buena parte de estas elevaciones se ubican seis municipios: Ahuachapán, Concepción de Ataco, Apaneca, Juayúa, Salcoatitán y Nahuizalco, los cuales se comunican por una carretera a la que se le llamó Ruta de Las Flores.

La Ruta de Las Flores está rodeada de mucha historia, con la participación de personajes e instituciones que han tenido relevantes actuaciones para alcanzar el reconocimiento de la población de El Salvador y la afluencia del turismo internacional.

Una Ruta Turística es la integración de los diferentes espacios turísticos a través del manejo de recorridos turísticos con la interpretación de elementos tales como actividades productivas, atractivos paisajísticos u otro atractivo que permita ofrecer una experiencia de calidad con un manejo creativo de los recursos existentes (áreas naturales, artesanías, atractivos especiales, tradiciones, gastronomía, entre otros).

◆ ORGANIZACIÓN TURISTICA

Es una de las rutas más reconocidas de El Salvador y es famosa por su gastronomía, sus atractivos naturales, así como por sus pintorescos municipios. La Ruta recibe apoyo por parte del ministerio de turismo ya sea por medio de capacitaciones que permite que desarrollen sus productos o publicidad en diferentes temporadas del año, además como parte de las estrategias para que la ruta turística se posicione, se menciona el trabajo coordinado entre los comités de turismo de los municipios que forman parte de la ruta, así como la estrategia de Pueblos Vivos, programa impulsado por CORSATUR. Existe un plan de desarrollo turístico de la ruta elaborada en el marco de la estrategia de pueblos vivos.

No todas las alcaldías de los municipios que conforman la ruta poseen unidad u oficina de turismo, sin embargo, siempre hay alguien encargado del área turística. El CAT de Ruta de las Flores trabaja de la mano con estos municipios, en representación de los esfuerzos turísticos del MITUR.

◆ OFERTA TURISTICA

Ahuachapán

Entre sus atractivos turísticos se encuentran: la Iglesia Nuestra Señora de la Asunción, en el centro histórico de la ciudad; el pasaje La Concordia, a un costado de la iglesia; el Centro para la Cultura y las Artes Alfredo Espino, los Ausoles (emanaciones de vapor que surgen de las entrañas de la tierra), estos y los ausoles de Berlín, en el oriente del país, generan el 23% de la energía que demanda El Salvador.

Concepción de Ataco

Entre sus atractivos turísticos se encuentran: los cafetales, la gastronomía gourmet y típica nacional. Festividades como el Día de los Farolitos, tradición que ha permanecido viva durante más de 200 años.

Apaneca

Entre sus atractivos turísticos se encuentran: El café; debido a su altitud, la zona produce café de la más alta calidad, los hoteles y restaurantes sumando sus dos lagunas “Las Ninfas” y “Laguna Verde” atraen al turista a esta ciudad prehispánica en la cual se encuentran las esculturas conocidas como “Gordinflones” ubicadas en fincas cafetaleras. La práctica del deporte de aventura como recorrido en buggies y canopy, al igual que ecoturismo como paisajismo y senderismo, pueden ser practicados en Apaneca.

Juayúa

Entre sus atractivos turísticos se encuentran: Sus viveros de plantas ornamentales, sus cultivos de café y la gastronomía son peculiares atributos turísticos de esta ciudad, donde cada fin de semana, desde 1997, se organiza una feria gastronómica en el centro de la ciudad. Adicionalmente, Juayúa dispone de lugares para ecoturismo tales como el Río Monterrey,

Salto de la Lagunilla Azul, Los Chorros de la Calera, El Tequezal, La Laguna Seca o de Las Ranas, Laguna Verde, Cerro El Águila y El Pilón.

Salcoatitán

Entre sus principales atractivos turísticos se encuentran: su gastronomía típica, que se comercializa en la plaza del pueblo; la artesanía y el método que se utiliza para la elaboración de los murales de mosaicos; y las galerías de arte regional en donde encontrará objetos para decorar su hogar de mimbre, tejidos, vestidos de manta teñidos de añil y cochinilla, colorantes naturales y piezas de arte y cultura.

Nahuizalco

Entre sus principales atractivos están: su plaza central y sus mercados, incluyendo el mercado nocturno, exclusivo de ese municipio. Cuenta con mucha riqueza artesanal, de la cual destaca la producción de artesanías elaboradas con mimbre y tule, además de la elaboración de artículos como sombreros, petates, embutidos y fabricación de muebles y artesanías de madera. El Museo Conmemorativo Pipil es un lugar cultural que se recomienda a turistas en general para conocer los asentamientos indígenas. Es uno de los últimos lugares donde unas pocas personas aún hablan el idioma pipil (Náhuatl). La Iglesia de San Juan Bautista, construida en el siglo XVIII, así como las cascadas y el Centro de Desarrollo Artesanal, el cual puede ser visitado para conocer los procesos productivos para la fabricación de artesanías de diferentes naturalezas.

En cuanto a su publicidad y promoción, esta ruta turística se ve promovida en las redes sociales de las alcaldías de los municipios que la conforman, unidades de turismo, oficinas de turismo, empresarios de la zona, el MITUR, el CAT y los operadores de turismo. También existen páginas web y reportajes televisivos realizados con el fin de informar de los sitios y actividades turísticas que posee, así como para darle promoción.

◆ DEMANDA TURISTICA

Para el control o realización de estadísticas de afluencia turística la oficina de CAT Ruta de las Flores lleva control, pero solo en temporadas altas (Zona de acción Ruta de las Flores) y se hace de manera generalizada, no se realiza sondeos por municipios. Entre los datos que ellos poseen están; que, para la semana santa del año 2018, se contó con una afluencia de 88,628 personas, del 24 de marzo al 2 de abril, dicho dato se obtuvo en base a sondeos realizados en restaurantes, hostales y hoteles de la zona de acción; así mismos sondeos de monitoreo realizados en Ruta de Las Flores.

Para él las vacaciones de agosto, Con base en sondeo de ocupación en alojamiento y restaurantes La Ruta de las Flores, se determinó una afluencia de 58,750 personas; y para navidad y año nuevo de 2018, 86,085 personas.

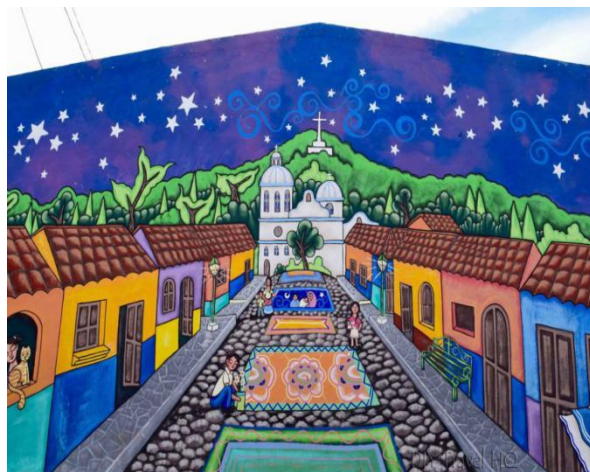


Tabla 73. Murales en ruta de las flores.

◆ **COMPETITIVIDAD TURISTICA**

El éxito turístico de la ruta de las flores se debe a la organización y cooperación que existió entre las municipalidades de los municipios que la conforman y principalmente a la colaboración de los empresarios del sector como: dueños de parques privados, hoteles, restaurantes, artesanos, operadores de turismo, empresas de transporte, comerciantes, entre otros. Además, el ser reconocido nacionalmente como ruta turística y el apoyo brindado por organizaciones gubernamentales con asesoramiento técnico, recursos económicos y publicidad abono a su desarrollo turístico. La oferta turística y el clima, son factores importantes que el visitante disfruta en esta ruta turística. El apoyo de la comunidad también es un factor importante en su desarrollo, ya que la amabilidad de las personas de la localidad, la información que brindan y apoyar las actividades que se realizan ha sido un gran aporte a su desarrollo turístico, ya que el desarrollo turístico de la ruta ha contribuido a la comunidad con generación de fuentes de empleo, imagen de seguridad, contar con sitios de esparcimiento, desarrollo social, entre otros.

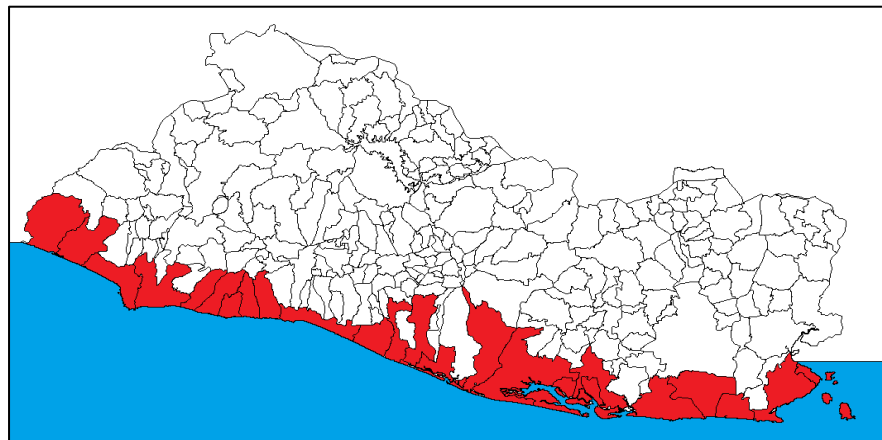


Ilustración 99. Ruta Sol y Playa.

RUTA TURÍSTICA O ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS: RUTA SOL Y PLAYA **TIPO DE COMPETIDOR: INDIRECTO**

Está compuesta por las mejores playas de El Salvador donde se puede disfrutar de la calidez de sus aguas, la práctica de diversos deportes y una amplia oferta de hoteles y restaurantes. Esta ruta turística del país es la más demandada a nivel nacional e internacional.

◆ **ORGANIZACIÓN TURISTICA**

Esta ruta turística es muy apoyada por las alcaldías de los municipios que la conforman, por sus unidades de turismo, los comités de desarrollo turístico, el MITUR, empresarios del sector turístico y el CAT de La Libertad. El ministerio ha desarrollado diferentes proyectos en esta ruta, actualmente se está trabajando en el proyecto de la plaza marinera.

Esta ruta es de gran importancia en el desarrollo local, ya que ha permitido el aumento de empleos directos e indirectos, así como desarrollo en infraestructura y desarrollo social.

Actualmente existe un plan de desarrollo turístico para la ruta turística, sin embargo, no todas las zonas lo están implementando. El CAT tiene un plan de trabajo turístico, en el cual se contempla la ayuda técnica, de información y promoción de este sector.

◆ OFERTA Y DEMANDA TURISTICA

El Salvador ofrece a los visitantes más de 300 kilómetros de bellas playas, entre ellas dos de las mejores playas del mundo para practicar el surf, como son: El Sunzal y playa La Paz, existen otros puntos donde también donde existen olas magníficas para este deporte como son El Zonte, La Perla, Punta Mango, entre otras.

De occidente a oriente se puede encontrar más de 45 playas donde se puede disfrutar de las cálidas aguas, revitalizantes olas y la blanca espuma del océano pacífico, con una variedad impresionante que va desde la arena negra de origen volcánico hasta playas de arena dorada de concha molida.

En la costa de El Salvador hay un bello golfo ubicado en la frontera oriente del país en el departamento de La Unión el cual posee aguas compartidas con Honduras y Nicaragua, dentro de aguas salvadoreñas podemos conocer la isla de Meanguera, con mucha riqueza histórica por su fama de haber recibido embarcaciones de todo tipo en el tiempo de la colonia, se puede llegar a esta isla por medio de lanchas que parten del puerto de La Unión.



Ilustración 100. Playa El Sunzal.

En el país existen tres zonas de manglares que son: Estero de la Barra de Santiago, Estero de Jaltepeque y la Bahía de Jiquilisco, en estas zonas y en la bahía usted puede practicar deportes como el ski acuático, natación, navegación, kayaking, snorkeling, pesca artesanal y deportiva u otras actividades acuáticas, así como ir mar afuera a través de sus bocanas.

Todas las playas de El Salvador tienen excelentes accesos a través de calles pavimentadas, en muy pocas habrá que recorrer muy breves espacios de carreteras de tierra, la carretera costera (litoral) conecta con todas las playas, se puede cruzar toda la costa de salvadoreña en 5 ó 6 horas sobre esta carretera, en ella se pueden observar impresionantes vistas del océano pacífico y en esta ruta encontrará muchos restaurantes con frescos productos del mar como; ostras, langostas, camarones, pescados, calamares, pulpos, caracoles u otras exóticas comidas del mar, las que se pueden acompañar con un coco, un jugo de mandarina u otro tipo de bebida, todo servido con la gentileza de la amistosa y cálida gente salvadoreña.

En El Salvador hay una amplia oferta de servicios turísticos como hoteles de playa, clubes y restaurantes, servicios de lanchas, operadores de kayaks, centros de buceo, instructores de surf y muchas atracciones que le invitarán a disfrutar de la costa salvadoreña.

El MITUR, CORSATUR, CAT y los municipios de la zona costera están desarrollando una campaña de promoción y publicidad a través de las redes sociales. El CAT maneja datos de afluencia turística en temporadas vacacionales, a través de métodos que involucran la afluencia en restaurante, alojamientos y parqueos.

◆ COMPETITIVIDAD TURISTICA

La ruta de sol y playa es la más exitosa, ya que es la que recibe mayor demanda nacional e internacional. Entre las principales características que esta ruta posee que la ha llevado a recibir grandes afluencias de visitantes están: Se pueden visitar diferentes playas en un tiempo corto, existen diversidad de restaurantes con diferentes tipos de platillos, los precios de los servicios turísticos son variados, es decir existe una oferta económica y una oferta de alto precio, existe diferentes tipos de alojamiento, posee playas con olas propicias para practicar Surf y realizar competencias internacionales, cada una de las playas tiene características diferentes, existe una buena organización de emprendedores, entre otros.

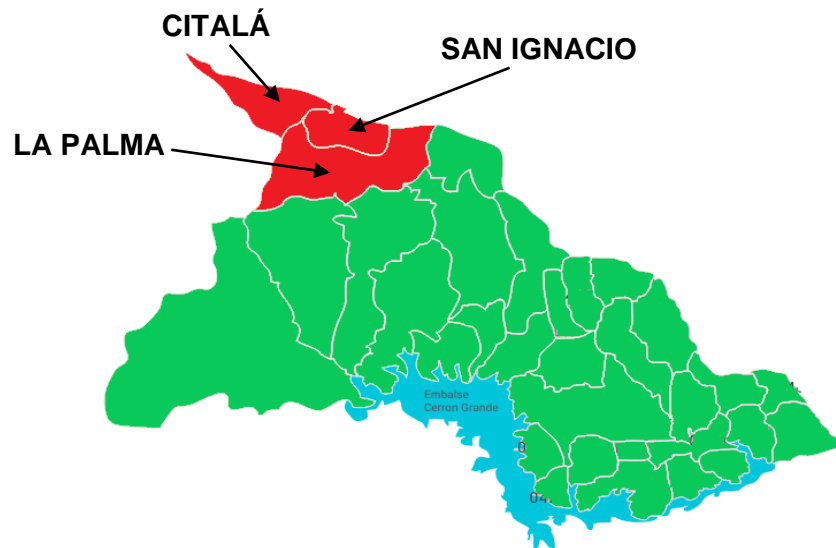


Ilustración 101. Departamento de Chalatenango, municipios que conforman la ruta fresca.

RUTA TURÍSTICA O ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS: RUTA FRESCA TIPO DE COMPETIDOR: SUSTITUTO

La Ruta Fresca está ubicada en el departamento de Chalatenango, al norte de El Salvador e integrada a la Región Trifinio. Está conformada por los municipios: La Palma, San Ignacio y Citalá. En esta región se puede disfrutar de sus mercados artesanales con piezas únicas en Latinoamérica, café gourmet y un descanso placentero en los hostales de montaña.

La Ruta Fresca es una de las principales rutas turísticas a nivel nacional, que cautiva sobre todo al mercado nacional, por sus atractivos naturales, historia, cultura y su amplia oferta en hoteles y restaurantes tanto en la zona rural, urbana y de montaña. Además de otros servicios turísticos que se han ido desarrollando, gracias al potencial de los municipios que los componen: cooperativas de jóvenes que ofrecen deportes extremos, guías locales certificados, diversidad de productos agro turísticos, y servicios turísticos que permiten al turista y visitante conocer de primera mano los atractivos de la zona.

La creación de esta ruta fue apoyada por varias organizaciones internacionales entre las que se encuentra Fomilenio. Uno de los tipos de turismo que se apoya es agroturismo en donde

los visitantes pueden visitar los cultivos de hortalizas, flores ornamentales y frutas que se siembran en esta zona alta de El Salvador para poder apreciar el proceso de siembra y cuidado. Así como comprar fruta y hortalizas frescas directamente de la tierra

◆ ORGANIZACIÓN TURÍSTICA

Las alcaldías de las rutas turísticas de los municipios apoyan al turismo de su municipio, así como al desarrollo de la ruta turística. El Centro de Atención de Amigo al turista de La Palma trabaja con la ruta fresca, principalmente con los comités de desarrollo turístico. Los comités de desarrollo están compuestos por personas de la comunidad, empresarios y miembros de la alcaldía.

El CAT de la Palma trabaja con un presupuesto del CORSATUR, dependencia del MITUR, las alcaldías también destinan un poco de su presupuesto para el desarrollo de la ruta turística. La palma y San Ignacio son los que poseen comité de desarrollo turístico, sin embargo, actualmente no existe un plan de desarrollo turístico de la ruta fresca.

◆ OFERTA TURISTICA

Cuenta con 28 atractivos y una oferta turística de servicios de alojamiento, gastronomía diversa, reservas naturales y diversión extrema para que sus visitantes puedan disfrutar al máximo de una experiencia inolvidable. Entre los principales atractivos están: Peñón de Cayaguanca, el Pital, el río Julupa, Cantón el Rosario, los cultivos de hortalizas, flores ornamentales, el cerro El Marrano que cuenta con bosques de pino y café, el mirador San Antonio, con mil 200 metros de altura, entre otros. El ambiente de la ruta turística posee un clima fresco, personas amables y mucho contacto con la naturaleza.

LA ruta cuenta con 33 guías certificados por corsatur, su publicidad y promoción se realiza en las páginas de Facebook e Instagram de los municipios, comités de turismo, negocios del sector, CAT, MITUR. También por medio del CAT se distribuyen brochures informativos. Adicionalmente se realiza promoción de festivales por medios televisivos, prensa y radio.

◆ DEMANDA TURISTICA

El motivo principal por el que realizan turismo en la ruta fresca es por el clima y el tipo de turismo agrícola o agroturismo. El atractivo que posee más demanda es el Pital.

El Centro de Atención de Amigo turista de La Palma posee estadísticas de afluencia en temporada vacacional, el método para obtener estos datos son visitar hoteles y restaurantes, a dejar un formato que sirven para determinar el número de turistas tendidos, etc. Para vacaciones de semana santa en el año 2018 se atendieron 51,491 personas aproximadamente, en vacaciones agostinas 36,836 personas aproximadamente y en vacaciones de navidad y fin de año 35,553 personas aproximadamente.



◆ COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Lo que contribuye al desarrollo de la ruta turística son: la organización de los actores locales, la planificación, solicitar el apoyo con las instancias correctas y ser pioneros en innovación sin perder identidad. Estos municipios son visitados por pertenecer a la ruta fresca, ruta que se creó en el 2015, la cual solo fue reconocida por la estrategia pueblos vivos como circuitos, estos municipios también pertenecen a la ruta artesanal.

Los competidores de los municipios o de la ruta son: como municipio, La Palma de San Ignacio y viceversa, Tejutal por el desarrollo económico, y Suchitoto por su éxito turístico. Estos municipios son atractivos por su cultura, historia y en el caso de Suchitoto por sus productos a base de añil.

El nivel de participación de la ciudadanía para el desarrollo turístico de la ruta es de aproximadamente un 85% respecto a los empresarios un 90%

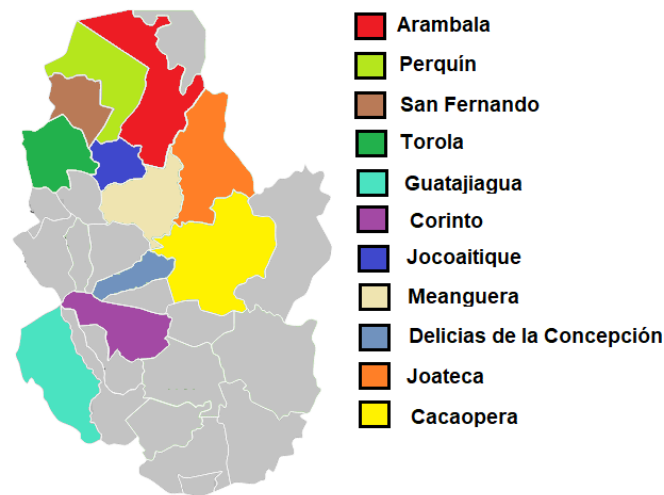


Ilustración 103. Municipios que conforman la ruta de la Paz.

RUTA TURÍSTICA O ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS: RUTA DE LA PAZ
TIPO DE COMPETIDOR: SUSTITUTO

Esta ruta ha sido nombrada de esta manera por el periodo de tranquilidad que se goza en la zona, después de 12 años de guerra civil; ya que esta zona fue uno de los principales escenarios de grandes batallas. Esta ruta está compuesta por sitios que ahora se han transformado en entornos apacibles llenos de belleza natural, con ríos cristalinos, cascadas y sitios ideales para hacer camping y hiking.

La ruta de la Paz se encuentra localizada en el departamento de Morazán e incluye un variado número de pueblos. El departamento de Morazán se encuentra ubicado en la zona oriental de El Salvador; su cabecera departamental es San Francisco Gotera, que se encuentra a 167 km de la ciudad de San Salvador.

Miembros de esta ruta son: Perquín, Arambala, Joateca, Cacaopera, Corinto, Jocoaitique, Meanguera, San Fernando, Torola, Delicias de la Concepción, Guatajiagua.

Aquí se mezclan la cultura de los antepasados y sus tradiciones indígenas, con la historia reciente y la aventura de convivir directamente con la naturaleza. Esta ruta brinda la oportunidad de conocer la historia contemporánea de El Salvador, las raíces culturales heredadas de los antiguos pobladores indígenas de origen Lenca. Los pueblos que integran

la ruta de la Paz poseen tradiciones muy arraigadas de sus antepasados pobladores, las cuales pueden apreciarse en la vida cotidiana de los habitantes de estos pueblos.

◆ ORGANIZACIÓN TURÍSTICA

Esta ruta turística es organizada por representantes de las alcaldías de los municipios miembros, así como empresarios del sector. También trabajan de la mano con CAT Ruta de la Paz, dependencia del MITUR.

La ruta es promovida por operadores de turismo nacionales, a pesar de que no han desarrollado la oferta turística de los municipios, pero han contribuido con la promoción de los destinos, ofreciendo a los turistas por medio de la visita a cada municipio diferentes actividades que no son repetitivas y que complementan integralmente su experiencia en Morazán.

◆ OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

Entre los principales atractivos turísticos de la ruta de la paz están: río Sapo, las pilas, museo de la revolución, llano del muerto, cueva del espíritu santo, Cerro Perquín, El Chorreron, El Museo Winakirika cuyo nombre significa “lo de nuestro Pueblo” en lengua Kakawira, El Río Torola y Corinto sitio arqueológico que consiste en un abrigo rocoso de 39m de largo.

Cuenta con varios restaurantes y hoteles de montaña, que están rodeados de extensos pinares y riachuelos

Esta ruta turística posee montañas, ríos y cascadas, así como de importantes lugares históricos.



Ilustración 104. Perquín, Morazán.

◆ COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

El clima en los municipios de la ruta turística es agradable y zona de abundantes pinares lo cual es ideal para practicar ecoturismo y ha favorecido al aumento de la demanda. Los servicios de apoyo contribuyen a tener mayor ventaja competitiva ya que se cuenta con diversidad de restaurantes, hostales de montaña, ríos, cascadas y mucha historia.

RUTA TURÍSTICA O ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS: RUTA ARTESANAL TIPO DE COMPETIDOR: SUSTITUTO

La ruta artesanal integra diferentes tipos de atractivos, tales como altas montañas, pueblos de artesanos, lugares eco turísticos, ciudades encantadoras bellamente decoradas con murales ruralistas, área con amplia oferta de servicios turísticos como hostales y restaurantes entre otros.

Los artesanos salvadoreños trabajan el barro, fibras naturales, maderas, semillas, telas de forma auténtica, entre otros materiales. Los municipios que conforman esta ruta son: Citalá, San Ignacio, La Palma, Ilobasco, Suchitoto y San Sebastián.

◆ ORGANIZACIÓN TURISTICA

Las alcaldías de sus municipios que conforman la ruta apoyan el desarrollo turístico del municipio y de la ruta. Algunos de los municipios poseen unidad de turismo. Otra organización de apoyo a la ruta son los CAT de Suchitoto y CAT La Palma.

El CAT de Suchitoto, trabaja principalmente con la Alcaldía Municipal de Suchitoto, hay acciones que están ya en la planificación anual y que la trabajan de la mano con la unidad de turismo, una de ellas que estamos preparando es el festival del añil, aparte de implementar todas las acciones de pueblos vivos mediante la alcaldía municipal, la unidad de turismo y el comité de desarrollo turismo. También trabajan de la mano con empresarios turístico, es decir, comparten acciones.

La zona de acción del CAT de Suchitoto son los departamentos de Cuscatlán, Cabañas. San Vicente, dos municipios de La Paz los cuales pertenecen a la microrregión Valle de Jiboa y dos de San Salvador (Ilopango y San Martín) que solicitaron unirse a esta región debido a la cercanía con el territorio, y que pertenece a circuito turístico rincones coloniales entre lagos, la oficina del CAT está ubicado en el Municipio de Suchitoto por ser claramente un destino turístico posicionado y por tener niveles de desarrollo turístico un poco más alto que el de los municipios aledaños. Este CAT se coordina con el CAT La Palma que es el que trabaja con los municipios de Citalá, San Ignacio y La Palma. Para unir esfuerzos en el desarrollo de la ruta turística. Como Centro de Atención de Amigo al Turista existe un plan de trabajo para el desarrollo turístico, también algunos municipios tienen sus propios planes maestros de desarrollo, sin embargo, la ruta como tal no posee un plan de desarrollo turístico.

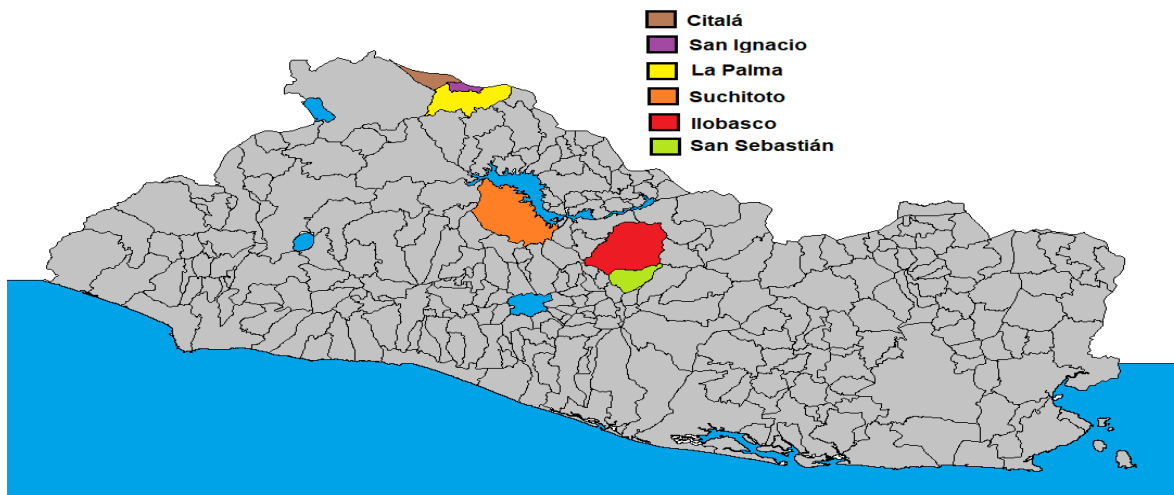


Ilustración 105. Municipios que conforman la ruta artesanal.

◆ OFERTA Y DEMANDA TURISTICA

Para promover la ruta turística, se realizan a través de las redes institucionales como El Salvador Travel, MITUR el salvador, y como CAT nos encontrará como CAT El Salvador, en

donde se comparte cierta publicidad. También las redes sociales de cada municipio comparten información de la ruta turística.

Entre los principales atractivos turísticos de cada municipio están:

La Palma: Las cooperativas de artesanos y la creación de sus propios suvenires elaborados en finas maderas y pintados a mano, bosques de pino, y actividades culturales al aire libre en su Plaza Central.

San Ignacio: Cerro El Pital, sus cultivos orgánicos, en dicho municipio se puede practicar el Ecoturismo ó turismo extremo como: Rappel, montañismo, camping, cabalgatas, bici montaña, ó simplemente descanse en un pinar sobre una hamaca. Las artesanías que se elaboran en dicho municipio son a base de madera.

Citalá: Cuenta con una joya religiosa que es su iglesia construida a finales de siglo 17, de estilo Neoclásico, y atractivos naturales como el Peñón de Cayaguanca .

San Sebastián: Centro Textil artesanal que elabora finas piezas usando maquinas movidas por la fuerza humana (Telares de palanca, Volante y Cintura) métodos introducidos en Siglo XVIII, su iglesia Colonial fundada en 1795, que posee tres bellos altares. Sus hamacas son conocidas a nivel Internacional por sus vistosos colores, comodidad que brindan y la calidad de sus telas.

Ilobasco: es un centro artesanal donde se elaboran finísimas figurillas en barro, puede escoger entre cerámica decorativa y utilitaria (vajillas, incensarios etc.) Ilobasco tiene entre sus tradiciones una muy particular como son los Nacimientos las cuales consisten en representaciones del nacimiento de Jesús, hecho con figurillas de barro en miniatura donde se aprecia la fineza de estos trabajos y la creatividad de los artesanos.

Suchitoto: Suchitoto ha sido declarada la capital cultural de El Salvador, por sus constantes actividades artísticas, su Iglesia una joya arquitectónica muy bien conservada, Su teatro, el Lago Suchitlán, son algunos de sus atractivos más destacados. Se elaboran figuras en barro, cerámica decorativa y tradicional, nacimientos y las famosas miniaturas. Además de obras utilitarias como: ollas, comales y cántaros.

Como ruta turística, no se manejan datos de afluencia. Los CAT involucrados solo manejan datos de su zona de acción. El CAT apoya a los municipios que realizan festivales en algunos participan directamente como organizadores y en otros como apoyo con publicidad, viajes de familiarización con operadores de turismo, con prensa, colocamos afiches en las páginas institucionales, asistencia técnica, gestionan buses alegres, damos información de los eventos por teléfono, etc.

Los CAT no desarrollan tours, solo dan información de quienes son los guías o los operadores turísticos que dan tours, ya que son una dependencia de gobierno, y le estarían quitando el trabajo a las organizaciones que se dedican a esto.

◆ COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Las artesanías son un producto adquirido por los turistas nacionales e internacionales, en dicha ruta se ofrecen artesanías de diferentes características, diferentes materias primas y

diferentes métodos de elaboración las cuales son atractivas para el consumidor. Actualmente se realizan talleres en los que se les explica el proceso de elaboración de la artesanía y el visitante puede crear su propia artesanía, esa experiencia ha causado gran impacto y satisfacción en los visitantes, ya que se le ha brindado una experiencia turística vivencial en la cual ha conocido sobre el proceso de fabricación, la cultura de la zona, historia y tradiciones. Esto ha generado una mayor aceptación y publicidad del boca a boca entre los turistas y sus conocidos.

- **MUNICIPIOS PERTENECIENTES A MICRORREGIONES.**

A continuación, se presenta una síntesis y análisis de la información recolectada de microrregiones competidoras.

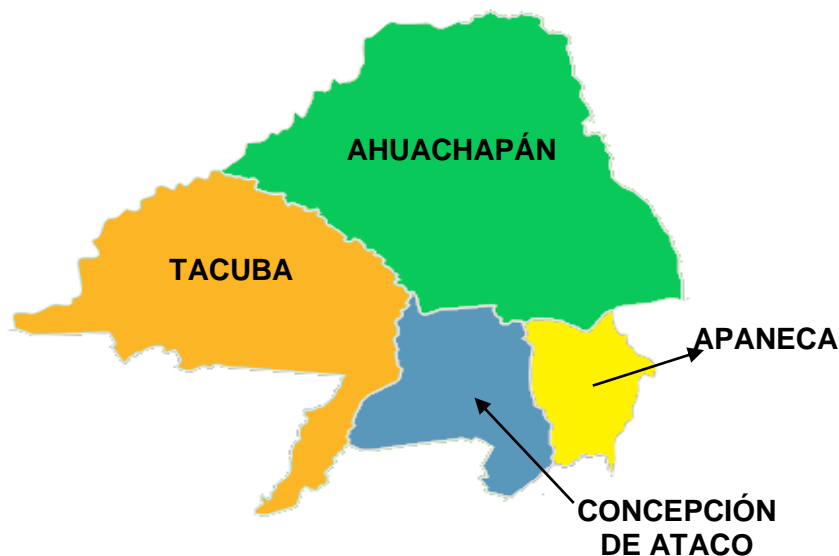


Ilustración 106. Microrregión Ahuachapán Centro.

**RUTA TURÍSTICA O ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS:
MICRORREGIÓN AHUACHAPÁN CENTRO**

TIPO DE COMPETIDOR: DIRECTO

Los municipios que conforman la microrregión centro son: Tacuba, Concepción de Ataco, Apaneca y Ahuachapán. La zona se caracteriza por la siembra y cosecha de café como principal actividad económica.

- ◆ **ORGANIZACIÓN TURISTICA**

En materia de turismo la microrregión no trabaja turísticamente, si trabajan en conjunto por pertenecer a una ruta turística, por la cercanía y actividades turísticas en común que poseen. Cada municipio es apoyado por la alcaldía, actores locales y actores internacionales por ser

municipios desarrollados turísticamente. Como microrregión no existe planes de desarrollo turístico, pero si como ruta turística o como municipio independiente.

También estos municipios poseen comités de desarrollo turístico conformado por empresarios del sector turismo y representación de la alcaldía.

◆ OFERTA Y DEMANDA TURISTICA

Las características físicas principales son las montañas de la cordillera Apaneca-Illamatepec en los municipios de Apaneca y Concepción de Ataco, así como la sierra de Tacuba que rodean el valle donde se encuentra asentada la ciudad de Ahuachapán.

Las principales elevaciones son la Laguna de las ninfas, la Laguna verde, cero Grande de Apaneca, cerro Campana y Cerro el Caballo en Tacuba. La zona se caracteriza por la explotación de recursos geotérmicos en Ahuachapán, que se utilizan para la generación de energía eléctrica.

Con respecto a las vías de comunicación la principal vía de comunicación es la Panamericana funcional o carretera RN-13 que comunica Ahuachapán a Santa Ana, y a la Carretera Panamericana con la que se llega a San Salvador. También es importante la carretera CA-8 que comunica Ahuachapán con los municipios de Ataco y Apaneca, y es la carretera que se utiliza para hacer el recorrido en la ruta de las Flores.

El turismo también es una actividad económica importante, sobre todo en los municipios de Ataco y Apaneca que forman parte de la ruta de las flores. Entre los principales atractivos que estos municipios ofrecen están:

Ahuachapán

Entre sus atractivos turísticos se encuentran: la Iglesia Nuestra Señora de la Asunción, en el centro histórico de la ciudad; el pasaje La Concordia, a un costado de la iglesia; el Centro para la Cultura y las Artes Alfredo Espino, los Ausoles (emanaciones de vapor que surgen de las entrañas de la tierra).

Concepción de Ataco

Entre sus atractivos turísticos se encuentran: los cafetales, la gastronomía gourmet y típica nacional. Festividades como el Día de los Farolitos, tradición que ha permanecido viva durante más de 200 años.

Apaneca

Entre sus atractivos turísticos se encuentran: El café; debido a su altitud, la zona produce café de la más alta calidad, los hoteles y restaurantes sumando sus dos lagunas “Las Ninfas” y “Laguna Verde” atraen al turista a esta ciudad prehispánica en la cual se encuentran las esculturas conocidas como “Gordinflones” ubicadas en fincas cafetaleras. La práctica del deporte de aventura como recorrido en buggies y canopy, al igual que ecoturismo como paisajismo y senderismo, pueden ser practicados en Apaneca.

Tacuba: las ruinas del antiguo templo católico construido a principios del siglo XVII, el cual terminó derrumbado por los terremotos de 1773. También existe la práctica del senderismo, ya que se encuentra cercano al Parque nacional El Imposible.

Dentro de la infraestructura y servicios de apoyo que posee el municipio para recibir turistas, se encuentran: Alimentación, alojamiento y quiosco de información turística. El municipio dispone de servicios complementarios, entre ellos, financiero, salud, comercial, seguridad,

comunicaciones y transporte. Además, posee equipamiento urbano institucional, religioso, deportivo, áreas verdes y espacios públicos.

La publicidad y promoción la realizan a través de las redes sociales, medios televisivos y por medio de brochures. Las estadísticas de la afluencia turística de manera generalizada en temporada vacacional las realiza en CAT de Apaneca.

◆ **COMPETITIVIDAD TURISTICA**

El que 3 de sus municipios forman parte de la ruta de las flores ha permitido un mejor desarrollo turísticos de estos y que exista una cooperación entre ellos.

La oferta de esta microrregión integra el turismo rural, gastronómico, de aventura y ecoturismo, lo que ha permitido una mayor captación del mercado. El clima y la seguridad son factores importantes que han permitido mayor visita por turismo en estos municipios.

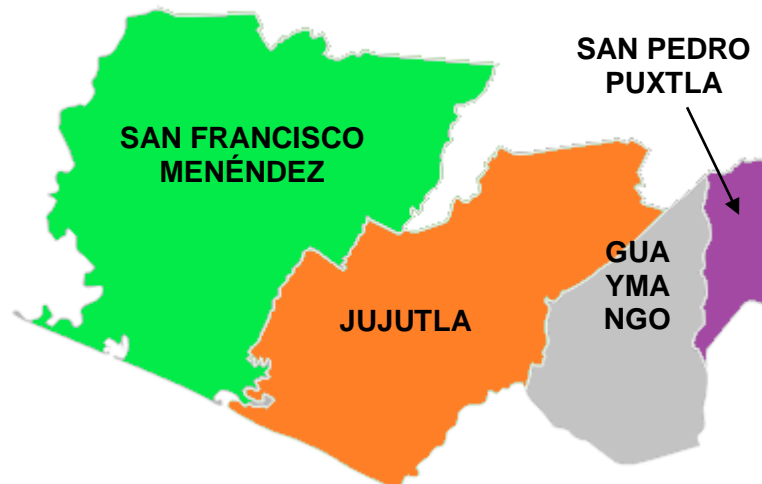


Ilustración 107. Microrregión Ahuachapán Sur.

RUTA TURÍSTICA O ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS: MICRORREGIÓN AHUACHAPÁN SUR

TIPO DE COMPETIDOR: SUSTITUTO

◆ **ORGANIZACIÓN TURISTICA**

La microrregión de Ahuachapán Sur está compuesta por los municipios de: San Francisco Menéndez, Jujutla, Guaymango y San Pedro Puxtla. Como organización cuenta con una herramienta de trabajo a mediano y largo plazo, en la cual su objetivo central es el desarrollo local, a través de su trabajo en conjunto. Entre sus ejes de trabajo se encuentran: Eje de desarrollo social, eje ambiental, eje de desarrollo económico, fortalecimiento democrático, eje Institucional y eje de seguridad ciudadana y la participación.

Como microrregión actualmente no están trabajando por el desarrollo turístico, sin embargo, se podría incluir en sus ejes de desarrollo local. Cada municipio individualmente está trabajando por el desarrollo turístico.

Como microrregión no cuentan con un plan de desarrollo turístico, sin embargo, cada alcaldía, tiene un plan de trabajo anual para las actividades y desarrollo turístico.

◆ OFERTA Y DEMANDA TURISTICA

Los principales atractivos de la microrregión de Ahuachapán Sur están:

Jujutla: Parque Municipal, Playa Barra de Santiago, Parque Ecoturístico Las Cascadas de Don Juan, La Posa del Cajete, La Posa del Perol entre otros.

San Francisco Menéndez: sitios arqueológicos como Cara Sucia, San Benito y Mojicalpa y el parque nacional el Imposible una de las reservas ecológicas más importantes de El Salvador.

Guaymango: Las Ruinas de las caritas, la cueva del Reloj, la cueva del Diablo, la posa de Santa Cruz, el atrio de la iglesia colonial y las cascadas del Río Copinula.

San Pedro Puxtla: Este lugar está lleno de panoramas bellísimos, podemos encontrar el mirador de la cruz, en el cual se puede observar una buena parte del territorio occidental. El sitio más atractivo de San Pedro Puxtla es el Salto de Tequendama, ubicado sobre el río Sihuaapa, que tiene una caída de agua de 20 metros.

Dentro de la infraestructura y servicios de apoyo que poseen para recibir turistas, se encuentran: Alimentación, alojamiento y sitios de esparcimiento, así como servicios complementarios, entre ellos, financiero, salud, comercial, transporte, entre otros.

◆ COMPETITIVIDAD TURISTICA

Esta microrregión está incluida en la ruta de sol y playa por estar ubicados en las costas del país, el ecoturismo es el principal tipo de turismo de esta microrregión, sin embargo como microrregión no existen esfuerzos en conjunto. La participación ciudadana es de aproximadamente 60% en las actividades turísticas.

6.6. PERFIL DEL COMPETIDOR

De la investigación realizada se resume a continuación las características comunes de los competidores turísticos de la microrregión de Ahuachapán Norte.

PERFIL DEL COMPETIDOR	
Organizaciones involucradas en el desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldías • Unidad turística municipal. • Comités de Desarrollo Turístico (CDT) • Ministerio de Turismo • Centro de Atención del Amigo Turista (CAT) • Asociaciones turísticas (emprendedores, comerciantes, operadores de turismo). • Organizaciones de apoyo y cooperación
Documentos de apoyo a la actividad turística	<ul style="list-style-type: none"> • Planes de desarrollo turístico. • Planes maestros de turismo. • Planes institucionales. • Planes de desarrollo local. • Diagnóstico de la actividad turística. • Ley de Turismo.
Tipos de turismo que oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo • Turismo Arqueológico • Turismo Rural • Agroturismo • Turismo Gastronómico • Turismo de Aventura • Turismo de Sol y Playa • Turismo Cultural • Turismo Religioso
Tipos de turistas	<ul style="list-style-type: none"> • Locales, Nacionales e Internacionales
Infraestructura y servicios de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes • Hoteles y Hostales • Sitios de esparcimiento • Servicios complementarios: financiero, salud, comercial, transporte, entre otros.
Medio de difusión de información	<ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales • Reportajes de Televisión • Radio • Páginas web • Brochures
Características que propician su desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de planes de desarrollo turístico. • Apoyo de la municipalidad • Unidad turística en alcaldías • Relación cercana con ministerio de turismo • Participación Ciudadana. • Oferta turística diversa

	<ul style="list-style-type: none"> • Promueven el turismo a diferentes segmentos del mercado • Trabajo constante en actividades turísticas • Publicidad y promoción diversa entre alcaldía, empresarios y pobladores. • Diferenciación de los destinos. • Experiencias culturales y vivenciales • Imagen de seguridad. • Características propias del municipio: Clima, ubicación geográfica, costumbres, tradiciones, entre otros
--	--

6.7. ANÁLISIS DE MERCADO COMPETIDOR

A continuación, presenta un análisis general, de acuerdo a la información recolectada a través de fuentes primarias y secundarias para el mercado competidor:

♦ ORGANIZACIÓN TURISTICA

Actualmente muchos municipios del país cuentan con el apoyo de sus alcaldías para impulsar el desarrollo turístico, tal como en la competencia estudiada se reflejó. Esto permite que exista una organización entre el gobierno local, los empresarios y la comunidad. Es por ello que algunas alcaldías han creado la unidad turística municipal, el cual es un equipo de trabajo que se dedica a la planificación, organización e implementación de planes, estrategias y líneas de acción que la alcaldía realiza para propiciar el desarrollo turístico. También se han creado comités de desarrollo turístico, los cuales son conformados por empresarios del sector y en menor participación miembros de la alcaldía municipal.

El ministerio de turismo, apoya a los municipios de diferentes maneras, con asistencia técnica, económicamente para proyectos de desarrollo local y turístico, así como en promoción y publicidad de destinos turísticos. Alrededor del país creo seis dependencias para apoyar a los municipios, asesorarlos, participar en actividades turísticas e informar al turista, a los que se les llama Centro de Amigos del Turista (CAT).

También existen otras organizaciones que participan en el desarrollo, los cuales se ven beneficiados ya que es su fuente de ingreso, como emprendedores, comerciantes y operadores de turismo.

La necesidad de planificar la labor turística, es esencial para que los esfuerzos a realizar vayan enfocados en el problema o necesidad principal, por lo cual la elaboración e implementación de planes de desarrollo turístico, se ha vuelto de importancia para el éxito del sector turístico. Actualmente algunos municipios cuentan con planes de desarrollo, otros no, pero las alcaldías realizan un plan de trabajo de turismo. La mayoría de rutas turísticas y las asociaciones de municipios en estudio no poseen un plan de desarrollo, pero poseen otros estudios como: planes institucionales, planes de desarrollo local y diagnósticos de la actividad turística, muchos de ellos no están actualizados.

♦ OFERTA TURISTICA

En el país existen diferentes tipos de turismo, los competidores directos y sustitutos de la microrregión poseen los siguientes tipos de turismo: Ecoturismo Turismo Rural, Agroturismo, Turismo Gastronómico, Turismo de Aventura, Turismo Cultural y Turismo Religioso. Donde su oferta turística también es variada.

Los competidores indirectos poseen el tipo de turismo arqueológico y turismo de sol y playa. Este último es el tipo de turismo más demandado por los consumidores nacionales y los extranjeros.

Los municipios con éxito turístico poseen una buena estructura y diversidad de servicios de apoyo como: restaurantes, sitios de alojamiento, lugares de esparcimiento, servicios financieros, servicios de salud, servicios de comercio, transporte, entre otros.

Los principales medios de difusión de información turística, utilizados para promocionar los destinos turísticos de los municipios son, las redes sociales. También a través de reportajes de televisión y periódicos, por medio de radio, páginas web y brochures.

Muchas de las alcaldías de los municipios de la competencia no manejan datos de afluencia turística. Los que sí poseen datos estadísticos de afluencia los calculan a través de las entradas registradas a los parques administrados por la alcaldía o por la demanda de parqueos. Los CAT realizan cálculos de afluencia turística en las temporadas vacacionales en sus zonas de acción.

El pertenecer a una ruta turística, ha provocado que los municipios aumenten la afluencia de turistas, así como darse a conocer y posicionarse en la mente del consumidor.

◆ **COMPETENCIA TURISTICA**

Los municipios consideran competencia a aquellos que su oferta turística es parecida, sin embargo, muchos consideran no tener competencia ya que cada sitio del país es diferente o posee características particulares que lo hacen diferente a los demás y lo hacen especial.

Entre las características que propician el desarrollo turístico que se han podido observar en los competidores, están: la planificación de la labor turística, el apoyo de la municipalidad, la creación de unidad turística en alcaldías, la creación de CDT, la relación cercana con ministerio de turismo, la participación Ciudadana, la oferta turística diversa, el trabajo constante en actividades turísticas, la publicidad y promoción y las experiencias vivenciales.

IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMA DETECTADO SEGÚN ANÁLISIS DEL MERCADO

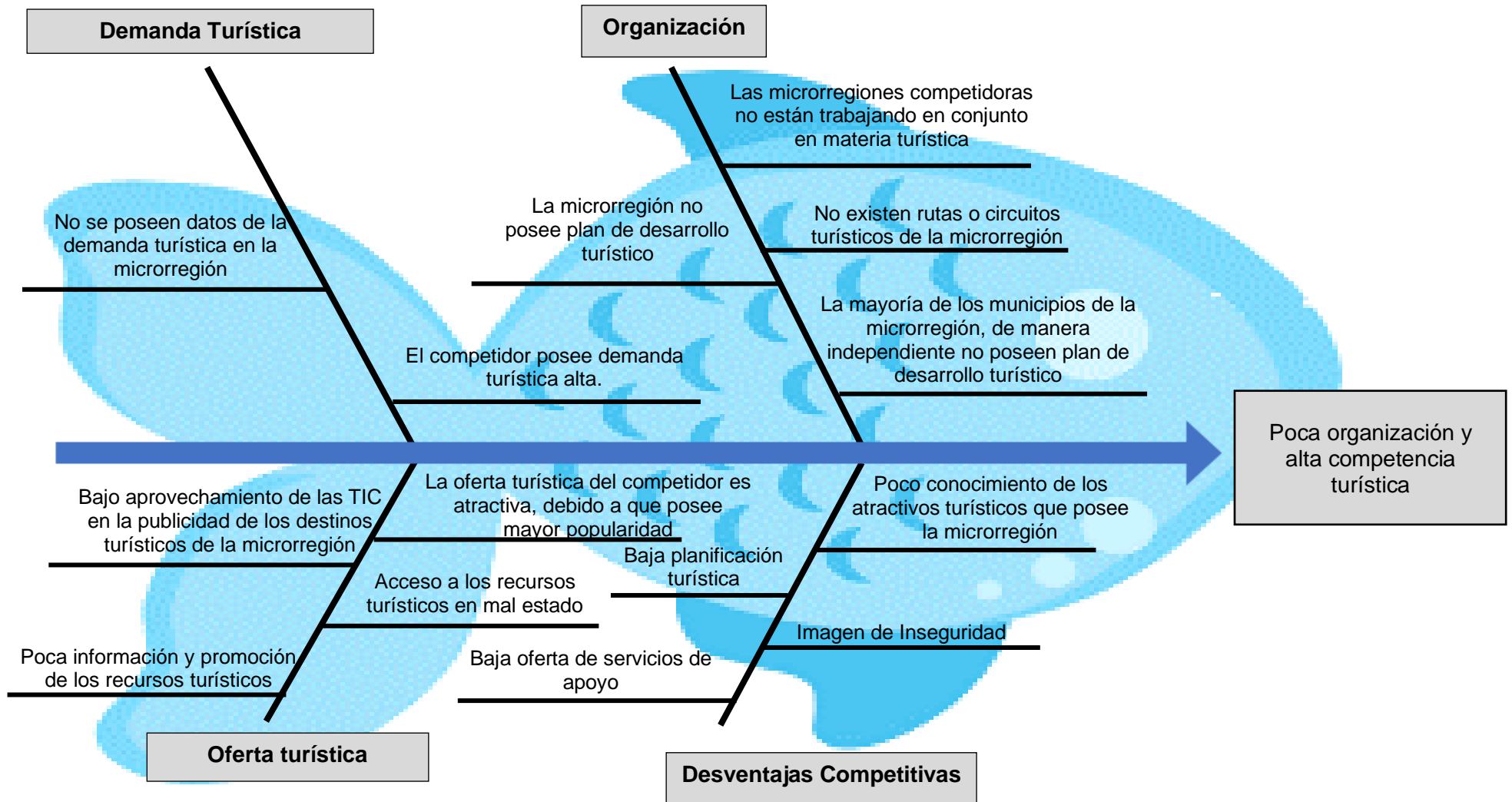
Según el análisis realizado para el mercado competidor se procederá a identificar el problema que enfrenta la situación actual de la microrregión de Ahuachapán Norte, comparándolo con los municipios, rutas u otras microrregiones competidoras.

Para ello recurrimos a la técnica lluvia de ideas, la cual por medio del trabajo grupal se expusieron ideas sobre los problemas y sus causas, las cuales fueron analizadas y ordenadas. Las cuales se presentan de manera gráfica por medio del diagrama Ishikawa, la cual consiste en una representación o esquema en el que puede verse de manera relacional una especie de espina central, que es una línea en el plano horizontal, representando el problema a analizar y en las espinas secundarias se van determinando las diferentes causas-raíces que contribuyen al problema.

Según la aplicación de la técnica el problema centra es la poca organización y alta competencia turística. Esto debido a que una de las características del éxito turístico de los competidores se debe a la existencia de organización entre ellos, la existencia de rutas turísticas, unidades y comités de turismo, algo que como microrregión no se está realizando. También la microrregión posee alta competencia turística, debido a que la competencia está más organizada, posee una infraestructura turística y variados servicios de apoyo y ha sabido aprovechar sus particularidades.

Esto, se muestra en el siguiente diagrama:

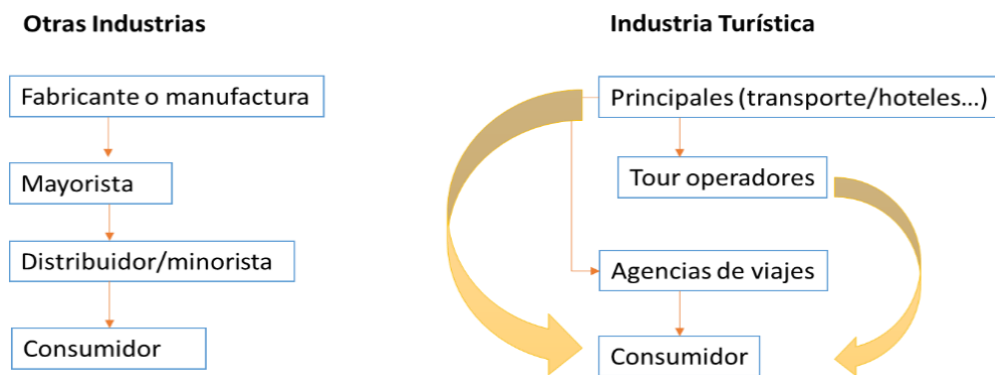
DIAGRAMA ISHIKAWA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, SEGÚN EL ANÁLISIS DEL MERCADO COMPETIDOR.



7. MERCADO DISTRIBUIDOR

La distribución en un servicio turístico tiene como principal objetivo en general, el lograr que el servicio turístico se encuentre a disposición del consumidor, cuando este lo requiera o lo necesite. Pero se debe tener claro que es el consumidor en este caso los turistas son quienes realizan el desplazamiento hacia el producto turístico; en esto radica la principal diferencia entre la distribución de bienes de consumo y la distribución de los servicios en el desplazamiento del consumidor, debido a que, para que el consumidor adquiera el servicio turístico este debe de encontrarse en la zona receptiva (lugar donde se ofrecen los servicios turísticos), en este caso el turista se mueve hacia el servicio ya que el lugar de producción del servicio se convierte en el lugar de consumo del mismo.

En el área de servicios turísticos la función de la distribución está encaminada a establecer vínculos y convenios entre el ofertante de satisfactores turísticos y el demandante de los mismos. También tienen la función de incrementar la accesibilidad del potencial consumidor a la información relevante a los servicios que se ofrecen cerca de este o en las diferentes zonas del lugar donde este reside, y facilitar la forma en que pueda efectuar reservas y/o compras por adelantado.



*Ilustración 108: comparación de canales de distribución de la industria turística y las industrias tradicionales
Fuente: Pasos, Revista de turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 1 N° 2. Pág. 217-229, 2003*

Se puede definir como distribución a: aquel conjunto de actividades, y esfuerzos realizados para llegar hasta consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto (bien o servicio) hasta el consumidor. Para que la distribución sea exitosa, el servicio debe estar a disposición del potencial comprador en el momento y en el lugar indicado.

Uno de los agentes distribuidores de los servicios turísticos, son los tours operadores, quienes se encargan de consolidar servicios entre el turista y el destino turístico con todos los servicios implicados en el proceso de la visita.

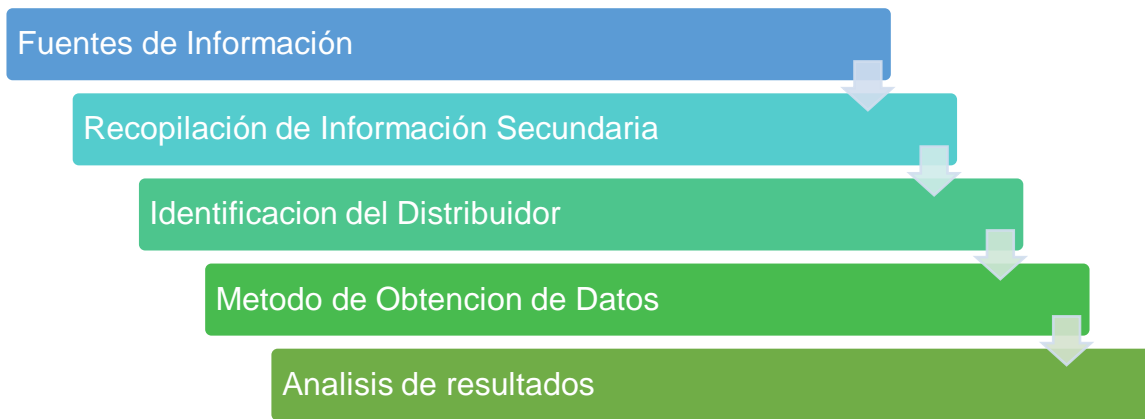
Teniendo en cuenta lo antes mencionado se desarrolla el estudio del mercado distribuidor de servicios turísticos para la microrregión de Ahuachapán norte.

OBJETIVO DEL ESTUDIO DEL MERCADO DISTRIBUIDOR:

Analizar el mercado distribuidor actual y potencial para identificar los posibles canales de distribución que nos permitan dar a conocer y promocionar la oferta turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.

7.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se describe la metodología seguida para la realización de la investigación del mercado distribuidor:



Esquema 18. Metodología para la realización del estudio del mercado distribuidor.

- ◆ **Fuentes de Información:** Se determina las fuentes de información requeridas para realizar la investigación del mercado distribuidor. Dicha información proviene de fuentes primarias o secundarias.
- ◆ **Recopilación de Información Secundaria:** Se define los principales conceptos en cuanto al mercado distribuidor en los servicios turísticos, se realiza una breve investigación de la evolución de los tour operadores en el sector turismo en El Salvador y se recopila de información de canales de distribución utilizados para ofertar los recursos turísticos de la microrregión, así como información complementaria.
- ◆ **Identificación del distribuidor:** Se identifica los agentes distribuidores de servicios turísticos y se establece las características principales de éstos para definir quiénes se considerarán en la obtención de datos de la investigación.
- ◆ **Método de Obtención de Datos:** Se define las técnicas a utilizar en la obtención de datos provenientes de fuentes de primarias y se diseña el instrumento de recopilación de información.
- ◆ **Análisis de resultados:** Consiste en el análisis e interpretación de la información registrada y tabulada, con el fin de establecer el perfil de los agentes distribuidores de servicios turísticos.

7.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información que utilizarán para realizar el estudio del mercado distribuidor y su posterior análisis, serán de dos tipos, las cuales son primarias y secundarias, cada una de ellas se detallan a continuación:

◆ Información primaria

Es la información que se generará con el desarrollo de la investigación de campo, por medio de la administración de los instrumentos de obtención de datos, dichas fuentes son las siguientes:

1. Entrevistas dirigidas a tour operadores administradas por medio presencial
2. Encuestas dirigidas a tour operadores administradas por medios electrónicos.
3. Información Recopilada de Instrumentos administrados a otros mercados: Segmento de preguntas recopiladas de encuestas dirigidas a consumidores nacionales.
4. Información recopilada por medio de check list a través del método de observación directa.

◆ Información secundaria

Se recurrirá a información ya existente, que está elaborada y publicada, dicha información se obtendrá de la siguiente forma:

1. Páginas web de tour operadores y/o agencias de viajes.
2. Broshures o catálogos de información turística.
3. Información recolectada en promocionales.
4. Libros, revistas, informes.
5. Documentos proporcionados por la contraparte.
6. Fanpage de destinos turísticos.

7.3. INFORMACIÓN SECUNDARIA DEL DISTRIBUIDOR

• *CANALES DE DISTRIBUCION*

En turismo un canal de distribución se puede definir según Cunhao (2001, pag. 290), como una estructura operativa, un sistema de relaciones o diversas combinaciones de organizaciones a través de las cuales un producto de bienes o servicios turísticos vende o confirma viajes a los compradores.

Para el área de turismo existen diversos canales de distribución, para llegar al producto turístico la distribución turística dependerá del canal que se seleccione. Existen personas que prefieren hacerlo vía directa, es decir que a la hora de realizar un viaje desean contratar los servicios directamente (el transporte, el hospedaje, las comidas y otras actividades). Existen personas que consideran que los intermediarios aumentan el costo del viaje.

También se puede hablar de la vía indirecta en la cual se hace uso de intermediarios. En el siguiente diagrama tomado del libro “Los canales de distribución en el sector turismo” por Benjamín del Alcazar Martínez, podremos observar la estructura de los canales de distribución, los cuales son determinados por dos dimensiones, las cuales son la longitud y amplitud. En la figura se podrá ver el número de instituciones que desempeñan la función de intermediarios entre el productor y el consumidor, las cuales ayuda a medir la longitud del canal.

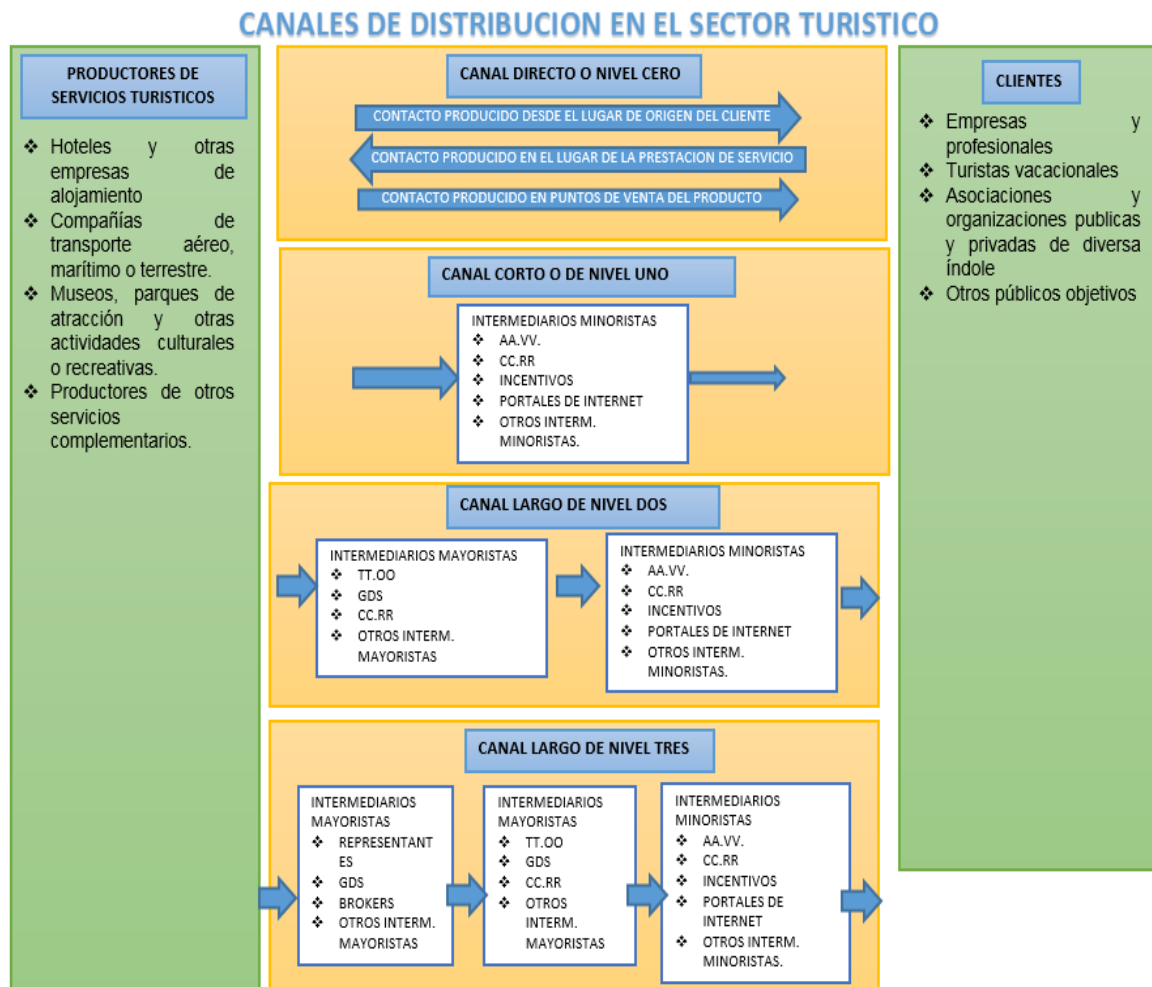


Ilustración 109: Diferentes canales de distribución en servicio turístico.

Fuente: libro, los canales de distribución en el sector turismo, Benjamín del Alcázar.

El canal directo o canal nivel cero es canal donde no existen intermediarios, siendo el prestador de servicios turísticos el que asume las distintas funciones de distribución a través de los diferentes recursos que este posee.

El canal corto o de nivel uno, es el canal donde interviene solo un intermediario entre el prestador de servicios y el consumidor, en este caso el intermediario toma la condición de detallista.

En el canal largo hace referencia a dos o más tipos de intermediarios. En este canal se puede hablar del canal nivel dos, una situación muy representativa en el turismo vacacional, en la que entra a participar los tour operadores que actúan como mayoristas y la agencia de viajes como minoristas.

También existe el canal de nivel 3 o superior, cuando surgen como mediadores entre los productos turísticos y los tour operadores, los representantes de empresa proveedora de servicios de un GDS (Global Distribution System), o de una central de reservas independientes.

Ahora bien, conociendo que existen diferentes longitudes de los canales, existen diferentes tipos de intermediarios, los cuales podemos observar en el diagrama anterior en los diferentes tipos de canales. Diferentes instituciones y autores como la OMT, Muños Orantes, Kotler, etc. clasifican a los intermediarios de la siguiente forma:

Tabla 74: tipología de intermediarios en el sector turístico por diferentes autores.

TIPOLOGIA DE INTERMEDIARIOS EN EL SECTOR TURISTICO					
OMT	MILL Y MORRISON	MCINTOSH, et al.	GEE, et al.	KOTLER, et al.	MUÑOS OÑATE
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agentes de viajes ✓ Organizadores de viajes ✓ Redes de venta del transporte aéreo ✓ Servicios de reservas a hoteles ✓ Organización y distribución oficial de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ AA.VV. Minorista ✓ AA.VV. Mayorista/TT.OO ✓ AA.VV de empresas ✓ Agencias de incentivos ✓ Otros: Distribución electrónica, organizadores de convenciones, asesores, clubes de viajes, representantes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ AA.VV. Minorista ✓ AA.VV. Mayorista/TT.OO ✓ Especialistas: Empresas de incentivos, dptos. De viajes de empresas, distribución automática, representantes hoteleros. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ AA.VV. Minorista ✓ AA.VV. Mayorista/TT.OO ✓ Distrib. Especializado: incentivos, planificador de convenciones, representantes hoteleros, asoc. De ejecutivos, oficinas de viajes empresariales, asesores de viajes, broker de transporte por carretera, representantes de viajes, otros. ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agentes de viajes ✓ Agentes de viajes mayoristas. ✓ Especialistas: corredores, empresas, incentivos, representantes de viajes de recreo. ✓ Representantes hoteleros ✓ Agencias turísticas ofic. ✓ Consorcios y sistemas de reserva ✓ Sistemas de reservas de líneas aéreas ✓ Sistemas eléctricos internet 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ AA.VV: Minorista, mayoristas/TT.OO, mayoristas-minoristas. ✓ Brokers ✓ Wholsalers. ✓ Centrales de reserva ✓ Especialistas inventivos ✓ Timesharing
CONSULTUR	VALLS	ESTEBAN	VOGELER Y HDEZ	SANCHO, et al.	BAYON
<ul style="list-style-type: none"> ✓ AA.VV: Minoristas, mayoristas/TT.OO, mayoristas-min. ✓ Centrales reservas ✓ CRS ✓ Grandes superficies. ✓ Entidades bancarias ✓ Brokers ✓ Wholsalers ✓ Bolsas de reservas turísticas. ✓ Agentes comerciales ✓ Entes públicos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ AA.VV. Operadores turísticos ✓ Intermediarios ocasionales ✓ CRS ✓ CC.RR. Consorcios. ✓ Entidades financieras ✓ Teletienda ✓ Clubes o asociaciones ✓ Bolsas de reservas ✓ Entes públicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agencias de viajes ✓ Operadores turísticos ✓ Distribuidores especialistas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ AA.VV: Minorista, mayoristas/TT.OO, mayoristas-minoristas. ✓ Centrales reservas hoteleras. ✓ CRS/GDS ✓ Air y tour brokers. ✓ G.S.A ✓ Empresas de intercambio. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ AA.VV. minoristas y mayoristas. ✓ CRS/GRS ✓ Centrales de reserva ✓ Otros: ONG's. asociaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agencias de viajes ✓ TT.OO ✓ Sistemas automatizados de distribución

Fuente: libro, los canales de distribución en el sector turismo, Benjamín del Alcázar.

En la tabla anterior se puede observar, que la Organización Mundial de Turismo (OMT), clasifica a los intermediarios en: agencias de viajes que serían las minoristas; los organizadores de viajes siendo los tour operadores; redes de ventas del transporte aéreo que en su momento fueron el embrión de los actuales GDS; servicios de reservas de hoteles, que serían las centrales de reserva y la organización y distribución oficial de turismo donde se incluyen todas las instituciones públicas que promocionan al turismo de cada país.

Muñoz Oñate, los clasifica en: agencias de viajes, distinguiendo entre ellas a los minoristas, mayoristas y las que realizan ambas funciones. Los brokers que prestan el servicio parecido a un gran almacén mayorista; los wholesalers o grandes almacenistas; las centrales de reserva y los especialistas en incentivos y timesharing que es una alternativa de distribución para el sector hotelero.

Kotler, por su parte cita a agencias de viajes, mayoristas; especialistas; representantes de hoteles; agencias turísticas locales; sistemas de reservas de líneas aéreas, Internet y sistemas electrónicos.

Vogeler y Hernández, cita como alternativas de intermediarios a las agencias de viajes, distinguiendo entre las mayoristas y minoristas; los brokers coincidiendo con Muñoz; empresas de intercambio vacacional (timeshraring); y los GSA (agentes generales de venta).

Esteban señala tres tipos de intermediarios: agencias de viajes, operadores turísticos y distribuidores especializados. Por último, Bayón, igual que el autor anterior, destaca tres niveles: agencias de viajes, tour operadores y sistemas automatizados de distribución.

- **TOUR OPERADOR**

Aunque no existe una definición exacta sobre lo que es un tour operador, se podría decir de forma amplia que un tour operador es un encargado de consolidar servicios, generalmente en el destino turístico.

Normalmente se considera Operador Turístico o tours operadores a las empresas que ofrece productos o servicios turísticos, generalmente contratados por él, e integrados por más de uno de los siguientes ítems: transporte, alojamiento, traslados, excursiones, etc.

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.

También cuando se habla de tour operador podemos hablar de los denominados **clúster** de turismo. Un clúster es la unión de empresas ubicadas en una zona geográfica específica que trabajan en conjunto para elevar la ventaja competitiva de un sector o industria. Y como podemos ver en la siguiente imagen los tour operadores forman parte, del “clúster” principal de turismo en El Salvador, es decir, aquél que gira en torno al turista que siente una especial inclinación por las actividades culturales, de naturaleza y aventura.

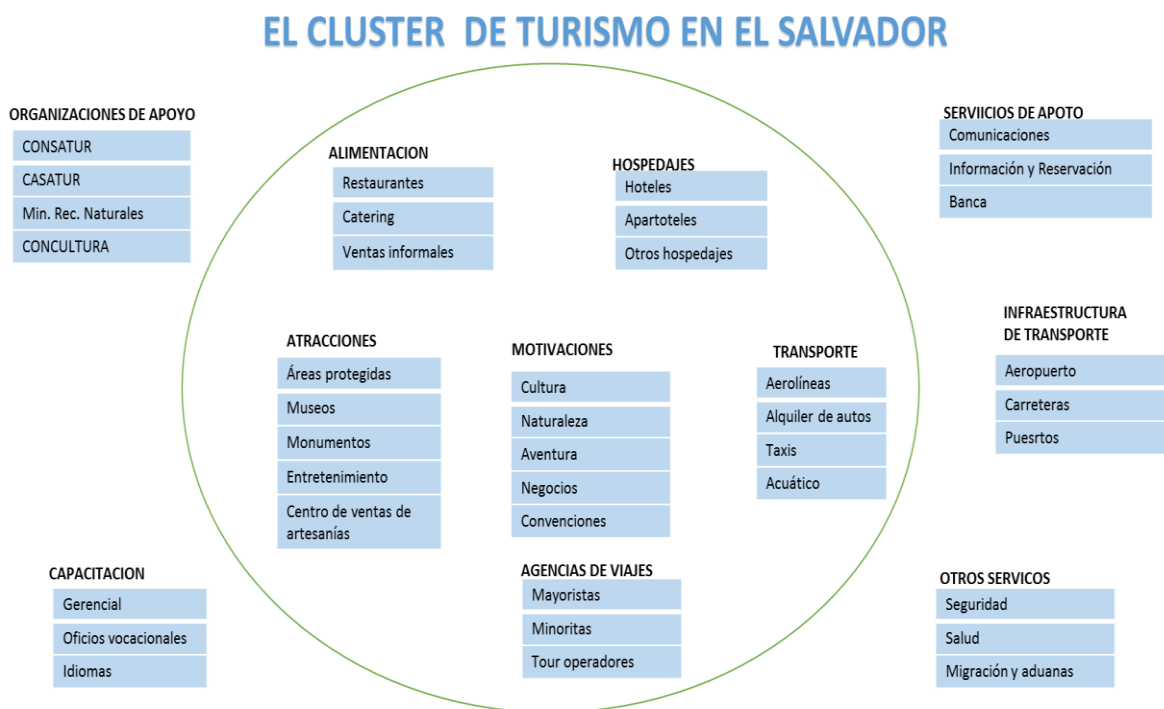


Ilustración 110: imagen de instituciones que componen el clúster del turismo

En el centro del círculo se encuentran las motivaciones que generan el turismo, alrededor de estas se colocaron los sectores de la industria que interactúan directamente con el turista. Como se ve en las agencias de viaje se encuentran los tour operadores.

ANTECEDENTES DEL MERCADO DISTRIBUIDOR

En el país no existe registro exacto de la fecha en la cual comenzaron a existir las agencias de viajes y los tour operadores, ya que aproximadamente el 95% de estos surgieron para servir como complemento a otras actividades dedicadas al turismo. Esto obstaculizó establecer la ubicación cronológica exacta de estas empresas, puesto que tampoco operaban legal y establemente, sin embargo, se tiene conocimiento que El Salvador Travel Service fue la primera Agencia de Viajes fundada en el país, en el año de 1941, por el señor Armando López Ulloa.

Así mismo para esta época El Salvador solo contaba con servicios aéreos de las aerolíneas Pan American y TACA. En el año de 1948 se manifiesta la empresa IBALACA TOURS (por las siglas Ibáñez- Lacayo) fundada por los señores Roberto Lacayo y Armando Ibáñez. En marzo de 1954 nace la Agencia Ariel, fundada por el señor Luis Alonso Rendón. En 1960 nace AVIA, Agencia de Viajes Apóstolo.

Al igual que las agencias de viajes, los Tour operadores son tan antigua como lo es el turismo; pero ha ido evolucionando y acomodándose a las tendencias actuales. Algunos Tour Operadores como Network Travel que a trabajado en turismo desde hace 25 años de los cuales 22 han sido en Turismo Receptivo.

En la década de 1970's surge el boom turístico de EL Salvador debido al incremento de turistas, los cuales ascendían a unas 200,000 personas al año entre 1973 y 1979, en esta época algunos empresarios se unieron y formaron las primeras Tour operadoras en el país, estos primeros Tour operadores empezaron a intensificar su trabajo en turismo para atraer a turistas en serio. Estos empezaron a traer buses con aire acondicionado; luego entraron otras empresas que compraron Autobuses y Microbuses y empezaron a trabajar en el Turismo Receptivo.

La Guerra Civil en el país entre los años 1979 y 1991 golpeo fuertemente el rubro turismo, debido a la paralización de la investigación en el país y el temor de los visitantes ante la situación de inseguridad. Esto vino a cortar los florecientes años del "boom" turístico y llevó a la bancarrota a la gran mayoría de los "tour" operadores. Solo Amor Tour sobrevivió y en la actualidad aún sigue trabajando.

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. Esto marcó una nueva etapa en la historia del turismo nacional. El Salvador sobresalió en las noticias de los diferentes medios internacionales y la popularidad de este sirvió como catalizador para el surgimiento de nuevas agencias tour operadoras; un año después estaban funcionando siete más.

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.

En la actualidad, el mercado de los tour operadores está creciendo de manera rápida, debido al incremento del turismo que se promueven a través de las distintas y nuevas plataformas digitales. Actualmente según la página del Ministerio de turismo existen 27 tours operadoras en el país, pero existen muchas más que no están registradas en esta página web, estos tour operadores cumplen la función de enlazar a los turistas con los diferentes atractivos turísticos que existen en nuestro país, ofreciéndole transporte a los lugares, guías turísticos, alojamiento entre otros servicios.



Ilustración 111: Interfaz de la página web del ministerio de turismo sección tour operadores

Según el Registro nacional de turismo existen 50 tour operadoras de las cuales, 7 son operadores de turismo receptivo en la zona occidental, 36 operadores de turismo receptivo en la zona central y 7 en la zona oriental, en la zona paracentral hasta el momento no se encuentra registrado ninguna operadora de turismo receptivo.

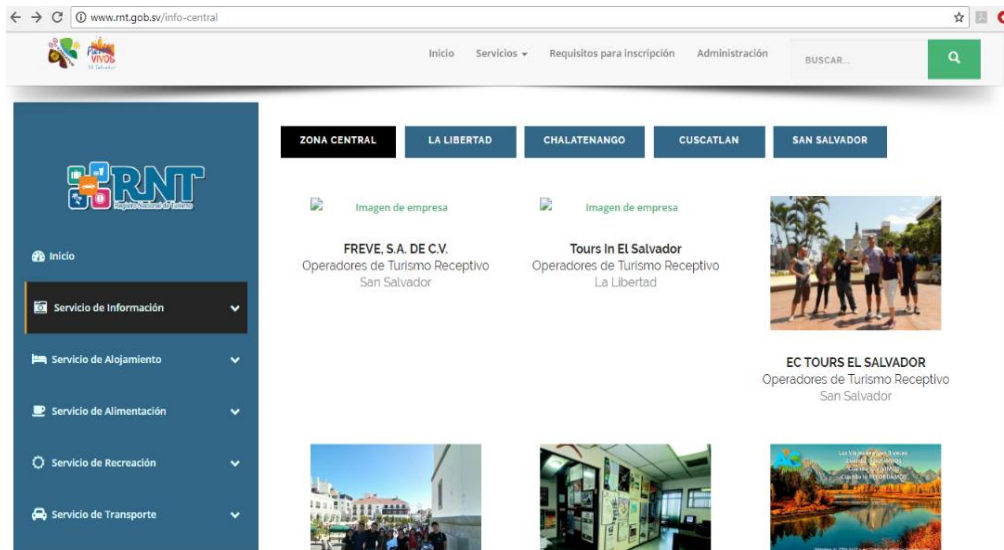


Ilustración 112: interfaz de la página del Registro nacional de turismo.

7.4. IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACION DEL MERCADO DISTRIBUIDOR

Para el desarrollo del mercado distribuidor se analizarán los canales de distribución de servicios turísticos existentes en el país, ya que los municipios que integran la microrregión de Ahuachapán Norte están buscando la creación de productos turísticos que engloban la oferta turística que ellos ofrecen, para ello analizaremos los canales de distribución directo e indirecto que existen en la distribución de servicios turísticos.

- ◆ **Canal Directo:** Contacto producido desde el lugar de origen del servicio o producido desde el lugar de origen del cliente.
- ◆ **Canal Indirecto:** Interviene un agente externo de comercialización. Estos agentes son: tour operadores y agencias de turismo.

Debido a lo anterior el estudio se centrará en el canal indirecto, específicamente en las empresas tour operadoras, quienes son los principales promovedores de turismo receptivo en El Salvador y las unidades de turismo de la contraparte.

Para considerarse en la recopilación de información los tours operadores deberán cumplir con ciertas características, las cuales se detallan a continuación:

1. Realizar tours en el interior del país.
2. Operar actualmente.
3. No será necesario que las empresas tour operadoras hayan realizado tours a los municipios de la microrregión Ahuachapán Norte.

Los tours operados tomados en cuenta para la recolección de información primaria son:

Tabla 75. Selección de los operadores de turismo en estudio.

OPERADORES DE TURISMO SUJETOS A ESTUDIO	
EL SALVADOR XPEDITION	
 <p>El Salvador Xpedition, es una empresa de turismo emisor y receptivo, 100% salvadoreña que nace en el año 2003 con el objetivo de dar a conocer los lugares mágicos de El Salvador y de satisfacer los gustos y preferencias del consumidor.</p>	<p>NOMBRE DE CONTACTO: Lisette Alfaro / Riky Lemus</p> <p>TELÉFONO: 2526-9248 / 7850 8855</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: info@elsalvadorxpedition.com.sv</p> <p>PÁGINA WEB: www.elsalvadorxpedition.com.sv</p> <p>FACEBOOK: El Salvador xpedition</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN: Avenida Amapola y calle los Abetos No. 23, Colonia San Francisco, San Salvador.</p>
VIP TOURS	
 <p>Inició el 29 de abril de 2015, VIP TOURS es una marca de GRUPO TURISMO EL SALVADOR la cual oferta productos turísticos a nivel nacional y regional, siendo su mayor compromiso brindar el mejor servicio y la atención personalizada que los viajeros se merecen., haciendo que cada experiencia sea única.</p>	<p>TELÉFONO: 2512-5907</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: reservaciones.viptours@gmail.com</p> <p>PÁGINA WEB: https://viptourssv.wordpress.com/</p> <p>FACEBOOK: VIP TOUTS</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN: Av. Masferrer Norte y 7 Calle Poniente Colonia Escalón. San Salvador, San Salvador.</p>
GEOTURISMO	
 <p>Es una Tour operadora que ofrece paquetes de viajes turísticos tanto a nivel nacional como internacional siendo de las pocas en ofrecer viajes fuera de la región centroamericana.</p>	<p>CONTACTO: Marvin Flores.</p> <p>TELÉFONO: 2130-9030 / 7533-0352</p> <p>PÁGINA WEB: www.geoturismo.org</p> <p>FACEBOOK: Geoturismo Travel & Tours.</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN Residencial Campestre, Ave. Víctor Mejía Lara, pje. 3 #17 Colonia Escalón.</p>

CLUB MOCHILEROS DE EL SALVADOR



Es un club fundada en 16 de agosto de 2012. Diseña viajes especialmente para universitarios que su intención es pasar unos días en algunos de los lugares más paradisíacos del país donde la fiesta nunca termina o visitar esas ferias y festivales que están llenas de folklore y que además de ofrecer diversión sin par, ofrecen un contenido cultural.

TELÉFONO: 7600-3454

PÁGINA WEB:

<http://www.clubdemochilero.com/>

FACEBOOK: Club de Mochileros de El Salvador.

UBICACIÓN/DIRECCIÓN:

Col. Campestre #17, Pje.3, Calle Circunvalación, San Salvador.

TUCAN TRAVEL



Tucan Travel inició sus actividades en 2013. Desde el comienzo de sus actividades, se especializo en el servicio turístico dedicado a la realización de viajes y todo lo relacionado al transporte. Tiene cobertura en El Salvador y Centroamérica.

TELÉFONO: 7289-7035

PAGINA WEB:

<https://tucantravelsv.com/>

FACEBOOK: Tucan Travel El Salvador

UBICACIÓN/DIRECCIÓN:

Calle Antiguo Cuscatlan, Cd Merliot

PALMERAS TOUR



Agencia de turismo terrestre en El Salvador y Centro América.

NOMBRE DE CONTACTO :

Ever Jonatan Acosta (Gerente General)

TELEFONO: 7038-5532

CORREO ELECTRONICO:

palmerastour17@gmail.com

FACEBOOK: Palmeras Tour

DIRECCION: Calle monseñor José María Escrivá de Balaguer , edificio Instel loc 6, Col flor blanca. San Salvador.

ECTOURS	
 <p>EC Tours es una compañía dedicada a satisfacer a los clientes que disfrutan de la aventura, la naturaleza y la riqueza cultural.</p>	<p>NOMBRE DE CONTACTO: EDWIN E. CARRILLO</p> <p>TELEFONO: 78424708</p> <p>CORREO ELECTRONICO: ectours@hotmail.com</p> <p>PAGINA WEB: www.ectourselsalvador.com</p> <p>FACEBOOK: EC TOURS El Salvador.</p> <p>DIRECCION: 77 Avenida Norte y 11 Avenida Norte y 11 Calle No. 4021, Colonia Escalón, San Salvador.</p>
AXEL TRAVEL	
 <p>Tour operadora que realiza viajes a nivel nacional y centroamerica.</p>	<p>NOMBRE DE CONTACTO: Axel Aldair</p> <p>TELEFONO: 7748 2519</p> <p>CORREO ELECTRONICO: axeltravel.go@gmail.com</p> <p>FACEBOOK: Axel Travel.</p> <p>DIRECCION: Colonia Layco, 29 calle poniente.</p>
ESCALADORES TOURS	
 <p>Escaladores Tours, es una Tours Operadora Salvadoreña, dedicada a ofrecer paquetes turísticos al más bajo precio y con la más alta calidad, ofreciendo tours dentro del territorio salvadoreño (Volcanes, Playas, Centros Arqueológicos) así como también en Guatemala, Honduras y Nicaragua.</p>	<p>NOMBRE DE CONTACTO: Vicente Antonio Reyes</p> <p>TELEFONO: 7427 8719</p> <p>PAGINA WEB: www.ectourselsalvador.com</p> <p>FACEBOOK: Escaladores Tours.</p> <p>DIRECCION: 29 Calle Poniente y 11 Avenida Norte, San Salvador.</p>

GUANA TOUR`S	
 <p>Empresa de turismo de aventura y deportes extremos, especialistas en construcción de campos de cuerdas altas canopy, senderos, parques temático.</p>	<p>NOMBRE DE CONTACTO: Edwin Portillo</p> <p>TELEFONO: clubguanatours@gmail.com</p> <p>FACEBOOK: Guanatours, turismo y deportes extremos.</p> <p>DIRECCION: Residencial loma linda calle maquilihuat, San Salvador</p>
SOPHIA TOURS	
 <p>Este operador de turismo ofrece: Paquetes Vacacionales a cualquier destino de Europa, Medio y Lejano Oriente, México, Centro y Sur América, Estados Unidos. Circuitos Turísticos Multidestinos, reservación de hoteles, tours nacionales a diferentes partes del país.</p>	<p>TELEFONO: 2563 9659</p> <p>CORREO ELECTRONICO: info@sophiatours.com.sv</p> <p>PAGINA WEB: http://www.sophia.travel</p> <p>FACEBOOK: Sophia Tours</p> <p>DIRECCION: EDIFICIO VITTORIA, Calle el Mirador y 93 Av. Norte, 3er nivel, local C-3, Colonia Escalón, San Salvador</p>
ADVENTURES TOURS SV	
 <p>Operador de turismo en El Salvador y Centroamérica.</p>	<p>TELEFONO: 7227 0376</p> <p>CORREO ELECTRONICO: adventurestoursv@gmail.com</p> <p>FACEBOOK: Adventures Tours SV</p> <p>DIRECCION: Calle Monseñor, edificio Instel local 2 col. Flor Blanca, San Salvador.</p>

ATQUIZ TUR	
 <p style="text-align: center;">Comité de Desarrollo Turístico de Atiquizaya</p> <p>En conjunto con la Alcaldía y el CDT, AtiquizTur, realiza visitas turísticas a los diferentes atractivos turísticos de Atiquizaya.</p>	<p>NOMBRE DE CONTACTO: Karen Lizzeth Arévalo Góchez</p> <p>TELEFONO: 7822 9348</p> <p>CORREO ELECTRONICO: atiquiztur@gmail.com</p> <p>FACEBOOK: AtiquizTur De Comité De Desarrollo Turístico De Atiquizaya.</p> <p>DIRECCION: Av 5 de Noviembre Nte, Atiquizaya</p>
UNIDAD DE TURISMO SAN LORENZO	
 <p>Para días festivos, la alcaldía junto a empresarios del sector turístico realizan tours guiados a los atractivos turísticos de San Lorenzo.</p>	<p>TELEFONO: 75248042</p> <p>CORREO ELECTRONICO: comunicaciones@alcaldiadesanlorenzo.gov.sv</p> <p>FACEBOOK: Alcaldía Municipal de San Lorenzo, Ahuachapán</p> <p>DIRECCION: Barrio el Centro, San Lorenzo</p>
ISTU (PROGRAMA BUSES ALEGRES)	
 <p>El Instituto Salvadoreño de Turismo, (Istu) pone a disposición de los salvadoreños los ya tradicionales “buses alegres”, que se convierten en otra alternativa para viajar a diferentes sitios turísticos nacionales a un bajo costo.</p>	<p>NOMBRE DE CONTACTO: Julio López</p> <p>TELEFONO: 2260-9249</p> <p>FACEBOOK: Instituto Salvadoreño de Turismo ISTU</p> <p>CORREO ELECTRONICO: informacion@istu.gov.sv</p> <p>DIRECCION: calle Roben Daria, 9 avenida sur.</p>

TUKI TOURS EL SALVADOR



Tuki Tours El Salvador tiene como principal objetivo a los turistas experiencias inigualables llenas de emociones, felicidad, recuerdos, y aventuras explorando cada uno de los destinos que El Salvador tiene para ofrecernos.

Tuki Tours El Salvador cuenta con el mejor equipo de guías turísticos, que saben ante todo brindar un servicio honesto, respetable y amigable para con los turistas. Adicional a ello Tuki Tours cuenta con las mejores unidades de transporte full extras, totalmente equipados para la mayor comodidad y seguridad de nuestros turistas.

TELEFONO: 7674 2309

CORREO ELECTRONICO:
tourstuki@gmail.com

FACEBOOK: Tuki Tours El Salvador

DIRECCION: Pasaje Rodríguez, edificio INSTEL, Local 6. Col. Flor Blanca, San Salvador.

OLAS TRAVEL



Olas Travel es una empresa que Brinda Servicios Turísticos con destinos en El Salvador y La Región Centroamericana Desde México Hasta Panamá.

TELEFONO: 2101 6807

CORREO ELECTRONICO:
olastravelsv@gmail.com

FACEBOOK: Olas Travel

DIRECCION: 23 calle poniente #1520
San Salvador

7.5. METODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN

Técnicas de recolección de información

En la obtención de datos del Mercado Distribuidor se utilizará como técnica el sondeo de opinión y como instrumento de recolección de información un cuestionario.

- ◆ **Sondeo de opinión:** es una medición estadística tomada a partir de encuestas destinadas a conocer la opinión de los operadores de turismo.

Las encuestas se realizarán a tour operadores y unidades de turismo de las alcaldías de la microrregión de manera presencial y por medio electrónico.

El instrumento que se utilizará es el cuestionario y contendrá tanto preguntas abiertas, como preguntas cerradas de selección.

Las preguntas realizadas en el sondeo de opinión, tendrán como fin:

- ◆ Dar a conocer los principales destinos turísticos que visitan los tours operadores.
- ◆ Los paquetes que ofrecen.
- ◆ Características de los destinos turísticos visitados.
- ◆ Requisitos de un destino turístico para formar parte de sus tours.
- ◆ Conocer cuáles tour operadoras han realizado viajes a los municipios que integran la microrregión de Ahuachapán Norte.
- ◆ Conocer cuales destinos de la microrregión de Ahuachapán Norte han visitado
- ◆ Opiniones acerca de la experiencia de los tour realizados a los municipios de la microrregión, en caso de haberlo visitado.
- ◆ Disposición para ofrecer tours a los municipios que conforman la microrregión de Ahuachapán Norte.

Diseño del instrumento de recolección de información

Para la recolección de información primaria, el instrumento de recopilación de información será diseñado bajo 5 ejes de investigación, los cuales son:

- ◆ **Oferta turística**

Información relacionada a los servicios que brinda el operador de turismo, los destinos que ofrece, así como características o requisitos para formar parte de su oferta.

- ◆ **Medios de prestación del servicio**

Se investigará los medios que el tour operador utiliza para ofrecer el servicio.

- ◆ **Demanda**

Información relacionada con la demanda de los destinos o rutas turísticas, así como la demanda turística por medio de operadores de turismo.

◆ **Organización.**

Información relacionada a la organización entre el tour operador e instituciones o municipalidades donde realizan tours.

◆ **Competitividad turística.**

Información de percepción del operador de turismo sobre las características que hacen que la microrregión sea competitiva o no competitiva.

Tomando los ejes mencionados anteriormente se prosiguió a diseñar el cuestionario con los siguientes pasos:

- **Primero** se determinó que información necesitábamos sobre el distribuidor, nos preguntamos cuales son los datos más relevantes que deseamos obtener. Para ello redactamos los objetivos que debe perseguir la recolección de información, así como los indicadores y resultados esperados.
- En **segundo** lugar, determinamos el tipo de cuestionario que se va a diseñar. En este caso se realizará un cuestionario estructurado con cerradas, las cuales muestra opciones de lección y preguntas abiertas.
- Como **tercer** paso se determinó el contenido de cada pregunta, para este paso se identificó la información que necesitamos recolectar, con el fin de tener las preguntas necesarias.
- Como cuarto y último paso se realizó el ordenamiento de las preguntas

El diseño del cuestionario que se utilizará para la realización de la investigación del mercado consumidor está compuesto por las siguientes preguntas como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 76. Proceso de diseño de cuestionario.

EJE	OBJETIVO	INDICADOR	RESULTADOS ESPERADOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	NO.
Oferta turística	Identificar cuáles son los servicios o paquetes turísticos que ofertan los tour operadores.	Servicios Turísticos	Oferta turística de los operadores de turismo. Servicios turísticos que ofrecen los operadores de turismo.	¿Cuáles son los servicios o paquetes turísticos que oferta?	1
Oferta turística	Conocer cuáles son los segmentos de mercados a los que van dirigidos los tour operadores.	Segmento de mercado	Clasificación de los segmentos de mercados actuales a los que se dirigen los operadores de turismo.	¿A qué mercado van dirigidos? ¿Tienen segmentos de mercado?	2
Oferta turística	Conocer cuáles son las características que requiere un destino turístico para ser parte de la oferta que ofrece el tour operador.	Características del destino turístico.	Características de destino turístico que permitirán realizar una comparación con los destinos turísticos de la microrregión de Ahuachapán Norte, para determinar si cumple dichas características o no.	¿Qué características requiere un destino turístico para ser parte de los viajes que ofrecen a los turistas?	3
Organización	Identificar cuáles son las principales empresas e instituciones con las cuales los tours operadores hacen alianzas para ofrecer mejores servicios turísticos.	Organizaciones, municipalidades, instituciones.	Alianzas estratégicas actuales que realizan los operadores de turismo.	¿Tienen alianzas con algunas municipalidades de los pueblos vivos o con alguna otra institución o empresas en los lugares visitados?	4
Demanda	Identificar las épocas del año en que son más demandados los servicios de los tour operadores.	Época del año.	Conocer el periodo del año donde existe mayor demanda en el sector turismo.	¿Época del año donde se realizan más viajes y son más demandados los tours?	5
Medios de prestación del servicio.	Identificar cuáles son los principales medios de comunicación que utilizan los tour operadores para darse a conocer.	Medios de Información	Medios de distribución de paquetes turísticos.	¿Qué medios utiliza para darse a conocer al mercado?	6

Oferta turística	Determinar cuáles son las rutas turísticas que el tour operador oferta a sus clientes.	Rutas Turísticas	Rutas turísticas más demandadas	¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?	7
Medios de prestación del servicio.	Conocer el tipo de medio de transporte que se utiliza para realizar tours.	Medio de transporte	Medios de transporte actualmente utilizados para realizar tours.	¿Qué medio de medio de transporte utiliza para realizar los tours?	8
Oferta turística	Determinar cuáles son los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte que actualmente son visitados por medio de operadores de turismo.	Municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte	Conocer si se realiza turismo en la microrregión de Ahuachapán Norte por medio de operadores de turismo	¿Cuáles son los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte que actualmente ofrecen a los turistas?	9
Oferta turística	Conocer cuáles son los precios promedios de los tours.	Precio promedio de los tours	Conocer si los precios promedios de los tours pueden ser cubiertos por el consumidor según el perfil determinado.	¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan a los municipios de la microrregión?	10
Oferta turística	Identificar los atractivos/ actividades turísticas que actualmente son visitados por medio de los operadores de turismo.	Atractivos turísticos / Actividades turísticas	Destinos o actividades turísticas más demandados por medio de	De los municipios mencionados anteriormente, ¿cuáles son los atractivos turísticos que visita en sus recorridos turísticos?	11
Demanda	Conocer la frecuencia de viajes realizados en la microrregión por medio de los operadores de turismo.	Número de veces al año que realizan tours a la microrregión de Ahuachapán Norte	Factor para realizar proyecciones de visitas de grupos de turistas.	¿Cuántas veces al año realiza tours a los municipios que integran la microrregión de Ahuachapán Norte?	12
Demanda	Conocer cuál es el tamaño de los grupos de turistas con los que generalmente visitan los municipios de la microrregión de Ahuachapán norte.	Número de personas	Factor para realizar proyecciones de visitas de grupos de turistas.	¿Cuál es el tamaño de los grupos de turistas con los que generalmente visitan alguno de los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte?	13

Competitividad	Conocer cuáles son las principales fortalezas en materia de turismo que identifican los operadores de turismo.	Fortalezas	Fortalezas en materia de turismo desde el punto de vista de los operadores de turismo.	¿Cuáles considera que son las fortalezas en materia de turismo en los municipios que integran la microrregión de Ahuachapán Norte?	14
Competitividad	Conocer cuáles son las principales debilidades en materia de turismo que identifican los operadores de turismo.	Debilidades	Debilidades en materia de turismo desde el punto de vista de los operadores de turismo.	¿Cuáles considera que son las debilidades en materia de turismo en los municipios que integran la microrregión de Ahuachapán Norte?	15
Competitividad	Determinar cuáles son los motivos por los cuales los tour operadores actualmente no realizan tour a la microrregión de Ahuachapán Norte.	Motivos por los cuales no realizan tours a municipios de la microrregión.	Conocer los factores que no han propiciado la realización de tours a la microrregión de Ahuachapán Norte	¿Por qué no realiza Tours a los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín o El Refugio?	16

El instrumento de recolección de información del mercado competidor se encuentra en anexo 18.

7.6. TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

PREGUNTA 1: ¿CUÁLES SON LOS SERVICIOS O PAQUETES TURÍSTICOS QUE OFERTA?

Opciones	fr	%
Transporte	17	100%
Tour Guiado	17	100%
Alimentación	11	65%
Hospedaje	9	53%
Otros	7	41%
Total de respuestas	61	359%
Total de encuestas	17	100%

Tabla 77. Tabulación de pregunta 1 - Mercado Distribuidor.

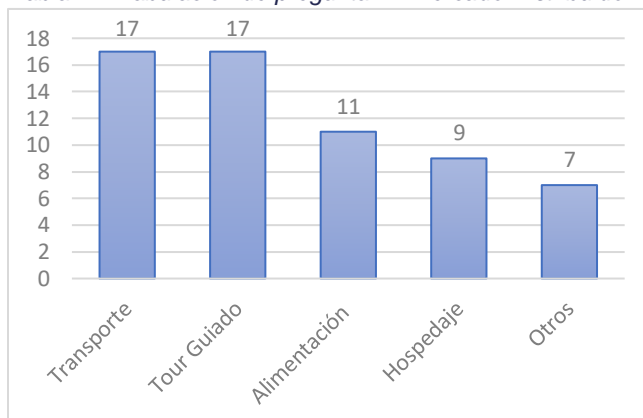


Gráfico 56. Servicios que ofrecen los operadores de turismo.

Análisis: Del número de operadores turísticos entrevistados todos ofrecen el servicio de transporte y tour guiado, tal como lo muestra el gráfico estos dos servicios son los principales e imprescindibles servicios que el operador de turismo brinda. Algunos también brindan el servicio de alimentación y hospedaje y en un menor número otros servicios como lo son entradas de algunos lugares parques o lugares privados, el acceso a juegos temático, o deportes extremos y seguro de salud en caso de accidentes.

PREGUNTA 2: ¿A QUÉ MERCADO VAN DIRIGIDOS? ¿TIENEN SEGMENTOS DE MERCADO?

Los tour operadores tienen claro los mercados a los que van dirigidos, algunos de manera general y otros de manera más específica. Algunos de los segmentos de mercado mencionados a los que van dirigido los operadores de turismo son:

- Segmento Nacional y Segmento Internacional.
- Segmento Familiar
- Segmento Adulto-Joven
- Segmento de Tercera Edad
- Todos los mercados.

Análisis:

Segmento Nacional: Hace referencia a que los operadores de turismo realizan viajes para las personas que deseen realizar turismo dentro del país. Todos los operadores de turismo entrevistados tienen un segmento nacional.

Segmento Internacional: Hace referencia a los operadores de turismo que realizan viajes para las personas que deseen realizar turismo en otro país. Según la información recolectada

los países que forman parte de la oferta de los operadores de turismo pertenecen principalmente a Centroamérica. Y algunos otros ofrecen a estados unidos, Perú, república dominicana, entre otros. De los encuestados solo, 3 (ISTU, AtiquizTur y Comité de turismo de San Lorenzo) no realizan viajes turísticos fuera del país.

Segmento Familiar: son aquellos que los paquetes turísticos van en función a grupos de familias o amigos. Todos los encuestados van dirigidos a un segmento familiar.

Segmento Adulto-Joven: Este segmento hace referencia a las personas mayores de 18 años, de espíritu aventurero, aquellas personas que lo único que quieren al realizar el viaje es vivir la experiencia, disfrutar del destino turístico, de la naturaleza y practicar deportes extremos. Todos los tour operadores encuestados realizar tours para este segmento, sin embargo, Guanatours y Mochileros de El Salvador son los que se enfocan más en atender este segmento.

Segmento de Tercera Edad: Enfocado a personas de mayor edad, las cuales buscan comodidades y excelente atención por ello en este segmento tiende a ser más costoso, ya que se buscan transporte, alimentación y servicio de mayor calidad que los brindados a otros segmentos.

Todos los mercados: Algunos operadores de turismo se dedican a satisfacer las necesidades de todos los mercados, estos a través de realizar paquetes a la medida, es decir paquetes con las características específicas que el consumidor desee.

No todos los tour operadores se enfocan a un mercado en específico, todos tienen un segmento definido y en algunos casos más de un segmento, y la mayoría de estos segmenta en base a las necesidades que los turistas necesitan, es decir por ejemplo la necesidad de disfrutar un lugar tranquilo, rodeado de la naturaleza, o un lugar con mucha diversión y vida nocturna.

PREGUNTA 3: ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS REQUIERE UN DESTINO TURÍSTICO PARA SER PARTE DE LOS VIAJES QUE OFRECEN A LOS TURISTAS?

Tabla 78. Tabulación de pregunta 3 - Mercado Distribuidor

Opciones	fr	%
Accesibilidad	15	88%
Seguridad	11	65%
Oferta turística diversa	9	53%
Que sean Atractivos	8	47%
Servicios básicos	8	47%
Limpieza	6	35%
Alta demanda turística	4	24%
Otros	4	24%
Total de respuestas	65	382%
Total de encuestas	17	100%

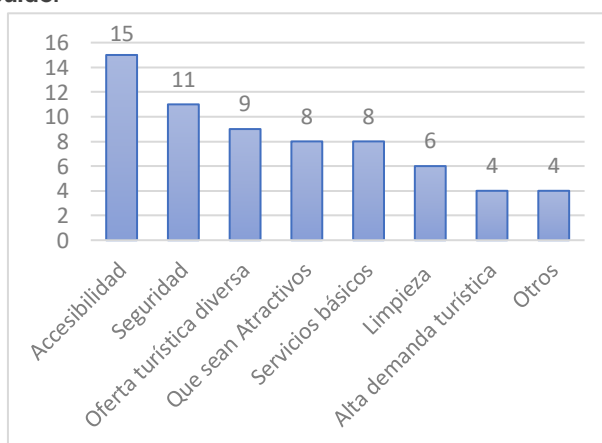


Gráfico 57. Características que requiere un destino turístico.

Análisis: Las dos principales características que debe poseer un destino turístico, para ser parte de los viajes que ofrecen los operadores de turismo son la accesibilidad y la seguridad.

La accesibilidad es importante ya que, al ofrecer estos viajes, los medios de transporte utilizados deben poder transitar fácilmente en las calles y evitar cualquier desperfecto, entre mejores son las condiciones de las calles para llegar al destino turístico, mayor accesibilidad tienen sus transportes para movilizarse y por ende sería una mejor experiencia de trabajo para el operador turístico y mayor número de viajes se pueden realizar.

La seguridad es la segunda característica más importante, ya que, si existe seguridad de parte de un organismo público, privado o la situación actual de seguridad de la zona es favorable, existe una mejor imagen del destino y los consumidores se sienten tranquilos y fácilmente deciden visitarlos. En caso contrario, la inseguridad da una mal imagen y los consumidores no se sienten atraídos por el destino turístico.

Otras de las características que debe poseer el destino turístico están:

- Oferta turística diversa: Para poder tener diferentes actividades que realiza y diferentes sitios visitar.
- Que sean atractivos: que los sitios turísticos o actividades turísticas sean atractivos para los consumidores.
- Servicios Básicos: que los lugares visitados cuenten con agua, iluminación, baños, servicio de alimentación, entre otros,
- Limpieza. Que los lugares se encuentren limpios, en orden, no contaminados.
- Alta demanda turística: que los destinos tengan una alta afluencia turística y que sean muy populares actualmente.
- Otros: Algunos mencionaron que la zona donde se encuentre el destino turístico debe poseer hotelería, restaurantes, centros de salud y en el caso de AtiquizTour y el comité de turismo de San Lorenzo que deben ser del municipio al que pertenecen.

PREGUNTA 4: ¿TIENEN ALIANZAS CON ALGUNAS MUNICIPALIDADES DE LOS PUEBLOS VIVOS O CON ALGUNA OTRA INSTITUCIÓN O EMPRESAS EN LOS LUGARES VISITADOS?

Existen convenios, alianzas o tratos con alcaldías, empresas de transporte, restaurantes, hoteles, parques acuáticos, haciendas, etc.

Análisis: La mayoría de los tour operadores, tienen convenios o alianzas con empresas de transporte, ya que estas no poseen transporte propio, así mismo estos hacen alianza con empresas hoteleras, de alimentos, entre otras en diferentes lugares para ofrecer más servicios a los turistas. En el caso del ISTU, AtiquizTour y el comité de turismo de San Lorenzo estos si tiene convenios con las alcaldías de los municipios donde realizan los tours.

PREGUNTA 5: ¿ÉPOCA DEL AÑO DONDE SE REALIZAN MÁS VIAJES Y SON MÁS DEMANDADOS LOS TOURS?

Todos los operadores de turismo coincidieron con la respuesta. Las épocas del año donde se realizan más tours son en Semana Santa, agostos y diciembre.

Análisis: Esto concuerda a lo respondo por los consumidores, ellos realizan turismo principalmente en estas épocas. Es evidente que tienen más demanda en los tour operadores en esas épocas ya que existe un periodo de vacaciones, sin embargo siempre se mantiene una afluencia de clientes para fines de semana.

PREGUNTA 6: ¿QUÉ MEDIOS UTILIZA PARA DARSE A CONOCER AL MERCADO?

Los medios utilizados actualmente para darse a conocer al mercado: las redes sociales, radio, páginas web, periódicos locales, medios de comunicación internacionales, y alianzas estratégicas con algunos establecimientos e instituciones como el MITUR, restaurantes, hoteles, entre otros.

Análisis: Todos los tours operadores entrevistados utilizan las redes sociales como Facebook e instagram para promocionarse y darse a conocer, esto es bastante útil debido a que es gratis y actualmente es uno de los medios de comunicación más utilizados. También los utilizan para resolver las dudas e inquietudes de los consumidores y realizar reservaciones. El establecimiento de alianzas con establecimientos comerciales e instituciones como el MITUR y RNT también es uno de los medios más utilizados, estas instituciones dentro de sus páginas web, eventos y redes sociales, promocionan a los tours operadores. En menor frecuencia de respuestas esta los medios de información de radio, páginas web, periódicos y medios de comunicación internacionales.

PREGUNTA 7: ¿CUÁLES SON LAS RUTAS TURÍSTICAS QUE ACTUALMENTE OFRECE A LOS TURISTAS?

Tabla 79. Tabulación de pregunta 7 - Mercado Distribuidor

Opciones	fr	%
Ruta de las flores	15	214%
Ruta de los volcanes	14	200%
Ruta Fresca	10	143%
Ruta Sol y Playa	9	129%
Ruta Arqueológica	8	114%
Ruta de la paz	8	114%
Ruta Artesanal	7	100%
Ruta del café	5	71%
Otras	5	71%
Total de respuestas	81	1086%
Total de encuestas	17	100%

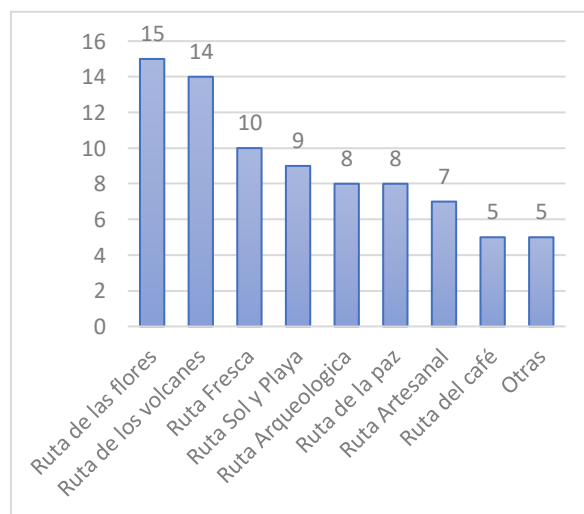


Gráfico 58. Rutas turísticas que los operadores de turismo ofrecen a los turistas.

Análisis: La Ruta turística más visitada por los operadores de turismo es la ruta de las flores, la cual está ubicada en el occidente del país. Esto concuerda con la competencia identificada en el mercado de consumo y el mercado competidor.

Otras de las rutas turísticas más visitadas por medio de los operadores de turismo son la ruta de los volcanes, la ruta fresca, la ruta de sol y playa la ruta arqueológica y ruta de la paz. Y en un menor número la ruta artesanal y la ruta del café. A parte de las rutas mencionadas los entrevistados mencionaron otras, las cuales, presentaron menor frecuencia como la ruta azul, ruta a pueblos originarios, y a festivales.

PREGUNTA 8: ¿QUÉ MEDIO DE MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZA PARA REALIZAR LOS TOURS?

Tabla 80. Tabulación de pregunta 8 - Mercado Distribuidor

Opciones	fr	%
Microbús	16	94%
Autobús	15	88%
Otros	3	18%
Total de respuestas	34	200%
Total de encuestas	17	100%

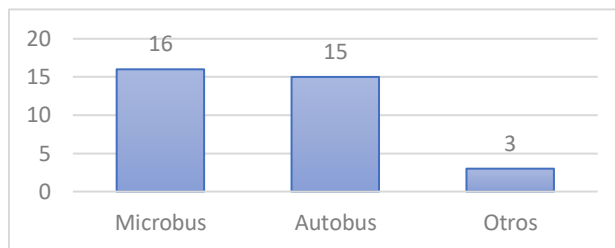


Gráfico 59. Medios de transporte utilizados para realizar los tours.

Análisis: Con una frecuencia bastante cercana, los medios de transporte más utilizados son el microbús y el autobús, siendo el microbús el que presentó la mayor frecuencia, opción seleccionada por 16 de los entrevistados. Con frecuencia baja se mencionaron otros medios de transporte como lo son las coaster, pick-up y lanchas.

Para la selección del medio de transporte terrestre a utilizar, los operadores de turismo mencionan que lo eligen de acuerdo al número de personas que realicen el tour, ya que un bus tiene una mayor capacidad que un microbús o una coaster y de acuerdo al segmento de mercado; para elegir las características del transporte privado, como que debe llevar aire acondicionado, música, butacas, televisión o un bus del transporte colectivo.

PREGUNTA 9: ¿CUÁL ES EL PRECIO PROMEDIO DE LOS TOURS QUE REALIZAN?

Para tours nacionales de un día, el precio promedio es de \$20.00 y varían entre \$10.00 y \$40.00 según las características del paquete turístico.

Análisis: En base a la situación económica del país los operadores de turismo tratan de hacer económicos sus viajes, pero sin dejar de recibir utilidades. En el caso de que no reciban una demanda grande a sus tours, ellos poseen también alianzas con otros tours operadores, donde se unen para realizar el viaje y compartir costos. Por ello los precios de los tours en el mercado son bastante parecidos. Sin embargo, también existen tours de mayores precios, los cuales ofrecen servicios más lujosos, estos para segmentos de mercado con mayor poder adquisitivo.

PREGUNTA 10: ¿A REALIZADO TOURS A LOS MUNICIPIOS DE ATQUIZAYA, SAN LORENZO, TURÍN O EL REFUGIO?

Tabla 81. Tabulación de pregunta 10 - Mercado Distribuidor.

Opciones	fr	%
SI	14	82%
NO	3	18%
Total de respuestas	17	100%
Total de encuestas	17	100%

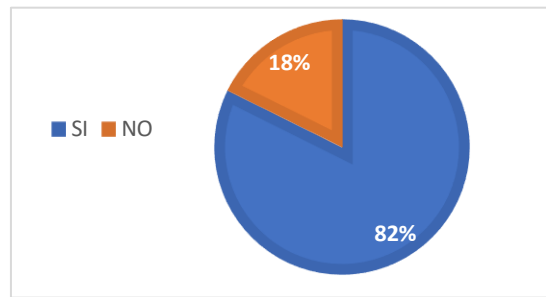


Gráfico 60. Porcentaje de personas que visitan o no la microrregión para realizar turismo.

Análisis: El 82% de los operadores de turismo encuestados si han visitado en tours alguno de los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte, mientras que el 18% respondió que no han realizado tours en esa zona.

Según este resultado existe un gran porcentaje de tours realizado a alguno de los municipios de la microrregión, esto puede servir para potenciar el turismo de los municipios con poca demanda por medio del que si tiene demanda.

PREGUNTA 11: ¿CUÁLES SON LOS MUNICIPIOS DE LA MICRORREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE QUE ACTUALMENTE VISITAN EN LOS TOURS QUE OFRECEN?

Tabla 82. Tabulación de pregunta 11 - Mercado Distribuidor

Opciones	fr	%
Atiquizaya	12	71%
San Lorenzo	6	35%
Turín	0	0%
El Refugio	0	0%
Ninguno	3	18%
Total de respuestas	21	124%
Total de encuestas	17	100%

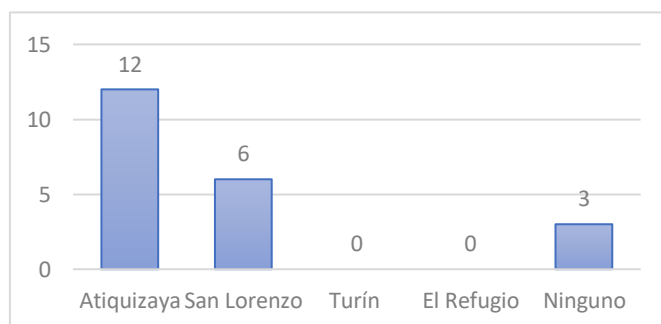


Gráfico 61. Municipios que actualmente son visitados por medio de operadores de turismo.

Análisis: Con una frecuencia de 12 operadores de turismo, Atiquizaya es el municipio de la microrregión de Ahuachapán Norte más visitado por medio de operadores de turismo. En segunda posición se encuentra San Lorenzo y los municipios de Turín y el refugio actualmente no son visitados por medio de operadores de turismo.

Esto quiere decir que del 82% de los operadores de turismo, que si realizan tours a la microrregión, estos solo visitan Atiquizaya o San Lorenzo.

PREGUNTA 12: DE LOS MUNICIPIOS MENCIONADOS ANTERIORMENTE (ATIQUIZAYA, SAN LORENZO, TURIN Y EL REFUGIO), ¿CUÁLES SON LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE VISITA EN SUS RECORRIDOS TURÍSTICOS?

- En Atiquizaya: El Salto de Malacatiupan, el centro histórico, la lotería de Atiquizaya, los murales turísticos y la hacienda San Antonio.
- En San Lorenzo: El Festival del Jocote y El Jícara.

Análisis: Atiquizaya es el municipio de la microrregión más visitado y el que tiene mayor oferta turística que actualmente es visitada por tour operadores, sin embargo, también existe más oferta turística que actualmente no es visitada por operadores turísticos. El destino turístico más visitado son las cascadas de aguas termales llamadas Salto de Malacatiupan. En San Lorenzo existen dos lugares a los cuales, si realizan tours los operadores turísticos, existiendo muchos otros sin visitar.

PREGUNTA 13: ¿CUÁNTAS VECES AL MES REALIZA TOURS A LOS MUNICIPIOS QUE INTEGRAN LA MICRORREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE?

Tabla 83. Tabulación de pregunta 13 - Mercado Distribuidor

Opciones	fr	%
1 a 2 veces al mes	12	86%
3-5 veces al mes	2	14%
Mas de 6 veces al mes	0	0%
Total de respuestas	14	100%
Total de encuestas	14	100%

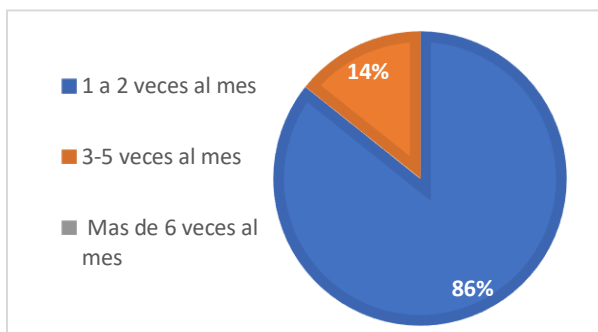


Gráfico 62. Frecuencia mensual de tours a la microrregión de Ahuachapán norte.

Análisis: El 86% de los operadores turísticos que realizan tours a la microrregión de Ahuachapán Norte, realizan tours de 1 a 2 veces al mes y el 14% de 3 a 5 veces al mes. Estos porcentajes son considerados para los destinos turísticos de Atiquizaya y el Jícara de San Lorenzo. Esta aclaración se realiza debido a que el festival del jocote es bastante demandado, pero solo se realiza una vez al año.

PREGUNTA 14: ¿CUÁL ES EL TAMAÑO DE LOS GRUPOS DE TURISTAS CON LOS QUE GENERALMENTE VISTAN ALGUNO DE LOS MUNICIPIOS DE LA MICRORREGIÓN DE AHUACHAPÁN?

Tabla 84. Tabulación de pregunta 14 - Mercado Distribuidor

Opciones	fr	%
Menor a 10 personas	0	0%
De 10 a 20 personas	6	43%
De 20 a 30 personas	5	36%
De 30 a 40 personas	2	14%
De 40 a 50 personas	1	7%
Mas de 50 personas	0	0%
Total de respuestas	14	100%
Total de encuestas	14	100%

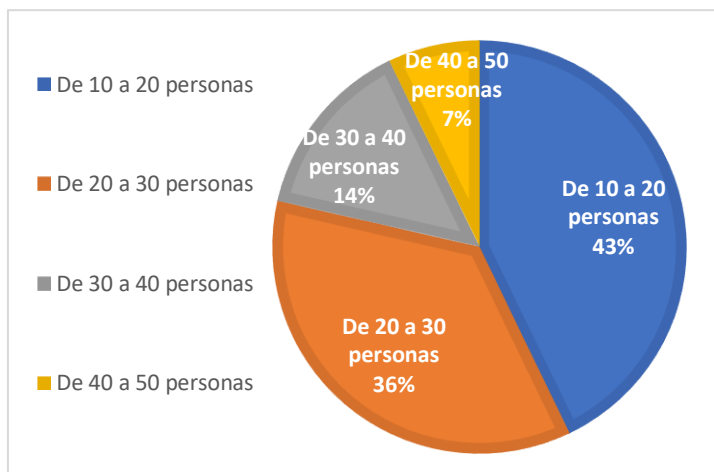


Gráfico 63. Cantidad de personas que visitan a la microrregión de Ahuachapán Norte en los tours.

Análisis: El 43% de los operadores turísticos que realizan tours a la microrregión de Ahuachapán Norte, van con un grupo de 10 a 20 personas, el 36% con un grupo de personas de 20 a 30, el 14% con un grupo de personas de 20 a 40 y el 7% de 40 a 50 personas. Es mayor el porcentaje en grupos pequeños.

Pregunta 15: ¿Cuáles considera que son las fortalezas en materia de turismo en los municipios que integran la microrregión de Ahuachapán Norte?

- La implementación de festivales gastronómicos y deportivos
- Poseer la única cascada de aguas termales en el país.
- Poseer variedad de atractivos naturales.
- Su oferta turística integra tanto la historia, gastronomía y aventura.

Análisis: Las fortalezas anteriormente mencionadas, son la agrupación de las respuestas brindadas por los operadores de turismo. Es importante aclarar que se basaron en sus visitas a los municipios de Atiquizaya y San Lorenzo. El poseer atractivos únicos como la cascada de Malacatiupan y una oferta turística variada hace de la microrregión un destino turístico potencial y atractivo.

Pregunta 16: ¿Cuáles considera que son las debilidades en materia de turismo en los municipios que integran la microrregión de Ahuachapán Norte?

- Acceso a los destinos turísticos.
- Imagen de inseguridad.
- Poco conocimiento de los atractivos turísticos.

Análisis: Las debilidades anteriormente mencionadas, son la agrupación de las respuestas brindadas por los operadores de turismo. Al no cumplir los requisitos que en la pregunta 3 se mencionaban, se vuelven debilidades el dificultar el acceso a los destinos turísticos ya que algunos caminos son de tierra, la imagen de inseguridad que se refleja en las noticias y el poco conocimiento de los atractivos turísticos que poseen.

Pregunta 17: ¿Por qué no realiza Tours a los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín o El Refugio?

- Se desconoce la oferta turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.
- Como operadores de turismo, no se ha inspeccionado la zona, no se ha realizado un estudio de los atractivos turístico, visita de campo y se desconoce los recursos turísticos con los que cuenta.
- Los destinos turísticos no son populares

Análisis: Las principales razones por los cuales los operadores de turismo no realizan tours a la microrregión de Ahuachapán se han agrupado en las mostradas anteriormente. Donde la principal mencionada es el desconocimiento de la oferta turística.

7.7. PERFIL DEL DISTRIBUIDOR

De la investigación realizada se resume a continuación las características comunes de las empresas tour operadoras que distribuyen servicios turísticos en el país:

PERFIL DEL DISTRIBUIDOR	
Tipos de paquetes turísticos que ofrecen	<ul style="list-style-type: none"> • Paquete Estándar: Diseñados por la empresa • Paquete a la medida: Según preferencias del cliente y presupuesto.
Servicios que se ofrecen en los paquetes turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Transporte y guía turístico • Todo incluido: transporte, guía turístico, alimentación, hospedaje, otros.
Segmentos de mercado a los que va dirigido	<p>Según el lugar de ubicación del destino:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viajero Nacional • Viaje Internacional <p>Según las características del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segmento Familiar. • Segmento Adulto-Joven. • Segmento Tercera Edad.
Principales tipos de turismo que promueven	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Sol y Playa • Turismo Rural • Turismo de Aventura • Turismo Gastronómico • Ecoturismo
Principales características de los destinos turísticos a visitar	<ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad. • Seguridad • Oferta turística diversa y atractiva • Servicios Básicos • Limpieza • Alta demanda turística
Rutas turísticas más visitadas	<ul style="list-style-type: none"> • Ruta de las flores • Ruta de los volcanes • Ruta fresca • Ruta sol y playa • Ruta arqueológica
Medio de difusión de información	<ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales • Radio • Páginas web
Medio de transporte utilizado	<ul style="list-style-type: none"> • Microbús • Autobús • Coaster
Tiempo de viaje nacional promedio	1 día
Costo de viajes turísticos nacionales	\$10.00 a los \$40.00

7.8. ANÁLISIS DE MERCADO DISTRIBUIDOR

A continuación, presenta un análisis general, de acuerdo a la información recolectada a través de fuentes primarias y secundarias para el mercado distribuidor:

◆ Oferta turística

En cuanto a la oferta turística que los operadores de turismo presentan al consumidor se ha logrado determinar lo siguiente:

Los principales servicios que ofrecen son el transporte y tour guiado. Ya que el principal objetivo o trabajo del operador de turismo es trasladar a las personas de su lugar de origen al destino turístico. Otros servicios que los paquetes turísticos incluyen son alimentación y hospedaje. Si no lo incluye, el guía muestra los lugares donde puede adquirir alimentos, hidratarse y hospedarse.

Los principales segmentos de mercado que manejan los operadores turísticos en cuanto al lugar del destino turístico son el segmento nacional e internacional. En cuanto a las características del consumidor: segmento familiar, adulto-joven y tercera edad.

Las características que debe poseer un destino turístico para ser parte de la oferta turística de los operadores turísticos son: Accesibilidad, seguridad, oferta turística diversa y atractiva, que el destino posea servicios básicos, limpieza y alta demanda turística.

Las rutas turísticas que actualmente ofrecen al consumidor son: la ruta de las flores, ruta de los volcanes, la ruta fresca, la ruta sol y playa, la ruta arqueológica, ruta de la paz, ruta artesanal, ruta del café y la ruta azul. Se mencionaron en orden de importancia, favorece que la ruta de las flores sea la más ofrecida por los operadores de turismo, ya que la ubicación geográfica de esta, está próxima a la de la microrregión de Ahuachapán Norte.

En cuanto a la microrregión en estudio, los únicos municipios que actualmente los tour operadores visitan son Atiquizaya y San Lorenzo. De estos los destinos visitados son: El Salto de Malacatiupan, el centro histórico, la lotería de Atiquizaya, los murales turísticos, la hacienda San Antonio, el Festival del Jocote y El Jícara. El precio en el que rondan los tour va desde los \$10.00 a los \$40.00 dependiendo del tipo de servicio.

◆ Medios de prestación del servicio

En cuanto a los medios de prestación de servicio que los operadores de turismo utilizan, se ha logrado determinar lo siguiente: Los medios para darse a conocer al consumidor son principalmente las redes sociales, ya sean las propias, o en las redes sociales de algún aliado. También algunos utilizan páginas web, radio, periódicos, entre otros, para darse a conocer, pero esto con menor frecuencia.

Los medios de transporte utilizados puede ser microbús, autobús, coaster, entre otros, la utilización de estos depende de la cantidad de personas que asistan al tour. Entre más personas se utiliza un medio de transporte de mayor capacidad o más unidades.

◆ **Demanda**

En cuanto a la demanda del servicio de los operadores de turismo, se ha logrado determinar lo siguiente: Las épocas del año con mayor demanda son: Semana Santa, Vacaciones Agostinas y Diciembre. Esto debido a que son épocas vacacionales. Los días en que realizan los tours son los fines de semana y días de semana que sean asueto. Los grupos de personas que realizan tours a la zona de la microrregión tienen un número entre 20 a 30 personas actualmente y la frecuencia de viaje mensual es de 1 a 2 veces en el mes.

◆ **Organización.**

En cuanto a la organización de los operadores de turismo, se ha logrado determinar lo siguiente: Están organizados con otros operadores de turismo, es decir existen alianzas estratégicas entre ellos, para realizar sus viajes y algunas veces compartir costos. También han establecido relaciones y alianzas con restaurantes, con sitios de hospedaje, con parque o destinos privados y con algunas municipalidades de los destinos que visitan.

◆ **Competitividad turística.**

En cuanto a percepción que tiene los operadores de turismo en cuanto al turismo en la microrregión, se ha logrado determinar lo siguiente: Las características que hacen a la microrregión competitiva son las siguientes: la implementación de festivales gastronómicos y deportivos, poseer la única cascada de aguas termales en el país, poseer variedad de atractivos naturales y que su oferta turística integra tanto la historia, arte, naturaleza, gastronomía y aventura.

Las características que no la hacen competitivas son: problemas de acceso, imagen de inseguridad y poca información y promoción de los destinos turísticos que poseen.

De todo lo anterior se concluye que los operadores de turismo podrían realizar tours a más lugares turísticos de la microrregión, pero se debe trabajar en contrarrestar o disminuir las debilidades que actualmente posee.

IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMA DETECTADO SEGÚN ANÁLISIS DEL MERCADO

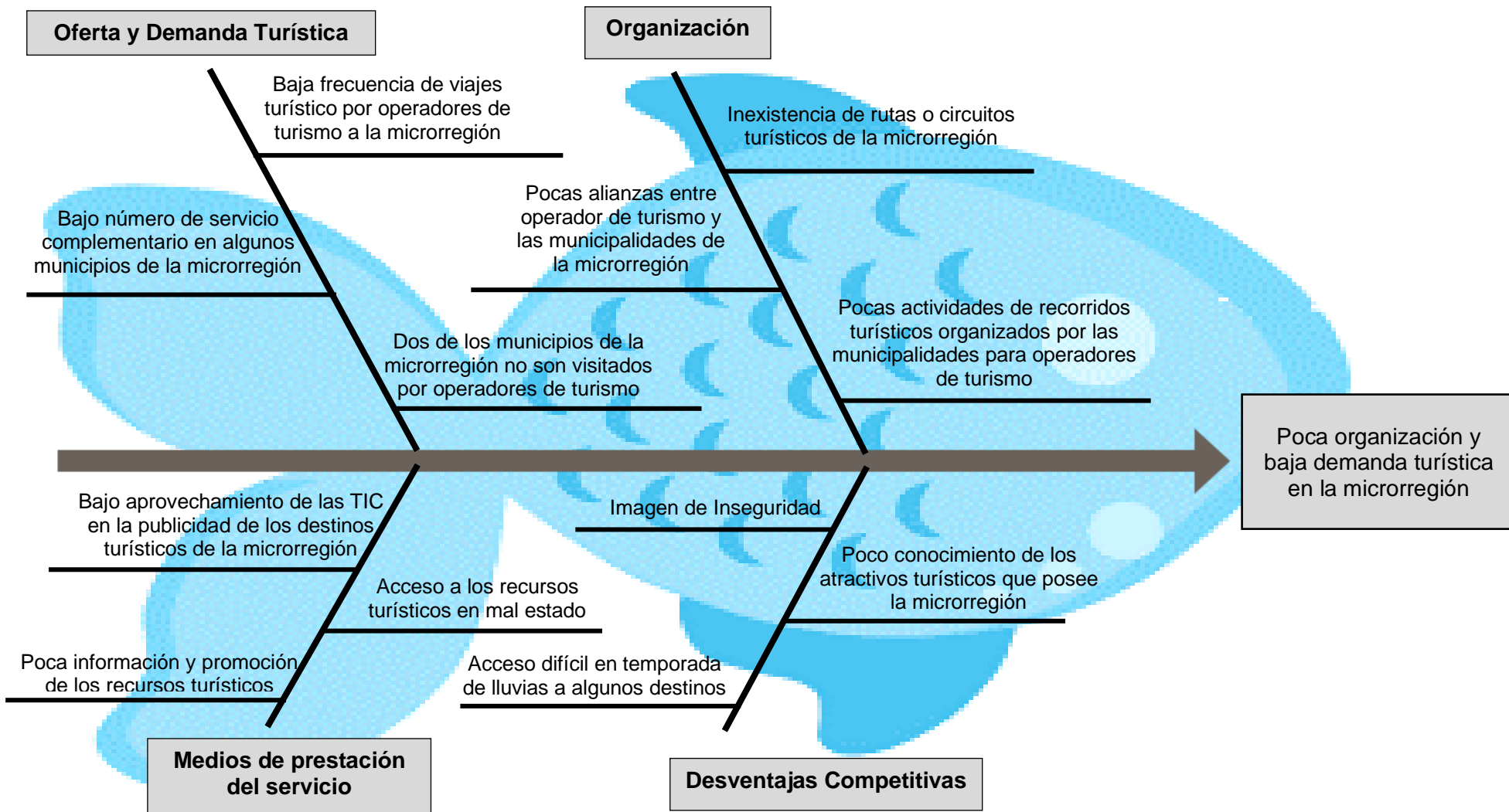
Según el análisis realizado para el mercado distribuidor se procederá a identificar el problema que enfrenta la microrregión de Ahuachapán Norte, comparando la percepción de los distribuidores y el análisis realizado con respecto a la situación actual.

Para ello recurrimos a la técnica lluvia de ideas, la cual por medio del trabajo grupal se expuso ideas sobre los problemas y sus causas, las cuales fueron analizadas y ordenadas. Las cuales se presentan de manera gráfica por medio del diagrama Ishikawa, la cual consiste en una representación o esquema en el que puede verse de manera relacional una especie de espina central, que es una línea en el plano horizontal, representando el problema a analizar y en las espinas secundarias se van determinando las diferentes causas-raíces que contribuyen al problema.

Según la aplicación de la técnica el problema centra es la poca organización y baja demanda turística. Esto es debido a que la microrregión no ha propiciado una organización entre las municipalidades y los operadores de turismo, para darles recorridos turísticos, mostrarle su oferta turística y las posibles alianzas que pueden establecer son los empresarios del sector turístico, tampoco existen rutas turísticas o circuitos elaborados para darle a conocer al operador de turismo y este realizar tour hacia esos destinos. También es bajo el número de operadores de turismo que realiza tours a esa zona, no visitan todos los municipios de la microrregión y la frecuencia de viaje es baja, por lo que se detectó que la demanda turística es baja.

Esto, se muestra en el siguiente diagrama:

DIAGRAMA ISHIKAWA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, SEGÚN EL ANÁLISIS DEL MERCADO DISTRIBUIDOR.



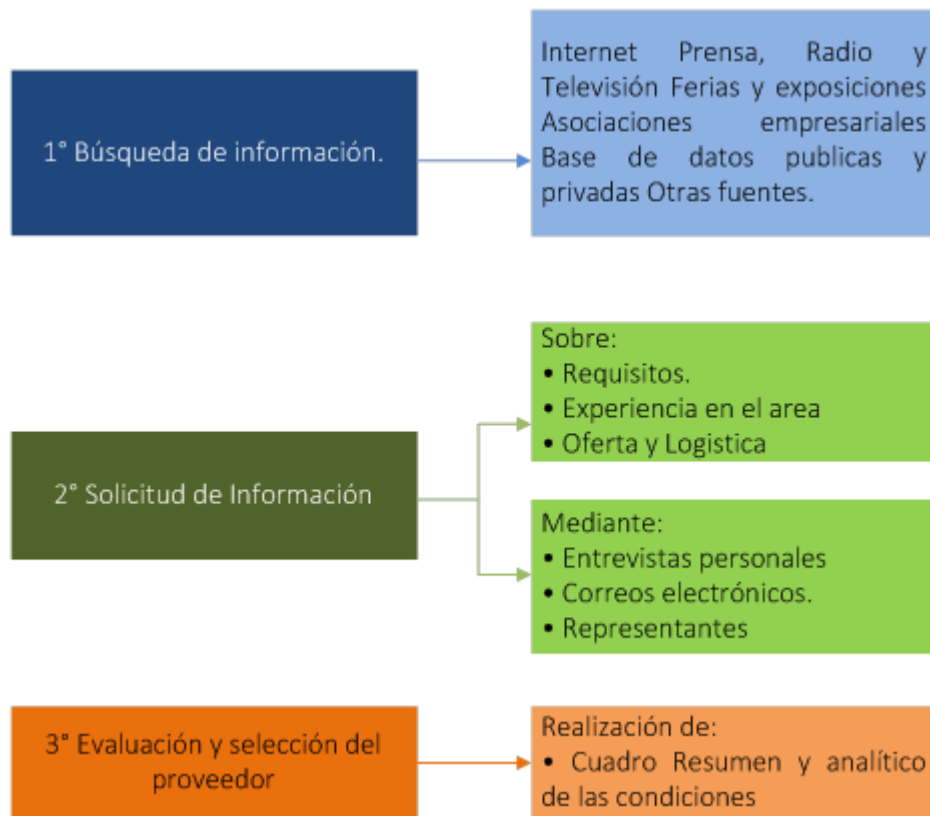
8. MERCADO PROVEEDOR

OBJETIVO DEL MERCADO:

Analizar el mercado proveedor actual y potencial para identificar las posibles instituciones de apoyo o financieras, que nos permitan seleccionar las instituciones adecuadas para poder ejecutar los programas que se diseñaran en el plan para la microrregión de Ahuachapán Norte.

8.1. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presenta la metodología del mercado proveedor, el cual incluye a aquellas instituciones ya sea de Gobierno, privadas o de Cooperación que podrían brindar apoyo técnico económico, para la propuesta de desarrollo turístico:



Esquema 19. Metodología del mercado proveedor.

Se iniciará buscando información sobre instituciones de apoyo en el sector turístico que den apoyo técnico o financiero, que existan en el país. Esta información podrá ser recolectada por medio de fuentes primarios o secundarias.

Posteriormente se recolectará la información, mediante solicitudes a las entidades o entrevistas personales a los encargados de las instituciones.

Por último, se tabulará la información recolectada de las instituciones de apoyo y financieras ofrecidos para el sector turismo de parte de instituciones públicas y privadas. Una vez confeccionado un listado con los posibles proveedores, se inicia el contacto directo para solicitar la información que interesa recabar. Se ha de procurar que respondan claramente a los aspectos que más interese conocer.

8.2. IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACION DEL MERCADO ABASTECEDOR

En el desarrollo de la investigación del mercado abastecedor, como mercado objetivo se entenderá a aquellas instituciones que brinden apoyo en cuanto a capacitaciones en materia de turismo y a instituciones financieras que cuenten con programas de financiamiento de proyectos turísticos, que residen en del país.

El primer paso para la elaboración de la investigación del mercado proveedor es definir los criterios que se utilizarán para la especificar el perfil de las instituciones a consultar. Para nuestra investigación se tomarán todas las instituciones que existan en el país, que brinden financiamiento y apoyo a proyectos turísticos de la Zona Occidental, especialmente en el departamento de Ahuachapán.

El Mercado proveedor se estudia para determinar cuáles son las instituciones que pueden brindar apoyo a la microrregión, para capacitar a las personas involucradas en el turismo respecto a algunos temas como atención al turismo, manejo de alimentos, etc., y las instituciones que se pueden tomar en cuenta para el financiamiento del proyecto.

8.3. METODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información que utilizarán para realizar el estudio del mercado proveedor y su posterior análisis, serán de dos tipos, las cuales son primarias y secundarias, cada una de ellas se detallan a continuación:

Información primaria

Es la información que se generará con el desarrollo de la investigación de campo, por medio de la administración de los instrumentos de obtención de datos, dichas fuentes son las siguientes:

- Entrevistas a instituciones que ofrecen capacitaciones en cuanto al sector turismo y a instituciones financieras que apoyen a proyectos turísticos.

Diseño del instrumento de recolección de información.

Para la recolección de información primaria, el instrumento de recopilación de información será diseñado bajo un eje principal de investigación, el cual es:

◆ **Oferta de servicios para proyectos turísticos.**

Información relacionada a los servicios que brinda las instituciones de apoyo y financieras, los servicios que ofrecen, así como características o requisitos para formar parte de su oferta.

Las entrevistas se realizarán a instituciones financieras e instituciones que ofrezcan capacitaciones sobre turismo, las encuestas serán suministradas de manera presencial.

El instrumento que se utilizará es el cuestionario y contendrá preguntas abiertas.

Las preguntas realizadas en el sondeo de opinión, tendrán como fin:

- ◆ Dar a conocer los principales los principales servicios que ofrecen las instituciones para proyectos turísticos.
- ◆ Requisitos de las instituciones para formar parte de sus servicios.

A Continuación, se desglosará las interrogantes propuestas para las entrevistas a las instituciones de apoyo y financieras:

Tabla 85: diseño de instrumento de recolección.

EJES	OBJETIVO	INDICADOR	RESULTADO	PREGUNTA
Oferta de servicios para proyectos turísticos del mercado proveedor disponible.	Conocer cuáles son los servicios que prestan las instituciones y que benefician a los proyectos turísticos.	Servicios que apoyan a programas turísticos.	Determinar los programas que existen en el país y que puedan servir de apoyo al plan.	¿Cuáles son los servicios o apoyo que la institución posee para el sector turismo?
	Conocer instituciones que apoyen al turismo, que aún no hayan sido consideradas en este apartado.	Instituciones de apoyo.	Determinar si existen nuevas instituciones que apoyen al turismo y que no se hayan considerado.	¿Posee alguna alianza con otras instituciones que actualmente apoyen al turismo?
	Determinar los requisitos que debe poseer el proyecto o programa, para poder aplicar a un servicio.	Requisitos para el servicio.	Determinar si el plan posee los requisitos para aplicar al servicio.	¿Cuáles son los requisitos que se deben poseer para aplicar a un servicio?

El instrumento de recolección de información se presenta en anexo 21.

Información secundaria:

Se utilizará información ya existente, que se encuentre publicada y esté al alcance de la población, entre la información a utilizar se menciona:

- Páginas web de instituciones financieras e instituciones de apoyo.
- Broshures o catálogos de información financiera.

8.4. INSTITUCIONES DE APOYO

MITUR

El MITUR, es la entidad encargada de la industria turística, además es la institución que se encarga de la parte de las políticas y regulaciones del turismo a nivel nacional.

A través del MITUR se pretende ayudar a las empresas interesadas en el rubro turístico. Para lograr el crecimiento del turismo a nivel nacional el MITUR ha creado políticas y programas orientados a crear una imagen como la marca país para atraer al turista extranjero.

Alguno de los programas que ha creado el MITUR para fortalecer el turismo a nivel nacional son:

1. Pueblos Vivos: Programa que permite poner en valor turístico la identidad, historia, cultura, tradiciones, gastronomía; practicando la equidad de género, valores y principios.
2. Pueblos encantadores: es un programa que presenta una nueva forma de presentar los pueblos de El Salvador.
3. Vive tu país: Programa orientado a sensibilizar a los salvadoreños residentes en el exterior.
4. Invertures: Este Programa impulsa el desarrollo de proyectos de inversión y la generación de empleo.
5. Formatures: Integrará cursos especializados, capacitaciones puntuales y formación técnica de cómo desarrollar las actividades turísticas y atención al visitante de manera eficiente.

CORSATUR

Es una institución autónoma, la cual está dirigida por medio de una junta directiva, que está conformada por el sector público y el sector privado, teniendo ambos la mitad de esta junta, ellos se encargan de posicionar a El Salvador en el exterior a través de su marca país, y también se encargan de promover el mercadeo turístico, a través de la creación de productos y servicios turísticos.

La finalidad con la cual se creó CONSATUR fue la de promover los sitios más atractivos del país, fomentando la inversión extranjera y nacional. La función de CORSATUR es promocionar permanentemente a El Salvador, a nivel nacional e internacional, como un destino turístico, coordinadamente con los diferentes actores del sector. El CONSATUR, se relaciona con cualquier entidad pública a través del Ministerio de Turismo.

La Coordinación Interinstitucional (MITUR, ISTU, CORSATUR)

En el país existen tres instituciones que se encargan del turismo la primera es el Ministerio de Turismo (MITUR), la segunda es la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), la tercera es el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), , el ISTU es el encargado del turismo social tiene bajo su administración los parques recreativos nacionales.

En el año 2011, se firma un Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre el Ministerio de Turismo, la Corporación Salvadoreña de Turismo y el Instituto Salvadoreño de Turismo, con la finalidad de mejorar la coordinación inter institucional entre las tres instituciones, así como para aunar esfuerzos y recursos físicos y financieros.

MITUR como CORSATUR e ISTU, han brindado mucho apoyo a los municipios mediante los siguientes componentes estratégicos:

1. Participación ciudadana e inclusión social.
2. Reactivación del turismo interno.
 1. Desarrollo de rutas y productos turísticos.
 2. Señalización turística.
 3. Mejoramiento de la imagen e infraestructura turística.
 4. Promoción, transparencia y ética.
 5. Comercialización y ferias de turismo.
 6. Inversión en capital humano por medio de capacitaciones y asistencias técnicas.

Por lo cual estas instituciones pueden cooperar con la Microrregión Norte de Ahuachapán, para la gestión de donaciones del gobierno o de entes externos para realizar el proyecto, así como la asistencia técnica, el desarrollo de las capacitaciones y la señalización turística.

FORMATURES

El Programa de Formación Turística de El Salvador, es un programa que brinda formación técnica en el sector turismo, con un formato especializado para el sector empresarial. El FORMATURES brinda cursos especializados, capacitaciones puntuales y formación técnica, de cómo se debe desarrollar las actividades turísticas y como se debe atender a los turistas o visitantes de forma eficiente.

El Programa FORMATURES pretende fortalecer la competitividad de los actores claves del sector turístico, que forman parte de la cadena productiva en todo el país para potenciar la industria turística y convertirla en un eje transversal de desarrollo sostenible y de crecimiento económico continuo.

Algunas de las capacitaciones que ha brindado el programa son:

1. Guías de turismo local y nacional.
2. Fortalecimiento de las capacidades de POLITUR.
3. Turismo Joven.
4. Inglés básico enfocado al Turismo.
5. Seminarios de Introducción al Turismo Sostenible.
6. Curso de portugués y atención a Cruceros.

CAT

Los Centros de Amigos del Turista, son oficinas ubicadas en las regiones turísticas más importantes del país, en donde se cuenta con personal especializado para brindar atención, información y asistencia tanto a los turistas, como a empresarios del sector turístico, para beneficiar a los visitantes de las zonas que se atienden.

Misión de los CAT: Prestar servicios y asistencia técnica en materia de turismo, a través de acciones que hagan de la zona, un destino turístico sostenible y competitivo en coordinación con los prestadores de servicios turísticos y los diferentes actores del lugar.

Visión del CAT: Consolidarnos como una oficina de CORSATUR reconocida en el destino turístico y en El Salvador por impulsar el turismo a través de la prestación de servicios y asistencia técnica permanente, cercana a los diferentes actores responsables del desarrollo turístico de la zona.

Funciones desempeñadas por los CAT:

- Afiliación de empresarios – Actualmente se cuenta con 56 afiliados
- Capacitaciones
- Asistencia Técnica
- Promoción de Destino
- Inventarios turísticos
- Eventos de intercambio entre rutas y empresarios
- Desarrollo de productos
- Apoyo a los Comités de Desarrollo Turístico
- Información a turistas
- Referentes de turismo en el territorio del área de acción
- Apoyo a Municipalidades en el contexto de la estrategia Pueblos Vivos.
- Información del territorio para todas las unidades de CORSATUR y otras entidades del estado.

Los centros de amigo al turista, está dividido por regiones, como se mencionó al inicio los CAT están ubicados en regiones turísticas más importantes del país, el CAT que incluye la Microrregión Norte de Ahuachapán, es el CAT ubicado en la ruta de las flores, específicamente en el municipio de Apaneca.

CDMYPE UNICAES Santa Ana

Este Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas (CDMYPE), funciona gracias a la alianza entre la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) y la Universidad Católica de El Salvador (UNICAES). El CDMYPE UNICAES Santa Ana atiende empresas y personas emprendedoras de los municipios de Santa Ana y el Norte de Ahuachapán.

Tipos de servicio que ofrecen son:

- Asesoría en el Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación: Los empresarios y empresarias reciben apoyo para aplicar la tecnología (informática, sistemas computacionales, dispositivos electrónicos, internet, telecomunicaciones, etc.) y con ello

acceder a nuevos servicios y más información, mejorar sus competencias, abrirse a nuevos mercados, entre otros.

- Asistencia técnica: se ofrecen servicios técnicos en temas de gestión empresarial o temas especializados, fortaleciendo aspectos como: diseños de procesos productivos, reformulación y diversificación de productos, imagen comercial, planes de mercadeo, diseño de estrategia de promoción o publicitaria u otros que requiera la empresa.
- Capacitaciones: Se brinda información en diferentes áreas, de manera grupal para una o varias empresas en diversos temas como: características empresariales personales, planes de negocios, técnicas efectivas de ventas, servicio al cliente, etc.

8.5. INSTITUCIONES FINANCIERAS

INVERTURES

El Programa INVERTURES, que es ejecutado por el CONSATUR y el MITUR, pretende con su implementación, buscar el desarrollo de los territorios nacionales, la ejecución de ideas de negocios, planes y proyectos turísticos que se deseen desarrollar el turismo a nivel nacional.

Con este programa se desea impulsar los proyectos de inversión privada, la generación de empleo a través de dichos proyectos y aumentar la oferta de productos y servicios del país.

Los proyectos que se catalogan como de interés turístico nacional son según el ART. 2 Literal E) de la ley de turismo: un proyecto o Plan Maestro de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos, que es calificado como tal por el Ministerio 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 la Ley de Turismo.

PROCEDIMIENTO PARA LA DECLARATORIA DE PROYECTO:

Según el art. 22 de la ley de turismo, el MITUR es el encargado de otorgar la calificación o denegatoria de los Proyectos de Interés Turístico Nacional, previa opinión favorable del Ministerio de Hacienda, del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la República, para aquellas inversiones que superen los cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$50,000.00). Para las inversiones menores de cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$50,000.00), basta la opinión favorable del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la República y Ministerio de Turismo.

REQUISITOS PARA DECLARATORIA DE PROYECTOS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL.

- **Requisitos Para Inversiones Mayores A US\$25,000.00 Y Menores A US\$50,000.00.**

1. Inscribir la empresa y su titular en el Registro Nacional de Turismo de CORSATUR. (Art. 9 Ley de Turismo y 19-A Ley de CORSATUR).

2. Presentar, dirigida al Ministro de Turismo, solicitud de calificación de la nueva inversión como “Proyecto de Interés Turístico Nacional”, la cual deberá contener:
 - a) Nombre, razón social o denominación del titular del proyecto, generales del solicitante y calidad en que actúa (Titular, Representante Legal y/o Apoderado).
 - b) Número de inscripción de la empresa y su titular en el Registro Nacional de Turismo.
 - c) NIT de la sociedad o del propietario, Número de Matrícula de empresa y establecimiento.
 - d) Nombre del Proyecto, descripción, justificación y monto de la nueva inversión.
 - e) Petición de calificación de Proyecto de Interés Turístico Nacional y de los incentivos fiscales aplicables conforme al Art. 36 de la Ley de Turismo.
 - f) Dirección, número de fax o correo electrónico para recibir notificaciones y nombre de la persona comisionada para oír notificaciones y recibir documentos.
 - g) Documentos adjuntos que se presentan y que sustentan lo solicitado.
 - h) Lugar y fecha.
 - i) Firma del solicitante.
3. Adjuntar a la solicitud, en debida forma.
4. El Estudio de Factibilidad del proyecto a desarrollar.

Estos requisitos se pueden ver más detalladamente en la siguiente página web:
<http://www.mitur.gov.sv/iii-requisitos-para-inversiones-mayores-a-us25000-00-y-menores-a-us50000-00/>

- **Requisitos Para Inversiones Mayores A US\$50,000.00.**

1. Inscribir la empresa y su titular en el Registro Nacional de Turismo de CORSATUR. (Art. 9 Ley de Turismo y 19-A Ley de CORSATUR).
2. Presentar, dirigida al Ministro de Turismo, solicitud de calificación de la nueva inversión como “Proyecto de Interés Turístico Nacional”, la cual deberá contener:
 - a) Nombre, razón social o denominación del titular del proyecto, generales del solicitante y calidad en que actúa (Titular, Representante Legal y/o Apoderado).
 - b) Número de inscripción de la empresa y su titular en el Registro Nacional de Turismo.
 - c) NIT de la sociedad o del propietario, Número de Matrícula de empresa y establecimiento.
 - d) Nombre del Proyecto, descripción, justificación y monto de la nueva inversión.
 - e) Petición de calificación de Proyecto de Interés Turístico Nacional y de los incentivos fiscales aplicables conforme a los literales del al Art. 36 de la Ley de Turismo.
 - f) Dirección, número de fax o correo electrónico para recibir notificaciones y nombre de la persona comisionada para oír notificaciones y recibir documentos.
 - g) Documentos adjuntos que se presentan y que sustentan lo solicitado.
 - h) Lugar y fecha.
 - i) Firma del solicitante
3. Adjuntar a la solicitud, en debida forma.
4. El Estudio de Factibilidad del proyecto a desarrollar.

Estos requisitos se pueden ver más detalladamente en la siguiente página web: <http://www.mitur.gob.sv/iv-requisitos-para-inversiones-mayores-a-us50000-00/>

OTROS REQUISITOS.

- a) A fin de comprobar la veracidad de los datos manifestados en el estudio de factibilidad del proyecto, el MITUR podrá requerir al solicitante, en cualquier etapa del proceso, la presentación de documentación o información adicional.
- b) La solicitud y la documentación presentada, deberá constar en idioma castellano o debidamente traducido al mismo. Se presentará un ejemplar en original y tres copias de toda la documentación.
- c) Las fotocopias de los documentos presentados junto con la solicitud, deberán ser certificadas por Notario. En caso de presentar documentos públicos o auténticos provenientes de país extranjero, deberán presentarse debidamente legalizados o apostillados, según proceda.
- d) Si la solicitud no se presenta personalmente por el Representante Legal, Propietario o Apoderado del proyecto, la firma del solicitante deberá ser autenticada por Notario.

COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO.

Los proyectos de inversión pública en El Salvador generalmente se financian a través de la cooperación internacional para el desarrollo, la cual está conformada por un conjunto de países cooperantes que brindan los fondos. Como, por ejemplo: Brasil, Costa Rica, Chile, Estados Unidos, México, Corea; China-Taiwán, Japón, Alemania, España, Francia, Inglaterra, Rusia, Suecia.

Dentro del marco institucional de El Salvador, la instancia encargada de gestionar los fondos en todas sus modalidades es el Ministerio de Relaciones Exteriores a través de la Dirección General de Cooperación Externa y la Secretaría Técnica del Financiamiento Externo. Asimismo, la Secretaría Técnica de la Presidencia y el Ministerio de Hacienda son la contraparte para planificar y coordinar la distribución de los recursos orientados a la ejecución de los programas y proyectos específicos.

Los programas y proyectos enmarcados dentro de las políticas de desarrollo se orientan en diferentes ámbitos como: Salud, Educación, Medio ambiente, Agua y saneamiento, Vivienda, Agricultura, Industria, Turismo, Comercio, entre otros.

Según la modalidad de intervención de la cooperación internacional estas se clasifican en:

- Cooperación financiera no reembolsable.
- Cooperación financiera reembolsable.

El financiamiento a través de los fondos de cooperación internacional puede ser gestionado por la institución solicitante a través de la unidad del ministerio correspondiente al rubro del proyecto que se desea ejecutar (En este caso con el ministerio de Turismo). Otra forma de gestionar los fondos es directamente a través del Ministerio de Relaciones Exteriores el cual realiza el proceso de precalificación del proyecto.

El proceso para la gestión de los fondos a través del Ministerio de Relaciones Exteriores se resume de la siguiente forma:

1. Solicitud de apoyo financiero a la Dirección General de Cooperación Externa del Ministerio de Relaciones Exteriores por parte de las instituciones ejecutoras de proyectos de cooperación internacional.
2. Presentar los formularios destinados para diseñar el programa, proyecto y actividad específica, a través de una nota oficial y se acompañan de los soportes y documentación acreditativa correspondiente.
3. Las solicitudes de financiamiento son analizadas y evaluadas previamente por un equipo de profesionales multidisciplinario según el tipo y naturaleza de los proyectos; de igual forma, brinda la asistencia y asesoría técnica necesaria para la formulación y presentación de estas.
4. Una vez aprobadas las propuestas de cooperación se realiza la gestión ante la fuente cooperante y se obtiene la aprobación o no de financiamiento y se notifica a la institución ejecutora/beneficiaria sobre la respectiva resolución

USAID

USAID es la agencia norteamericana encargada de la cooperación internacional oficial de EE.UU. Apoya y desarrolla gran número de proyectos en los países que comprenden su área de interés y en los temas que la agencia ha definido como prioritarios.

Para ello USAID con nuestro país posee una cooperación financiera no reembolsable (donaciones), realizando convocatorias para proyectos innovadores para el desarrollo, de alcance comunitario, proyectos municipales, ambientales, etc.

El requisito primordial que debe cumplir estos proyectos sometidos al proceso de convocatorias es que el alcance e impactos del proyecto sean en función del beneficio social, desarrollo comunitario, beneficio ambiental, beneficios de género entre otros.

El Proyecto de USAID para la Competitividad Municipal apoya a las municipalidades a mejorar sus niveles de competitividad y desarrollar un entorno amigable con los negocios que fomente y fortalezca el espíritu emprendedor de hombres y mujeres de negocio, para generar nuevas inversiones, negocios y empleos, y facilitar con ello, el avance de los municipios hacia el desarrollo económico local.

USAID desarrollará programas de capacitación y asistencia técnica especializados para mejorar la competitividad municipal; asimismo, apoyará el crecimiento de los sectores productivos a través de capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de capacidades empresariales y de la fuerza laboral, asociatividad de empresarios, el fortalecimiento de redes de mujeres de negocios, el desarrollo de un concurso de planes de negocios, ferias de promoción de inversiones, productos y empleos, entre otros.

JICA

La Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) como parte de la Asistencia Oficial para el Desarrollo (AOD), es la agencia encargada de unir a Japón con los países en vías de desarrollo.

El JICA brinda tanto Cooperación Técnica, Cooperación Financiera Reembolsable y Cooperación Financiera No Reembolsable. JICA fortaleció sus modalidades de Cooperación Internacional, integrando las operaciones de soporte financiero del Banco de Japón para la Cooperación Internacional (JBIC), la cooperación financiera no reembolsable proporcionada por el Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón (MOFA) y la cooperación técnica ofrecida por JICA.

Algunos proyectos en El Salvador del JICA.

Proyecto Fortalecimiento de las Capacidades para el Desarrollo del Turismo Rural en la Región Oriental de El Salvador (cooperación técnica). Este proyecto fue ejecutado por el Ministerio de Turismo y CORSATUR, desde el agosto de 2010 por el período de 3 años. Con el Proyecto se esperaba desarrollar el concepto de turismo rural en la región oriental del país, fortalecer las actividades de las asociaciones turísticas de la región del golfo y del MITUR/CORSATUR.

1. Puesto de La Unión (cooperación financiera reembolsable): construido a un monto de US \$112.3 millones es el proyecto de infraestructura portuaria más importante de El Salvador. Su propósito principal es servir como motor del desarrollo de la zona oriental.
2. Puente de la amistad entre Japón y Centroamérica (cooperación financiera no reembolsable): Esta importante obra permite a Japón apoyar los esfuerzos de los gobiernos de El Salvador y Honduras en función de la integración Centroamericana, la cual requiere un sistema de transporte competitivo y eficiente que permita aprovechar la estratégica ubicación geográfica de la Región.

8.6. TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

El estudio de las instituciones externas a la microrregión Norte de Ahuachapán, se caracterizó en la investigación de las oportunidades de asistencia técnica y fuentes de financiamiento para la ejecución de las futuras propuesta que ayuden al desarrollo turístico de la microrregión.

Todas las instituciones presentadas pueden brindar un servicio de asistencia técnica, capacitaciones y financieras para la microrregión. Algunas de las instituciones presentadas, ya han prestado servicio a algunos municipios de la microrregión como:

- CDMYPE que con ayuda de la Unidad de salud ha brindado capacitaciones para la Manipulación de alimentos e inocuidad en San Lorenzo y Atiquizaya.
- Talleres de OVOP realizados por expertos de JICA y CONAMYPE en San Lorenzo.
- USAID da apoyo a la Alcaldía de Atiquizaya con Asistencia técnica para el programa de competitividad promovido por USAID.
- El Ministerio de Agricultura y Ganadería y el MITUR, apoyaron con el desarrollo del primer festival de la planta de oro en El Refugio, y gestiono el apoyo de la Gerencia CENTA-CAFÉ con asistencia técnica a los viveristas de café.

Con respecto a los CAT, estos pueden brindar asistencia técnica y apoyo para la gestión de las capacitaciones a las instituciones que corresponda. Solo se debe gestionar en la oficina de CAT correspondiente tal como se dijo en la entrevista sostenida con el técnico del CAT ubicado en Suchitoto.

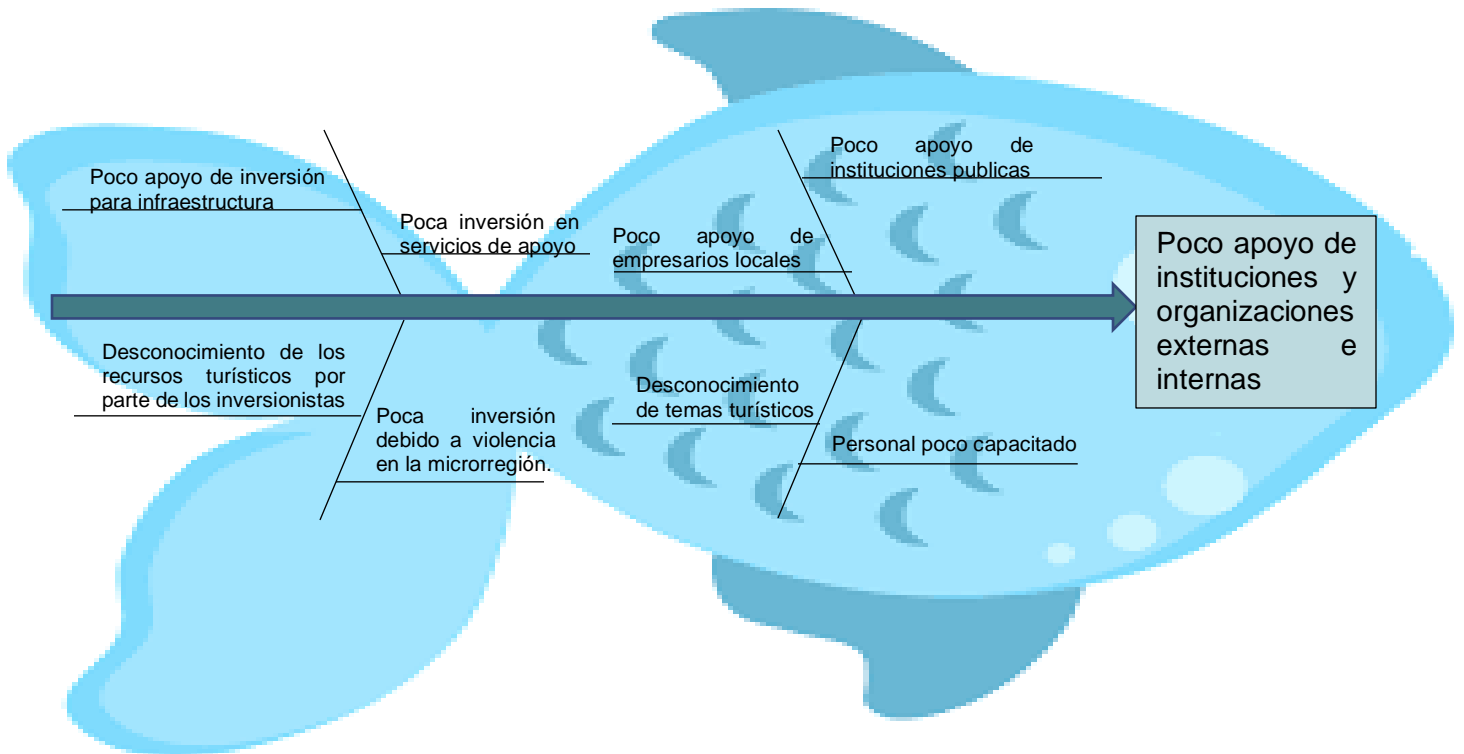
A continuación, se muestra un cuadro resumen de las instituciones de apoyo técnico y financiero:

Tabla 86: resumen de instituciones de apoyo.

INSTITUCION	APOYO	TIPO DE APOYO
<i>MITUR</i>	El MITUR posee programas de capacitaciones que ayudan a fortalecer el turismo nacional, así mismo brinda asistencia técnica para buscar financiamiento y realiza el contacto con organismos de cooperación.	Asistencia. Capacitaciones. Financiamiento.
<i>CONSATUR</i>	El CONSATUR en apoyo con el MITUR, poseen el programa FORMATUR, el cual brinda capacitaciones en el tema de turismo.	Capacitaciones.
<i>CAT</i>	Es una institución que brinda apoyo para la gestión de capacitaciones y talleres.	Asistencia técnica. Gestión de capacitaciones,
<i>JICA</i>	El JICA es una agencia de cooperación internacional perteneciente a Japón, el cual brinda tanto Cooperación Técnica, Cooperación Financiera Reembolsable y Cooperación Financiera No Reembolsable.	Asistencia Técnica. Capacitaciones. Financiamiento.
<i>USAID</i>	USAID es una agencia de cooperación internacional, perteneciente a Norteamérica, el cual brinda tanto Cooperación Técnica, Cooperación Financiera Reembolsable y Cooperación Financiera No Reembolsable	Asistencia Técnica. Capacitaciones. Financiamiento.
<i>MINSAL</i>	El MINSAL, brinda apoyo en capacitaciones que se relacionen al manejo de alimentos y brinda asistencia médica cuando se realizan actividades turísticas, el apoyo de esta institución puede ser gestionado por medio del CAT.	Capacitaciones.
<i>MAG</i>	El MAG, brinda apoyo en capacitaciones que se relacionen con la agricultura, eso es muy importante en los municipios de San Lorenzo y El Refugio, donde se cuenta con cultivos de café, loroco y jocote, el apoyo de esta institución puede ser gestionado por medio del CAT.	Capacitaciones.
<i>DCMYPE</i>	Los CDMYPE brindan asesoría en el Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, asistencia técnica en cuanto a gestión empresarial o temas especializados, imagen comercial, planes de mercadeo, etc. y capacitaciones en diferentes áreas como características empresariales personales, planes de negocios, técnicas efectivas de ventas, servicio al cliente, etc.	Asistencia Técnica. Capacitaciones.

8.7. ANÁLISIS GLOBAL DEL MERCADO PROVEEDOR.

Para finalizar el análisis de esta área, se hace uso de la técnica lluvia de ideas así mismo se auxilió del diagrama Ishikawa para organizar y clasificarlas en el eje de estudio.





IV. DIAGNOSTICO

1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado se describe de manera puntualizada, la información más relevante y los resultados obtenidos en la recolección de información primaria y secundaria. Estos resultados son producto del análisis realizado a las áreas que componen el sector turismo en la microrregión, en estas se encuentran: mercado competidor, mercado consumidor, mercado distribuidor, mercado proveedor, el inventario de los recursos turísticos, el inventario de la planta turística y la situación actual del turismo. Para ello la información se ha clasificado y agrupado en los siguientes aspectos:

1.1. ORGANIZACIÓN TURISTICA.

La organización turística contribuye al desarrollo turístico, ya que esta es la encargada de promover el turismo, asignar los papeles y tareas a cada uno de los integrantes de la organización, armonizar cada uno de los elementos del sistema turístico y la encargada de planificar y dirigir cada una de las acciones que contribuyan a desarrollar y potenciar el turismo de su zona de acción.

La organización turística que se posea como municipio y microrregión es importante para el desarrollo turístico. No todos los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte tienen un mismo nivel en la organización. Como parte de la investigación realizada se identificó que solo existen esfuerzos aislados en cada municipio para desarrollar el turismo. A continuación, se describe brevemente la situación organizativa actual de cada uno de ellos:

♦ ATIQUIZAYA

Es un municipio donde consideran la actividad turística de gran importancia para el desarrollo social, económico y ambiental; por lo cual en la actualidad la Alcaldía apoya la actividad turística y destina un presupuesto para ello. Posee una Unidad de turismo, una oficina de información turística y un equipo de trabajo dirigido por una coordinadora de turismo. También posee un comité de desarrollo turístico, un comité de artesanos los cuales están implementando la estrategia de un pueblo un producto (ovop), para promover el desarrollo económico y turístico local. No poseen un plan de desarrollo turístico, sin embargo, poseen un plan estratégico de desarrollo local.

♦ SAN LORENZO

San Lorenzo es conocido por ser el pionero en impulsar el desarrollo turístico en la zona occidental de Ahuachapán. La alcaldía apoya la actividad turística y destina un presupuesto para ello. Posee una Unidad de turismo y un kiosco de información turística. También posee comité de desarrollo turístico. Existen diferentes cooperativas y empresas en el municipio que trabajan en conjunto con la alcaldía para el desarrollo turístico, como la cooperativa el Jícaro, Acopaj de RL y La Quiruba. Poseen un plan de desarrollo turístico, elaborado en el año 2014, el cual esta desactualizado y no se está utilizando desde el cambio de gobierno local. También poseen plan de desarrollo local.

◆ EL REFUGIO

En el municipio de El Refugio se posee un Comité de Desarrollo Turístico, pero actualmente no se posee una persona que se encargue de dirigir ese comité, por parte de la alcaldía se creó una unidad de turismo, sin embargo, actualmente no existe una persona en ese cargo. A pesar de que no cuenta con una unidad de turismo en la alcaldía, tienen referentes dentro de ella para dar apoyo a las actividades turísticas y en general a los turistas si así lo requiere. No cuenta con un presupuesto definido para la actividad turística. No poseen plan de desarrollo turístico, sin embargo, poseen plan de desarrollo local.

◆ TURÍN

No posee un comité turístico ni unidad de turismo, ya que la actividad turística no es su prioridad, aunque si la apoya, al desarrolla proyectos pequeños como festivales gastronómicos el fin de semana para obtener mayor afluencia en el municipio. La municipalidad no cuenta con un presupuesto definido para la actividad turística. Tratan de manejar el área turística por medio de su departamento de comunicaciones que únicamente mantiene un flujo de información para quien lo solicite, sin dar mayor mantenimiento o prioridad a las actividades turísticas que puedan desarrollarse, el encargado de dar información turística es una licenciada en comunicaciones, además es la que se encarga de las actividades turísticas que puedan desarrollarse. No poseen plan de desarrollo turístico, sin embargo, poseen plan de desarrollo local.

Analizada la organización turística actual de los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte, a continuación, se presenta un cuadro resumen de los aspectos principales con los que cuenta cada uno:

Tabla 87. Resumen de organización turística actual de los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte.

ASPECTO	MUNICIPIOS			
	ATQUIZAYA	SAN LORENZO	EL REFUGIO	TURÍN
Apoyo e interés de la alcaldía para la actividad turística	x	x	x	x
Unidad de Turismo	x	x		
Comité de desarrollo turístico	x	x	x	
Oficina o kiosco de información turística	x	x		
Plan de desarrollo turístico		x		
Plan de desarrollo local	x	x	x	x
Presupuesto turístico	x	x		
Disposición para trabajar por el desarrollo turístico como microrregión	x	x	x	x

Del cuadro anterior se puede observar que actualmente existe una mayor organización turística en los municipios de Atiquizaya y San Lorenzo, sin embargo, los cuatro municipios apoyan y están interesados en el desarrollo turístico del municipio y de la microrregión.

♦ MICRORREGIÓN AHUACHAPÁN NORTE

La microrregión de Ahuachapán norte, está organizada por medio de una asamblea y una junta directiva. La junta directiva está compuesta por un presidente, vicepresidente, tesorero, secretario y vocales. Los miembros elegidos para estos cargos son los alcaldes o representantes de las alcaldías. Los documentos legales con los que cuentan son agenda de problemas comunes y sus estatutos.

El eje de trabajo de la microrregión es: el Desarrollo Local y el Fortalecimiento Municipal Institucional. Es por ello que, por medio de la organización de la microrregión, las municipalidades de Atiquizaya, San Lorenzo, El Refugio y Turín, realizaron la Implementación de las Unidades de Acceso a la Información Pública (UAIP), el cual tuvo como objetivo, fortalecer y preparar los sistemas de información pública de las cuatro municipalidades.

Dicha implementación fue resultado de un acuerdo suscrito entre la Asociación de Municipios del Norte de Ahuachapán, FUNDEMUCA y la ISD. También se contó con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

Entre las actividades turísticas realizadas en conjunto esta la participación en la feria de pueblos vivos, dando a conocer su oferta turística y diseñando el circuito rincón maya de El Salvador.

Actualmente no están realizando actividades en conjunto ni reuniones, por lo cual la microrregión se encuentra estática.

♦ OTROS ASPECTOS DE LA ORGANIZACIÓN

A continuación, se muestran otros hallazgos obtenidos a través de la investigación, sobre organizaciones que apoyan el desarrollo turístico de manera interna y externa a la microrregión, así como la organización del competidor y del distribuidor.

Tabla 88. Otros hallazgos de organización involucrada a la microrregión.

ASPECTO	HALLAZGOS
Organizaciones involucradas en el desarrollo turístico en la microrregión	Las organizaciones e instituciones que están involucradas en el turismo en la microrregión son: <ul style="list-style-type: none"> • Alcaldías • Unidad turística municipal de San Lorenzo y Atiquizaya. • Comités de Desarrollo Turístico (CDT) de San Lorenzo, Atiquizaya y El Refugio.
Organizaciones externas que apoyan el turismo actualmente en la microrregión	Las organizaciones e instituciones externas que apoyan el turismo en la microrregión son: <ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Turismo • CORSATUR • CONAMYPE • Organizaciones de apoyo y cooperación como USAID, FAO, JICA, ACOAPJSAL, cooperativa El Jícaro, entre otras.
Organización del competidor (Como municipio con éxito turístico)	Los municipios con éxito turístico poseen plan de desarrollo turístico y lo implementan actualmente. Poseen apoyo por parte de la alcaldía, la cual posee un presupuesto para las actividades turísticas.

	<p>Poseen unidad de turismo, algunas oficinas de turismo y comités de desarrollo turístico.</p> <p>Estos reciben apoyo del Centro de Atención del Amigo Turista (CAT), Asociaciones turísticas (emprendedores, comerciantes, operadores de turismo) y de organizaciones de cooperación.</p>
<p>Organización del competidor (Como ruta turística)</p>	<p>Las rutas turísticas competidores como la ruta de las flores, poseen una organización entre las alcaldías de los municipios miembros y con los empresarios, estas rutas poseen planes de trabajo para su desarrollo turístico.</p> <p>Su organización actual puede servir de modelo para la elaboración de la organización turística de la microrregión de Ahuachapán norte.</p>
<p>Organización del competidor (Como microrregión)</p>	<p>En materia de turismo la microrregión de Ahuachapán Centro trabaja en conjunto por pertenecer a una ruta turística, por la cercanía y actividades turísticas en común que poseen; sin embargo, los municipios de la microrregión sur trabajan individualmente.</p> <p>Cada municipio es apoyado por la alcaldía, actores locales y actores internacionales por ser municipios desarrollados turísticamente. Como microrregión no existen planes de desarrollo turístico; sin embargo, cada alcaldía, tiene un plan de trabajo anual para las actividades y desarrollo turístico. También estos municipios poseen comités de desarrollo turístico conformado por empresarios del sector turismo y representación de la alcaldía.</p> <p>Entre sus ejes de trabajo se encuentran: Eje de desarrollo social, eje ambiental, eje de desarrollo económico, fortalecimiento democrático, eje Institucional y eje de seguridad ciudadana y la participación.</p>
<p>Organización del distribuidor</p>	<p>En cuanto a la organización de los operadores de turismo, se ha logrado determinar lo siguiente: Están organizados con otros operadores de turismo, es decir existen alianzas estratégicas entre ellos, para realizar sus viajes y algunas veces compartir costos. También han establecido relaciones y alianzas con restaurantes, con sitios de hospedaje, con parque o destinos privados y con algunas municipalidades de los destinos que visitan.</p> <p>Actualmente existen alianzas de algunos operadores de turismo con la alcaldía de Atiquizaya, la hacienda San Antonio, y El turicentro el Jícaro</p>

PROBLEMAS DETECTADOS

- Ausencia de planes, programas, proyectos y actividades que potencien el desarrollo turístico.

- Inactividad de la microrregión.
- No existe organización turística a nivel de microrregión.
- La mayoría de los municipios de la microrregión, de manera independiente no poseen plan de desarrollo turístico.
- Las microrregiones competidoras no están trabajando en conjunto en materia turística.
- La microrregión no posee plan de desarrollo turístico.
- Baja planificación turística de los municipios de la microrregión.
- Inexistencia de rutas o circuitos turísticos de la microrregión
- Pocas actividades de recorridos turísticos organizados por las municipalidades para operadores de turismo.
- Pocas alianzas entre operador de turismo y las municipalidades de la microrregión
- Los presupuestos financieros para el turismo son escasos y difíciles de gestionar.
- Falta de seguimiento de proyectos cuando hay cambio de gobierno
- Poco interés de inversores locales.
- Recursos económicos limitados.

1.2. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

La competitividad es la capacidad para alcanzar mejores resultados que nuestros competidores y mantenerlos en el tiempo. Entre los aspectos investigados para evaluar la competitividad de la microrregión están:

♦ RECURSOS TURÍSTICOS

En los análisis de los mercados, se pudo identificar que como microrregión se posee abundantes recursos turísticos tanto naturales, gastronómicos y culturales, los cuales podrían aumentar la competitividad de la microrregión en materia de turismo. Esto debido a que los resultados del mercado de consumo permitieron determinar que existe alta demanda para los tipos de turismo de naturales, gastronómico y cultural.

♦ RECURSO HUMANO

En cuanto a los recursos humanos, se pudo observar la baja escolaridad que en los municipios se poseen, no se posee personal capacitado en turismo en algunos municipios. El municipio que posee mayor capacitación en cuanto al turismo es Atiquizaya, ya que el personal que la alcaldía posee en esta rama se capacita constantemente con la finalidad de ofrecer mejor servicio a los turistas. Cabe recalcar que la mayoría de los habitantes de los municipios no tiene conocimiento de las tradiciones de sus municipios.

♦ INFRAESTRUCTURA

Las infraestructuras, aunque insuficientes, la mayoría está en buenas condiciones. En los municipios se poseen poca infraestructura para brindar servicio de alojamiento, existiendo solo 4 en la microrregión. Por lo que respecta a la accesibilidad, hace falta mejorar la red de transportes hacia los municipios de la microrregión, en especial la conexión con el municipio de San Lorenzo. Existe poca señalización vial, turística y de información en los municipios de la microrregión.

♦ CLIMA

Por el clima que se posee y las condiciones geológicas del lugar, los municipios de la microrregión cuentan con el entorno propicio para la producción agrícola, entre la que destaca el cultivo de hortalizas, maíz, café, loroco y jocote. Existen en la actualidad organizaciones que apoyan a los agricultores y ayudan con capacitaciones, que mejoran las técnicas de estos, y propician el mejoramiento de este sector, abonando así al desarrollo del agroturismo.

CARACTERÍSTICAS QUE PROPICIAN SU DESARROLLO TURÍSTICO

- Apoyo de la municipalidad
- Unidad turística en alcaldías
- Oferta turística diversa
- Apoyo de organizaciones externas
- Participación Ciudadana.
- Tipo de clima y cultura.
- La implementación de festivales gastronómicos y deportivos.
- Poseer la única cascada de aguas termales en el país.
- Poseer variedad de atractivos naturales.
- Su oferta turística integra tanto la historia, arte, naturaleza, gastronomía y aventura.

PROBLEMAS DETECTADOS

- Accesos viales a los lugares turísticos se encuentran en malas condiciones.
- Existen pocos servicios de apoyo como hostales.
- Baja señalización vial, turística y de información.
- Personal poco capacitado para la atención de turistas.
- Limitadas capacidades para brindar servicios turísticos de calidad.
- Nulos controles de calidad y afluencia para medir la satisfacción del turista y visitante.
- Recursos limitados y experiencia mínima en la administración turística.
- Capacidad limitada de atención para turistas y visitantes.
- Poco personal capacitado en el área.
- Poco conocimiento sobre la gestión del recurso turístico
- Despreocupación por parte de las instituciones públicas en capacitaciones a personal.
- Grupos delincuenciales en los municipios.
- Pérdida de la identidad cultural.
- Desconocimiento de las tradiciones de los municipios.
- Limitada formación histórica de la población.
- Poco mantenimiento en los recursos.
- No se posee una infraestructura para comercializar artesanías.

1.3. DEMANDA TURÍSTICA

Según el estudio de los diferentes mercados, se puede comprobar que existe un mercado de consumo turístico alto, ya que el 93% de las personas en el país realizan turismo interno. En donde las preferencias turísticas de los consumidores mayormente son del turismo de sol y

playa, ecoturismo, turismo gastronómico, turismo rural y cultural. La microrregión puede satisfacer esos gustos y preferencia ya que su oferta turística integra la naturaleza, la gastronomía, la cultural la historia, el paisajismo, la agricultura y la aventura. Es decir, tiene una oferta turística muy variada. Según las proyecciones realizadas existe una demanda actual que es mayor en actividades y visitas a recursos naturales y sus festivales gastronómicos.

Los Municipios con mayor afluencia de turistas son Atiquizaya y San Lorenzo. Sin embargo, no se poseen datos de afluencia turística en los municipios, solamente aproximaciones realizadas por los coordinadores de turismo o administradores de sitios turísticos.

El Refugio y Turín, aún no se han dado a conocer como municipios turísticos a pesar que tienen gran variedad de atractivos turísticos como artesanías, recursos naturales, tradiciones, gastronomía, etc.

Entre los hallazgos encontrados sobre la demanda están:

- Del 93% de las personas que realiza turismo interno, solo el 47% de ellas, ha realizado turismo en algún lugar de la microrregión Ahuachapán Norte.
- De las personas que viajaron a la microrregión, resalta Atiquizaya como el lugar más visitado, siguiendo San Lorenzo, El Refugio y Turín, respectivamente.
- Durante la visita de los encuestados, la actividad más realizada fue conocer el centro histórico de los pueblos, le sigue el Salto de Malacatiupan y los festivales gastronómicos.
- El principal motivo de la visita fue el de tener contacto con la naturaleza, seguidamente por conocer la cultura e ir a los festivales gastronómicos.
- Las personas que visitaron la microrregión no tienen un conocimiento certero los atractivos de ésta, representado por el 67%; el 33% que, si conoce, sabe porque se enteró por redes sociales o por la visita que realizo.
- Los lugares más visitados fueron los parques, sus ríos y los festivales gastronómicos.
- De las personas que no realizaron turismo en la microrregión Ahuachapán Norte, o sea el 53% de los que, si realizan turismo interno, menciono que no ha visitado el lugar por la poca información que existe de este, seguidamente la falta de oportunidades o la larga distancia que viajar a este le representa, siendo las personas de San Salvador y La Libertad las que mencionan esta última opción.
- El 53% de las personas que realizan turismo que mencionó no haber visitado la microrregión, o sea 62 personas, y el 84% de estas, menciona estar interesado en visitarla y las principales actividades que estaría dispuesto a realizar son conocer las cascadas, ríos y festivales gastronómicos respectivamente. Las personas que ya han visitado la microrregión que son 55 o sea el 47% de los que realizan turismo, mencionan que los lugares más preferidos son conocer las cascadas, los ríos y visitar los festivales.

PROYECCIONES DE DEMANDA

- La demanda total estimada por inferencia estadística es de 2, 239,787 compuesta por la demanda actual y potencial de turistas nacionales y la demanda estimada actual de turistas internacionales según estadísticas de turismo.
- Dado que no se puede satisfacer la demanda total, se estima una cuota de mercado que si es posible satisfacer y se encuentra que es de 456,000 personas por año.

PROBLEMAS DETECTADOS

- No se poseen datos de la demanda turística en la microrregión.
- El competidor posee demanda turística alta.
- Poca afluencia turística en algunos municipios, afluencia desbalanceada en la microrregión.

1.4. OFERTA TURISTICA.

A través de la investigación de las fuentes primarias y secundarias se logró identificar el potencial turístico que posee la microrregión Norte de Ahuachapán, ya que, a través del análisis de los mercados y el inventario turístico, se vio reflejado la preferencia de los turistas por visitar Ríos, Cascadas, degustación de gastronomía, entre otros. Y como municipios en conjunto se posee una gran variedad de sitios naturales y diversidad de gastronomía que se puede ofrecer a turistas nacionales e internacionales.

Los tipos de turismo que se pueden ofrecer en la microrregión son: turismo de aventura, ecoturismo, turismo gastronómico, agroturismo, turismo rural y turismo cultural. Lo anterior representa una oportunidad para la microrregión, considerando que existe una tendencia por los turistas a realizar estos tipos de turismo.

Con toda la variedad de recursos turísticos unidos y abonada con la cercanía geográfica entre los municipios que conforman la microrregión, y el fácil acceso por medio de las carreteras, favorecen la posibilidad de que la microrregión pueda ser ofertada como una nueva alternativa para el turismo nacional.

Es de tener en cuenta también el estado de los accesos hacia los recursos y atractivos turísticos existentes, ya que algunos se encuentran en mal estado, así como información turística y publicidad de estos atractivos. Se debe buscar una alternativa para explotar los recursos que como microrregión se posee, de forma sostenible y de modo que cumpla con los requerimientos del mercado potencial y actual.

También cabe destacar que los municipios poseen una riqueza cultural, ya que en estas se desarrolla lo que son la fabricación de réplicas mayas, además en estos municipios se desarrollaron asentamientos mayas, en la época precolombina. Así como sus atractivos turísticos están relacionadas a leyendas de gran impacto cultural.

A continuación, se muestra hallazgos puntualizados de la investigación:

- **RECURSOS TURÍSTICOS**

El total de recursos turísticos identificados en la microrregión, se clasifican de acuerdo a las siguientes proporciones:

- 15% son sitios naturales.
- 34% manifestaciones culturales.
- 28% Folclore.
- 21% Acontecimientos programados.
- 2% realizaciones turísticas contemporáneas.

De los recursos totales encontrados en la Microrregión Norte de Ahuachapán, un 32% del total de los recursos se encuentra en Atiquizaya, un 28% se encuentra en San Lorenzo, y los municipios de Turín y El Refugio tienen un 21% y 19% respectivamente.

◆ TIPOS DE TURISMO QUE OFERTA

Según la información recolectada y las fichas de los recursos turísticos encontrados, los tipos de turismo que se ofrecen como microrregión son:

- Ecoturismo.
- Turismo Artesanal.
- Agroturismo
- Turismo Gastronómico
- Turismo de Aventura
- Turismo Cultural

◆ TIPOS DE TURISTAS

Según la información recolectada los principales tipos de turista que visitan la microrregión son:

- Locales
- Nacionales
- Internacionales

◆ INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS DE APOYO

Con los resultados obtenidos con las fichas de la planta turística los tipos de servicios de apoyo presente son:

- Restaurantes
- Hoteles y Hostales
- Sitios de esparcimiento
- Servicios complementarios: financiero, salud, comercial, transporte, entre otros.
- Transporte

Estos elementos de la planta turística están compuestos por 44 recursos donde, el 46% representa la infraestructura que pertenece a servicios de alimentación, los cuales van desde restaurantes, comedores típicos hasta chalet. Solo el 3% de la infraestructura de la planta turística está conformado por servicios de alojamiento, los cuales tres son hostales, uno de estos se encuentra en San Lorenzo y dos en Atiquizaya. Además, se posee servicios de alojamiento en Termales del Paraíso y El Jícaro. El 31% de la infraestructura de la planta turística, ofrecen servicios complementarios, que van desde servicios de salud como unidades de salud y farmacias, servicios de seguridad por los locales de la PNC que se encuentran en algunos municipios, hasta comercios turísticos e información turística compuesta por supermercados y las alcaldías. Un 10% está conformado por infraestructura para ofrecer

servicios de esparcimiento y recreación, entre estos se encuentran los polideportivos ubicados en los municipios y los beneficios y viveros que en estos se encuentran. Y el último 10% está representado por servicios de transporte como autobuses que se conducen entre departamentos, municipios y cantones; y mototaxis que conducen dentro de los municipios.

Respecto a la capacidad de alojamiento, de acuerdo a los lugares de alojamiento y al número de habitaciones y la cantidad de personas a alojar se tiene:

Tabla 89. Capacidad de Alojamiento de la Microrregión de Ahuachapán Norte.

No.	Alojamiento	Tipo de Habitación	Capacidad de la Habitación	No. De habitaciones	Sub Total	Total por Alojamiento
1	Pepe's House	Individual	1	3	3	25
		Doble	2	6	12	
		Familiar	5	2	10	
2	Hostal y Restaurante Malacatiupan	Dobles	2	8	16	16
3	Hostal Rural Don Jocote Barón Rojo	Individual	1	2	2	22
		Doble	2	4	8	
		Familiar	4	3	12	
4	El Jícara	Doble	2	4	8	24
		Familiar	4	4	16	
5	Termales del paraíso	Doble	2	2	4	19
		Familiar	5	3	15	
Capacidad de alojamiento				41 habitaciones	106 espacios de alojamiento	106 personas

- **Resumen de alojamiento en la microrregión**

Tabla 90. Resumen de Capacidad de alojamiento.

Numero de Alojamientos	Tipo de Habitación	Capacidad de la Habitación	No. De habitaciones	Total
5	Individual	1	5	5
	Doble	2	24	48
	Familiar 1	4	7	28
	Familiar 2	5	5	25
Capacidad de alojamiento			41	106 personas

La capacidad actual respecto a alojamiento de la microrregión de Ahuachapán Norte es de 106 personas. Esto representa una baja capacidad respecto a la demanda actual y potencial proyectada.

- ♦ **APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO**

En resumen, se encontró que el 57% de los recursos están siendo desaprovechados en la microrregión, principalmente en los municipios de El Refugio y Turín, donde existen recursos y actividades con potencial turístico ya que actualmente no están siendo utilizados.

Esto se resume en la siguiente tabla donde se muestran los recursos por categoría y la cantidad de estos que es aprovechada (A) o desaprovechada (D) para el desarrollo turístico.

Tabla 91. Aprovechamiento y desaprovechamiento de los recursos turísticos.

Categoría	A	D	Total
Sitios naturales	3	4	7
Manifestaciones culturales	10	6	16
Folclore	3	10	13
Acontecimientos programados	4	6	10
Realizaciones artísticas contemporáneas.	0	1	1
Total	20	27	47
Porcentaje	43%	57%	100%

♦ MEDIO DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN

Los municipios que se enfocan más al turismo como Atiquizaya y San Lorenzo ocupan los siguientes medios para dar a conocerse como destino turístico.

- Redes Sociales.
- Páginas web.
- Brochures.

Además, reciben apoyo del MITUR para promocionar sus festivales, esto se realiza a través de las páginas y redes sociales de esta institución.

Los medios de información para conocer sobre una oferta turística más utilizados son las redes sociales, seguido la mención o recomendación de otras personas y la televisión.

Actualmente los consumidores y los distribuidores desconocen los recursos turísticos que posee la microrregión, lo cual dificulta el crecimiento turístico de esta.

PROBLEMAS DETECTADOS

- Existen pocos servicios de apoyo como hostales.
- Los recursos turísticos necesitan modernización y acondicionamiento.
- El turista desconoce los atractivos de la microrregión.
- Poca publicidad y promoción de los recursos turísticos.
- La oferta turística del competidor es atractiva por poseer mayor popularidad.
- Bajo aprovechamiento de las TIC en la publicidad de los destinos turísticos de la microrregión
- Poca información y promoción de los recursos turísticos.
- Baja oferta de servicios de apoyo.
- Poco conocimiento de los atractivos turísticos que posee la microrregión.
- Baja frecuencia de viajes turístico por operadores de turismo a la microrregión
- Bajo número de servicio complementarios en algunos municipios de la microrregión
- Dos de los municipios de la microrregión no son visitados por operadores de turismo.
- Bajo aprovechamiento de las TIC en la publicidad de los destinos turísticos de la microrregión
- Poca información y promoción de los recursos turísticos
- Acceso a los recursos turísticos en mal estado
- Acceso difícil en temporada de lluvias a algunos destinos
- Imagen de Inseguridad.

1.5. ENFOQUE SOSTENIBLE DEL PLAN.

El turismo abarca y está influenciado por aspectos económicos, sociales, ambientales y políticos. El interés por contribuir al desarrollo sostenible y a vivir experiencias que tengan como fin la sostenibilidad, forma parte de los requerimientos de un número creciente de la demanda del turismo. Por otra parte, los beneficios de un turismo sostenible llegan directamente a la población local, lo que trae consigo un desarrollo comunitario en equilibrio con las tradiciones culturales y las necesidades existentes.

Por esta razón, se hace necesario avanzar hacia la valoración y el cuidado por el medio ambiente, en colaborar con el desarrollo socio cultural y con un crecimiento económico equilibrado y sostenible en el tiempo.

La sostenibilidad abarca los siguientes conceptos:

- a. Sostenibilidad ecológica. Es decir, que el desarrollo del turismo no cause cambios irreversibles en los ecosistemas de los diferentes destinos.
- b. Sostenibilidad social. Refiriéndose a la capacidad de una comunidad para absorber el turismo.
- c. Sostenibilidad cultural. Una comunidad ha de ser capaz de retener o adoptar sus propias características culturales distintivas ante la cultura del turista.
- d. Sostenibilidad económica. Que asegure el nivel de ganancia económica que requiere el sector, para que sea viable.

El Plan debe tener en cuenta estos aspectos ya que debe conservar los aspectos naturales, culturales, sociales y ayudar a mejorar la economía local de la microrregión.

PROBLEMAS DETECTADOS

A continuación, se muestran los aspectos negativos encontrados en la microrregión, en base al análisis de los mercados y la situación actual de la microrregión, los cuales se incorporarán en el análisis FODA.

- Poca responsabilidad ambiental en los turistas.
- Pérdida de la identidad cultural.
- Inexistencia de baños públicos en algunos recursos turísticos.
- Inexistencia de basureros en los recursos turísticos.
- No existe señalización que ayude a tomar conciencia sobre el uso de agua y energía.
- Desconocimiento de las tradiciones de los municipios.
- Limitada formación histórica de la población.

1.6. INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

La actividad turística es de gran importancia para el desarrollo local, económico, social, ambiental y cultural de una región. Y esto se puede sustentar cuantitativamente a través de indicadores. Los indicadores de la actividad turística nos permiten conocer la situación actual de la microrregión, es por ello que a continuación se presentan indicadores de la actividad turística los cuales serán la línea base para el diseño de la solución que permita un desarrollo turístico para la microrregión.

Tabla 92. Indicadores de la actividad turística.

ORGANIZACIÓN			
FACTOR	CUANTIFICACIÓN	OBSERVACIÓN	FUENTE DE VERIFICACIÓN
Unidades de turismo en la microrregión	2	En los municipios de San Lorenzo y Atiquizaya. Se contempló dicha unidad en la alcaldía de El Refugio, sin embargo, no existe actualmente un encargado.	Unidades de turismo de San Lorenzo y Atiquizaya
Comités de desarrollo turístico en la microrregión	2	En los municipios de San Lorenzo y Atiquizaya. En El refugio se conformó, pero está inactivo.	Unidades de turismo de San Lorenzo y Atiquizaya
Oficinas de turismo en la microrregión	2	En los municipios de San Lorenzo y Atiquizaya.	Unidades de turismo de San Lorenzo y Atiquizaya
OFERTA TURÍSTICA			
FACTOR	CUANTIFICACIÓN	OBSERVACIÓN	FUENTE DE VERIFICACIÓN
Cantidad de establecimientos que ofrecen servicios de Alojamiento	5	Se considera hoteles, hostales, moteles, entre otros.	Inventario de la planta turística
Capacidad de Alojamiento en la microrregión	106 personas	Calculada en base al tipo y la capacidad de cada habitación.	Inventario de la planta turística

Ocupación Hotelera del departamento Ahuachapán	17.53%	Por debajo de la ocupación global del promedio anual del país de 52.75%	Datos estadísticos CORSATUR
Ocupación Hotelera en la microrregión en temporada baja	58.5%	En temporada baja la ocupación hotelera es media. Es decir, no todas las habitaciones son reservadas.	Propietarios de Hostales en la microrregión
Ocupación Hotelera en la microrregión en temporada alta	95.1%	En temporada vacacional y fines de semana la ocupación hotelera es alta, y en algunos días está al 100% (en días festivos), donde la oferta no alcanza a cubrir la demanda	Propietarios de Hostales en la microrregión
Cantidad de recursos turísticos	47	Estos se encuentran categorizados en: Sitios Naturales, Manifestaciones culturales, folclore, acontecimientos programados y realizaciones artísticas contemporáneas.	Inventario de recursos turísticos
Desaprovechamiento de los recursos turísticos	57%	Dato que refleja la proporción de recursos turísticos que no se están impulsando turísticamente, por lo cual poseen baja demanda.	Coordinadores de turismo
Aprovechamiento de los recursos turísticos	43%	Dato que refleja la proporción de recursos turísticos que se están impulsando turísticamente, por lo cual poseen alta demanda.	Coordinadores de turismo
Cantidad de establecimientos que ofrecen servicios de Alimentación	44	Se considera desde chalets de comida, hasta comedores y restaurantes.	Inventario de la planta turística
DEMANDA			
FACTOR	CUANTIFICACIÓN	OBSERVACIÓN	FUENTE DE VERIFICACIÓN
Demanda Actual	De las personas que realizan turismo interno, el 47% de ellas, ha realizado turismo en algún lugar de la microrregión Ahuachapán Norte	Porcentaje de demanda actual de la microrregión de Ahuachapán Norte.	Mercado consumidor
Porcentaje de consumidores que no han visitado la microrregión, pero se encuentra interesado en hacerlo	84%	Alta porción de la población está interesada en visitar la microrregión. (Demanda Potencial)	Mercado consumidor
Demanda anual Proyectada	456,000 personas	Demanda actual con consideración de crecimiento y demanda potencial.	Mercado consumidor

Afluencia turística aproximada de los festivales	10,000 personas.	Dato aproximado brindado por la unidad de turismo de Atiquizaya y San Lorenzo.	Unidades de turismo
Número de municipios visitados por los operadores de turismo	2	Los únicos municipios que los operadores de turismo visitan en sus tours son Atiquizaya y San Lorenzo	Mercado distribuidor
Tamaño promedio de personas que asisten a tours organizados por los operadores turísticos a la microrregión	15 personas.	Dato aproximado en base a los resultados de la investigación del distribuidor.	Mercado distribuidor
Frecuencia de tours a la microrregión	2 veces al mes	Dato aproximado en base a los resultados de la investigación del distribuidor.	Mercado distribuidor
INFORMACIÓN TURÍSTICA			
FACTOR	CUANTIFICACIÓN	OBSERVACIÓN	FUENTE DE VERIFICACIÓN
Desconocimiento de los atractivos turísticos de la microrregión	67%	Alta porción de la población desconoce los atractivos turísticos de la microrregión.	Mercado consumidor
Número de puntos de información turística en la microrregión	2	Existe únicamente dos puntos de información turística, ubicados en los municipios de Atiquizaya y San Lorenzo	Unidad de turismo de Atiquizaya y San Lorenzo
Municipios que utilizan las redes sociales como medio de publicidad y promoción turística.	2	Los municipios de San Lorenzo y Atiquizaya.	Unidades de turismo, Alcaldías y sus redes sociales
Municipios que implementan capacitaciones en el área turística	2	En el municipio de Atiquizaya se han implementado capacitaciones para guías turísticos y emprendedurismo. En San Lorenzo se han capacitado a guías turísticos.	Unidad de turismo de Atiquizaya

En base a los indicadores mostrados se puede concluir:

Organización turística:

- Actualmente los municipios de la microrregión más organizados turísticamente son Atiquizaya y San Lorenzo. La organización turística de El Refugio y Turín es baja y como microrregión no existe, es por ello que el plan de desarrollo turístico contempla la elaboración de una organización turística flexible e integrada por todos los municipios de la microrregión. También el número de comités de desarrollo turístico se elevará a 4.

Oferta turística:

- La microrregión posee una variedad de recursos turísticos, donde una cantidad considerable están siendo desaprovechados al no impulsarlos turísticamente. Es por ello que con el diseño de la solución el indicador de **Aprovechamiento de los recursos turísticos del 43%**, se buscara incrementar a través de los programas de desarrollo de productos turísticos y el programa de calidad turística y sostenibilidad.
- La ocupación hotelera del departamento de Ahuachapán es inferior a la media anual nacional. Como microrregión se posee poca capacidad de alojamiento, la cual no puede cubrir la demanda actual en temporada alta y la demanda proyectada. Actualmente la ocupación es alta y esto es debido a que existen pocos alojamientos y una demanda considerable que permite que los negocios que brindan dichos servicios tengan todas sus habitaciones reservadas.
- Existen una gran cantidad de servicios de alimentación y de apoyo, que pueden cubrir la demanda proyectada, sin embargo, la mayoría de estos se encuentra ubicados en el municipio de Atiquizaya, por lo cual Atiquizaya será el centro del diseño de los productos turísticos, donde su desarrollo turístico actual y futuro influirá para lograr un mayor desarrollo turístico en los demás municipios de la microrregión.

Demanda:

- Existe mercado actual y potencial que permitirá un desarrollo turístico en la microrregión. Por lo cual el diseño del plan de desarrollo contribuirá a aumentar la demanda turística en la microrregión y la frecuencia de viajes de los operadores de turismo esto se logrará a través del programa de accesibilidad e infraestructura, el programa de calidad turística y sostenibilidad y el programa de desarrollo de productos turísticos. Para ello se buscará que el 85% de la población que no ha realizado turismo en la microrregión y que están interesada en realizarlo, aumente y se sienta satisfecha con los servicios brindados.

Información turística:

- Existe un desconocimiento a nivel del consumidor y distribuidor de los recursos turísticos que posee la microrregión. Esto se evidencia con el indicador que refleja que **el 67% de la población desconoce los atractivos turísticos de la microrregión**, por lo cual el plan de desarrollo permitirá reducir esa tasa de desconocimiento por medio de la implementación de los programas de promoción y marketing y el programa de mejora de los servicios de información turística. También este problema se ve fundamentado cuantitativamente al observar que los municipios han realizado esfuerzos bajos para darle promoción turística al municipio a través de redes sociales.
- En cuanto al recurso humano es bajo el nivel técnico que poseen en materia de turismo, ya que las capacitaciones y adiestramiento son bajas. Los únicos municipios que han capacitado a cierto número de personas son Atiquizaya y San Lorenzo, sin embargo, existen muchas áreas del sector turístico que no han sido cubiertas. Por lo cual el programa de calidad turística buscara mejorar el nivel técnico del recurso humano.

2. RESUMEN DE DIAGNÓSTICO.

De acuerdo a la información recolectada, a continuación, se muestran los problemas detectados, resultado del diagnóstico turístico de la microrregión Ahuachapán Norte.

PROBLEMAS DETECTADOS EN LA ORGANIZACIÓN

- Ausencia de planes, programas, proyectos y actividades que potencien el desarrollo turístico.
- Inactividad de la microrregión.
- No existe organización turística a nivel de microrregión.
- La mayoría de los municipios de la microrregión, de manera independiente no poseen plan de desarrollo turístico.
- Las microrregiones competidoras no están trabajando en conjunto en materia turística.
- La microrregión no posee plan de desarrollo turístico.
- Baja planificación turística de los municipios de la microrregión.
- Inexistencia de rutas o circuitos turísticos de la microrregión
- Pocas actividades de recorridos turísticos organizados por las municipalidades para operadores de turismo.
- Pocas alianzas entre operador de turismo y las municipalidades de la microrregión
- Los presupuestos financieros para el turismo son escasos y difíciles de gestionar.
- Falta de seguimiento de proyectos cuando hay cambio de gobierno
- Poco interés de inversores locales.
- Recursos económicos limitados.

PROBLEMAS DETECTADOS EN LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

- Accesos viales a los lugares turísticos se encuentran en malas condiciones.
- Existen pocos servicios de apoyo como hostales.
- Baja señalización vial, turística y de información.
- Personal poco capacitado para la atención de turistas.
- Limitadas capacidades para brindar servicios turísticos de calidad.
- Nulos controles de calidad y afluencia para medir la satisfacción del turista y visitante.
- Recursos limitados y experiencia mínima en la administración turística.
- Capacidad limitada de atención para turistas y visitantes.
- Poco personal capacitado en el área.
- Poco conocimiento sobre la gestión del recurso turístico
- Despreocupación por parte de las instituciones públicas en capacitaciones a personal.
- Grupos delincuenciales en los municipios.
- Pérdida de la identidad cultural.
- Desconocimiento de las tradiciones de los municipios.
- Limitada formación histórica de la población.
- Poco mantenimiento en los recursos.

- No se posee una infraestructura para comercializar artesanías.
- Los presupuestos financieros para el turismo son escasos y difíciles de gestionar.
- Recursos limitados y experiencia mínima en la administración turística.
- Inadecuados puntos de información turística.
- Desinterés por el turismo con artesanías.
- Despreocupación por parte de las instituciones públicas en capacitaciones a personal.
- Poco interés de inversores locales.

PROBLEMAS DETECTADOS EN LA DEMANDA

- No se poseen datos de la demanda turística en la microrregión.
- El competidor posee demanda turística alta.
- Poca afluencia turística en algunos municipios, afluencia desbalanceada en la microrregión.

PROBLEMAS DETECTADOS EN LA OFERTA TURÍSTICA

- Existen pocos servicios de apoyo como hostales.
- Los recursos turísticos necesitan modernización y acondicionamiento.
- El turista desconoce los atractivos de la microrregión.
- Poca publicidad y promoción de los recursos turísticos.
- La oferta turística del competidor es atractiva por poseer mayor popularidad.
- Bajo aprovechamiento de las TIC en la publicidad de los destinos turísticos de la microrregión
- Poca información y promoción de los recursos turísticos.
- Baja oferta de servicios de apoyo.
- Poco conocimiento de los atractivos turísticos que posee la microrregión.
- Baja frecuencia de viajes turístico por operadores de turismo a la microrregión
- Bajo número de servicio complementarios en algunos municipios de la microrregión
- Dos de los municipios de la microrregión no son visitados por operadores de turismo.
- Bajo aprovechamiento de las TIC en la publicidad de los destinos turísticos de la microrregión
- Poca información y promoción de los recursos turísticos
- Acceso a los recursos turísticos en mal estado
- Acceso difícil en temporada de lluvias a algunos destinos
- Imagen de Inseguridad.

PROBLEMAS DETECTADOS EN LA SOSTENIBILIDAD

- Poca responsabilidad ambiental en los turistas.
- Pérdida de la identidad cultural.
- Inexistencia de baños públicos en algunos recursos turísticos.
- Inexistencia de basureros en los recursos turísticos.
- No existe señalización que ayude a tomar conciencia sobre el uso de agua y energía.
- Desconocimiento de las tradiciones de los municipios.
- Limitada formación histórica de la población.

3. ANÁLISIS FODA.

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades Debilidades, y Amenazas) es un método habitual de diagnóstico de la situación, empleado en los procesos de planificación estratégica. Este análisis nos permite construir un cuadro sobre la situación actual de objeto de estudio, lo que permite obtener un diagnóstico más preciso y a partir de ello tomar decisiones más apegadas a los objetivos. A partir de este análisis suele desarrollarse el árbol de objetivos y acciones a desplegar.

Fortalezas y Debilidades se refieren a características internas de la microrregión en cuanto al turismo, mientras Oportunidades y Amenazas son aspectos positivos/negativos externos que pueden ayudar/obstaculizar el logro de los objetivos. Las fortalezas como las debilidades como ya se dijo, son internas de la microrregión, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio, las oportunidades y las amenazas son externas, y solo se puede actuar indirectamente en ellas.

Este tipo de técnica fue elegido porque es una herramienta específica para la determinación de las ventajas competitivas de cualquier situación, empresa o producto, punto de partida para la toma de decisiones estratégicas enfocadas a mejorar la situación en el futuro. Se utiliza mucho además para la planificación estratégica de destinos turísticos y el desarrollo de planes de gestión de destino.

A continuación, se muestra la matriz FODA con una puntuación de priorización que se ha realizado a partir de la información secundaria y primaria encontrada en la investigación. En la cual se muestra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas encontradas en la investigación.

PRIORIZACIÓN DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Sin la priorización, algunos factores pueden recibir demasiado énfasis (o muy poco) y los factores más relevantes pueden ser simplemente pasados por alto.

Las fortalezas y debilidades se priorizan evaluando 3 categorías:

- **Importancia:** La importancia muestra qué tan importante es una fortaleza o una debilidad para el desarrollo turístico de la microrregión, ya que algunas fortalezas y debilidades pueden ser más importantes que otras. Se asigna una puntuación de 0.1 (poca importante), 0.5 (importante) y 1.0 (muy importante) a cada fortaleza y debilidad.
- **Rating:** Se asigna una calificación de 1 a 3 a cada factor para indicar si es una fortaleza mayor (3), media (2) o menor (1) para microrregión. La misma calificación se hará con las debilidades, donde 1 significaría una debilidad menor y 3 una debilidad mayor.
- **Puntuación:** Es el resultado de la Importancia multiplicada por el Rating. Permite priorizar las fortalezas y debilidades. Se debe potenciar y confiar las fortalezas más importantes y tratar de convertir o defender las partes más débiles de la microrregión.

Tabla 93. Fortalezas de la Microrregión de Ahuachapán Norte.

#	FORTALEZA	IMPORTANCIA	RATING	PUNTUACIÓN
1	Existencia de un comité de desarrollo turístico en los municipios de Atiquizaya y San Lorenzo.	1	2	2
2	Apoyo de empresas y negocios a las actividades turísticas.	1	3	3
3	Artesanía amplia y variada, con proyección a su exportación.	1	3	3
4	La implementación de festivales gastronómicos y deportivos.	0.5	3	1.5
5	Poseer la única cascada de aguas termales en el país.	1	3	3
6	Su oferta turística integra tanto historia, gastronomía y aventura.	1	3	3
7	Las municipalidades se encuentran trabajando por el desarrollo turístico.	1	3	3
8	Concientización de la protección de los recursos naturales, a través de campañas promovida por las municipalidades y organizaciones privadas.	1	2	2
9	Carreteras interrelacionadas que vinculan a la ciudad con los corredores económicos.	1	3	3
10	Comunidad participativa y hospitalaria.	1	2	2
11	Cercanía a la frontera con Guatemala, así como a la capital de Ahuachapán.	0.1	1	0.1
12	Realización de turismo solidario.	0.1	1	0.1
13	Incorporación de murales culturales y turísticos en las fachadas de casas y negocios de algunos municipios.	0.5	2	1
14	Algunos municipios destacan por su limpieza.	0.5	2	1
15	Posee gastronomía innovadora a base de jocote, loroco y maíz.	0.5	1	0.5
16	Participación en pueblos vivos.	1	2	2
17	San Lorenzo posee una Marca Destino.	0.1	2	0.2
18	Participación en el Programa Un Pueblo un Producto, respaldado por el JICA en los municipios de San Lorenzo y Atiquizaya.	0.5	2	1
19	Existencia de guías turísticos capacitados (San Lorenzo y Atiquizaya).	1	2	2
20	Espacios para el desarrollo de la cultura y el arte.	1	2	2
21	Atractivos naturales, flora, paisajismo.	1	3	3

22	Producción agrícola de maíz, café, caña, jocote y diversas hortalizas.	0.1	1	0.1
23	Población libre analfabetismo.	0.5	2	1
24	La cercanía entre los municipios de la microrregión permite realizar visitas en todos en un solo día.	1	3	3
25	La existencia de diferentes tradiciones que son promovidas de generación en generación.	1	3	3
26	Existencia de leyendas de valor histórico y cultural.	0.5	3	1.5
27	Asentamientos mayas.	0.5	2	1
28	Poseen Iglesias con agradables detalles arquitectónicos.	0.5	2	1
29	Realización de actividades religiosas y tradicionales.	0.5	3	1.5
30	Los municipios cuentan con Espacios adecuados para el esparcimiento	0.1	2	0.2
31	Recursos hídricos abundantes.	1	3	3
32	Existe un gran potencial de agroturismo en la microrregión.	1	3	3
33	Oferta de turismo de aventura, rural, cultural, ecoturismo, gastronómico, agroturismo.	1	3	3
34	Guías turísticos capacitados (Atiquizaya y San Lorenzo).	1	3	3

Las puntuaciones más altas están marcadas, estas son las principales que permiten el actual desarrollo turístico y podrían contribuir a su crecimiento turístico. Por lo cual, dichas fortalezas serán tomadas en cuenta en primer lugar para el diseño del plan de desarrollo turístico. Las fortalezas más importantes son:

- ◆ Apoyo de empresas y negocios a las actividades turísticas.
- ◆ Artesanía amplia y variada, con proyección a su exportación.
- ◆ Poseer la única cascada de aguas termales en el país.
- ◆ Su oferta turística integra tanto historia, gastronomía y aventura.
- ◆ Las municipalidades se encuentran trabajando por el desarrollo turístico.
- ◆ Carreteras interrelacionadas que vinculan a la ciudad con los corredores económicos.
- ◆ Atractivos naturales, flora, paisajismo.
- ◆ La cercanía entre los municipios de la microrregión permite realizar visitas en todos en un solo día.
- ◆ La existencia de diferentes tradiciones que son promovidas de generación en generación.
- ◆ Recursos hídricos abundantes.
- ◆ Existe un gran potencial de agroturismo en la microrregión.
- ◆ Oferta de turismo de aventura, rural, cultural, ecoturismo, gastronómico, agroturismo.
- ◆ Guías turísticos capacitados (Atiquizaya y San Lorenzo).

Tabla 94. Debilidades de la Microrregión de Ahuachapán Norte.

#	DEBILIDADES	IMPORTANCIA	RATING	PUNTUACIÓN
1	Inexistencia de comité de desarrollo turístico en el municipio de Turín y el no funcionamiento del comité de desarrollo turístico en el municipio de El Refugio.	1	2	2
2	Mal estado de las calles que conducen a los Recursos Turísticos.	1	3	3
3	Imagen de inseguridad en la microrregión.	1	3	3
4	Poco conocimiento de los atractivos turísticos que ofrece la microrregión, por parte de los consumidores y distribuidores.	1	3	3
5	Bajo desarrollo en cuanto a la educación.	0.5	2	1
6	Pocos programas de desarrollo y de fortalecimiento turístico.	1	2	2
7	Insuficiente capacitación a los habitantes de los municipios en cuanto a turismo y manejo de alimentos.	1	2	2
8	No cuenta con personal técnico capacitado en algunos municipios.	0.5	1	0.5
9	Contaminación de algunos Ríos pertenecientes a la Microrregión.	0.5	1	0.5
10	Limitados presupuestos para el acondicionamiento urbano y turístico.	1	2	2
11	Deficiente información sobre las características de los recursos turísticos.	0.5	2	1
12	Falta de estacionamientos vehiculares públicos y privados en el centro histórico de alguno de los municipios.	1	3	3
13	Deficiente gestión de los recursos turísticos y sensibilización turística.	0.5	2	1
14	Deficiencias de infraestructura urbana complementaria, basureros, iluminación, restaurantes y alojamientos.	1	3	3
15	Escaso incentivo para el impulso y crecimiento del turismo.	0.5	1	0.5
16	Escasa información y señalización turística.	1	3	3
17	Falta de continuidad en los proyectos de desarrollo turístico ante cambios políticos.	0.5	2	1
18	Inexistencia de una Red Municipal de Turismo.	0.1	1	0.1

19	Inexistencia de una promoción turística adecuada a nivel regional, nacional e internacional.	1	3	3
20	Falta de Guía Turístico a nivel de la microrregión.	0.5	2	1
21	Poca señalización de seguridad en algunos atractivos turísticos.	0.5	2	1
22	Falta de guías bilingües.	0.5	2	1
23	Falta de patrullaje en los caminos de la microrregión.	1	3	3
24	Falta de puesto de Politur.	0.1	1	0.1
25	Falta de servicios sanitarios.	0.5	2	1
26	Pocas empresas de servicios complementarios como bancos, cajas, de créditos, cajeros, supermercados, gasolineras, farmacias entre otros.	1	2	2
27	Poco emprendedurismo en la creación de empresas de productos y servicios turísticos.	0.1	2	0.2
28	No existe un sistema de conteo y estadística que permita realizar una proyección en la visitación de turistas en el municipio.	0.5	1	0.5
29	No cuenta con parqueos con capacidad para recibir una demanda alta de visitantes.	0.5	2	1
30	Mala adecuación de depósitos para colocación de basura.	0.1	2	0.2
31	Falta de depósitos para colocación de basura.	0.5	2	1
32	Desorden comercial y vehicular cerca de los centros históricos en actividades que generen gran afluencia.	0.5	3	1.5
33	Falta de seguimiento del trabajo como microrregión.	0.5	3	1.5
34	Poca señalización vial y turística dentro del área urbana y además, que nos indique el acceso a cantones del área rural.	1	3	3
35	No existe una renovación en calles principales que incluya la ornamentación urbana, por medio de elementos como mobiliarios, luces, jardines, etc. que tengan como fin presentar la ciudad, mejorar su imagen ante los mismos ciudadanos y visitantes.	0.5	3	1.5
36	Poca iluminación en las calles alrededor del parque y algunas calles urbanas por la noche.	1	3	3

37	Falta de identidad cultural	0.1	2	0.2
38	No posee una organización turística como microrregión y no posee plan de desarrollo turístico.	1	3	3
39	Los municipios les dan mayor promoción a los atractivos más visitados y no a los potenciales	0.1	2	0.2
40	El turista extranjero no conoce la microrregión.	0.1	3	0.3
41	Falta de conciencia e identidad cultural en la población local.	0.1	2	0.2
42	Cambios de gobierno municipal	0.5	2	1

Las puntuaciones más altas están marcadas, estas son las debilidades que hay que contrarrestar y fortalecer. Estas impiden el desarrollo turístico de la microrregión, por lo cual, dichas debilidades serán combatidas y tomadas en cuenta en primer lugar para el diseño del plan de desarrollo turístico. Las mayores debilidades de la microrregión son:

- ◆ Mal estado de las calles que conducen a los Recursos Turísticos.
- ◆ Imagen de inseguridad en la microrregión.
- ◆ Poco conocimiento de los atractivos turísticos que ofrece la microrregión, por parte de los consumidores y distribuidores.
- ◆ Falta de estacionamientos vehiculares públicos y privados en el centro histórico de alguno de los municipios.
- ◆ Deficiencias de infraestructura urbana complementaria como basureros, iluminación, restaurantes y alojamientos.
- ◆ Escasa información y señalización turística
- ◆ Inexistencia de una promoción turística adecuada a nivel regional, nacional e internacional.
- ◆ Falta de patrullaje en los caminos de la microrregión.
- ◆ Poca señalización vial y turística dentro del área urbana y además, que nos indique el acceso a cantones del área rural.
- ◆ Poca iluminación en las calles alrededor del parque y algunas calles urbanas por la noche.
- ◆ No una organización turística como microrregión y no posee plan de desarrollo turístico.

PRIORIZACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Las oportunidades y amenazas se priorizan de una forma un poco diferente a las fortalezas y debilidades. La evaluación incluye:

- **Importancia:** Muestra hasta donde podría impactar a la microrregión un factor externo. Aquí también se utilizan números de 0.1 (poco impacto), 0.5 (impacto) y 1.0 (muy grande impacto).

- **Probabilidad:** La probabilidad de ocurrencia es mostrar qué tan probable es que la oportunidad o amenaza tenga impacto en la microrregión. Debe ser ponderada desde 1 (baja probabilidad), 2(probabilidad media) y 3 (alta probabilidad).
- **Puntuación:** Al multiplicar la Importancia por la Probabilidad obtendremos una Puntuación con la que podremos priorizar las oportunidades y las amenazas. Debe prestarse atención a los factores que obtengan la mayor puntuación poner menor atención a los que tendrán menor impacto.

Tabla 95. Oportunidades de la microrregión de Ahuachapán Norte.

#	OPORTUNIDADES	IMPORTANCIA	PROBABILIDAD	PUNTUACIÓN
1	Interés de Inversión en áreas relacionadas al turismo	0.5	3	1.5
2	Alto y continuo flujo anual de turistas a algunos recursos.	0.5	2	1
3	Existen entidades públicas como MITUR, CONSATUR, CONAMYPE y organizaciones como JICA, ONG, FAO, USAID que desean ayudar al desarrollo de emprendimientos de turismo, con recursos económicos, técnicos y personal.	1	2	2
4	Incremento de la demanda que prefiere turismo de naturaleza, artesanal y gastronómico.	1	2	2
5	Uso de Redes sociales para promoción y publicidad.	1	3	3
6	Disposición de los operadores de turismo para realizar tours a la microrregión, si cumple los requisitos que ellos establecen.	0.5	3	1.5
7	Futura infraestructura y servicios de salud.	0.5	2	1
8	Alianzas estratégicas en materia de turismo con otros municipios.	1	3	3
9	Los habitantes otros Municipios buscan espacios para visitar	0.5	2	1
10	Capacitación para emprendedores y trabajadores de empresas de servicios turísticos	1	2	2
11	Existencia de medios electrónicos para la publicación de videos turísticos.	1	3	3
12	Sus aguas de origen termal, brinda oportunidades para el desarrollo de turismo termal y de recuperación de la salud	1	3	3

13	La actual afluencia turística del municipio de Atiquizaya puede permitir aumentar la afluencia turística en los otros municipios de la microrregión.	1	3	3
14	El crecimiento del turismo tiene una tendencia de crecimiento lineal cada año.	1	3	3
15	Existe una alta preferencia turística por visitar ríos, lagos, cascadas y festivales gastronómicos	1	3	3
16	Existe una alta preferencia por realizar turismo de tipo de aventura, rural, ecoturismo y gastronómico.	1	2	1
17	El turista internacional se ve atraído por el turismo rural y gastronómico.	0.1	2	0.2
18	Instituciones gubernamentales ofrecen capacitaciones en materia turística	1	3	3
19	Mayor ingreso económico al promover el desarrollo turístico.	1	2	2
20	El aumento de las oportunidades de empleo directo e indirecto al incrementar los servicios del sector turismo.	0.5	2	1
21	Pertenencia de la identidad turísticas, al promover y posicionar el turismo de la microrregión.	0.1	2	0.2
22	Fomento de la protección de recursos naturales, por medio de elaboración de proyectos medio ambientales.	0.5	2	1
23	Mejoramiento de la infraestructura y servicios básicos a través del desarrollo turístico.	0.5	3	1.5
24	Incremento de condiciones adecuadas para el desarrollo social de la comunidad a través del desarrollo turístico.	0.5	1	0.5
25	El turismo es una alternativa de esparcimiento.	0.1	1	0.1

Las puntuaciones más altas están marcadas, estas son oportunidades con alto impacto y que contribuye al desarrollo turístico. El aprovecharlas sería una gran ayuda para la apuesta al turismo de la microrregión, por ello se considerará su aprovechamiento para el diseño del plan de desarrollo turístico. Las oportunidades de mayor impacto son:

- ◆ Uso de Redes sociales para promoción y publicidad.
- ◆ Alianzas estratégicas en materia de turismo con otros municipios.
- ◆ Existencia de medios electrónicos para la publicación de videos turísticos.
- ◆ Sus aguas de origen termal, brinda oportunidades para el desarrollo de turismo termal y de recuperación de la salud
- ◆ La actual afluencia turística del municipio de Atiquizaya puede permitir aumentar la afluencia turística en los otros municipios de la microrregión.
- ◆ Existe una alta preferencia turística por visitar ríos, lagos, cascadas y festivales gastronómicos.
- ◆ Instituciones gubernamentales ofrecen capacitaciones en materia turística.

Tabla 96. Amenazas para la microrregión de Ahuachapán Norte.

#	AMENAZAS	IMPORTANCIA	PROBABILIDAD	PUNTUACIÓN
1	Surgimiento de nuevos destinos mejor posicionados en el mercado que ofrezcan productos turísticos naturales, gastronómicos y artesanales.	1	3	3
2	Crecimiento de la violencia urbana y disminución de la seguridad	1	2	2
3	Preferencia por el turismo de sol y playa	0.1	2	0.2
4	Delincuencia en el país	1	3	3
5	Competencia de otros municipios con atractivos similares y posicionados en el mercado.	1	3	3
6	Cambio climático	0.5	2	1
7	Crisis económica	1	2	2
8	Transculturización	0.1	1	0.1
9	Medios de comunicación amarillistas	0.1	1	0.1
10	Deforestación	0.5	1	0.5
11	Contaminación	1	3	3

Las puntuaciones más altas están marcadas, estas amenazas de gran impacto, son las que podrían impedir el desarrollo turístico de la microrregión. No se pueden controlar, ya que son factores externos, pero se pueden mitigar. Es por ello se considerará la mitigación de estas amenazas para el diseño del plan de desarrollo turístico. Las amenazas de mayor impacto son:

- ◆ Surgimiento de nuevos destinos mejor posicionados en el mercado que ofrezcan productos turísticos naturales, gastronómicos y artesanales.
- ◆ Delincuencia en el país.
- ◆ Competencia de otros municipios con atractivos similares y posicionados en el mercado.
- ◆ Contaminación.

4. VOCACIÓN TURÍSTICA

Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ambientales que deben considerarse para el análisis óptimo de un territorio, así como las condiciones del mismo y la predisposición de la población frente al desarrollo de la actividad turística; considerando las características inherentes al territorio, asociadas a los recursos y/o atractivos turísticos materiales e inmateriales que promuevan la motivación y movilización de los visitantes a la región.

Para determinar la vocación turística se identifica y describe los principales elementos de la oferta turística que generan la atracción y desplazamiento de visitantes.

Caracterización de la oferta turística

◆ ATQUIZAYA

Atiquizaya posee un clima variado de marzo a mayo es caliente, junio a octubre es variado (caliente y fresco) y de noviembre a febrero es fresco. Con respecto a la hidrografía Atiquizaya posee varios ríos los más importantes son: el Río San Antonio, el Río de Agua Caliente; además posee varias fuentes de nacimiento como el de las piscinas de Aguijuyo, El Corozo y El Garucho.

En lo relativo a la industria, encontramos que las actividades más importantes son las relacionadas con la agricultura y las pequeñas artesanías. De los municipios de la microrregión, Atiquizaya posee mayor desarrollo turístico, debido al apoyo de la municipalidad, y mayores servicios de apoyo en comercio local, alojamiento, restaurantes, etc.

Cuenta con recursos y atractivos en jerarquía 3 como: Las Cascadas de Malacatiupan, Hacienda San Antonio, Ausoles, Festival de maíz y quesadilla, y las réplicas mayas.

Atiquizaya es reconocida a nivel nacional por la peculiaridad de su cascada de aguas termales, que son motivo de visita, en las cuales el turista puede disfrutar de un relajante baño, disfrutar del contacto con la naturaleza que lo rodea y que sumado a la calidez de su clima y la hospitalidad de su población, es considerado un lugar preferido para el descanso de los turistas.

◆ SAN LORENZO.

San Lorenzo posee un clima caliente, pertenece al tipo de tierra caliente. Con respecto a la hidrografía posee varios ríos los más importantes son: el Río Paz, Río San Antonio, Río de Agua Caliente; además posee diversas quebradas como el de La Lechuga, El obraje y El Ciprés.

En lo relativo a la industria, encontramos que las actividades más importantes son las relacionadas con la agricultura principalmente se siembra hortalizas, loroco y jocote, y las pequeñas artesanías. De los municipios de la microrregión, San Lorenzo es el segundo municipio que posee mayor desarrollo turístico.

Cuenta con recursos y atractivos en jerarquía 3 como: El Jícara, réplicas maya, Festival del Loroco y Barón Rojo.

San Lorenzo es reconocido a nivel regional por sus festivales gastronómicos principalmente la del Jocote, que son motivo de visita, en las cuales el turista puede disfrutar de la variedad de platillos a base de este fruto y además es un municipio limpio, seguro y con población hospitalaria.

◆ **EL REFUGIO.**

El Refugio posee un clima caliente, y pertenece al tipo de tierra caliente. Con respecto a la hidrografía este no posee tantos ríos como los demás municipios, únicamente sobresalen las quebradas: San Juan o Tempisque

En lo relativo a la industria, encontramos que las actividades más importantes son las relacionadas con la agricultura principalmente se siembra café y caña de azúcar, y además cuenta con talleres artesanales. El Refugio se encuentra poco desarrollado en el sector turismo.

Cuenta con recursos y atractivos en jerarquía 3 como: replicas maya. El Refugio es reconocido a nivel regional por las réplicas maya y los viveros de café.

◆ **TURÍN.**

Turín posee un clima cálido, y pertenece al tipo de tierra caliente y templada. Con respecto a la hidrografía este posee ríos como el de Agua Tibia, Salitrillo y Nuevo. Además, posee quebradas como la de El Paraíso, Los Pozos y La Joya.

En lo relativo a la industria, encontramos que las actividades más importantes son las relacionadas con la agricultura principalmente la siembra de granos básicos. Turín se encuentra poco desarrollado en el sector turismo.

Cuenta con recursos y atractivos en jerarquía 3 como: Termales del Paraíso.

VOCACION TURISTICA.	
<i>Micro Región Norte de Ahuachapán: ecoturismo y turismo de aventura, agroturismo, turismo cultural y turismo gastronómico.</i>	
<p>TURISMO DE AVENTURA Y ECOTURISMO</p> <p>AGROTURISMO</p> <p>MICRORREGIÓN NORTE DE AHUACHAPÁN</p> <p>TURISMO CULTURAL</p> <p>TURISMO GASTRONOMICO</p>	<p><i>La Micro Región Norte de Ahuachapán está caracterizado por la variedad de recursos naturales, culturales y gastronómicos, que sumado al clima y a la hospitalidad de los lugareños, ofrece un destino turístico atractivo para el país, como lugar ideal para disfrutar de la naturaleza, cultura, gastronomía y el desarrollo de prácticas de aventura. La variedad de gastronomía que se ofrece en estos municipios, abonado con la diversidad de artesanías de barro, madera y lazo, hacen que la microrregión sea atractiva para las personas que disfrutan de turismo artesanal y gastronómico.</i></p>

Esto quiere decir que los productos turísticos a diseñar tendrán como eje temático los siguientes tipos de turismo:

- Turismo de naturaleza (Ecoturismo, agroturismo)

- Turismo de aventura
- Turismo cultural
- Turismo gastronómico

Esto se sustenta por dos criterios: La categoría de recursos turísticos con los que cuenta la microrregión y las preferencias de la demanda.

Categoría de recursos turísticos: El 34% de los recursos turísticos son de tipo cultural, el 15% son sitios naturales, el 28% de los recursos pertenecen a la categoría de folclore, a la que pertenecen los festivales gastronómicos y los eventos programado que representan el 21% que junto a los recursos naturales podrían formar un producto turístico de aventura. Por lo cual se concluye que existe oferta turística para el diseño de los productos turísticos.

Preferencias de la demanda: retomando los datos del estudio del mercado consumidor, sobre las preferencias turísticas se tenía, que en las preguntas 18, 19, 22 y 26 se concluía que los turistas nacionales prefieren realizar turismo gastronómico, visitar sitios naturales como ríos, lagos y cascadas y actividades que le muestren y enseñen la cultura y tradiciones de los pueblos y la visita al centro histórico de los municipios. Respecto a las preferencias turísticas, de mayor a menor nivel de preferencia de los tipos de turismo están:

1. Turismos de Sol y Playa.
2. Turismo Rural.
3. Turismo Gastronómico.
4. Turismo de Aventura.
5. Ecoturismo.
6. Turismo Cultural.
7. Turismo Religioso.
8. Turismo Arqueológico.

Por lo expresado anteriormente se puede concluir que existe demanda para la realización de productos turísticos de naturaleza, de aventura, cultural y gastronómico

5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Uno de los grandes retos para la Microrregión Norte de Ahuachapán, sin duda, es el impulsar el crecimiento y desarrollo turístico de esta microrregión, principalmente en aquellos atractivos turísticos que presentan baja afluencia de turistas y son poco conocidos.

A lo largo de la historia estos municipios se han enfocado más en otros sectores como lo son la agricultura y las artesanías, son muy pocos los esfuerzos que como municipalidades han enfocado cada uno en sus comunidades.

En la actualidad el desaprovechamiento de los recursos naturales y culturales en los municipios que pertenecen a la microrregión, ha generado una baja competitividad respecto a municipios. La deficiencia administrativa de las alcaldías en cuanto al interés del turismo, sumado a las pocas estrategias visionarias, problemas presupuestales, entre otros, ha generado la necesidad de mejorar la calidad de los servicios para aumentar su competitividad, a través de un plan de desarrollo turístico para la microrregión.

En los últimos años los municipios como Atiquizaya y San Lorenzo han tenido un auge en cuanto a proyectos de turismo en cada municipalidad, ya que han visto que el enfocarse a este sector, trae buenos beneficios a la comunidad. Pero los municipios de Turín y El Refugio, han limitado sus esfuerzos para este sector, incluso Turín no cuentan con un Comité de Desarrollo Turístico que le permita desarrollar programas que contribuya a colocarse como destino turístico.

Todo esto, no permite que la Microrregión sea conocida como destino turístico, ya que esta no posee ningún lineamiento, objetivos, estrategias y programas que le permitan dirigir todos sus recursos, para mejorar y dar a conocer sus atractivos turísticos que como microrregión poseen.

Los desafíos que se enfrenta actualmente son:

- Lograr reconocer las oportunidades que ofrece el turismo para la microrregión en cuanto al fortalecimiento de los valores y las identidades culturales.
- La contribución que tiene este sector como ente dinamizador de la economía.
- El trabajo de la microrregión como un conjunto de municipios aliados estratégicamente como un todo, y no de manera individualista, a través de la implementación de programas de entidades tanto público como privados con enfoques de responsabilidad, inclusión social, cultural, seguridad, etc.

La Microrregión Norte de Ahuachapán, debe ser un destino turístico que permite el reconocimiento de la diversidad y la diferencia; un destino turístico seguro de forma integral, que aprovecha el bienestar que generan las empresas y las organizaciones públicas.

Este esfuerzo es realizado en conjunto con diferentes organizaciones como lo son: las diferentes Alcaldías de los municipios y los Comité de Desarrollo Turístico de Atiquizaya y San Lorenzo.

Luego de haber realizado un diagnóstico general de la situación actual de la microrregión en todas las áreas necesarias que involucran el turismo de esta con ayuda de la herramienta FODA, es necesario plantear los problemas y situaciones problemáticas que impiden el normal

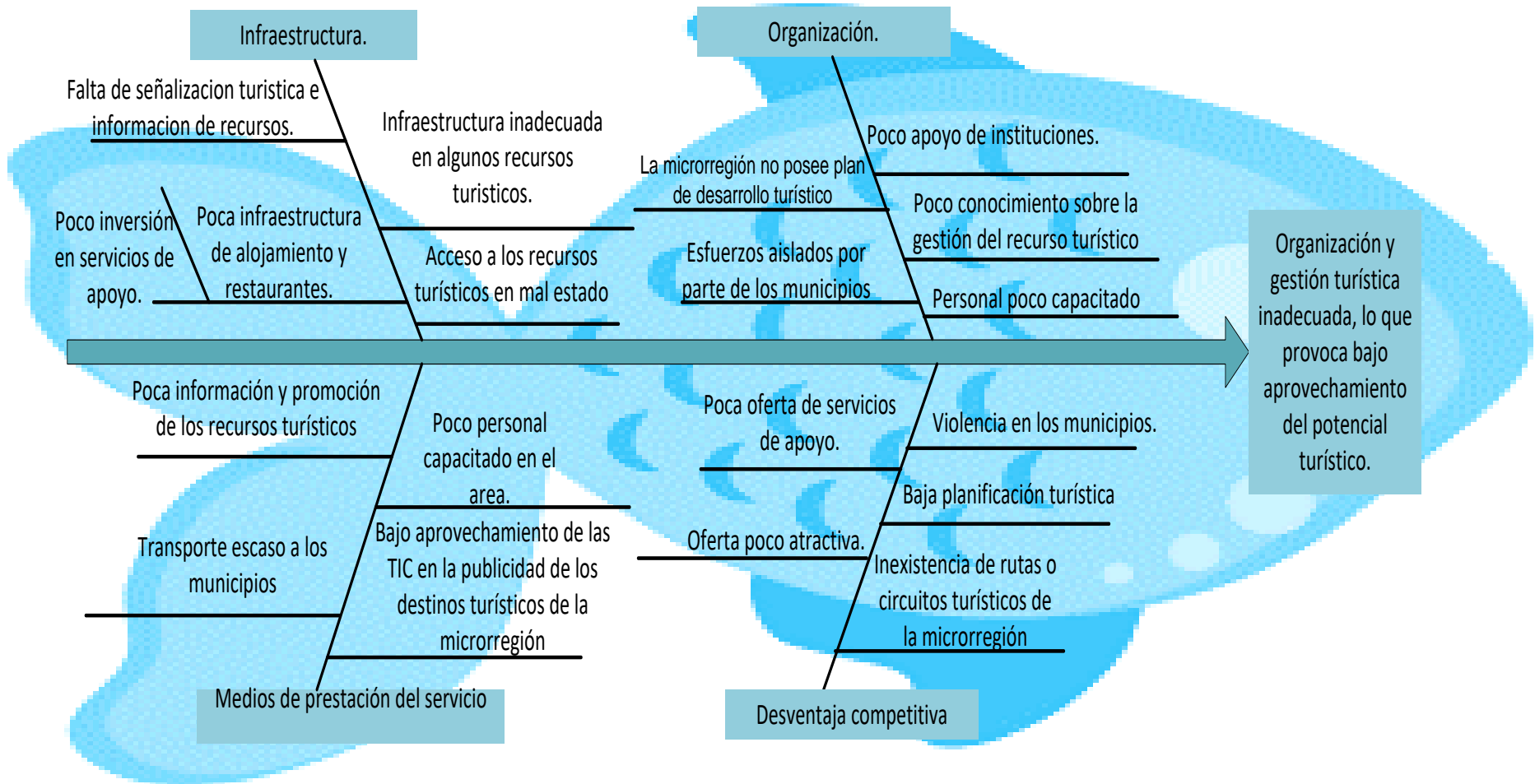
desarrollo turístico de la microrregión, además de conocer las estrategias que deben guiar a la microrregión hacia la resolución de las mismas.

Por todo lo anterior se presentan el listado de los problemas que verdaderamente podrían influir y afectar el desarrollo turístico de la microrregión, en la siguiente lista se muestran los problemas percibidos por el equipo de trabajo y los que se han sido identificados en el análisis de los diferentes componentes del turismo analizados. Y posteriormente se utilizara el Marco Lógico para formular el problemática principal de que afecta a la microrregión, a través del análisis de involucrados y análisis de problemáticas detectadas en la microrregión.

Retomando el resumen de diagnóstico, a continuación, se muestran los problemas detectados en la microrregión:

- Apoyo reducido por parte de las municipalidades.
- Los presupuestos financieros para el turismo son escasos y difíciles de gestionar.
- Ausencia de planes, programas, proyectos y actividades que potencien el desarrollo turístico.
- Poca afluencia turística en algunos municipios
- Falta de seguimiento de proyectos cuando hay cambio de gobierno.
- Limitadas capacidades para brindar servicios turísticos de calidad.
- Nulos controles de calidad y afluencia para medir la satisfacción del turista y visitante.
- Recursos limitados y experiencia mínima en la administración turística.
- Capacidad limitada de atención para turistas y visitantes.
- Poca infraestructura de alojamiento y restaurantes.
- Poco interés de inversores locales.
- Poca afluencia turística.
- Infraestructura inadecuada en algunos recursos turísticos.
- Poco mantenimiento en los recursos.
- Poca responsabilidad ambiental en los turistas.
- Inadecuados puntos de información turística.
- Recursos económicos limitados.
- Falta de señalización turística e información de recursos.
- Vías de acceso a los recursos en condiciones inadecuadas para el desarrollo del turismo.
- Poco interés por el mantenimiento de la infraestructura.
- No se posee una infraestructura para comercializar artesanías.
- Desinterés por el turismo con artesanías.
- Bajo aprovechamiento de las TIC en la publicidad como destino turístico.
- Poco personal capacitado en el área.
- Poco conocimiento sobre la gestión del recurso turístico
- Despreocupación por parte de las instituciones públicas en capacitaciones a personal.
- Grupos delincuenciales en los municipios.
- Pérdida de la identidad cultural.
- Desconocimiento de las tradiciones de los municipios.
- Limitada formación histórica de la población.

Para abordar la problemática en primera instancia se hace uso de la técnica Lluvia de ideas asimismo nos auxiliamos del diagrama Ishikawa para organizar y clasificarlas.



Todos estos problemas, poseen una raíz en común, por lo que se pueden englobar en una sola área varios de ellos, y poder crear así un árbol del problema que más adelante se detalla.

5.1. ANÁLISIS DE MARCO LÓGICO

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS Y/O INTERESADOS

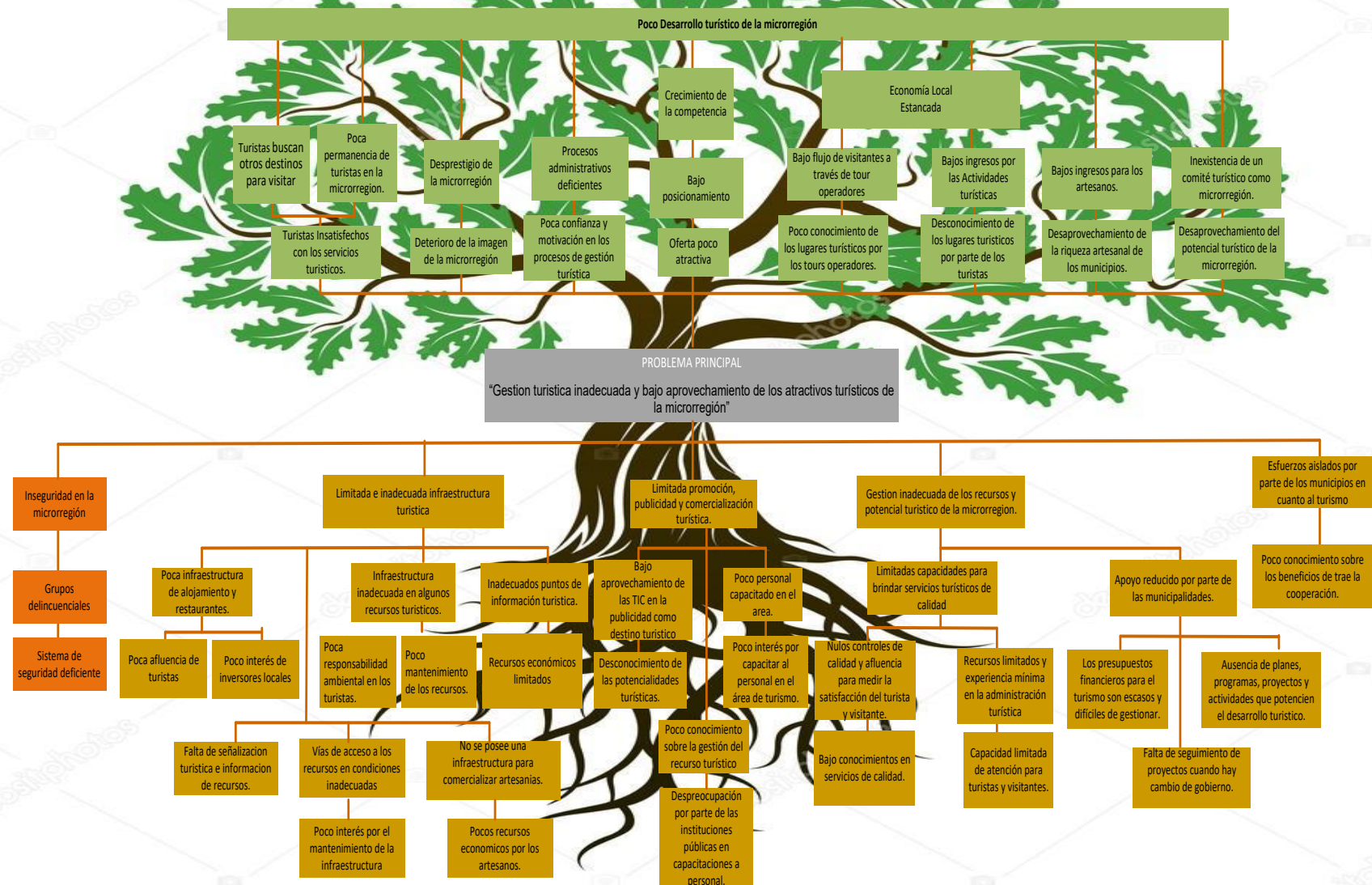
Este análisis se hace para identificar los grupos y organizaciones que están involucrados directa o indirectamente en el problema específico.

INVOLUCRADOS	INTERES	RECURSOS	POSICION
Alcaldía Municipal de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio.	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer el turismo como municipios y microrregión y que este permita el crecimiento económico de las municipalidades. Crear programas de desarrollo que integren a la población de los municipios con un enfoque solidario y participativo para el apoyo del turismo en la microrregión. Promover procesos de transformación que mejore la seguridad social y cultura de la microrregión. Desarrollo y fortalecimiento de las organizaciones y empresas ligadas al turismo, a fin de generar mayores oportunidades de empleo. 	<p>Recursos financieros mediante inversiones.</p> <p>Asistencia técnica a la formulación de proyectos.</p> <p>Infraestructura Pública.</p> <p>Espacios culturales.</p> <p>Áreas recreativas.</p> <p>Ornato y limpieza</p>	A Favor
Comités de desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> Promover un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico, social y ambiental de la región. Contribuir con el desarrollo turístico del municipio. 	<p>Técnicos que puedan asesorar y capacitar al personal de turismo que se involucrara en el plan.</p> <p>Espacios de discusión y socialización.</p>	A favor

Comunidad de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio.	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura de empleos directos e indirectos alrededor del área de influencia de la microrregión. • Mejoras la economía de la familia, calidad de vida. • Aprovechamiento del flujo del personal. 	Personal capacitado para atender a los turistas en los negocios.	A favor
Artesanos	<ul style="list-style-type: none"> • Vender sus productos a mejor precio. 	Mano de obra, infraestructura.	A favor
Agricultores	<ul style="list-style-type: none"> • Vender sus productos a mejor precio e incrementar sus ventas. 	Terrenos, mano de obra, sus conocimientos.	A favor
Viveristas y fincas	<ul style="list-style-type: none"> • Ofertar diversos productos derivados del café, y volverlos más comerciales. 	Finca cafetaleras, infraestructura y recursos humanos.	A favor
Cooperativas locales	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar el flujo de turistas para vender más sus productos y servicios que ofrecen. 	Contribuir con el desarrollo turístico del municipio.	A favor
Turistas Nacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Un nuevo destino turístico, accesible y seguro donde puedan distraerse y relajarse. 		A Favor
Turistas Extranjeros.	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencias únicas con valor agregado que proporcionen un tiempo de diversión y relajación. 		A Favor
Municipios Aledaños.	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficios colectivos del sector. 	Facilidades de servicios.	Neutro
Negocios Aledaños.	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de Turistas a sus negocios y establecimientos 	Servicios turísticos como alojamiento, comida, entretenimiento.	A Favor
Ministerio del Medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> • Preservación del medio ambiente y los recursos naturales 	Leyes, Reglamentos	Neutro
Ministerio de Cultura.	<ul style="list-style-type: none"> • Conservar la cultura de nuestro país 	Leyes, Reglamentos	Neutro.

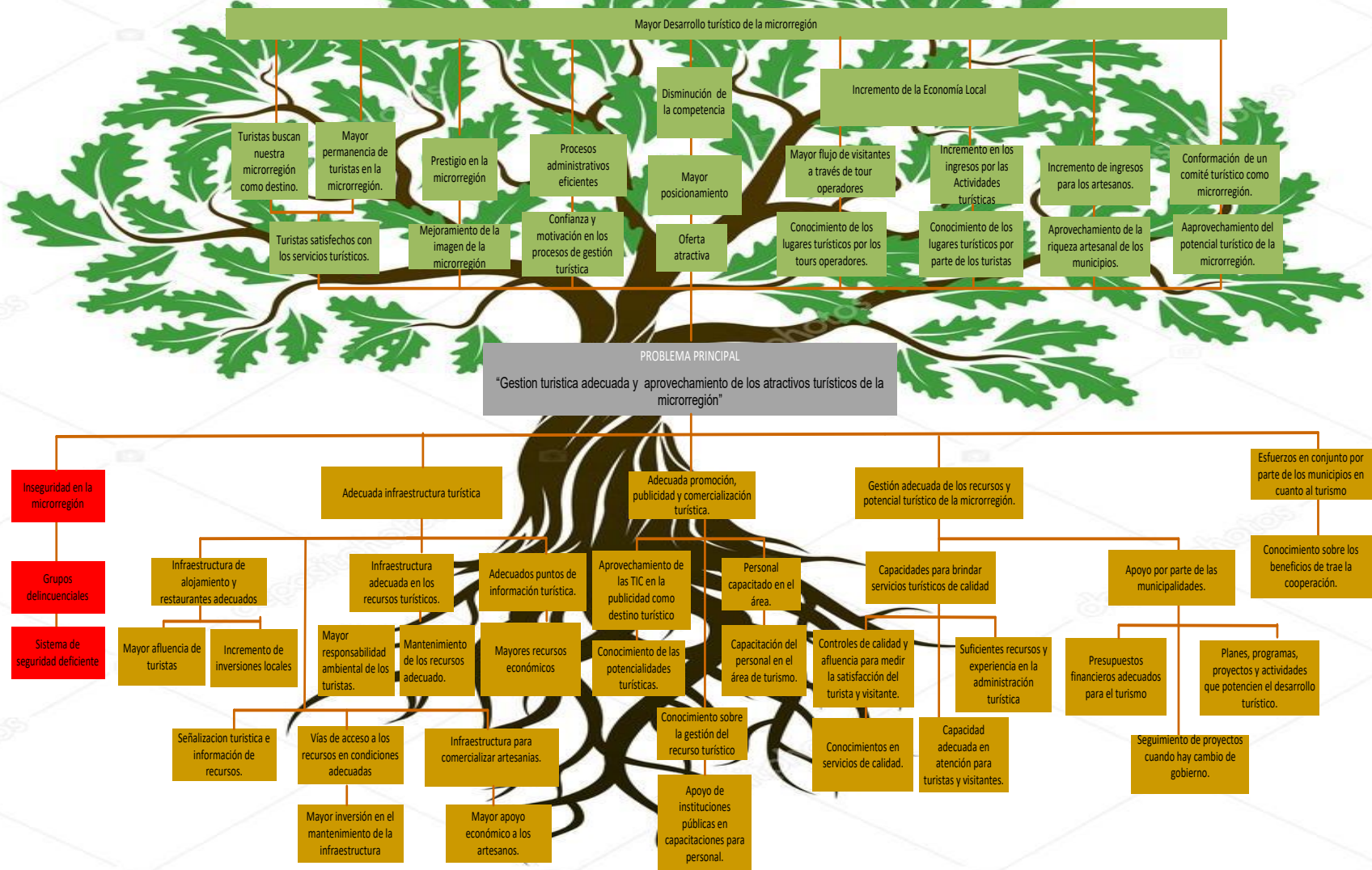
ANALISIS DE PROBLEMAS

Árbol del problema



ANALISIS DE OBJETIVOS

Árbol de objetivos



5.2. DESCRIPCION DE LAS CAUSAS DEL PROBLEMA

De acuerdo al análisis de marco lógico, se estableció que la problemática principal es el “Gestión turística inadecuada y desaprovechamiento de los recursos turísticos”, para el cual se han determinado las siguientes causas que se describen a continuación:

- **Gestión inadecuada de los recursos y potencial turístico de la microrregión.**

El turismo en las municipalidades de la Microrregión Norte de Ahuachapán, posee un apoyo reducido por parte de las alcaldías de estas, debido a que no conocen las ventajas que brinda este sector y por el presupuesto limitado que estas poseen. Municipios como Atiquizaya y San Lorenzo le han dado más importancia al Turismo, ya que han notado el aumento de beneficios tanto económicos como sociales en las comunidades al darle más importancia a este sector, beneficios como, mayor crecimiento en las economías de los hogares, aumento de niños con acceso a la educación, etc. Pero estos no poseen el conocimiento adecuado sobre la gestión de los recursos turísticos, para mejorar la forma en como estos se administran y se dan a conocer a los turistas, por ello estos no han logrado tener un gran impacto en el país como destinos turísticos. Municipios como Turín, no poseen organizaciones que manejen el turismo en estos municipios por ello los proyectos turísticos son poco apoyados y les designan pocos recursos económicos a este sector. Además, no poseen muchos programas que ayuden a potenciar el turismo en los municipios, y cuando hay cambio de gobierno no hay seguimiento de los planes o programas anteriores, lo que provoca un retroceso.

Además, se poseen limitadas capacidades para brindar servicios turísticos de calidad, debido a esto no se poseen controles de afluencia de turistas en los municipios y no se posee medir la experiencia de turistas que visitan a la microrregión. Además, se poseen recursos limitados y experiencia mínima en la administración turística, y capacidad limitada en atención a turistas, debido a la falta de capacitaciones en la rama de servicios al cliente, entre otras.

Efectos: Poca confianza y motivación en los procesos de gestión turística, Oferta poco atractiva

- **Inseguridad en la microrregión.**

La microrregión es un lugar seguro en sus zonas rurales cercanas al centro del municipio, sin embargo, debido al irregular servicio de vigilancia prestada por el CAM y la Policía Nacional Civil, han aumentado los grupos delincuenciales, además la tasa de homicidios, los robos y asaltos hacen que la imagen de los municipios de la microrregión se deteriore y que se desprestigie el municipio debido a la imagen. Dicho problema tratara de mitigarse en la propuesta de solución, ya que no se puede eliminar debido a que es un factor externo y no puede controlarse.

Efectos: Deterioro de la imagen de la microrregión

- **Limitada e inadecuada infraestructura turística**

Algunos de los atractivos turísticos de la microrregión, no poseen calles adecuadas para su acceso, ya que estas no están pavimentadas y en épocas de invierno es muy difícil acceder a estos por los hundimientos de tierra y la inestabilidad de estas. Además, la mayoría de estos no posee señalización turística, ni información sobre estos atractivos, ni reglamento a seguir para los visitantes y que estos no dañen la infraestructura que existe en los lugares. Esto puede deberse al poco mantenimiento que se le da a los recursos y a la falta de conciencia ambiental de los turistas que visitan los destinos turísticos.

Además, como microrregión se posee poca infraestructura que brinde servicios de alojamiento y restaurante, lo que hace que el municipio sea inadecuado para un turismo nocturno. También es de mencionar que no se posee locales para comercializar artesanías fabricadas en los municipios, como las artesanías mayas, los turistas que visitan los municipios en busca de estas se tienen que desplazar hasta los talleres artesanales que en algunos casos se encuentran muy lejos de la Centro Histórico de los municipios.

Efectos: Turistas Insatisfechos con los servicios turísticos, Oferta poco atractiva, Desaprovechamiento de la riqueza artesanal de los municipios.

- **Esfuerzos aislados por parte de los municipios en cuanto al turismo.**

Como microrregión no se cuenta con un comité o institución que coordina los esfuerzos en conjunto de estos en cuanto al turismo. Solo existen comité de turismo en tres municipios, los cuales son: Atiquizaya, San Lorenzo y El Refugio, que velan por el turismo solo en sus municipios. Lo que provoca que no se aproveche el potencial turístico que como microrregión se tendría al combinar los recursos naturales y atractivos turísticos de cada municipio.

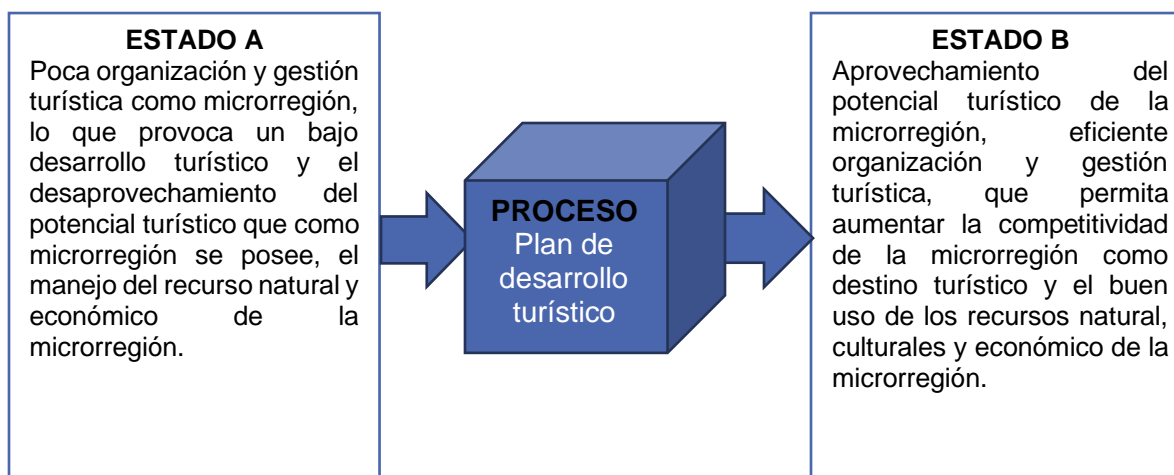
Efectos: Desaprovechamiento del potencial turístico de la microrregión.

- **Limitada Promoción, Publicidad y Comercialización turística.**

Los habitantes de los municipios de la microrregión, no poseen los conocimientos básicos sobre la importancia del turismo en la economía del local y sobre las nuevas tecnologías de la información, lo que hace estos recursos no sean aprovechados como se debe para promover a la microrregión como destino turístico. Además, no poseen conocimiento sobre la gestión del recurso turístico.

Efectos: Poco conocimiento de los lugares turísticos por los tours operadores, Desconocimiento de los lugares turísticos por parte de los turistas

5.3. FORMULACION DEL PROBLEMA.



La situación actual puede superarse al mejorar la gestión administrativa actual en cuanto al turismo en la microrregión, por lo que es esencial lograr el objetivo general de esta investigación, además esto requiere una correcta definición del problema a abordar y diseñar soluciones que sean eficientes y efectivas que involucre de forma global a todas las instituciones y organizaciones involucradas en el turismo en la microrregión. La formulación anterior se puede resumir en la siguiente interrogante:

¿DE QUÉ FORMA SE PUEDEN MEJORAR LA ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA DE LA MICRORREGION, PARA APROVECHAR EL POTENCIAL TURISTICO DE ESTA Y HACER BUEN USO DE LOS RECURSOS NATURALES, CULTURALES Y ECONOMICOS DE LA MICRORREGION?

SOLUCION.

Se le puede dar respuesta a esta interrogante al diseñar un **Plan de Desarrollo Turístico**, que contenga acciones que contribuyan al aprovechamiento de los recursos (naturales y culturales) y a la preservación de estos, y una propuesta de organización para la microrregión y gestión del plan, que garantice el éxito del plan al ser implementado y obteniendo así el desarrollo turístico de la microrregión. En el apartado de Conceptualización del diseño se ampliará más esta solución.

CRITERIOS DE LA SOLUCION DEL PROBLEMA.

- Debe respetar los recursos naturales y culturales de la microrregión.
- Debe ser de bajo costo.
- Debe buscar la diversificación de atractivos turísticos del país.
- Mejorar la gestión administrativa turística de la microrregión.
- Debe impactar positivamente a las comunidades de la microrregión.

VARIABLES DE ENTRADA Y SALIDA DEL PROBLEMA

Tabla 97. Variables de entrada y salida del problema.

VARIABLES DE ENTRADA	VARIABLES DE SALIDA
Inadecuada gestión administrativa turística en la microrregión.	Adecuada gestión administrativa turística en la microrregión.
Desaprovechamiento de los atractivos turísticos	Aprovechamiento del potencial turístico de la microrregión.
Cantidad de atractivos turísticos y servicios de apoyo.	Oferta turística de la microrregión.
Programas que se implementan en cada municipio.	Programas que se implementaran como microrregión para ayudar a incrementar la competitividad turística.

RESTRICCIONES DE LA SOLUCION DEL PROBLEMA

- Debe de tener un enfoque de Sostenibilidad.
- Debe ser de bajo costo.
- Debe aplicar para los municipios de microrregión de Ahuachapán Norte de manera conjunta.
- Beneficiar a la Población y generar un impacto positivo en la zona de estudio.
- Debe respetar el reglamento de cada alcaldía de los municipios que pertenecen a la microrregión, así como las leyes del país.

ETAPA DE DISEÑO





I. GENERALIDADES

I. GENERALIDADES

1. OBJETIVOS DE LA ETAPA

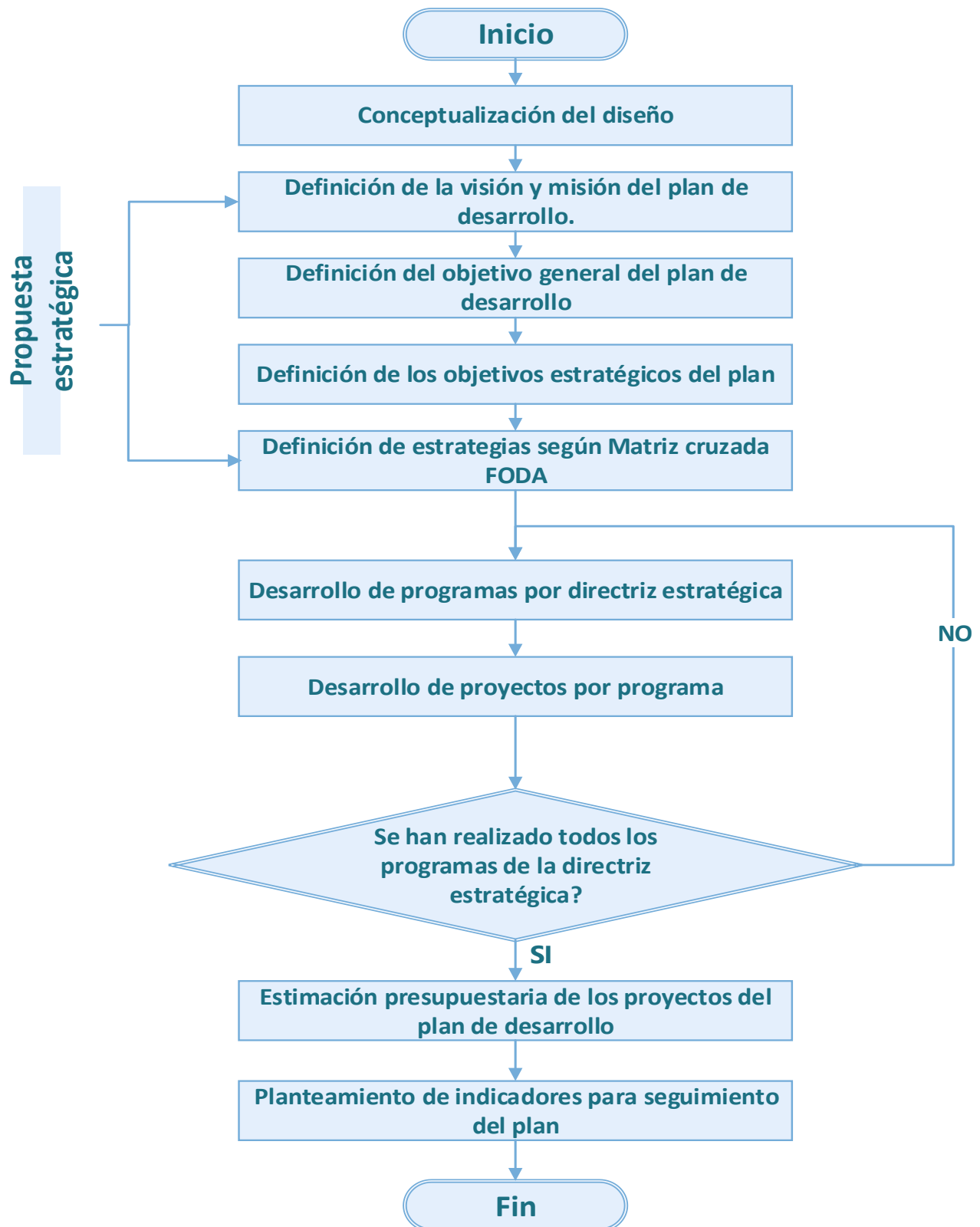
OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico para la Microrregión Ahuachapán Norte, que defina las estrategias que logren impulsar a la microrregión como un destino competitivo del sector turístico y que permita un desarrollo turístico sostenible.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir la metodología que permita diseñar el plan de desarrollo turístico de forma óptima, para que este genere un desarrollo tanto económico, social, cultural y turístico de la microrregión.
- Establecer las estrategias que contendrá el plan de desarrollo turístico para el planteamiento de los proyectos a realizar.
- Realizar estrategias de marketing para promocionar todos los productos turísticos que la microrregión ofrece, creando una marca turística para dar publicidad a esta con el fin de atraer la atención de los turistas hacia la microrregión.
- Determinar la Capacidad Instalada de los atractivos turísticos que posee la microrregión, para conocer el grado de cumplimiento de atención de la demanda esperada.
- Esquematizar los procesos de prestación de servicio para poder tener una mejor comprensión de los pasos necesarios a seguir a la hora de dar el servicio.
- Definir un sistema de control de calidad que permita registrar, medir y monitorear la satisfacción del cliente.
- Incorporar las buenas prácticas de turismo sostenible al diseño de los programas y proyectos a realizar.
- Realizar un análisis de localización de los centros de información turística para realizar las recomendaciones a la contraparte sobre diversos factores de servicios varios, acceso, competencia, posición de los clientes, etc.
- Diseñar la organización turística para la microrregión, que contribuya al desarrollo e implementación de los proyectos propuestos en el plan de desarrollo turístico.
- Proponer una serie de indicadores que permitan medir el grado de cumplimiento de los objetivos del plan.

2. METODOLOGÍA DE GENERAL DEL DISEÑO DE LA SOLUCIÓN





II. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA SOLUCIÓN

II. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA SOLUCIÓN

1. DEFINICIÓN DE LA SOLUCIÓN

La propuesta de solución se encuentra enmarcada en los municipios que conforman la Microrregión Norte de Ahuachapán en donde se ofrece turismo de naturaleza como el de aventura, rural (agroturismo) y ecoturismo, Turismo cultural y gastronómico.

Con el diagnóstico y el planteamiento del problema se observó que es importante mejorar la organizar, capacitar al personal que trabaja con turistas, y cuidar y proteger los recursos naturales y culturales con los que cuenta la microrregión.

La solución para los problemas encontrados se enmarca en el **Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico para la Microrregión Norte de Ahuachapán**. Como se mencionó en el marco conceptual, un plan de desarrollo turístico es un documento que sirve como instrumento de gestión, que tiene como fin impulsar el desarrollo turístico, social y económico de un territorio.

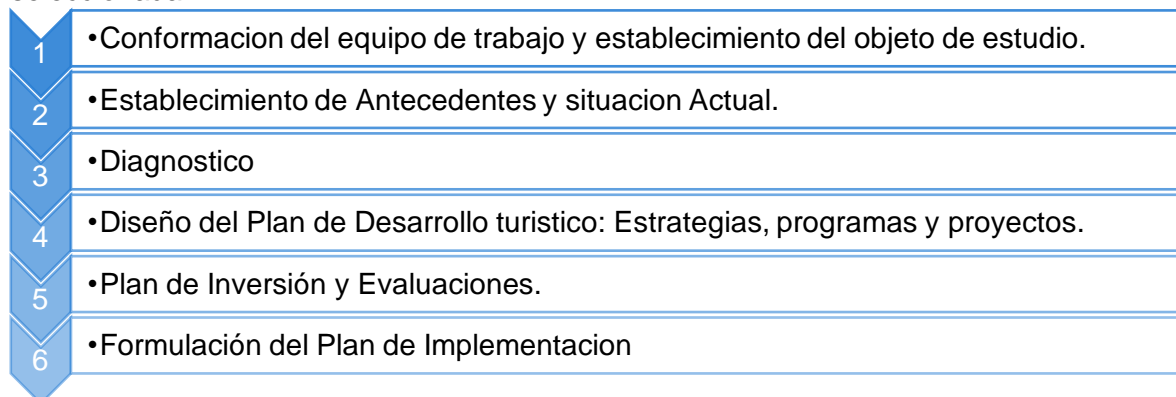
Un **plan** es un documento que suele contener un conjunto de fines, objetivos, políticas, estrategias, programas y proyectos.

Ahora bien, un plan de desarrollo turístico es un documento que sirve como instrumento de gestión, que tiene como fin impulsar el desarrollo turístico, social y económico de un territorio, es decir que es una metodología de trabajo, que sirve como una guía sobre cómo hacer las cosas. Este plan contiene un conjunto planificado de programas y proyectos, que al ser implementados, contribuirá a potenciar la actividad turística del territorio.

Así este plan se convierte en una herramienta para dirigir paso a paso el desarrollo turístico de cara al futuro, permitiendo reconocer el espacio turístico de la microrregión.

Al diseñar el plan de desarrollo turístico para la microrregión, se tendrá en cuenta que el principal objetivo será potenciar el desarrollo turístico de la microrregión, dando solución a los problemas planteados en el capítulo anterior.

En la selección del modelo de plan de desarrollo turístico se mostró la siguiente guía seleccionada.



Los pasos 1, 2,3 se desarrollaron en la etapa de diagnóstico, la cual son esenciales para el paso 4, que es el diseño del Plan, los pasos 5 y 6 se desarrollaran en la tercera etapa.

La conceptualización del paso cuatro se muestra a continuación y se le agrego el presupuesto y vías de financiamiento, más los indicadores (seguimiento y evaluación), basados en el modelo de Plan Estratégico Regional de turismo-PERTUR, y Modelo de plan de Desarrollo Turístico en territorio rurales Costa Rica, que son importantes a la hora de diseñar un plan de desarrollo turístico.

A continuación, se presenta un diagrama para conceptualizar el diseño del Plan de Desarrollo Turístico:

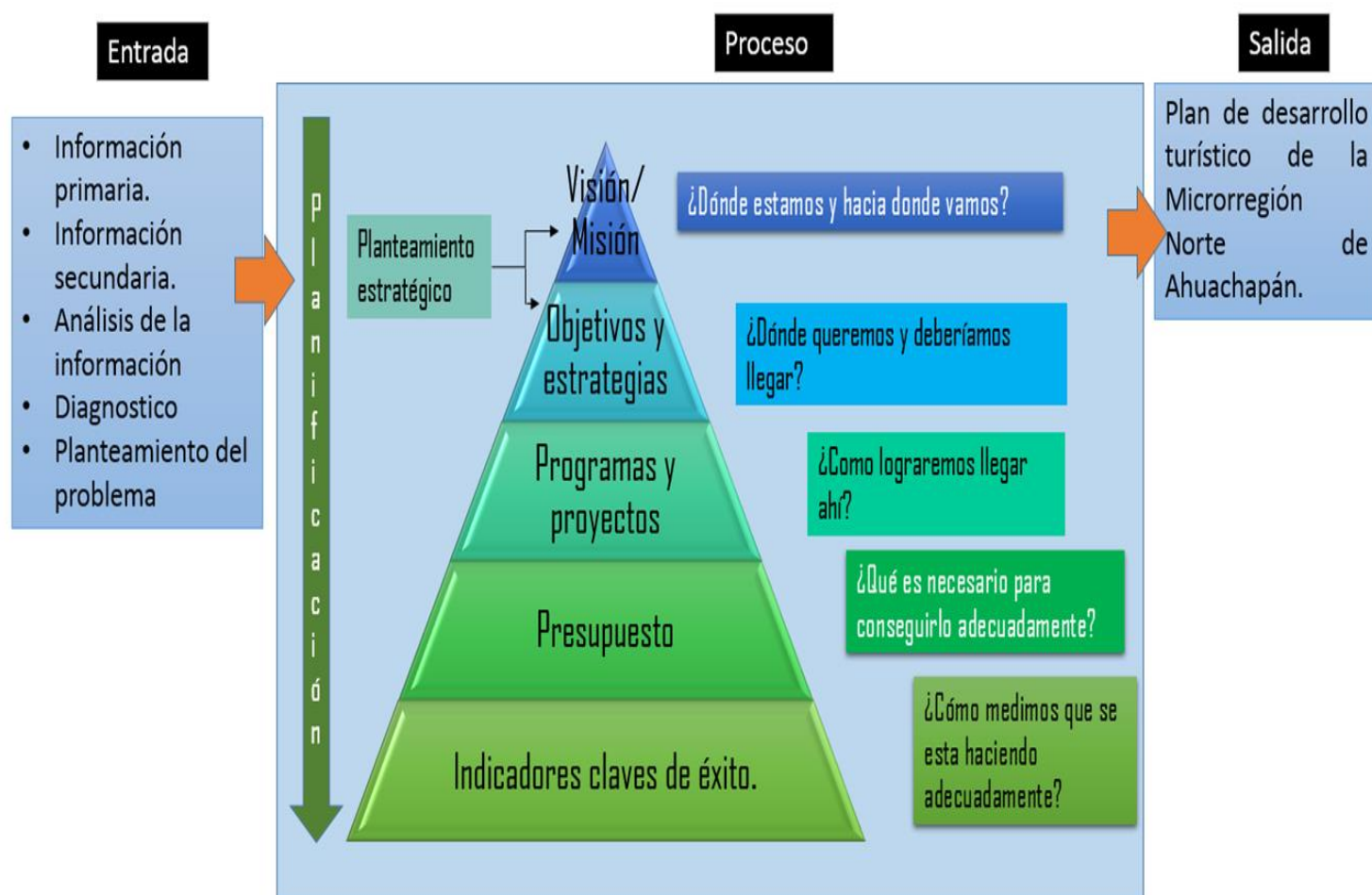


Ilustración 113. Conceptualización del Plan de desarrollo turístico.

Como se observa los insumos necesarios para llevar a cabo el proceso (conceptualización del diseño), son la información primaria y secundaria, el análisis de la información, diagnóstico y el planteamiento del problema, que se mostraron en los capítulos anteriores, ya que, en base a esa información, nos enfocaremos en la formulación del plan de desarrollo turístico, en el cual establecerán la planteamiento estratégico, desarrollo de los programas y proyectos que debe contener el plan es de mencionar que estos buscaran dar solución al problema principal

y serán diseñados en base a los componentes de la oferta turística según el modelo de sistema turístico, estimación presupuestaria y posibles vías de financiación, y por último los indicadores claves de éxito que debe poseer la microrregión para que el turismo se potencie y se ejecute con éxito el plan.

Las etapas de la solución se mencionan a continuación:

◆ **PLANTEAMIENTO ESTRATEGICO**

Con el Diagnóstico y el planteamiento del problema, se desarrolla la Propuesta Estratégica. La cual se elabora teniendo en cuenta los problemas identificados. Este apartado conlleva la determinación de la visión y la misión, estableciendo objetivos precisos, definiendo las estrategias y eligiendo la alternativa de desarrollo que más se adecue a nuestra situación actual.

◆ **PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO**

Acciones concretas que deben ser ejecutadas para llevar a la realidad los objetivos, y deben estar acorde a las estrategias.

◆ **ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA**

Se realizará una estimación del dinero que se necesitará para ejecutar las actividades.

◆ **INDICADORES**

Un elemento esencial de la planificación estratégica es la medición del grado de consecución de los objetivos planteados en el Plan, en este apartado se colocarán los indicadores que ayudarán a medir el cumplimiento de los objetivos.

En base a lo planteado anteriormente las etapas que contendrá la solución se describirán más ampliamente en el cuadro mostrado a continuación.

Tabla 98. Partes del Plan de Desarrollo Turístico para la microrregión.

PLANTEAMIENTO ESTRATEGICO		
COMPONENTE	DESCRIPCION	COMO SE REALIZARÁ
Misión y visión.	Se definirá la misión y visión como microrregión en cuanto al turismo, teniendo en cuenta su actividad turística.	<p>La misión se desarrollará respondiendo las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Quiénes somos? 2. ¿Qué buscamos 3. ¿Por qué lo hacemos? 4. ¿Para quién trabajamos? 5. ¿Cuáles son nuestros valores? <p>La visión se desarrollará teniendo en cuenta:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Plantear un horizonte de tiempo. 2. Establecer la dirección hacia la cual se encaminará la microrregión.

<p>Objetivos Estratégicos</p>	<p>Tomará en cuenta todos los elementos contenidos en los apartados anteriores. Los objetivos estratégicos son los resultados esperados que se determinan a partir del cruce de las fortalezas y debilidades con las oportunidades y amenazas de la matriz FODA.</p>	<p>A partir de la Matriz FODA se debe responder a las siguientes interrogantes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué queremos ser como destino turístico? 2. ¿A dónde queremos llegar con el Plan en términos competitivos? 3. ¿Qué mercados podemos atender realmente, en función al estado actual y sus potencialidades? 4. ¿Qué beneficio queremos obtener, para el ámbito local? <p>En esta parte se definirá lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo General Estratégico • Objetivo Específico • Indicadores • Metas
<p>Estrategias</p>	<p>La estrategia indica cómo vamos a llegar a cumplir los objetivos, es el camino que debemos seguir. Nos permite responder a la pregunta ¿dónde debemos situar nuestros recursos y cuáles son nuestras prioridades?</p> <p>Las estrategias deberán: Adaptarse a las características propias de la microrregión (oferta y demanda turística), y a las características de su entorno.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se debe tomar como punto de partida la matriz que relaciona las diferentes fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. 2. A partir de los objetivos estratégicos específicos se plantean una o varias estrategias que permitirán el cumplimiento de cada objetivo estratégico específico. 3. Evaluar las posibles alternativas o estrategias (priorización). 4. Elegir la estrategia a aplicar.
<p>DISEÑO DE PROGRAMAS</p>		
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Definir el conjunto de acciones (programas) necesarias, para el cumplimiento de los objetivos y estrategias.</p> <p>La siguiente etapa después de definir las estrategias (como lograr los objetivos) es establecer los programas que nos ayudaran a hacerlos realidad.</p> <p>Estos programas deberán seguir, las estrategias definidas y buscarán potenciar el desarrollo turístico de la microrregión, dando solución a los problemas encontrados</p>	

QUE SE NECESITA	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico. • Análisis estratégico a través de la matriz cruzada FODA. • Propuesta Estratégica.
COMO SE REALIZARA	<ul style="list-style-type: none"> • En cada estrategia se debe plantear una o un conjunto de programas que permitan el desarrollo de la estrategia y el cumplimiento de cada objetivo estratégico. • Se debe plantear un listado de programas de diversa naturaleza, algunas de ellas se encuentran relacionadas entre sí y que deben ser factibles, es decir que se puedan realizar. • Se diseñará cada programa, de acuerdo a lo que se desea obtener.
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA	
DESCRIPCION.	Determinar el monto total de recursos que se requiere para el cumplimiento de cada una de las propuestas de los programas y sus actividades.
QUE SE NECESITA	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico. • Propuesta Estratégica. • Diseño de programas. • Programa de actividades.
QUE CONTENDRA.	<ul style="list-style-type: none"> • Requerimiento de recursos humanos, materiales, infraestructura.
INDICADORES.	
DESCRIPCION.	Debe existir un Sistema de Indicadores que asocie mediciones a cada uno de los proyectos vinculados al plan de desarrollo turístico de la microrregión. Así pues, los Sistemas de Indicadores constituyen una herramienta imprescindible para medir la eficacia de los planes.
QUE SE NECESITA	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico. • Propuesta Estratégica. • Diseño de programas y proyectos.
QUE CONTENDRA Y COMO SE REALIZARA.	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de indicadores por proyecto

2. COMPONENTES DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN

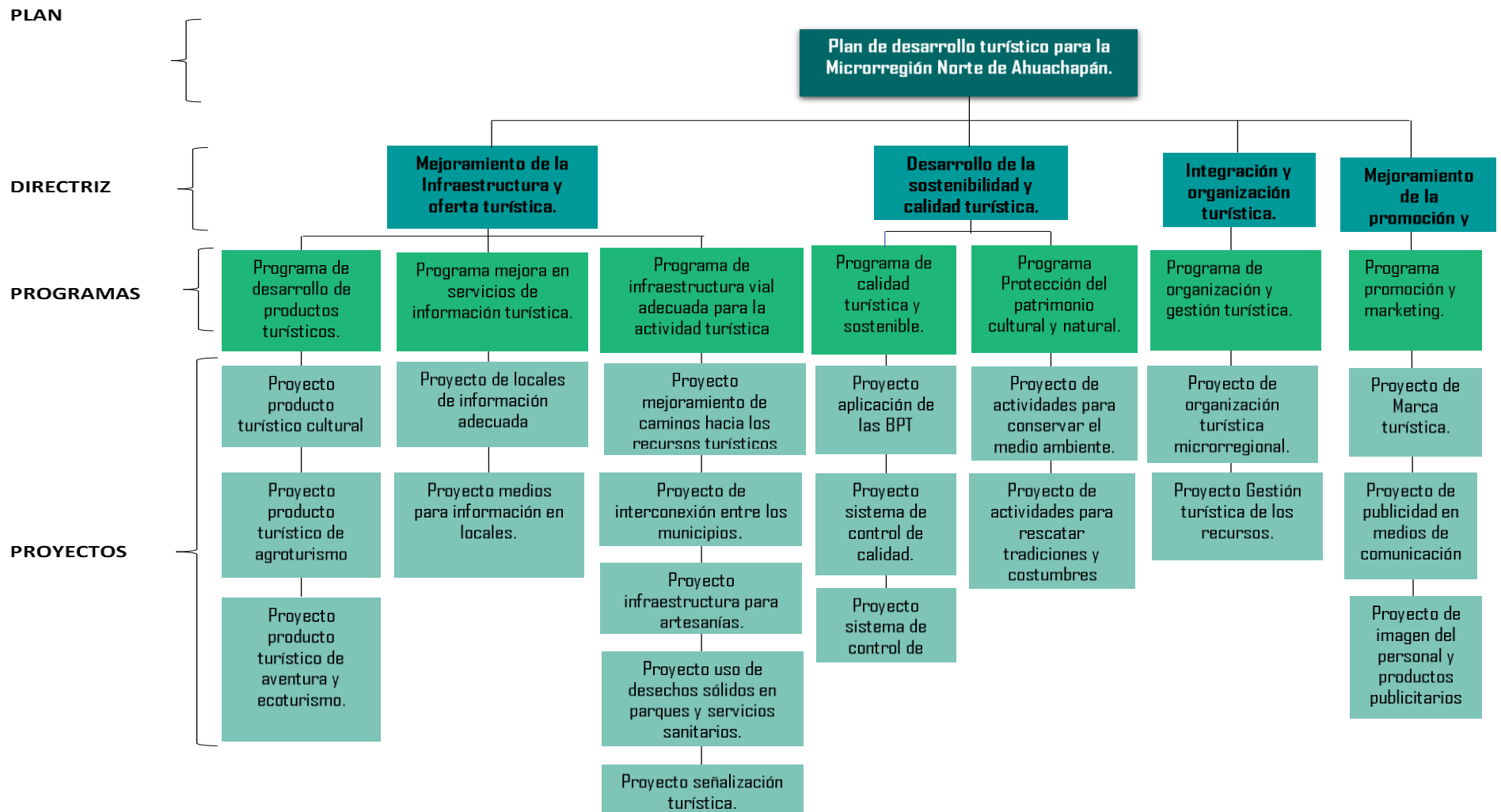


Ilustración 114: Directrices estratégicas, programas y proyectos del plan.

Los programas que se realizarán en la segunda parte del diseño buscarán mejorar los aspectos que engloba la oferta turística según el modelo de sistema turístico propuesto:

1. **Promoción:** para mejorar estos aspectos se desarrollarán programas como promoción y marketing, con el desarrollo de este programa se pretende dar a conocer los destinos turísticos de la microrregión en diferentes medios de comunicación y con una marca turística definida.
2. **Infraestructura y oferta turística.**
Servicios de información, para mejorar estos servicios se desarrollará el programa mejora en servicios de información turística, el cual pretende dar a conocer los destinos en los municipios con los medios adecuados.
Accesibilidad e infraestructura, en esta se busca proponer una propuesta de interconexión de transportes entre municipios y mejorar la accesibilidad a los recursos turísticos y entre los municipios de la microrregión, además se diseñará una propuesta para el uso de desechos sólidos en parques y áreas públicas, servicios sanitarios y señalización turística. Oferta turística atractiva, se desarrollarán programas de desarrollo de productos turísticos, donde se realizarán propuestas de rutas turísticas y se buscare facilitar el acceso a las artesanías para los turistas.
3. **Sostenibilidad y calidad turística,** se realizará el programa de protección del recurso cultural y natural, que ayudará a formar conciencia en la comunidad para conservar los recursos naturales, y las costumbres y tradiciones de sus municipios. Además, en el programa de calidad turística y sostenible, se desarrollarán proyectos que están basados en las buenas prácticas de turismo.
4. **Integración y organización turística,** con esta directriz se pretende organizar a los municipios de la microrregión como un todo, y dar una propuesta de organización y gestión turística para los recursos que esta posee.

Cada proyecto, contenido en los programas contendrá:

- **Introducción:** Se realizará una breve descripción del proyecto.
- **Objetivos:** se colocarán el objetivo general y objetivos específicos del proyecto.
- **Actividades:** Se hará mención a las macro actividades necesarias para el desarrollo del proyecto.
- **Desarrollo del proyecto:** dependerá del tipo de proyecto a desarrollar.
- **Requerimientos:** en este apartado se colocará un cuadro resumen de los requerimientos del proyecto.

A continuación, se describe más detalladamente cada programa:

Tabla 99. Descripción del programa de producto turístico.

PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTO TURISTICO	
DESCRIPCIÓN.	<p>Conceptualizar un producto turístico implica plantear la temática principal del producto, así como las características y elementos básicos que debe tener para diferenciarlo de la oferta actual. Con esto nos referimos a una breve descripción del producto que muestre los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué actividades se pueden ofrecer? • ¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto? • ¿Qué lo hace especial? • ¿Qué recuerdo queremos que se lleve el turista? • ¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto?
QUE SE NECESITA	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico. • Vocación y perfil del consumidor. • Planteamiento estratégico.
QUE CONTENDRA	<p>1. Identificación de productos turísticos potenciales: Tomando como base toda la información procesada en el análisis, se procede a plantear todas las posibilidades y alternativas de diseño de los productos turísticos. La propuesta de productos turísticos potenciales implica su identificación, análisis y evaluación, a fin de priorizar los productos turísticos a desarrollar.</p> <p>Los productos turísticos potenciales deben ser identificados siempre en función al mercado turístico, es decir, deben estar dirigidos a un público específico, ejes temáticos de preferencia (por ejemplo, naturaleza, cultura, aventura, sol y playa) y también deben considerar los aspectos determinantes de la oferta (nivel de calidad en el servicio, nivel de calidad y estética en la infraestructura).</p> <p>Aunque se desarrollen en el mismo espacio geográfico e involucren los mismos atractivos turísticos, dos productos turísticos son diferentes si están dirigidos a públicos objetivos variados.</p> <p style="text-align: center;">2. Evaluación de productos turísticos propuestos</p> <p>Al llegar a este punto se contará con las propuestas de productos turísticos potenciales, y se proseguirá a un proceso de evaluación de cada producto turístico.</p> <p style="text-align: center;">3. Descripción detallada del producto turístico</p> <p>Se debe generar una descripción sobre la identidad del producto, resaltando los atributos y características tangibles e intangibles que son susceptibles de valoración por el público objetivo identificado.</p>

Tabla 100. Descripción del programa de mejora en servicio e información turística.

PROGRAMA MEJORA EN SERVICIOS DE INFORMACION TURISTICA.	
DESCRIPCIÓN.	<p>El Programa consistirá en el establecer propuestas para dar información turística la oferta turística de la Microrregión Norte de Ahuachapán con el fin de que el visitante conozca los diferentes atractivos con que cuenta la microrregión referente del turismo cultural, agroturismo y turismo de naturaleza (ecoturismo y de aventura).</p> <p>Se propondrá tipos de medios informativos en los locales que den a conocer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividades que ofrece la microrregión. • Restaurantes y comedores que existen en la microrregión y su oferta. • Sus atractivos y recursos turísticos. • Las artesanías con las que cuenta la microrregión.
QUE SE NECESITA	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico. • Vocación y perfil del consumidor. • Planteamiento estratégico.
QUE CONTENDRA	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de puestos de información: se diseñará un local que sea adecuado para dar información al turista y que este accesible a estos, siempre respetando el medio ambiente. • Propuesta de material para información: se diseñarán propuestas de material que contendrán información de la microrregión y que sea necesaria para que el turista conozca lo que se ofrece en el sector turismo.

Tabla 101. Descripción del programa de accesibilidad e infraestructura.

PROGRAMA DE ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA ADECUADA	
DESCRIPCIÓN.	<p>Como se observó, no existe la infraestructura vial adecuada hacia los destinos turísticos, además se algunos municipios no poseen una conexión en transporte que facilite el traslado de un municipio a otro.</p> <p>El Programa consistirá en el establecer propuestas para mejorar el acceso a los destinos turísticos de la Microrregión Norte de Ahuachapán con el fin de que el turista pueda desplazarse fácilmente en la microrregión y conozca los diferentes atractivos con que cuenta la microrregión.</p>
QUE SE NECESITA	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico. • Planteamiento estratégico.
QUE CONTENDRA	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de los caminos hacia los recursos: se propondrá una solución para el estado actual de los caminos que conducen a diferentes recursos turísticos de la microrregión y que están en mal estado. • Interconexión entre los municipios: se diseñarán una propuesta que beneficie a los turistas en cuanto al transporte para que estos puedan desplazarse fácilmente entre los municipios.

	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de desechos sólidos y sanitarios: se diseñará una propuesta para el manejo de desechos sólidos en parques y sanitarios en lugares públicos. • Infraestructura para artesanías: se diseñará una propuesta para la exhibición de artesanías locales en la microrregión. • Señalización turística: se diseñará una propuesta de señalización turística para la microrregión.
--	--

Tabla 102. Descripción del programa de promoción y marketing.

PROGRAMA PROMOCION Y MARKETING.	
DESCRIPCIÓN.	<p>Uno de los problemas principales es limitada promoción, publicidad y comercialización turística por parte de los municipios, por ello es necesario una propuesta que dé a conocer a la microrregión como un destino turístico</p> <p>El Programa de promoción y marketing consistirá en el establecer propuestas para dar a conocer la oferta turística de la Microrregión Norte de Ahuachapán con el fin de que ésta, se posicione como un referente del turismo cultural, agroturismo y turismo de naturaleza (ecoturismo y de aventura) a nivel regional con una oferta de atractivos turísticos que ayuden a promover la sostenibilidad.</p>
QUE SE NECESITA	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico. • Planteamiento estratégico. • Programa de producto turístico.
QUE CONTENDRA.	<ul style="list-style-type: none"> • Marca Turística: Con ello se buscará tener una marca que englobe a la microrregión como destino turístico y posicionarla en la mente de los consumidores, con el objetivo que la microrregión tenga identidad a través de ella. Para la representación visual de la marca, se necesitará un logotipo y eslogan del municipio. • Publicidad en medios de comunicación: La selección de los medios de publicidad depende de las razones por las que se necesita la publicidad, por ello en este proyecto se hará una propuesta de contenido para diferentes medios de comunicación. • Propuesta de imagen del personal y productos publicitarios: en este apartado se mostrará el diseño propuesto para el personal y diferentes productos que pueden ser utilizados para regalar o dar publicidad a la microrregión.

Tabla 103. Descripción del programa de calidad y sostenibilidad.

PROGRAMA DE CALIDAD TURISTICA Y SOSTENIBLE.	
DESCRIPCIÓN.	<p>El Programa consistirá en el establecer propuestas para mejorar los servicios turísticos de la Microrregión Norte de Ahuachapán con el fin de que el turista reciba el servicio que se merece y este satisfecho al momento de realizar turismo en la microrregión, se tendrá en cuenta las BPT, para proponer mejorar en la microrregión en como lo es en señalización, seguridad, tratamiento de desechos y servicios sanitarios.</p>

QUE SE NECESITA	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico. • Planteamiento estratégico.
QUE CONTENDRA	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas prácticas de turismo: se aplicarán las buenas prácticas del turismo que no hayan sido desarrolladas en otros proyectos para ofrecer un mejor servicio. • Capacitaciones: Propuesta de programa de capacitaciones que ayude a capacitar y actualizar conocimientos técnicos del capital humano relacionado con el turismo, para su mejor desenvolvimiento en el área y así mejorar la calidad en el servicio. • Sistema de calidad turística: diseño de sistema que ayude a evaluar la experiencia de los turistas en la microrregión.

Tabla 104. Descripción del programa de protección del patrimonio cultural y natural.

PROGRAMA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL.	
DESCRIPCIÓN.	<p>La microrregión cuenta con riqueza cultural y recursos naturales que deben conservarse, por ello es importante crear conciencia en las comunidades sobre la preservación de estos.</p> <p>El Programa consistirá en el establecer propuestas que ayuden a valorizar los recursos culturales, a su conservación y aprovechamiento turístico a través de la revitalización de sus costumbres y tradiciones. Y además que ayuden a preservar los recursos culturales y naturales existentes en la comunidad, desarrollando actividades educativas que amparen los mismos frente al impacto de las acciones cotidianas.</p>
QUE SE NECESITA	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico. • Planeamiento estratégico.
QUE CONTENDRA	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades para conservar el medio ambiente: se propondrá actividades que ayuden a los turistas y a la comunidad a tomar conciencia de la importancia de preservar los recursos turísticos naturales y el medio ambiente. • Actividades para rescatar tradiciones y costumbres: se propondrá actividades a la comunidad a tomar conciencia de la importancia de preservar los recursos culturales.

Tabla 105. Descripción del programa de organización y gestión.

PROGRAMA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.	
DESCRIPCION.	<p>Cuando se planifica bien el turismo, este contribuye a la conservación de los recursos naturales y culturales de un lugar, y a su progreso económico. Por ello al tener una buena organización y gestión contribuirá que el Plan de Desarrollo Turístico se concrete y sea exitoso, conllevando así a potenciar el turismo en la microrregión.</p> <p>Es importante tener en cuenta que, al establecer una buena organización, administración y gestión, se estará asegurando el éxito del plan, ya que la gestión es el punto final y definitivo de la planificación.</p>
QUE SE NECESITA	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico. • Propuesta Estratégica. • Diseño de programas. • programa de actividades.
QUE CONTENDRA.	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de organización. • Manuales. • Gestión turística. <p>Para la propuesta de organización y gestión turística, se tomará en cuenta la experiencia de los municipios y microrregiones que se estudiaron en la competencia, para adaptar sus características a la situación actual de la microrregión.</p>



III. PROPUESTA ESTRATÉGICA

III. PROPUESTA ESTRATÉGICA

La propuesta estratégica se elabora a partir de la información obtenida en el diagnóstico de la situación actual, donde se logró identificar problemáticas que deben ser atendidas en la propuesta estratégica representadas en cada una de las directrices estratégicas propuestas en la conceptualización del diseño.

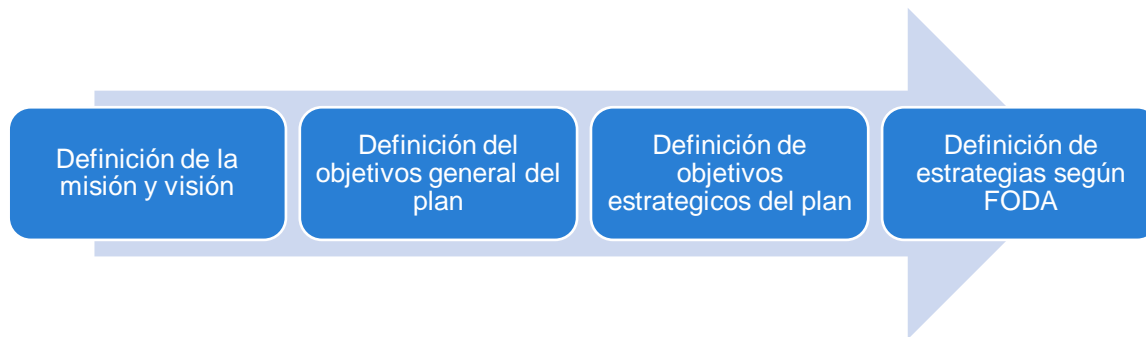


Ilustración 115. Pasos para presentar la propuesta estratégica.

La visión y la misión se constituyen como dos conceptos que hacen referencia al planteamiento en general que va orientar la situación a futuro y la situación actual de la microrregión para el desarrollo de la actividad turística de manera sostenible.

1. VISUALIZACIÓN

1.1. MISIÓN

La misión describe el rol que desempeña actualmente la organización para el logro de su visión. Definir la razón de ser de la Entidad en el marco de las competencias y funciones establecidas en su ley de creación.

Metodología para la definición de la misión:

Componentes que debe presentar una misión

1. **Clientes.** ¿Quiénes son los clientes de la organización?
2. **Productos y Servicios.** ¿Cuáles son los productos y servicios más importantes de la organización?
3. **Mercados.** ¿En dónde compite la organización geográficamente?
4. **Tecnología.** ¿Está la organización actualizada técnicamente?
5. **Preocupación por la supervivencia, rendimiento y rentabilidad.** ¿La empresa está comprometida con el crecimiento y la solidez?
6. **Filosofía.** ¿Cuáles son las creencias, valores, aspiraciones y las prioridades éticas de la empresa?
7. **Concepto propio.** ¿Cuál es su cualidad distintiva o su mayor ventaja competitiva?
8. **Interés por la comunidad.** ¿La comunidad es valiosa para la empresa?

Ahora se evalúa los componentes que presenta la microrregión Ahuachapán Norte.

Tabla 106. Evaluación de componentes de la misión.

N	Componentes	Cumple	Descripción
1	Clientes	X	Los clientes de la microrregión son todas aquellas personas que realizan turismo.
2	Productos y servicios	X	Los productos y servicios de la microrregión se encuentran incluidos en la siguiente cita “ofrecer productos y servicios turísticos culturales, de naturaleza y aventura”
3	Mercados	X	Los mercados son para el turista nacional e internacional.
4	Tecnología	X	La microrregión es una zona en vías de modernización.
5	Interés por la supervivencia, rendimiento y rentabilidad	X	La microrregión sigue las tendencias de crecimiento del turismo.
6	Filosofía	X	Uno de las prioridades de la organización es la sostenibilidad.
7	Concepto propio	X	La ventaja competitiva es que la microrregión como zona cuenta con una oferta turística variada con recursos de naturaleza, cultura, pueblos vivos, gastronomía y actividades de recreación.
8	Interés por la comunidad	X	Para la microrregión la comunidad es muy importante pues forman parte del sistema de prestación de servicios turísticos , además son los beneficiarios directos del desarrollo turístico.

Propuesta de Misión:

La microrregión Ahuachapán Norte ofrece productos y servicios turísticos culturales, naturales y de aventura para turistas nacionales e internacionales, en un entorno en vías de modernización, teniendo en cuenta la sostenibilidad y el interés por el desarrollo de la comunidad.

1.2. VISIÓN

La visión es definida como la situación del territorio que se espera alcanzar en el futuro, lo cual hace referencia al planteamiento en general que va a orientar el desarrollo de la actividad turística de la región a largo plazo.

La Visión es una declaración de aspiración de la organización a mediano o largo plazo, es la imagen a futuro de esta, debe ser comunicada de manera constante y permanente con la finalidad de motivar la ejecución del plan estratégico regional de turismo. Además, ésta debe considerar en su elaboración lo descrito en la vocación turística y las tendencias del turismo nacional e internacional.

Metodología para la definición de la visión:

Para definir la visión se deben contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es lo que realmente se quiere?
2. ¿A qué se quisiera llegar en el futuro?
3. ¿En qué lugar del mercado se visualiza la organización en el futuro?
4. ¿Cuál es el sueño de la organización?

Tabla 107. Desarrollo de la visión.

Pregunta	Descripción
¿Qué es lo que realmente queremos?	El desarrollo turístico de la microrregión
¿A que nos gustaría llegar en el futuro?	Ser una región turística competitiva
¿En qué lugar del mercado nos visualizamos en el futuro?	Ser reconocida a nivel nacional
¿Cuál es el sueño de la organización?	Ser una organización que se caracterice por la buena gestión en seguridad, calidad turística, que promueven la sostenibilidad y genere un impacto positivo a la comunidad.

Propuesta de Visión:

Ser una organización que promueva el desarrollo turístico de la Microrregión Ahuachapán Norte para que esta sea reconocida a nivel nacional como una región competitiva que se caracterice por la buena gestión en seguridad, calidad, que promueven la sostenibilidad y genere un impacto positivo a la comunidad.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL DEL PLAN DE DESARROLLO

El objetivo estratégico del plan de desarrollo turístico se define por medio del árbol de objetivos resultado del análisis de marco lógico, en él se pretende lograr un desarrollo turístico con una gestión adecuada y un buen aprovechamiento de los recursos.

Lograr el desarrollo turístico sostenible de la microrregión Ahuachapán Norte, por medio de programas que permitan ofrecer productos turísticos competitivos a nivel nacional, de calidad, que faciliten los procesos del sistema turístico, promoviendo un turismo responsable y sostenible.

2.2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ESPECÍFICOS

Los objetivos estratégicos son los fines que se desarrollan a nivel estratégico los cuales deben ser alcanzados a largo plazo a través de la ejecución de acciones, a partir de ellos se establecen indicadores que permitirán la medición de dichos objetivos establecidos.

Las directrices estratégicas son el resultado de los objetivos principales del árbol de objetivos, para atacar a los problemas principales encontrados en el análisis de marco lógico realizado en el diagnóstico de la situación actual.

Directriz estratégica I: Mejoramiento de la infraestructura y oferta turística.

- Ofrecer productos turísticos de acuerdo a las preferencias del consumidor y de acuerdo a los recursos y actividades turísticas de la microrregión.
- Promover la accesibilidad dentro de la microrregión con vías de comunicación en buen estado y señalización adecuada para ofrecer servicios de calidad al turista.
- Generar el acceso a la información necesaria para el visitante turista sobre los productos turísticos que ofrece la microrregión y como puede acceder a estos.

Directriz estratégica II: Mejoramiento de la promoción y publicidad

- Elaboración de la propuesta de diseño de la marca turística de la microrregión que sea la imagen, identifique y posicione a la microrregión como un destino turístico.
- Establecer los medios publicitarios que utilizara la microrregión con el propósito de llamar la atención del mercado de consumo potencial y actual.
- Establecer la imagen del personal y definir posibles medios promocionales para los turistas, para identificar y dar a conocer la microrregión.

Directriz estratégica III: Desarrollo de la sostenibilidad y calidad turística

- Dar servicios turísticos de calidad a la población que visita la microrregión Ahuachapán Norte para lograr la satisfacción del cliente
- Promover un turismo sostenible que permita la protección de los recursos naturales y culturales que formen parte de los diferentes productos turísticos a ofrecer por la microrregión.

Directriz estratégica IV: Integración y Organización turística.

- Diseñar la organización turística para la microrregión, que contribuya al desarrollo e implementación de los proyectos propuestos en el plan de desarrollo turístico.
- Gestionar adecuadamente todos los recursos que como organización de la microrregión se posean para lograr una administración eficiente y eficaz.

3. ESTRATEGIAS

La estrategia es el camino a seguir para correlacionar la oferta y la demanda turística, lo cual significa tomar un conjunto de decisiones destinadas a:

- Aprovechar la oferta turística en forma racional.
- Atraer el turismo que nos interesa y que estamos en capacidad de atender.
- Realizar turismo de forma sostenible.

Para establecer las estrategias a seguir para lograr un desarrollo turístico en la microrregión se seguirán los siguientes pasos:

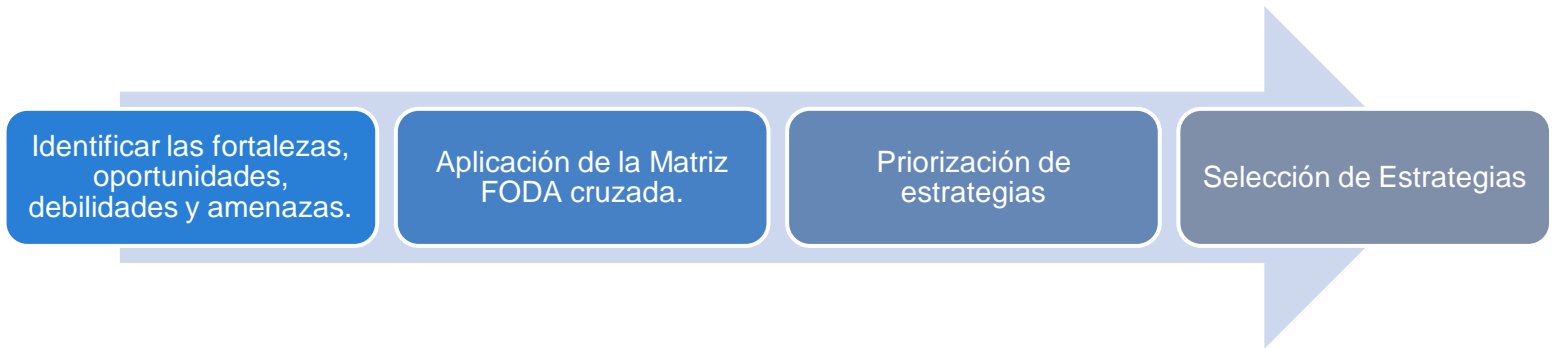


Ilustración 116. Pasos para la obtención de las estrategias.

3.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS.

La matriz de análisis FODA permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra la microrregión.

- **Fortalezas:** Son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la microrregión para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas. Para identificarlas podemos responder a preguntas como: ¿qué ventajas tenemos respecto de la competencia?, ¿qué recursos de bajo coste tenemos disponibles?, ¿cuáles son nuestros puntos fuertes en producto, servicio, distribución o marca?
- **Debilidades:** Son aquellos puntos de los que la microrregión carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar. Para identificar las debilidades podemos responder a preguntas como: ¿qué perciben nuestros clientes como debilidades?, ¿en qué podemos mejorar?, ¿qué evita que nos desarrollemos turísticamente?
- **Oportunidades:** representan una ocasión de mejora. Las oportunidades son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la microrregión. Para identificar las oportunidades podemos responder a preguntas como: ¿existen nuevas tendencias de mercado relacionadas con el sector turístico?, ¿qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en nuestro mercado?, entre otras.

- **Amenazas:** pueden poner en peligro la supervivencia turística de la microrregión o en menor medida afectar a nuestra cuota de mercado. Si identificamos una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad. Para identificar las amenazas, podemos responder a preguntas como: ¿qué obstáculos podemos encontrarnos?, ¿existen problemas de financiación?, ¿cuáles son las nuevas tendencias que siguen nuestros competidores?

Las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas en la microrregión de Ahuachapán Norte se muestran en anexos.

3.2. APLICACIÓN DE LA MATRIZ FODA CRUZADA

Para la definición de las estrategias se hace uso de la técnica de matriz foda cruzada, esta nos ayuda a desarrollar los siguientes tipos de estrategias:

- ✓ **Estrategias FO (maxi-maxi):** se basan en el uso de las fortalezas internas de una empresa con objeto de aprovechar las oportunidades externas.
- ✓ **Estrategias DO (mini-maxi):** tienen como objetivo la mejora de las debilidades internas valiéndose de las oportunidades externas.
- ✓ **Estrategias FA (maxi-mini)** se basan en la utilización de las fortalezas de una empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas.
- ✓ **Estrategias DA (mini-mini).** Tiene como objetivo minimizar las debilidades como las amenazad.

Para la elaboración de la matriz se hará uso de la matriz foda obtenida en el diagnóstico de la situación. Las estrategias planteadas se dan a conocer a continuación:

<p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existencia de entidades públicas y organizaciones que desean ayudar al desarrollo de emprendimientos de turismo. 2. Disposición de los operadores de turismo para realizar tours a la microrregión, si cumple los requisitos que ellos establecen. 3. Establecimiento de alianzas estratégicas con empresarios del sector turístico. 4. Alianzas estratégicas en materia de turismo con otros municipios. 7. El crecimiento del turismo tiene una tendencia de crecimiento lineal cada año. 18. Mayor ingreso económico en la comunidad al promover el desarrollo turístico. 20. El aumento de oportunidad de empleo al incrementar los servicios del sector turístico. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Preferencia por visitar rutas turísticas. 5. Crecimiento de la violencia urbana y disminución de la seguridad. 6. Delincuencia en el país.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Apoyo de empresas y negocios a las actividades turísticas. 9. Alto y continuo flujo anual de turistas a algunos recursos 11. Carreteras interrelacionadas que vinculan a la ciudad con los corredores económicos. 14. La cercanía entre los municipios de la microrregión permite realizar visitas en todos en un solo día. 17. Su oferta turística integra historia, gastronomía, aventura, turismo rural, cultural, ecoturismo y agroturismo. 30. Cercanía a la frontera con Guatemala, así como a la capital de Ahuachapán. 32. Cercanía con los municipios miembros de la microrregión 	<p style="text-align: center;">F4-O18-O20</p> <p style="text-align: center;">Promover el abastecimiento y la compra de insumos locales a través de una red de negocios del sector turístico.</p>	<p style="text-align: center;">F9-F11-F17-F30-F32-A2</p> <p style="text-align: center;">Incorporar rutas turísticas en la microrregión de Ahuachapán Norte</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inexistencia de comité de desarrollo turístico en algunos municipios. 2. Pocos programas de desarrollo y de fortalecimiento turístico. 3. Deficiente gestión de los recursos turísticos. 5. Inexistencia de una Red Municipal de Turismo. 6. Inactividad de la microrregión Ahuachapán Norte. 7. No posee una organización turística como microrregión y no posee plan de desarrollo turístico. 32. Imagen de inseguridad en la microrregión. 33. Falta de patrullaje en los caminos de la microrregión. 34. Falta de puesto de Politur. 	<p style="text-align: center;">O1-O2-O3-D1-D2-D3</p> <p style="text-align: center;">Incentivar el trabajo de los CDT con socios estratégicos e instituciones de apoyo del sector turismo.</p> <p style="text-align: center;">O4-O7-D5-D6-D7</p> <p style="text-align: center;">Formar una organización turística que promueva el desarrollo turístico en la microrregión de Ahuachapán Norte.</p>	<p style="text-align: center;">D32-D33-D34-A5-A6</p> <p style="text-align: center;">Fortalecer la seguridad turística en coordinación con las alcaldías y Politur.</p>

<p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. La actual afluencia turística del municipio de Atiquizaya puede permitir aumentar la afluencia turística en los otros municipios de la microrregión. 6. Alto y continuo flujo anual de turistas a algunos recursos. 1. Instituciones gubernamentales y no gubernamentales ofrecen capacitaciones en materia turística. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Cambio climático. 7. Deforestación. 8. Contaminación.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Disposición de las municipalidades de la microrregión de trabajar en conjunto para el desarrollo turístico. 2. Existencia de unidades de turismo en el municipio de Atiquizaya y San Lorenzo 3. Existencia de un comité de desarrollo turístico en los municipios de Atiquizaya y San Lorenzo 7. San Lorenzo posee una Marca Destino. 38. Muchos de los recursos naturales están libres de contaminación. 39. Protección de los recursos naturales por medio de la elaboración e implementación de proyectos medio ambientales. 	<p style="text-align: center;">F1-F2-F3-F7-O8-O9</p> <p style="text-align: center;">Desarrollar una marca que identifique y posicione a la microrregión como un destino turístico competitivo.</p>	<p style="text-align: center;">F38-F39-A6-A7-A8</p> <p style="text-align: center;">Concientizar y sensibilizar a los turistas sobre los impactos ambientales en el que hacer turístico.</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 26. Bajo desarrollo en cuanto a la educación. 27. Insuficiente capacitación a los habitantes de los municipios en cuanto a turismo y manejo de alimentos. 28. No cuenta con personal técnico capacitado en algunos municipios. 29. Falta de Guía Turístico a nivel de la microrregión 30. Falta de guías bilingües. 40. Escasos puntos de información turística. 41. Contaminación de algunos Ríos pertenecientes a la Microrregión. 42. No existe señalización que ayude a tomar conciencia sobre el uso de agua y energía. 43. Poca conciencia ambiental. 	<p style="text-align: center;">D26-D27-D28-D29-D30-O15</p> <p style="text-align: center;">Mejorar las capacidades del recurso humano en la prestación de servicios.</p> <p style="text-align: center;">D40-O9</p> <p style="text-align: center;">Incorporación de puntos de información turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.</p>	<p style="text-align: center;">D41-D42-D43-A6-A7-D8</p> <p style="text-align: center;">Sensibilizar a los empresarios del sector turístico en la implementación de buenas prácticas turísticas.</p>

<p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>13. Uso de Redes sociales para promoción y publicidad.</p> <p>14. Existencia de medios electrónicos para la publicación de videos turísticos.</p> <p>15. Auge de las tecnologías de la información y comunicación.</p> <p>23. Incremento de condiciones adecuadas para el desarrollo social de la comunidad a través del desarrollo turístico.</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>1. Surgimiento de nuevos destinos mejor posicionados en el mercado que ofrezcan productos turísticos.</p> <p>2. Preferencia por visitar rutas turísticas.</p> <p>3. Competencia de otros municipios con atractivos similares y posicionados en el mercado.</p> <p>10. Transculturización</p> <p>11. Medios de comunicación amarillistas</p>
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>8. Participación en pueblos vivos.</p> <p>9. Participación en el Programa Un Pueblo un Producto, respaldado por el JICA en los municipios de San Lorenzo y Atiquizaya.</p> <p>14. Artesanía amplia y variada con proyección a su exportación.</p> <p>17. Su oferta turística integra historia, gastronomía, aventura, turismo rural, cultural, ecoturismo y agroturismo.</p>	<p style="text-align: center;">F14-D23</p> <p>Incorporar un quiosco de venta de artesanías a nivel de la microrregión.</p>	<p style="text-align: center;">F6-F8-F17-A3</p> <p>Promover la participación en ferias locales.</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>8. Mal estado de las calles que conducen a los Recursos Turísticos.</p> <p>9. Limitados presupuestos para el acondicionamiento urbano y turístico.</p> <p>10. Falta de estacionamientos vehiculares públicos y privados en el centro histórico de alguno de los municipios.</p> <p>11. Deficiencias de infraestructura urbana complementaria, basureros, iluminación, restaurantes y alojamientos.</p> <p>12. Escasa señalización de información, turística y vial.</p> <p>13. Falta de servicios sanitarios públicos.</p> <p>14. No cuenta con parqueos con capacidad para recibir una demanda alta de visitantes.</p> <p>15. Mala ubicación y falta de depósitos para colocación de basura</p> <p>32. Poco conocimiento de los atractivos turísticos que ofrece la microrregión, por parte de los consumidores y distribuidores.</p> <p>33. Deficiente información sobre las características de los recursos turísticos.</p> <p>34. Escasa información turística de la microrregión.</p> <p>39. No existe un sistema de conteo y estadística que permita realizar una proyección en la visitación de turistas en el municipio.</p> <p>40. Falta de identidad cultural.</p>	<p style="text-align: center;">D35-D36-D37-O13-O14-O15</p> <p>Dar a conocer la oferta turística de la microrregión haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación.</p> <p style="text-align: center;">D39- O4-O7</p> <p>Aplicar un método de recolección y medición de datos estadísticos del sector turístico en la microrregión.</p> <p style="text-align: center;">D8-D9-D10-D11-D12-D13-D14-D15-O23</p> <p>Realizar un acondicionamiento urbano y turístico e incorporación de infraestructura que permita propiciar la accesibilidad a los recursos turístico.</p>	<p style="text-align: center;">D38-D37-A1-A2-A3-A11</p> <p>Realizar campañas de promoción y publicidad que contribuyan al posicionamiento de la microrregión como un destino turístico competitivo a nivel nacional.</p> <p style="text-align: center;">D44- A10</p> <p>Promover el conocimiento y actividades de historia y cultura de interés turístico que integren a la comunidad</p>

<p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>6. Mejoramiento de la infraestructura y servicios básicos a través del desarrollo turístico. 7. El crecimiento del turismo tiene una tendencia de crecimiento lineal cada año. 13. Uso de Redes sociales para promoción y publicidad.</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>1. Surgimiento de nuevos destinos mejor posicionados en el mercado que ofrezcan productos turísticos. 3. Competencia de otros municipios con atractivos similares y posicionados en el mercado. 4. Crecimiento de la violencia urbana y disminución de la seguridad.</p>
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>1. Existencia de unidades de turismo en el municipio de Atiquizaya y San Lorenzo. 5. Las municipalidades se encuentran trabajando por el desarrollo turístico. 6. San Lorenzo posee una Marca Destino.</p>	<p style="text-align: center;">F1-F6-O13</p> <p>Incorporar una forma de identificación del personal y productos publicitarios de la organización turística a fin de posicionar la marca en el consumidor.</p>	<p style="text-align: center;">F5-A4</p> <p>Incorporación de actividades de prevención de violencia.</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>28. No cuenta con personal técnico capacitado en algunos municipios. 37. Escasa información turística de la microrregión. 38. Inexistencia de marketing y promoción turística adecuada a nivel regional, nacional e internacional. 41. Inexistencia de sistemas de medición de la calidad.</p>	<p style="text-align: center;">O6-O7-D37-D38-D41</p> <p>Establecer indicadores para el control del que hacer turístico.</p>	<p style="text-align: center;">D28-D41-A1-A3</p> <p>Establecer un sistema que permita medir la calidad de los servicios turísticos brindados.</p>

RESUMEN DE LAS ESTRATEGIAS

Tabla 108. Resumen de estrategias.

ESTRATEGIAS FO	
1	F4-O18-O20 Promover el abastecimiento y la compra de insumos locales a través de una red de negocios del sector turístico.
2	F1-F2-F3-F7-O8-O9 Desarrollar una marca que identifique y posicione a la microrregión como un destino turístico competitivo.
3	F14-D23 Incorporar un quiosco de venta de artesanías a nivel de la microrregión.
4	F1-F6-O13 Incorporar una forma de identificación del personal y productos publicitarios de la organización turística a fin de posicionar la marca en el consumidor.
ESTRATEGIAS DO	
5	O1-O2-O3-D1-D2-D3 Incentivar el trabajo de los CDT con socios estratégicos e instituciones de apoyo del sector turismo.
6	O4-O7-D5-D6-D7 Formar una organización turística que promueva el desarrollo turístico en la microrregión de Ahuachapán Norte.
7	D26-D27-D28-D29-D30-O15 Mejorar las capacidades del recurso humano en la prestación de servicios.
8	D35-D36-D37-O13-O14-O15 Dar a conocer la oferta turística de la microrregión haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación.
9	D39- O4-O7 Aplicar un método de recolección y medición de datos estadísticos del sector turístico en la microrregión.
10	D40-O9 Incorporación de puntos de información turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.
11	D8-D9-D10-D11-D12-D13-D14-D15-O23 Realizar un acondicionamiento urbano y turístico e incorporación de infraestructura que permita propiciar la accesibilidad a los recursos turístico.
12	O6-O7-D37-D38-D41 Establecer indicadores para el control del que hacer turístico.
ESTRATEGIAS FA	
13	F9-F11-F17-F30-F32-A2 Incorporar rutas turísticas en la microrregión de Ahuachapán Norte
14	F38-F39-A6-A7-A8 Concientizar y sensibilizar a los turistas sobre los impactos ambientales en el que hacer turístico.
15	F6-F8-F17-A3 Promover la participación en ferias locales.
16	F5-A4 Incorporación de actividades de prevención de violencia.

ESTRATEGIAS DA	
17	D32-D33-D34-A5-A6 Fortalecer la seguridad turística en coordinación con las alcaldías y Politur.
18	D38-D37-A1-A2-A3-A11 Realizar campañas de promoción y publicidad que contribuyan al posicionamiento de la microrregión como un destino turístico competitivo a nivel nacional.
19	D44- A10 Promover el conocimiento y actividades de historia y cultura de interés turístico que integren a la comunidad
20	D41-D42-D43-A6-A7-D8 Sensibilizar a los empresarios del sector turístico en la implementación de buenas prácticas turísticas.
21	D28-D41-A1-A3 Establecer un sistema que permita medir la calidad de los servicios turísticos brindados.

3.3. PRIORIZACIÓN: CRITERIOS, EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR.

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS

Para poder seleccionar las estrategias a desarrollar, de las mencionadas anteriormente se utilizarán lo que son cinco criterios con los cuales se evaluará cada una de las estrategias de solución y posteriormente a su evaluación se seleccionará aquellas dos que resulte mejor evaluada. Los criterios a utilizar para realizar dicha evaluación son:

✔ **Criterio 1: “Tiempo de implementación”**

Explicación: Este criterio se refiere al tiempo que tomaría a la organización adoptar la medida. Se preferirá una alternativa de menor tiempo a una de mayor tiempo de implementación.

✔ **Criterio 2: “Costo y recursos asociados a la implementación”**

Explicación: Dicho criterio toma en cuenta los costos y recursos necesarios para la implementación de la estrategia, ya que los recursos con los que se cuentan son limitados y por lo tanto se debe seleccionar aquellas estrategias que utilice los recursos de manera óptima para minimizar costos en la implementación o que la gestión de los recursos sea lo más fácil posible. Por lo que una calificación alta implicaría un bajo uso de recursos y de bajo costo.

✔ **Criterio 3: “Beneficios”**

Explicación: Este criterio se refiere a que cambios positivos generaría la aplicación de la estrategia, ya sea de forma económica, de acceso a mayor mercado, ganancia de clientes, beneficios al personal, beneficios a la comunidad, etc.

✔ **Criterio 4: “Barreras”**

Explicación: Ante cualquier cambio siempre se presentan barreras de oposición por parte de la organización, la competencia, legislaciones, etc., este criterio se enfoca en aquellas barreras de oposición que dificulten la obtención de logros de la estrategia. Una calificación mayor significa que la implementación será de manera fácil.

✔ **Criterio 5: “Probabilidad de éxito (Factibilidad)”**

Explicación: Este criterio se refiere a que cada estrategia tiene cierta probabilidad de éxito o fracaso, por lo que es importante tomar en cuenta dichas probabilidades al momento de tomar decisiones o seleccionar la estrategia. Por lo tanto, se prefiere una estrategia que presente mayor probabilidad de éxito.

PONDERACIÓN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Para realizar la evaluación de las estrategias a cada uno de los criterios anteriores se le asignó una ponderación, cada una de estas ponderaciones están asignadas en base al nivel de importancia de los criterios teniendo mayor ponderación unos criterios que otros.

A continuación, se explica el nivel de prioridad de cada uno de los criterios lo cual permitirá realizar la ponderación de estos.

✔ **Criterio 1. Tiempo de implementación: Poco Importante.**

Se priorizo como poco importante, ya que se toma en cuenta que una estrategia que tome mayor tiempo de implementación puede ser más efectiva que otra que tome menor tiempo.

✔ **Criterio 2. Costos y recursos asociados a la implementación: Importante.**

Se priorizo como importante debido a que los recursos son limitados y se debe gestionar la obtención de los recursos que se necesitaran para la implementación.

✔ **Criterio 3. Beneficios: Muy importante**

Se priorizo como muy importante ya que el fin principal de las estrategias es obtener mejoras y beneficios para la comunidad y el desarrollo turístico de la microrregión.

✔ **Criterio 4. Barreras: Muy Importante.**

Se priorizo como muy importante, debido que estas pueden contribuir de manera negativa o positiva para la implementación de las estrategias.

✔ **Criterio 5. Probabilidad de éxito: Importante.**

Se priorizó como importante, ya que la estrategia debe ser factible para alcanzar el éxito esperado. Por ejemplo, una estrategia podría generar grandes resultados, pero puede tener poca probabilidad de éxito.

En base esta calificación se presenta las ponderaciones de cada criterio en la siguiente tabla:

Tabla. Criterio y ponderación.

Criterio	Ponderación
Tiempo de implementación	15%
Costos y recursos asociados a la implementación	18%
Beneficios a la comunidad	27%
Barreras	22%
Probabilidad de éxito	18%
Total	100%

CALIFICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

Para uniformizar el método de asignación de calificación de cada estrategia, a continuación, se muestra la calificación a asignar, de acuerdo a las consideraciones del criterio a evaluar.

Tabla 109. Criterios y calificación de estrategias.

CRITERIO	CONSIDERACIÓN	CALIFICACIÓN
Tiempo de implementación	Corto plazo (Menor a un año)	8
	Mediano Plazo (Entre 1 a 3 años)	6
	Largo Plazo Mayor a 3 años	4
Costos y recursos asociados a la implementación	La aplicación de la estrategia es de bajo costo.	8
	La aplicación de la estrategia es de costo medio.	6
	La aplicación de la estrategia es de alto costo.	4
Beneficios a la comunidad	Los beneficios a la comunidad son bastante perceptibles y de gran impacto.	8
	Los beneficios a la comunidad son perceptibles.	6
	Los beneficios a la comunidad no son perceptibles	4
Barreras	La implementación de la estrategia no presenta problemas.	8
	La implementación de la estrategia podría presentar problemas al implementarla.	6
	La implementación de la estrategia presentara problemas u oposición de algún sector.	4
Probabilidad de éxito	Alta probabilidad de éxito	8
	Probabilidad media	6
	Baja probabilidad de éxito	4

EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

Ya asignado la ponderación y el método de calificación a cada uno de los criterios a utilizar se procede a realizar la evaluación de las estrategias, para ello la metodología a seguir será la siguiente:

- ✓ Se asignará a cada estrategia una calificación del 4, 6 o 8 por cada uno de los criterios establecidos.
- ✓ Se multiplicará cada calificación por la correspondiente ponderación del criterio.
- ✓ Las estrategias que resulten con una valoración igual a 6 o más, serán las estrategias seleccionadas.

Tabla 110. Evaluación de estrategias.

Estrategia No.	Criterio de evaluación	Tiempo de implementación	Costos y recursos asociados a la implementación	Beneficios a la comunidad	Barreras	Probabilidad de éxito	Total
	Ponderación	15%	18%	27%	22%	18%	
1	Asignación	6	8	6	4	6	
	Sub Total	0.9	1.44	1.62	0.88	1.08	5.92
2	Asignación	8	6	6	8	8	
	Sub Total	1.2	1.08	1.62	1.76	1.44	7.10
3	Asignación	8	6	8	8	8	
	Sub Total	1.2	1.08	2.16	1.76	1.44	7.64
4	Asignación	8	6	4	8	6	
	Sub Total	1.2	1.08	1.08	1.76	1.08	6.20
5	Asignación	6	6	6	4	6	
	Sub Total	0.9	1.08	1.62	0.88	1.08	5.56
6	Asignación	8	6	6	6	8	
	Sub Total	1.2	1.08	1.62	1.32	1.44	6.66
7	Asignación	8	6	8	6	8	
	Sub Total	1.2	1.08	2.16	1.32	1.44	7.20
8	Asignación	8	8	6	8	8	
	Sub Total	1.2	1.44	1.62	1.76	1.44	7.46

Estrategia No.	Criterio de evaluación	Tiempo de implementación	Costos y recursos asociados a la implementación	Beneficios a la comunidad	Barreras	Probabilidad de éxito	Total
	Ponderación	15%	18%	27%	22%	18%	
9	Asignación	6	6	6	4	6	
	Sub Total	0.9	1.08	1.62	0.88	1.08	5.56
10	Asignación	8	6	6	8	6	
	Sub Total	1.2	1.08	1.62	1.76	1.08	6.74
11	Asignación	6	4	8	6	8	
	Sub Total	0.9	0.72	2.16	1.32	1.44	6.54
12	Asignación	8	8	4	8	6	
	Sub Total	1.2	1.44	1.08	1.76	1.08	6.56
13	Asignación	8	6	6	6	8	
	Sub Total	1.2	1.08	1.62	1.32	1.44	6.66
14	Asignación	6	6	8	6	8	
	Sub Total	0.9	1.08	2.16	1.32	1.44	6.90
15	Asignación	6	6	4	6	6	
	Sub Total	0.9	1.08	1.08	1.32	1.08	5.46
16	Asignación	4	4	8	6	6	
	Sub Total	0.6	0.72	2.16	1.32	1.08	5.88
17	Asignación	8	6	8	4	6	
	Sub Total	1.2	1.08	2.16	0.88	1.08	6.40

Estrategia No.	Criterio de evaluación	Tiempo de implementación	Costos y recursos asociados a la implementación	Beneficios a la comunidad	Barreras	Probabilidad de éxito	Total
	Ponderación	15%	18%	27%	22%	18%	
18	Asignación	8	6	6	6	8	
	Sub Total	1.2	1.08	1.62	1.32	1.44	6.66
19	Asignación	8	8	8	6	6	
	Sub Total	1.2	1.44	2.16	1.32	1.08	7.20
20	Asignación	8	6	8	6	6	
	Sub Total	1.2	1.08	2.16	1.32	1.08	6.84
21	Asignación	6	8	6	6	8	
	Sub Total	0.9	1.44	1.62	1.32	1.44	6.72

3.4. ESTRATEGIAS SELECCIONADAS

En base a la evaluación de estrategias, las estrategias seleccionadas son las siguientes:

1. Desarrollar una marca que identifique y posicione a la microrregión como un destino turístico competitivo.
2. Incorporar un quiosco de venta de artesanías a nivel de la microrregión.
3. Formar una organización turística que promueva el desarrollo turístico en la microrregión de Ahuachapán Norte.
4. Mejorar las capacidades del recurso humano en la prestación de servicios.
5. Dar a conocer la oferta turística de la microrregión haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación.
6. Promover el conocimiento y actividades de historia y cultura de interés turístico que integren a la comunidad
7. Incorporación de puntos de información turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.
8. Realizar un acondicionamiento urbano y turístico e incorporación de infraestructura que permita propiciar la accesibilidad a los recursos turístico.
9. Incorporar rutas turísticas en la microrregión de Ahuachapán Norte
10. Concientizar y sensibilizar a los turistas sobre los impactos ambientales en el que hacer turístico.
11. Fortalecer la seguridad turística en coordinación con las alcaldías y Politur.
12. Realizar campañas de promoción y publicidad que contribuyan al posicionamiento de la microrregión como un destino turístico competitivo a nivel nacional.
13. Sensibilizar a los empresarios del sector turístico en la implementación de buenas prácticas turísticas.
14. Incorporar una forma de identificación del personal y productos publicitarios de la organización turística a fin de posicionar la marca en el consumidor.
15. Establecer un sistema que permita medir la calidad de los servicios turísticos brindados.
16. Establecer indicadores para el control del que hacer turístico.

3.5. MAPA ESTRATÉGICO

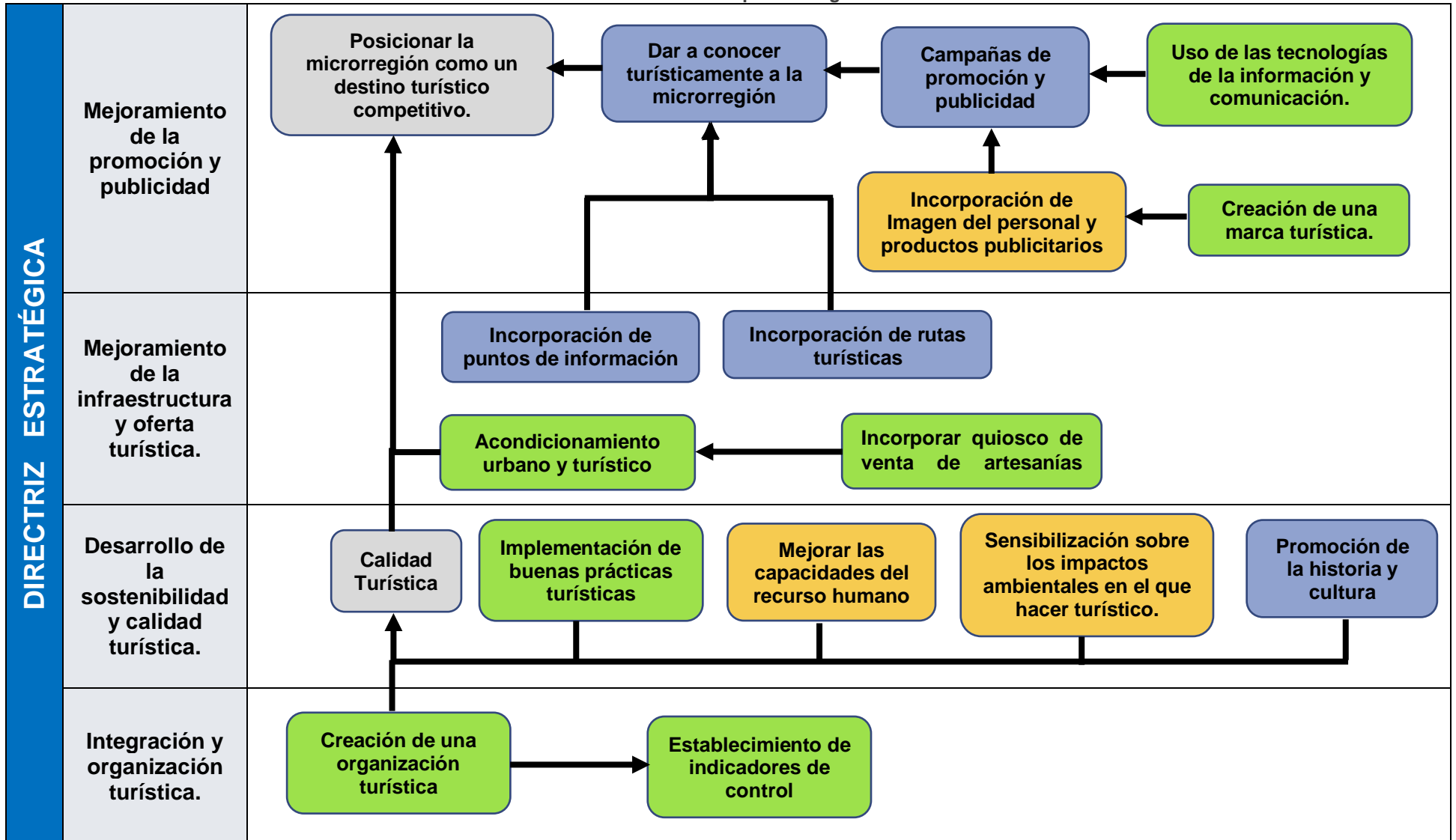
Un mapa estratégico despliega la relación lógica de causa-efecto entre los objetivos establecidos y los temas estratégicos, permitiendo comunicar y delegar responsabilidades de manera clara y efectiva. Lo que hace un mapa estratégico es **describir la estrategia de forma gráfica** y coherente, utilizando perspectivas, las cuales usualmente pueden ser aprendizaje y crecimiento, procesos internos, clientes y mercado, y financiera.

Los temas estratégicos son aquellas grandes estrategias cuyo cumplimiento influye directamente en el logro de la estrategia corporativa.

A continuación, se presenta el mapa estratégico para las estrategias seleccionadas en el diseño del plan de desarrollo turístico de la microrregión de Ahuachapán Norte. En el cual los temas estratégicos seleccionados corresponden a las directrices estratégicas del plan, las cuales son:

- Mejoramiento de la promoción y publicidad.
- Mejoramiento de la infraestructura y oferta turística.
- Desarrollo de la sostenibilidad y calidad turística.
- Integración y organización turística.

Tabla 111. Mapa Estratégico.



El mapa estratégico presentado, muestra la relación entre las estrategias y sus directrices. Las perspectivas de dicho mapa se han mostrado con colores diferentes de la siguiente manera:

Tabla 112. Perspectivas del mapa estratégico.

COLOR	PERSPECTIVA
	Efectos
	Clientes y mercado
	Aprendizaje y crecimiento
	Procesos internos

- **Efectos:** Muestra dos grandes efectos del diseño del plan de desarrollo turístico los cuales son la calidad turística y el posicionamiento de la microrregión como un destino turístico competitivo.
- **Clientes y mercado:** define la propuesta de valor para los clientes. Dicha propuesta valor funciona de tal modo que los activos intangibles puedan generar valor. Así, cuando los clientes valoran que existan medios de información accesibles la estrategia es efectiva, ya que capta más mercado y satisface una de las necesidades del cliente.
- **Aprendizaje y crecimiento:** perspectiva enfocada en el personal de la empresa, el cual es considerado como un activo valioso e intangible al punto que la distingue de otras organizaciones. Se incluye la capacitación permanente de los empleados y la mejora en la cultura organizacional.
- **Procesos internos:** Se refiere los procesos internos clave, realizados por la organización, de modo que se puedan mejorar de forma constante.

El mapa estratégico mostrado se interpreta de la siguiente manera, leído de abajo hacia arriba de derecha a izquierda: El establecimiento de indicadores de control de la actividad turística es el resultado, de la creación de una organización turística que controle la calidad de sus servicios y busque el posicionamiento turístico de la microrregión. La promoción de la historia y cultura, la sensibilización ambiental, la mejora de las capacidades del recurso humano y la implementación de las buenas prácticas turísticas, contribuyen a la calidad turística, que permite la satisfacción del cliente y así lograr fidelizar al cliente y posicionar a la microrregión turísticamente.

La incorporación de un quiosco de artesanías es parte del acondicionamiento urbano y turístico que a su vez es un factor muy importante para lograr el posicionamiento turístico de la microrregión. La incorporación de puntos de información, rutas turísticas, campañas de promoción y publicidad contribuyen a dar a conocer turísticamente a la microrregión y así lograr el posicionamiento turístico.

3.6. PROPUESTA ESTRATÉGICA DE SOLUCIÓN.

De acuerdo a lo mostrado en la conceptualización de la solución y la propuesta estratégica, a continuación, se muestra el resumen de la propuesta estratégica de solución:

Tabla 113. Propuesta estratégica de solución.

OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL	DIRECTRIZ ESTRATÉGICA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ESPECÍFICOS	PROGRAMAS	ESTRATEGIAS	PROYECTO
<p>Lograr el desarrollo turístico sostenible de la microrregión Ahuachapán Norte, por medio de programas que permitan ofrecer productos turísticos competitivos a nivel nacional, de calidad, que faciliten los procesos del sistema turístico, promoviendo un turismo responsable y sostenible.</p>	<p>Mejoramiento de la infraestructura y oferta turística</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer productos turísticos de acuerdo a las preferencias del consumidor y de acuerdo a los recursos y actividades turísticas de la microrregión. 	<p>Programa de desarrollo de producto turístico</p>	<p>Incorporar rutas turísticas en la microrregión de Ahuachapán Norte</p>	<p>Producto turístico cultural</p> <p>Productos de agroturismo</p> <p>Producto de turismo de aventura y ecoturismo.</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer información adecuada y necesaria para los turistas que visiten la microrregión Ahuachapán Norte, en locales de información accesibles dentro de la zona. 	<p>Programa de mejora en servicios de información turística.</p>	<p>Incorporación de puntos de información turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.</p>	<p>Locales de Información turística.</p> <p>Medios de información en locales</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Establecer actividades que ayuden a mejorar los caminos vecinales que conducen a los recursos turísticos. Definir una propuesta de transporte que permita acceder a los turistas de una forma más fácil a los recursos turísticos de la microrregión. Promover la accesibilidad dentro de la microrregión con vías de comunicación en buen estado y señalización adecuada para ofrecer servicios de calidad al turista. Establecer un diseño de un local para artesanías y su ubicación, para ofrecer los diferentes tipos de artesanías a los turistas de forma más accesible. Definir un diseño para servicios sanitarios en parques y recipientes para almacenamiento de desechos sólidos. 	<p>Programa de accesibilidad e infraestructura adecuada</p>	<p>Realizar un acondicionamiento urbano y turístico e incorporación de infraestructura que permita propiciar la accesibilidad a los recursos turístico.</p> <p>Incorporar un quiosco de venta de artesanías a nivel de la microrregión.</p>	<p>Mejoramiento de caminos hacia los recursos.</p> <p>Interconexión entre los municipios</p> <p>Infraestructura para artesanías.</p> <p>Uso de desechos sólidos en parques y servicios sanitarios.</p> <p>Señalización turística.</p>
					<p>Mejoramiento de caminos hacia los recursos.</p>
					<p>Interconexión entre los municipios</p>
					<p>Infraestructura para artesanías.</p>

OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL	DIRECTRIZ ESTRATÉGICA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ESPECÍFICOS	PROGRAMAS	ESTRATEGIAS	PROYECTO	
<p>Lograr el desarrollo turístico sostenible de la microrregión Ahuachapán Norte, por medio de programas que permitan ofrecer productos turísticos competitivos a nivel nacional, de calidad, que faciliten los procesos del sistema turístico, promoviendo un turismo responsable y sostenible.</p>	<p>Desarrollo de la sostenibilidad y calidad turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los requisitos que debe cumplir la organización turística, así como los establecimientos turísticos y de servicios complementarios para la aplicación de las buenas prácticas turísticas. • Definir un sistema de aseguramiento de la calidad que permita medir, el grado de satisfacción del cliente y realizar acciones preventivas o correctivas al servicio prestado. • Definir las temáticas que deben ser desarrolladas en capacitaciones que permitan formar al recurso humano que presta servicios turísticos en la microrregión de Ahuachapán Norte. 	<p>Programa de calidad turística y sostenibilidad.</p>	<p>Sensibilizar a los empresarios del sector turístico en la implementación de buenas prácticas turísticas.</p> <p>Fortalecer la seguridad turística en coordinación con las alcaldías y Politur.</p>	<p>Buenas prácticas de turismo.</p>	
					<p>Establecer un sistema que permita medir la calidad de los servicios turísticos brindados.</p>	<p>Sistema de gestión de calidad.</p>
					<p>Mejorar las capacidades del recurso humano en la prestación de servicios.</p>	<p>Capacitaciones</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Promover el turismo sostenible que permita la protección de los recursos naturales y culturales que formen parte de los diferentes productos turísticos a ofrecer por la microrregión de Ahuachapán Norte 	<p>Programa de protección del patrimonio cultural y natural.</p>	<p>Concientizar y sensibilizar a los turistas sobre los impactos ambientales en el que hacer turístico.</p>	<p>Actividades para preservar el recurso natural.</p>	
					<p>Promover el conocimiento y actividades de historia y cultura de interés turístico que integren a la comunidad.</p>	<p>Actividades para preservar el recurso cultural.</p>

OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL	DIRECTRIZ ESTRATÉGICA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ESPECÍFICOS	PROGRAMAS	ESTRATEGIAS	PROYECTO
<p>Lograr el desarrollo turístico sostenible de la microrregión Ahuachapán Norte, por medio de programas que permitan ofrecer productos turísticos competitivos a nivel nacional, de calidad, que faciliten los procesos del sistema turístico, promoviendo un turismo responsable y sostenible.</p>	<p>Mejoramiento de la promoción y publicidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de la propuesta de diseño de la marca turística de la microrregión que sea la imagen, identifique y posicione a la microrregión como un destino turístico. • Establecer los medios publicitarios que utilizara la microrregión con el propósito de llamar la atención del mercado de consumo potencial y actual. <p>Establecer la imagen del personal y definir posibles medios promocionales para los turistas, para identificar y dar a conocer la microrregión.</p>	<p>Programa promoción y marketing.</p>	<p>Desarrollar una marca que identifique y posicione a la microrregión como un destino turístico competitivo.</p>	<p>Marca turística</p>
				<p>Realizar campañas de promoción y publicidad que contribuyan al posicionamiento de la microrregión como un destino turístico competitivo a nivel nacional.</p> <p>Dar a conocer la oferta turística de la microrregión haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación.</p>	<p>Publicidad en medios de comunicación</p>
				<p>Incorporar una forma de identificación del personal y productos publicitarios de la organización turística a fin de posicionar la marca en el consumidor</p>	<p>Imagen del personal y productos publicitarios</p>

OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL	DIRECTRIZ ESTRATÉGICA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ESPECÍFICOS	PROGRAMAS	ESTRATEGIAS	PROYECTO
<p>Lograr el desarrollo turístico sostenible de la microrregión Ahuachapán Norte, por medio de programas que permitan ofrecer productos turísticos competitivos a nivel nacional, de calidad, que faciliten los procesos del sistema turístico, promoviendo un turismo responsable y sostenible.</p>	<p>Integración y organización turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseñar la organización turística para la microrregión, que contribuya al desarrollo e implementación de los proyectos propuestos en el plan de desarrollo turístico. ● Realizar un proyecto de gestión turística que permita controlar por medio de indicadores el cumplimiento de los objetivos estratégicos del plan, por cada programa planteado. 	<p>Programa de organización y gestión.</p>	<p>Formar una organización turística que promueva el desarrollo turístico en la microrregión de Ahuachapán Norte.</p> <p>Establecer indicadores para el control del que hacer turístico</p>	<p>Organización turística.</p> <p>Gestión turística</p>



IV. MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA Y OFERTA TURÍSTICA.

IV. MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA Y OFERTA TURÍSTICA.

1. PROGRAMA DE DESARROLLO DEL PRODUCTO TURISTICO.

INTRODUCCION.

Los PRODUCTOS TURÍSTICOS, son diferentes combinaciones de recurso y servicios turísticos, pensando para diferentes públicos, es importante tener en cuenta que es lo que desea el turista al visitar la Microrregión Norte como un destino turístico, cuáles son las actividades que ellos desean realizar y los lugares que desean visitar.

Actualmente la oferta turística que ofrecen como microrregión, solo está establecida por municipios, no existe un recorrido o ruta que englobe todos los recursos o algunos recursos turísticos de los municipios que integran la microrregión. Los recursos que ofrecen como municipio, no son muy conocidos por eso es esencial que se diseñe una propuesta del producto turístico que sea atractiva para el mercado turístico.

Para hacer más atractivo el turismo en la microrregión, se realizará los siguientes proyectos, donde se buscará definir diferentes productos turísticos acorde a la vocación turística de la microrregión.

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA

Mejoramiento de la infraestructura y oferta turística.

OBJETIVO GENERAL.

Ofrecer productos turísticos de acuerdo a las preferencias del consumidor y de acuerdo a los recursos y actividades turísticas de la microrregión.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Establecer una ruta turística que incorpore los recursos turísticos de la microrregión que involucren el turismo cultural.
- Establecer una ruta turística que incorpore los recursos turísticos de la microrregión que involucren el agroturismo.
- Establecer una ruta turística que incorpore los recursos turísticos de la microrregión que involucren el turismo de aventura y ecoturismo.

ESTRATEGIA.

Incorporar rutas turísticas en la microrregión de Ahuachapán Norte.

PROYECTOS

- Producto turístico cultural.
- Producto turístico de agroturismo.
- Producto turístico de aventura y ecoturismo.
- Producto turístico a la medida

1.1. PROYECTO DE PRODUCTO TURISTICO CULTURAL.

INTRODUCCION.

El turismo cultural es aquel tipo especial de turismo que incorpora los aspectos culturales, sociales y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios. Es decir que al realizar turismo cultural se busca conocer las costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado.

El turismo cultural incluye el recurso turístico cultural los cuales son aquella riqueza patrimonial de un destino o comunidad que puede ser material, espiritual, intelectual o afectiva. Cuando se habla de Producto turístico cultural nos referiremos al resultado de la integración de los recursos turísticos culturales más los servicios turísticos.

Es importante buscar la conservación de las costumbres, tradiciones, historia y monumentos de la Microrregión Norte de Ahuachapán y dar a conocerlas a los turistas, con la realización de productos turísticos culturales se buscará fortalecer las actividades turística culturales y dar a conocer los diferentes recursos turísticos que la microrregión posee de manera que ésta sea identificada por las municipalidades y sea un fuerte referente para turistas que le visitan y estén por visitar.

OBJETIVO GENERAL

Aprovechar los recursos turísticos culturales de la Microrregión Norte de Ahuachapán a través del diseño de productos de turismo culturales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los recursos turísticos que formaran parte del producto turístico cultural y así poder establecer rutas turísticas.
- Definir la capacidad instalada para las rutas turísticas con fin de comparar con el cumplimiento de la demanda
- Definir las ventajas y desventajas de la ruta por producto turístico comparándola con rutas turísticas existentes.
- Establecer el proceso de prestación de servicio con el fin de dejar plasmado el actuar que seguirá la organización turística.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de producto turístico cultural se muestran a continuación:

Tabla 114. Actividades que contempla el proyecto de producto turístico cultural.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Identificar y evaluar los productos de turismo potencial.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir la capacidad instalada para los recorridos de la ruta del producto turístico.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir las ventajas y desventajas de la ruta por producto turístico comparándola con rutas turísticas existentes.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.

Definir el precio de la ruta turística del producto.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Establecer el proceso de prestación del producto.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir los requerimientos necesarios en los recursos.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Realizar los contactos necesarios con guías turísticos y policías de turismo y solicitar apoyo.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Divulgación del producto turístico.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Creación de nuevos recorridos.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Búsqueda y selección de empresa para realizar obras de mejora.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Realizar contrato con empresa.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Ejecución de la obra.	Empresa encargada.

1.1.1. IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS POTENCIALES

Tomando como base toda la información procesada en el análisis, se procede a plantear todas las posibilidades y alternativas de diseño de los productos turísticos culturales, buscando que el centro pivote de este producto sea Atiquizaya, debido a que es el municipio céntrico de la microrregión y posee la mayoría de los servicios de apoyo.

Se propondrá una serie de recursos culturales en los diferentes municipios, según la distribución geográfica de estos, específicamente para que su recorrido sea más fácil de realizar.

Los recursos turísticos que se considerarán para definir el producto turístico propuesto para la Microrregión serán aquellos que se determinaron en el Inventario Turístico.


A continuación, se muestran la agrupación de los recursos turísticos considerados:

Tabla 115: Recursos turísticos considerados para los productos turísticos culturales

ATIQUIZAYA	Puente viejo.
	Lotería.
	Quijote.
	Parroquia Inmaculada Concepción.
	Parque 5 de noviembre.
	Murales.
	Replicas Maya
SAN LORENZO	Replicas maya.
	Parroquia de San Lorenzo.
TURIN	Parque centran de Turín.
	Parroquia la Sagrada Familia.
	Artesanías de madera.
	Artesanías de Lazo
	Esculturas de madera.
EL REFUGIO	Parque central Villa El Refugio.
	Parroquia de Villa El Refugio.
	Replicas maya.


Con los recursos anteriores se presenta la agrupación de estos formando los siguientes productos:

Tabla 116: Recursos turísticos incluidos en el producto turístico cultural 1.

 PRODUCTO TURISTICO CULTURAL 1	
ATIQUIZAYA	Puente viejo.
	Quijote.
	Murales
SAN LORENZO	Replicas maya.
TURIN	Artesanías de madera.
	Artesanías de Lazo
	Esculturas de madera.
EL REFUGIO	Replicas maya.


Eventos programados: Festival de la quesadilla, loroco, café, jocote, maíz, Festival de los farolitos.

Tabla 117: Recursos turísticos incluidos en el producto turístico cultural 2.

 PRODUCTO TURISTICO CULTURAL 2	
ATIQUIZAYA	Parroquia Inmaculada Concepción.
	Parque 5 de noviembre.
	Lotería.
SAN LORENZO	Parroquia de San Lorenzo.
TURIN	Parque centran de Turín.
	Parroquia la Sagrada Familia.
EL REFUGIO	Parque central Villa El Refugio.
	Parroquia de Villa El Refugio.

Eventos programados: Festival de la quesadilla, loroco, café, jocote, maíz, Festival de los farolitos.

Tabla 118: Recursos turísticos incluidos en el producto turístico cultural 3.

 PRODUCTO TURISTICO CULTURAL3	
ATIQUIZAYA	Puente Viejo.
	Murales.
	Lotería.
SAN LORENZO	Parroquia de San Lorenzo.
TURIN	Parque centran de Turín.
	Parroquia la Sagrada Familia.
	Artesanías de Lazo
EL REFUGIO	Replicas artesanías Maya

Eventos programados: Festival de la quesadilla, loroco, café, jocote, maíz, Festival de los farolitos.

1.1.2. EVALUACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PROPUESTOS

En este punto se evaluará las propuestas de productos turísticos potenciales, se evaluarán los recursos turísticos que conforman cada producto y no se tomarán en cuenta los eventos programados, ya que estos serán incluidos si la visita del turista coincide con la fecha programada para ello y si el turista decide incluirlo.

La evaluación de los productos turísticos potenciales, se hará en función de un conjunto de criterios permitirá identificar el producto turístico que mejor condición presente para el desarrollo turístico.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se ha definido un conjunto de criterios relacionados con los atributos y oferta del producto, lo que finalmente determinará su ponderación. Los criterios de evaluación para establecer el principal producto turístico, se describen a continuación:

Tabla 119: Criterios a tomar en cuenta para la evaluación de productos.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN
Particularidad	Se considera si el producto turístico cuenta con características importantes que le otorguen una singularidad especial que lo distinguen y lo diferencian.
Jerarquía de los recursos	Se considera si el producto turístico está conformado por recursos turísticos que fueron evaluados en la categoría 3.
Estado de conservación	Se considera el estado de conservación en el que se encuentra el recurso o el atractivo turístico que conforman el producto.
Representatividad	Criterio orientado a establecer el ámbito territorial de influencia que alcanza la imagen del producto turístico, considerado como símbolo o ícono.
Demanda Potencial	Es la estimación cualitativa a futuro de rangos de una demanda posible.

La asignación de la calificación de cada criterio de evaluación se realizará considerando lo siguiente:

Tabla 120: Calificación por criterio de evaluación.

Criterio	Consideración	Calificación
Particularidad	Producto turístico único que lo destacan en el ámbito nacional.	6
	Producto turístico único que lo destacan en el ámbito regional.	4
	Producto turístico único que lo destacan en el ámbito local.	2
Jerarquía	Posee más de un recurso turístico en Jerarquía 3.	6
	Posee solo un recurso turístico en Jerarquía 3	4
	No posee recursos turísticos de Jerarquía 3	2

Estado de conservación	Muy Bueno: Su estado de conservación y presentación permite distinguir plenamente las características y atributos de los recursos que lo conforman.	6
	Bueno: El recurso es distinguible y apreciable; presenta algunos problemas temporales.	4
	Regular: Es posible reconocer las características principales del recurso, aunque con limitaciones debido a las condiciones actuales.	2
Representatividad	Lograría una Imagen a nivel nacional.	6
	Lograría una imagen a nivel regional.	4
	Lograría una Imagen a nivel local.	2
Demanda	Se estima que reciba una gran demanda de turistas en temporada baja y alta.	6
	Se estima que reciba una gran demanda de turistas, pero solo en temporada alta.	4
	Se estima que reciba poca demanda de turistas.	2

EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

A continuación, se presentan la evaluación de los atractivos turísticos culturales potenciales de la microrregión Ahuachapán Norte, siguiendo los criterios de evaluación anterior.

Recurso turístico	Criterio de evaluación	Particularidad	Jerarquía	Estado de conservación	Representatividad	Demanda Potencial	Total
Producto turístico cultural 1.	Asignación	4	6	4	4	4	22
Producto turístico cultural 2.	Asignación	4	4	4	4	4	20
Producto turístico cultural 3.	Asignación	6	6	4	6	6	28

Ilustración 117: evaluación de los productos turísticos culturales por criterio

RESULTADOS DE LA JERARQUIZACION DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

De los 3 productos turísticos potenciales propuestos de la microrregión Norte de Ahuachapán, el producto turístico con mayor puntaje es el número 3, lo cual significa que es el producto turístico que más demanda atraería a la microrregión, y que ayudaría a potenciar el desarrollo turístico de esta, ya que esta sería capaz de motivar a los turistas a visitar los municipios de la microrregión, debido a que involucra recursos turísticos como artesanías y religioso.

En segundo lugar, se encuentra el producto turístico 1, el cual es un producto que atraería a una demanda potencial, debido a los recursos que incluye lo cual es más artesanal.

El producto turístico 2, es el de menor puntaje, y atraería menos turistas debido a que sus recursos son más religiosos.

1.1.3. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Se debe generar una descripción sobre la identidad del producto, resaltando los atributos y características tangibles e intangibles que son susceptibles de valoración por el público objetivo identificado.

Para el producto turístico se diseñará una ruta turística con los recursos turísticos propuestos en el apartado anterior, en el cual se buscará lo siguiente:

- La secuencia de visita para los recursos turísticos debe de desarrollarse sobre la base de una red vial u otro tipo de vía de comunicación, ya que este elemento es fundamental para el traslado de los propios turistas.
- La ruta debe de estar señalizado a lo largo de todo el recorrido, mostrando, cuando se considere necesario, mapas de información que permitan a los demandantes de este producto ubicarse correctamente en la ruta.
- La ruta debe de construirse sobre la base de una actividad específica que la distinga y la diferencie, es decir se buscara incluir los recursos de jerarquía 3 y 4. Se debe de tener una relación de conexión común que es el elemento clave para que el turista se sienta atraído por este tipo de turismo.
- El turista debe de mantener contacto con los habitantes de la zona, siendo preferibles si éstos realizan alguna actividad como elaboración de artesanías, gastronomía, actividades agropecuarias como la visita de cultivos, entre otros.


DESARROLLO DE LA RUTA.

La Micro Región de Ahuachapán Norte, por su ubicación geográfica, tiene una diversidad de recursos turísticos que se clasifican desde recursos culturales, naturales, gastronómicos, y rurales. Esta característica permite zonificar los recursos en rutas turísticas con identidades también propias y según el tipo de turismo que se puede realizar en cada componente que va a depender de los recursos y atractivos con que cuenten y de las preferencias del turista identificados en la etapa de diagnóstico.

El establecimiento de las actividades se realizó a través de las preferencias encontradas en el mercado consumidor y los recursos existentes dentro de cada municipio además de la conexión de los diferentes atractivos, es decir, las distancias entre cada lugar.

La ruta turística pasará a lo largo de los 4 municipios de la Micro Región buscando finalizar en El Refugio e iniciar en Atiquizaya. Con el diseño de la ruta turística se busca mejorar el flujo de visitantes y crear cohesión entre los diferentes lugares de los municipios. A continuación, se presenta la ruta turística propuesta para el turismo cultural y con la identificación de sus recursos turísticos.

Tabla 121. Ruta turística cultural de la microrregión.

<p>Nombre del producto: Ruta conociendo nuestra cultura.</p>
<p>Esta ruta turística conlleva recursos turísticos tanto artesanales, religiosos, monumentos y parques centrales de todos los municipios, donde los turistas podrán conocer las tradiciones y costumbres de los lugareños de las municipalidades. El eje temático de la ruta es la cultura de las comunidades de la microrregión, esas tradiciones, monumentos religiosos que ellos poseen y las artesanías propias del lugar.</p>
<p>Segmento del mercado: esta ruta va dirigida a las personas que les gusta conocer la cultura y explorar las tradiciones y costumbres de los pueblos.</p>
<p>Diagramación de la Ruta:</p> 
<p>Actividades que incluye esta ruta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recorrido por parques e iglesias centrales de la comunidad, con la finalidad de que el turista conozca su historia, tradiciones y costumbres de los municipios. • Visita a talleres artesanales, donde el turista podrá conocer el proceso de fabricación de estas y comprar artesanías mayas, de lazo y esculturas de madera. • Consumo de alimentos en más de algún municipio de la ruta, que puede incluir productos agrícolas propios de estos. • Visita a murales culturales en el municipio de Atiquizaya. • Conocer el Juego de la Lotería de Atiquizaya y la oportunidad de jugar.

Propuesta de recorrido sugerido.

Para los recorridos, los recursos turísticos que involucra esta ruta se mezclaran con los servicios de alimentación que existen en los municipios, los recorridos de los productos incluirán el desayuno y el almuerzo, así mismo se dará la una alternativa de refrigerios si así lo desea las personas que visiten la microrregión. El desayuno deberá realizarse en Atiquizaya ya que cuenta con mayor variedad de servicios alimentarios para el desayuno.

Los servicios de alimentación que se agregaran están contemplados en el inventario de la planta turística de la etapa anterior.

La secuencia de recorrido propuesta es la siguiente:

- Se iniciará en el municipio de Atiquizaya en el cual el turista podrá desayunar en cualquiera de los servicios de alimentación que se encuentran en dicho municipio.
- Se realizará la visita en al Puente Viejo, en el cual se le explicará la leyenda que existe en dicho municipio y su historia, si el turista desea podrá bañarse en el río y disfrutar de la experiencia que este ofrece, ya que se encuentran dos ríos, el de agua caliente y el de agua fría. (A)
- Se Visitará el Centro Histórico de San Lorenzo, como opción para realizar la degustación de minutas Mamanita, la cuales son muy populares entre los turistas.
- Se Realizará la visita a la Parroquia de San Lorenzo, donde se hablará de las tradiciones y costumbres del municipio. (B)
- Se Realizará el Almuerzo en Atiquizaya, ya que existe gran variedad de servicios de alimentación.
- Se visitarán los murales culturales. (C)
- Se realizará una exposición de la Lotería de Atiquizaya por si el turista desea jugar. (D)
- Se visitará Parque centran de Turín, en el cual el turista podrá disfrutar de la belleza del parque y se le narrará la historia, tradiciones y costumbres del municipio. (E)
- Se Visitará la Parroquia la Sagrada Familia y se le narrará al turista su historia. (F)
- Se proseguirá a visitar las artesanías de lazo, en la cual se podrá observar variedad de estas, y escuchar cómo se realizan estas artesanías. (G)
- Se Visitará el Taller de esculturas de madera, donde el turista podrá apreciar cómo se talla la madera. (H)
- Por último, se visitará el Taller de Replicas Maya en El Refugio, (I)
- Si el turista desea visitar algún festival, el desayuno o el almuerzo se podrá degustar en este ya que se ofrece una gran variedad de gastronomía.



Para la ruta propuesta se sugiere el siguiente itinerario:

Tabla 122. Itinerario para la ruta turística cultural.

HORA	ACTIVIDAD	MUNICIPIO	DESCRIPCION
7:45 am	Bienvenida a Turistas.	Atiquizaya	Se explicará al turista en que consiste la ruta y los lugares que incluye.
8:00a.m.	Desayuno en restaurante o comedor que prefiera el turista (se le dará recomendaciones)	Atiquizaya	Inicio de la ruta.
9:00a.m.	Salida hacia el Puente Viejo.	Atiquizaya	Salida hacia el Puente Viejo.
9:15 a.m.	Llegada al puente viejo.	Atiquizaya	Visita al Puente viejo, narración de su historia y leyenda, el turista podrá disfrutar de los ríos que pasan por el lugar.
10:15 a.m.	Salida hacia San Lorenzo.	Atiquizaya	Salida hacia San Lorenzo.
10:35 a.m.	Degustación de minutas.	San Lorenzo	Se podrá degustar de gran variedad de sabores de minutas muy famosas y conocidas en San Lorenzo
11:00 a.m.	Salida hacia parroquia de San Lorenzo.	San Lorenzo	Salida hacia parroquia de San Lorenzo.
11:02 a.m.	Visita a Parroquia de San Lorenzo	San Lorenzo	Exposición de la historia del municipio, sus costumbres y tradiciones.
11:32 a.m.	Salida hacia Atiquizaya.	San Lorenzo	Salida hacia Atiquizaya.

11:45 a.m.	Almuerzo en Atiquizaya.	Atiquizaya.	Degustación de alimentos en restaurante o comedor local.
12:55 p.m.	Salida hacia Parque 5 de noviembre.	Atiquizaya.	Salida hacia Parque 5 de noviembre.
13:00 p.m.	Exposición de Lotería	Atiquizaya	Se explicará la historia del juego de la Lotería y el turista podrá jugar.
13:30 p.m.	Salida hacia murales.	Atiquizaya.	
13:32 p.m.	Visita a murales	Atiquizaya.	Los turistas podrán tomarse fotografía en los murales.
14:00 p.m.	Salida hacia Turín	Atiquizaya.	Salida hacia Turín
14:05 p.m.	Visita a Parroquia Sagrada Familia y parque central	Turín.	Exposición de la historia del municipio, sus costumbres y tradiciones.
15:05 p.m.	Salida Hacia Taller artesanías de Lazo	Turín.	Salida Hacia Taller artesanías de Lazo
15:10 p.m.	Visita a Taller de artesanías de Lazo	Turín.	Exposición del proceso de fabricación de artesanías de lazo por el propietario.
15:40 p.m.	Salida hacia taller de esculturas	Turín.	Salida hacia taller de esculturas
15:45 p.m.	Visita Taller de esculturas	Turín.	Exposición del proceso de fabricación de esculturas de madera.
16:15 p.m.	Salida hacia El Refugio.	Turín.	Salida hacia El Refugio.
16:20	Refrigerio.	El Refugio.	El turista podrá degustar postre o alimentos en restaurante del municipio.
16:50	Salida hacia Artesanias Maya.	El Refugio.	Salida hacia Artesanias Maya.
17:00 p.m.	Visita a artesanías Maya.	El Refugio.	Exposición del proceso de fabricación de las artesanías maya.
17:30 p.m.	Fin del recorrido.	El Refugio.	Se les agradece a los turistas por su visita.

1.1.4. TAMAÑO DE LA PROPUESTA DEL PRODUCTO TURISTICO CULTURAL.

El tamaño de la Propuesta para el producto turístico que ayude al desarrollo turístico sostenible de la Microrregión Norte de Ahuachapán es la capacidad instalada que posee el producto turístico para la prestación de servicios en un tiempo definido.

Se entenderá en este caso por tamaño de la propuesta a la capacidad de prestación de servicios por unidad de tiempo; es decir, es la capacidad de operación del producto turístico.

FACTORES CONDICIONANTES PARA ESTABLECER EL TAMAÑO DEL PRODUCTO

La decisión del tamaño de la planta es decir del producto turístico se encuentra acompañada por diferentes factores que garanticen que la decisión sea tomada de manera óptima. Los factores tomados en cuenta para establecer el tamaño de la propuesta de acuerdo a las características del mismo, se muestran a continuación.

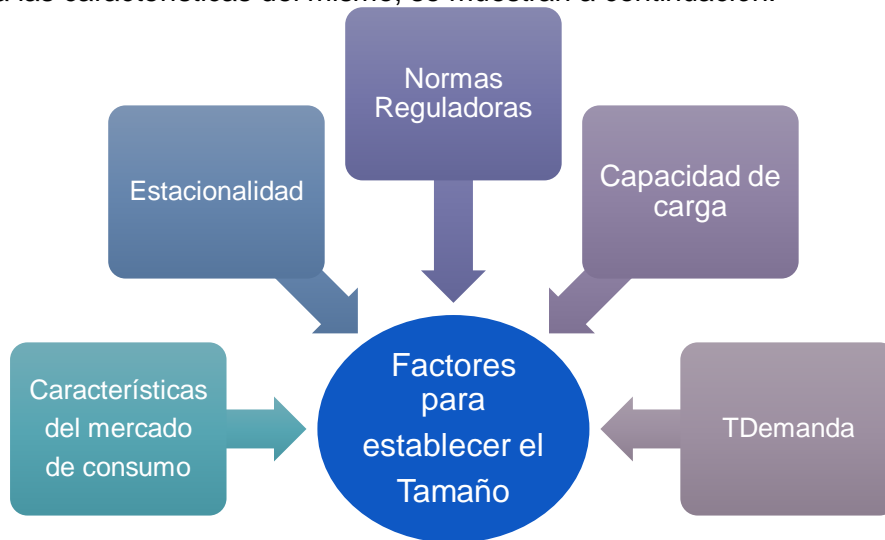


Ilustración 119: Factores considerados para establecer el tamaño del proyecto.

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE CONSUMO.

Con los resultados del estudio del mercado consumidor se definieron las características de los consumidores actuales y potenciales de la Microrregión Norte de Ahuachapán, las cuales se describieron mediante la distinción de perfiles del consumidor nacional y extranjero, y estas se toman como base para definir las características del consumidor del producto turístico cultural.

El mercado consumidor del producto turístico cultural que ofertara la Microrregión Norte de Ahuachapán, tomara en cuenta principalmente el mercado nacional, pero no se dejara de lado el turista internacional, ya que este tiene mayor preferencia por el turismo cultural, estos perfiles se describen a continuación:

PERFIL DEL CONSUMIDOR NACIONAL

Tabla 123: Perfil del turista nacional

PERFIL DEMOGRAFICO	
Edad	Mayor de 18 años
Sexo	Hombre - Mujer
Nivel económico	Ingresos mayores a \$500.00
Ocupación	Cualquiera que le genere ingresos mayores a \$500
PERFIL PSICOGRAFICO	
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"> Realizar actividades turísticas en el interior del país.
Expectativas o preferencias para visitar un lugar.	<ul style="list-style-type: none"> Servicios turísticos de calidad. Seguridad en los lugares a visitar. Precios accesibles. Tipos de turismo que ofrece.
ESTILO DE VIDA	
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> Compartir tiempo con la familia y amigos viajando a lugares dentro de El Salvador
Intereses	<ul style="list-style-type: none"> Realizar turismo interno.
Preferencias para viajar	<ul style="list-style-type: none"> Acompañado de familia principalmente y amigos, acompañado en promedio de 3 a 6 personas.
DE LA ACTIVIDAD TURISTICA	
Frecuencia de viajes al año por motivos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> De 1 a 5
Duración del viaje turístico	<ul style="list-style-type: none"> 1 día 2 días
Gasto promedio para realizar actividades turísticas	Entre \$25.00 y \$100.00
Temporada preferida para realizar turismo	<ul style="list-style-type: none"> Semana Santa. Vacaciones de agosto. Fines de semana.
Tipos de turismo que realiza	<ul style="list-style-type: none"> Ecoturismo. Turismo cultural. Turismo rural (Pueblos vivos). Turismo gastronómico. Turismo de aventura.
Forma de realizar turismo	De manera independiente en carro propio o por medio de Tour Operadoras en microbús o autobús.
Medios de información para realizar turismo	<ul style="list-style-type: none"> Redes sociales Por medio de otras personas.

PERFIL DEL CONSUMIDOR INTERNACIONAL

Tabla 124: Perfil del turista internacional

PERFIL DEMOGRAFICO	
Edad	Mayor de 18 años
Sexo	Hombre - Mujer
Ocupación	Empleados, negocio propio, otros.
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> • Salvadoreño, residente en el exterior. • Extranjeros no salvadoreños: centroamericanos, norteamericanos, europeos.
PERFIL PSICOGRAFICO	
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades turísticas en el interior del país.
Expectativas o preferencias para visitar un lugar.	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios turísticos de calidad. • Seguridad en los lugares a visitar. • Precios accesibles. • Tipos de turismo que ofrece.
ESTILO DE VIDA	
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Compartir tiempo con la familia y amigos viajando a lugares dentro de El Salvador
Intereses	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar turismo en El Salvador • Visitar a los familiares
Preferencias para viajar	<ul style="list-style-type: none"> • Vía terrestre • Vía aérea
DE LA ACTIVIDAD TURISTICA	
Frecuencia de viajes al año por motivos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Al menos una vez al año
Duración del viaje turístico	<ul style="list-style-type: none"> • 1 semana • 1 mes o mas
Gasto promedio para realizar actividades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • Entre \$100.00 y \$200 por día, \$1000.00 en promedio por viaje.
Temporada preferida para realizar turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Semana Santa. • Fin de año. • Cualquier temporada.
Tipos de turismo que realiza	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo rural (Pueblos vivos). • Turismo gastronómico. • <input checked="" type="checkbox"/> Turismo de aventura. • <input checked="" type="checkbox"/> Ecoturismo.
Forma de realizar turismo dentro del país	De manera independiente en carro propio (de un familiar) o carro alquilado. El turista centroamericano viaja también en bus.

DEMANDA

Como las proyecciones obtenidas en el Estudio del Mercado Consumidor fue de 456,000 personas aproximadamente, estas se dividieron en los lugares o actividades de preferencia por los turistas las cuales fueron:

Tabla 125: Demanda según actividades turísticas ofertadas

Actividad	Año 2020
Actividades culturales y tradicionales	36,206
Visita a Ríos y lagunas	63,605
Visita a Cascadas	64,584
Visita a parques acuáticos	46,970
Visita a parques	37,185
Visitar sus iglesias	24,464
Festivales gastronómicos	53,820
Festivales Deportivos	7,828
Realizar senderismo	29,356
Realizar agroturismo	17,614
Visitar los pueblos en sus fiestas patronales	30,335
Festividades religiosas	13,700
Conocer y comprar artesanías	30,335
TOTAL	456,000

Las actividades o lugares que se incluyen en el turismo cultural son:

Tabla 126. Cantidad de personas proyectadas para la realización de actividades culturales.

Actividad	Año 2020
Actividades culturales y tradicionales	36,206
Visita a parques	37,185
Visitar sus iglesias	24,464
Festividades religiosas	13,700
Conocer y comprar artesanías	30,335
TOTAL	141,890

ESTACIONALIDAD

La oferta está sujeta a demanda irregular, dadas las variaciones de los volúmenes de demanda que se registran a lo largo del año, produciendo lapsos de demandas baja y alta. Los de alta demanda suele coincidir con los periodos vacacionales.

En otras palabras, podemos decir que la estacionalidad turística es un fenómeno que se produce cuando se concentran una gran cantidad de visitantes en un mismo destino turístico en cierto periodo del año, por alguna circunstancia como los periodos vacacionales, y que puede repetirse periódicamente. A continuación, se muestra las proyecciones de la demanda a través de un gráfico.

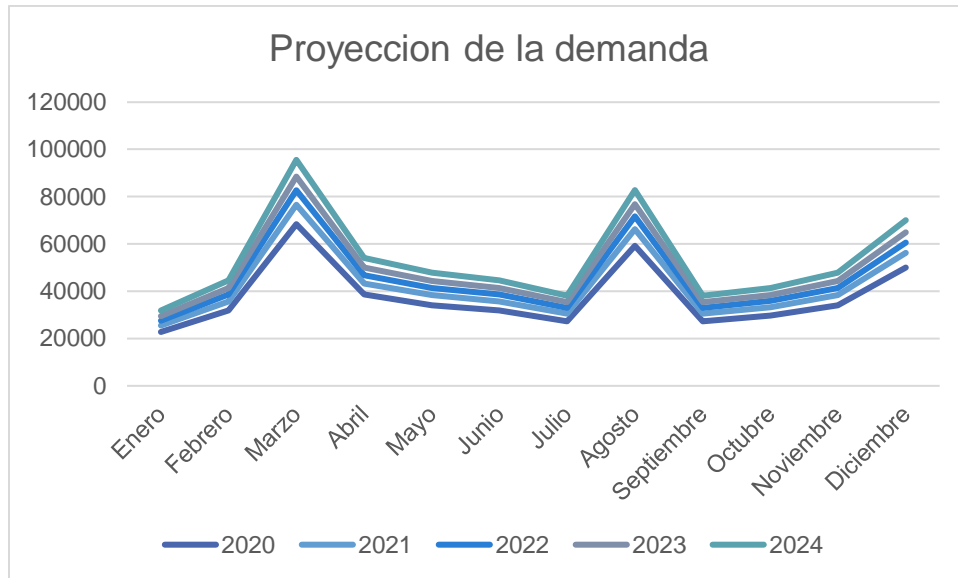


Gráfico 1: Proyecciones de la demanda.

En dicho gráfico se puede observar aumentos de demanda principalmente en el mes de marzo y en los meses de agosto y diciembre. Dichos meses están asociados a festividades y vacaciones (Semana Santa, vacaciones agostinas, fin de año e inicio de año) lo cual justifica el aumento de la demanda, porque existe más disponibilidad de tiempo para visitar un lugar turístico.

También se debe considerar baja demanda en los meses de enero, julio y septiembre, los cuales son los meses con más poca demanda respecto a otros.

NORMAS REGULADORAS

Las políticas vigentes que avala la Propuesta del producto turístico para la Microrregión Norte de Ahuachapán, está influenciada por las siguientes leyes, normas e instrumentos que a continuación se describen:

- **Ley de turismo.**

En El Salvador se cuenta con una ley de turismo, la cual entro en vigencia en el año 2006, y cuyo objetivo es fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados ya sea por personas naturales o jurídicas nacionales, así como extranjeras (Art. 1 de la Ley). La Ley de Turismo se basa en el Art. 101, inciso del I al IV de la Constitución de la República de El Salvador, los cuales reflejan el interés Nacional por estimular el desarrollo turístico a través de los recursos con los que cuenta el país considerando su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, que tienen gran potencial de desarrollo turístico.

- **Ley especial de protección al patrimonio cultural de El Salvador.**

Esta ley tiene como finalidad según el Art 1 de este misma el regular el rescate, investigación, conservación, protección, promoción, fomento, desarrollo, difusión y valoración del Patrimonio o Tesoro Cultural Salvadoreño, a través del Ministerio de Educación o de la Secretaría de Estado que tenga a su cargo la administración del Patrimonio Cultural del país, quien en el transcurso de la presente ley se denominará el Ministerio.

- **Política Nacional de Turismo.**

La Política Nacional de Turismo de El Salvador, plantea un conjunto de lineamientos rectores que permiten aprovechar el potencial de la actividad turística, el objetivo de esta política es convertir a El Salvador en un destino turístico regional e internacional y estimular el turismo interno, apoyando el encadenamiento del sector con el resto de la economía.

CAPACIDAD

La capacidad de carga turística está referida al nivel máximo de visitantes e infraestructura que un área puede soportar, sin que esto provoque efectos negativos severos sobre esta, se disminuya la calidad de satisfacción del visitante o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de un área determinada.

Para conocer la capacidad instalada de la propuesta del producto turístico cultural, se debe conocer todas las capacidades instaladas de los lugares involucradas en el producto turístico.

Para establecer la capacidad instalada de la propuesta del producto turístico cultural, para poder brindar un excelente servicio se debe tomar de la iniciativa que tiene menor capacidad instalada.

EVALUACIÓN DE LOS FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DE LA PROPUESTA

Para la evaluación de los factores determinantes del tamaño de la propuesta se realizará una priorización y selección de los factores más influyentes, para ello se ponderará los factores determinantes del tamaño de la propuesta identificados y se establecerán calificaciones por medio de una evaluación de que tan importante es el factor y serán establecidos por el equipo de trabajo, asignándole a cada factor una calificación según la percepción de los integrantes del equipo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La definición de criterios se establece en consenso con el equipo formulador ajustándose a la naturaleza de la propuesta que se realiza.

Tabla 127: Criterios de evaluación para determinar los factores del tamaño

CRITERIO	DESCRIPCION
Impacto ambiental y cultural.	Este criterio evalúa si los factores son relevantes para mantener y cuidar el medio ambiente y los recursos culturales al establecer el tamaño del producto.
Cumplimiento de la demanda.	Este criterio evalúa si el factor es relevante para la determinación del tamaño óptimo para el producto turístico y cumpla con la demanda de los recursos.
Mantiene la calidad de la prestación de servicios.	Este criterio evalúa si el factor es relevante para la determinación del tamaño óptimo para el producto turístico y que este ayude a mantener la calidad de los servicios.

PONDERACIÓN DE CRITERIOS

Con la finalidad de automatizar los resultados de la aplicación de los criterios, se ha procedido a asignar un factor de ponderación, según nivel de importancia y de esta manera determinar la inclusión de los factores propuestos para conocer cuáles son los más relevantes para el tamaño de la propuesta.

A continuación, se detalla la ponderación de criterios con base en la de matriz de priorización, siendo los mismos aplicables a todos los factores del tamaño de la propuesta.

Tabla 128. Ponderación de los criterios.

CRITERIO	PONDERACION.
Impacto ambiental y cultural.	40
Cumplimiento de la demanda.	30
Mantiene la calidad de la prestación de servicios.	30

DETERMINACION DE LA CALIFICACION.

La definición la calificación se establece en consenso con el equipo formulador ajustándose a la naturaleza de la propuesta que se realiza.

Tabla 129. Calificación de criterios de evaluación.

CRITERIO	DESCRIPCION	CALIFICACION
Impacto ambiental y cultural.	No impacta, ya que al no utilizar el factor para determinar el tamaño óptimo no afecta el medio ambiente y cultural.	1
	Impacta, ya que al no utilizar el factor para determinar el tamaño óptimo afecta parcialmente el medio ambiente y cultural.	2
	Es fundamental ya que al no utilizar el factor para determinar el tamaño óptimo afecta el medio ambiente y cultural.	3
Cumplimiento de la demanda.	No impacta, ya que al no utilizar el factor para determinar el tamaño óptimo no afecta el cumplimiento de la demanda	1
	Impacta, ya que al no utilizar el factor para determinar el tamaño óptimo afecta parcialmente el cumplimiento de la demanda	2
	Es fundamental ya que al no utilizar el factor para determinar el tamaño óptimo afecta el cumplimiento de la demanda.	3
Mantiene la calidad de la prestación de servicios.	No impacta, ya que al no utilizar el factor para determinar el tamaño óptimo no afecta la calidad de los servicios.	1
	Impacta, ya que al no utilizar el factor para determinar el tamaño óptimo afecta parcialmente la calidad de los servicios.	2
	Es fundamental ya que al no utilizar el factor para determinar el tamaño óptimo afecta la calidad de los servicios.	3

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; el factor a seleccionar será el de mayor ponderación, con eso se identificará el factor determinante del tamaño de la propuesta.

Tabla 130: Calificación de los criterios por factores.

FACTORES	CRITERIOS	Impacto ambiental y cultural.	Cumplimiento de la demanda.	Mantiene la calidad de la prestación de servicios.	Total
	PESO	40	30	30	
Características del mercado de consumo	ASIGNACION	1	3	2	1.9
	SUBTOTAL	0.40	0.90	0.60	
Estacionalidad	ASIGNACION	2	1	1	1.4
	SUBTOTAL	0.80	0.30	0.30	
Normas reguladoras	ASIGNACION	3	2	2	2.4
	SUBTOTAL	1.20	0.60	0.60	
Capacidad de carga	ASIGNACION	3	3	3	3
	SUBTOTAL	1.20	0.90	0.90	
Demanda	ASIGNACION	1	3	2	1.90
	SUBTOTAL	0.4	0.90	0.60	

SELECCIÓN DE LOS FACTORES PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA PROPUESTA

Los resultados obtenidos a través de la matriz ponderada donde se relaciona cada factor con los criterios, los factores más influyentes con los que se determinará el tamaño de cada uno de los recursos turísticos que integra los recorridos de la ruta turística del producto cultural es la Capacidad de carga y las normas reguladoras,

Para establecer el tamaño óptimo del producto, el factor a tomar en cuenta es la capacidad instalada y las normas reguladoras, se realiza el cálculo de la capacidad de carga que hace referencia al número máximo de visitantes que puede contener un recurso turístico; en otras palabras, la cantidad máxima de personas que pueden visitar un recurso y mantener a este en buenas condiciones.

DETERMINACION DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PROPUESTA.

CALCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA TURISTICA

La capacidad de carga turística está referida al nivel máximo de visitantes e infraestructura que un área puede soportar, sin que esto provoque efectos negativos severos sobre esta, se disminuya la calidad de satisfacción del visitante o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de un área determinada.

Para conocer la capacidad instalada de la propuesta del producto turístico cultural, se debe conocer todas las capacidades instaladas de los lugares involucradas en el producto turístico. Para los cálculos, en este caso se aplicó la metodología desarrollada por Cifuentes (1999) para determinar la capacidad de carga turística en los recursos turísticos.

Se procederá a mostrar la metodología a seguir para el cálculo de la capacidad de carga del proyecto.

METODOLOGÍA PARA LA DETERMINACIÓN DE LA CARGA TURÍSTICA DEL PROYECTO.

La capacidad de carga comprende tres niveles:

- Capacidad de carga física (CCF).
- Capacidad de carga real (CCR).
- Capacidad de carga efectiva (CCE).

La relación entre los niveles puede representarse como sigue:

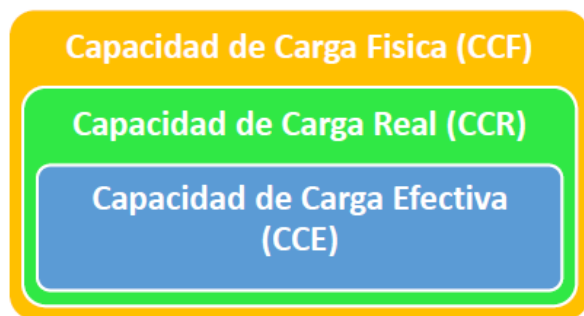


Ilustración 120: niveles de la capacidad de carga.

$CCF > CCR \geq CCE$; 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 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. La identificación y medición de las características físicas, ambientales, biológicas y de manejo es de suma importancia ya que de ellos depende la CCR de un sitio.
- La CCE toma en cuenta la capacidad de manejo de la administración del área protegida, lo que incluye variables como personal, infraestructura y equipos, entre otros.

CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA

La capacidad de carga física es el límite máximo de visitas que pueden realizarse al sitio durante un tiempo determinado. Para este cálculo, se usan los factores de visita (horario y tiempo de visita), la superficie disponible y los factores sociales. Esta Capacidad se expresa a través de la fórmula general:

La CCF se calculará a partir del cociente entre la superficie total del área y la superficie efectiva requerida por una persona.

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros lineales.

sp = superficie usada por persona.

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

$$NV = \frac{Hv}{tv}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita.

Tv = Tiempo necesario para visitar cada ruta.

CAPACIDAD DE CARGA REAL

La CCF, es una medida de cuantos visitantes caben en un espacio dado, pero la realidad es otra, debido a que muchas veces un espacio se llena de gente y rebasa cierto umbral, lo que provoca que el visitante comience a sentir que su disfrute no es de calidad, y que el recurso turístico se desgaste más, lo que elevaría los costos de mantenimiento para los administradores. Por ello la CCF es sometida a ciertos factores de corrección características particulares del sitio que, basados en criterios de valoración social, variables físicas, medio ambientales, de mantenimiento y biológicas permitiendo corregir el valor inicial y obtener un valor estimado de la CCR. Los factores de corrección se encuentran estrechamente asociados a las condiciones y características específicas de cada sitio. Esto hace que la capacidad de carga de un área protegida tenga que calcularse sitio por sitio. Aplicando los mencionados factores de corrección al cálculo de la CCF, se obtiene la CCR.

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - (MI/Mt)$$

Donde:

FC = factor de corrección.

MI = magnitud limitante de la variable.

Mt = magnitud total de la variable.

Una vez calculados todos los factores de corrección, la CCR puede expresarse con la fórmula general siguiente:

$$CCR = CCF \times (FC_x \times FC_y \times FC_z \times \dots)$$

Donde:

FC, es un factor de corrección expresado en porcentaje.
Por tanto, la fórmula de cálculo sería la siguiente:

$$CCR = CCF \times (100 - FC_x)/100 \times (100 - FC_{y2})/100 \times \dots (100 - FC_n)/100$$

CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA

La capacidad de carga efectiva es el límite máximo de grupos que se puede permitir, dada la capacidad para ordenarlos y manejarlos. Se obtiene multiplicando la CCR con la Capacidad de Manejo (CM) administrativo del área protegida.

La CCE será el porcentaje de la CM, relacionada esta última con su óptimo. La fórmula general de cálculo es la siguiente:

$$CCE = CCR \times CM.$$

Dónde:

CM es el porcentaje de la capacidad de manejo óptima.

CCR es la capacidad de carga real.

La CM se define como la suma de condiciones que la administración del área necesita para poder cumplir a cabalidad con sus funciones y objetivos. La medición de la CM interviene variables como: respaldo jurídico, políticas, equipamiento, dotación de personal, infraestructura y facilidades (instalaciones) disponibles.

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

La capacidad de manejo óptima es definida como el mejor estado o condiciones que la administración de un área debe tener para desarrollar sus actividades y alcanzar sus objetivos. En este caso, para realizar una aproximación de la capacidad de manejo de los recursos, fueron consideradas las variables: personal, infraestructura y equipamientos.

Estas fueron seleccionadas por su facilidad de análisis y medición, y debido a que se contó con la información requerida para el caso. Cada variable está constituida por una serie de componentes.

Para establecer una estimación más objetiva de la CM fue importante uniformar el mecanismo de calificación para todas las variables. Los criterios utilizados fueron:

Cantidad: relación porcentual entre la cantidad existente y la cantidad óptima, a juicio de la administración del área y de los autores del presente estudio.

Estado: se entiende por las condiciones de conservación y uso de cada componente, como su mantenimiento, limpieza y seguridad, permitiendo el uso adecuado y seguro de la instalación, facilidad o equipo.

Localización: se entiende como la ubicación y distribución espacial apropiada de los componentes en el área, así como la facilidad de acceso a los mismos.

Funcionalidad: este criterio es el resultado de una combinación de los dos anteriores (estado y localización), es decir, la utilidad práctica que determinado componente tiene tanto para el personal como para los visitantes.

Los autores consideran que, si bien estos criterios no representan la totalidad de las opciones para la valoración y determinación de la capacidad de manejo del área estudiada, aportan elementos de juicio suficientes para realizar una buena aproximación.

Cada criterio recibió un valor, calificado según la siguiente escala:

Tabla 131: Valores de calificación.

%	Valor	Calificación
<=35	0	Insatisfactorio
36-50	1	Poco Satisfactorio
51-75	2	Medianamente Satisfactorio
76-89	3	Satisfactorio
>=90	4	Muy Satisfactorio

La escala porcentual utilizada es una adaptación de la Norma ISO 10004, que ha sido utilizada y probada en estudios de evaluación de la calidad de los servicios ofrecidos por empresas privadas y públicas.

El óptimo para cada variable y la situación actual fue establecido por los miembros del grupo en base en su experiencia, conocimiento de los recursos turísticos y su administración en el transcurso del trabajo de formulación del proyecto para la municipalidad y, además, con los datos obtenidos en entrevistas con visitantes, el personal y el administrador del área.

Para calificar la cantidad se tomó en cuenta la relación entre la cantidad existente y la cantidad óptima, llevando este valor porcentual a la escala de 0 - 4.

Los cálculos de la capacidad instalada se encuentran en anexos.

1.1.5. TAMAÑO ÓPTIMO DE LOS RECORRIDOS TURÍSTICOS PARA EL PRODUCTO CULTURAL.

Para conocer la capacidad instalada o tamaño óptimo para los recorridos turísticos del producto Cultural, se evaluará el tamaño de los recursos turísticos que lo integran, arrojando el tamaño óptimo de este producto para ofertar. Como se calculó previamente la capacidad de carga por recurso que incluye este producto cultural, se tomara la CCE, ya que este mantendría en buenas condiciones los recursos que componen cada recurso, como su infraestructura, su vegetación y su fauna, entre otros. A continuación se muestra un cuadro resumen de las cargas.

Tabla 132: Capacidad de carga por recurso turístico.

RECURSO TURISTICO	TAMAÑO (VISITAS/DIA)
Puente viejo	833
Murales	440
Lotería	1274
Parroquia de San Lorenzo	1491
Parroquia Sagrada Familia	1746
Parque Central de Turín	2736
Taller artesanías de lazo	1227
Taller escultura de madera	1077
Taller artesanías maya	2056

Para establecer la capacidad instalada o tamaño del producto cultural y sus recorridos para que este brinde un servicio en condiciones óptimas para el turista se tomarán en cuenta el menor tamaño de los recursos turísticos que integran dicho Producto, en este caso los murales que permite el acceso a 440 visitas/día.

CAPACIDAD DE CARGA DE LOS RECORRIDOS PARA LA RUTA DEL PRODUCTO TURISTICO CULTURAL

El producto puede ser visitado por: 440 visitas/día.

1.2. PROYECTO DE PRODUCTO TURISTICO AGROTURISMO

INTRODUCCION.

El agroturismo es aquel tipo especial de turismo rural que incorpora los aspectos agropecuarios en su oferta y demanda de bienes y servicios. Es decir que al realizar agroturismo se busca conocer las actividades agrarias tradicionales de las comunidades, lo cual implica el aprovechamiento de un ambiente rural y las manifestaciones culturales y sociales productivas de las municipalidades.

El agroturismo combina la recreación tradicional con el contacto con la vida rural, conociendo el modo y las tradiciones campesinas asociando la participación y la observación activa de los turistas en las **zonas agropecuarias**, prestando un servicio por la experiencia, es una actividad que se realiza en espacios abiertos naturales de pequeñas localidades. Cuando se habla de Producto turístico agroturismo nos referiremos al resultado de la integración de los recursos turísticos que involucra aspectos agropecuarios más los servicios turísticos.

El agroturismo es una de las alternativas modernas a explorar. Así, se apoyaría la diversificación de oportunidades comerciales, se incrementarían las propuestas de negocios en el medio rural y se fomentaría una conciencia ecológica. El agroturismo se realiza en zonas específicas que ofrecen no sólo la belleza del paisaje, sino que además lleve al visitante a conocer otros aspectos de interés que presente el lugar. Esto incluye interiorizarse en la localidad de los procesos productivos, compenetrarse de las costumbres y tradiciones, apreciación de la arquitectura tradicional, además de visitas y exploraciones de la naturaleza autóctona. Así, el Agroturismo suple una necesidad buscada por un segmento de la población.

OBJETIVO GENERAL

Aprovechar los recursos turísticos que involucren aspectos agropecuarios de la Microrregión Norte de Ahuachapán a través del diseño de productos de turismo agro turísticos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los recursos turísticos que formaran parte del producto agroturístico y así poder establecer rutas turísticas.
- Definir la capacidad instalada para las rutas turísticas con fin de comparar con el cumplimiento de la demanda
- Definir las ventajas y desventajas de la ruta por producto turístico comparándola con rutas turísticas existentes.

- Establecer el proceso de prestación de servicio con el fin de dejar plasmado el actuar que seguirá la organización turística.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto producto turístico de agroturismo se muestran a continuación:

Tabla 133. Actividades que contempla el proyecto de producto turístico de agroturismo.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Identificar los productos de turismo agro turístico potencial.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir la capacidad instalada para los recorridos de la ruta del producto turístico agroturismo.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir las ventajas y desventajas de la ruta por producto turístico comparándola con rutas turísticas existentes.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir el precio de la ruta turística del producto.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Establecer el proceso de prestación del producto.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir los requerimientos necesarios en los recursos.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Realizar los contactos necesarios con guías turísticos y policías de turismo y solicitar apoyo.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Divulgación del producto turístico.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Creación de nuevos recorridos.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Búsqueda y selección de empresa para realizar obras de mejora.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Realizar contrato con empresa.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Ejecución de la obra.	Empresa encargada.

1.1.6. IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS POTENCIALES

Tomando como base toda la información procesada en el análisis, se procede a plantear todas las posibilidades y alternativas de diseño de los productos turísticos agro turístico, buscando que el centro pivote de este producto sea Atiquizaya, debido a que es el municipio céntrico de la microrregión y posee la mayoría de los servicios de apoyo.

Se propondrá una serie de recursos que involucran actividades agropecuarias en los diferentes municipios, según la distribución geográfica de estos, específicamente para que su recorrido sea más fácil de realizar.

Los recursos turísticos que se considerarán para definir el producto turístico propuesto para la Microrregión serán aquellos que se determinaron en el Inventario Turístico.

A continuación, se muestran la agrupación de los recursos turísticos considerados:

Tabla 134: Recursos turísticos considerados para los productos turísticos culturales

ATIQUIZAYA	Hacienda San Antonio.
	Aguijuyo.
SAN LORENZO	Plantaciones de Loroco.
	Plantaciones de Jocote.
	Jícara.
EL REFUGIO	Plantaciones de café.

Con los recursos anteriores se presenta la agrupación de estos formando el siguiente producto turístico.

Tabla 135: Recursos turísticos incluidos en el producto turístico agro turístico.

MUNICIPIO	PRODUCTO TURISTICO AGROTURISTICO.
ATIQUIZAYA	Hacienda San Antonio.
	Aguijuyo.
SAN LORENZO	Plantaciones de Loroco.
	Plantaciones de Jocote.
	Jícara.
EL REFUGIO	Plantaciones de café.

Eventos programados: Festival de la quesadilla, loroco, café, jocote, maíz, Festival de los farolitos.

1.1.7. EVALUACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PROPUESTOS

En este punto se evaluará la propuesta del producto agro turístico mencionando las ventajas y desventajas de este producto, debido a los recursos turísticos que involucran actividades agropecuarias son pocas, solo se diseñará una ruta turística en base a los recursos mencionados.

No se tomarán en cuenta los eventos programados, ya que estos serán incluidos si la visita del turista coincide con la fecha programada para ello y si el turista decide incluirlo.

La evaluación del producto agro turístico potencial, se hará en función de un conjunto de criterios permitirá identificar el potencial de este producto turístico y la ventaja que está presente para el desarrollo turístico.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se ha definido un conjunto de criterios relacionados con los atributos y oferta del producto, para determinar cuáles serían las ventajas de este producto:

- **Particularidad:** Se considera si el producto turístico cuenta con características importantes que le otorguen una singularidad especial que lo distinguen y lo diferencian, de los demás ya que el turismo es un punto de turismo alternativo, que involucra contacto con la naturaleza y las comunidades, al dar la oportunidad de que el turista visite los lugares donde se desarrollan actividades agropecuarias.
- **Jerarquía de los recursos:** el producto involucra recursos turísticos englobados en la jerarquía 2 y 3, los cuales son recursos que por sí solos o en conjunto, son capaces de motivar y atraer a turistas nacionales y locales.

- **Estado de Conservación:** los recursos turísticos involucrados en su mayoría se encuentran en buen estado principalmente los que son privados, algunos como el Turicentro Aguijuyo, necesita mejoras.
- **Representatividad:** consideramos que el producto turístico llegaría a tener una representatividad a nivel regional y nacional, ya que este ofrece a los turistas la experiencia de conocer los procesos agropecuarios, y es algo diferente, que no muchos ofrecen.
- **Demanda potencial:** Se estima que este producto pueda recibir una demanda grande en temporadas altas.

Como se ha descrito el producto representa varias ventajas entre ellas tenemos:

- Ofrecer algo diferente algo alternativo al turismo tradicional.
- Ofrecer la experiencia de conocer el proceso productivo de cultivos muy populares como el café y el loroco.
- Experimentar y disfrutar de un baño en piscinas de aguas naturales donde se pueden observar peces como las tilapias que en su mayoría nacen y se reproducen en ellas.
- Conocer el proceso de producción de peces como las Tilapias, de productos lácteos entre otros.

1.1.8. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Para el producto turístico se diseñará una ruta turística con los recursos turísticos propuestos en el apartado anterior, en el cual se buscará lo siguiente:

- La secuencia de visita para los recursos turísticos debe de desarrollarse sobre la base de una red vial u otro tipo de vía de comunicación, ya que este elemento es fundamental para el traslado de los propios turistas.
- La ruta debe de estar señalizado a lo largo de todo el recorrido, mostrando, cuando se considere necesario, mapas de información que permitan a los demandantes de este producto ubicarse correctamente en la ruta.
- La ruta debe de construirse sobre la base de una actividad específica que la distinga y la diferencie, es decir se buscara incluir los recursos de jerarquía 3 y 2. Se debe de tener una relación de conexión común que es el elemento clave para que el turista se sienta atraído por este tipo de turismo.
- El turista debe de mantener contacto con los habitantes de la zona, siendo preferibles si éstos realizan alguna actividad agropecuaria como la visita de cultivos, entre otros.

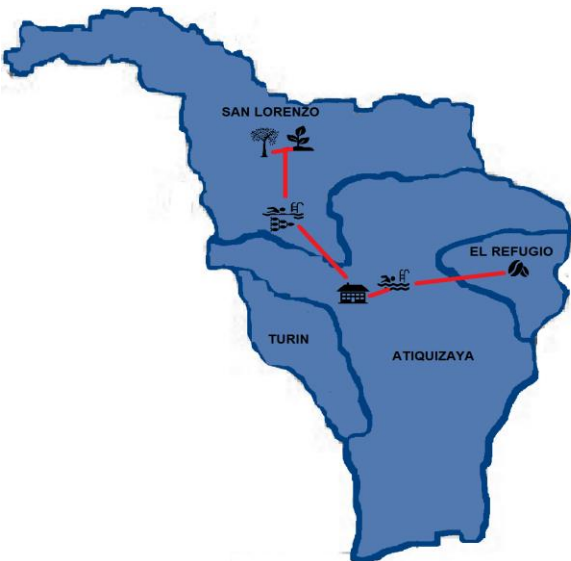
DESARROLLO DE LA RUTA.

El establecimiento de las actividades se realizó a través de las preferencias encontradas en el mercado consumidor y los recursos existentes dentro de cada municipio además de la conexión de los diferentes atractivos, es decir, las distancias entre cada lugar.

La ruta turística pasará a lo largo de los 3 municipios de la Micro Región, ya que estos poseen recursos turísticos que involucran actividades agropecuarias, se buscara finalizar en El Refugio e iniciar en Atiquizaya. Con el diseño de la ruta turística se busca mejorar el flujo de visitantes y crear cohesión entre los diferentes lugares de los municipios. A

continuación, se presenta la ruta turística propuesta para el agroturismo, involucrando los recursos turísticos identificados y los servicios de apoyo mencionados en el inventario de la planta turística.

Tabla 136. Desarrollo de ruta turística de agroturismo.

Nombre del producto: Ruta disfrutando el agroturismo.
<p>Esta ruta turística conlleva recursos turísticos que involucran actividades agropecuarias, como plantaciones de productos agrícolas, producción de tilapias y lácteos que se encuentran en tres municipios de la microrregión, donde los turistas podrán conocer las tradiciones y costumbres de los lugareños de las municipalidades y como estos se desempeñan día a día en sus actividades que en ocasiones son el sustento diario. El eje temático de la ruta son las actividades agropecuarias de las comunidades de la microrregión.</p>
<p>Segmento del mercado: esta ruta va dirigida a las personas que les gustaría conocer y experimentar el proceso de producción de diversos productos agropecuarios, y convivir con las personas de las comunidades, conocer sus tradiciones.</p>
<p>Diagramación de la Ruta:</p> 
<p>Actividades que incluye esta ruta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recorrido por plantaciones de cultivos, con la finalidad de que el turista conozca el proceso de producción de estos. • Visita a Hacienda San Antonio, donde el turista podrá conocer el proceso de fabricación de algunos lácteos y de crianza de peces. • Consumo de alimentos en más de algún municipio de la ruta, que puede incluir productos agrícolas propios de estos. • Visita a Turicentro Aguijuyo, donde el turista podrá nadar con peces, que nacen en las piscinas. • Conocer el Turicentro El Jícara, se podrá ver la producción de tilapias.
<p style="text-align: center;">Propuesta de recorrido sugerido.</p> <p>Para los recorridos, los recursos turísticos que involucra esta ruta se mezclarán con los servicios de alimentación que existen en los municipios, los recorridos de los productos incluirán el desayuno y el almuerzo, así mismo se dará la una alternativa de refrigerios si</p>

así lo desea las personas que visiten la microrregión. El desayuno deberá realizarse en Atiquizaya ya que cuenta con mayor variedad de servicios alimentarios para el desayuno. Los servicios de alimentación que se agregaran están contemplados en el inventario de la planta turística de la etapa anterior.

La secuencia de recorrido propuesta es la siguiente:

- Se iniciará en el municipio de Atiquizaya en el cual el turista podrá desayunar en cualquiera de los servicios de alimentación que se encuentran en dicho municipio.
- Se realizará la visita a la Hacienda San Antonio, en el cual el turista podrá conocer la producción de tilapias y de la leche, entre otros atractivos del lugar. (A)
- Se Visitará el Turicentro Aguijuyo, donde el turista podrá disfrutar de los nacimientos de gua y de la fauna que vive en ellas. (B)
- Se Realizará la visita a la Cooperativa El Jícara, donde se realizará el almuerzo y el turista podrá ver el proceso de las tilapias. (C)
- Se visitará las plantaciones de Loroco y de Jocote en San Lorenzo, donde el turista conocerá el proceso de estos y podrá cortar dichos cultivos si estos ya están listos. (D)
- Se podrá degustar de las minutas tradicionales en San Lorenzo.
- Se realizará una parada opcional en el Centro Histórico de San Lorenzo en los locales de La Quiruba y Acoapjal de R.L. quienes producen y venden productos a base de Loroco y Jocote.
- Se visitará las plantaciones de Café, en El Refugio.
- Si el turista desea visitar algún festival, el desayuno o el almuerzo se podrá degustar en este ya que se ofrece una gran variedad de gastronomía.



Ilustración 121: propuesta de secuencia de los recursos turísticos para los productos turísticos.

Para la ruta propuesta se sugiere el siguiente itinerario.

Tabla 137. Itinerario de la ruta propuesta.

HORA	ACTIVIDAD	MUNICIPIO	DESCRIPCION
7:45 am	Bienvenida a Turistas.	Atiquizaya	Se explicará al turista en que consiste la ruta y los lugares que incluye.
8:00a.m.	Desayuno en restaurante o comedor que prefiera el turista (se le dará recomendaciones)	Atiquizaya	Inicio de la ruta.
9:00a.m.	Salida hacia Hacienda San Antonio.	Atiquizaya	Salida hacia la hacienda.
9:05 a.m.	Llegada a la Hacienda.	Atiquizaya	Visita del lugar y recorrido por este, conociendo los procesos agropecuarios de estos.
10:35 a.m.	Salida hacia Turicentro Aguijuyo.	Atiquizaya	Salida hacia Aguijuyo.
10:40 a.m.	Visita al Turicentro Aguijuyo.	Atiquizaya.	Visita del lugar y el turista podrá bañarse en las piscinas.
11:55 a.m.	Salida hacia Cooperativa El Júcaro.	San Lorenzo	Salida hacia El Júcaro.
12:05 m.d	Visita a la Cooperativa El Júcaro.	San Lorenzo	Almuerzo y recorrido por la Cooperativa.
14:00 p.m.	Salida hacia Plantaciones.	San Lorenzo	Salida hacia plantaciones.
14:15 p.m.	Recorrido por las plantaciones de jocote y loroco.	San Lorenzo	Se explicará y conocerán el proceso de los cultivos. Recorrido por este.
15:15 p.m.	Salida hacia centro histórico.	San Lorenzo	Salida hacia centro histórico.
15:20 p.m.	Visita a cooperativas de jocote y loroco.	San Lorenzo	Los turistas podrán conocer y comprar productos a base de loroco y jocote.
15:45 p.m.	Degustación de minutas.	San Lorenzo	El turista podrá disfrutar de las minutas tradicionales de San Lorenzo.

16:00 p.m.	Salida hacia El Refugio.	San Lorenzo.	Salida hacia El Refugio.
16:25 p.m.	Recorrido por las plantaciones de café.	El Refugio.	Se explicará y conocerán el proceso de cultivo del café. Recorrido por este.
17:00 p.m.	Fin del recorrido.	El Refugio.	

1.1.9. TAMAÑO DE LA PROPUESTA DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO

El tamaño de la Propuesta para el producto turístico que ayude al desarrollo turístico sostenible de la Microrregión Norte de Ahuachapán es la capacidad instalada que posee el producto turístico para la prestación de servicios en un tiempo definido.

Se entenderá en este caso por tamaño de la propuesta a la capacidad de prestación de servicios por unidad de tiempo; es decir, es la capacidad de operación del producto turístico.

FACTORES CONDICIONANTES PARA ESTABLECER EL TAMAÑO DEL PRODUCTO

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE CONSUMO.

Con los resultados del estudio del mercado consumidor se definieron las características de los consumidores actuales y potenciales de la Microrregión Norte de Ahuachapán, las cuales se describieron mediante la distinción de perfiles del consumidor nacional y extranjero, y estas se toman como base para definir las características del consumidor del producto agroturístico.

El mercado consumidor del producto agroturístico que ofertara la Microrregión Norte de Ahuachapán, tomara en cuenta principalmente el mercado nacional y turista internacional, ya que ambos tienen preferencia por el turismo rural y el agroturismo es un tipo de turismo rural. El perfil se presentó en el producto turístico anterior.

DEMANDA

Como las proyecciones obtenidas en el Estudio del Mercado Consumidor fue de 456,000 personas aproximadamente, estas se dividieron en los lugares o actividades de preferencia por los turistas las cuales fueron:

Tabla 138: Demanda según actividades turísticas ofertadas

Actividad	Año 2020
Actividades culturales y tradicionales	36,206
Visita a Ríos y lagunas	63,605
Visita a Cascadas	64,584
Visita a parques acuáticos	46,970
Visita a parques	37,185
Visitar sus iglesias	24,464
Festivales gastronómicos	53,820
Festivales Deportivos	7,828
Realizar senderismo	29,356
Realizar agroturismo	17,614
Visitar los pueblos en sus fiestas patronales	30,335
Festividades religiosas	13,700
Conocer y comprar artesanías	30,335
TOTAL	456,000

Las actividades o lugares que se incluyen en el agroturismo son:

Tabla 139. Proyecciones de agroturismo.

Actividad	Año 2020
Visita a parques acuáticos	46,970
Realizar agroturismo	17,614
TOTAL	64, 584

ESTACIONALIDAD

Como se observó en el gráfico 1, donde se muestran las proyecciones de la demanda de la microrregión, se observaron aumentos de demanda principalmente en el mes de marzo y en los meses de agosto y diciembre. Dichos meses están asociados a festividades y vacaciones (Semana Santa, vacaciones agostinas, fin de año e inicio de año) lo cual justifica el aumento de la demanda, porque existe más disponibilidad de tiempo para visitar un lugar turístico.

También se debe considerar baja demanda en los meses de enero, julio y septiembre, los cuales son los meses con más poca demanda respecto a otros.

NORMAS REGULADORAS

Las políticas vigentes que avala la Propuesta del producto turístico para la Microrregión Norte de Ahuachapán, está influenciada por las siguientes leyes, normas e instrumentos que a continuación se describen:

- **Ley de turismo.**

En El Salvador se cuenta con una ley de turismo, la cual entro en vigencia en el año 2006, y cuyo objetivo es fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados ya sea por personas naturales o jurídicas nacionales, así como extranjeras (Art. 1 de la Ley). La Ley de Turismo se basa en el Art. 101, inciso del I al IV de la Constitución de la República de El Salvador, los cuales reflejan el interés Nacional por estimular el desarrollo turístico a través de los recursos con los que cuenta el país considerando su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, que tienen gran potencial de desarrollo turístico.

- **Política Nacional de Turismo.**

La Política Nacional de Turismo de El Salvador, plantea un conjunto de lineamientos rectores que permiten aprovechar el potencial de la actividad turística, el objetivo de esta política es convertir a El Salvador en un destino turístico regional e internacional y estimular el turismo interno, apoyando el encadenamiento del sector con el resto de la economía.

CAPACIDAD

La capacidad de carga turística está referida al nivel máximo de visitantes e infraestructura que un área puede soportar, sin que esto provoque efectos negativos severos sobre esta, se disminuya la calidad de satisfacción del visitante o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de un área determinada.

Para conocer la capacidad instalada de la propuesta del producto agroturístico, se debe conocer todas las capacidades instaladas de los lugares involucradas en el producto turístico.

Para establecer la capacidad instalada de la propuesta del producto agroturístico, para poder brindar un excelente servicio se debe tomar de la iniciativa que tiene menor capacidad instalada.

EVALUACIÓN DE LOS FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DE LA PROPUESTA

Para la evaluación de los factores determinantes del tamaño de la propuesta se realizó una priorización y selección de los factores más influyentes, para ello se ponderaron los factores determinantes del tamaño de la propuesta identificados y se establecieron calificaciones por medio de una evaluación de que tan importante era el factor y fueron establecidos por el equipo de trabajo, asignándole a cada factor una calificación según la percepción de los integrantes del equipo. Resultando que los factores más influyen con los que se determinará el tamaño de cada uno de los recursos turísticos que integra los recorridos de la ruta turística del producto agroturístico es la Capacidad de carga y las normas reguladoras,

Para establecer el tamaño óptimo del producto, el factor a tomar en cuenta es la capacidad instalada y las normas reguladoras, se realiza el cálculo de la capacidad de carga que hace referencia al número máximo de visitantes que puede contener un recurso turístico; en otras palabras, la cantidad máxima de personas que pueden visitar un recurso y mantener a este en buenas condiciones.

DETERMINACION DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PROPUESTA.

Los calculos de la capacidad instalada se encuentran en anexos.

1.1.10. TAMAÑO ÓPTIMO DE LOS RECORRIDOS TURÍSTICOS PARA EL PRODUCTO AGROTURISTICO.

Para conocer la capacidad instalada o tamaño óptimo para los recorridos turísticos del producto agroturístico, se evaluará el tamaño de los recursos turísticos que lo integran, arrojando el tamaño óptimo de este producto para ofertar. Como se calculó previamente la capacidad de carga por recurso que incluye este producto cultural, se tomara la CCE para los calculados, y para los otros la capacidad dada por los administradores, ya que este mantendría en buenas condiciones los recursos que componen cada recurso, como su infraestructura, su vegetación y su fauna, entre otros. A continuación, se muestra un cuadro resumen de las cargas.

Tabla 140: Capacidad de carga por recurso turístico.

RECURSO TURISTICO	TAMAÑO (VISITAS/DIA)
Hacienda San Antonio	1680
Aguijuyo	420
Plantaciones de Loroco.	25,000
Plantaciones de Café.	70,000
Plantaciones de jocote.	900,000
Jícaro.	3818

Para establecer la capacidad instalada o tamaño del producto agroturístico y sus recorridos para que este brinde un servicio en condiciones óptimas para el turista se tomarán en

cuenta el menor tamaño de los recursos turísticos que integran dicho Producto, en este caso Aguijuyo que permite el acceso a 420 visitas/día.

CAPACIDAD DE CARGA DE LOS RECORRIDOS PARA LA RUTA DEL PRODUCTO AGROTURISTICO

El producto puede ser visitado por: 420 visitas/día.

1.2. PROYECTO DE PRODUCTO TURISTICO AVENTURA Y ECOTURISMO.

INTRODUCCION.

El ecoturismo y el turismo de aventura es aquel tipo especial de turismo natural que incorpora los aspectos naturales en su oferta y demanda de bienes y servicios. Es decir que al realizar turismo de aventura el turista busca las actividades que satisfacen la búsqueda de nuevas experiencias, retos y el aumento de adrenalina. Y al realizar ecoturismo busca realizar actividades turísticas que se realicen en entornos naturales y altamente protegidos como: parques nacionales, monumentos naturales, sitios protegidos, reservas de uso múltiple y áreas naturales que no han sufrido alteraciones por el hombre.

El ecoturismo y el turismo de aventura son un tipo de turismo alternativo y ha crecido bastante en los últimos años. En esta categoría el turista es observador y participe en la conservación del ecosistema. Entre las actividades que puede realizar se encuentran la observación de la naturaleza, la observación de aves, el safari fotográfico, talleres de Educación Ambiental, rescate de Flora y Fauna, observación de Geológica, observación de Ecosistemas, observación de la Fauna, Ciclismo, caminatas, senderismo, tirolesa, espeleísmo, cabalgatas, entre otros.

El turista se preocupa por la conservación de la naturaleza y sienten un gran respeto por la cultura local y su patrimonio histórico. Este tipo de turismo busca un acercamiento entre la comunidad y el visitante. El ecoturismo y el turismo de aventura combinan la recreación tradicional con el contacto con la naturaleza. Cuando se habla de Producto turístico natural nos referiremos al resultado de la integración de los recursos turísticos que involucra aspectos naturales más los servicios turísticos.

El ecoturismo y el turismo de aventura es una de las alternativas modernas a explorar. Así, se apoyaría la diversificación de oportunidades comerciales, se incrementarían las propuestas de negocios en las municipalidades y se fomentaría una conciencia ecológica.

OBJETIVO GENERAL

Aprovechar los recursos turísticos que involucren aspectos naturales de la Microrregión Norte de Ahuachapán a través del diseño de productos de turismo ecoturísticos y de aventura.

OBJETIVO GENERAL

- Identificar los recursos turísticos que formaran parte del producto de aventura y ecoturismo; así poder establecer rutas turísticas.
- Definir la capacidad instalada para las rutas turísticas con fin de comparar con el cumplimiento de la demanda
- Definir las ventajas y desventajas de la ruta por producto turístico comparándola con rutas turísticas existentes.
- Establecer el proceso de prestación de servicio con el fin de dejar plasmado el actuar que seguirá la organización turística.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de producto turístico de aventura y ecoturismo se muestran a continuación:

Tabla 141. Actividades que contempla el proyecto de producto turístico de aventura y ecoturismo.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Identificar los productos de turismo agro turístico potencial.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir la capacidad instalada para los recorridos de la ruta del producto turístico agroturismo.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir las ventajas y desventajas de la ruta por producto turístico comparándola con rutas turísticas existentes.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir el precio de la ruta turística del producto.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Establecer el proceso de prestación del producto.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir los requerimientos necesarios en los recursos.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Realizar los contactos necesarios con guías turísticos y policías de turismo y solicitar apoyo.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Divulgación del producto turístico.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Creación de nuevos recorridos.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Búsqueda y selección de empresa para realizar obras de mejora.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Realizar contrato con empresa.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Ejecución de la obra.	Empresa encargada.

1.2.1. IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS POTENCIALES

Tomando como base toda la información procesada en el análisis, se procede a plantear todas las posibilidades y alternativas de diseño de los productos turísticos de aventura y ecoturístico, buscando que el centro pivote de este producto sea Atiquizaya, debido a que es el municipio céntrico de la microrregión y posee la mayoría de los servicios de apoyo. Se propondrá una serie de recursos que involucran actividades en entornos naturales en los diferentes municipios, según la distribución geográfica de estos, específicamente para que su recorrido sea más fácil de realizar.

Los recursos turísticos que se considerarán para definir el producto turístico propuesto para la Microrregión serán aquellos que se determinaron en el Inventario Turístico.

A continuación, se muestran la agrupación de los recursos turísticos considerados:

Tabla 142: Recursos turísticos considerados para el producto turístico de aventura y ecoturismo.

ATIQUIZAYA	Salto de Malacatiupan
	Ausoles
SAN LORENZO	Rio Grande.
TURIN	Termales del Paraíso.

Con los recursos anteriores se presenta la agrupación de estos formando el siguiente producto turístico.

Tabla 143: Recursos turísticos incluidos en el producto turístico agro turístico.

MUNICIPIO	PRODUCTO TURISTICO DE AVENTURA Y ECOTURISMO
ATIQUIZAYA	Salto de Malacatiupan
	Ausoles
SAN LORENZO	Rio Grande.
TURIN	Termales del Paraíso.

Eventos programados: Festival de la quesadilla, loroco, café, jocote, maíz, Festival de los farolitos.

1.2.2. EVALUACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PROPUESTOS.

En este punto se evaluará la propuesta del producto turístico de aventura y ecoturismo mencionando las ventajas y desventajas de este producto, debido a los recursos turísticos que involucran actividades naturales son pocas, solo se diseñará una ruta turística en base a los recursos mencionados.

No se tomarán en cuenta los eventos programados, ya que estos serán incluidos si la visita del turista coincide con la fecha programada para ello y si el turista decide incluirlo.

La evaluación del producto turístico potencial, se hará en función de un conjunto de criterios permitirá identificar el potencial de este producto turístico y la ventaja que está presente para el desarrollo turístico.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se ha definido un conjunto de criterios relacionados con los atributos y oferta del producto, para determinar cuáles serían las ventajas de este producto:

- **Particularidad:** Se considera si el producto turístico cuenta con características importantes que le otorguen una singularidad especial que lo distinguen y lo diferencian, de los demás ya que el turismo de aventura y ecoturístico es un punto de turismo alternativo, que involucra contacto con la naturaleza y su conservación, al dar la oportunidad de que el turista visite los lugares donde se desarrollan actividades que involucran adrenalina y le permiten un contacto con la naturaleza.
- **Jerarquía de los recursos:** el producto involucra recursos turísticos englobados en la jerarquía 2 y 3, los cuales son recursos que por sí solos o en conjunto, son capaces de motivar y atraer a turistas nacionales y locales.

- **Estado de Conservación:** los recursos turísticos involucrados en su mayoría se encuentran en buen estado, algunos como el Salto de Malacatiupan necesita mejoras para el acceso a los turistas y los Ausoles con la señalización.
- **Representatividad:** consideramos que el producto turístico llegaría a tener una representatividad a nivel regional y nacional, ya que este ofrece a los turistas la experiencia de conocer los procesos agropecuarios, y es algo diferente, que no muchos ofrecen.
- **Demanda potencial:** Se estima que este producto pueda recibir una demanda grande en temporadas altas.

Como se ha descrito el producto representa varias ventajas entre ellas tenemos:

- Ofrecer algo diferente algo alternativo al turismo tradicional.
- Ofrecer la experiencia de disfrutar de la única cascada con aguas termales en El Salvador.
- Experimentar y disfrutar de una caminata en los ausoles de Atiquizaya, donde se pueden observar las fumarolas donde se expulsan los gases.
- Conocer el Río grande, el cual sirve como división entre Guatemala y El Salvador.

1.2.3. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Para el producto turístico se diseñará una ruta turística con los recursos turísticos propuestos en el apartado anterior, en el cual se buscará lo siguiente:


- La secuencia de visita para los recursos turísticos debe desarrollarse sobre la base de una red vial u otro tipo de vía de comunicación, ya que este elemento es fundamental para el traslado de los propios turistas.
- La ruta debe estar señalizado a lo largo de todo el recorrido, mostrando, cuando se considere necesario, mapas de información que permitan a los demandantes de este producto ubicarse correctamente en la ruta.
- La ruta debe construirse sobre la base de una actividad específica que la distinga y la diferencie, es decir se buscare incluir los recursos de jerarquía 3 y 2. Se debe tener una relación de conexión común que es el elemento clave para que el turista se sienta atraído por este tipo de turismo.
- El turista debe mantener contacto con la naturaleza, siendo preferibles si éstos realizan alguna actividad en un entorno natural.

DESARROLLO DE LA RUTA.

El establecimiento de las actividades se realizó a través de las preferencias encontradas en el mercado consumidor y los recursos existentes dentro de cada municipio además de la conexión de los diferentes atractivos, es decir, las distancias entre cada lugar.

La ruta turística pasará a lo largo de los 3 municipios de la Micro Región, ya que estos poseen recursos turísticos que involucran actividades que nos permiten tener contacto con la naturaleza, se buscare finalizar en Turín e iniciar en Atiquizaya. Con el diseño de la ruta turística se busca mejorar el flujo de visitantes y crear cohesión entre los diferentes lugares de los municipios. A continuación, se presenta la ruta turística propuesta para el turismo de aventura y el ecoturismo, involucrando los recursos turísticos identificados y los servicios de apoyo mencionados en el inventario de la planta turística.

Tabla 144. Ruta de turismo de aventura y ecoturismo.

<p>Nombre del producto: Ruta disfrutando de la naturaleza.</p>
<p>Esta ruta turística conlleva recursos turísticos que involucran actividades que nos permiten tener contacto con la naturaleza, como ríos, cascadas y ausoles que se encuentran en tres municipios de la microrregión, donde los turistas podrán conocer los recursos naturales de las municipalidades y lo importante que es su conservación. El eje temático de la ruta son las actividades en el entorno natural de las comunidades de la microrregión.</p>
<p>Segmento del mercado: esta ruta va dirigida a las personas que les gustaría conocer y experimentar el contacto con la naturaleza, y convivir con las personas de las comunidades, conocer sus tradiciones y conservar el medio ambiente.</p>
<p>Diagramación de la Ruta:</p> 
<p>Actividades que incluye esta ruta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recorrido por el Salto de Malacatiupan, con la finalidad de que el turista pueda disfrutar de sus aguas y conocer el lugar. • Visita a los ausoles, donde el turista podrá disfrutar del paisaje y de las fumarolas. • Consumo de alimentos en más de algún municipio de la ruta, que puede incluir productos agrícolas propios de estos. • Visita a Parque ecoturístico y río grande, donde el turista podrá disfrutar de las aguas del Río, y pasar un momento agradable en el Parque. • Conocer Termales del Paraíso, donde el turista podrá conocer el lugar y disfrutar de su gastronomía.
<p>Propuesta de recorrido sugerido.</p> <p>Para los recorridos, los recursos turísticos que involucra esta ruta se mezclarán con los servicios de alimentación que existen en los municipios, los recorridos de los productos</p>

incluirán el desayuno y el almuerzo, así mismo se dará la una alternativa de refrigerios si así lo desea las personas que visiten la microrregión. El desayuno deberá realizarse en Atiquizaya, ya que cuenta con mayor variedad de servicios alimentarios para el desayuno. Los servicios de alimentación que se agregaran están contemplados en el inventario de la planta turística de la etapa anterior.

La secuencia de recorrido propuesta es la siguiente:

- Se iniciará en el municipio de Atiquizaya en el cual el turista podrá desayunar en cualquiera de los servicios de alimentación que se encuentran en dicho municipio.
- Se realizará la visita a El Salto de Malacatiupan, en el cual podrá disfrutar de sus aguas termales. (A)
- Se hará una parada alternativa en el Centro Historio de San Lorenzo para disfrutar de las minutas tradicionales del lugar.
- Se Visitará el Parque Ecoturístico El Triunfo y el rio grande, donde el turista podrá bañarse en sus aguas y disfrutar de un momento agradable en las cercanías al rio. (B)
- Se realizará el almuerzo en el Parque.
- Se Realizará la visita a los ausoles de Atiquizaya, donde se podra hacer una caminata y se podra observar el paisaje de la zona. (C)
- Por último se visitará Termale del Paraíso, donde el turista podra disfrutar de su piscina y de su restaurante. (D)
- Si el turista desea visitar algún festival, el desayuno o el almuerzo se podrá degustar en este ya que se ofrece una gran variedad de gastronomía.



Ilustración 122: propuesta de secuencia de los recursos turísticos para los productos turísticos.

Para la ruta propuesta se sugiere el siguiente itinerario.

Tabla 145. Itinerario de ruta turística de aventura y ecoturismo propuesta.

HORA	ACTIVIDAD	MUNICIPIO	DESCRIPCION
7:45 am	Bienvenida a Turistas.	Atiquizaya	Se explicará al turista en que consiste la ruta y los lugares que incluye.
8:00a.m.	Desayuno en restaurante o comedor que prefiera el turista (se le dará recomendaciones)	Atiquizaya	Inicio de la ruta.
9:00a.m.	Salida hacia El Salto	Atiquizaya	Salida hacia El Salto.
9:20 a.m.	Llegada al Salto.	Atiquizaya	Visita del lugar y recorrido por este, conociendo sus paisajes.
10:35 a.m.	Salida hacia San Lorenzo.	Atiquizaya	Salida hacia San Lorenzo.
10:55 a.m.	Degustacion de minutas.	San Lorenzo	Degustacion de minutas.
11:10 a.m.	Salida hacia el Parque y el Rio Grande.	San Lorenzo	Salida hacia el Rio y el Parque.
11:15 a.m	Visita del Parque y el Rio Grande.	San Lorenzo	Visita del lugar y recorrido por este. Se Almorzara en los alrededores del Parque.
14:00 p.m.	Salida hacia ausoles.	San Lorenzo	Salida hacia plantaciones.
14:30 p.m.	Recorrido por los ausoles.	Atiquizaya	Recorrido por el recurso.
15:30 p.m.	Salida hacia Termales del Paraíso	Atiquizaya	Salida hacia Termales.
15:45 p.m.	Visita a Termales del paraiso.	Turín.	Los turistas podrán conocer y comprar productos en este recurso.
17:00 p.m.	Fin del recorrido.	Turin.	

1.2.4. TAMAÑO DE LA PROPUESTA DEL PRODUCTO TURISTICO CULTURAL.

FACTORES CONDICIONANTES PARA ESTABLECER EL TAMAÑO DEL PRODUCTO

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE CONSUMO.

Con los resultados del estudio del mercado consumidor se definieron las características de los consumidores actuales y potenciales de la Microrregión Norte de Ahuachapán, las cuales se describieron mediante la distinción de perfiles del consumidor nacional y extranjero, y estas se toman como base para definir las características del consumidor del producto turístico de aventura y ecoturismo.

El mercado consumidor del producto turístico de aventura y ecoturismo, que ofertara la Microrregión Norte de Ahuachapán, tomara en cuenta principalmente el mercado nacional y turista internacional, ya que ambos tienen preferencia por este tipo de turismo el cual es un tipo de turismo natural. El perfil se presentó en el producto turístico cultural.

DEMANDA

Como las proyecciones obtenidas en el Estudio del Mercado Consumidor fueron de 456,000 personas aproximadamente, estas se dividieron en los lugares o actividades de preferencia por los turistas las cuales fueron:

Tabla 146: Demanda según actividades turísticas ofertadas

Actividad	Año 2020
Actividades culturales y tradicionales	36,206
Visita a Ríos y lagunas	63,605
Visita a Cascadas	64,584
Visita a parques acuáticos	46,970
Visita a parques	37,185
Visitar sus iglesias	24,464
Festivales gastronómicos	53,820
Festivales Deportivos	7,828
Realizar senderismo	29,356
Realizar agroturismo	17,614
Visitar los pueblos en sus fiestas patronales	30,335
Festividades religiosas	13,700
Conocer y comprar artesanías	30,335
TOTAL	456,000

Las actividades o lugares que se incluyen en el turismo de aventura y ecoturismo son:

Actividad	Año 2020
Visita a Ríos y lagunas	63,605
Visita a Cascadas	64,584
Realizar senderismo	29,356
TOTAL	157,545

ESTACIONALIDAD

Como se observó en el gráfico 1, donde se muestran las proyecciones de la demanda de la microrregión, se observaron aumentos de demanda principalmente en el mes de marzo

y en los meses de agosto y diciembre. Dichos meses están asociados a festividades y vacaciones (Semana Santa, vacaciones agostinas, fin de año e inicio de año) lo cual justifica el aumento de la demanda, porque existe más disponibilidad de tiempo para visitar un lugar turístico.

También se debe considerar baja demanda en los meses de enero, julio y septiembre, los cuales son los meses con más poca demanda respecto a otros.

NORMAS REGULADORAS

Las políticas vigentes que avala la Propuesta del producto turístico para la Microrregión Norte de Ahuachapán, está influenciada por las siguientes leyes, normas e instrumentos que a continuación se describen:

- **Ley de turismo.**

En El Salvador se cuenta con una ley de turismo, la cual entro en vigencia en el año 2006, y cuyo objetivo es fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados ya sea por personas naturales o jurídicas nacionales, así como extranjeras (Art. 1 de la Ley). La Ley de Turismo se basa en el Art. 101, inciso del I al IV de la Constitución de la República de El Salvador, los cuales reflejan el interés Nacional por estimular el desarrollo turístico a través de los recursos con los que cuenta el país considerando su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, que tienen gran potencial de desarrollo turístico.

- **Política Nacional de Turismo.**

La Política Nacional de Turismo de El Salvador, plantea un conjunto de lineamientos rectores que permiten aprovechar el potencial de la actividad turística, el objetivo de esta política es convertir a El Salvador en un destino turístico regional e internacional y estimular el turismo interno, apoyando el encadenamiento del sector con el resto de la economía.

CAPACIDAD

Para conocer la capacidad instalada de la propuesta del producto turístico de aventura y ecoturismo, se debe conocer todas las capacidades instaladas de los lugares involucrados en el producto turístico.

Para establecer la capacidad instalada de la propuesta del producto turístico de aventura y ecoturismo, para poder brindar un excelente servicio se debe tomar de la iniciativa que tiene menor capacidad instalada.

EVALUACIÓN DE LOS FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DE LA PROPUESTA

Para la evaluación de los factores determinantes del tamaño de la propuesta se realizó una priorización y selección de los factores más influyentes, para ello se ponderaron los factores determinantes del tamaño de la propuesta identificados y se establecieron calificaciones por medio de una evaluación de que tan importante era el factor y fueron establecidos por el equipo de trabajo, asignándole a cada factor una calificación según la percepción de los integrantes del equipo. Resultando que los factores más influyen con los que se determinará el tamaño de cada uno de los recursos turísticos que integra los recorridos de la ruta turística del producto turístico de aventura y ecoturismo es la Capacidad de carga y las normas reguladoras,

Para establecer el tamaño óptimo del producto, el factor a tomar en cuenta es la capacidad instalada y las normas reguladoras, se realiza el cálculo de la capacidad de carga que hace referencia al número máximo de visitantes que puede contener un recurso turístico; en otras palabras, la cantidad máxima de personas que pueden visitar un recurso y mantener a este en buenas condiciones.

DETERMINACION DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PROPUESTA.

Los cálculos de la capacidad se encuentran en anexos.

1.2.5. TAMAÑO ÓPTIMO DE LOS RECORRIDOS TURÍSTICOS PARA EL PRODUCTO TURISTICO DE AVENTURA Y ECOTURISMO.

Para conocer la capacidad instalada o tamaño óptimo para los recorridos turísticos del producto turístico de aventura y ecoturismo, se evaluará el tamaño de los recursos turísticos que lo integran, arrojando el tamaño óptimo de este producto para ofertar. Como se calculó previamente la capacidad de carga por recurso que incluye este producto, se tomara la CCE para los calculados, y para los otros la capacidad dada por los administradores, ya que este mantendría en buenas condiciones los recursos que componen cada recurso, como su infraestructura, su vegetación y su fauna, entre otros. A continuación, se muestra un cuadro resumen de las cargas.

Tabla 147: Capacidad de carga por recurso turístico.

RECURSO TURISTICO	TAMAÑO (VISITAS/DIA)
Asoles	15000
Salto de Malacatiupan	503
Parque Ecoturístico	168
Rio Grande	1547
Termales del paraiso.	1749

Para establecer la capacidad instalada o tamaño del producto y sus recorridos para que este brinde un servicio en condiciones óptimas para el turista se tomarán en cuenta el menor tamaño de los recursos turísticos que integran dicho Producto, en este caso Parque Ecoturístico que permite el acceso a 168 visitas/día.

CAPACIDAD DE CARGA DE LOS RECORRIDOS PARA LA RUTA DEL PRODUCTO TURISTICO DE AVENTURA Y ECOTURISMO

El producto puede ser visitado por: 168 visitas/día.

1.3. PROYECTO DE PAQUETE TURÍSTICO A LA MEDIDA.

INTRODUCCION

Un paquete a la medida, es aquel que está acorde al turista. Los paquetes turísticos confeccionados a la medida destacan últimamente entre las tendencias más populares a nivel mundial. Al realizar un paquete a la medida acorde a los intereses de los turistas hace que la ruta sea lo que ellos realmente quieren y desean, y sea que lo ofertado sea algo exclusivo.

OBJETIVO GENERAL

Aprovechar los recursos turísticos de la Microrregión Norte de Ahuachapán a través del diseño de un paquete turístico a la medida.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los recursos turísticos que formaran parte del paquete turístico a la medida y así poder establecer rutas turísticas.
- Definir itinerarios propuestos para el paquete turístico a la medida.
- Definir las ventajas y desventajas de la ruta comparándola con rutas turísticas existentes.
- Establecer el proceso de prestación de servicio con el fin de dejar plasmado el actuar que seguirá la organización turística.

ACTIVIDADES

Tabla 148. Actividades que contempla el proyecto de producto turístico cultural.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Identificar y evaluar los productos de turismo potencial.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir las ventajas y desventajas de la ruta por producto turístico comparándola con rutas turísticas existentes.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir el precio de la ruta turística del producto.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Establecer el proceso de prestación del producto.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir los requerimientos necesarios en los recursos.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Realizar los contactos necesarios con guías turísticos y policías de turismo y solicitar apoyo.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.

1.3.1. RUTAS TURÍSTICAS DE PAQUETE A LA MEDIDA

Para el diseño del paquete, se utilizarán los recursos turísticos de los tres productos turísticos, solo que el turista elegirá cuales desea combinar en su ruta. El turista podrá elegir la secuencia con la que desea visitarlos.

Para saber si el recurso está disponible a la hora que el turista desea visitarlo, el administrador deberá verificar si existe actualmente un grupo o existirá en el tiempo que los turistas quieran estar en dicho lugar.

Se debe hacer énfasis a los turistas que en época de invierno los recursos como Puente Viejo, Ausoles, Salto de Malacatiupan, son peligrosos debido a las fuertes corrientes de agua, y a las condiciones de tierra de los lugares, por ello no se recomienda su visita.

Alguna de las rutas propuestas combinando los recursos turísticos de diversos tipos son los siguientes:

COMBINACION TURISMO RURAL.

- **Recursos a visitar:** taller de replicas maya, taller de artesanías de lazo, plantaciones de loroco, jocote y hacienda san Antonio.

- **Actividades a realizar:**

Visita de talleres artesanales: la experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías en escenarios y con procedimientos autóctonos entre estos tendremos las réplicas maya y artesanía hechas a base de lazo.

Actividades de agroturismo: se visitarán los lugares donde se realizan actividades agropecuarias, donde la sociedad muestra y comparte técnicas agropecuarias; además se podrá observar el entorno natural en conservación.



Para la ruta propuesta se sugiere el siguiente itinerario.

HORA	ACTIVIDAD	MUNICIPIO	DESCRIPCION
7:45 am	Bienvenida a Turistas.	Atiquizaya	Se explicará al turista en que consiste la ruta y los lugares que incluye.
8:00a.m.	Desayuno en restaurante o comedor que prefiera el turista (se le dará recomendaciones)	Atiquizaya	Inicio de la ruta.
9:00a.m.	Salida hacia Hacienda San Antonio.	Atiquizaya	Salida hacia Hacienda San Antonio.
9:05 a.m.	Llegada a la Hacienda.	Atiquizaya	Visita del lugar y recorrido por este, conociendo los procesos agropecuarios de estos.
10:35 a.m.	Salida hacia San Lorenzo.	Atiquizaya	Salida hacia San Lorenzo.
10:55 a.m.	Degustacion de minutas.	San Lorenzo	Degustacion de minutas.
11:10 a.m.	Salida hacia el Plantaciones de Loroco y jocote	San Lorenzo	Salida hacia Plantaciones.
11:15 a.m	Visita a Plantaciones de Loroco y jocote.	San Lorenzo	Se explicará y conocerán el proceso de los cultivos. Recorrido por este.
12:30 p.m.	Salida hacia el lugar de almuerzo en San Lorenzo o Atiquizaya.	San Lorenzo, Atiquizaya.	Salida hacia local para almuerzo.
12:50 p.m.	Almuerzo	San Lorenzo, Atiquizaya.	Almuerzo.
14: 00 p.m.	Salida hacia Replicas maya.	Atiquizaya, San Lorenzo, El Refugio.	Salida hacia Replicas maya.
	Fin del recorrido.		

COMBINACION TURISMO NATURAL.

- **Recursos a visitar:** Taller de replicas maya y esculturas de madera, plantaciones de jocote y café, Salto de Malacatiupan.
- **Actividades a realizar:**

Visita de talleres artesanales: visita a taller de elaboración de artesanías maya y esculturas de madera, en escenarios y con procedimientos autóctonos.

Actividades de agroturismo: se visitarán los lugares donde se realizan actividades agropecuarias, donde la sociedad muestra y comparte técnicas agrícolas.



Para la ruta propuesta se sugiere el siguiente itinerario.

HORA	ACTIVIDAD	MUNICIPIO	DESCRIPCION
7:45 am	Bienvenida a Turistas.	Atiquizaya	Se explicara al turista en que consiste la ruta y los lugares que incluye.
8:00a.m.	Desayuno en restaurante o comedor que prefiera el turista (se le dará recomendaciones)	Atiquizaya	Inicio de la ruta.
9:00a.m.	Salida hacia Salto de Malacatiupan.	Atiquizaya	Salida hacia Salto de Malacatiupan.
9:20 a.m.	Llegada a Salto de Malacatiupan.	Atiquizaya	Visita del lugar y recorrido por este, conociendo sus paisajes.
10:35 a.m.	Salida hacia San Lorenzo.	Atiquizaya	Salida hacia San Lorenzo.
10:55 a.m.	Degustación de minutas.	San Lorenzo	Degustación de minutas.

11:10 a.m.	Salida hacia el Plantaciones de Loroco y jocote	San Lorenzo	Salida hacia Plantaciones.
11:15 a.m	Visita a Plantaciones de Loroco y jocote.	San Lorenzo	Se explicará y conocerán el proceso de los cultivos. Recorrido por este.
12:30 p.m.	Salida hacia el lugar de almuerzo en San Lorenzo o Atiquizaya.	San Lorenzo, Atiquizaya.	Salida hacia local para almuerzo.
12:50 p.m.	Almuerzo	San Lorenzo, Atiquizaya.	Almuerzo.
14: 00 p.m.	Salida hacia Esculturas de madera.	Turin.	Salida hacia Esculturas de madera.
14:15 p.m.	Visita Taller de esculturas	Turín.	Exposición del proceso de fabricación de esculturas de madera.
14:45 p.m	Salida hacia Artesanias Maya.	El Refugio, Atiquizaya, San Lorenzo.	Salida hacia Artesanias Maya.
	Visita a artesanías Maya.	El Refugio, Atiquizaya, San Lorenzo.	Exposición del proceso de fabricación de las artesanías maya.
	Fin del Recorrido		

COMBINACION TURISMO CULTURAL Y NATURAL.

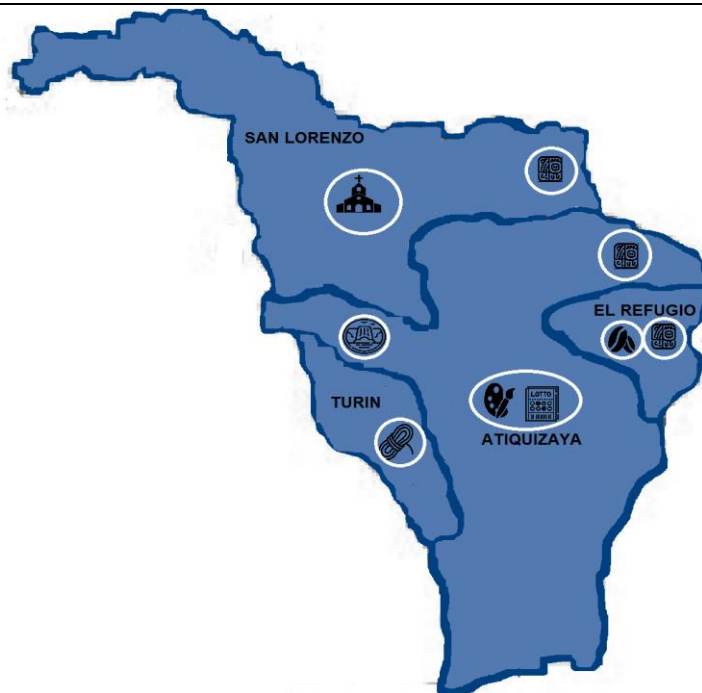
- **Recursos a visitar:** Taller de replicas maya y esculturas de lazo, plantaciones de café, Salto de Malacatiupan, murales culturales y lotería, y Parroquia de San Lorenzo.

- **Actividades a realizar:**

Visita de talleres artesanales: visita a taller de elaboración de artesanías maya y de lazo, en escenarios y con procedimientos autóctonos.

Actividades de agroturismo: se visitarán los lugares donde se realizan actividades agropecuarias como plantaciones de café, donde la sociedad muestra y comparte técnicas agrícolas para su producción.

Actividades culturales: se realizara visitas a murales culturales de Atiquizaya, se conocerá el famoso juego de la Lotería de Atiquizaya y se visitara la parroquia central de San Lorenzo.



Para la ruta propuesta se sugiere el siguiente itinerario.

HORA	ACTIVIDAD	MUNICIPIO	DESCRIPCION
7:45 am	Bienvenida a Turistas.	Atiquizaya	Se explicará al turista en que consiste la ruta y los lugares que incluye.
8:00a.m.	Desayuno en restaurante o comedor que prefiera el turista (se le dará recomendaciones)	Atiquizaya	Inicio de la ruta.
9:00a.m.	Salida hacia Salto de Malacatiupan.	Atiquizaya	Salida hacia Salto de Malacatiupan.
9:20 a.m.	Llegada a Salto de Malacatiupan.	Atiquizaya	Visita del lugar y recorrido por este, conociendo sus paisajes.
10:35 a.m.	Salida hacia San Lorenzo.	Atiquizaya	Salida hacia San Lorenzo.
10:55 a.m.	Degustacion de minutas.	San Lorenzo	Degustacion de minutas.
11:10 a.m.	Salida hacia Parroquia de San Lorenzo.	San Lorenzo	Salida hacia Plantaciones.
11:15 a.m	Visita a la Parroquia de San Lorenzo.	San Lorenzo	Se explicará y conocerán el proceso de los cultivos. Recorrido por este.

11:45 p.m.	Salida hacia el lugar de almuerzo en San Lorenzo o Atiquizaya.	San Lorenzo, Atiquizaya.	Salida hacia local para almuerzo.
11:55 p.m.	Almuerzo	San Lorenzo, Atiquizaya.	Almuerzo.
12:55 p.m.	Salida hacia Parque 5 de noviembre.	Atiquizaya.	Salida hacia Parque 5 de noviembre.
13:00 p.m.	Exposición de Lotería	Atiquizaya	Se explicará la historia del juego de la Lotería y el turista podrá jugar.
13:30 p.m.	Salida hacia murales.	Atiquizaya.	
13:32 p.m.	Visita a murales	Atiquizaya.	Los turistas podrán tomarse fotografía en los murales.
14:00 p.m.	Salida Hacia Taller artesanías de Lazo	Turín.	Salida Hacia Taller artesanías de Lazo
14:05 p.m.	Visita a Taller de artesanías de Lazo	Turín.	Exposición del proceso de fabricación de artesanías de lazo por el propietario.
14:35 p.m.	Salida hacia El Refugio.	Turín.	Salida hacia El Refugio.
15:05 p.m.	Refrigerio.	El Refugio.	El turista podrá degustar postre o alimentos en restaurante del municipio.
15:35 p.m.	Salida hacia Plantaciones de Café.	El Refugio.	Salida hacia Artesanías Maya.
15:40 p.m.	Recorrido por las plantaciones de café.	El Refugio.	Se explicará y conocerán el proceso de cultivo del café. Recorrido por este.
16:10 p.m.	Salida hacia Replicas maya.	Atiquizaya, San Lorenzo, El Refugio.	Salida hacia Replicas maya.
	Fin del recorrido.		

1.4. CAPACIDAD TURISTICA DE LA MICRORREGION.

CAPACIDAD DE CARGA DE LOS PRODUCTOS

Según los resultados obtenidos, el tamaño de los productos, según la capacidad de atención diaria, está limitada por el uso de la infraestructura de los recursos.

Se seleccionará como tamaño de los productos los siguientes: 440 visitas/día Producto Cultural, 420 personas al día en el Producto de Agro turístico, 168 visitas/día en el Producto Ecoturístico, debido a que es el valor de capacidad de carga efectiva del recurso con menos capacidad que incluye los recursos, en el cual, se preserva el ambiente natural y cultural de los recursos.

Con las actividades seleccionadas en el cálculo de la capacidad de carga, a continuación, se muestra la demanda por producto:

Mes	Tipo	2020	Demanda	2021	Demanda	2022	Demanda	2023	Demanda	2024	Demanda
Enero	Cultural	22800	8664	25536	9704	27579	10480	29509	11213	31870	12111
	Agroturismo		4788		5363		5792		6197		6693
	Aventura y eco.		9348		10470		11307		12099		13067
Febrero	Cultural	31920	12130	35750	13585	38610	14672	41313	15699	44618	16955
	Agroturismo		6703		7508		8108		8676		9370
	Aventura y eco.		13087		14658		15830		16938		18293
Marzo	Cultural	68400	25992	76608	29111	82737	31440	88528	33641	95610	36332
	Agroturismo		14364		16088		17375		18591		20078
	Aventura y eco.		28044		31409		33922		36296		39200
Abril	Cultural	38760	14729	43411	16496	46884	17816	50166	19063	54179	20588
	Agroturismo		8140		9116		9846		10535		11378
	Aventura y eco.		15892		17799		19222		20568		22213
Mayo	Cultural	34200	12996	38304	14556	41368	15720	44264	16820	47805	18166
	Agroturismo		7182		8044		8687		9295		10039
	Aventura y eco.		14022		15705		16961		18148		19600
Junio	Cultural	31920	12130	35750	13585	38610	14672	41313	15699	44618	16955
	Agroturismo		6703		7508		8108		8676		9370
	Aventura y eco.		13087		14658		15830		16938		18293
Julio	Cultural	27360	10397	30643	11644	33095	12576	35411	13456	38244	14533
	Agroturismo		5746		6435		6950		7436		8031
	Aventura y eco.		11218		12564		13569		14519		15680
Agosto	Cultural	59280	22526	66394	25230	71705	27248	76724	29155	82862	31488
	Agroturismo		12449		13943		15058		16112		17401
	Aventura y eco.		24305		27222		29399		31457		33973

Septiembre	Cultural	27360	10397	30643	11644	33095	12576	35411	13456	38244	14533
	Agroturismo		5746		6435		6950		7436		8031
	Aventura y eco.		11218		12564		13569		14519		15680
Octubre	Cultural	29640	11263	33197	12615	35853	13624	38362	14578	41431	15744
	Agroturismo		6224		6971		7529		8056		8701
	Aventura y eco.		12152		13611		14700		15728		16987
Noviembre	Cultural	34200	12996	38304	14556	41368	15720	44264	16820	47805	18166
	Agroturismo		7182		8044		8687		9295		10039
	Aventura y eco.		14022		15705		16961		18148		19600
Diciembre	Cultural	50160	19061	56179	21348	60674	23056	64921	24670	70114	26643
	Agroturismo		10534		11798		12742		13633		14724
	Aventura y eco.		20566		23033		24876		26618		28747
TOTAL		456000		510720		551578		590188		637403	

Como se observa la demanda sobrepasa la capacidad de los recursos, dicho tamaño seleccionado no cubre la demanda total en los meses de temporada alta, por lo cual, en esas fechas se deberá tener un mayor control de las entradas a fin de no saturar los recursos y crear molestias a los visitantes y al ambiente.

CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION.

Como se mencionó en la etapa de diagnóstico la microrregión tiene 5 locales que brindan servicio de alojamiento, las cuales en total tienen la capacidad de alojar a 106 personas al día, 3180 al mes. Tomando como base las proyecciones de la demanda, y basándonos en los resultados de las encuestas realizadas en la etapa anterior, solo el 33% de las personas realizan turismo por más de un día, obteniendo así una demanda de alojamiento de:

Tabla 149: Demanda por mes para el 2020

Mes	Demanda para el 2020	Demanda de alojamiento
Enero	22,800	7524
Febrero	31,920	10534
Marzo	68,400	22572
Abril	38,760	12791
Mayo	34,200	11286
Junio	31,920	10534
Julio	27,360	9029
Agosto	59,280	19562
Septiembre	27,360	9029

Octubre	29,640	9781
Noviembre	34,200	11286
Diciembre	50,160	16553
Total	456,000	150480

Como se observa no se cubre la demanda de turistas, por lo que se debe buscar inversión privada para apertura nuevos servicios de alojamiento, incentivar a los empresarios y darles a conocer las oportunidades de desarrollo que tendría la microrregión.

En alimentación se poseen 44 locales donde se brinda servicio de alimentación, lo cual nos da una capacidad para brindar servicios de alimentación a unas 3000 personas diarias, lo cual lograría cubrir la demanda de turistas en la microrregión. Como se observa para el año 2020, el mes con mayor demanda es marzo con 68,400 personas, y como microrregión se pueden atender hasta 84000 personas.

1.5. PRECIO PARA LAS RUTAS DE PRODUCTOS TURISTICOS.

A continuación, se desarrolla una propuesta de precio, en base a variables del mercado, sin embargo, en la etapa económica, se propondrá una propuesta final, considerando los costos en que incurre la propuesta del plan de desarrollo. Para definir la propuesta de precio según variables del mercado para las rutas de los productos turísticos, se tomaron en cuenta el siguiente criterio del mercado actual:

- En el mercado existen fuertes competidores, con una demanda turística alta

Existen claros competidores superiores y ya posicionados con una demanda turística alta en todo el país.

- Existen tours operadores, que ofrecen viajes a destinos turísticos de la microrregión.
- Existen guías locales en el municipio de Atiquizaya.

En la tabla siguiente se presentan los precios de paquetes turísticos que ofrecen algunos tours operadores, que incluye la Ruta de las Flores y destinos del Municipio de Atiquizaya y San Lorenzo:

Tabla 150: precio de tour operadores en paquetes.

LUGAR	DESCRIPCION	PRECIO
<ul style="list-style-type: none"> • Cascadas de Malacatiupan • Laberinto Albania Concepción de Ataco Salcoatitan 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte A/c • Guía turístico • Tour por la zona 	\$15.00.

<ul style="list-style-type: none"> • Lago de Coatepeque • Salto de Malacatiupan 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte Cómodo, Aire Acondicionado. • Estadía durante la Mañana en Salto Malacatiupan, Aguas Termales, en Atiquizaya. • Desayuno en Atiquizaya, (No incluido) • Visita Lago de Coatepeque. • Almuerzo restaurante 8ª Maravilla Lago.(No incluido) • Coordinador de Grupo. Asistencia. 	<p>\$19.00 sin almuerzo y desayuno.</p>
<p>Salto de Malacatiupan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Snack ecológico a la salida • Guía turístico • Caminata nivel básico 5.5 kms 	<p>\$20.00 gastos extras colaboración policía y guías locales \$3.00</p>
<ul style="list-style-type: none"> • El salto de Malacatiupan. • Hacienda San Antonio. • Lotería de Atiquizaya. 	<ul style="list-style-type: none"> • . Transporte con A/C • Guía • Desayuno (pupusas) • Visita al salto de Malacatiupan • Visita a Hacienda San Antonio • Almuerzo (pollo o tilapia. Carne \$1 adicional) • Tour de las vacas • Degustación de nuégados (1p/p) • Juego de lotería 	<p>Adultos \$36.00 Niños 3-11 años \$32.00</p>
<ul style="list-style-type: none"> • El Salto de Malacatiupan. • Ruta de las Flores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte con Aire Acondicionado • Coordinador de Grupo • Visita a Salto de Malacatiupan • Visita a Laberinto de Albania • Visita a Ataco • Visita a Salcoatitan 	<p>\$15.00 gastos extra alimentacion y entrada al laberinto.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Salto de Malacatiupan y Ataco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte en Vehiculos de Lujo con Aire Acondicionados • Asientos de Butacas Reclinables T.V y Musica • Caminata Hasta Salto de Malacatiupan • Guias Asistidos • Guias en el Tours para el Salto • Mucha Seguridad Profesional en tu Caminata • Tours por el Bello Pueblo de ATACO (CASCO URBANO) 	<p>\$17.00 gastos extra: alimentacion, pago de Guia en la Caminata y Seguridad \$ 2.00 P/P</p>

Para establecer el precio de las rutas de los productos se tomó en cuenta:

- Ofertar rutas turísticas con precio similar al precio de los competidores, tomando en cuenta lo que se incluye y dentro del valor que los segmentos de mercado turístico le perciben.
- El precio será acorde al valor medio del mercado y con el que el comprador crea que sea el adecuado.

Según lo anterior, se realiza las siguientes propuestas de para la ruta de los 3 productos turísticos, teniendo en cuenta a las personas que llegan con vehículo propio, y a los que se le dará transporte.

Tabla 151: Precio sugerido en productos.

PRODUCTO	PROPUESTA	PRECIO
Cultural. Aventura y Naturaleza. Agroturística. Paquete a la medida.	Precio 1: La ruta por cada producto turístico está diseñado para brindar servicios turísticos a turistas nacionales, constituidos principalmente por grupos familiares, cuyos ingresos promedio mensuales son mayores a \$500.00. Se propone un precio de \$8.00 para las rutas dirigidos a los turistas nacionales y extranjeros. Ya que solo incluirá transporte hacia los destinos, guía turístico y seguridad, dado que esta permite mayor flexibilidad al realizarle ajustes.	\$8.00
Cultural. Aventura y Naturaleza. Agroturística. Paquete a la medida.	Precio 2: Para las personas que solo necesitaran guía local y seguridad para su recorrido, ya que estas poseen su propio transporte, se propone un precio de \$3.00 para las rutas dirigidas a los turistas nacionales y extranjeros.	\$3.00

1.6. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA UBICACIÓN DE LOS PRODUCTOS.

Para identificar cuáles son los beneficios y desventajas, de la ubicación geográfica de los productos turísticos diseñados para la microrregión, se realizará una comparación en función de la ubicación de la competencia para destacar las ventajas y desventajas del lugar de ubicación de estos. Se comenzará describiendo la ubicación geográfica de los municipios donde se ubican los productos y posteriormente se comparará diversos factores con rutas turísticas posicionadas como la Ruta de Las Flores y la Ruta Fresca.

1.6.1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS.

Se realiza un análisis territorial representando la situación geográfica, por medio de la descripción y caracterización de los aspectos geográficos propios que distinguen a la localidad de cada uno de los municipios que integran la Microrregión Norte de Ahuachapán.

SAN LORENZO



Ubicación: San Lorenzo es uno de los 12 municipios de Ahuachapán. Limita al norte: por la República de Guatemala, al Este por Chalchuapa y Atiquizaya; al Sur por Atiquizaya y al oeste por Ahuachapán.

Dimensiones: San Lorenzo posee una superficie territorial de 11.01 km²; se encuentra a 770 msnm.

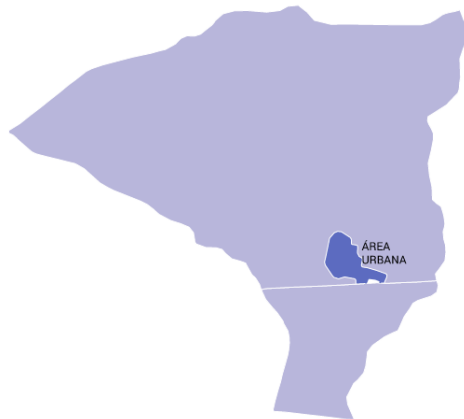
ATIQUIZAYA



Ubicación: Atiquizaya es uno de los 12 municipios de Ahuachapán. Limita al norte con San Lorenzo y Chalchuapa (este último del departamento de Santa Ana); al este con El Refugio y Chalchuapa; al sur con Juayúa (departamento de Sonsonate) y al sur con Ahuachapán, Turín y San Lorenzo.

Dimensiones: Atiquizaya posee una superficie territorial de 66.64 km²; se encuentra a 599 msnm.

EL REFUGIO



Ubicación: El Refugio, es uno de los 12 municipios de Ahuachapán. Limita al norte y sureste con la ciudad de Atiquizaya y al oeste con el departamento de Sonsonate

Dimensiones: El Refugio posee una superficie territorial de 66.64 km²; se encuentra a 599 msnm.

TURIN



Ubicación: Turín, es uno de los 12 municipios de Ahuachapán. Limita al noreste y sur por Atiquizaya y al oeste con la ciudad de Ahuachapán

Dimensiones: Turín, posee una superficie territorial de 21.7 km²; se encuentra a 630 msnm.

1.6.2. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA MICRORREGION CON RUTAS TURISTICAS.

Para sustentar la Ubicación de los productos turísticos, se estudiarán y analizarán diferentes factores, los cuales posteriormente serán evaluados para evidenciar las ventajas y desventajas de la microrregión con respecto a la competencia. Los factores a tomar en cuenta son:



A continuación, se detallan cada uno de estos:

- **Localización del mercado de consumo.**

Sin duda alguna el mercado de consumo ejerce gran influencia en la localización del producto, ya que la distancia por recorrer por cliente hacia su destino turístico genera costos de transporte que se suman al presupuesto de actividades turísticas a realizar.

El mercado de consumo para los productos turísticos a ofertar por la Microrregión Norte de Ahuachapán, son todos los turistas que deseen conocer la cultura y tradiciones de nuestro país, a través de la realización del diagnóstico se determinó a partir de la investigación de mercado que los principales consumidores son los turistas nacionales que principalmente residen en la zona oriental y de los departamentos de La Libertad y San Salvador.

Del mercado consumidor se obtuvo la localización de los consumidores nacionales, evidenciando que la mayoría de los turistas interesados en el turismo cultural se encuentran el San Salvador, La Libertad, Sonsonate y Santa Ana.

Con respecto a turistas internacionales, principalmente aquellos que entran a El Salvador por vía terrestre, se tiene una gran ventaja como Microrregión, ya que en Ahuachapán se poseen dos fronteras por las que ingresan turistas a El Salvador, pero la más cercana a la microrregión es La Chinama, en la cual según el informe estadístico del año 2017, del 100% de turistas que entran a El Salvador vía terrestre el 32% entra por las Chinamas, lo que representa una ventaja para la microrregión ya que la ruta turística propuesta le quedaría a menos de 35 minutos a los turistas.

- **Facilidades de transporte**

La ciudad de Atiquizaya, El Refugio y Turín establece comunicación, por carretera pavimentada por la carretera RN13. La carretera RN-13 que es la principal vía de comunicación terrestre de la zona, conecta con los polos urbanos de primer orden de la sub región y distribuye el tránsito vehicular de oriente a poniente hasta la frontera de Las Chinamas. Atiquizaya conecta con San Lorenzo por medio de una carretera pavimentada AHU 11N y que se encuentra en buen estado.

Algunos recursos turísticos pertenecientes a algunos municipios están conectados con el casco urbano por medio de caminos de tierra.

SERVICIO DE TRANSPORTE

El transporte hacia cada uno de los municipios se puede realizar a través del transporte público tomando la ruta de buses 202 en Terminal de Occidente, la cual conduciría a los municipios de Turín, Atiquizaya y El Refugio. También existen rutas desde Santa Ana que llegan a San Lorenzo y Atiquizaya, que pueden tomarse en la Terminal Municipal Francisco Lara Pineda como la 277 y la 210

Las rutas que conducen hacia los municipios de la microrregión son:

- Servicio de transporte RUTA 277- Parada de buses en 6ta calle oriente, conduce de San Lorenzo a Santa Ana y hace una escala en Atiquizaya.
- Servicio de transporte RUTA 210- Parada de buses ubicada en el parque San Juan sobre la 1ra avenida norte, conduce de Ahuachapán hasta Santa Ana, y hace escala en Atiquizaya.
- Servicio de transporte RUTA 202- Parada de buses ubicada en el parque San Juan sobre la 1ra avenida norte, conduce de Ahuachapán hacia San Salvador y hace escala en Atiquizaya. Esta ruta pasa por Turín y El Refugio.
- Servicio de transporte RUTA 214- Parada de buses ubicada en el parque San Juan sobre la 3ra calle poniente, conduce de Atiquizaya hasta Santa Ana.
- Servicio de transporte, MOTO TAXI, existen Moto taxi en los Municipio de Atiquizaya y realizan viajes a zonas aledañas.

A todos los municipios que integran la Microrregión, se puede acceder a través de vehículo particular.

- **Servicios públicos diversos**

Los municipios de la Microrregión, poseen equipamiento social a través de diversas Instituciones y Entidades, los cuales están ubicados en el área urbana del municipio, entre ellos se tienen principalmente las sedes de las direcciones del Estado, como son, la Unidad de Salud, instituciones educativas, cancha municipal, iglesias, Juzgado de Paz, Casa Comunal, Casa de la Cultura y Policía Nacional Civil.

Los municipios que integran la Microrregión Norte de Ahuachapán, poseen los siguientes servicios públicos diversos, algunos de ellos se mencionaron en el inventario de la planta turística:

Servicios de apoyo y complementarios: La mayoría de los municipios de la Microrregión poseen diversos servicios de apoyo como: Unidad de Salud, instituciones educativas, canchas municipales, iglesias, Juzgado de Paz, Casa Comunal, Casa de la Cultura y Policía Nacional Civil.

- ❖ **Unidad de Salud:** Los municipios cuentan, por medio del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, con una Unidad de Salud, en la que presta atención

médica en áreas de medicina general, en Atiquizaya se cuenta con dos, Turín y El Refugio con una y San Lorenzo solo cuenta con un Eco Familiar.

- ❖ **Puestos Policiales:** Los municipios cuentan con delegación Policial en la Zona Urbana.
- ❖ **Educación:** Los municipios cuentan con instituciones públicas y privadas que brindan educación básica y bachillerato en los municipios, cabe mencionar que en ninguno de los municipios se cuenta con instituciones para realizar estudios de nivel superior lo que provoca que las personas que deseen estudios universitarios deban viajar fuera de los municipios.
- ❖ **Red telefónica:** en los cuatro municipios se cuenta con red de telefonía inalámbrica de las compañías como Claro, Movistar, Digicel y Tigo.
- ❖ **Desechos sólidos:** en los cuatro municipios con servicio de recolección de desechos por parte de cada una de las alcaldías, las cuales poseen un horario establecido para que el tren de aseo pueda dar cobertura a todas las zonas urbanas y rurales de los municipios. Además, en el municipio de Atiquizaya se cuenta con un relleno sanitario que contribuye a disminuir los impactos negativos en el medio ambiente y aumentar la oferta de sitios para la disposición final de los desechos sólidos, este relleno beneficia a las personas que habitan los municipios de Atiquizaya, Candelaria de La Frontera, El Refugio, San Lorenzo y Ataco.

- **Actitud de la comunidad**

Para la mayoría de familias de los municipios la Microrregión, la principal fuente económica está constituida por actividades agrícolas y comercios locales, al impulsar el turismo en los municipios de la microrregión, los comercios locales se verían beneficiados por el incremento de turistas en las zonas urbanas, es por ello que la mayoría de la población muestra una actitud positiva ante el ingreso de turistas a cada uno de los municipios ya que estos llegan a mover y activar la economía local.

Las municipalidades y las comunidades de estas, son conscientes de que al promover el turismo en los municipios con nuevos productos turísticos que involucren a diversos recursos, ayudara a promover el turismo a nivel microrregiones y atraerá más turistas, lo que beneficiaría y orientaría a el desarrollo y beneficio de los municipios y particularmente de sus comunidades, a fin de contribuir a mejorar sus condiciones y calidad de vida.

- **Disponibilidad y características del personal operativo**

El turismo en la Microrregión Norte de Ahuachapán, se ha venido desarrollando por personas de las comunidades de los municipios que lo integran, para el desarrollo y promoción de los productos turísticos, la mano de obra que se ocupe para desarrollarlos debe venir de las comunidades debido a que son estos quienes mejor conocen la historia, costumbres, tradiciones, recursos y demás elementos importantes para el turista. Sin embargo, la mayoría de las personas de las comunidades no posee una preparación adecuada para dar el servicio idóneo a los turistas, pero existen muchos jóvenes y adultos dispuestos a prepararse en el ámbito turístico, ya que ven la oportunidad que esta les trae a las comunidades en cuanto al desarrollo económico y social. Lo cual nos indica que existe disponibilidad de la comunidad local en prepararse para ofrecer un mejor servicio turístico, y además apoyo de las municipalidades como Atiquizaya que forma constantemente guías turísticos, para prestar sus servicios en favor de impulsar el turismo microrregiones, por

ende, no se tendría problema por el reclutamiento de recurso humano, ya que se cuenta con el suficiente para adaptarse a la demanda que presenten el producto turístico y sus recorridos turísticos.

- **Disponibilidad y costo de energía eléctrica y combustibles.**

Esta zona recibe servicio de energía eléctrica a través la compañía CLESA como se observa en el siguiente mapa:



Ilustración 123: Mapa de El Salvador con empresas de Energía eléctrica
Fuente: página web de AES El Salvador.

El servicio de energía eléctrica cuenta con una cobertura de un 90% de la población urbana y un 80% de la población rural.

- **Combustible**

De los municipios que integran la Microrregión, Solo Atiquizaya y Turín poseen acceso a estaciones de servicio de gasolina, las cuales en total son 2, y se mencionan en el Inventario de la planta turística en la CATEGORÍA: SERVICIOS DE APOYO, presentado en la etapa de Diagnostico.

El precio actual de referencia del combustible para la gasolina especial se encuentra en promedio en \$3.28, la gasolina regular se encuentra en promedio en \$3.07 y el Diésel en \$ 2.93, esto es importante, ya que entre más distante está el destino turístico, mayor es el recorrido y el gasto de combustible.

- **Fuentes de suministro de agua**

En los municipios de la microrregión existen los servicios de agua potable y residual para la mayoría de las comunidades. En la Microrregión Norte de Ahuachapán, la empresa que distribuye agua a la mayoría de los cantones de los municipios que la conforman es la

Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados (ANANDA), cabe recalcar que en algunos municipios como la zona central de Atiquizaya, el servicio es irregular, lo que hace que los servicios como alimentación y servicios sanitarios que en esta zona existen, tomen medidas preventivas a la falta de agua que regularmente se da, a pesar de que es un municipio con 28 nacimientos de agua.

Es de mencionar que cerca del 90% de las familias de la zona rural de los municipios de la microrregión tiene agua potable, y un 95% en la zona urbana. Lo que hace que los servicios complementarios como alimentación, alojamiento, entre otros puedan prestar sus servicios con regularidad.

En los municipios como San Lorenzo, Turín y El Refugio, las instalaciones poseen servicio de agua potable de forma continua durante la mayoría del día, lo cual permite la prestación de los servicios de forma óptima y de igual manera permite mantener limpias las instalaciones y a la disposición el uso de baños sanitarios. Solo en Atiquizaya se posee un servicio irregular de agua, lo cual provoca que algunos servicios no se presten de forma óptima y estos tengan que usar métodos alternativos para tener agua potable en sus negocios.

De igual manera Atiquizaya poseen servicios sanitarios a disposición de los turistas y lavamanos con sus respectivos suministros de agua. En los municipios de Turín, San Lorenzo y El Refugio, no se poseen baños públicos para los turistas, solo el de las Alcaldías.

- **Facilidades ambientales.**

Las condiciones ambientales promedio de los municipios que integran la Microrregión, se describen a continuación:

Atiquizaya, posee un clima húmedo, pero en algunos meses es caliente. La temperatura oscila entre 22 y 28 grados centígrados en promedio. Lo que hace fácil realizar turismo en diversas horas del día.

San Lorenzo tiene un clima caluroso, lo que hace fácil el desarrollo de los productos agrícolas principales como el Loroco y el jocote, lo que ayuda a promover el turismo en el municipio.

En Turín y El refugio el clima es cálido, lo que hace que el café sea cultivable en El Refugio y que el clima en el municipio de Turín sea propicio para el turismo.

- **Disposiciones legales, fiscales o políticas económicas.**

Los municipios que componen la microrregión norte de Ahuachapán, están subordinados a una alcaldía la cual ordena y organiza la vida civil y política de este territorio a su vez está regido por un alcalde y su consejo, este decreta políticas las cuales se conocen como ordenanzas, que norman o disponen del uso del suelo y de otras actividades comerciales, habitacionales, turísticas, limpieza, etc. Las disposiciones legales que dan base a estas disposiciones, es el código municipal.

- **Costo del local o terreno.**

Para la prestación de los diferentes productos turísticos que ofertara la Microrregión, se utilizan espacios públicos municipales e instalaciones privadas como son la Hacienda San Antonio, Jícaro, Termales del Paraíso y Talleres artesanales, entre otros.

Así también se debe adquirir local para los puestos informativos en los municipios y el local para artesanías, los cuales deben estar cerca de los parques centrales de las municipalidades.

- **Accesibilidad a instalaciones.**

La accesibilidad para cada uno de los recursos que conforman los productos turísticos que ofertara la microrregión, son aceptables en épocas de verano y se puede acceder a la mayoría de ellos a través del uso de cualquier medio de transporte o en caminatas, los caminos que conducen a la mayoría de los recursos son de tierra o están pavimentadas, por lo cual no generan ningún tipo de inconveniente para la ubicación de los turistas a la hora que estos adquieran los paquetes en época de verano.

En invierno es más difícil acceder a ciertos recursos debido a la cantidad de agua que cae sobre los caminos y al poco mantenimiento que se les da.

- **Particularidades de la ubicación.**

La Microrregión tiene algunas características que lo hacen más beneficioso como lo es la cantidad de recursos culturales que poseen los municipios que la integran, los cuales hacen que las prestaciones de algunos servicios sean únicas, como son la visita a los talleres de artesanías, El Puente Viejo el cual posee en sus cercanías un encuentro de dos ríos de agua fría y caliente, lo cual no se encuentra en cualquier lado.

Así mismo la microrregión posee la única cascada de aguas termales a nivel nacional.

- **Servicios básicos complementarios.**

Con respecto a los servicios básicos complementarios que existen en los municipios que integran la microrregión, se posee servicio de cobertura de todas las redes de las compañías telefónicas como son Claro, Tigo, Digicel y Movistar. Los municipios cuentan con servicio de alcantarillado sanitario, servicio de evacuación de aguas lluvias y la municipalidad de Atiquizaya posee un relleno sanitario para desechos sólidos, lo cual genera que el ambiente a nivel local sea limpio y ordenado, brindado mayor comodidad para los turistas que lo visitan y deseen disfrutar de los productos turísticos a ofertar.

En cuanto a servicios de Alojamiento, la microrregión solo cuenta con 5 servicios de alojamiento. La mayoría de los servicios de alimentación se encuentra ubicados en Atiquizaya.

A través del diagnóstico y el análisis de los factores anteriores se pueden identificar las ventajas y desventajas de la ubicación de cada uno de los productos turísticos que integran los recorridos turísticos ofertados por la Microrregión Norte de Ahuachapán.

1.6.3. EVALUACIÓN DE LOS FACTORES DETERMINANTES DE LA DE LA PROPUESTA VS LA COMPETENCIA

La evaluación de los factores será realizada a través de la utilización 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 de la localización del Producto turístico.

Es válido destacar que la presente evaluación es únicamente para mostrar las ventajas y desventajas de la localización de la propuesta frente a la competencia y no evaluación dirigida al cambio de la ubicación actual, todo esto debido a la naturaleza de la propuesta.

ANÁLISIS DE INCIDENCIA POR CADA FACTOR:

Con el objeto de comparar nuestro producto turístico con la competencia, se desea comparar los factores más relevantes por ello se efectuará una valoración de relevancia a cada uno de ellos, asignándoles una puntuación de 10, 5, 2; donde 2 significa nivel de relevancia baja, 5 nivel de relevancia medio y 10 nivel de relevancia alto.

Tabla 152. Evaluación de factores comparativos de la ubicación.

FACTOR	PONDERACION	RELEVANCIA	DESCRIPCION
Localización del mercado de consumo.	10	ALTO	La ubicación del mercado de consumo es relevante para el turismo en un destino, ya que este debe ser accesible a este, ya que este busca destinos turísticos que no estén lejos de su lugar de residencia.
Facilidades de transporte	10	ALTO	Es importante que existan medios de transporte que lleven al turista hacia el destino turístico, y que haga que este se desplace fácilmente desde su lugar de destino. Además, es importante la accesibilidad, es decir que las calles se encuentren en buen estado y no dificulte la llegada hacia el destino.
Servicios públicos diversos	10	ALTO	Que los municipios posean servicios públicos diversos como unidades de salud, servicios sanitarios, etc., en algunos casos es relevante para los turistas.
Actitud de la comunidad	10	ALTO	La comunidad debe estar de acuerdo con los proyectos que se vayan a desarrollar en los municipios, ya que su apoyo es importante para el éxito de estos. Ya que son ellos los que conocen más las tradiciones y cultura de los municipios, es importante darle a conocer que al promover el turismo por medio de productos turísticos beneficiaría a las comunidades y sus habitantes por lo que la llegada de turistas y visitantes abonaría a dinamizar la economía local.
Disponibilidad y características de la mano de obra	10	ALTO	El personal operativo que necesitaría las municipalidades para la prestación de servicios del producto turístico debe tener

			como característica principal ser originario de los municipios que integran a la microrregión y estar dispuesto a recibir capacitaciones para brindar un mejor servicio a los turistas.
Disponibilidad y costo de energía eléctrica y combustible	5	MEDIO	El uso de energía eléctrica para la prestación de los productos turísticos que integran los recorridos es casi irrelevante ya que la mayoría de los recursos se encuentra al aire libre. La disponibilidad de combustible si posee mayor relevancia para el turista ya que debe abastecer al medio de transporte utilizado para desplazarse hacia el destino turístico.
Fuentes de suministro de agua	10	ALTO	El agua es un suministro utilizado para prestar algunos productos turísticos como son los parques acuáticos como Aguijuyo, Jícaro y Termales del paraíso, además de los servicios alimentarios, de igual forma es utilizada para la limpieza de las localizaciones por lo cual se considera de relevancia alto dicho factor para la macro localización.
Facilidades ambientales	2	BAJO	Las facilidades ambientales que tenga el destino turístico para algunos turistas es importante ya que unos prefieren un clima fresco y con bastante vegetación, y otros un clima más cálido.
Disposiciones legales, fiscales o de política económica.	2	BAJO	Las normativas municipales no limitan el desarrollo del producto turístico.
Costo del Local y terreno	10	ALTO	El costo del terreno es relevante la ubicación de los servicios y recursos turísticos, ya que este tiene que ser accesible a los recursos con los que se cuenta.
Accesibilidades de la ubicación.	10	ALTO	La accesibilidad hacia los productos turísticos es relevante para el turismo en un destino, ya que los recursos deben ser accesible a este, ya que el turista

			busca destinos turísticos que sean fáciles para acceder.
Particularidades de la ubicación.	10	ALTO	Los turistas se inclinan más por destinos turísticos que poseen características que lo destacan y lo hacen único.
Servicios básicos complementarios	10	ALTO	Que los municipios posean servicios complementarios diversos como alojamientos, restaurantes, etc. en algunos casos en relevante para los turistas.

A través del análisis de la relevancia de los factores a comparar, se han ponderado y clasificado factores de nivel de relevancia alta, los cuales serán utilizados para determinar las ventajas y desventajas de la macro localización actual, así como también la justificación de la formación estratégica del recorrido turístico para la Ruta del Producto Turístico, comparados con la competencia, dichos factores se presentan a continuación:

- Localización del mercado de consumo.
- Facilidades de transporte.
- Servicios públicos diversos
- Actitud de la comunidad
- Disponibilidad y características de la mano de obra.
- Fuentes de suministros de agua.
- Servicios complementarios básicos.
- Particularidades de la ubicación.
- Accesibilidad de la ubicación.
- Costo del local y terreno.

PONDERACION DE FACTORES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La definición de la ponderación para los factores y de criterios se establece en consenso con el equipo formulador ajustándose a la naturaleza de la propuesta que se realiza, su ponderación se establece en base al grado de impacto negativo que generaría sino se cuenta con ello para brindar los servicios.

Tabla 154. Ponderación de factores de evaluación.

FACTOR	DESCRIPCION.	PONDERACION
Localización del mercado de consumo.	La ubicación del destino turístico es relevante para el turista, ya que este debe ser accesible a este y algunos prefieren que este no esté tan lejos de su lugar de residencia.	12
Facilidades de transporte	Que existan medios de transporte que lleven al turista hacia el destino turístico es importante, y que haga que este se desplace fácilmente desde su lugar de destino.	12
Servicios públicos diversos	Que los municipios posean servicios públicos diversos como unidades de salud, servicios sanitarios, etc., en algunos casos en relevante para los turistas.	8
Actitud de la comunidad	La actitud de la comunidad de los municipios de la microrregión, es aceptable por lo cual se considera de alta relevancia para la determinación de la localización, ya que son ellos los que conviven con el turista cuando estos llegan a los destinos.	8
Disponibilidad y características de la mano de obra	El personal operativo que necesitaría las municipalidades para la prestación de servicios del producto turístico debe tener como característica principal ser originario de los municipios que integran a la microrregión, ya que estos convivirán con los turistas y podrán transmitir sus tradiciones y costumbres.	8
Fuentes de suministro de agua	El agua es un suministro utilizado para prestar algunos servicios, de igual forma es utilizado para la limpieza de las localizaciones por lo cual se considera de relevancia para la macro localización.	8
Costo del Local y terreno	El costo del terreno es relevante la ubicación de los servicios y recursos turísticos, ya que este tiene que ser	12

	accesible a los recursos con los que se cuenta.	
Accesibilidades de la ubicación.	La accesibilidad hacia los productos turísticos es relevante para el turismo en un destino.	12
Particularidades de la ubicación.	Los turistas se inclinan más por destinos turísticos que poseen características que lo destacan y lo hacen único.	10
Servicios básicos complementarios	Que los municipios posean servicios complementarios diversos como alojamientos, restaurantes, etc. en es relevante para los turistas.	10

A continuación, se presenta cada uno de los factores con las respectivas escalas de calificaciones de acuerdo a los criterios.

Tabla 155. Calificación de los criterios de evaluación.

FACTOR	CRITERIO	CALIFICACION
Localización del mercado de consumo.	Distancia mayor a 100 Km de San Salvador.	4
	Distancia entre 50 y 100 Km de San Salvador.	6
	Distancia a menos de 50 Km de San Salvador	10
Facilidades de transporte	No existe transporte público para llegar al destino	4
	Transporte público con flujo mayor a media hora entre unidad.	6
	Transporte público con flujo menor a media hora entre unidad.	10
Servicios públicos diversos	No existen servicios públicos diversos	4
	Existen algunos servicios públicos diversos.	6
	Existen servicios públicos diversos completos.	10
Actitud de la comunidad	La Comunidad no está de acuerdo con el producto, y este no se beneficia en ningún aspecto.	4
	La Comunidad está parcialmente conforme con el producto y recibe ciertos beneficios.	6
	La Comunidad apoya el desarrollo del producto turístico y se ve beneficiada en gran medida.	10

Disponibilidad y características de la mano de obra	No existe personal operativo local con las características requeridas	4
	Poca disponibilidad del personal operativo local con las características requeridas.	6
	Alta disponibilidad del personal operativo local con las características requeridas.	10
Fuentes de suministro de agua	No hay servicio de agua potable.	4
	Hay servicio escaso de agua potable.	6
	Hay servicio ininterrumpido de agua potable.	10
Costo del Local y terreno	El costo del terreno es elevado, no se puede costear.	4
	El terreno tiene un precio bajo, y se puede costear.	6
	Las municipalidades son dueña se la mayoría de los recursos.	10
Accesibilidades de la ubicación.	Los caminos que conducen a los destinos están en buen estado.	10
	Los caminos que conducen a los destinos están en un estado medio.	6
	Los caminos que conducen a los destinos se encuentran en malas condiciones.	4
Particularidades de la ubicación.	El destino posee características únicas.	10
	El destino posee características que se encuentran en pocos lugares.	6
	No posee ninguna característica que lo haga único.	4
Servicios básicos complementarios	No existen servicios básicos diversos	4
	Existen algunos servicios básicos complementarios.	6
	Existen suficientes servicios básicos complementarios.	10

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; con esta evaluación posteriormente se hará una comparación y se detallaran las ventajas y desventajas de la ubicación de los productos diseñados.

Los municipios a evaluar son los municipios que integran la microrregión y las Rutas Turísticas competidoras las cuales son resultado del estudio del mercado competidor, dichas Rutas Turísticas son: Ruta de las Flores y Ruta fresca.

Tabla 156. Evaluación.

MUNICIPIO	PESO	FACTORES										TOTAL
		Localización del mercado de consumo.	Facilidades de transporte	Servicios públicos diversos	Actitud de la comunidad	Disponibilidad y características de la mano de obra	Fuentes de suministro de agua	Costo del Local y terreno	Accesibilidades de la ubicación	Particularidades de la ubicación.	Servicios básicos complementarios	
		12	12	8	8	8	8	12	12	10	10	
ATIQUIZA YA	NOTA	6	10	10	10	10	6	6	6	10	10	8.24
	SUBTOTAL	0.72	1.2	0.8	0.8	0.8	0.48	0.72	0.72	1.0	1.0	
SAN LORENZO	NOTA	6	6	6	10	6	6	6	6	10	6	6.24
	SUBTOTAL	0.72	0.72	0.48	0.8	0.48	0.48	0.72	0.72	1.0	0.6	
TURIN	NOTA	6	10	6	6	6	10	6	6	8	8	7.2
	SUBTOTAL	0.72	1.2	0.48	0.48	0.48	0.8	0.72	0.72	0.8	0.8	
EL REFUGIO	NOTA	6	6	6	6	6	10	6	6	8	6	6.72
	SUBTOTAL	0.72	0.72	0.48	0.48	0.48	0.8	0.72	0.72	1.0	0.6	
RUTA FLORES	NOTA	6	10	10	10	10	10	6	10	10	10	9.04
	SUBTOTAL	0.72	1.2	0.8	0.8	0.8	0.8	0.72	1.2	1.0	1.0	
RUTA FRESCA	NOTA	6	10	10	10	10	6	6	8	10	10	8.48
	SUBTOTAL	0.72	1.2	0.8	0.8	0.8	0.48	0.72	0.96	1.0	1.0	

VENTAJAS Y DESVENTAJAS COMPARATIVAS CON DESTINOS POSICIONADOS.

A través del análisis de la matriz ponderada anterior se pueden identificar las ventajas y desventajas de la ubicación del producto turístico a ofertar por la microrregión, frente a los competidores directos identificados en la investigación del mercado de competidores.

- La localización del mercado de consumo de la microrregión, se encuentra en su mayoría en la zona central, principalmente en los departamentos de la Libertad y San Salvador, y en la zona occidental los cuales realizan bastante turismo en los municipios de Ahuachapán, Sonsonate y Santa Ana, siendo éste un referente para

buscar destinos que brinden esparcimiento, lo cual crea ventaja sobre competidores directos ubicados en la zona de Chalatenango como lo es La Ruta Fresca.

- Con respecto a los turistas extranjeros que ingresan al país vía terrestre, por la frontera de Las Chinamas, la cual permite el ingreso del 32% de los turistas por vías terrestres y se localiza en el departamento de Ahuachapán, en el cual se encuentra ubicado la Microrregión.
- La comunidad de los municipios como San Lorenzo y Atiquizaya se ven motivados por promover el turismo en general, y muestra interés por recibir al turista y brindarle un servicio adecuado, ya que esto dinamizaría el económico local.
- La microrregión tiene bastantes fuentes de agua, principalmente Atiquizaya, cuenta con bastantes recursos hídricos como nacimientos de agua. Así mismo San Lorenzo posee Ríos caudalosos, que lo hacen atractivos turísticamente.
- La microrregión posee replicas maya, en la época precolombina existieron asentamientos Pokomanes del grupo Maya Quiche, donde hoy se ubica la microrregión.
- La Microrregión, posee la ventaja de que el costo de los terrenos o locales donde se ubican los recursos turísticos que conforman los productos turísticos, no representan desembolsos de efectivo, ya que éstos son propiedad de las municipalidades o de entidades privadas.
- La mayoría de localizaciones donde se prestan los diversos recursos turísticos o atractivos turísticos, cuentan con servicio de agua potable y residuales, esto es debido a que las municipalidades y ANDA son los encargados de suministrar dichos servicios al casco urbano y zona rural de las municipalidades, en donde el servicio de agua es irregular, los locales poseen un servicio de almacenamiento de agua.
- Dentro de los servicios básicos complementarios existe cobertura por las líneas telefónicas nacionales en la mayoría de los recursos, lo cual hoy en día representa una ventaja, ya que los turistas buscan siempre contar con dichos servicios telefónicos.
- La comunidad en general muestra interés por recibir al turista y brindarle un servicio turístico el cual ayude a movilizar la actividad económica local.
- Se poseen varios recursos turísticos culturales, que son atractivos para los turistas, además se poseen la única cascada de aguas termales y un río de agua caliente.
- Se poseen varios servicios de alimentación, principalmente en el municipio de Atiquizaya.

DESVENTAJAS

- Los servicios complementarios que posee la microrregión son pocos comparado con la competencia los cuales poseen diversos servicios de alojamiento y alimentación.
- La microrregión no posee muchas rutas de buses que lleguen a todos los municipios de la microrregión, comparado con la ruta de las flores y la ruta fresca que también son muy ofertadas por tour operadoras.
- El personal de la ruta fresca y la ruta de las flores tiene mayor capacitación en cuanto al servicio turístico, en la microrregión solo Atiquizaya posee personal capacitado para atender turistas.
- No se poseen puestos de información en los municipios de El Refugio y Turín, y se posee escasa señalización turística en los municipios.
- En invierno la accesibilidad hacia algunos recursos no es posible debido a las condiciones de los caminos vecinales que conducen a ellos.

- No se posee señalización informativa que ayude a ubicarse a los turistas, cuando estos se dirigen a los recursos turísticos.
- Se necesita incorporar infraestructura de apoyo para recibir a turistas en municipios como El Refugio ya que no posee servicios de alojamiento.
- No se poseen servicios sanitarios, ni basureros, en algunos recursos turísticos.
- No se poseen áreas de estancia adecuada para algunos recursos turísticos.

1.7. REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.

Para que la Microrregión, ofrezca las rutas propuestas por producto, y que los servicios se presten de forma adecuada, es necesario que ha algunos recursos se le incorporen modificaciones, que están directamente relacionados con la accesibilidad del turista, la integridad y cuidado de los recursos, entre otros. Esto con la finalidad de cumplir con las expectativas de los clientes y lo que estos esperan recibir.

A continuación, se presentan los requerimientos mínimos que se deben agregar a algunos recursos para que estos sean adecuados para el uso de los turistas y que estos puedan recibir una experiencia única, relajante junto al medio ambiente y para todas las edades.

1.7.1. REQUERIMIENTO DEL PROYECTO PRODUCTO TURISTICO CULTURAL.

Requerimiento de personal operativo por producto turístico

En la siguiente tabla se presenta la cantidad estimada de personal operativo requerido para la prestación del producto turístico que ofrecerá la organización de microrregión.

Personal operativo	Descripción	Cantidad.	Costo.	Encargado de financiamiento
Guía turístico.	Persona que acompañara a grupo turístico en el recorrido de la ruta.	5	\$10/día laboral	Organización de la microrregión.
Personal de local de alimentación.	Personas que atenderán en los locales de alimentación a visitar.	4 por grupo.	\$12/día laboral	Local de alimentación.
Personal de Minutas Mamanita.	Personas que atenderán en la degustación de minutas.	2 por grupo.	\$10/día laboral	Minutas Mamanita
Personal de animación para lotería.	Personal que explicaran y animaran en el juego de la lotería, debe de ser personal que conozca la tradición.	3 por grupo.	\$10/día laboral	Organización de la microrregión.
Personal de taller de escultura de madera.	Personal que explicaran el proceso de fabricación de las esculturas.	2 por grupo.	\$10/día laboral	Taller de Esculturas de madera.
Personal de taller de artesanías de lazo.	Personal que explicaran el proceso de fabricación de artesanías de lazo.	2 por grupo.	\$10/día laboral	Taller de artesanías de lazo.

Personal de taller de réplicas maya.	Personal que explicaran el proceso de fabricación de réplicas maya.	2 por grupo.	\$10/día laboral	Taller de Replicas maya.
Personal para el mejoramiento y mantenimiento de parques.	Encargados de mantener en buen estado el parque y sus juegos.	2	\$10/día laboral	Organización de la microrregión.

Requerimientos de mobiliario y equipo

En la tabla siguiente se presenta el equipo necesario para prestar los servicios requerido por cada recurso turístico y la cantidad necesaria, la cual será determinada a partir del espacio disponible en el recurso.

RECURSO	MOBILIARIO Y EQUIPO.
Puente viejo.	<p>Requerimiento: Mesas y bancos de madera. Justificación: No se posee bancas ni mesas para que los turistas descansen. Cantidad: Como se mencionó en la capacidad instalada los grupos de turistas que visitan el lugar son de 25 personas aproximadamente por lo que se requerida de 7 mesas de 4 personas. Responsable: Organización de la microrregión.</p>
	<p>Requerimiento: Baño portatil. Justificación: No se posee baños sanitarios, los cuales son esenciales para que el turista realice sus necesidades biológicas. Cantidad: cuatro baños, dos para hombres y dos para mujeres. Responsable: Organización de la microrregión.</p>
	<p>Requerimiento: Basureros. Justificación: No existen basureros en las áreas cercanas al puente, lo que provoca que los turistas boten la basura en cualquier lugar de la zona. Cantidad: dos basureros. Responsable: Organización de la microrregión.</p>
	<p>Requerimiento: Señalización de información. Justificación: Se necesita de señales que muestren los lugares peligrosos del rio. Cantidad: una señal ubicada cerca del rio. Responsable: Organización de la microrregión.</p>
	<p>Requerimiento: Señalización para senderismo. Justificación: Se necesita de señales de senderismo que muestren el camino hacia el Puente. Cantidad: 10, una por cada 500 m. Responsable: Organización de la microrregión.</p>
	<p>Requerimiento: Mesas y sillas. Justificación: Para realizar las actividades en el Parque 5 de noviembre, se necesitan mobiliario para que los turistas jueguen. Cantidad:8 mesas y 32 sillas.</p>
Lotería.	

	Responsable: Alcaldía de Atiquizaya. Requerimiento: Micrófono y equipo de sonido. Justificación: Se requiere de un micrófono y equipo de sonido para la demostración. Cantidad: 1 Responsable: Alcaldía de Atiquizaya.
	Requerimiento: Canopy. Justificación: Para resguardar al turista de los rayos solares y lluvia. Cantidad: 2. Responsable: Alcaldía de Atiquizaya.
	Requerimiento: Lotería. Justificación: Juegos de la lotería. Cantidad: 8 Responsable: Alcaldía de Atiquizaya.
Parque central de Turín.	Requerimiento: Pinturas y Brochas. Justificación: Los juegos se encuentran deteriorados de la pintura. Cantidad: 2 cubetas, 4 brochas. Responsable: Alcaldía de Turín.
Parque central Villa El Refugio.	Requerimiento: Pinturas y Brochas. Justificación: Los juegos se encuentran deteriorados de la pintura. Cantidad: 2 cubetas, 4 brochas. Responsable: Alcaldía de El Refugio.

1.7.2. REQUERIMIENTO DEL PROYECTO PRODUCTO TURISTICO AGROTURISTICO.

Requerimiento de personal operativo por producto turístico

En la siguiente tabla se presenta la cantidad estimada de personal operativo requerido para la prestación del producto turístico que ofrecerá la organización de microrregión.

Personal operativo	Descripción	Cantidad.	Costo.	Encargado de financiamiento
Guía turístico.	Persona que acompañara a grupo turístico en el recorrido de la ruta.	5	\$10/día laboral	Organización de la microrregión.
Personal de local de alimentación.	Personas que atenderán en los locales de alimentación a visitar.	4 por grupo.	\$12/día laboral	Local de alimentación.
Personal de Minutas Mamanita.	Personas que atenderán en la degustación de minutas.	2 por grupo.	\$10/día laboral	Minutas Mamanita
Personal que atenderá en plantación de jocote.	Personal que explicarán el proceso de las plantaciones y atenderán al turista.	2 por grupo.	\$10/día laboral	Productores de Jocote.
Personal que atenderá en plantación de loroco.	Personal que explicarán el proceso de las plantaciones y atenderán al turista.	2 por grupo.	\$10/día laboral	Productores de loroco.

Personal que atenderá en plantación de café.	Personal que explicarán el proceso de las plantaciones y atenderán al turista.	2 por grupo.	\$10/día laboral	Productores de café.
Personal de Hacienda San Antonio.	Personal que atenderá en la Hacienda San Antonio.	3 por grupo.	\$12/día laboral	Hacienda San Antonio.
Personal del Turicentro Aguijuyo.	Personal que atenderá a los turistas en el Turicentro.	2 por grupo.	\$12/día laboral	Alcaldía de Atiquizaya.
Personal de Cooperativa el Jícaro	Personal que atenderá a los turistas en el Centro Recreativo.	2 por grupo.	\$12/día laboral	Cooperativa El Jícaro.
Mano de obra para construcción de rampa.	Encargados de construir rampa en Hacienda San Antonio y Jícaro.	4	\$10/día laboral	Jícaro Hacienda.

REQUERIMIENTOS DE MOBILIARIO Y EQUIPO

En la tabla siguiente se presenta el equipo necesario para prestar los servicios requerido por cada recurso turístico y la cantidad necesaria, la cual será determinada a partir del espacio disponible en el recurso.

RECURSO	MOBILIARIO Y EQUIPO.
Jícaro.	<p>Requerimiento: Rampa. Justificación: Se necesita de acceso para personas con dificultades. Cantidad: 1 Responsable: Cooperativa El Jicaro.</p>
Hacienda San Antonio.	<p>Requerimiento: Rampa. Justificación: Se necesita de acceso para personas con dificultades. Cantidad: 1 Responsable: Hacienda San Antonio.</p> <p>Requerimiento: Señalización para senderismo. Justificación: Se necesita de señales de senderismo que muestren el camino hacia la Hacienda. Cantidad: 6, 1 por cada 500 m aproximadamente. Responsable: organización de la microrregión.</p>

1.7.3. REQUERIMIENTO DEL PROYECTO PRODUCTO TURISTICO DE AVENTURA Y ECOTURISMO.

Requerimiento de personal operativo por producto turístico

En la siguiente tabla se presenta la cantidad estimada de personal operativo requerido para la prestación del producto turístico que ofrecerá la organización de microrregión.

Personal operativo	Descripción	Cantidad.	Costo.	Encargado de financiamiento
Guía turístico.	Persona que acompañara a grupo turístico en el recorrido de la ruta.	5	\$10/día laboral	Organización de la microrregión.
Personal de local de alimentación.	Personas que atenderán en los locales de alimentación a visitar.	4 por grupo.	\$12/día laboral	Local de alimentación.
Personal de Minutas Mamanita.	Personas que atenderán en la degustación de minutas.	2 por grupo.	\$10/día laboral	Minutas Mamanita
Personal de Termales del Paraíso.	Personal que atenderá al grupo de turistas.	2 por grupo.	\$12/día laboral	Termales del Paraíso.
Personal para el mejoramiento y mantenimiento de parques.	Encargados de mantener en buen estado el parque y sus juegos.	2	\$10/día laboral	Organización de la microrregión.
Mano de obra para construcción de rampa.	Encargados de construir rampa en Termales del Paraíso	2	\$10/día laboral	Termales del Paraíso.

Requerimientos de mobiliario y equipo

En la tabla siguiente se presenta el equipo necesario para prestar los servicios requerido por cada recurso turístico y la cantidad necesaria, la cual será determinada a partir del espacio disponible en el recurso.

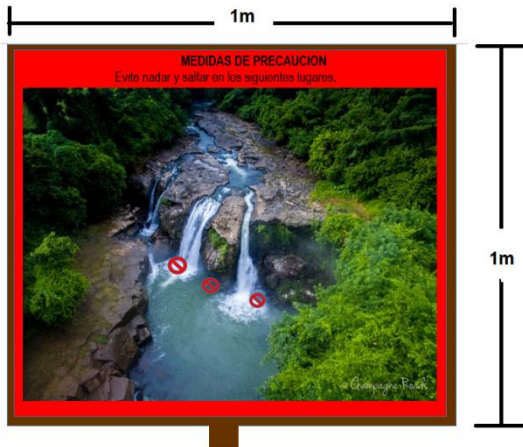
RECURSO	MOBILIARIO Y EQUIPO.
Salto de Malacatiupan	<p>Requerimiento: Mesas y bancos de madera.</p> <p>Justificación: No se posee bancas ni mesas para que los turistas descansen.</p> <p>Cantidad: Como se mencionó en la capacidad instalada los grupos de turistas que visitan el lugar son de 25 personas aproximadamente por lo que se requerida de 7 mesas de 4 personas.</p> <p>Responsable: organización de la microrregión.</p>
	<p>Requerimiento: Baños portátiles.</p> <p>Justificación: No se posee baños sanitarios, los cuales son esenciales para que el turista realice sus necesidades biológicas.</p> <p>Cantidad: 4, dos para hombres y dos para mujeres.</p> <p>Responsable: organización de la microrregión.</p>
	<p>Requerimiento: Basureros.</p> <p>Justificación: No existen basureros en las áreas cercanas al Salto, lo que provoca que los turistas boten la basura en cualquier lugar de la zona.</p> <p>Cantidad: 2.</p> <p>Responsable: organización de la microrregión.</p>

	<p>Requerimiento: Señalización de información. Justificación: Se necesita de señales que muestren los lugares peligrosos del río. Cantidad:1 Responsable: organización de la microrregión</p>
	<p>Requerimiento: Señalización para senderismo. Justificación: Se necesita de señales de senderismo que muestren el camino hacia el Salto. Cantidad: 11, una por cada 500 m.</p>
	<p>Requerimiento: Barandilla de acceso. Justificación: No existe barandilla para que el turista pueda acceder a la zona baja del salto. Cantidad:1. Responsable: organización de la microrregión</p>
Ausoles	<p>Requerimiento: Señalización de información. Justificación: Se necesita de señales que muestren los lugares peligrosos en los ausoles. Cantidad:1. Responsable: organización de la microrregión.</p>
	<p>Requerimiento: Señalización para senderismo. Justificación: Se necesita de señales de senderismo que muestren el camino hacia los Ausoles. Cantidad: 13, una por cada 500 m.</p>
Río Grande.	<p>Requerimiento: Pinturas y Brochas. Justificación: Los juegos se encuentran deteriorados de la pintura. Cantidad: 2 cubetas, 4 brochas. Responsable: Alcaldía de San Lorenzo.</p>
	<p>Requerimiento: Señalización de información. Justificación: Se necesita de señales que muestren los lugares peligrosos en el río. Cantidad:1. Responsable: organización de la microrregión</p>
Termales del Paraíso.	<p>Requerimiento: Rampa. Justificación: Se necesita de acceso para personas con dificultades. Cantidad:1 Responsable: Termales del Paraíso.</p>

1.7.4. ESPECIFICACIONES DEL MOBILIARIO Y EQUIPO

MOBILIARIO Y EQUIPO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

SEÑALIZACIÓN DE PROHIBICION.



La dimensión de la señal debe ser de 1 x 1m para que sea visible y entendible para el turista, además el fondo debe ser color rojo, debido a que es señal de prohibición.

Están deben mostrar los lugares peligrosos donde pueden ocurrir accidentes.

Cantidad: 3.

Vida Útil Estimada: 15 años.

Ilustración 124: propuesta de señal de prohibición

SEÑALIZACIÓN PARA SENDERISMO.

Señalización Básica: indicación de destino y distancia aproximada del recorrido.



Estas mostrarán el camino o la dirección que el turista debe seguir hacia su destino, en la que el turista observe cual es la distancia promedio, y el tipo de camino en el que se encuentra.

Dimensiones:

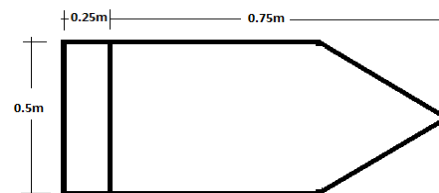


Ilustración 125: Señalización de senderos.

Y el tipo de abreviatura que se utilizara o simbología es la siguiente:

Señalización de senderos	GR	PR	SL	SU
Tipo	Gran Recorrido	Pequeño Recorrido	Sendero Local	Sendero Urbano
Longitud	Mas de 50km	Entre 10km y 50km	Menos de 10Km	En la ciudad
Continuidad de sendero				
Mala dirección				
Cambio de dirección				
Cambio brusco de dirección				

Ilustración 126. Simbología.

Cantidad requerida: 40.

Vida útil: 15 años

MESAS CON BANCAS.



Ilustración 127: Propuesta de mesa con bancas.

Mesa de picnic fabricada en madera de pino

Dimensiones:

- Dimensiones: 150 x 135 x 71,5 cm (largo x ancho x alto)
- Medidas de la mesa: 150 x 62 cm (largo x ancho)
- Anchura del asiento: 24,5 cm

Cantidad requerida:14

Vida útil: 15 años en condiciones adversas.

BASUREROS.

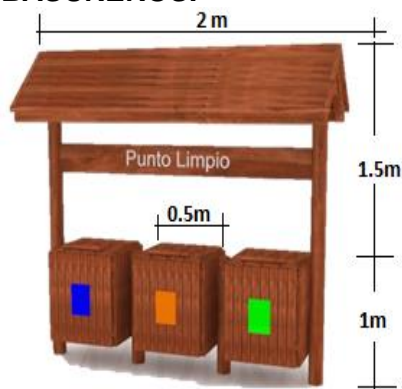


Ilustración 128: Propuesta de basureros para recursos turísticos.

Basurero completo fabricado en madera, ideal para la separación de basura.

Dimensiones:

- Dimensiones: 2 x 2.5 m (ancho x alto).
- Medidas del recipiente de basura: 50 x 75 cm (ancho x largo).

Cantidad requerida:4

Vida útil: 15 años en condiciones adversas.



Ilustración 130: Propuesta de baños para recursos turísticos.

Los baños portátiles son unidades de saneamiento portátiles que consisten en un aparato sanitario para sentarse ubicados sobre un tanque hermético que almacenan las excretas y que generalmente contienen una solución química para facilitar la digestión y disminuir los malos olores.

Dimensiones: 0.8 X 0.8 X 2 m

Cantidad requerida: 8

Vida útil: 5 años

MANTENIMIENTO DE JUEGOS.

Cubeta de pintura de aceite, brochas y solvente.



Pintura de aceite, secado rápido, acabado de alto brillo, libre de plomo y mercurio, aplicación para todo tipo de superficies, anticorrosiva.

Brochas de cerdas oscuras: Son indicadas para la aplicación de pinturas con base de solventes, como esmaltes sintéticos y barnices. No deben ser cerdas plásticas gruesas de mala calidad, por el contrario, mucho mejor si se trata de cerdas naturales. Especificación: Brocha de cerda de 4" y 2"

Solvente

Las brochas utilizadas con pintura a base de aceite se deben limpiar con el solvente apropiado. Para evitar el desperdicio y evitar dañar el medio ambiente

Cantidad requerida: 6 Cubetas, 16 brochas y 1 galón de solvente.

RECOMENDACIÓN DE ACCESIBILIDAD.

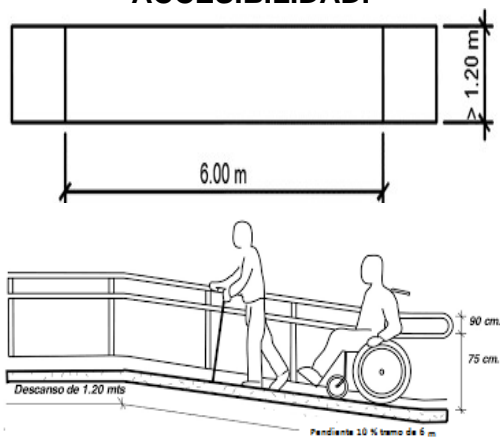


Ilustración 129: dimensiones de rampa para Júcar

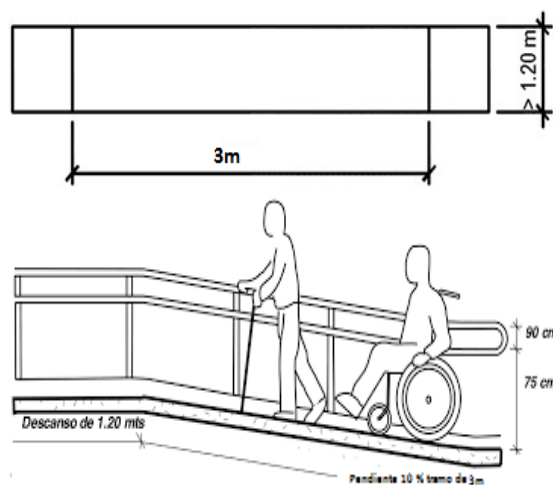


Ilustración 130: dimensiones de rampa para Termal y Hacienda.

CRONOMETRO



Cronometro deportivo.

Modelo: OL642

Tipo: Digital

Vida útil: 5 años

Cantidad requerida: 15.

Se utilizara para medir el tiempo en cada recurso.

<p>SILLAS Y MESAS PLASTICAS.</p> 	<p>Marca: SALVAPLASTIC Alto de silla: 77.5 cm Ancho de silla: 53 cm Alto de mesa: 73 cm Ancho de mesa: 80 cm Largo de la mesa: 80cm Vida útil: 5 años. Cantidad requerida: 8 mesas y 32 sillas.</p>
<p>CANOPIES.</p> 	<p>Toldo de pierna recta de 20 'x 10'</p> <p>Vida útil: 10 años Cantidad requerida: 2</p>
<p>MICROFONO Y EQUIPO.</p> 	<p>Bocina Amplificadora B108D es un altavoz súper-compacto, excepcional de 2 vías, 300 vatios PA-sonido de refuerzo con la opción inalámbrica que es ideal para sonido en vivo, PA portátil, monitor de cuña y la Cámara de aplicaciones adoración.</p> <p>El micrófono dinámico XM8500, está diseñado para capturar los sonidos con sensibilidad y precisión excepcional.</p> <p>Vida útil: 10 años Cantidad requerida: 1</p>

A continuación, se muestra la tabla resumen de los requerimientos, la cantidad necesaria son aproximadas, teniendo en cuenta las instalaciones:

Tabla 157: total de requerimientos de los productos.

Requerimiento	Numero necesario	Costo total
Señal de prohibición.	1	\$90.00
Señal para senderismo.	35	\$1750.00
Barandilla de acceso.	1	\$200.00
Mesas y bancas.	10	\$2250.00
Basureros.	4	\$2000.00
Baños.	4	\$2,400.00
Mantenimiento de juegos.	2	\$3000.00
Ramplas	2	\$4,000.00
Micrófono y equipo.	1	\$222.00
Canopies.	2	\$320.00
Sillas y mesas plásticas.	8 y 32 sillas.	\$336.00
Cronometro	15	\$74.25
Pintura, Solvente y Brochas.	6 Cubetas, 16 brochas y 1 galón de solvente.	\$4623.5

1.8. PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.

1.8.1. DETALLE DEL PROCESO DE LOS RECORRIDOS TURÍSTICOS

La descripción de las actividades para el proceso de prestación de servicios de los productos turísticos y sus recorridos turísticos se presenta a continuación:

Tabla 158: Descripción de las actividades previo a los recorridos de los productos.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION.
Llegada del cliente al punto de información.	El turista llega al punto de información ubicado en los municipios de la microrregión.
Bienvenida a cliente.	El personal, le da la bienvenida al turista cordialmente.
Descripción de los destinos que quiere y lo que desea.	El turista manifiesta al personal cuáles son sus gustos y lo que el desea conocer.
Descripción de la oferta de la microrregión, rutas y destinos.	Se ofrece a los turista, los diferentes productos turísticos en forma de ruta a los turistas, y los recursos y atractivos con el que cuenta la microrregión, para que haga la elección de su preferencia.
Solicitud de ruta o diseño de paquete a la medida.	El turista solicita la ruta que desea, o diseña su ruta con los recursos que el desee visitar.
Disponibilidad de los recursos turísticos y atractivos.	Dependiendo del producto seleccionado por el turista, se hace la verificación de disponibilidad de cupos.
Expresa el precio del servicio.	Se da la información del precio al turista de la ruta seleccionada.
Cierre del contrato.	Se manifiesta al turista del producto seleccionado, y se asigna un guía turístico y la seguridad.
Presentación del guía turístico y agentes de seguridad que los acompañara.	Se presenta al guía turístico y a los agentes de la policía que la acompañaran.
Despedida e inicio de la ruta.	Se despide del turista cordialmente, y se inicia el recorrido del producto.

En la siguiente tabla se describen cada una de las actividades a realizar para la prestación de los servicios del recorrido del producto turístico cultural.

Tabla 159: Descripción de actividades a realizar en el producto turístico cultural.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION.
Información de servicios de alimentación.	El guía turístico, presenta los servicios de alimentación que se encuentran en el municipio de Atiquizaya para el desayuno.
Traslado de turistas hacia comedor típico o restaurante.	Se traslada a los turistas hacia el lugar de alimentación de su selección.
Desayuno.	El turista realiza el desayuno respectivo.
Traslado del turista al Puente Viejo.	Se trasladarán los turistas desde el local del servicio de alimentación, hacia el Puente Viejo.
Atiquizaya, visita al Puente Viejo.	Se realizará la primera actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada al Puente Viejo. Se le explicará la leyenda que existe en dicho municipio y su historia, si el turista desea podrá bañarse en el río y

	disfrutar de la experiencia que este ofrece, ya que se encuentran dos ríos, el de agua caliente y el de agua fría.
Traslado del turista hacia Centro Histórico de San Lorenzo.	Se trasladarán los turistas desde el Puente Viejo hacia el Centro Histórico de San Lorenzo.
San Lorenzo, degustación de minutas.	Se realizará una parada opcional en la ruta, la cual consistirá en la degustación de minutas Mamanita, la cuales son unas minitas tradicionales en San Lorenzo.
Traslado del turista hacia Parroquia de San Lorenzo.	Se trasladarán los turistas desde el Local de Minutas Mamanita hacia Parroquia de San Lorenzo.
San Lorenzo, visita a Parroquia central.	Se realizará la segunda actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada a la parroquia de San Lorenzo. Se le explicará su historia y las tradiciones y costumbres del municipio.
Traslado de turistas hacia comedor típico o restaurante en Atiquizaya.	El guía turístico, presenta los servicios de alimentación que se encuentran en el municipio de Atiquizaya para el Almuerzo. Se traslada a los turistas hacia el lugar de alimentación de su selección.
Almuerzo	El turista realiza el almuerzo respectivo.
Traslado del turista hacia murales culturales.	Se trasladarán los turistas desde el Local de alimentación hacia Murales Culturales.
Atiquizaya, visita a Murales Culturales.	Se realizará la tercera actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada a los Murales Culturales de Atiquizaya.
Traslado del turista hacia Parque 5 de Noviembre.	Se trasladarán los turistas desde los murales culturales hacia el Parque 5 de Noviembre.
Atiquizaya, exposición de la Lotería de Atiquizaya.	Se realizará la cuarta actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una exposición de la Lotería de Atiquizaya en el Parque 5 de Noviembre, el turista podrá jugar si él lo desea.
Traslado del turista hacia Parque Central de Turín.	Se trasladarán los turistas desde el Parque 5 de noviembre hacia Parque Central de Turín.
Turín, visita al Parque.	Se realizará la quinta actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada al Parque Central de Turín, el turista podrá conocer el extenso parque y la historia, tradiciones y costumbres del municipio.
Traslado del turista hacia Parroquia La Sagrada Familia.	Se trasladarán los turistas desde el Parque Central de Turín hacia Parroquia Sagrada Familia.
Turín, visita a Parroquia La Sagrada Familia.	Se realizará la sexta actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada a la Parroquia La Sagrada Familia, el turista podrá conocer la iglesia y su historia.
Traslado del turista hacia Taller de Artesanías de Lazo.	Se trasladarán los turistas desde Parroquia Sagrada Familia hacia Taller de Artesanías de Lazo.
Turín, visita al Taller de Artesanías de Lazo.	Se realizará la séptima actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada al Taller de artesanías de lazo, el turista podrá observar las artesanías realizadas por el artesano, y podrá conocer el proceso de fabricación de estos.

Traslado del turista hacia Taller de esculturas de madera.	Se trasladarán los turistas desde Taller de Artesanías de Lazo hacia Taller de esculturas de madera.
Turín, visita al Taller de Esculturas de Madera.	Se realizará la octava actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada al Taller de esculturas de madera, el turista podrá observar las esculturas realizadas por el artesano, y podrá conocer el proceso de fabricación de estos.
Traslado del turista hacia Taller de Replicas Maya.	Se trasladarán los turistas desde Taller de esculturas de madera hacia Taller de Replicas Maya.
El Refugio, visita al Taller de Replicas Maya.	Se realizará la Novena actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada al Taller de réplicas maya, el turista podrá observar las diversas artesanías realizadas por los artesanos, y podrá conocer el proceso de fabricación de estos.
Despedida de guía turístico con el grupo.	Se despide a los turistas, esperando que su visita haya sido satisfactoria, conduciéndolos hacia su transporte.

En la siguiente tabla se describen cada una de las actividades a realizar para la prestación de los servicios del recorrido del producto agro turístico.

Tabla 160: Descripción de actividades a realizar en el producto agroturístico.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION.
Información de servicios de alimentación.	El guía turístico, presenta los servicios de alimentación que se encuentran en el municipio de Atiquizaya para el desayuno.
Traslado de turistas hacia comedor típico o restaurante.	Se traslada a los turistas hacia el lugar de alimentación de su selección.
Desayuno.	El turista realiza el desayuno respectivo.
Traslado del turista hacia Hacienda San Antonio.	Se trasladarán los turistas desde el local del servicio de alimentación, hacia la Hacienda San Antonio.
Atiquizaya, visita a la Hacienda San Antonio.	Se realizará la primera actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada la Hacienda San Antonio. El Turista podrá conocer los diferentes procesos que se llevan a cabo en la Hacienda y conocer sus instalaciones.
Traslado del turista hacia Turicentro Aguijuyo.	Se trasladarán los turistas desde Hacienda San Antonio, hacia el Turicentro Aguijuyo.
Atiquizaya, visita al Turicentro Aguijuyo.	Se realizará la segunda actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada al Turicentro Aguijuyo. Se le explicará la leyenda que existe en dicho municipio y su historia, si el turista desea podrá bañarse en el turicentro y disfrutar de la experiencia que este ofrece.
Traslado del turista hacia Cooperativa El Jícaro.	Se trasladarán los turistas desde Turicentro Aguijuyo hacia Cooperativa El Jícaro.
San Lorenzo, Visita a Cooperativa El Jícaro.	Se realizará la Tercera actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada la Cooperativa El Jícaro. El turista realizará su almuerzo y podrá conocer las instalaciones y el proceso de producción de las tilapias.

Traslado del turista hacia Plantaciones de Loroco y Jocote.	Se trasladarán los turistas desde la Cooperativa El Jícara hacia Plantaciones de Loroco y jocote.
San Lorenzo, visita a Plantaciones de Loroco y Jocote.	Se realizará la cuarta actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada a las plantaciones de Loroco y Jocote de San Lorenzo. El Turista podrá conocer el proceso de producción de estos y podrá cortar dichos productos si estos ya están listos.
Traslado de turistas hacia Local de Minutas Mamanita.	Se trasladarán los turistas desde las Plantaciones hacia local de Minutas Mamanita.
San Lorenzo, degustación de minutas.	Se realizará una parada opcional en la ruta, la cual consistirá en la degustación de minutas Mamanita, la cuales son unas minitas tradicionales en San Lorenzo.
Traslado del turista La Quiruba y Acoapjsal de R.L.	Se trasladarán los turistas desde el Local de minutas hacia las cooperativas.
San Lorenzo, Visita a Cooperativas productoras.	Se realizará una parada opcional en la ruta, la cual consistirá en la visita de dos cooperativas que ofrecen productos a base de Loroco y Jocote en San Lorenzo.
Traslado del turista hacia Plantaciones de Café.	Se trasladarán los turistas desde las Cooperativas hacia Plantaciones de Café.
El Refugio, visita al Plantaciones de Café.	Se realizará la quinta actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada a las plantaciones de café en El Refugio. El Turista podrá conocer el proceso de producción de este.
Despedida de guía turístico con el grupo.	Se despide a los turistas, esperando que su visita haya sido satisfactoria, conduciéndolos hacia su transporte.

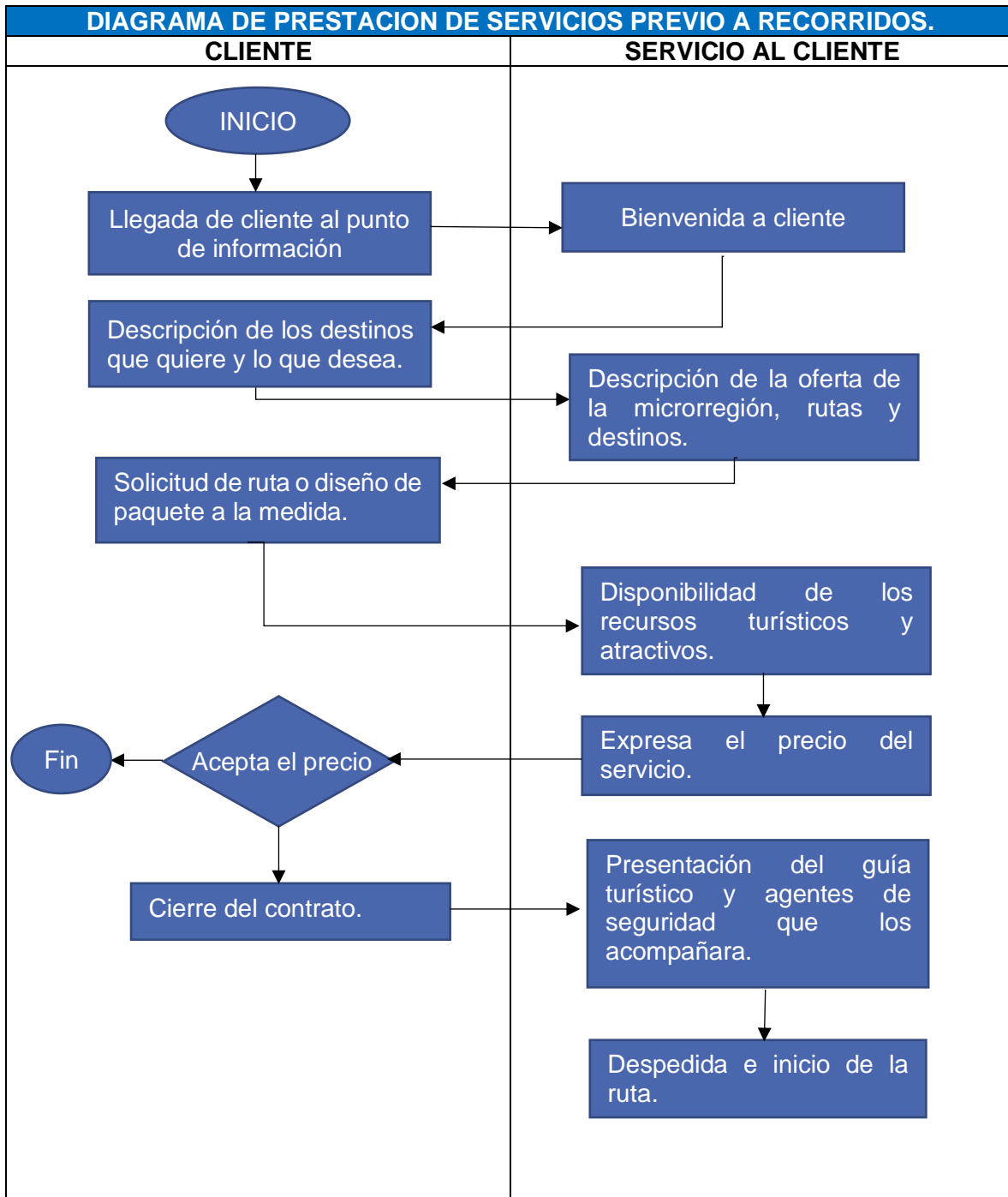
En la siguiente tabla se describen cada una de las actividades a realizar para la prestación de los servicios del recorrido del producto turístico de aventura y ecoturismo.

Tabla 161: Descripción de actividades a realizar en el producto turístico de aventura y ecoturismo.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION.
Información de servicios de alimentación.	El guía turístico, presenta los servicios de alimentación que se encuentran en el municipio de Atiquizaya para el desayuno.
Traslado de turistas hacia comedor típico o restaurante.	Se traslada a los turistas hacia el lugar de alimentación de su selección.
Desayuno.	El turista realiza el desayuno respectivo.
Traslado del turista hacia El Salto de Malacatiupan.	Se trasladarán los turistas desde el local del servicio de alimentación, hacia el Salto de Malacatiupan.
Atiquizaya, visita al Salto de Malacatiupan.	Se realizará la primera actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada al Salto de Malacatiupan. El Turista podrá conocer los alrededores de este y podrá disfrutar de la cascada termal.
Traslado del turista hacia Centro Histórico de San Lorenzo.	Se trasladarán los turistas desde el Puente Viejo hacia el Centro Histórico de San Lorenzo.
San Lorenzo, degustación de minutas.	Se realizará una parada opcional en la ruta, la cual consistirá en la degustación de minutas Mamanita, la cuales son unas minitas tradicionales en San Lorenzo.
Traslado del turista hacia Parque Ecoturístico El Triunfo y río grande.	Se trasladarán los turistas desde el local de minutas hacia Parque Ecoturístico El Triunfo y río grande.
San Lorenzo, Visita al Parque Ecoturístico El Triunfo y río grande.	Se realizará la segunda actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada al Parque Ecoturístico El Triunfo y río grande. El turista podrá conocer las instalaciones y disfrutar del río, además a sus alrededores se encuentra gran variedad de locales en la cual el turista podrá almorzar.
Traslado del turista hacia Ausoles.	Se trasladarán los turistas desde el parque hacia los Ausoles.
Atiquizaya, visita a los ausoles.	Se realizará la tercera actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada a los ausoles. El Turista podrá conocer el destino y disfrutar de sus paisajes.
Traslado de turistas hacia Termales del Paraíso.	Se trasladarán los turistas desde las Plantaciones hacia local de Minutas Mamanita.
Turin, Visita a Termales del Paraíso.	Se realizará la cuarta actividad turística de la ruta, la cual consistirá en una visita guiada a Termales del Paraíso. El Turista podrá conocer las instalaciones, disfrutar de sus piscinas termales y degustar la gastronomía que esta ofrece.
Despedida de guía turístico con el grupo.	Se despide a los turistas, esperando que su visita haya sido satisfactoria, conduciéndolos hacia su transporte.

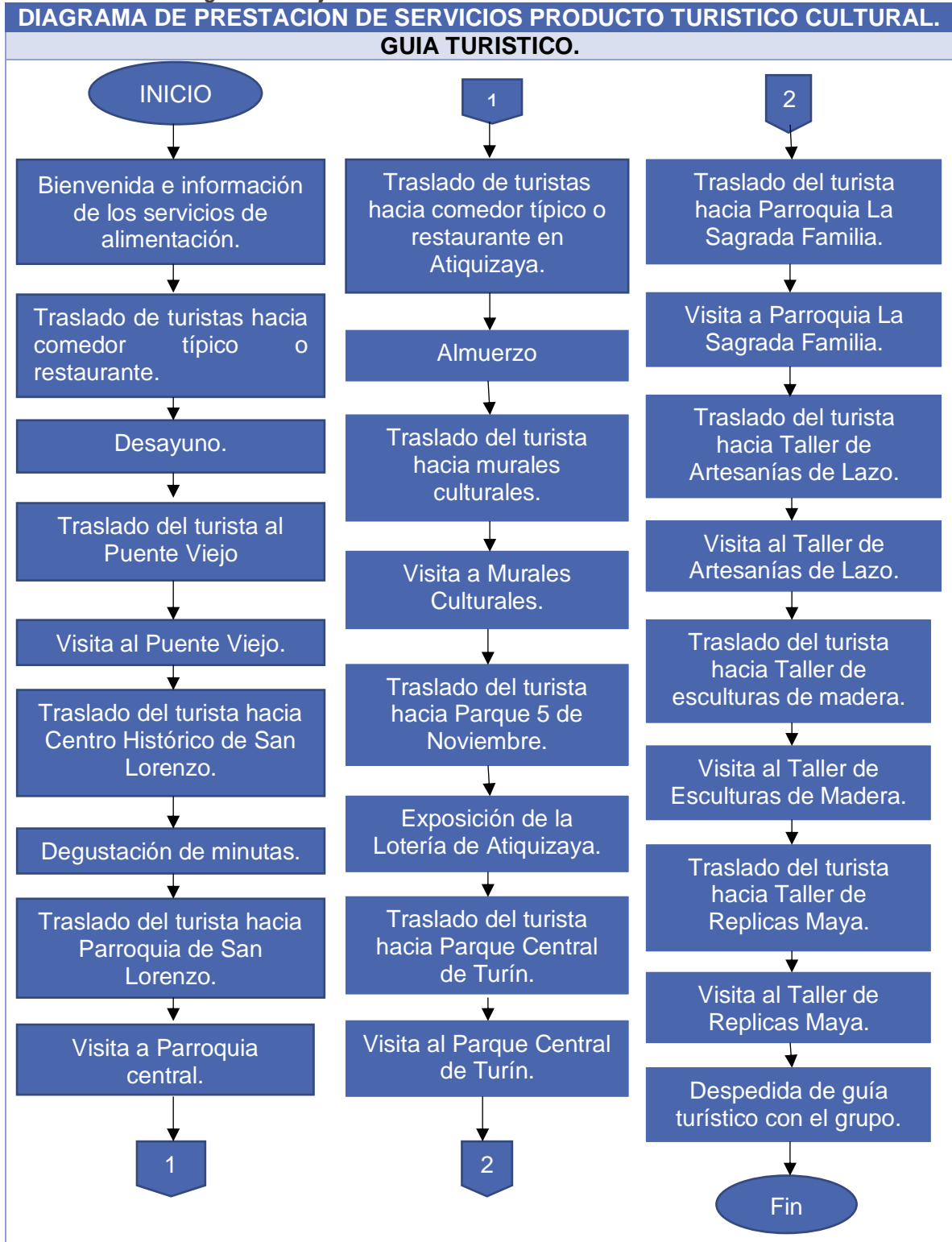
En el siguiente flujograma se presentan las actividades propuestas para la prestación de servicios antes de los recorridos de los productos turísticos en forma de ruta, que ofrecerá la Microrregión de Ahuachapán Norte.

Tabla 162: Diagrama de actividades previas a los recorridos de los productos turísticos.



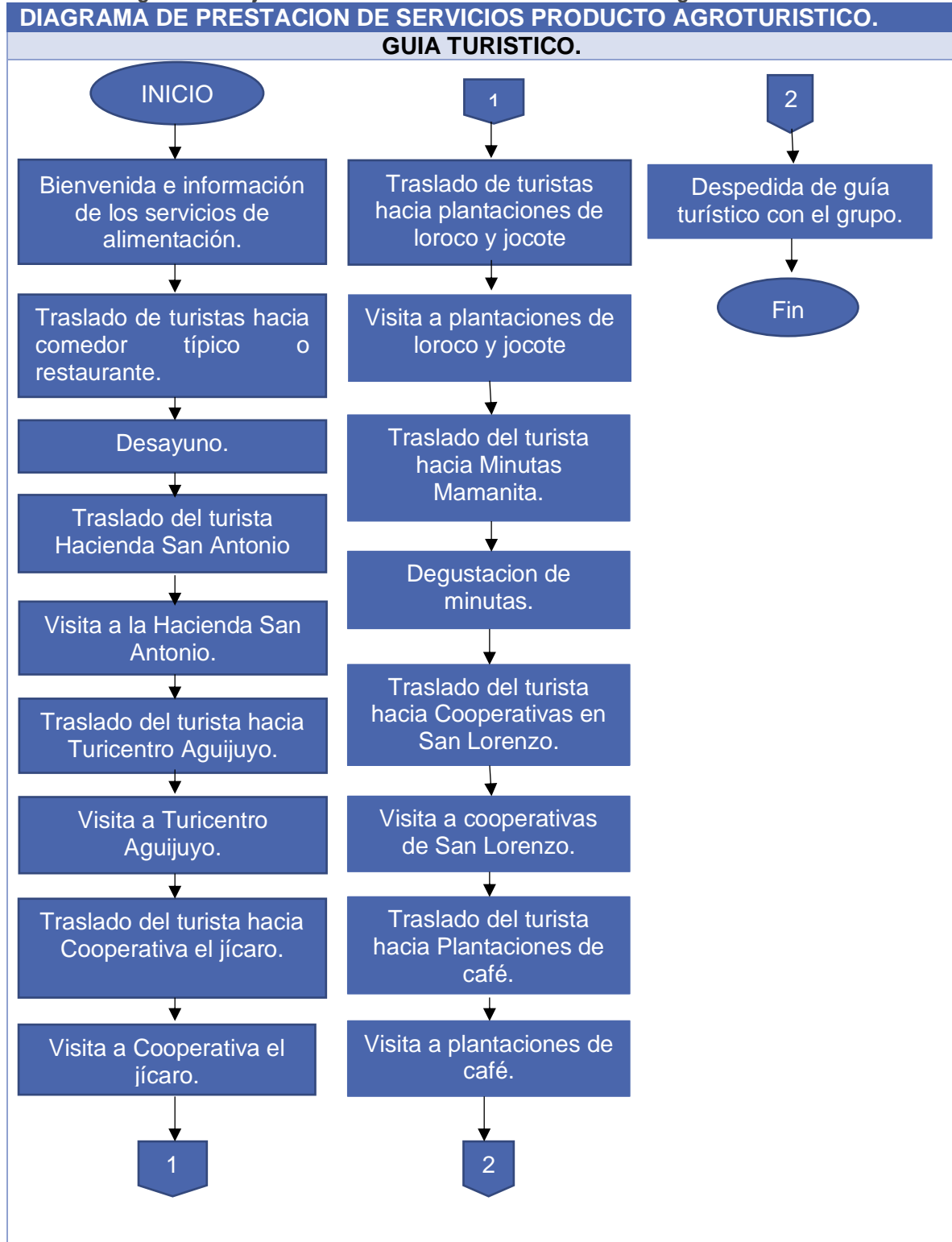
En el siguiente flujograma se presentan las actividades propuestas para la prestación de servicios del producto turístico cultural, que ofrecerá la Microrregión de Ahuachapán Norte.

Tabla 163: Diagrama de flujo de actividades a realizarse en el Producto turístico cultural.



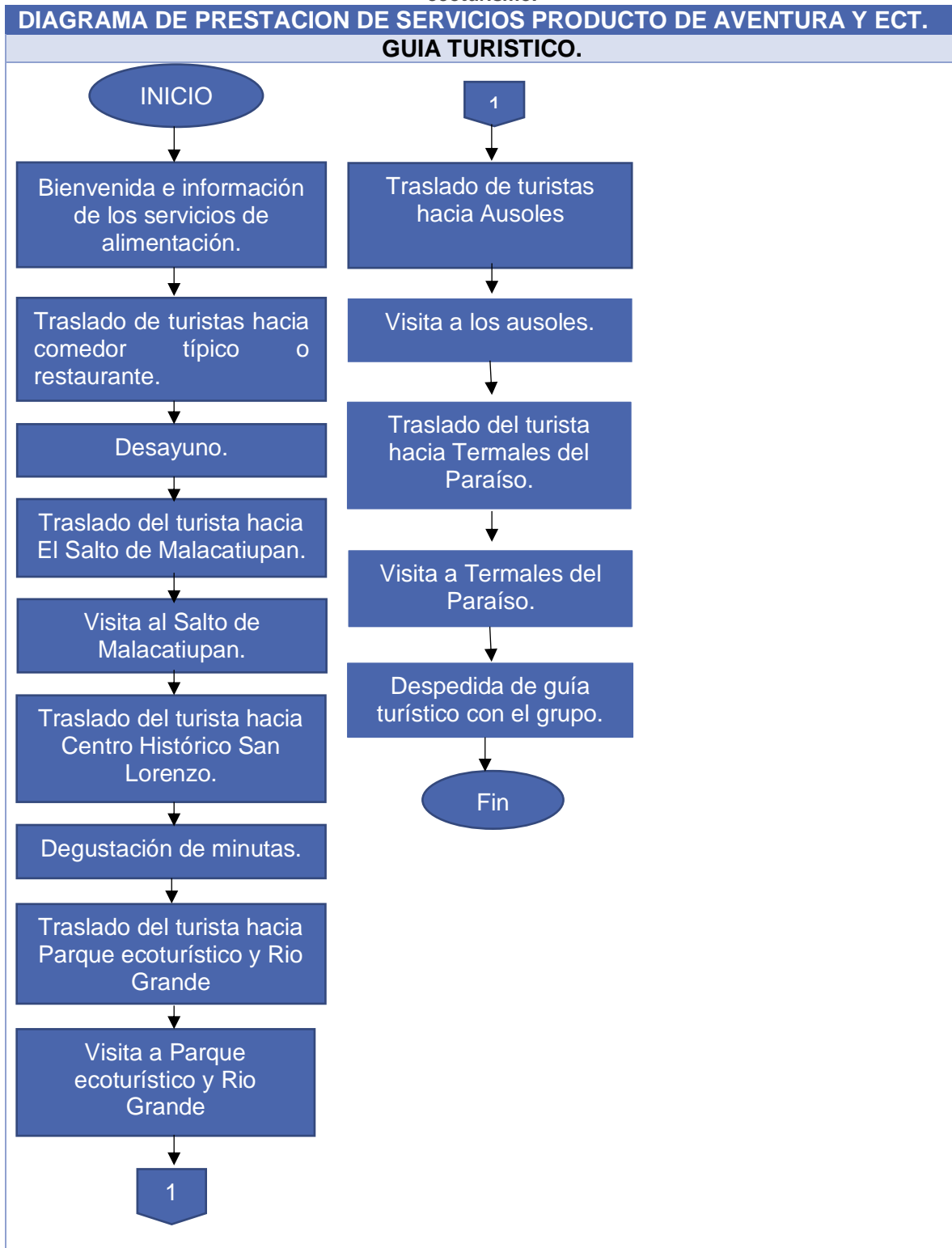
En el siguiente flujograma se presentan las actividades propuestas para la prestación de servicios del producto agroturístico, que ofrecerá la Microrregión de Ahuachapán Norte.

Tabla 164: Diagrama de flujo de actividades a realizarse en el Producto Agroturístico.



En el siguiente flujograma se presentan las actividades propuestas para la prestación de servicios del producto turístico de aventura y ecoturístico, que ofrecerá la Microrregión de Ahuachapán Norte.

Tabla 165: Diagrama de flujo de actividades a realizarse en el Producto Turístico de aventura y ecoturismo.



2. PROGRAMA MEJORA EN SERVICIOS DE INFORMACION TURISTICA

INTRODUCCIÓN

Los servicios de información turística son los que se dirigen a satisfacer las necesidades de información, orientación y asesoramiento de sus usuarios y a proporcionar el patrimonio turístico de la zona que tengan encomendada. Los servicios deberán actuar a petición del cliente (demanda) o a promocionar y comercializar servicios y productos turísticos de la oferta ya sea pública o de propiedad privada.

El Programa consistirá en el establecer propuestas para dar información turística la oferta turística de la Microrregión Norte de Ahuachapán con el fin de que el visitante conozca los diferentes atractivos con que cuenta la microrregión referente del turismo cultural, agroturismo y turismo de naturaleza (ecoturismo y de aventura).

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA

Mejoramiento de la promoción y publicidad.

OBJETIVO GENERAL

Ofrecer la información adecuada y necesaria para los turistas que visiten la microrregión Ahuachapán Norte, en locales de información accesibles dentro de la zona.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Impulsar oficinas de información turística en la microrregión, para recibir a los turistas que visiten la zona y poder brindarles un servicio de calidad.
- Desarrollar medios de información para las oficinas de atención al turista en la microrregión, que hablen de la oferta que posee, para motivar al turista a conocerla.

ESTRATEGIA

- Incorporación de puntos de información turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.

PROYECTOS

- Locales de Información turística.
- Medios de información en locales.

2.1. PROYECTO DE CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

INTRODUCCION

Una oficina de turismo, oficina de información turística o centro de información turística es la organización encargada de proveer información a los turistas potenciales y turistas que visitan un determinado lugar con el fin de facilitar su decisión de viajar, facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico. La oficina de turismo suele ser de carácter público y sin fines de lucro, dependiente de organismos públicos con el fin de mantener la neutralidad y calidad de la información, sin sesgos comerciales.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de centros de información, que permita prestar un servicio turístico público para mejorar calidad de los destinos turísticos de la zona y hacer más fácil la estancia a los turistas potenciales y actuales, con el fin de hacer más cómoda visita dentro de la microrregión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir las funciones de los centros de información turística a incorporar en la microrregión.
- Establecer las actividades a realizar en los centros de información turística.
- Generar una propuesta de ubicación para los centros de información turística.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de centros de información turística se muestran a continuación:

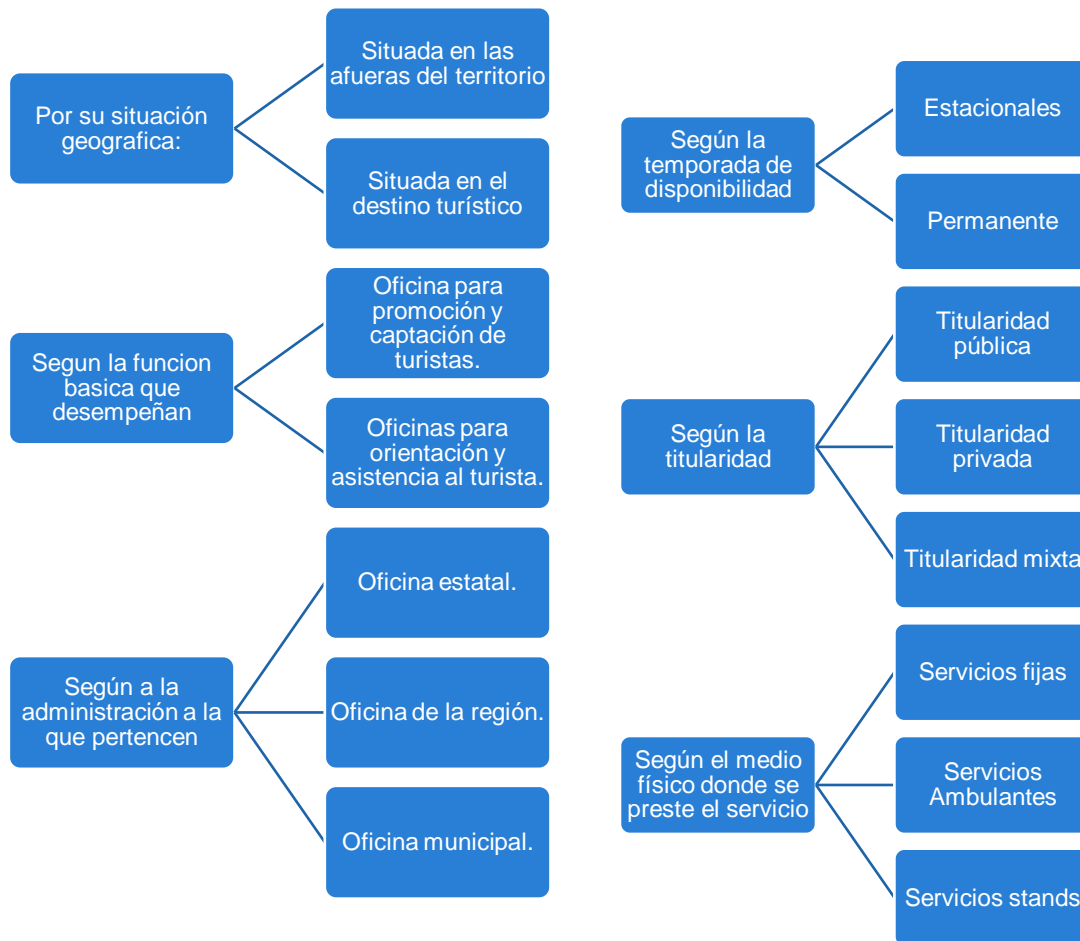
Tabla 166. Actividades que contempla el proyecto de centros de información turística.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Identificar el tipo centro de información turística actual y propuesta para la microrregión Ahuachapán Norte	Comité de promoción y marketing
Definir las funciones de los centros de información turística.	Comité de promoción y marketing
Definir las actividades a realizar por los encargados de cada centro de información, la persona responsable y los medios necesarios para la prestación del servicio.	Comité de promoción y marketing
Seleccionar la ubicación para los centros de información.	Comité de promoción y marketing
Gestionar la contratación de personal para los centros de información.	Encargado de comité de promoción y marketing.
Gestionar los recursos necesarios de mobiliario y equipo para las oficinas de información.	Encargado de comité de promoción y marketing.
Gestionar la adquisición de un espacio para la construcción de los centros de información en El Refugio y Turín.	Encargado de comité de promoción y marketing.
Gestionar la realización de remodelaciones necesarias en los centros de información de Atiquizaya y San Lorenzo.	Encargado de comité de promoción y marketing.
Apoyar los procesos de control de calidad de la prestación del servicio.	Encargado de los centros de información.

2.1.1. DISEÑO DE CENTROS DE INFORMACION TURISTICA.

las oficinas de información turística se definen como aquellos servicios públicos dependientes y creados generalmente por la administración pública o en colaboración de otras entidades, que tiene como objetivo gestionar todos los servicios relacionados con la atención, orientación y asesoramiento de los visitantes, así como organizar la coordina

Existen diferentes tipos de oficina de oficinas de turismo, como las siguientes:



Para la elección de los centros de información para la microrregión Ahuachapán Norte se debe tomar en cuenta que en el municipio de Atiquizaya ya se cuenta con una oficina de turismo que está situada en el territorio de destino, es para la promoción y captación de turistas, pero también para la orientación y asistencia, es municipal, permanente, de titularidad pública y está en un medio fijo. Al igual que el municipio de San Lorenzo que posee un quiosco informativo clasificado como oficina municipal, y siendo servicio fijo.

FUNCIONES DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. Dar información presencial al turista sobre la oferta del o los destinos turísticos y sus alrededores y dar información a distancia a través de diferentes medios de comunicación.

2. La edición del material informativo de la oferta, ya sea física o de manera virtual.
3. La gestión de los servicios de promoción del destino, como participación en ferias (Ejemplo, la de pueblos vivos), campañas de publicidad, etc.
4. La comercialización de los paquetes turísticos u otros servicios.
5. El marketing interno dirigido al sector turístico y a los habitantes del destino para llevar a cabo controles de calidad.
6. La gestión y coordinación de planes de excelencia y de control de calidad en el destino.
7. El estudio de la oferta del destino y la demanda, así como el análisis comparativo con la competencia (Benchmarking).
8. El asesoramiento a las empresas y los profesionales sobre la actividad turística del destino y sobre la demanda.
9. El diseño y puesta en marcha de nuevos servicios turísticos.
10. La asistencia a las autoridades en las funciones de control, regulación y planificación del sector en el destino.

ACTIVIDADES A REALIZAR POR LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA MICRORREGIÓN

ACTIVIDAD	ENCARGADO	MEDIOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	RELACIÓN DE INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN
1. Recepción de turistas en el centro de información turístico de la municipalidad respectiva.	Encargado de oficina Atiquizaya o encargados de centro de información turístico de San Lorenzo, El Refugio, Turín.	Brochures con información de la microrregión y productos turísticos.	Encargados de centros – Turista.
2. Postear información en medios de comunicación.	Encargado de comunicación y publicidad de la oficina de turismo microrregional ubicada en Atiquizaya.	- Fan page de Facebook - Fan page de Instagram	Encargados de centros – Encargado de promoción y publicidad – Publico.
3. Recepción de material informativo de la oferta privada.	Encargado de los centros por municipio.	- Brochures publicitarios de oferta turística privada.	Encargado de centros – encargado de la oferta turística privada (empresarios).
4. Edición de material informativo de la oferta microrregional integral (pública y privada).	Encargado de comunicación y publicidad de la oficina de turismo microrregional ubicada en Atiquizaya.	Entradas: - Computadora - Impresora - Papel Salidas: Brochures informativos.	Encargados de centros – Encargado de promoción y publicidad – encargado de finanzas.

5. Comercialización de paquetes turísticos y otros productos y servicios.	Encargado del centro de información respectivo de cada municipio.	- Brochures de la ruta a comercializar - Recibos	Encargados de centros – Turista.
6. Realizar encuestas de control de calidad al finalizar los recorridos en los municipios respectivos.	Encargado de cada centro de información.	- Encuesta de control de calidad.	Encargados de centros – Encargado de control de calidad y sostenibilidad – Turista.
7. Análisis de la competencia respecto a la demanda real y esperada y respecto a los competidores.	Todos los encargados de centros de información en una reunión.	- Datos de demanda.	Encargados de centros – encargado de comités de la unidad de turismo.
8. Asesoramiento a la empresa privada que forma parte de la oferta para integrar el producto turístico.	Encargado de oficina de turismo microrregional.	- Información sobre los controles de calidad de la prestación de servicios.	Encargado de centros – encargado de la oferta turística privada (empresarios) – encargado de comité de desarrollo del producto turístico.
9. Asistencia en la planificación de actividades turísticas.	Encargados de los centros de información.	- Información sobre actividades turísticas a realizarse.	Encargado de centros – Encargado de promoción y publicidad – Encargado de comité de desarrollo del producto turístico.

1.1.2. PROPUESTAS DE CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN LA MICRORREGIÓN

1. Debido a que Atiquizaya está ubicado estratégicamente en la microrregión se propone un cambio de la administración a la que pertenece, que se resumen de la siguiente manera:
 - La oficina de turismo actual pasa de ser municipal a ser una de región, quiere decir que se atenderán aspectos turísticos relativos a la microrregión y no solo a Atiquizaya, aunque puede tratar aspectos únicos de Atiquizaya también.
2. En San Lorenzo se evaluará la ubicación actual si es la correcta para cumplir con las funciones de ser una oficina de turismo.
En los demás municipios (El Refugio y Turín) se propone la apertura de centros de información con las siguientes características:
 - Situadas dentro del municipio, en el centro histórico.
 - Por su función, que sirvan de orientación y asistencia al turista.
 - Que su administración sea municipal, sin embargo, debe existir una unión estratégica con las demás oficinas y con la oficina central de Atiquizaya para coordinar las rutas turísticas propuestas.
 - Por motivo de costos, pueden ser estacionales, que estén abiertas al público en temporadas turísticas y fines de semana.
 - Serán de titularidad pública, o sea su administración estará a cargo del comité turístico de cada municipio.
 - Pueden ser servicios de Stand, quioscos ubicados en el centro histórico de cada municipio, porque solo estarán en temporadas turísticas, se debe considerar que en San Lorenzo ya existe un quiosco informativo ubicado a la par de la alcaldía municipal por lo que este servirá de base para la creación de los otros dos.

LOCALIZACION DE CENTROS DE INFORMACION TURISTICA.

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social, en el caso de este proyecto sería segunda opción, ya que se desea obtener los máximos beneficios con el costo unitario mínimo.

En este estudio de localización del proyecto, se debe tener en cuenta dos aspectos: la macro localización la cual consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región y la micro localización, que es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

MACROLOCALIZACIÓN

La macro localización se evaluará dentro de la microrregión de Ahuachapán Norte. Los factores a considerar en la macro localización son:

- **Afluencia actual por municipio.** Por medio del estudio de mercado se determinó el orden por el que los municipios de la microrregión son visitados, siendo el más visitado Atiquizaya, seguido por San Lorenzo, El Refugio y por último Turín.
- **Facilidades de acceso.** Este factor se refiere a la existencia de carreteras, transporte y en general todos los accesos existentes para poder llegar al municipio.
- **Cantidad de atractivos turísticos.** Entre más atractivos, existan en la zona, más atractiva será la zona para los visitantes. Según el inventario turístico se determinó que el municipio con más atractivos es Atiquizaya, luego, San Lorenzo, El Refugio y Turín, respectivamente.
- **Disponibilidad de servicios.** Este factor es muy importante ya que se debe considerar que el turista puede necesitar de servicios como el agua, energía eléctrica, combustibles, bancos, restaurantes, hospedajes, etc.

LOCALIZACIÓN DE OFICINA CENTRAL EN ATIQUIZAYA.

Se evaluará la macro localización para la oficina central de la microrregión, tomando en cuenta que Atiquizaya ya cuenta con una oficina de turismo.

- **Ubicación Actual:**

La oficina de turismo está ubicada en el municipio de **Atiquizaya**.

- **Alternativas para ubicación propuesta:**



Ilustración 131: Microrregión Ahuachapán Norte

Los factores que favorecen la ubicación actual son:

- **Afluencia actual por municipio.** Por medio del estudio de mercado se determinó que el municipio más visitado de los 4 antes mencionado fue Atiquizaya, por lo que

una estratégicamente se tomara como punto de partida para los productos turísticos Atiquizaya.

- **Facilidades de acceso.** Atiquizaya está ubicado de forma que la mayoría del transporte público, lo toma como punto de partida para conectar los demás municipios de la microrregión y las rutas públicas interdepartamentales pasan por el centro del municipio.
- **Cantidad de atractivos turísticos.** Entre más atractivos, existan en la zona, más atractiva será la zona para los visitantes.
- **Disponibilidad de servicios.** Este factor es muy importante ya que se debe considerar que el turista puede necesitar de servicios como el agua, energía eléctrica, combustibles, bancos, restaurantes, hospedajes, etc.

LOCALIZACIÓN DE CENTROS DE INFORMACIÓN EN OTROS MUNICIPIOS.

Para esta propuesta el municipio de San Lorenzo tiene un quiosco de información turística, por lo que las otras dos se crearan las oficinas o centros de información turística, se presentan las siguientes alternativas:



Ilustración 4: Microrregión Ahuachapán Norte

Se ubicará una oficina en cada municipio de los restantes de la microrregión, con el fin de dar asesoramiento, orientación y asistencia al turista, esto para fomentar la comunicación y relaciones turísticas con los demás municipios.

MICROLOCALIZACION

La microlocalización para cada propuesta se evaluará dentro del municipio en donde se ubicará la oficina o centro de información.

Algunos factores para la ubicación de cada oficina o quiosco informativos serán:

- **Proximidad al casco urbano.** La oficina de turismo debe ubicarse en un lugar dentro del casco urbano de la municipalidad, cerca de alcaldías, iglesias, parques, para que sea accesible al turista.

- **Proximidad a las vías de comunicación.** Debe estar cerca de las calles principales de la ciudad, no ubicarse en un cantón o lugares remotos
- **Proximidad a los servicios públicos.** Deben existir cerca lugares públicos como baños, debe haber agua y luz en la zona.
- **Transporte publico disponible.** Debe ser un punto estratégico en donde transite el servicio de transporte público.
- **Disponibilidad del terreno o alquiler:** se debe considerar si existe algún lugar donde ubicar el nuevo centro de información en terrenos propios de la municipalidad o si habrá que alquilar local, etc.

OFICINA CENTRAL EN ATQUIZAYA.



Ilustración 132: ubicación actual de la oficina de Atiquizaya

FACTORES DE UBICACIÓN

- **Proximidad al casco urbano:** Como se observa en el mapa, la actual oficina de turismo está ubicada estratégicamente, a la par de la Alcaldía Municipal, y en esquina opuesta al parque central de Atiquizaya.
- **Proximidad a los servicios públicos:** También cumple los factores de servicios públicos ya que cuenta con agua, luz, internet y baño.
- **Proximidad a las vías de comunicación:** la oficina se encuentra sobre las vías principales de Atiquizaya, sobre la 2° calle y la av. 5 de noviembre nte.
- **Transporte publico disponible:** Esta ubicación es favorecida también por la proximidad al transporte público ya que por el lugar transitan moto taxis que comunican el parque san juan que es el punto de los autobuses.
- **Disponibilidad del terreno o alquiler:** La oficina actual, ya es propiedad de la alcaldía.



Ilustración 133: Oficina de Atiquizaya

CENTROS DE INFORMACIÓN EN OTROS MUNICIPIOS.

✔ Quiosco informativo de San Lorenzo

El quiosco se encuentra a un costado de la alcaldía municipal, sobre la av. Obispo Cárcamo Sur y la 2° Calle Pte.

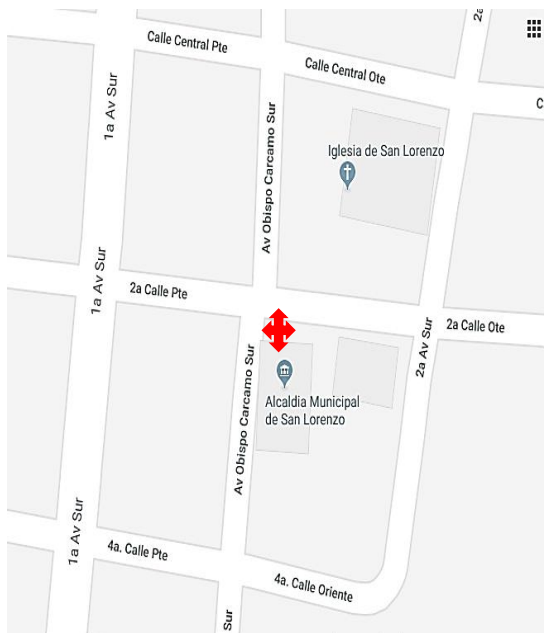


Ilustración 134. Ubicación quiosco informativo en San Lorenzo

FACTORES DE UBICACIÓN

- **Proximidad al casco urbano:** Como se observa en el mapa, el quiosco está cerca de la iglesia parroquial y de la alcaldía municipal.
- **Proximidad a los servicios públicos:** el quiosco tiene luz y dado que está cerca de la alcaldía está próximo a los servicios de agua, internet, baño, etc.
- **Proximidad a las vías de comunicación:** la oficina se encuentra sobre las vías principales de San Lorenzo, sobre la av. Obispo Cárcamo Sur y la 2° Calle Pte.
- **Transporte público disponible:** Esta ubicación es favorecida también por la proximidad al transporte público ya que por el lugar transitan moto taxis que comunican cualquier lugar del municipio.
- **Disponibilidad del terreno o alquiler:** La oficina actual, ya es propiedad de la alcaldía.



Ilustración 135: Quiosco informativo de San Lorenzo

✓ Quiosco informativo de El Refugio



FACTORES DE UBICACIÓN

Ilustración 136: Ubicación propuesta para quiosco El Refugio

- **Proximidad al casco urbano:** Como se observa en el mapa, la actual oficina de turismo está ubicada estratégicamente, a la par de la Alcaldía Municipal.
- **Proximidad a los servicios públicos:** También cumple los factores de servicios públicos ya que cuenta con agua, luz, internet y baño.
- **Proximidad a las vías de comunicación:** el quiosco se ubicará sobre las vías principales del municipio, específicamente, sobre la calle de la alcaldía municipal y frente a la iglesia parroquial.
- **Transporte público disponible:** Esta ubicación es favorecida también por la proximidad al transporte público ya que por el lugar transitan moto taxis que comunican el resto del municipio y los cantones.
- **Disponibilidad del terreno o alquiler:** se encontraría a un costado del parque, por lo que no incurriría en costos.

✓ Quiosco informativo de Turín

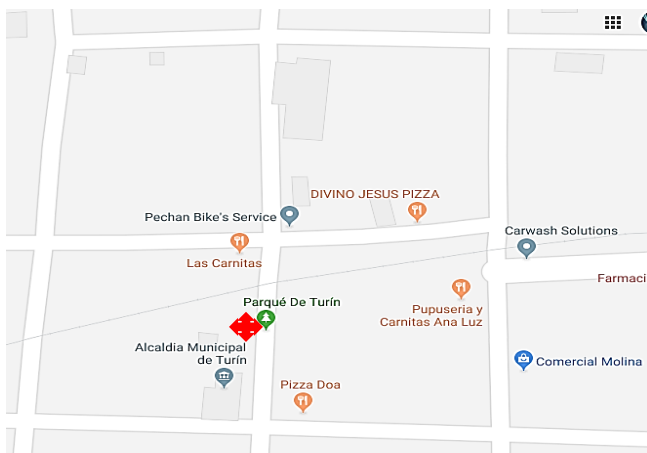


Ilustración 137: Ubicación propuesta para quiosco de Turín

- **Proximidad al casco urbano:** Como se observa en el mapa, la actual oficina de turismo está ubicada estratégicamente, a la par de la Alcaldía Municipal.
- **Proximidad a los servicios públicos:** También cumple los factores de servicios públicos ya que cuenta con agua, luz, internet y baño.
- **Proximidad a las vías de comunicación:** el quiosco se ubicará sobre las vías principales del municipio, específicamente, sobre la calle de la alcaldía municipal y frente a la iglesia parroquial.

- **Transporte público disponible:** Esta ubicación es favorecida también por la proximidad al transporte público ya que por el lugar transitan moto taxis que comunican el resto del municipio y los cantones.
- **Disponibilidad del terreno o alquiler:** se encontraría a un costado del parque, por lo que no incurriría en costos.

EVALUACIÓN DE UBICACIÓN

FACTORES DE EVALUACIÓN

Factor	Ponderación del factor %
Proximidad al casco urbano	30
Proximidad a las vías de comunicación	20
Proximidad a los servicios públicos	10
Transporte público disponible	20
disponibilidad de Terreno o alquiler	20

A continuación, se muestran los criterios para la calificación de las alternativas

Descripción	Puntaje
Excelente	10
Muy bueno	8
Bueno	6
Regular	4
Requiere mejorar	2

Tabla 167. Evaluación por puntos de la ubicación de quioscos de información.

Ubicación		Atiquizaya (oficina actual)		San Lorenzo (oficina actual)		El Refugio (ubicación propuesta)		Turín (ubicación propuesta)	
Factor	Ponderación (%)	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación
Proximidad al casco urbano	30	10	3	10	3	10	3	10	3
Proximidad a las vías de comunicación	20	10	2	10	2	10	2	10	2
Proximidad a los servicios públicos	10	10	1	8	0.8	8	0.8	8	0.8
Transporte público disponible	20	6	1.2	6	1.2	8	1.6	6	1.2
Disponibilidad de Terreno o alquiler	20	10	2	10	2	6	1.2	6	1.2
Total			9.2		9		8.6		8.2

De la tabla anterior se concluye que todas las opciones de ubicación para las oficinas y quioscos cumplen con los factores requeridos para la ubicación de oficinas de información turística mencionadas al inicio del apartado, además Atiquizaya es la ubicación más apropiada para la oficina de la microrregión.

2.2. PROYECTO DE MEDIOS DE INFORMACIÓN EN LOCALES

INTRODUCCION

Para las organizaciones es importante que sus clientes o usuarios conozcan los productos o servicio que ofrecen como microrregión, que es lo que incluye y el precio de estos. Para la industria del turismo no es la excepción y es importante que el turista esté debidamente informado de los destinos que un lugar ofrece y una breve descripción de estos. Por ello, es indispensable pensar en la manera de cómo, donde y cuando hacerle llegar esta información al turista. En ese sentido, en la microrregión necesita de cierto tipo de producto que informe al turista acerca de sus productos y servicios, con el objetivo que el turista este correctamente orientado e informado, un mapa turístico, con el objetivo que el turista este orientado y un adecuado y oportuno servicio de información en la Oficina de Turismo como principal informante de las actividades, servicios, actividades y recursos turísticos con los que cuenta la microrregión, por ello, en el presente proyecto se desarrolla una propuesta de productos de información de la microrregión con el propósito de hacer más placentera la visita del turista y este esté animado a realizar próximas visitas en el futuro.

OBJETIVO GENERAL

Establecer y diseñar las propuestas de medios de información en locales, para la microrregión, con el propósito de brindar la información necesaria al mercado de consumo potencial y actual.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Desarrollar una propuesta de publicidad y promoción que se utilizaran en los locales de información.
- Definir los medios de información que se utilizaran para la generación de propaganda turística e información de la microrregión de Ahuachapán Norte en los centros de información.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de medios de información en locales se muestran a continuación:

Tabla 168. Actividades que contempla el proyecto de medios de información en locales.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Realización de una propuesta para medios de información para cada una de las rutas propuestas en el programa de producto turístico.	Comité de promoción y marketing.
Definición de los requerimientos de materiales para los medios de información.	Comité de promoción y marketing.
Gestionar la obtención de materiales necesarios para la impresión de dípticos y trípticos informativos.	Encargado de comité de promoción y marketing.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Actualizar diseños de los medios de información para las rutas propuestas y las nuevas rutas a futuro.	Encargado de comité de promoción y marketing.
Proponer nuevos medios de información según requerimientos del cliente.	Encargado de comité de promoción y marketing.
Realizar nuevos diseños de material informativo ya sea de forma física o virtual.	Encargado de comité de promoción y marketing.

2.2.1. MEDIOS DE INFORMACION A UTILIZAR.

DIPTICO INFORMATIVO.

Para brindar información a los turistas de las rutas turísticas de la microrregión, se propone utilizar dípticos, estos son folletos informativos, cuya hoja está dividida en dos partes, dichos dípticos deberán diseñarse para cada paquete turístico y uno general, que contenga información de todos los recorridos.

La disposición de la información suele ser la siguiente:

- En la portada se imprime el eslogan o frase de la campaña, así como el logotipo identificativo de la empresa o los integrantes de un grupo determinado.
- En el interior se despliegan los argumentos de venta exponiendo las ventajas competitivas del producto o servicio, apoyadas por fotografías o gráficos.
- Por último, la contraportada se reserva para colocar el logotipo de la empresa y datos de utilidad como localización, teléfono de contacto, etc.

Las siguientes imágenes que se presentan a continuación, muestran el diseño del díptico propuesto para brindar información a los turistas potenciales y actuales sobre la microrregión. El díptico será distribuido de manera gratuita por medio de los puntos informativos y la Oficina de Turismo. La cantidad de dípticos informativo para los puntos informativos será proporcional a la proyección de la demanda, y se mostrara en requerimientos. La propuesta de dípticos y trípticos a tamaño normal se puede visualizar en anexos.



	<p>Parque acústico el tímido es un parque se sitúa a la orilla del río grande de San Lorenzo, posee un mirador hacia el lado del río, acceso al puente que permite pasar de El Salvador a Guatemala, posee caballos que pueden ser rentados, mucha vegetación y juegos para niños.</p>		<p>Terraza del Páramo es un balneario que ofrece piscinas con aguas termales, estática en vivo, servicio de restauración con diferentes platillos, y un salón con varias habitaciones con jacuzzi compartido.</p>
	<p>Sitio de Malacatipán Malacatipán significa en náhuatl al "Templo Redondal" y se trata de un sitio de agua termal ubicado a 5 kilómetros del centro histórico de la ciudad, rodeado por cuatro canchales que usan sobre una zona bordeada por enormes piedras lisas. Este sitio y su zona mantienen una temperatura de 39°C, y se dice que las aguas que lo hacen poseer efectos curativos y relajantes.</p>		<p>Las Aguas Calientes son una serie de fumarolas que se sitúan en el conito Toropiquero. Constituyen uno de los fumaroles más interesantes del volcán, se elevan poco antes su depósito de rocas.</p>



Ahuachapán Norte
OFICINA DE TURISMO.

Horario:

Lunes a viernes de 8:00 a 17:00

Sábado a Domingo de 8:00 a 15:00

Teléfono:

Correo:



	<p>Parque Central de Turín Se encuentra ubicado frente a la Iglesia Parroquial y a la Alcaldía. Posee un lago con canchales, jardines y mucha vegetación que le da mucha frescura y belleza. Así como juegos para niños y áreas de descanso. En él se realizan diversas actividades y festividades del municipio.</p>		<p>Parroquia la segunda familia. La iglesia Parroquial de Turín fue destruida por un terremoto, en el mismo lugar se construyó una nueva iglesia, frente a esta se puede ver las bases del antiguo templo y en los jardines se aprecia un pequeño bosque donde están conservadas las antiguas campanas.</p>
	<p>Parroquia de San Lorenzo. Tiene una dimensión de 27 metros desde la entrada principal hasta el altar mayor y 10 metros de ancho. La parroquia tiene una capacidad para albergar a 600 felices.</p>		<p>Puente Viejo Ubicado en centro Leonés de Ahuachapán, localizado sobre el río Agua Caliente. Es una construcción de ladrillo y cal. Data de los años 1800. Bajo el puente se encuentra una poza de agua con una profundidad aproximada de 4 metros. En este lugar se encuentran diez ríos que se entranan, uno de agua fría y otro de agua caliente.</p>
	<p>Museos Culturales. En el barrio Las salinas de Atiquiyava, las paredes externas de las casas y fogones ceremoniales, hacen, pinturas que se han conservado en un excelente estado de Ahuachapán. Las murales están basados en aspectos de la ciudad, lugares turísticos, medio ambiente, historia y aspectos de la cultura salvadoreña, sin olvidar algunas de las tradiciones locales.</p>		<p>Artesanías de Izcuro. En el municipio de Turín, se desarrollan artesanías, en las cuales la materia prima principal es el barro. En el barrio Leonés Figueras quien las elabora, él cual utilizando su creatividad, empieza a realizar dichas artesanías en forma de pájaros, jarrones y platos, lámparas, mariposas, entre otras.</p>
	<p>Papelón Almaco el territorio fue habitado por gobernantes del grupo maya quiché, dejando una serie de asentamientos muy ricos en piezas arqueológicas. La realización de estas artesanías tiene más de 100 años y ha venido de tradiciones familiares la elaboración de estas piezas mayas, surgiendo entre ellos varios salines donde se elaboran máscaras, vasos ceremoniales, platos mayas, platos, calaminatos mayas, etc.</p>		<p>Escuela de Artesanía La famosa escuela de Ahuachapán se ha convertido en una de las grandes atracciones del municipio. Esta escuela nació por el año de 1950, y se dice que esta escuela del municipio a través de la familia Alvarado. Se realiza frente al Parque 5 de noviembre, y se ha convertido en un espacio cultural popular que identifica al Municipio de Ahuachapán desde hace más de seis décadas.</p>
	<p>Escultura de madera En el municipio de Turín se realiza escultura, donde la materia prima es la madera, utilizando herramientas como el cincal, hacha o cromo para cortar la silueta en el tronco y darle forma al lienzo. La actividad toma varias horas. Estos trabajos se pueden apreciar en madera de carbón, escaltip y cedro. Para contactar al creador de estas artesanías se puede hacer uso de Facebook, buscando por su nombre Edgardo Guerrero.</p>		<p></p>



Ahuachapán
Norte

OFICINA DE TURISMO.

Horario:

Lunes a viernes de 8:00 a 17:00

Sábado a Domingo de 8:00 a 15:00

Teléfono:

Correo:



Ruta agroturística.

Hacienda San Antonio Hacienda San Antonio ofrece un espacio lugar para reuniones y eventos rodeado de verdes jardines y un lago al centro de actividades muy interesantes como agroturismo, un ma grande de vacas y los criaderos de tilapia, que ofrecen una experiencia muy interesante para niños y grandes.

Plantaciones de café Los viveros de Villa El Estreño han atendido a una etapa de alta especialización en la producción de plántulas sanas del café, lo cual garantiza una garantía para la renovación adecuada del parque cafetalero del país. Se ofrecen tours a los viveros de café para que las personas se interesen por la cultura turística asociada del café.

Plantaciones de papaya Son plantaciones de árboles frutales de papaya fuerte rojo. Durante el festival del papaya rojo de los principales atractivos del municipio, ya que las papayas pueden ser una de las frutas por el costo de \$1.00 y estas las papayas que gustan.

Plantaciones de boniato Son plantaciones de la planta del boniato. Se realiza un festival debido a la oferta del municipio ya que cuenta con aproximadamente 300 hectáreas de plantaciones y la demanda en nuestro es muy alta, ya que se cosecha en una variedad muy amplia de plántulas.

Reserva Aguapanela El turismo se encuentra a un kilómetro de Ahuachapán, cercana hacia San Lorenzo. El turismo cuenta con cuatro piscinas de aguas naturales; en el cruce posterior de la más grande en donde brota el agua que pueden disfrutar a los demás. En las piscinas se pueden encontrar variedad de peces de diferentes tamaños.

El Puerto El Izaco es un complejo recreativo ubicado a 2 Km sobre la carretera de Ahuachapán hacia San Lorenzo en el departamento de Ahuachapán. Cuenta con 4 piscinas, y se puede observar el proceso de cría de tilapia, desde una de reproducción, ajuque de cobitos, desde viveros, áreas de juegos para niños y tienda de artículos turísticos.



Ahuachapán
Norte

OFICINA DE TURISMO.

Horario:

Lunes a viernes de 8:00 a 17:00

Sábado a Domingo de 8:00 a 15:00

Teléfono:

Correo:



A continuación, se muestra el diseño del díptico con un mapa turístico de la microrregión, la cantidad de dípticos informativo para los puntos informativos será proporcional a la proyección de la demanda, y se mostrara en requerimientos.



MAPA TURISTICO

Ahuachapán Norte

Ahuachapán Norte Mapa turístico.



Turismo Cultural
La microrregión de Ahuachapán Norte cuenta con recursos y atractivos que incorporan los costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y movimiento del lugar. Entre estos se tienen: Diversidad de talleres de artesanías, parroquias, parques, entre otros.


Agriculturas
La microrregión de Ahuachapán Norte cuenta con recursos y atractivos que incorporan actividades agrarias tradicionales de las comunidades, lo cual implica el aprovechamiento de un ambiente rural. Entre estos se tienen:

Turismo de aventura y ecoturismo.
La Microrregión de Ahuachapán Norte cuenta con recursos y atractivos que incorporan actividades que satisfacen la búsqueda de nuevas experiencias, retos y el aumento de actividades y que además se realizan en entornos naturales. Entre estos tenemos: Salto de Malsicapán, Asedio de Atiquizaya y El Parque Ecoturístico El Yumbá.

LEYENDA.

- Parroquias de Jucos
- Plantaciones de torcaes
- Plantaciones de café
- Parques
- Pisos/Cultivos
- Asedios
- Morales
- Replicas mayas
- Esculturas de madera
- Ancestros de torcaes
- Parques
- Puente Viejo
- Salto de Malsicapán
- Hacienda


— Turismo de aventura y ecoturismo
— Agricultura
— Turismo Cultural



Ahuachapán Norte

OFICINA DE TURISMO.
Horario:
Lunes a viernes de 8:00 a 17:00
Sábado a Domingo de 8:00 a 15:00

Telefono:
Correo:



TRIPTICO INFORMATIVO.

Además, se presenta el diseño de un tríptico el cual, son folletos informativos, cuya hoja está dividida en tres partes, dichos trípticos mostraran información de todos los recursos de la microrregión. La cantidad de tríptico informativo para los puntos informativos y oficinas será proporcional a la proyección de la demanda, y se mostrara en requerimientos.

Puente Viejo

Ubicado en cantón Lomas de Alarcón; localizado sobre el río Agua Caliente. Es una construcción de ladrillo y cal. Data de los años 1800. Bajo el puente se encuentra una poza de agua con una profundidad aproximada de 4 metros. En este lugar se encuentran dos ríos que se entrelazan, uno de agua fría y otro de agua caliente.





Ahuachapán Norte

OFICINA DE TURISMO.
Horario:
Lunes a viernes de 8:00 a 17:00
Sábado a Domingo de 8:00 a 15:00

Telefono:
Correo:



Solo en Ahuachapán Norte!

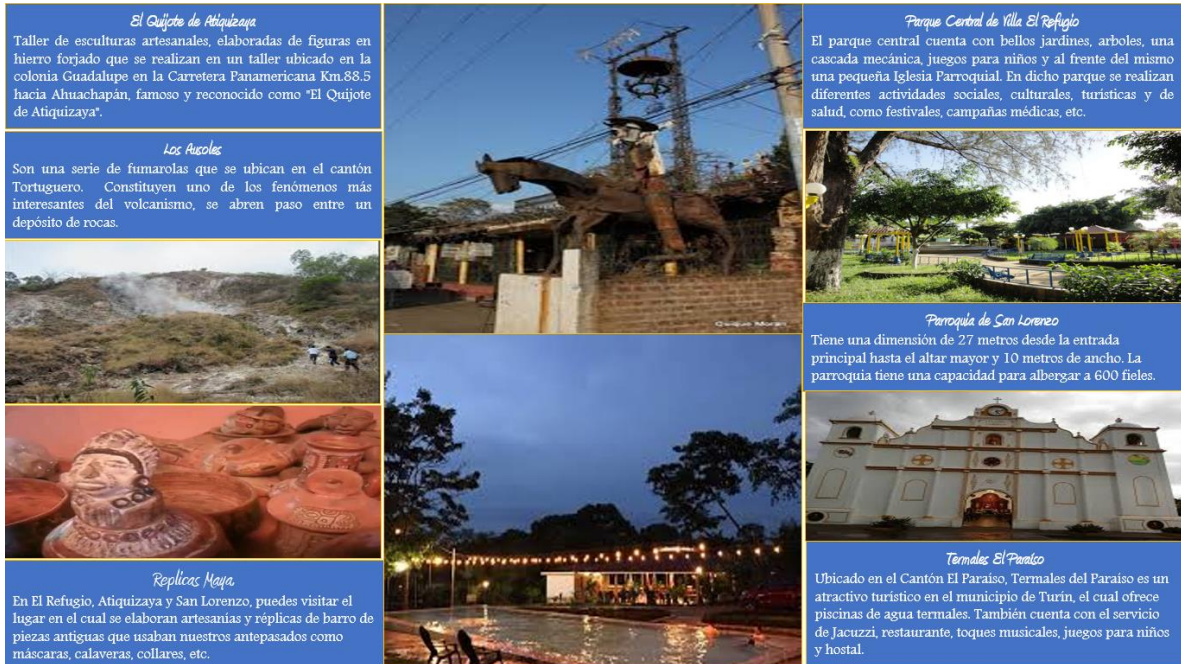


Vue experiencias únicas,






Ahuachapán Norte





2.3. REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.

✓ REQUERIMIENTOS PARA EL PROYECTO LOS CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Para la oficina de la microrregión se evaluarán para la oficina actual, el mobiliario y equipo que se requiere, el personal que estará a cargo de la prestación de servicios, los insumos necesarios para la materialización de los medios de información, etc.

- **Mobiliario y equipo**

Tabla 169. Requerimientos de mobiliario y equipo.

Mobiliario	Descripción	Cantidad
 <p>Escritorio</p>	<p>Apoyo para realizar las funciones administrativas. Largo 1.20m Ancho 0.60m</p>	2
 <p>Silla de oficina</p>	<p>Silla ergonómica secretarial como apoyo en las labores administrativas. Capacidad de carga: 200 libras. Dimensiones: 0.6 x 0.6</p>	2

<p>Archiveros</p> 	<p>Funcionan para almacenar documentación de manera ordenada. Dimensiones: 0.7x 0.5 x 1.35m</p>	<p>2</p>
<p>Computadoras</p> 	<p>Sirve para establecer comunicación, buscar información, llevar control, administrar, etc.</p>	<p>2</p>
<p>Impresoras</p> 	<p>Funcionan para imprimir las necesidades de documentación de la planta. Dimensiones: 0.3 x 0.45, se coloca sobre un escritorio.</p>	<p>1</p>
<p>Oasis</p> 	<p>Para apoyar necesidad del personal. Dimensiones: 0.5m x 0.5 m</p>	<p>1</p>
<p>Aire acondicionado</p>	<p>Se utilizará para mantener temperatura adecuada dentro de la oficina.</p>	<p>1</p>

- **Insumos para la prestación de servicios**

Al momento que el turista desee obtener información, proceda a llenar formularios, dar sus opiniones, etc. Se utilizarán materiales de oficina indispensables para la prestación de servicios y también para el desarrollo de las tareas administrativas.

Insumo	Cantidad
Papel bond	5 resmas
Lapiceros	12
Lápiz	12
Cinta para pegar letreros informativos	2
Pizarra	1

- **Personal necesario**

Para el desarrollo de las labores para dar información al turista se necesitarán las siguientes personas:

1. Una persona que atienda a cualquier turista que visite la microrregión, específicamente Atiquizaya, para proporcionarle toda la información requerida.
2. Una persona que permanezca permanentemente ligada al trabajo turístico de la microrregión.

✓ **REQUERIMIENTOS PARA QUIOSCOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

En esta propuesta se evaluará el diseño de los quioscos, el mobiliario y equipo necesario, insumos, y personal a cargo de la prestación del servicio.

- **Diseño de los quioscos**

Se diseñarán los quioscos para los municipios de Turín y El Refugio ya que en el municipio de San Lorenzo ya se encuentra construido un quiosco informativo.

Basándose en el diseño del quiosco de San Lorenzo, y dado que está a un costado de la Alcaldía, se tomó como base ubicarlos al costado del parque central, por lo que serán pequeños, pero será suficiente para cumplir la función.

A continuación, se presenta el diseño propuesto para los quioscos informativos.



Ilustración 138: Diseño de quioscos de información en parques

El diseño propuesto, hace juego con el diseño de los parques de ambos municipios.

- **Materiales necesarios.**

Los materiales para la construcción de los quioscos pueden variar según los costos en los que incurran las alcaldías, pero se propone realizar la estructura con bloques de concreto, cemento, techo de lámina, hierro, puertas y ventanas de metal y vidrio para dar un buen aspecto, decoraciones metálicas, piso de cerámica, y pintura.

Tabla 170: Materiales para cada centro de información

CENTROS DE INFORMACIÓN				
MATERIA PRIMA				
TIPO	CANT.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL POR MATERIAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Ladrillo	104	0.50	52.00	512.33
Bolsa de Cemento	6	7.57	45.42	
Sacos de arena	2	5.15	10.30	
Sacos de arenilla	1	7.4	7.40	
Varilla corrugada (6m)	2	5.50	11.00	
Alambre ($\emptyset = 5mm$, 5 m)	1	5.00	5.00	
Ladrillo para Piso (33x33cm)	7	2.30	16.10	
Polín de 3" (Tipo C) - Chapa 16	1	13.60	13.60	
Arquiteja	2	13.48	26.96	
Ventanas	3	41.75	125.25	
Lamina (m ²)	6	9.50	57.00	
Puerta	1	85.00	85.00	
Paquete de instalación eléctrica.	1	57.30	57.30	
MANO DE OBRA				
NUMERO DE TRABAJADORES	DÍAS	COSTO UNITARIO DIARIO (\$)	COSTO TOTAL POR TRABAJADOR (\$)	COSTO TOTAL (\$)
3	3	13.23	39.69	119.07

- **Mobiliario y equipo**

Tabla 171. Mobiliario del programas.

Mobiliario	Cantidad
Escritorio	1
Silla de oficina	1
Archivero	1
Papelera	1
Mesa	2
Laptop	1
Impresora	1
Teléfono	1

- **Insumos para la prestación de servicios**

Tabla 172. Insumos para los centros de información.

Insumo	Cantidad
Papel bond	5 resmas
Lapiceros	12
Lápiz	12
Cinta para pegar letreros informativos	2

- **Personal necesario**

Para atender el puesto y dar información necesaria al turista, debido a que es un quiosco el que se diseñó, una persona sería necesaria, sin embargo, dado que estarán cerca de la alcaldía municipal pueden formar parte de los comités de turismo de cada municipio y de la microrregión para estar en coordinación con las actividades turísticas de esta.

- **Plano de distribución propuesto para los quioscos**

Se propone que la estructura sea hexagonal como la de la ilustración anterior con paredes de 1.5 m de longitud para que haya un área aproximada de 5.84 m².

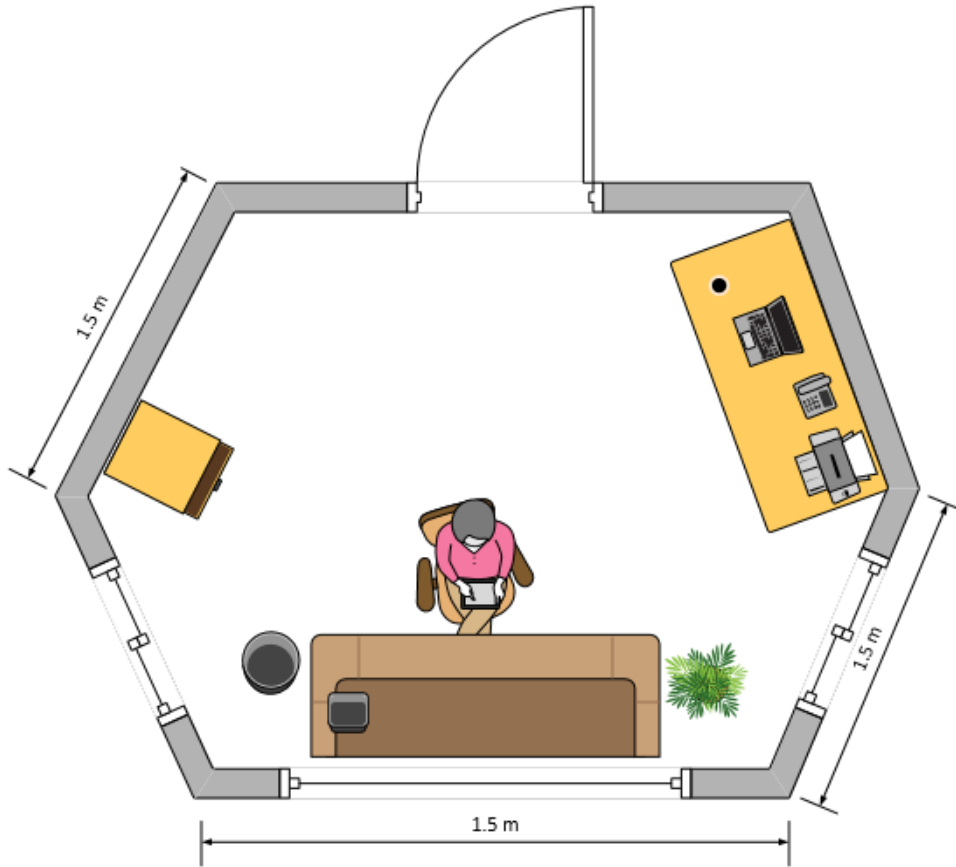


Ilustración 139: Distribución en planta propuesta.

- **REQUERIMIENTOS PARA LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN EN LOCALES.**

A continuación, se muestran los requerimientos y el precio para el proyecto de medios de información en locales.

Tabla 173. Requerimientos para los medios de información en locales.

PERIODO	DÍPTICO CULTURAL	DÍPTICO AVENTURA	DÍPTICO AGROTURISMO	DÍPTICO	DÍPTICO O MAPA	TRÍPTICO
	DEMANDA	DEMANDA	DEMANDA	DEMANDA	DEMANDA	DEMANDA
Enero año 1	851	944	388	553	2736	2736
Febrero año 1	1191	1322	544	774	3831	3831
Marzo año 1	2553	2832	1165	1658	8208	8208
Abril año 1	1447	1605	660	940	4652	4652
Mayo año 1	1276	1416	583	829	4104	4104
Junio año 1	1191	1322	544	774	3831	3831
Julio año 1	1021	1133	466	664	3284	3284
Agosto año 1	2213	2454	1010	1437	7114	7114
Septiembre año 1	1021	1133	466	664	3284	3284
Octubre año 1	1106	1227	505	719	3557	3557
Noviembre año 1	1276	1416	583	829	4104	4104
Diciembre año 1	1872	2077	855	1216	6020	6020
Año 1	17020	18880	7769	11056	35848	35848
Año 2	19060	21144	8703	12380	61287	61287
Año 3	20585	22836	9399	13370	66190	66190
Año 4	22026	24434	10057	14306	70823	70823

3. PROGRAMA DE ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA ADECUADA.

INTRODUCCION

Los recursos turísticos deben ser fácil de acceder, es decir que deben poseer una infraestructura vial adecuada e infraestructura que haga que los turistas se desplacen fácilmente en esa, además de los servicios necesarios que hagan que los usuarios se sientan cómodos. Nunca se ha construido un camino o carretera que no exija conservación. La conservación

Cuando se dice caminos en buen estado, significa mantenerla en sus condiciones de máxima utilidad, con un mínimo de gastos y de molestias para el tráfico. El mantenimiento de una carretera consiste en prever y solucionar los problemas que se presentan a causa del uso, y así brindar al usuario el nivel de servicio para el que la carretera o camino fue diseñado.

La infraestructura básica que debe poseer un recurso para que estos sean adecuados para los turistas son: servicios sanitarios, basureros, área de bancas, e infraestructura que haga que los recursos sean fáciles de transitar como gradas, ramplas, varadillas, etc. todo esto hace que el turista se sienta cómodo y disfrute del recurso de la mejor forma.

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA

Mejoramiento de la infraestructura y oferta turística.

OBJETIVO GENERAL

Proponer técnicas y actividades para mejorar la infraestructura vial y el transporte entre los municipios.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer actividades que ayuden a mejorar los caminos vecinales que conducen a los recursos turísticos.
- Definir una propuesta de transporte que permita acceder a los turistas de una forma más fácil a los recursos turísticos de la microrregión.
- Establecer un diseño de un local para artesanías y su ubicación, para ofrecer los diferentes tipos de artesanías a los turistas de forma más accesible.
- Definir un diseño para servicios sanitarios en parques y recipientes para almacenamiento de desechos sólidos.
- Definir los tipos de señalización que se utilizaran en los recursos turísticos de la microrregión, para guiar e informar a los turistas.

ESTRATEGIA

- Realizar un acondicionamiento urbano y turístico e incorporación de infraestructura que permita propiciar la accesibilidad a los recursos turístico.
- Incorporar un quiosco de venta de artesanías a nivel de la microrregión.

PROYECTOS

- Fácil acceso a los recursos turísticos.
- Interconexión entre los municipios
- Infraestructura para artesanías.
- Uso de desechos sólidos en parques y servicios sanitarios.
- Señalización turística.

3.1. PROYECTO FACIL ACCESO A LOS RECURSOS TURISTICOS.

INTRODUCCION

Las malas condiciones que presentan los caminos rurales en la Microrregión de Ahuachapán Norte, exigen una mayor atención en cuanto a la gestión de proyectos para el mejoramiento de condiciones, ya que el desarrollo de las actividades turísticas dependerá directamente del sistema de transporte rural que exista, y también es de vital importancia para realizar todas las actividades de la población que repercutan estrechamente con el desarrollo de la sociedad.

La desatención en el mantenimiento de la red vial de la microrregión, resulta en alto deterioro de esta, que además de prestar mal servicio al usuario, su buen funcionamiento cada vez va en disminución debido al aumento del tránsito vehicular.

El mejoramiento y mantenimiento de los caminos, debe realizarse a través de un conjunto de técnicas y procedimientos que permitan lograr el funcionamiento adecuado de cada uno de los elementos que componen el camino vecinal y rural que conduce a los recursos turísticos. Este proyecto detalla las técnicas de mantenimiento de caminos rurales; mantenimiento preventivo y mantenimiento correctivo. Se resumen los procedimientos que se aplican, el personal idóneo para efectuar cada actividad, Las herramientas y maquinaria a utilizar.

OBJETIVO GENERAL

Proponer técnicas que ayuden al mejoramiento de caminos rurales y caminos rurales que conducen a los recursos turísticos de la microrregión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las técnicas necesarias para mejorar la infraestructura vial de los caminos vecinales de la microrregión, con el fin de generar propuestas que contribuyan a la accesibilidad.
- Definir el proceso de cada técnica de mantenimiento vial correctivo y preventivo.
- Establecer los requerimientos de mano de obra para el mantenimiento.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de fácil acceso a los recursos turísticos se muestran a continuación:

Tabla 174. Actividades que contempla el proyecto de acceso a los recursos turísticos.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Identificar las técnicas necesarias para mejorar la infraestructura vial de los caminos vecinales de la microrregión.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir el proceso de cada técnica de mantenimiento vial correctivo y preventivo.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Establecer los requerimientos de mano de obra para el mantenimiento.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Seleccionar el personal necesario para realizar el mantenimiento.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Realizar el mantenimiento de los caminos vecinales.	Personal de obra.

DESARROLLO DEL PROYECTO.

3.1.1. TÉCNICAS DE MANTENIMIENTO

Para mejorar el estado de los caminos, y conservarlos en buen estado se propondrán técnicas de mantenimiento tanto preventivo como correctivo, por las condiciones de los caminos que existen en la microrregión.

Dentro de los tipos de mantenimiento que se realizaran en caminos rurales se tienen:

- **Mantenimiento Rutinario o preventivo:** Es aquel que se realizara durante el transcurso del año, el fin de este mantenimiento es evitar el inicio de los deterioros en la vía en cuestión, además se debe realizar antes de la época con mayor presencia de precipitaciones pluviales. Se realiza periódicamente y permite mantener la utilidad del camino a lo largo de su vida de diseño y su ejecución es de un mínimo de dos veces cada año. **Participación exclusiva de mano de obra no calificada realizada por la comunidad.**

Las actividades a realizar son las siguientes:

- Limpieza de cunetas.
 - Limpieza de alcantarillas.
 - Desbroce de las cunetas y áreas laterales.
 - Reparación de la señalización vertical.
 - Limpieza de los elementos derramados sobre la vía (Calzada).
 - Rellenado de Baches en la vía.
- **Mantenimiento Periódico o correctivo:** serán las actividades que se ejecutarán en períodos, en general, de más de un año y que tendrán el propósito de evitar la aparición o el agravamiento de defectos mayores, de preservar las características superficiales, de conservar la integridad estructural de la vía y de corregir algunos defectos puntuales mayores. Ejemplos de esta conservación son el recubrimiento de vías no pavimentadas con tratamiento bituminoso, y las reparaciones de los diferentes elementos físicos del camino.

Esta actividad se realiza durante dos años continuos y al tercer año se debe realizar una rehabilitación.

Las actividades a realizar son las siguientes:

- Reconfiguración de la plataforma.
- Reconfiguración de cunetas.
- Reposición de señal informativa.

TECNICAS PARA ADECUAR LA INFRAESTRUCTURA VIAL.

Se propondrán técnicas para realizar mantenimiento preventivo y correctivo, para todos los caminos vecinales rurales que conducen a los recursos naturales y necesitan de este mantenimiento.

El mantenimiento preventivo se realizará por lo menos 5 veces al año, en los meses de enero, marzo, junio, agosto, noviembre, diciembre, ya que son los meses donde llegan más visitantes a la microrregión.

Tabla 175. Técnicas de mantenimiento preventivo.

MANTENIMIENTO PREVENTIVO	TECNICA	PROCESO	TRATAMIENO	OBSERVACIONES
Obras de paso	Limpieza de cauce	Remoción de todos los materiales sedimentados.		Los materiales removidos se depositan en lugares alejados del cauce.
Superficie de rodadura.	Bacheo.	Eliminar el material suelto y agua estancada, recortar las paredes en forma vertical, se humedece el material y se deposita en el bache, luego se compacta en capas de 10 cm hasta llegar al nivel de la superficie		Si se presenta un gran número de baches es necesario escarificar el tramo.
	Limpieza de maleza en laterales.	Consiste en cortar toda vegetación que haya crecido en los laterales del camino.	Esta actividad se lleva a cabo al inicio y al final del invierno.	

Sistemas de drenaje.	Limpieza de cunetas.	Se remueve todo el material sedimentado a causa de la erosión provocada por la lluvia, de manera que la cuneta recupere su sección de diseño.	Tener un mayor control en época lluviosa.	El material removido se deposita fuera del camino.
	Limpieza de alcantarillas.	Consiste en retirar todo material sedimentado que obstruya el libre paso del agua a través de la tubería	La limpieza es de mayor importancia previo al invierno	Esto se realiza a la entrada y salida de la alcantarilla.
Señalización vial.	Control del estado de las señales.	Se realiza una inspección del estado en que se encuentran las señales y poder así proceder a su reparación o sustitución.		Generalmente estos caminos solo poseen señalización vertical

Tabla 176. Técnicas de mantenimiento correctivo.

MANTENIMIENTO CORRECTIVO.	TECNICA	PROCESO	OBSERVACIONES
Alineamiento horizontal y vertical.	Modificación del eje horizontal y vertical.	Replantear la línea central, limpiar todo material suelto, colocar el material de relleno en capas no mayores de 15 cm hasta conformar el nuevo eje.	Verificar que el nuevo trazo no utilice terreno fuera del derecho de vía.
Superficie de rodadura.	Mejora del suelo superficial.	Esta actividad consiste en nivelar y compactar la superficie del camino, a través de la escarificación del material y la sustitución por material nuevo para obtener una rodadura más adecuada.	Esta se puede realizar con maquinaria o con cuadrillas de trabajo.

Sistema de drenaje	Reconformación de cunetas.	Consiste en limpiar o extraer el material de las cunetas en forma de V y las de solera plana, por medio de niveladoras o manualmente.	En algunos casos el material extraído puede combinarse para la reconformación.
Señalización vial.	Instalación de señales verticales.	Colocar la señal vial en la ubicación correcta de acuerdo al reglamento de tránsito o los planos, verificar que queden a la altura adecuada, rellenar la excavación con una mezcla de cemento, arena, grava y agua.	Cubrir la superficie del concreto con arena saturada de agua para la curación.

3.2. PROYECTO DE INTERCONEXION ENTRE LOS MUNICIPIOS.

INTRODUCCION.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) y todas las organizaciones dedicadas a la actividad o representatividad turística destacan en sus proyecciones que Turismo y Transporte se constituyen en una unidad inseparable pues, en la actividad turística es de suma importancia los accesos a lugares de atracción, la seguridad del desplazamiento, el medio empleado para vincular el traslado de los turistas, el horario etc.

Históricamente el transporte ha sido parte esencial en el turismo, debido a que se requiere para el desplazamiento de los turistas desde el punto de origen hasta un destino. Que existan medios de transporte y vías de conexión, que conecten a un destino turístico es importante para la llegada de turistas, sin estas no se podrían acceder a estos.

Un destino puede ser muy atractivo, pero si no existe medios para llegar a este no podrá desarrollarse como zona turística, debido a la falta de infraestructura y la inaccesibilidad por medios de transporte.

Las sinergias entre los distintos medios de transporte son claves para atraer el turista, ya que los diferentes medios de transporte se complementan, lo que da un producto de más valor para el cliente.

En el presente proyecto, se muestra una propuesta de conexión entre municipios para el transporte de turistas, para que sea fácil su desplazamiento por estos, ya que no existen muchos medios de transporte entre Atiquizaya y los otros municipios.

OBJETIVO GENERAL

Establecer propuestas de medios de transporte, para los turistas, estableciendo alianzas con empresarios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar una propuesta de transporte para grupos de turistas por medio de tours operadores.
- Establecer los pasos a seguir para la creación de alianzas que permitan ofrecer transporte a los turistas.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de interconexión se muestran a continuación:

Tabla 177. Actividades que contempla el proyecto de interconexión entre municipios.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Definir propuestas para mejorar el transporte de los turistas.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Elegir las empresas o entidades con las cuales se pueden realizar alianzas para el transporte.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir el proceso de gestión para realizar las alianzas con las entidades.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Seleccionar las entidades con las cuales se realizará alianzas.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Realizar contacto con las entidades.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Realizar una reunión informativa.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Firma de la alianza entre entidades.	Asamblea General.

DESARROLLO DEL PROYECTO.

El mercado objetivo en su mayoría son residentes del Departamento de San Salvador, La Libertad y de la zona occidental, por lo que se necesita tener transporte para llegar al punto de partida definido para el inicio de las rutas propuestas para los productos turísticos. Como se obtuvo en el estudio del Mercado Consumidor, la mayoría de las personas utiliza un medio de transporte propio para llegar a su destino, el cual facilita su llegada hacia la microrregión, ya que su acceso es por calle pavimentada.

Para el traslado de turistas que llegan a la microrregión por medio de transporte público, se propone la siguiente propuesta.

3.2.1. PROPUESTA DE TRANSPORTE PARA GRUPOS DE TURISTAS POR MEDIO DE TRANSPORTE LOCAL PRIVADO.

La propuesta consiste en gestionar alianzas con tours operadores, para realizar las rutas turísticas o cualquier recorrido en la microrregión.

Lo que se busca con esta propuesta es crear una relación de negocios con las empresas tour operadoras que visitan los municipios que integran la Microrregión y potenciales, de esta forma se dará a conocer a mayor cantidad de turistas los productos turísticos y sus rutas.

Para esto, los medios de transporte a utilizar, los gestionara el tour operador y estos ofrecerán las rutas los fines de semana, por lo que se requerirá establecerse alianzas con transportista locales, para que estos establezcan un precio bajo y que nos brinden un transporte cómodo para los turistas. Es de tener en cuenta que el tipo de transporte dependerá del tamaño del grupo de turistas.

La **relación para la gestión del transporte** será entre los empresarios de transporte público o dueños de flotas de transporte privado con la organización de la microrregión.

PROCESO DE GESTION DE TRANSPORTE.

Se debe gestionar y establecer una relación con empresarios de transporte público y privado de la localidad, con el cual se busca ofrecer a los turistas que lo requiera un transporte cómodo y seguro para su visita a la microrregión.

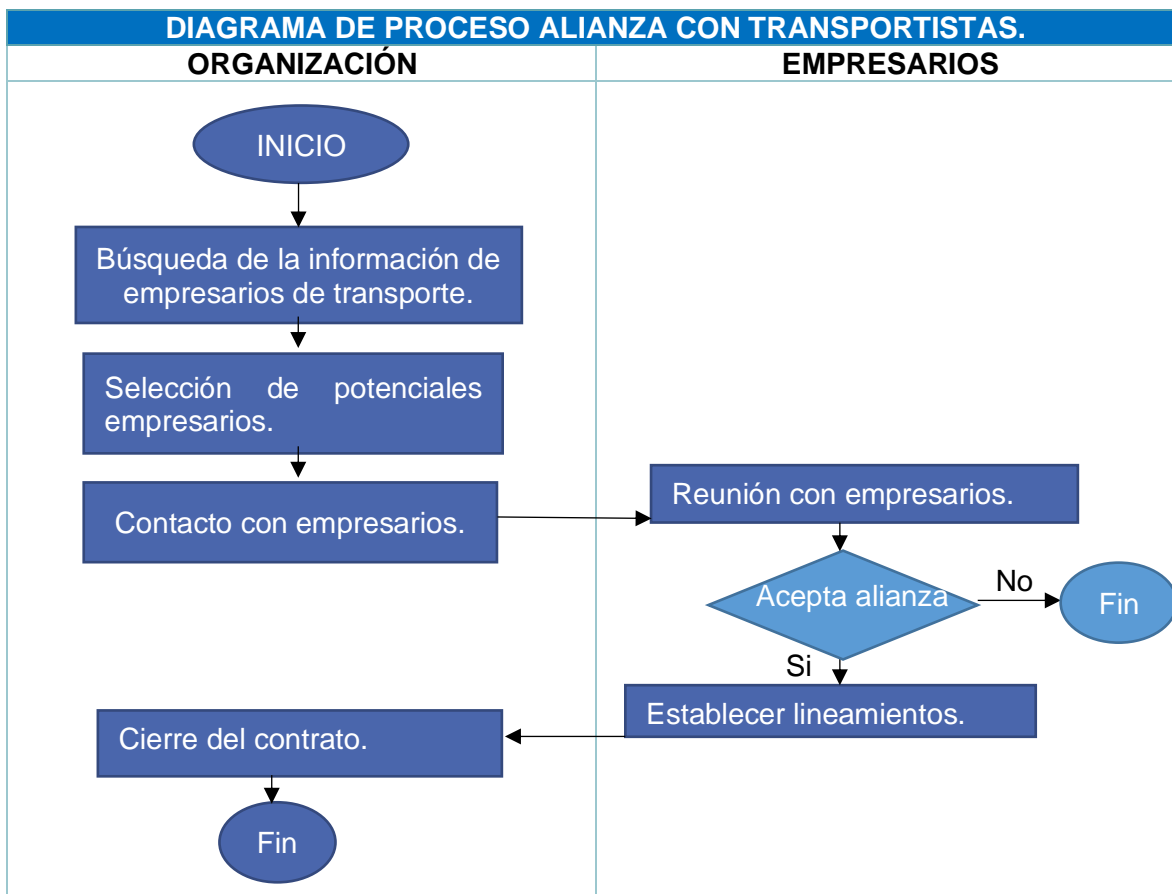
Los pasos que se deben seguir son:

Tabla 178: Descripción de actividades para gestionar alianza con transportistas.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION.
Información de empresarios de transporte locales.	Se debe buscar e investigar, quienes son los empresarios de transporte que viven o residen en la microrregión, y el tipo de transporte que este posee.
Selección de potenciales empresarios.	Se selecciona aquellos empresarios, que poseen transporte cómodo y que sea accesible.

Contacto con empresarios.	Se realiza el contacto respectivo con los empresarios para solicitar una reunión.
Reunión con empresarios.	Se realiza la reunión respectiva, para gestionar la alianza entre la microrregión y los empresarios, explicándole los beneficios de esta.
Establecer lineamientos.	Entre ambas partes se establece el precio, el medio de contacto y la cantidad de vehículos que se requerirán.
Cierre del contrato.	Se cierra la alianza entre ambos.

A continuación, se muestra el proceso en un diagrama.



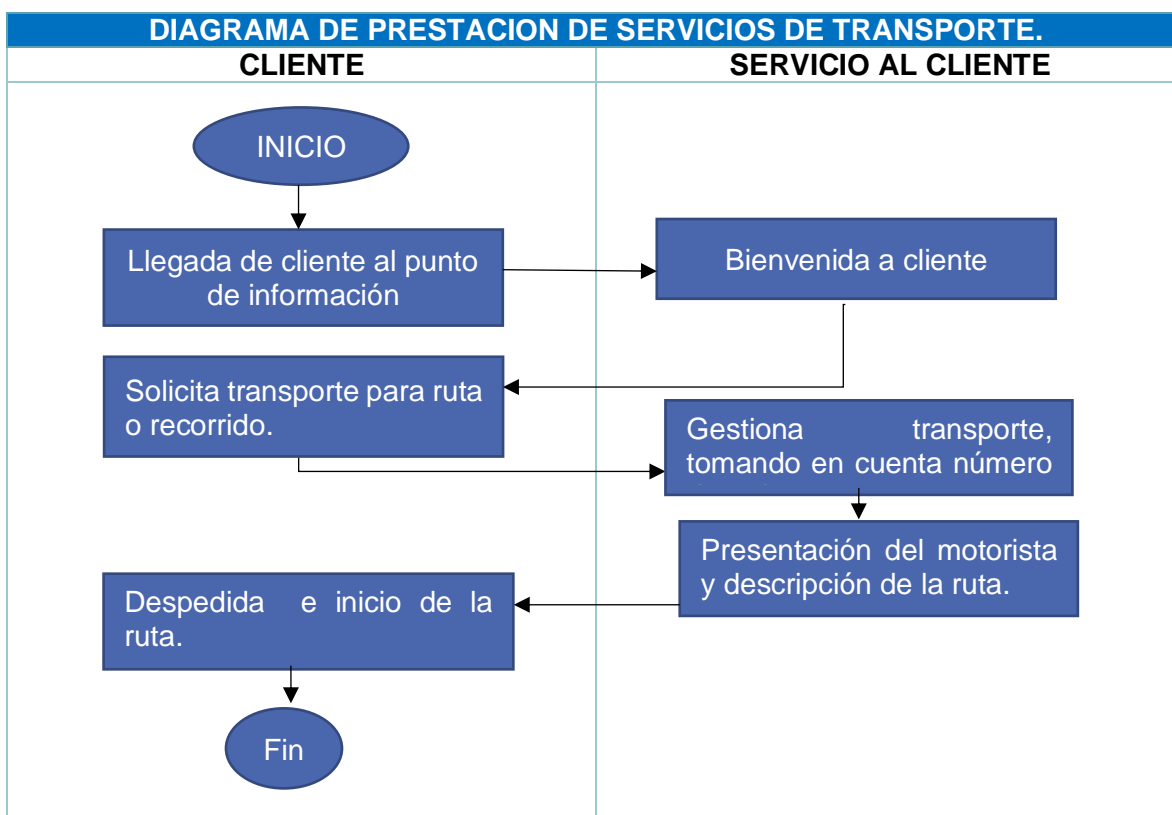
Para solicitar el transporte, el cliente deberá acercarse al punto de encuentro. Los pasos que se deben seguir son:

Tabla 179: Descripción de actividades para gestionar transporte.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION.
Llegada de cliente al punto de información.	El turista llega al punto de información ubicado en los municipios de la microrregión.
Bienvenida de cliente.	El personal, le da la bienvenida al turista cordialmente.
Solicita transporte para ruta o recorrido.	El turista manifiesta al personal que necesita transporte para su el recorrido de la ruta.

Gestiona transporte, tomando en cuenta número de turistas.	Se realiza la gestión con los transportistas, los cuales tienen medios de transporte a disposición, se le indica el número de turistas y el tipo de transporte que se requiere.
Presentación del motorista y descripción de la ruta.	Llegada del transporte y presentación a los turistas.
Despedida e inicio de la ruta.	Se despide del turista cordialmente, y se inicia el recorrido del producto.

A continuación, se muestra el proceso de solicitud de transporte del cliente:



LINEAMIENTOS DE LA ALIANZA.

- Se establecerá el horario en que se necesitará el transporte, que usualmente será de 8:00 a.m. a 5:30 p.m.
- Se debe solicitar la cantidad de medios de transporte que los empresarios deben tener a disposición, los fines de semana. Como la mayoría de personas llegan en vehículo propio, se iniciará solicitando solo 5 unidades, y se modificará la cantidad de acuerdo a la afluencia de turistas que se tengan.
- Se establecerá el precio por unidad y cualquier otro requisito de los empresarios.

3.2.2. PROPUESTA DE TRANSPORTE PARA GRUPOS DE TURISTAS POR MEDIO DE TOURS OPERADORES.

La propuesta consiste en gestionar alianzas con tours operadores, para realizar las rutas turísticas o cualquier recorrido en la microrregión.

Lo que se busca con esta propuesta es crear una relación de negocios con las empresas tour operadoras que visitan los municipios que integran la Microrregión y potenciales, de esta forma se dará a conocer a mayor cantidad de turistas los productos turísticos y sus rutas.

La **relación para la alianza con tour operadores** será entre los directores de la tour operadora y la organización de la microrregión.

Para esto, los medios de transporte a utilizar, los gestionara el tour operador y estos ofrecerán las rutas los fines de semana. En una entrevista realizada a Escaladores Tours y Palmeras Tours, establecían que para agregar un nuevo destino ellos deben conocerlo primero y evaluar si el destino será exitoso.

PROCESO PARA AGREGAR A LA MICRORREGION COMO DESTINO.

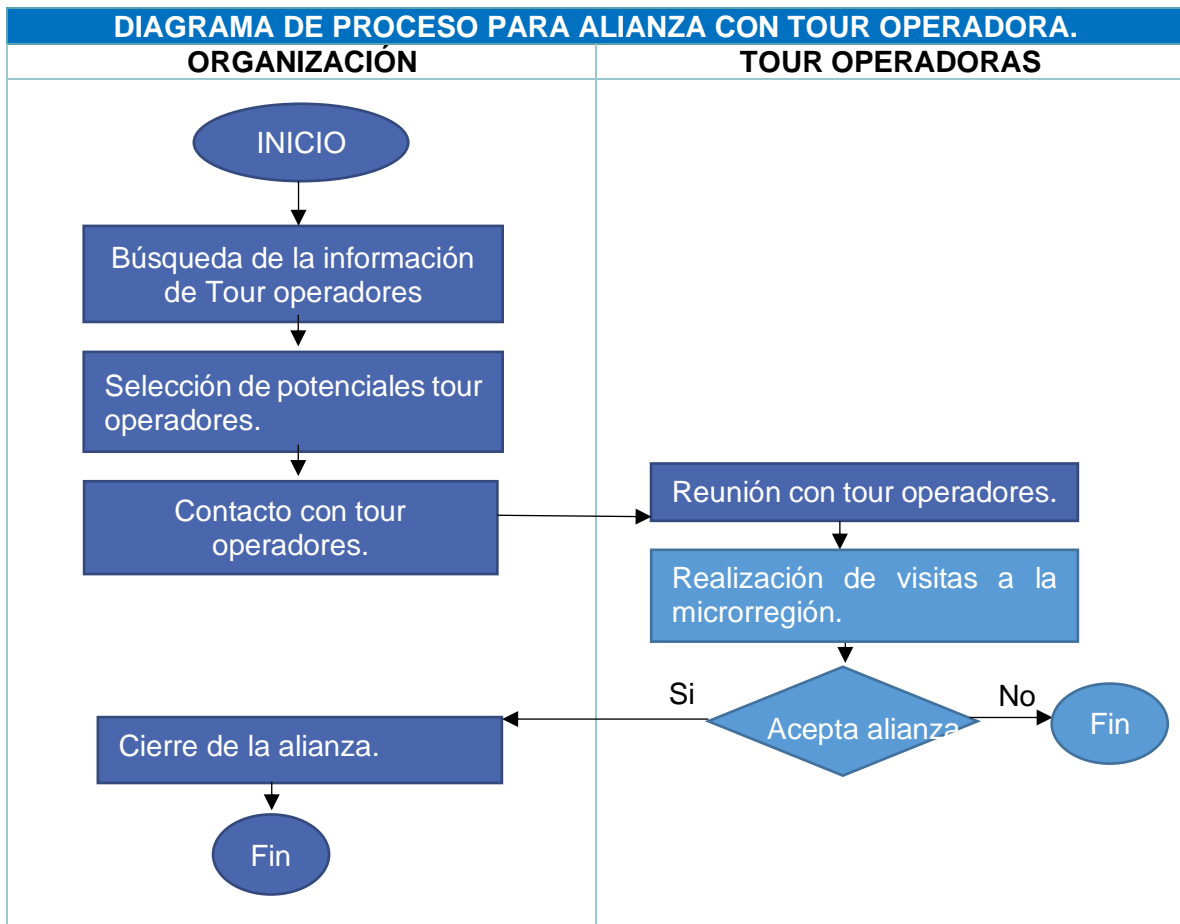
Se debe gestionar y establecer una relación con tour operadores, con el cual se busca ofrecer a los turistas nuevos medios para llegar a la microrregión.

Los pasos que se deben seguir son:

Tabla 180: Descripción de actividades para realizar alianza con tour operadores.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION.
Información de Tour operadores.	Se debe buscar e investigar, tour operadores que realicen visitas a la microrregión o estén interesados en realizar tour a esta.
Selección de potenciales tour operadores.	Se selecciona algunos tours operadores, para empezar la alianza.
Contacto con directores de tour operadores.	Se realiza el contacto respectivo con los tours operadores para establecer una reunión.
Reunión con directores.	Se realiza la reunión respectiva, para gestionar la alianza entre la microrregión y los tours operadores, explicándole los beneficios de esta y los servicios que la microrregión tiene para ofrecer, y se establece día de visita a los destinos.
Realización de visita a la microrregión.	Se realiza la visita a las diversas rutas y destinos, de la microrregión.
Cierre de la alianza.	Se cierra la alianza entre la microrregión y los tour operadores, entablando una relación de comunicación con estas para ofrecer guías locales y seguridad para los tours.

A continuación, se muestra el proceso en un diagrama.



Si a los tours operadores ven el potencial de la microrregión como destino turístico y ve que las rutas serán exitosas, ofrecerán paquetes hacia la microrregión, ofreciendo las diferentes rutas propuestas.

3.3. PROYECTO INFRAESTRUCTURA PARA ARTESANIAS.

INTRODUCCION

La elaboración de artesanías, no solo genera trabajo y moviliza la economía de las comunidades, también reúne en su entorno elementos como el arte, la tradición o la herencia de una historia. Cuando se habla de artesanía se refiere al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás.

La artesanía es un objeto totalmente cultural, ya que tiene la particularidad de variar dependiendo de la cultura, el paisaje, el clima y la historia del lugar donde este se elabore. En los últimos años el mercado de los que compran artesanías ha crecido, ya que las personas empiezan a valorar la cultura y tradiciones de los lugares que visitan.

Evidentemente, las artesanías representan un punto importante para los visitantes nacionales y extranjeros que visitarían a la microrregión, y facilitar el acceso a este ayudaría a mejorar la economía de los talleres artesanales de la microrregión, y beneficiaría a varias familias. Por ello es importante crear una propuesta de un local comercial para artesanías, que permita tener acceso a las diversas artesanías, a los visitantes de la microrregión.

OBJETIVO GENERAL

Establecer el diseño de un local comercial para artesanías, que permita a los turistas tener un acceso más fácil a estas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir los requerimientos de áreas para local de artesanías que se propone para el comercio de estas en la microrregión.
- Proponer un diseño del local de artesanías.
- Definir los procesos de gestión para realizar alianzas con los artesanos de la microrregión.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de infraestructura para artesanías se muestran a continuación:

Tabla 181. Actividades que contempla el proyecto de infraestructura para artesanías.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Definir las áreas necesarias para el local de artesanías.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Establecer una propuesta de diseño para un local de artesanías.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir el proceso de gestión para realizar las alianzas con artesanos	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Realizar contacto con las entidades.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Realizar una reunión informativa.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Firma de la alianza entre entidades.	Asamblea General.

DESARROLLO DEL PROYECTO.

3.3.1.1. DISEÑO Y CREACIÓN DE LOCAL PARA ARTESANÍAS

A través del Diseño y creación del local para las artesanías, se busca crear espacios de conveniencia para la comercialización que hagan más accesible la oferta turística brindada, permitiendo acercar los productos identitarios de todos los tipos de artesanías, a las personas que visitan los municipios de la microrregión, generando comodidades para los usuarios a la hora de adquirir un producto, y de esta manera albergando a los productores artesanales de todos los municipios que conforman la Microrregión Norte de Ahuachapán.

REQUERIMIENTO DE AREAS PARA LOCAL DE ARTESANÍAS Y DISEÑO.

Para el local de artesanías, funcione de manera adecuada se debe de considerar la disposición de las áreas de las instalaciones, considerando todas aquellas áreas que son indispensables para su funcionamiento y poder así ofrecer un mejor ambiente y atención adecuada a los clientes y turistas que la visiten.

Las áreas requeridas para el local de artesanías son:

- Espacios para ofertar productos artesanales.
- Espacio para Caja registradora.
- Suficiente espacio para la movilidad del empleado.

A continuación, se muestra el diseño del local con el espacio necesario para este y las áreas requeridas.

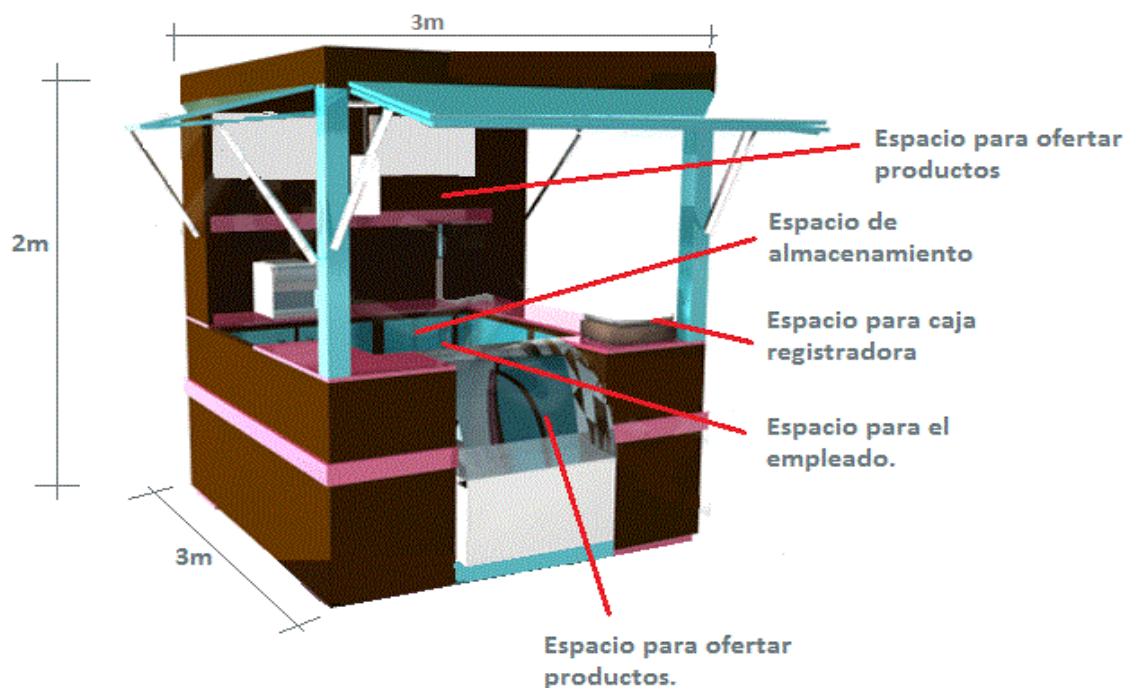


Ilustración 140: Diseño propuesto para locales de artesanías.

El material del local será de madera y contará con las dimensiones anteriores.

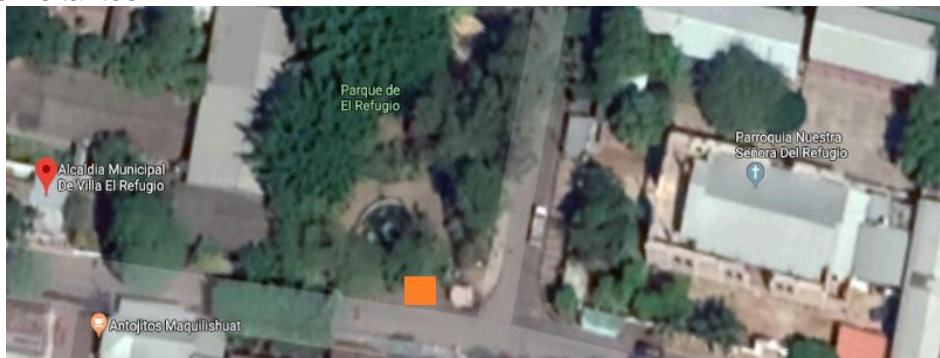
UBICACIÓN.

El proyecto tiene su área de influencia en la Microrregión de Ahuachapán Norte, comprendiendo 4 municipios en total, que son: San Lorenzo, Atiquizaya, Turín y El Refugio en el departamento de Ahuachapán. Se propone ubicar un local de artesanías por municipio. Esto debido a que se desea que todos los turistas tengan acceso a estos productos locales.

La ubicación en cada municipio, para el local de artesanías, son los principales parques centrales, ya que se pretende un diseño compacto y movable, que no requiere de mucho espacio, como se observó el diseño tiene medida de 3m por 3m los parques cuentan el espacio físico disponible para esto. Los parques están en el casco urbano y están conectados por calles pavimentadas, lo que permite un acceso fácil a los visitantes y además posee energía eléctrica la cual es necesaria para el funcionamiento de los locales, así como el agua es necesaria para procurar la inocuidad y calidad de los productos.

La ubicación de los locales se muestra a continuación.

Municipio de El Refugio: El rectángulo anaranjado muestra la ubicación del local. Se ubicaría en el parque central de dicho municipio, cerca de la parroquia, y la alcaldía. El parque cuenta con suficiente espacio para el local y este lugar sería ideal y de fácil acceso para los visitantes.



Municipio de Atiquizaya: El rectángulo anaranjado muestra la ubicación del local. Se ubicaría en el parque 5 de noviembre, de dicho municipio, cerca de la parroquia, y la alcaldía. El parque cuenta con suficiente espacio para el local y este lugar sería ideal y de fácil acceso para los visitantes, ya que se encuentra en las cercanías de la oficina de turismo.



Municipio de San Lorenzo: El rectángulo anaranjado muestra la ubicación del local. Se ubicaría cerca de la parroquia y la alcaldía de dicho municipio, es un lugar con un gran espacio libre, y es donde se desarrollan actividades sociales. Este lugar sería ideal y de fácil acceso para los visitantes, ya que se encuentra cerca del punto de información de San Lorenzo.



Municipio de Turín: El rectángulo anaranjado muestra la ubicación del local. Se ubicaría cerca de la parroquia y la alcaldía de dicho municipio, en el parque central de este municipio el cual posee un buen tamaño, en el parque se desarrolla actividades sociales. Este lugar sería ideal ya que cuenta con mucho espacio y es fácil acceso para los visitantes.



RELACIONES EXISTENTES EN EL PROYECTO.

Al ejecutar este proyecto, se beneficiaría a los artesanos de la microrregión, que ofrecen diversos productos, además de los turistas quienes tendrán al alcance, diversas artesanías.

Las relaciones que se establecerán son:

- **Relación de Abastecimiento:** Los principales abastecedores serán los artesanos de diversas índoles, los cuales se encuentran cerca de los 4 municipios, por lo menos en cada municipio existe un taller de artesanías. La organización de la microrregión contactará a los artesanos y les ofrecerá una alianza para comercializar sus productos en los locales.
- **Mercado de Consumo:** Se busca estar cerca de los consumidores finales, se prevee que el mercado objetivo visitara más de alguno de los municipios de la microrregión. La relación será entre encargado del local y turista.
- **Relación con vendedores:** Se requiere de un vendedor que se encuentre en los locales, este será seleccionado por la organización de la microrregión, y su contrato será con la organización de esta.



Ilustración 141: Relación entre involucrados.

PROCESO PARA ALIANZA CON ARTESANOS.

Se debe gestionar y establecer una relación con los artesanos de la microrregión, con el cual se busca ofrecer a los turistas fácil acceso a la variedad de artesanías locales.

Los pasos que se deben seguir son:

Tabla 182: Descripción de actividades para realizar alianza con artesanos.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION.
Información de artesanos	Se debe buscar e investigar, los artesanos que residan en la microrregión, y que estén interesados en ofrecer sus artesanías.
Contacto con los artesanos.	Se realiza el contacto respectivo con los artesanos para establecer una reunión.
Reunión con los artesanos.	Se realiza la reunión respectiva, para gestionar la alianza entre la microrregión y los artesanos, explicándole los beneficios de esta alianza.
Establecimiento de lineamientos.	Se establecen los precios de comercialización, y el proceso de pedido para las artesanías.
Cierre de la alianza.	Se cierra la alianza entre la microrregión y los artesanos, entablando una relación de comunicación con esta.

A continuación, se muestra el proceso en un diagrama.



Si los artesanos ven el potencial de la microrregión como destino turístico y ve que las rutas serán exitosas, ofrecerán nuevos productos artesanales, para ir innovando e incluso podrán generar fuentes de empleo.

3.4. PROYECTO USO DE DESECHOS SOLIDOS EN PARQUES Y SERVICIOS SANITARIOS.

INTRODUCCION

Los destinos turísticos deben poseer infraestructura de apoyo, es decir que deben poseer una infraestructura sanitaria para los turistas y recipientes para almacenar los desechos sólidos, que haga que los turistas se sientan cómodos y puedan realizar sus actividades sin alguna preocupación. Además, el hecho de poseer recipientes para almacenar los desechos, permite que la zona se mantenga libre de basura y permite tener un mayor control de estos desechos.

Cuando se habla de desechos sólidos, nos referimos a todo tipo de residuo o desecho que genera el ser humano a partir de su vida diaria y que tienen forma o estado sólido. Los desechos sólidos son conocidos comúnmente como “basura” y contribuyen a la contaminación de las aguas, la tierra, el aire, y también afean el paisaje. Además, ponen en peligro la salud humana y la naturaleza en general, por ello es necesario que existan recipientes adecuados en los parques de la microrregión que no lo poseen y que están deteriorados. Además, es esencial que existan baños públicos en los municipios como San Lorenzo, Turín y El Refugio, que actualmente no lo poseen y que lo requerirán si aumenta la demanda de los turistas, ya que los visitantes lo requerirán.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta para los desechos sólidos y la prestación de servicios sanitarios en parques.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir las áreas necesarias para los servicios sanitarios
- Establecer una propuesta de diseño para los servicios sanitarios.
- Definir los requerimientos de materiales y mano de obra necesarios.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de uso de desechos sólidos en parques y servicios sanitarios se muestran a continuación:

Tabla 183. Actividades que contempla el proyecto de uso de desechos sólidos en parques y servicios sanitarios.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Definir las áreas necesarias para los servicios sanitarios	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Establecer una propuesta de diseño para los servicios sanitarios.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir los requerimientos de materiales y mano de obra necesarios.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Búsqueda y selección de personal.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.

Ejecución de la obra.	Empresa encargada.
Establecer una propuesta de diseño para almacenar los desechos sólidos.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir los requerimientos de materiales	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Búsqueda y selección de empresa.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Realizar contrato con empresa.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Ejecución de la obra.	Empresa encargada.

DESARROLLO DEL PROYECTO.

3.4.1. DISEÑO DE BAÑOS PUBLICOS EN PARQUES.

Los turistas con frecuencia necesitan realizar sus necesidades biológicas, por ello, es fundamental que se cuenten con servicios sanitarios y que estos posean accesibilidad para personas con movilidad reducida. Por lo general, estos servicios están separados por sexo. A través del Diseño de los baños públicos, se busca crear un espacio de higiene para los turistas, permitiendo que estos puedan cumplir con sus necesidades biológicas, generando así comodidades a los usuarios cuando estos visiten la microrregión.

REQUERIMIENTO DE AREAS PARA BAÑOS PUBLICOS.

Para que los servicios sanitarios, funcione de manera adecuada se debe de considerar la disposición de las áreas de las instalaciones, considerando todas aquellas áreas que son indispensables para su funcionamiento y poder así ofrecer un mejor ambiente y atención adecuada a los turistas que la visiten.

Las áreas requeridas para el baño público son:

- Área de lavamanos.
- Espacio para almacenar utensilios de limpieza.
- Inodoros y mingitorios para los baños de hombres.
- Recipientes para almacenar agua.
- Baño para discapacitados: los baños públicos han de ser amplios, con el fin de que pueda ser utilizado por personas en silla de ruedas o con cualquier otro problema de movilidad.

La distribución en el baño es esencial para facilitar cualquier maniobra que se realice con una silla de ruedas. Esta dependerá del espacio total disponible, pero la idea es que una silla pueda girar y moverse en un diámetro de 1,5 metros dentro del recinto. Además, la puerta siempre debe abrirse para el exterior, para que no suponga un impedimento.

Los baños estarán divididos, uno para hombres y uno para mujeres, y estarán ubicados en los parques de la microrregión que actualmente no poseen baños públicos, los cuales son: Parque Central de Turín, El Refugio, Parque 5 de noviembre.

A continuación, se muestra el diseño del espacio para los baños y las áreas requeridas.



Ilustración 142: Fachada de baños sanitarios en parques.

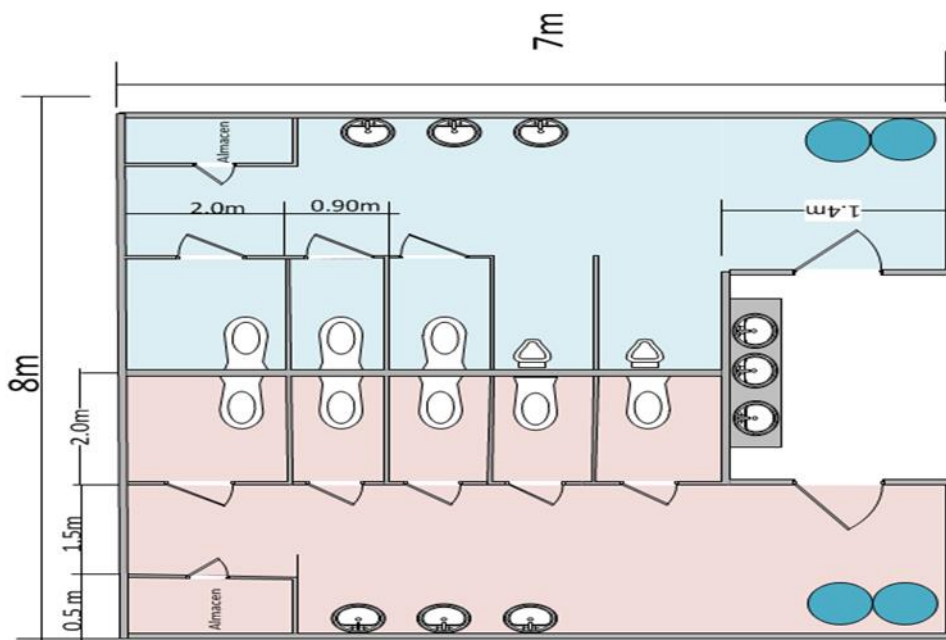


Ilustración 143: ubicación de las áreas para baños sanitarios.

UBICACIÓN.

El proyecto tiene su área de influencia en la Microrregión de Ahuachapán Norte, comprendiendo 3 municipios en total, que son: Atiquizaya, Turín y El Refugio en el departamento de Ahuachapán. Se propone ubicar los servicios sanitarios en los parques centrales de estos debido a que se desea que todos los turistas tengan acceso a este servicio.

Como se observó el diseño los baños tienen una medida de 7m por 8m, los parques cuentan el espacio físico disponible para esto. Los parques están en el casco urbano y están conectados por calles pavimentadas, lo que permite un acceso fácil a los visitantes y además posee energía eléctrica y servicios de agua la cual es necesaria para el funcionamiento de estos, así como el agua es necesaria para procurar la higiene y limpieza de estos servicios.

3.4.2. DISEÑO DE RECIPIENTES PARA DESECHOS SOLIDOS.

Para el uso adecuado de residuos y diseños se propone un sistema de recolección de basura que comprende clasificar está en los diferentes tipos de desperdicios. Estos desperdicios serán colocados en basureros que serán identificados por un color y por un rotulo con su clasificación.

Con esto se transportará, almacenara y se dispondrá los lugares de recolección de basura de tal forma que disminuya los olores provocados por estos, así mismo esto evitara que lleguen animales a comérselo y esparcir la basura en las zonas de los parques, de igual forma evitara la contaminación de los alimentos, superficies, suministros de agua y las superficies del terreno. El diseño de la propuesta se muestra a continuación:



Ilustración 144. Diseño de basureros.

- El color rojo será para almacenar desechos de cartón y papel.
- El Color amarillo será para depositar desechos de metal, plástico y vidrio.
- El de color verde será para desechos orgánicos.

UBICACIÓN.

El proyecto tiene su área de influencia en la Microrregión de Ahuachapán Norte, comprendiendo 3 municipios en total, que son: Atiquizaya, Turín y El Refugio en el departamento de Ahuachapán. Su ubicación será en los parques centrales que carecen de recipientes para el depósito de desechos sólidos, con la finalidad de evitar que los turistas boten la basura en el suelo debido a la carencia de estos.

RELACIONES DEL PROYECTO.

- **Organización de la microrregión:** Ellos serán los que velen por la instalación y supervisión del estado de los recipientes para almacenar los desechos sólidos.

- **Alcaldía de los municipios:** las alcaldías son las que tienen que velar por la recolección de los desechos en los parques y que estos sean depositados en el relleno sanitario de Atiquizaya.

3.5. PROYECTO SEÑALIZACION TURISTICA.

INTRODUCCION

La microrregión Norte de Ahuachapán considera el Turismo como una actividad económica creciente y con enorme potencial. Es por ello que pretende favorecer su desarrollo. De acuerdo con lo anterior es fundamental dotar a la microrregión de una adecuada señalización turística, tanto en la red de caminos como en cada recurso turístico. Esto debido a que una señalización turística adecuada garantizará una acogida de calidad al turista que nos visitará, que se sentirá correctamente informado y orientado, al transitar por la microrregión.

El objetivo principal de este proyecto es que la señalización turística sea homogénea en los recursos turísticos. Es por ello que se detallan en el proyecto las características de la señalización turística a utilizar en la microrregión y los tipos de estos.

OBJETIVO

Establecer la señalización turística que se utilizara en los recursos turísticos de la microrregión, y sus características.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir el tipo de señalización necesaria a incorporar en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- Definir el diseño de la señalización de información e identificar las señales de seguridad necesarias.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de señalización turística se muestran a continuación:

Tabla 184. Actividades que contempla el proyecto de señalización turística.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Definir el tipo de señalización que se utilizara en los recursos de la microrregión.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Establecer el diseño de la señalización.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Definir los requerimientos de materiales y mano de obra necesarios.	Comité de desarrollo turístico e infraestructura.
Búsqueda y selección de empresa.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Realizar contrato con empresa.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Ejecución de la obra.	Empresa encargada.

DESARROLLO DEL PROYECTO.

En este apartado se mostrarán los tipos de señalización que se utilizarán en los Recursos Turísticos de la Microrregión Norte de Ahuachapán, y la propuesta de estos. La señalización propuesta se adaptará a las condiciones culturales de los municipios, de igual forma se propondrá materiales adecuados al tipo de lugar y clima, entre otros criterios de elección.

Se utilizarán los siguientes tipos de señalización en los recursos:

- ✔ **Señales reglamentarias:** se utilizarán para informar a los visitantes acerca del reglamento para el uso de los recursos, así mismo se utilizará para la prohibición de ciertas actividades para la conservación de los recursos y atractivos naturales y culturales, así como la protección de la infraestructura de estos.

Las señales a utilizar serán las siguientes:



Ilustración 145: Propuesta de señalización de reglamentación.

- ✔ **Señalamientos informativos:** Se encuentran en cualquier parte e informan de horarios y servicios. Así mismo este tipo de señalización de utilizar para identificar las diferentes áreas de los recursos y atractivos turísticos.

El diseño propuesto para estas señales que indiquen las áreas de los recursos y atractivos turísticos serán las siguientes:



Ilustración 146: señalización de zona.

Las dimensiones de estas señales son las siguientes:



Ilustración 147: dimensiones de las señales.

Para el caso de señales que informan el camino hacia los recursos y atractivos, se propone el siguiente diseño de flecha, este podrá ser colocado en la calle principal apuntando el camino hacia el recurso o atractivo.



Ilustración 148: diseño de señal de flecha.

También se utilizarán señales donde se coloque un mensaje de Bienvenida a los usuarios, el diseño de este debe ser atractivo, para que las personas que lo vean quieran visitar el recurso o atractivo, esta señal será colocado en la entrada principal de estos:



Ilustración 149: Diseño de señal de bienvenida, ejemplo Turicentro Agüijuy.

El material de todas las señales anteriores puede ser de acero inoxidable o de madera.

- ✓ **Señalización de seguridad:** así mismo se utilizarán los tipos de señalización típicos en cualquier empresa o servicio como lo son las señales de prohibición, de advertencia, de salvamento o evacuación.

Las señales que se utilizarán en los recursos o atractivos son las siguientes:

Señales de Advertencia: se utilizarán principalmente las de riesgo eléctrico, caída a distinto nivel y deslizamiento.



Ilustración 150: Señal de advertencia.

Señales de emergencia y evacuación: estas serán utilizadas para definir las rutas de evacuación en los recursos o atractivos que lo requieran y el punto de encuentro si ocurre alguna emergencia.



Ilustración 151: Señal de emergencia y evacuación.

Señales de prohibición: se utilizarán para prohibir comportamientos de los usuarios que evitara algún peligro. Las señales a utilizar son las siguientes:



Ilustración 152: Señal de prohibición.

A continuación, se muestra un esquema general de una parroquia, donde se ubican las señales de emergencia, cabe recalcar que la mayoría de las parroquias presentes en la microrregión poseen esa estructura.

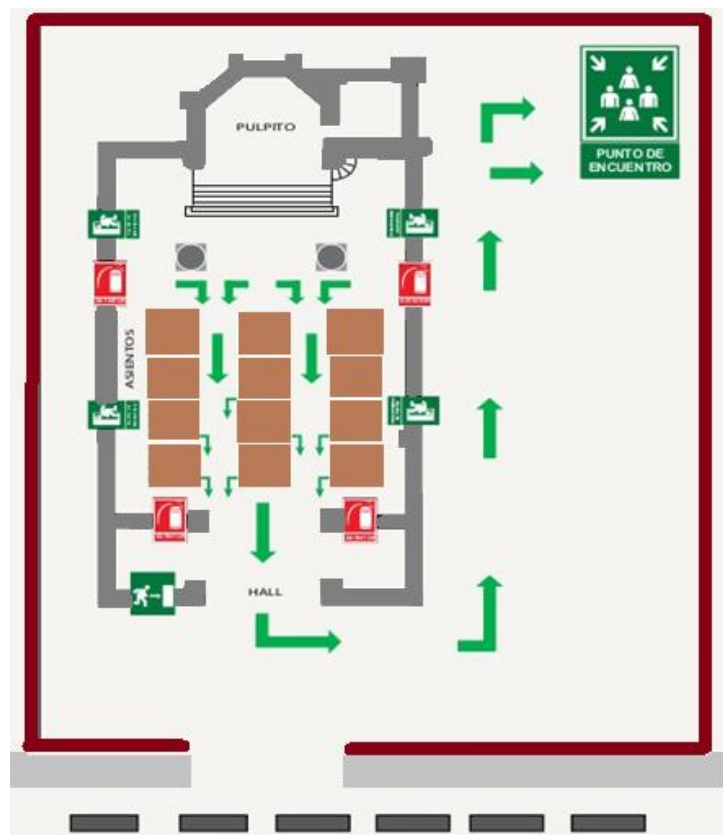


Ilustración 153: Mapa de riesgo de una parroquia.

3.6. REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA

A continuación, se muestran los requerimientos de recurso humano y materiales necesarios para el desarrollo de los proyectos que contiene el programa.

Requerimientos del proyecto fácil acceso a los recursos turísticos.



El mantenimiento preventivo, se puede realizar con personal de la comunidad, y se prevee que dure cinco días, y se necesitaran aproximadamente 25 personas. El mantenimiento preventivo durara aproximadamente 15 días, y se necesitaran 40 personas por el tipo de actividades que se realizara.




Tabla 185. Requerimientos de persona en proyecto de fácil acceso a los recursos.

DESCRIPCION.	NUMERO REQUERIDO.	COSTO DIARIO Y DIAS A TRABAJAR	TOTAL.
Personal para mantenimiento preventivo.	25	\$12/ 5 días.	\$7500.00
Personal para mantenimiento correctivo.	40	\$12/15 días.	\$7200.00

Cabe mencionar que tanto el Ministerio de Obras Públicas, el FOVIAL y las alcaldías son las entidades públicas encargadas de la reparación y mantenimiento de las carreteras y los caminos vecinales del país. Los caminos vecinales su mantenimiento les compete a las alcaldías de cada municipio.

HERRAMIENTAS Y EQUIPO NECESARIOS.

<p>Carretilla para transporte de barril.</p> 	<p>Carretillas de mano diseñadas para el transporte de barriles. Estructura de acero tubular con variedad de sistemas de agarre y palas de distintos tamaños. Disponen de sistemas de sujeción para evitar el movimiento o la caída del barril durante el transporte.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gran estabilidad en posición vertical (carga). • Especialmente diseñadas para facilitar la carga y descarga. • Hasta 150 kg de carga. <p>Cantidad Requerida:4 Vida Útil:20 años. Responsable: 2 por alcaldía.</p>
<p>Rastrillos metálicos.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Escoba metálica para jardín • Mango de madera de pino de 1.2 metros • Cabezal diámetro de 19" con 22 dientes • Ideal para la jardinería y la agricultura <p>Cantidad Requerida:12. Vida Útil: 10 años. Responsable: 3 por alcaldía.</p>

<p>Palas.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Cabeza fabricada en acero al carbono con doble tratamiento térmico • Acabado en pintura epoxica negra • Puño recto fabricado en polipropileno • Mango de madera corto 50 centímetros de longitud • Largo total de 1 metro <p>Cantidad Requerida:8. Vida Útil: 10 años. Responsable: 2 por alcaldía</p>
<p>Azadón.</p> 	<p>Azadón de 2.5 libras, hoja forjada en acero de alto carbono, mango de madera de 44 pulgadas de largo con cabeza de polipropileno.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoja de 7.1/16 pulgadas de ancho y 7.13/16 de largo • Mango de 44 pulgadas de largo • Ojo para el mango: 1.9/16 pulgadas de diámetro <p>Cantidad Requerida:8. Vida Útil: 10 años. Responsable: 2 por alcaldía</p>
<p>Piochas.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Piocha de 5 libras • Mango de madera • Cabeza forjada de una sola pieza en acero de alto carbono • Largo total: 36 pulgadas • Filo de 4.1/8 pulgadas de ancho • Cabeza de 18.7/8 pulgadas de largo <p>Cantidad Requerida:8. Vida Útil: 10 años. Responsable: 2 por alcaldía</p>
<p>Cortagrama.</p> 	<p>Cortagrama de 20" a gasolina Motor de alta potencia permite realizar labores de limpieza de forma rápida y fácil en diferentes tipos de terrenos con amplia Área de corte.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ancho de corte 51 cm • Motor powermore ohv 140 cc • Plataforma de descarga lateral • Marca: YARD MACHINES • Modelo# 11A-02SB700 <p>Cantidad Requerida:4. Vida Útil: 10 años. Responsable: 1 por alcaldía</p>

 *Requerimiento del proyecto de interconexión entre los municipios*

A continuación, se muestran los requerimientos del proyecto, tomando en cuenta solo el transporte que se requiera y el conductor de estos. El costo es aproximado y se tomara solo el fin de semana y el año completo para su cálculo, se tomó 5 unidades por día.

Tabla 186: requerimiento del proyecto.

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO TOTAL.
Unidades de transporte y chofer.	10 unidades por fin de semana.	\$23400.00 al año.

Insumos necesarios para visita guiada a Tour operadores.

Insumo	Descripción	Cantidad aprox.	Costo total.	Responsable.
Guía turístico.	Se requiere de un guía turístico para, tour guiado a las empresas turísticas interesadas. Se estima que serán por lo menos 15.	15	\$10/dia.	Organización de la microrregión.
Brochure informativos.	Se les brindara por lo menos 4 brochure informativos.	60	\$30.00	Organización de la microrregión.

 *Requerimiento del proyecto de infraestructura para artesanías*

LOCAL DE VENTA DE ARTESANIAS				
MATERIA PRIMA				
TIPO	CANT.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL POR MATERIAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Madera de Pino (2" x 8" x 3.05 m)	6	15.65	93.90	260.60
Columna de madera de pino 3" x 3" x 2.4 mts	4	11.40	45.60	
Lamina	2	12.20	24.40	
Barnis (Galon)	1	25.30	25.30	
Bisagras	4	0.85	3.40	
Puerta	1	30.00	30.00	
Ladrillo para Piso (33x33cm)	9	2.30	20.70	
Paquete de instalación eléctrica.	1	17.30	17.30	
MANO DE OBRA				
NUMERO DE TRABAJADORES	DÍAS	COSTO UNITARIO DIARIO (\$)	COSTO TOTAL POR TRABAJADOR (\$)	COSTO TOTAL (\$)
3	3	13.23	39.69	119.07

 *Requerimientos del proyecto uso de desechos sólidos y servicios sanitarios*

- **Mano de obra.**

Se requerirá de personal para la construcción de los servicios necesarios, para la construcción de baños se requerirá de aproximadamente 5 personas.

- **Materiales**

	<ul style="list-style-type: none"> • Lavamanos color blanco. • Superficie autoadrenante la cual hace que el agua corra fácilmente por ella evitando empozamientos. • Material porcelana sanitaria
	<ul style="list-style-type: none"> • Inodoro blanco. • Bajo consumo de agua • Material de porcelana. • Medidas aproximadas de 67x35.6x68 cm
	<ul style="list-style-type: none"> • Mingitorio blanco. • Medidas aproximadas de: altura total 22 ¼ pulgadas, ancho total 13 ½ pulgadas, profundidad total 14 ½ pulgadas • Material porcelana sanitaria.
	<ul style="list-style-type: none"> • Barril plástico para almacenar agua. • Almacena aproximadamente 55 galones.
	<ul style="list-style-type: none"> • Basureros con 3 recipientes. • Medidas totales de 182 cm de ancho y 155 de alto. • Material de acero.

Las cantidades de lavamanos serán 9 por los dos baños en cada municipio, dando un total de 27 lavamanos que se necesitarán. Serán 8 inodoros por los dos baños en cada municipio, dando un total de 24 inodoros necesarios. Se necesitarán 2 mingitorios para los baños de hombre, requiriendo 6 en total. Además de necesitarán barriles plásticos para almacenar agua, en el caso de requerirlo, se colocarán dos en el baño de hombres, y dos en el de las mujeres, dando un total de 12 barriles necesario. En el caso de los basureros, se necesitarán aproximadamente 5 por parque, haciendo un total de 15.

Tabla 187: Requerimiento del proyecto.

BAÑOS EN PARQUES				
MATERIA PRIMA				
TIPO	CANT.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL POR MATERIAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Ladrillo	975	0.50	487.50	2,118.41
Bolsa de Cemento	12	7.57	90.84	
Sacos de arena	7	5.15	36.05	
Sacos de arenilla	8	7.4	59.20	
Varilla corrugada (6m)	40	5.50	220.00	
Alambre ($\emptyset = 5mm$, 5 m)	5	5.00	25.00	
Ladrillo para Piso (33x33cm)	40	2.30	92.00	
Azulejo (33x33cm)	23	1.95	44.85	
Bisagras	28	0.85	23.80	
Cerrojo	2	9.95	19.90	
Puertas de baño	7	25.00	175.00	
Puerta de entrada	2	35.00	70.00	
Polín de 3" (Tipo C) - Chapa 16	7	13.60	95.20	
Arquiteja	13	13.48	175.24	
Caja de tornillo Autr a Plus	1	9.04	9.04	
Cenefa Arquiteja	4	2.51	10.04	
Capote Arquiteja (0.30 x 2.20 m)	1	9.15	9.15	
Ventanas	6	41.75	250.50	
Perfiles de aluminio	10	6.00	60.00	
Paquete de Tubería PVC	7	15.40	107.80	
Paquete de instalación eléctrica.	1	57.30	57.30	
MANO DE OBRA				
NUMERO DE TRABAJADORES	DÍAS	COSTO UNITARIO DIARIO (\$)	COSTO TOTAL POR TRABAJADOR (\$)	COSTO TOTAL (\$)
5	15	15.07	226.05	1,130.25

Otros equipos y materiales.

NOMBRE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Repisas	24	9.30	223.20
Caja Registradora	4	61.00	244.00
Lavamanos	27	19.95	538.65

Inodoro	24	72.95	1750.80
Baños portátiles	8	400.00	3200.00
Basureros para baños	32	3.00	96.00
Mingitorio	6	92.50	555.00
Espejo para baño	2	25.50	51.00
Porta Rollo Cromado	24	12.95	310.80
Asiento para Inodoro	24	11.95	286.80
Destapacaños	3	2.20	6.60

Requerimientos del proyecto de señalización turística.

- **Mano de obra:** Se necesitará personal para la instalación de la señalización, se necesitarán 4 personas para la colocación de todas las señales.
- **Responsable:** Organización de la microrregión.
- **Materiales:** El total de señales a utilizar son las que se muestran a continuación, la cantidad mostrada son de los recursos públicos y son cantidades aproximadas:

Tabla 188: Cantidad de señales.

TIPO DE SEÑAL	DESCRIPCION	RECURSO	CANTIDAD	TOTAL
Señales reglamentarias	Normas en general	Puente viejo.	1	14
		Parroquia Inmaculada Concepción.	1	
		Parque 5 de noviembre.	1	
		Parroquia de San Lorenzo.		
		Parque centran de Turín.	1	
		Parroquia la Sagrada Familia.	1	
		Parque central Villa El Refugio.	1	
		Parroquia de Villa El Refugio.	1	
		Aguijuyo.	1	
		Plantaciones de Loroco.	1	
		Plantaciones de Jocote.	1	
		Plantaciones de café.	1	
		Salto de Malacatiupan	1	
		Ausoles	1	
		Parque Ecoturistico El Triunfo	1	
		Normas uso de piscinas	Aguijuyo.	

Señales informativas	Señales de baño	Puente viejo.	2	24
		Parroquia Inmaculada Concepción.	2	
		Parque 5 de noviembre.	2	
		Parroquia de San Lorenzo.	2	
		Parque centran de Turín.	2	
		Parroquia la Sagrada Familia.	2	
		Parque central Villa El Refugio.	2	
		Parroquia de Villa El Refugio.	2	
		Aguijuyo.	2	
		Salto de Malacatiupan	2	
		Parque Ecoturistico El Triunfo	4	
		Señal de piscina	Aguijuyo.	
	Señal de parque	Parque ecoturístico El Triunfo	1	4
		Parque central Villa El Refugio.	1	
		Parque centran de Turín.	1	
		Parque 5 de noviembre.	1	
	Señal de área de mesas.	Puente viejo.	1	7
		Salto de Malacatiupan	1	
		Parque ecoturístico El Triunfo	1	
		Parque central Villa El Refugio.	1	
		Parque 5 de noviembre.	1	
		Aguijuyo.	1	
		Parque centran de Turín.	1	
	Señal de área de juegos.	Parque Ecoturistico El Triunfo	1	5
Parque central Villa El Refugio.		1		
Parque 5 de noviembre.		1		
Aguijuyo.		1		
Parque centran de Turín.		1		
Señal de área de duchas	Aguijuyo.	1	1	
Señal de cascada	Salto de Malacatiupan	1	1	
Señal de rio.	Parque ecoturístico El Triunfo	1	2	
	Aguijuyo.	1		
Señal de parroquia.	Parroquia Inmaculada Concepción.	1	4	
	Parroquia de San Lorenzo.	1		

		Parroquia la Sagrada Familia.	1	44	
		Parroquia de Villa El Refugio.	1		
	Señales de flecha	Puente viejo.	2		
		Parroquia Inmaculada Concepción.	2		
		Parque 5 de noviembre.	2		
		Parroquia de San Lorenzo.	2		
		Parque centran de Turín.	2		
		Parroquia la Sagrada Familia.	2		
		Parque central Villa El Refugio.	2		
		Parroquia de Villa El Refugio.	2		
		Aguijuyo.	2		
		Plantaciones de Loroco.	2		
		Plantaciones de Jocote.	2		
		Plantaciones de café.	2		
		Salto de Malacatiupan	2		
		Ausoles	2		
		Parque Ecoturistico El Triunfo	2		
		jícara	2		
		Quijote	2		
		Hacienda San Antonio	2		
		Replicas maya	2		
		Artesanias de Lazo	2		
		Esculturas de madera	2		
		Termales del Paraiso	2		
		Señal de bienvenida externa.	Puente viejo.		1
	Parroquia Inmaculada Concepción.		1		
	Parque 5 de noviembre.		1		
	Parroquia de San Lorenzo.		1		
	Parque centran de Turín.		1		
	Parroquia la Sagrada Familia.		1		
	Parque central Villa El Refugio.		1		
	Parroquia de Villa El Refugio.		1		
Aguijuyo.	1				
Salto de Malacatiupan	1				
Ausoles	1				
Parque Ecoturístico El Triunfo.	1				

Señales de prohibición.	Prohibido el paso	Parroquia Inmaculada Concepción.	1	5
		Parroquia de San Lorenzo.	1	
		Parroquia la Sagrada Familia.	1	
		Parroquia de Villa El Refugio.	1	
		Aguijuyo.	1	
	Prohibido fumar	Puente viejo.	1	24
		Parroquia Inmaculada Concepción.	2	
		Parque 5 de noviembre.	2	
		Parroquia de San Lorenzo.	2	
		Parque centran de Turín.	2	
		Parroquia la Sagrada Familia.	2	
		Parque central Villa El Refugio.	2	
		Parroquia de Villa El Refugio.	2	
		Aguijuyo.	3	
		Salto de Malacatiupan	2	
		Ausoles	2	
		Parque Ecoturistico El Triunfo	2	
		Agua no potable	Parroquia Inmaculada Concepción.	
	Parque 5 de noviembre.		2	
	Parroquia de San Lorenzo.		1	
Parque centran de Turín.	3			
Parroquia la Sagrada Familia.	1			
Parque central Villa El Refugio.	2			
Parroquia de Villa El Refugio.	1			
Aguijuyo.	3			
Parque Ecoturistico El Triunfo	2			
Prohibido comer y beber en esta zona.	Parroquia Inmaculada Concepción.	2	10	
	Parroquia de San Lorenzo.	2		
	Parroquia la Sagrada Familia.	2		
	Parroquia de Villa El Refugio.	2		
	Aguijuyo.	2		

Señales de advertencia.	Caída a distinto nivel.	Parroquia Inmaculada Concepción.	2	13
		Parroquia de San Lorenzo.	2	
		Parroquia la Sagrada Familia.	2	
		Parroquia de Villa El Refugio.	2	
		Aguijuyo.	5	
	Peligro alto voltaje.	Parroquia Inmaculada Concepción.	1	8
		Parroquia de San Lorenzo.	1	
		Parroquia la Sagrada Familia.	1	
		Parroquia de Villa El Refugio.	1	
		Aguijuyo.	2	
		Parque Ecoturístico El Triunfo	2	
	Deslizamiento.	Parroquia Inmaculada Concepción.	1	6
		Parroquia de San Lorenzo.	1	
		Parroquia la Sagrada Familia.	1	
		Parroquia de Villa El Refugio.	1	
Aguijuyo.		2		
Señales de evacuación.	Evacuación de flecha.	Parroquia Inmaculada Concepción.	5	34
		Parroquia de San Lorenzo.	5	
		Parroquia la Sagrada Familia.	5	
		Parroquia de Villa El Refugio.	5	
		Aguijuyo.	8	
		Parque Ecoturístico El Triunfo	6	
	Punto de reunión con pedestal.	Puente viejo.	1	15
		Parroquia Inmaculada Concepción.	1	
		Parque 5 de noviembre.	1	
		Parroquia de San Lorenzo.	1	
		Parque central de Turín.	1	
		Parroquia la Sagrada Familia.	1	
		Parque central Villa El Refugio.	1	
		Parroquia de Villa El Refugio.	1	
		Aguijuyo.	1	
Plantaciones de Loroco.		1		
Plantaciones de Jocote.	1			

		Plantaciones de café.	1	20
		Salto de Malacatiupan	1	
		Ausoles	1	
		Parque Ecoturístico El Triunfo	1	
	Extintor.	Parroquia Inmaculada Concepción.	4	
		Parroquia de San Lorenzo.	4	
		Parroquia la Sagrada Familia.	4	
		Parroquia de Villa El Refugio.	4	
		Agujuyo.	2	
		Parque ecoturístico El Triunfo	2	

A continuación, se muestran las señales que competen a la organización de la microrregión, las cuales forman parte de los recursos turísticos públicos.

Tabla 189. Señales a incorporar en la microrregión.

SEÑALIZACIÓN	CARACTERÍSTICA	CANTIDAD	CU (\$)	CT (\$)
Señales de información Reglamentarias	Normas en general	14	15.00	210.00
	Normas uso de piscinas	1	15.00	15.00
Señales informativas	Señales de baño	24	7.30	175.20
	Señal de piscina	1	15.00	15.00
	Señal de parque	4	15.00	60.00
	Señal de área de mesas.	7	15.00	105.00
	Señal de área de juegos	5	15.00	75.00
	Señal de área de duchas	1	15.00	15.00
Señales informativas	Señal de cascada	1	15.00	15.00
	Señal de río.	2	15.00	30.00
	Señal de parroquia.	4	15.00	60.00
	Señales de flecha	44	15.00	660.00
	Señales de senderismo	40	15.00	600.00
	Señal de bienvenida externa.	12	60.00	720.00
Señales de Prohibición	Prohibido el paso	5	7.30	36.50
	Prohibido fumar	24	7.30	175.20
	Agua no potable	16	7.30	116.80
	Prohibido comer y beber en esta zona.	10	7.30	73.00
Señales de Advertencia	Caída a distinto Nivel	13	9.90	128.70
	Peligro Alto Voltaje	8	18.30	146.40
	Deslizamiento	6	9.90	59.40
Señales de Evacuación	Evacuación flecha	34	7.30	248.20
	Punto de Reunión con pedestal	15	20.00	300.00
	Extintor	20	9.90	198.00
TOTAL				4,237.40



V. DESARROLLO DE LA SOSTENIBILIDAD Y CALIDAD TURÍSTICA

V. DESARROLLO DE LA SOSTENIBILIDAD Y CALIDAD TURÍSTICA

1. PROGRAMA DE CALIDAD TURÍSTICA Y SOSTENIBILIDAD

INTRODUCCION

El concepto de calidad se define como la satisfacción de las necesidades y expectativas razonables de los clientes, es decir se debe adecuar las instalaciones, el proceso de prestación de servicio, la imagen de los atractivos turísticos, entre otros a fin que satisfagan al turista, sin alterar las características culturales de la comunidad ni afectar el medio ambiente. Es decir que se deben aplicar acciones que permitan desarrollar un turismo sostenible que permita generar contribuciones positivas a la comunidad y brindar un servicio de calidad a fin de satisfacer al turista.

Como se menciona anteriormente la calidad turística y la sostenibilidad turística van de la mano. La Organización Mundial del Turismo (OMT) concibe al turismo sostenible como “una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

Por lo cual las propuestas del presente Plan de desarrollo turístico para la microrregión de Ahuachapán Norte poseen un enfoque de sostenibilidad el cual permitirá contribuir al desarrollo turístico de la zona, a través de los proyectos de buenas prácticas de turismo sostenible, del sistema de gestión de calidad y de capacitación del recurso humano.

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA

Desarrollo de la sostenibilidad y calidad turística

OBJETIVO GENERAL

Promover un turismo sostenible que permita la protección de los recursos naturales y culturales y garantizar la satisfacción del turista.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer los requisitos que debe cumplir la organización turística, así como los establecimientos turísticos y de servicios complementarios para la aplicación de las buenas prácticas turísticas.
- Definir un sistema de aseguramiento de la calidad que permita medir, el grado de satisfacción del cliente y realizar acciones preventivas o correctivas al servicio prestado.
- Definir las temáticas que deben ser desarrolladas en capacitaciones que permitan formar al recurso humano que presta servicios turísticos en la microrregión de Ahuachapán Norte.

ESTRATEGIAS

- Sensibilizar a los empresarios del sector turístico en la implementación de buenas prácticas turísticas.
- Fortalecer la seguridad turística en coordinación con las alcaldías y Politur.
- Establecer un sistema que permita medir la calidad de los servicios turísticos brindados.
- Mejorar las capacidades del recurso humano en la prestación de servicios.

PROYECTOS

- Buenas prácticas de turismo.
- Sistema de gestión de calidad.
- Capacitaciones.

1.1. PROYECTO DE BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO.

INTRODUCCIÓN

Se puede definir como buenas prácticas a aquellas acciones que previenen, corrigen y/o mejoran ciertos aspectos de la operación turística. Las buenas prácticas pueden ser implementadas en cualquier área de servicio y operación.

Su implementación beneficiará al medio ambiente, al ambiente sociocultural y tendrá un impacto económicamente en la comunidad.

Al implementar las buenas prácticas se conseguirá que se produzca el menor impacto posible sobre los recursos, que se mejore la calidad del producto turístico, que mejore la imagen de la organización frente al turista, que la gestión sea más eficiente y que se consiga un mejor desempeño socioeconómico. Así mismo nos permitirá hacer un uso más responsable y racional de los recursos ambientales.

En resumen, las buenas prácticas pueden contribuir a:

- Proteger y mejorar el ambiente.
- Ahorrar en el consumo de recursos e insumos.
- Establecer buenas relaciones sociales, ambientales y empresariales dentro de la comunidad y con otras comunidades.
- Poner en valor y rescatar los rasgos culturales de una comunidad.
- Lograr que la organización sea más competitiva debido a su calidad de servicio y responsabilidad.
- Mejorar la imagen de la organización y obtener reconocimiento público en el mercado local, nacional e internacional.
- Captar un mercado turístico de calidad, con la misma visión de sostenibilidad de la operación turística.
- Mejorar la calidad de vida del personal de la organización y de la comunidad local (ambiental, sociocultural y económicamente).
- Mejorar la administración de la organización y sus procesos de operación.
- Concienciar a clientes, personal y proveedores acerca la importancia de tener una visión de sostenibilidad.
- Vivir y trabajar en un ambiente más sano y placentero para todos.

OBJETIVO GENERAL

Promover la aplicación de las buenas prácticas de turismo a fin de lograr la sostenibilidad del plan de desarrollo turístico para la microrregión de Ahuachapán Norte.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los componentes de las buenas prácticas de turismo, con el fin de elaborar acciones y recomendaciones encaminadas al desarrollo turístico de la microrregión.
- Establecer los pasos a seguir para realizar una gestión y coordinación de apoyo con otras organizaciones, para la implementación de prácticas de turismo sostenible.
- Establecer los requisitos mínimos que se deben cumplir al incorporar las prácticas de turismo sostenible.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de buenas prácticas de turismo se muestran a continuación:

Tabla 190. Actividades del proyecto de buenas prácticas de turismo.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Identificar los componentes de las buenas prácticas de turismo sostenible.	Comité de Seguridad Comité de calidad.
Capacitar y motivar al personal de la microrregión para la prestación de un buen servicio al cliente.	Comité de calidad.
Establecer un manual de servicio al cliente.	Comité de calidad.
Gestionar el apoyo de la Policía de Turismo para la vigilancia de los recursos turísticos y los visitantes.	Comité de Seguridad
Coordinar con el comité de marketing y publicidad el asesoramiento de los turistas a través de la divulgación de información.	Comité de Seguridad Comité de marketing y publicidad.
Promover los números de información turística y de emergencia.	Comité de marketing y publicidad.
Establecer e incorporar recomendaciones de seguridad a tomar en cuenta en las actividades turísticas.	Comité de Seguridad
Asignar guías turísticos experimentados para tours organizados por la organización turística de la microrregión.	Comité de Seguridad Comité de marketing y publicidad.
Elaborar e incorporar un plan de mantenimientos de los recursos turísticos.	Comité de Seguridad Cuadrillas de mantenimiento de las alcaldías.
Incorporar normas de higiene al personal de la microrregión	Comité de calidad.
Establecer y promover la incorporación de recomendaciones de accesibilidad turística.	Comité de Seguridad
Establecer los pasos a seguir para dar respuestas a posibles emergencias que pueden ocurrir en el que hacer turístico	Comité de Seguridad

1.1.1. COMPONENTES DE LAS BUENAS PRACTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE.

Para establecer estos componentes, se basó en los elementos de las Buenas Prácticas de Turismo Sostenible³⁴, los cuales se muestran a continuación:



³⁴ NTS 03.67.01:12 Norma Técnica Salvadoreña. Turismo. Buenas prácticas de sostenibilidad. Especificaciones.

1.1.2. SERVICIO AL CLIENTE

El servicio al cliente es la atención que se brinda al turista al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, ofrecerle un paquete turístico e incluso la interacción que existe en el recorrido turístico.

Cuando un turista vive una buena experiencia en el recorrido turístico y recibe un buen servicio al cliente, queda satisfecho y esa satisfacción hace regrese y vuelva, y que muy probablemente los recomiende con otros consumidores.

Pero, por otro lado, si un turista recibe una mala atención, no solo dejará de visitarnos, sino que muy probablemente también hablará mal del recorrido turístico y contará la experiencia negativa que tuvo. Si a ello le sumamos el hecho de que la competencia cada vez es mayor, es posible afirmar que hoy en día es fundamental brindar un buen servicio al cliente si queremos mantenernos competitivos en el mercado.

Debemos evitar que el cliente sea mal atendido, y así que deje de visitarnos o pueda llegar a hablar mal de nosotros, y más bien procurar que reciba un buen servicio al cliente, y así lograr su fidelización, tener buenas posibilidades de que nos recomiende con otros consumidores, y poder diferenciarnos o destacar ante los demás competidores.

El buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos en donde haya alguna interacción con el turista, desde el saludo, hasta la atención recibida por una llamada contestada. Para lo cual es **necesario capacitar y motivar permanentemente al personal para que brinde un buen servicio al cliente**, no solo a aquellos trabajadores que tengan contacto frecuente con el cliente, sino a todos los que en algún momento puedan llegar a tenerlo.

Como apoyo al servicio al cliente en el anexo se ha colocado una **propuesta de manual de servicio al cliente**, donde dicho documento puede contribuir en el actuar del personal a la hora de interactuar con los turistas.

1.1.3. SEGURIDAD.

La seguridad turística es un factor muy importante, que cada vez tienen mayor peso a la hora que los turistas deciden visitar algún sitio turístico, tal como lo demostró el estudio de mercado.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) para abordar el tema de seguridad turística recomienda tener en cuenta aspectos que van desde la definición y prevención de riesgos potenciales según tipos de viajes, localizaciones y sectores afectados, hasta la adopción de normas y prácticas de seguridad en las instalaciones y sitios turísticos, manejo de medios de comunicación, directrices para operadores turísticos y la organización de un gabinete de crisis en el que intervengan las diversas autoridades nacionales y locales, líderes de opinión y actores clave en los destinos turísticos. Es por ello que el presente plan de desarrollo plantea una serie de acciones que permitirán contribuir a una mayor seguridad turística en la microrregión de Ahuachapán Norte, las cuales se presentan a continuación.

- **APOYO DE LA POLICÍA DE TURISMO A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

La organización turística de la microrregión gestionara el apoyo de la Policía Nacional Civil a través de la división de la Policía de Turismo, para el acompañamiento en los recorridos turísticos realizados a través de los municipios que conforman la microrregión, de esta forma se asegurará que el turista se encuentre con confianza al disfrutar de los recorridos y servicios turísticos. Esta gestión se puede realizar a través del ministerio de turismo o directamente con la policía de turismo (POLITUR).



Ilustración 154. Logo de la policía de turismo.

La Policía de Turismo (POLITUR), tiene entre sus funciones: escoltar a turistas, asistencia a guías turísticos locales, inducción turística en centros educativos, capacitación en seguridad turística, seguridad en eventos turísticos nacionales y seguridad en circuitos turísticos; dicha Policía, está conformada por más de 400 miembros y han sido capacitados en diversas temáticas, como: buceo en aguas abiertas, rescate acuático, vertical y montañismo, idioma inglés, guías turísticos locales, patrimonio cultural, geografía del país, intervención policial en situaciones de explotación sexual comercial, legislación de inmigración y extranjería, primeros auxilios, navegación marítima y maniobra de buques.

Entre los servicios que ofrece la POLITUR, que se solicitaran en la actividad turística de la microrregión de Ahuachapán Norte, están:

SERVICIO DE ESCOLTAS A TURÍSTAS.

Este servicio tiene como objetivo, el brindar seguridad, a través de la implementación de escoltas a turistas, instituciones públicas, educativas, religiosas, y otras afines al que hacer turístico.

- **Disposición legal:** ley orgánica de la policía nacional civil, capítulo II, art. 4 numeral 2.
- **Documentos que intervienen:** Solicitudes, memorandos, cartas, correo electrónico, entre otros.

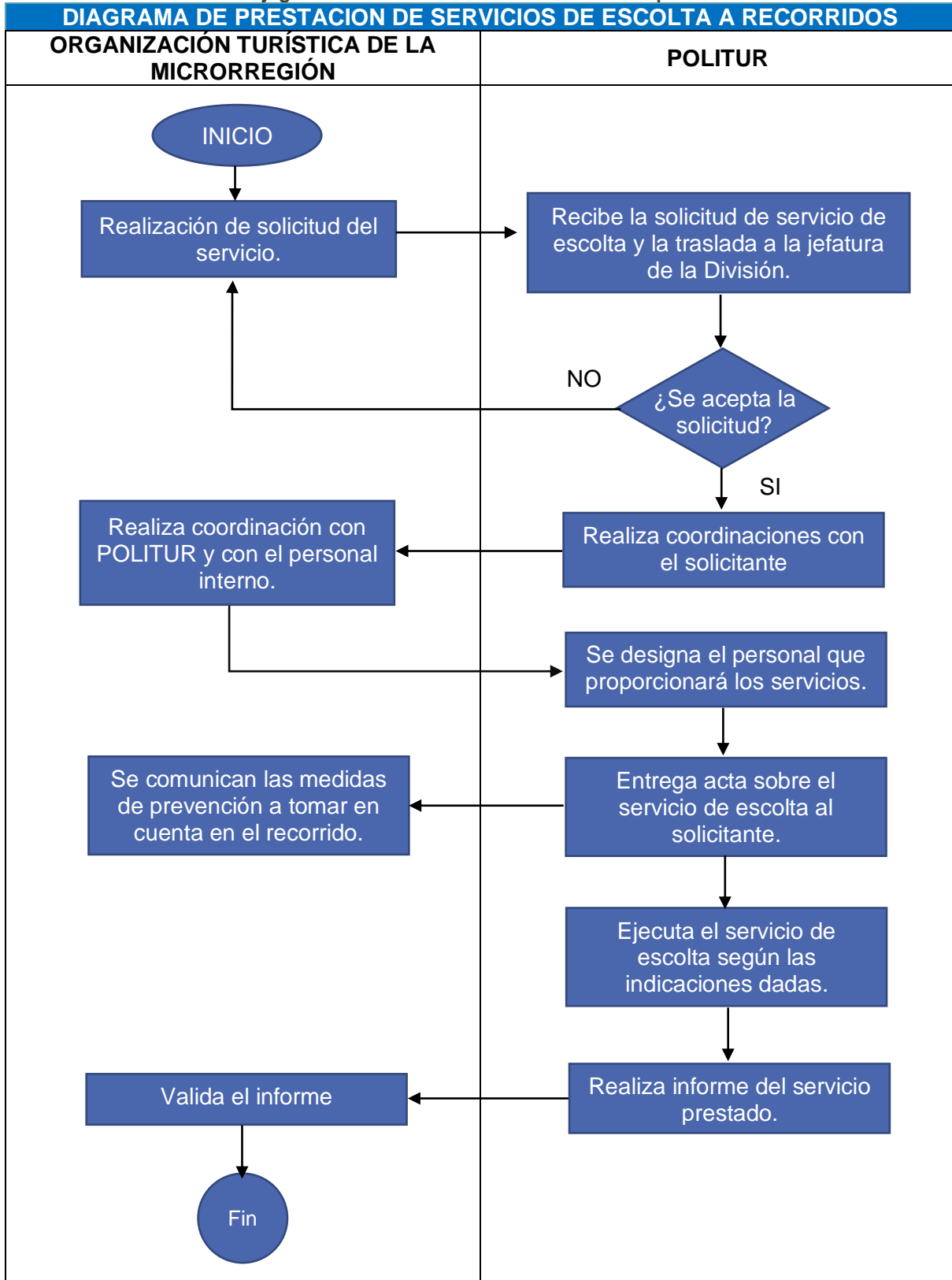
El proceso de gestión y prestación del servicio se muestra a continuación.

Tabla 191. Proceso de gestión y servicio de escoltas a turistas.

No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
1	Organización turística de la microrregión o grupo de turistas	Realizar una solicitud, por correo electrónico, por teléfono o de manera presencial al CAT Apaneca o directamente a la división de turismo de la PNC. Esta debe hacerse con anticipación por los menos 7 días hábiles. Entre la información que contempla la solicitud, se destaca la siguiente: Persona, organización o empresa que solicita el servicio, ubicación donde se realizara el acompañamiento, cantidad de personas, actividades a realizar, periodo de tiempo.
2	Secretaria, Operador del COS o Comandante de Guardia de la División.	Se recibe la solicitud de servicio de escolta y la traslada a la jefatura de la División.
3	Jefe(a) División de Policía de Turismo.	Recibe la documentación y la revisa. Si autoriza la realización del servicio, traslada la solicitud al jefe(a) del COS. Si deniega la solicitud esto es comunicado al solicitante, explicándole los motivos.
4	Jefe(a) del COS y organización turística de la microrregión o grupo de turistas	Recibe el documento autorizado y realiza coordinaciones con el solicitante en cuanto a fechas, horarios, transporte y alimentación.
5	Jefe(a) del COS	Designa el personal que proporcionará los servicios de escolta, comunicando al jefe de grupo.
6	Jefe(a) de Grupo	Nombra en orden de servicio al encargado de la escolta y al personal que lo acompañará.
7	Encargado(a) de Escolta y organización turística de la microrregión o grupo de turistas	Entrega acta sobre el servicio de escolta al solicitante, donde van medidas de prevención sobre el servicio.
8	Escolta del POLITUR	Ejecuta el servicio de escolta según las indicaciones dadas previamente por el Jefe(a) de grupo.
9	Encargado(a) de Escolta	Elabora informe de la labor realizada y lo entrega al jefe de grupo, para que este posteriormente la entregue al jefe del COS.
10	Secretaria, encargado de turno del COS	Recibe informe y remite copia al Jefe(a) de la División de Policía de Turismo.

En el siguiente flujograma se presentan las actividades a realizar para gestión y servicio de escolta a turistas.

Tabla 192. Flujoograma de servicio de escolta a recorridos por el POLITUR.



SERVICIO DE PATRULLAJE EN ZONAS O PUNTOS TURÍSTICOS

Este servicio tiene como objetivo; realizar patrullajes en los centros turísticos, a fin de garantizar la seguridad de las personas que frecuentan esos lugares.

- **Disposición legal:** ley orgánica de la policía nacional civil, capítulo II, art. 4 numeral 4.
- **Documentos que intervienen:** Solicitudes, memorandos, orden de servicio, correo electrónico, entre otros.

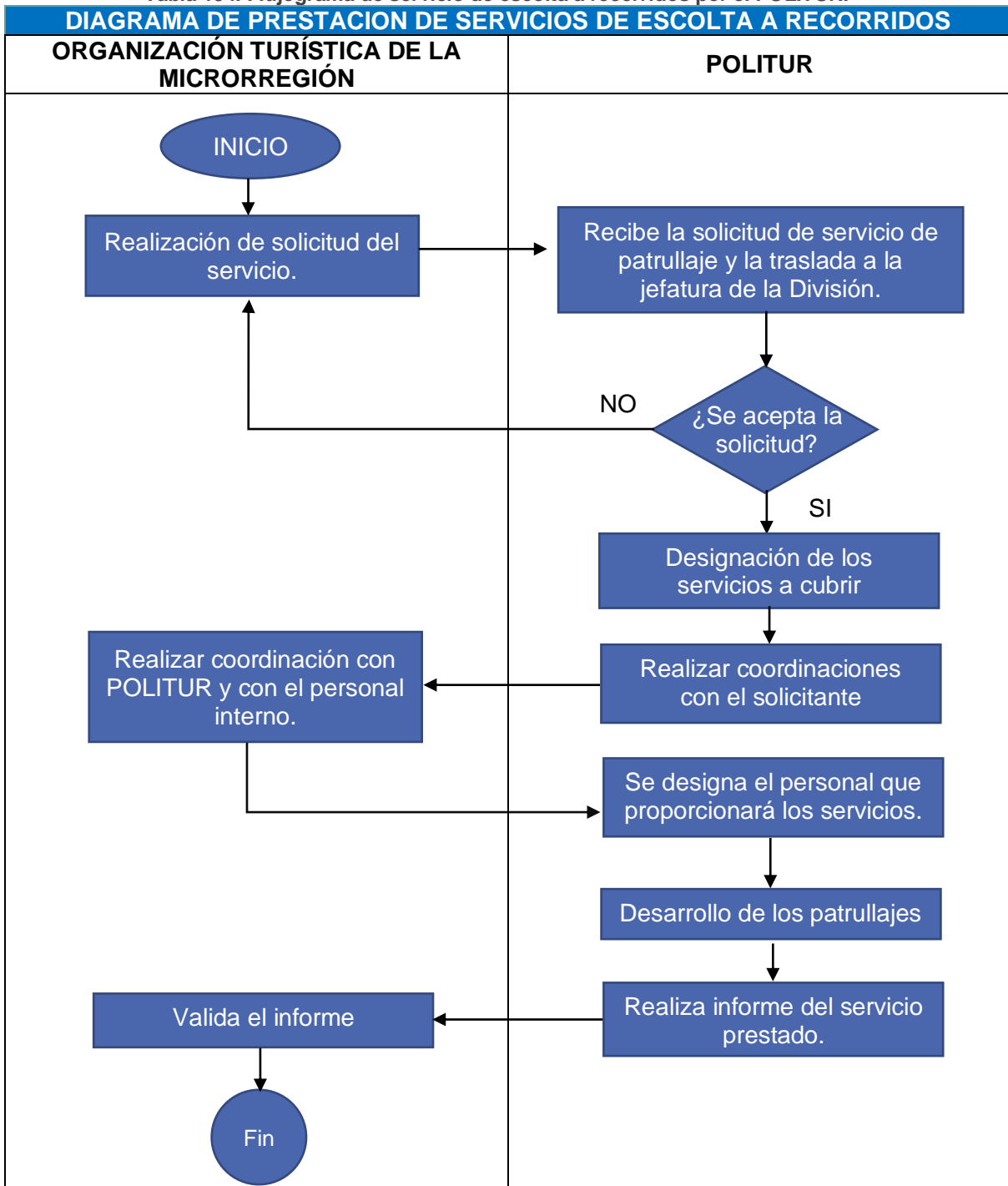
El proceso de gestión y prestación del servicio se muestra a continuación.

Tabla 193. Proceso de gestión y servicio de patrullaje.

No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
1	Organización turística de la microrregión.	Realizar una solicitud, por correo electrónico, por teléfono o de manera presencial al CAT Apaneca o directamente a la división de turismo de la PNC. Esta debe hacerse con anticipación por los menos 7 días hábiles. Entre la información que contempla la solicitud, se destaca la siguiente: Persona, organización o empresa que solicita el servicio, ubicación donde se realizara el patrullaje, actividades que se realizan en la zona, periodo de tiempo.
2	Secretaria, Operador del COS o comandante.	Se recibe la solicitud de servicio y la traslada a la jefatura de la División.
3	Jefe(a) División de Policía de Turismo.	Recibe la documentación y la revisa. Si autoriza la realización del servicio, designa los servicios a cubrir, a través de la orden de Servicio, luego traslada la solicitud al coordinador de patrulla. Si deniega la solicitud esto es comunicado al solicitante, explicándole los motivos.
4	Coordinador de patrulla y organización turística de la microrregión.	Realiza coordinaciones con el solicitante. Define las rutas de patrullajes (sectores), así como el personal que integrará las patrullas.
5	Encargado(a) de Patrullas	Reúne al personal que participará en los patrullajes para darles las respectivas indicaciones y se traslada junto a ellos al lugar donde darán el servicio.
6	Personal de patrullaje	Desarrollan los patrullajes en las zonas señaladas con anticipación.
7		Realizan visitas a los propietarios o encargados de los negocios, para crear un clima de confianza y credibilidad.
8	Personal de patrullaje y organización turística de la microrregión.	Realizan un informe de patrullaje, reflejando todas las novedades presentadas, así como contactos ciudadanos realizados, registros a personas y vehículos entre otros. Remite hallazgos al solicitante y el informe al Jefe(a).
9	Jefe(a) de Grupo	Remite informe al jefe del COS.
10	Jefe(a) del COS	Recibe los informes de patrullajes y elabora un informe consolidado de los patrullajes realizados durante el mes respectivo y lo remite al jefe(a) de la División Policía de Turismo.

En el siguiente flujograma se presentan las actividades a realizar para gestión y servicio de patrullaje.

Tabla 194. Flujograma de servicio de escolta a recorridos por el POLITUR.



SERVICIO DE SEGURIDAD ACUÁTICO.

Este servicio tiene como objetivo; proporcionar seguridad, auxilio y rescate de turistas que hacen uso de playas, lagos y ríos de zonas destinadas al turismo.

- **Disposición legal:** Ley Orgánica de la Policía Nacional Civil, Capítulo II, Art. 4 numeral 4
- **Documentos que intervienen:** Memorando, Solicitudes, Cartas, Correo electrónico.

El proceso de gestión y prestación del servicio se muestra a continuación.

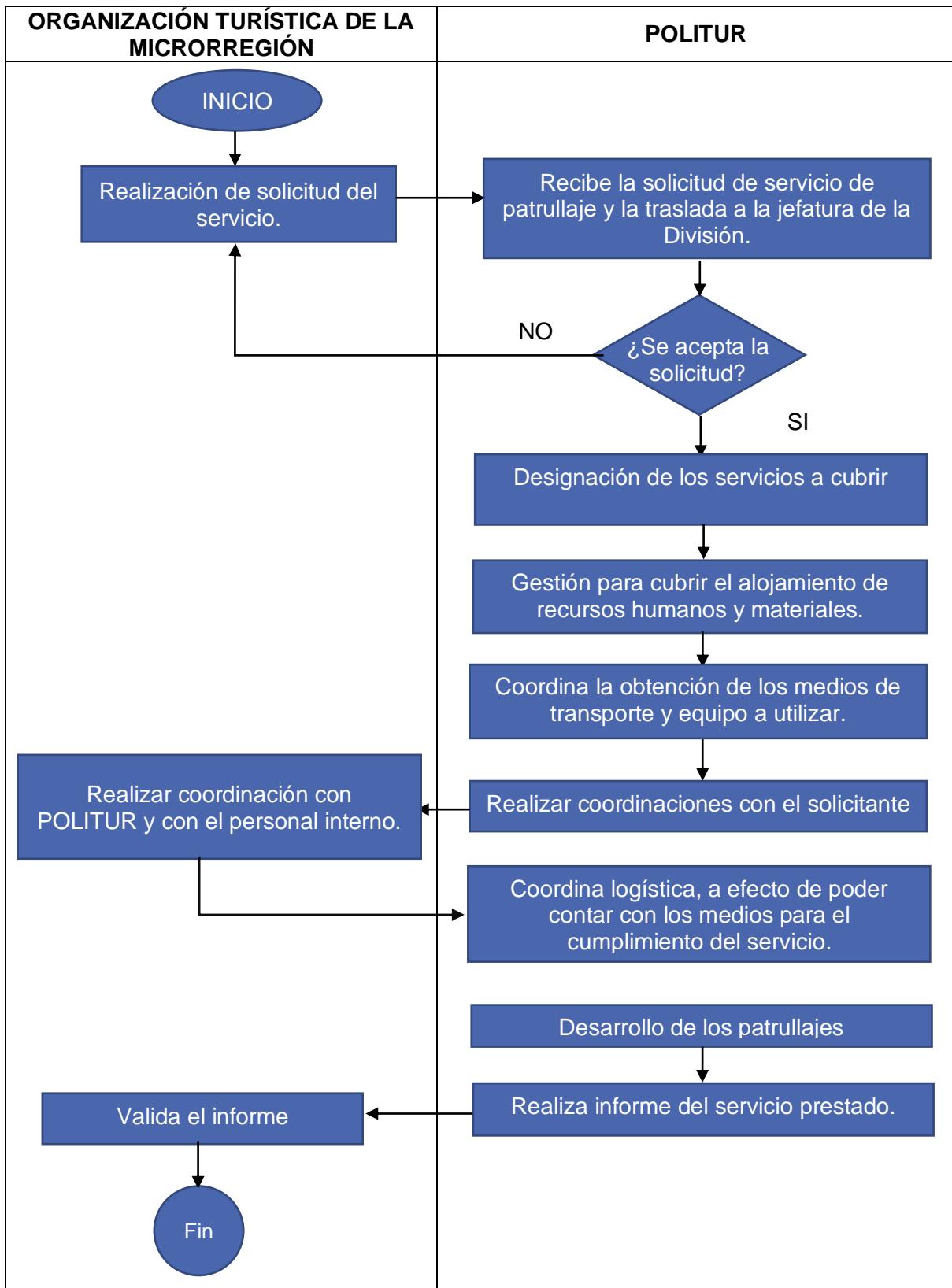
Tabla 195. Proceso de gestión y servicio de patrullaje.

No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
1	Organización turística de la microrregión.	Realizar una solicitud, por correo electrónico, por teléfono o de manera presencial al CAT Apaneca o directamente a la división de turismo de la PNC. Esta debe hacerse con anticipación por los menos 7 días hábiles. Entre la información que contempla la solicitud, se destaca la siguiente: Persona, organización o empresa que solicita el servicio, ubicación donde se realizara el patrullaje acuático, actividades que se realizan en la zona, periodo de tiempo.
2	Secretaria, Operador del COS.	Se recibe la solicitud de servicio y la traslada a la jefatura de la División.
3	Jefe(a) División de Policía de Turismo.	Recibe la documentación y la revisa. Si autoriza la realización del servicio, designa los servicios a cubrir, a través de la orden de Servicio, luego traslada la solicitud al encargado del GAT (Grupo Acuático Turístico) Si deniega la solicitud esto es comunicado al solicitante, explicándole los motivos.
4	Encargado(a) del GAT	Recibe documento marginado por el jefe de la División para que supervise el cumplimiento del servicio de seguridad.
5		Realiza avanzada de despliegue y contacto para el alojamiento de recursos humanos y materiales.
6	Secretaria(a) de la División	Coordina la obtención de los medios de transporte para el desarrollo de los equipos y del personal policial que participará en las actividades.
7		Coordina el trabajo en equipo con apoyo de las Unidades del sector de responsabilidad.
8	Sección de Logística	Coordina logística, a efecto de poder contar con los medios para el cumplimiento del servicio
9	Encargado(a) del GAT	Elabora informe general de los servicios prestados en el patrullaje acuático.
10		Entrega consolidada de resultados del servicio de patrullaje acuático al jefe del COS.
11	Jefe(a) del COS	Consolida estadísticas del Servicio de patrullaje acuático y lo presenta al jefe de la División

En el siguiente flujograma se presentan las actividades a realizar para gestión y servicio de patrullaje acuático.

Tabla 196. Flujograma de gestión y servicio de patrullaje acuático por el POLITUR.

DIAGRAMA DE PRESTACION DE SERVICIOS SEGURIDAD ACUÁTICA



SERVICIO DE ATENCION AL TURISTA EN SEDE POLICIAL

Este servicio tiene como objetivo; brindar una atención de calidad al turista en sede policial, a efecto de poder proyectar una imagen profesional en el servicio de atención al turista.

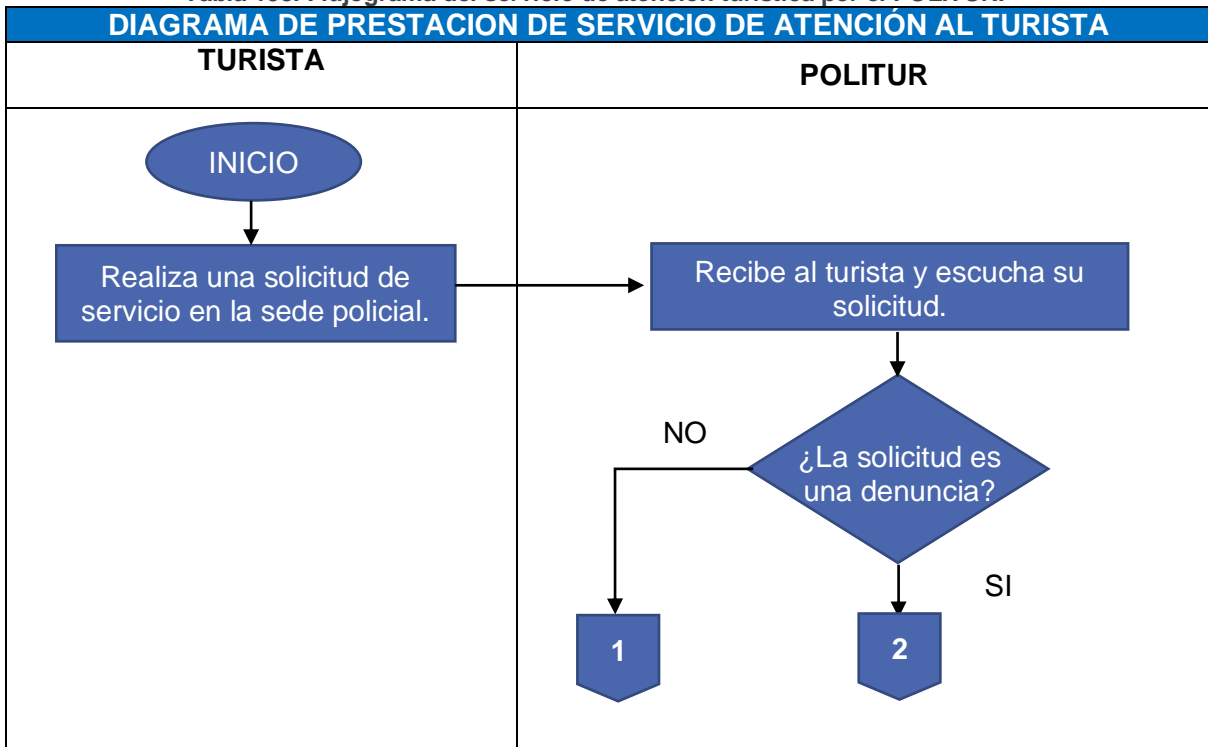
- **Disposición legal:** Ley Orgánica de la Policía Nacional Civil, Capítulo II, Art. 4 numeral 4.
- **Documentos que intervienen:** Libro de Atención al turista, Libro de Novedades

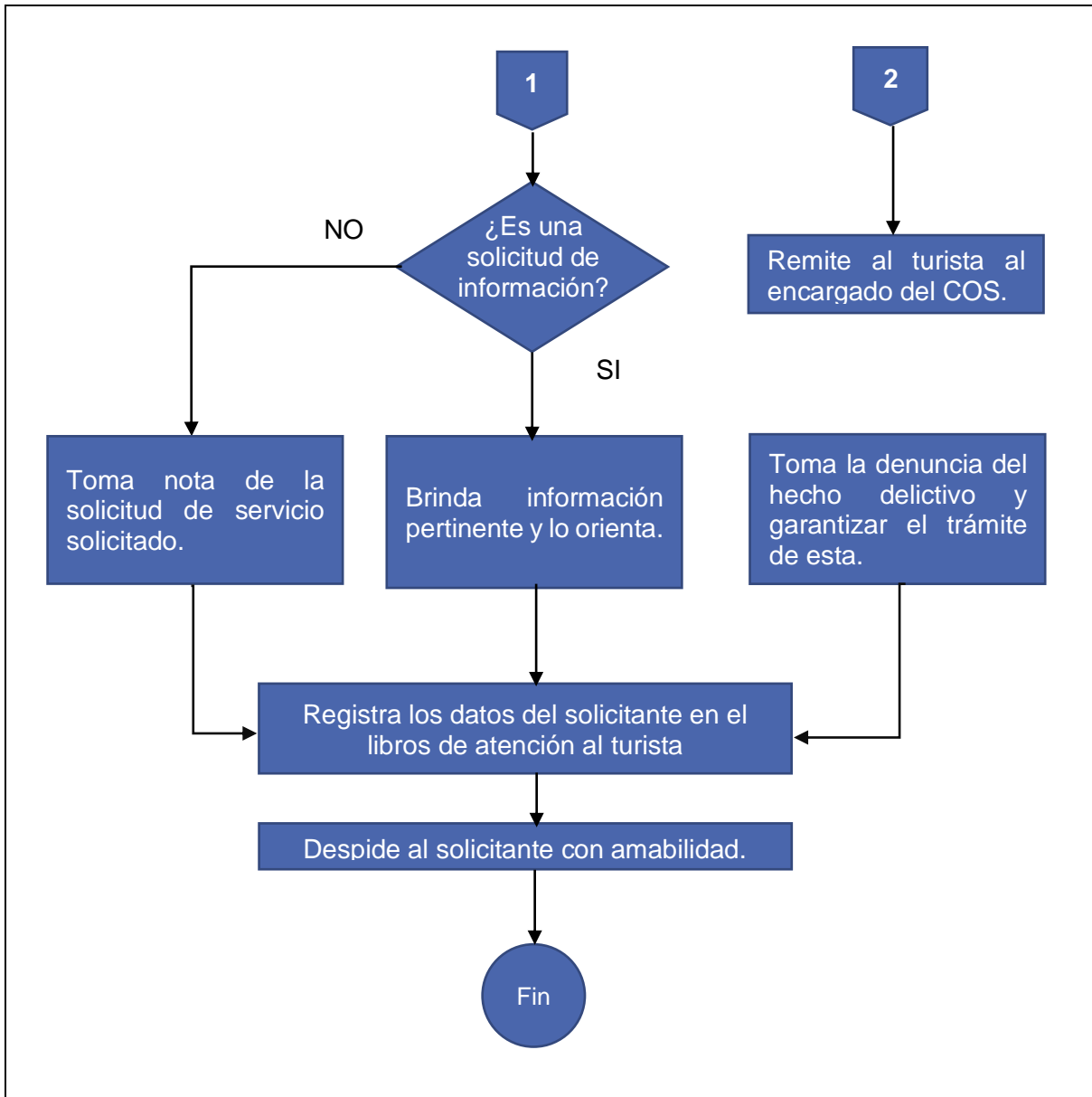
Tabla 197. Proceso servicio de atención al turista.

No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
1	Comandante de Guardia	Recibe al turista con cortesía, lo invita a tomar asiento y lo escucha con atención.
2		Si es un hecho delictivo por el que visita la sede policial lo traslada al lugar indicado para que le tomen la denuncia y si solicita información turística lo orienta adecuadamente.
3	Encargado del COS	Toma la denuncia del hecho delictivo y garantiza el trámite hasta la Fiscalía General de la República.
4		Registra en el libro de atención a turistas, anotando datos del documento de identidad personal, en caso de haber sido víctima de la pérdida de estos documentos, deberá únicamente anotar su nombre en el libro, dirección y teléfono
5		Despide al solicitante con amabilidad.

En el siguiente flujograma se presentan las actividades a realizar, en la prestación del servicio atención al turista en sede policial.

Tabla 198. Flujograma del servicio de atención turística por el POLITUR.





DETENCIÓN DE PERSONAS EN CENTROS O PUNTOS TURÍSTICOS.

Este servicio tiene como objetivo; realizar detenciones a fin de controlar la seguridad y que estas se efectúen de conformidad a las leyes establecidas para tal efecto.

- **Disposición legal:** Ley Orgánica de la Policía Nacional Civil, Capítulo II, Art. 4 numeral 4 y Art. 288 Pr Pn.
- **Documentos que intervienen:** Acta de Remisión de la persona detenida

El proceso de prestación del servicio se muestra a continuación.

Tabla 199. Proceso del servicio de detenciones en puntos turísticos.

No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
1	Jefe(a) y miembros de patrulla	Realizan la detención de la persona que ha cometido un delito dentro del radio de seguridad de la zona turística.
2		Trasladan inmediatamente al detenido a las instalaciones más próximas de la unidad policial de seguridad pública.
3		Elabora el acta de remisión de la detención narrando el motivo o motivos que dieron origen a su arresto.
4		Realiza una revisión del acta y luego proceder a firmarla.
5		Entrega una copia del acta de detención al Jefe(a) de Grupo, quien ha supervisado el procedimiento de detención.
6	Jefe(a) de Grupo	Entrega al Jefe del COS, copia de acta de detención para efecto de llevar control para llevar registro estadístico

- **INFORMACIÓN TURÍSTICA.**

La información turística es muy útil para todas aquellas personas que deseen viajar o visitar un sitio que desconocen o del que quieren saber y adquirir más conocimientos. Al poder contar con información completa y de fuentes confiable el turista se siente más seguro de realizar su viaje.



Ilustración 155. Símbolo de información.

Es como respuesta a esta necesidad que se crearán puntos de información turística que contara con personal encargado de brindar información al turista, asignar guías de turismo, brindar recomendaciones, etc. También se crearán redes sociales, a fin de que existan medios electrónicos para informar al turista, darle a conocer los atractivos turísticos de la microrregión y las diferentes actividades turísticas que se realizará; también podrá realizar cualquier consulta por ese medio. Esto se detalla en programas anteriores.

Con la propuesta el turista podrá informarse de manera presencial por los puntos de información turística y medios escritos, de manera virtual por medio de las redes sociales y también se podrá informar por vía telefónica, para lo cual se realizará **una divulgación de los números para solicitar información, así como de números de emergencia para solicitar apoyo de salud, policial o de las alcaldías.**

También se debe **coordinar con el MITUR y Centros de Amigos al Turista (CATS) el incorporar a la microrregión de Ahuachapán Norte al Programa de Asistencia al Turista (PROASISTUR)**, en donde por medio de un call center, marcando al número 914, el turista puede obtener información, orientación y acompañamiento turístico; ya que dicho programa está en coordinación permanente con su Policía de Turismo (POLITUR). Dicha gestión se realizará por medio de la organización turística de la microrregión y el CAT de Apaneca, ya que los municipios que conforman la microrregión están en la zona de acción de dicho organismo.

- **RECOMENDACIONES DE SEGURIDAD.**

A fin de crear un entorno seguro para los turistas se recomienda seguir las siguientes indicaciones:

- ✓ Restringir la visita a los recursos turísticos acuáticos como balnearios, ríos, las cascadas, en temporada lluviosa. Esto debido a que el nivel y la corriente de agua aumenta, lo cual es un riesgo para la vida de las personas. Además, el acceso a estos lugares se vuelve más difícil.
- ✓ Incorporar personal de rescate acuático en los recursos de turísticos que posean piscinas, pozas de agua, ríos, lagunas y cascadas.
- ✓ Contar con personal y equipo de salud que pueda atender cualquier emergencia en actividades turísticas.
- ✓ Incorporar señalización informativa, vial y de seguridad en la microrregión para informar al turista y evitar que este se pierda o confunda su camino.
- ✓ Aplicar las normas de higiene y salud ocupacional en cada uno de los atractivos turísticos.
- ✓ Establecer recorridos turísticos en los cuales se evite acceder a zonas de alta delincuencia.
- ✓ Asignar guías de turismo a grupos de turista.
- ✓ Establecer las normas de comportamiento y prohibiciones para cada uno de los recursos turísticos.
- ✓ Recomendar a los recursos turísticos de administración privada el incorporar personal de seguridad.
- ✓ Contar con personal capacitado en primeros auxilios y evacuación en caso de alguna emergencia.
- ✓ Brindar información de acuerdo con las necesidades y características particulares del turista.
- ✓ Explicar las situaciones de riesgo al turista de conformidad con la actividad o recorrido turístico que se esté realizando.
- ✓ Implementar los mecanismos de seguridad orientados a los turistas, utilizando equipos, técnicas, procedimientos y recorridos adecuados, dentro de los límites de la actividad.

1.1.4. SEÑALIZACIÓN

La organización de la microrregión debe incorporar un sistema de señalización de información turística y de seguridad, además de promover que los sitios turísticos privados también cuenten con señalización de acuerdo a las normas y manual vigente de señalización.

Esto contribuirá a dar una mejor imagen de la microrregión turísticamente, dará más confianza y seguridad al turista y permitirá prevenir accidentes e incidentes. Esta propuesta se desarrolla de manera más amplia en el proyecto de señalización turística.

1.1.5. MANTENIMIENTO E HIGIENE.

Es importante tener presente que los prestadores de servicios turísticos trabajan directamente con y para personas, por lo que el mantenimiento de las instalaciones, la higiene y el aseo personal debe ser fundamental. Cada establecimiento del sector turismo obliga un estándar alto de limpieza en todos los aspectos, sin embargo, cuando hablamos de un restaurante u hoteles, se debe poner especial énfasis en la higiene con la que cuenta las instalaciones y la inocuidad con que se manejan los alimentos y bebidas.

Un lugar limpio y en buenas condiciones resulta atractivo para los turistas, además que le da una idea de la calidad de los servicios que puede ofrecer la microrregión de Ahuachapán Norte. Para cumplir con esta buena práctica turística se debe elaborar un plan de mantenimiento y limpieza de la infraestructura, así como promover las practicas higiénicas y de inocuidad en los negocios turísticos de la microrregión. Para lo cual se recomienda lo siguiente:

- **ACCIONES DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA DE LA INFRAESTRUCTURA Y ESPACIOS**

A fin de garantizar una imagen positiva de la microrregión respecto al grado de limpieza existente, se recomienda realizar las siguientes acciones, con ayuda de las cuadrillas de mantenimiento de cada una de las municipalidades de la microrregión, los negocios del sector turístico y la comunidad.

PERIODO DE TIEMPO	DIARIO	REGULARMENTE (CADA MES O CADA TRES MESES)
Acciones de mantenimiento y limpieza	<ul style="list-style-type: none">• Limpieza de mobiliario y equipo de prestación de servicios.• Limpieza de los atractivos naturales.• Aseo y limpieza en los recursos turísticos.• Aseo de los edificios de prestación de servicios.• Aseo en las instalaciones sanitarias.	<ul style="list-style-type: none">• Limpieza de paredes de edificios• Pintar pasamanos• Pintar edificios• Barnizar mobiliario de madera• Limpiar señalización turística y de seguridad.• Reparaciones de equipos.• Campañas de limpieza en caminos a recursos turísticos.• Campañas de limpieza en sitios turísticos.• Realización de inventarios de infraestructura dañada para realizar la gestión para repararlos.• Campañas de reforestación.

- **ASEO PERSONAL**

Al momento de estar en contacto con el turista el personal debe dar una buena imagen, ya que esto transmitirá confianza al turista. Es por ello que el personal debe seguir con las siguientes recomendaciones de higiene y aseo personal:

- **Mantener limpia la cara:** Es importante que la primera imagen que se da al cliente sea la adecuada, para ello, la cara debe estar siempre limpia y aseada. En el caso de los hombres es preferible que no tengan barba o en su defecto, debe estar siempre corta y bien cuidada. Para las mujeres el maquillaje debe ser moderado.
- **Un cabello bien arreglado:** Para los hombres debe estar recortado. El cabello debe dejar al descubierto la cara y los hombros. En la medida de lo posible debe estar bien peinado y limpio (lavado). El cabello debe tener un aspecto natural y no ser un distractor para el cliente, por ello se deben evitar peinados o tintes exóticos.
- **Lavarse los dientes y la boca:** Esta medida de higiene es de las más importantes, puesto que el prestador de servicios turísticos normalmente tiene contacto directo con el cliente, por ello se recomienda llevar siempre un cepillo de dientes y dentífrico en la maleta o bolsa. Si esto no fuera posible, tomar alguna pastilla que ayude al aliento. Evitar masticar chicle, fumar en horarios de trabajo, consumir alcohol o comer alimentos fuertes en ajo o cebolla, permitirá que el cliente no se sienta incomodo al platicar con el personal de servicio.
- **El aseo de las manos y uñas:** Lavarse bien las manos y uñas, sobre todo después de haber ido al baño, de estornudar o toser; también hay que hacerlo al momento de manipular comida, tocar dinero y basura o al momento de llegar al puesto de trabajo. Si hay alguna herida, debe ser siempre cubierta con una gasa o curita. No se debe morder las uñas delante ni a espaldas de un cliente ya que guarda un mal aspecto a las manos y transmite sensación de falta de higiene.
- **Aseo personal en general:** El baño y el uso de un desodorante deben ser diario para evitar la transpiración que da lugar a malos olores corporales.
- **Uso de perfumes o lociones:** Debe evitarse si se trata de fragancias que transmitan un olor muy fuerte o escandaloso.
- **Dormir y descansar bien:** Se recomienda dormir al menos 7 horas para evitar estar con un aspecto cansado que el cliente pudiera notar, de igual manera mejorará el rendimiento y apariencia general.
- **Uniforme:** Se recomienda que el personal porte su uniforme, identificado con la organización turística, que este limpio y planchado.

1.1.6. ACCESIBILIDAD TURÍSTICA

El turismo accesible tiene como finalidad lograr que los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad, eliminando barreras físicas, sensoriales, de comunicación y demás.

El Turismo Accesible sólo existe cuando la accesibilidad se ha incorporado a toda la cadena de valor del turismo, por lo cual se debe tenerse en cuenta la experiencia del viaje en su conjunto: su planificación, la información turística, los transportes públicos o privados, el alojamiento, las actividades turísticas y de ocio, los restaurantes, etc.

La accesibilidad es un factor a la calidad turística, ya no se puede concebir un turismo de calidad, cuando éste no está al alcance de todos, el turismo de calidad debe ser accesible a todos y nadie debe quedar al margen de éste por ninguna razón o circunstancia.

La accesibilidad puede entenderse en relación con tres formas básicas de actividad humana: movilidad, comunicación y comprensión; las tres sujetas a limitación como consecuencia de la existencia de barreras.

Con el fin de lograr una mayor accesibilidad turística en la microrregión de Ahuachapán Norte se propone implementa lo siguiente:




- ✔ Incorporar infraestructura o modificaciones a la infraestructura actual que permita que el cliente puede desplazarse fácilmente como ramplas y pasamanos.
- ✔ Capacitar a los guías turísticos en el lenguaje de señas.
- ✔ Instruir a los guías turísticos en las acciones a realizar para la movilidad de personas con discapacidad.
- ✔ Se debe contar con personal que sepa hablar otros idiomas, por lo menos inglés.



1.1.7. PROTECCIÓN DE MEDIO AMBIENTE

La protección del medio ambiente es la visión de un entorno ideal, teniendo en cuenta todas las medidas y propuestas que se deben hacer para conservar la vida humana, así como la vida de la flora y la fauna, pues la protección abarca a todo lo que nos rodea desde el clima, hasta las plantas, los animales e incluso los aspectos socioculturales que son parte de todo nuestro ambiente.

El ambiente es un factor importante en el turismo ya que es donde se desarrollan los recorridos turísticos y todo el sistema turístico está inmerso en él. El proteger el medio ambiente permite que las propuestas planteadas en el presente sean sostenible ambientalmente, mejorando la calidad de vida de las personas, flora y fauna, así como brindar una mejor imagen a la microrregión. Actualmente las tendencias turísticas van en función de la preservación de los recursos naturales, así como las políticas y legislación ambiental nacionales como internacional.

Es por ello que para lograr un desarrollo turístico sostenible se deben cumplir los siguientes requisitos, establecidos en función de la norma técnica de calidad, de buenas prácticas de sostenibilidad turística, los cuales la organización turística de la microrregión de Ahuachapán Norte debe difundir para que los diferentes actores del sector, administradores y dueños de atractivos turísticos las incorporen en sus negocios o atractivos turísticos.

ASPECTO	REQUISITOS
<p>Protección de flora y fauna.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✔ No se debe comercializar ni consumir especies o productos de flora y fauna vedados por la ley, así como tampoco ejecutar o apoyar actividades encaminadas a la colección y tráfico de especies animales o vegetales que no cuenten con los permisos y licencias respectivas otorgadas por las autoridades ambientales competentes. ✔ Se debe promover acciones encaminadas a la conservación y uso sostenible de la biodiversidad de la zona, y establecer comportamientos responsables de todos los actores, para con su entorno.
<p>Gestión del agua</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Se debe establecer, implementar y mantener programas de ahorro, reutilización, recuperación y uso eficiente del agua. Los programas para el uso eficiente y ahorro de agua deben ser conocidos por visitantes, turistas, empleados, propietarios de las empresas y la comunidad en general que hacen parte del destino turístico. ✔ Contar con agua potable para el consumo humano, disponible para los turistas y la población local. ✔ Informar a la comunidad, visitantes y turistas sobre las condiciones de la calidad del agua para uso recreativo. ✔ Establecer, implementar y mantener programas para el manejo adecuado, la disposición final y sistemas de tratamiento de las aguas residuales y vertimientos generados en el mismo. Este programa debe ser divulgado a la comunidad, visitantes y turistas.
<p>Gestión de la energía</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Se debe establecer, implementar y mantener programas de ahorro y uso adecuado de los recursos energéticos. ✔ Estimular el uso y aprovechamiento de fuentes renovables de energía. ✔ Procurar el aprovechamiento de la iluminación natural en los programas de ahorro de energía.

<p>Manejo de residuos</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Se debe establecer, implementar y mantener un programa para reducir la generación de los residuos sólidos. ✔ Clasificar y almacenar por separado los residuos sólidos y darles un adecuado manejo, para reutilización, reciclaje y disposición final. ✔ Establecer, implementar y mantener un registro periódico (mínimo bimensual) de la cantidad de residuos sólidos generados en kilogramos, indicando el porcentaje de éstos que van a un sistema de disposición final, a reutilización, a reciclaje, y llevar un registro de las personas y organizaciones que están cumpliendo esta labor. ✔ Establecer un programa de manejo de residuos peligrosos, dentro de los cuales debe considerar: aceites y grasas de cocinas, aceites de mantenimiento de maquinaria, baterías, tóner y cartuchos de fotocopiadoras, pinturas, disolventes y sus recipientes, residuos de tipo hospitalario, filtros de sistemas de ventilación, agentes refrigerantes de los aires acondicionados y de los sistemas de protección contra incendios, productos químicos, y otros considerados en la legislación vigente.
<p>Productos químicos.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Difundir a diferentes organizaciones, el minimizar y utilizar adecuadamente los productos químicos, identificados aquellos que generan un impacto significativo sobre el medio ambiente. ✔ Promover en las organizaciones el uso de productos químicos de limpieza y jardinería y otros usos, en las dosis indicadas por el proveedor del producto. ✔ Promover el uso de productos orgánicos en labores de jardinería, agricultura y otros usos. ✔ Promover en las organizaciones el uso de detergentes que contengan tensioactivos biodegradables.

✔ Educación ambiental

La incorporación de la educación ambiental en el desarrollo de las actividades turísticas, es de gran importancia para minimizar los impactos ambientales, sociales y económicas de la actividad, es por medio de la difusión de conocimientos, valores y las habilidades prácticas para tomar responsabilidad en la prevención y solución de los problemas ambientales y en la gestión de la calidad del medio ambiente, considerando que el desafío de la educación ambiental es promover una nueva relación de la sociedad humana con su entorno.



Las medidas que la organización turística de la microrregión debe tomar en función de impulsar y promover la educación ambiental, son las siguientes:

- Capacitar al personal operativo sobre la educación ambiental, las buenas prácticas de turismo y las acciones que día a día deben practicar, los valores, actitudes y habilidades que deben desarrollar para asumir una responsabilidad ambiental.
- Difundir y promover las buenas prácticas turísticas a los empresarios del sector turístico de la microrregión.
- Difundir la responsabilidad ambiental que posee el turista a la hora de visitar cada uno de los productos turísticos.
- Desde la ejecución de actividades recreativas, turísticas y deportivas, se debe promover el respeto a los recursos naturales, a la comunidad, a otras culturas y otras formas de organización social.

1.1.8. PROTECCIÓN DE LA HISTORIA Y LA CULTURA

El trabajo turístico, de promoción de un destino, no es simplemente el trabajo de atraer visitantes a una determinada ubicación, con el objetivo de apoyar directamente al crecimiento económico del país, sino que además se debe reconocer que se debe trabajar para generar atracciones turísticas “Con Contenido” y con bases históricas sólidas que realmente apoyen y representen la cultura de este destino.

Con el fin de contribuir a la protección de la historia y cultura de la microrregión se plantean los siguientes criterios a cumplir y sus respectivas acciones.

- **Códigos de conducta:** Se deberá contar con un código de conducta, el cual debe ser divulgado a la comunidad, visitantes y turistas.
- **Preservación del patrimonio cultural:** Se deberá identificar las organizaciones o entidades que trabajen y contribuyan con la preservación y conservación del patrimonio cultural, con el fin de establecer alianzas estratégicas o actividades en conjunto para la preservación y conservación del patrimonio cultural de la microrregión de Ahuachapán Norte.
- **Promoción del patrimonio cultural local:** se deberá contar con programas y campañas para promover la cultura local, a través del desarrollo de productos turísticos que contemplen actividades de este orden. Es por ello que la propuesta

contempla el diseño del producto turístico cultural con el fin de promoverlo e impulsarlo turísticamente y que se contribuya a crear el sentimiento de identidad en la comunidad.

- **Recuperación del patrimonio:** promover la recuperación del patrimonio arquitectónico y el uso de materiales tradicionales en la planta turística.

- **Apoyo a las comunidades:** Se deberá apoyar el desarrollo de las comunidades u organizaciones que elaboran productos o prestan servicios, que promueven el uso sostenible de las materias primas utilizadas para su producción y que resalten las características propias de la zona.

- **Actividades turísticas de tipo cultural:** se apoyará el desarrollo de actividades folclóricas y artísticas, así como la preservación de las tradiciones, del vestuario y de las costumbres de las comunidades anfitrionas.

1.1.9. RESPUESTA ANTE LA EMERGENCIA

Se desconoce el momento en el que pueda surgir una emergencia, es por ello que la organización turística de la microrregión debe estar preparados para responder de manera idónea, por lo que debe contar con un plan de emergencia. Un Plan de Emergencia es una herramienta de gestión que permite organizar, administrar, disponer y operar los recursos para responder eficientemente a las emergencias, protegiendo, controlando y mitigando el impacto o daño que pueden tener determinadas situaciones de emergencia y/o crisis sobre el personal operativo y los turistas, asimismo sobre el mobiliario, equipo e instalaciones. Es por ello que para la elaboración e implementación del plan de emergencia para la microrregión de Ahuachapán Norte debe considerar los siguientes aspectos:

1. **Identificación de riesgos:** Un factor determinante en la prevención de riesgos es la identificación de los riesgos a los que está expuesto el personal operativo y turistas durante la prestación del servicio.
2. **Identificar los accidentes asociados a los riesgos:** Se deberán identificar posibles emergencias o accidentes, que se encuentren asociados los riesgos, que pueda sufrir el turista o el personal operativo durante el servicio.
3. **Evaluación de riesgos:** Se refiere a la evaluación de los riesgos, es decir al proceso de estimar la magnitud de éstos, obteniendo así información necesaria para toma de decisiones.
4. **Definir alcance y cobertura del plan de emergencias:** Se debe definir algunos aspectos relevantes como alcance y cobertura del Plan de Emergencias, considerando el marco legal, normativo y económico.
5. **Definir la estructura de la organización de contingencia:** Se define la estructura de mando y coordinación de emergencias. En ella se establece cómo va a organizarse el recurso humano, para enfrentar una situación.
6. **Diseñar protocolos de respuesta:** Se debe definir cuáles serían las acciones a realizar en caso de una emergencia. Su correcto funcionamiento dependerá la capacidad de su organización de movilizar los recursos para la respuesta a emergencias y optimizar los tiempos.

7. **Difundir y capacitar:** Se debe dar a conocer el plan de emergencia al personal y así mismo debe darse a conocer a los turistas los protocolos a seguir ante situaciones de emergencia.

Los procedimientos de respuesta a emergencia que se deben implementar en la prestación de los servicios turísticos, son los siguientes:

PROCEDIMIENTOS	DESCRIPCIÓN
Búsqueda y rescate	Son los procedimientos que deberán establecerse para las situaciones en las que se debe encontrar a alguien que se cree perdido o herido en áreas remotas o poco accesibles para el turista.
Primeros auxilios	Es la secuencia de actividades que se establecerán para las situaciones en las que durante la prestación de los servicios turísticos deba darse atención inmediata a una persona lesionada o accidentada en el lugar de los acontecimientos, antes de ser trasladado a un centro asistencial u hospitalario si se requiere.
Evacuación	Se refiere al procedimiento de organización de los recursos y los procedimientos, tendientes a que el personal operativo o los turistas sean amenazados por un peligro (incendio, inundación, escape, sismo, entre otros) protejan su vida e integridad física, mediante su desplazamiento hasta y a través de lugares de menor riesgo.
Plan de actuación ante emergencias	<p>Se detallarán las acciones a realizar para el control inicial de situaciones críticas, garantizando la comunicación de la alarma, la evacuación y refugio en zona segura, y el socorro de las posibles víctimas.</p> <p>Se identificará y describirán las funciones del personal encargado de actuar en caso de emergencia, así como los responsables de poner en marcha el plan. Las emergencias podrán clasificarse por:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por el tipo de riesgo (que hacer en caso incendio, condiciones climatológicas adversas, etc.). - Por la gravedad del incidente, conato de emergencia, emergencia parcial o emergencia general. <p>Se definirán unos protocolos o procesos de actuación, que garanticen la resolución de la emergencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Detección y alerta. - Alarma. definir los mecanismos transmisión de alarma a los medios humanos de intervención, a los turistas, etc. - Intervención coordinada. - definir mecanismos de respuesta ante la emergencia, y medios humanos disponibles en la intervención.

<p>Integración del Plan de Emergencia en planes de ámbito superior</p>	<p>Contemplará los protocolos de comunicación de la emergencia, la coordinación de la dirección del plan de emergencia con la dirección del Plan de Protección Civil que resulte de aplicación.</p>
<p>Implantación del Plan de Emergencia</p>	<p>La implantación del plan de emergencia consiste en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La difusión y comunicación del Plan a todos los responsables e implicados en el mismo. - Facilitar la información, formación y capacitación del personal que participe activamente en el Plan - Facilitar información general a los usuarios y visitantes de los productos turísticos de las medidas de protección y autoprotección

1.1.10. MEJORA CONTINUA

Las personas de las organizaciones delegadas como responsables del funcionamiento del plan de desarrollo turístico, deberán evaluarlo, para planear, ejecutar, actualizar, implementar y mantener continuamente acciones y estrategias encaminadas al desarrollo turístico. Identificando los factores que han permitido o impedido la consecución de sus objetivos, metas y acciones.

1.2. PROYECTO DE SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD.

INTRODUCCIÓN

La calidad es muy importante a la hora de prestar un servicio, ya que si esta está presente significará que el cliente estará satisfecho por el servicio brindado. Por ello es importante que la microrregión de Ahuachapán norte posea un sistema que permita registrar, medir y evaluar la satisfacción del cliente, con el fin de mejorar continuamente el servicio turística, para lograr un desarrollo turístico sostenible.

Es por eso que se establecerán políticas de calidad a los servicios turísticos prestados, instrumentos que midan el grado de satisfacción del turista, así como el procedimiento a seguir para el control de la calidad.

OBJETIVO GENERAL

Implementar un sistema de calidad que permita conocer, medir y monitorear la satisfacción de los turistas que realizan recorridos turísticos en la microrregión de Ahuachapán Norte.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer las políticas de calidad de los servicios turísticos prestados por la microrregión de Ahuachapán Norte.
- Establecer un instrumento que permita medir el grado de satisfacción del turista.
- Definir los pasos a seguir para el control y aseguramiento de la calidad.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de calidad turística se muestran a continuación:

Tabla 200. Actividades para el desarrollo del proyecto de calidad turística.

ACTIVIDADES	RESPONSABLE
Definir las políticas de calidad	Comité de calidad
Elaborar instrumentos para el registro de la calidad	Comité de calidad
Definir el sistema de evaluación de la calidad	Comité de calidad
Definir el seguimiento y control de calidad	Comité de calidad
Dar a conocer el sistema de control de calidad.	Comité de calidad
Realización de la prueba piloto.	Comité de calidad
Divulgar normas técnicas de calidad turística	Comité de calidad

1.2.1. ASPECTOS A TOMAR EN CUENTA

Cuando nos referimos a sistema de gestión de la calidad hablamos de una herramienta que permitirá planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para asegurar un servicio de calidad para el cliente.

Para asegurar el cumplimiento de este sistema es necesario que exista una organización que vele por la calidad; esta será la organización turística de la microrregión.

Para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Documentos:**

Contienen información relacionada con el sistema de calidad, como instrumentos de evaluación de la calidad, procedimiento de servicios, políticas, etc. los cambios efectuados a estos documentos debe ser documentado.

Los documentos a consultar para la implementación del sistema de calidad son:

- El Plan de desarrollo turístico de la microrregión de Ahuachapán Norte.
- El manual de organización turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.

2. **Responsabilidad de la dirección**

La organización turística de la microrregión de Ahuachapán Norte debe presentar un compromiso por la implementación de este sistema y ayudar a que este mejore diariamente. Se debe motivar a los miembros de la organización a buscar una mejor calidad a la hora de brindar los servicios y deberán comunicar a todos los miembros de los comités turísticos y empresarios del sector turístico de la zona sobre la importancia de satisfacer las expectativas del turista esto a través de campañas de sensibilización y capacitación.

Así mismo, se deberán comprometer a cumplir las políticas de calidad, los cuales se deberán de estar revisando una vez por año por los miembros de la organización los responsables asignados para realizar cambios y mejoras.

3. **Política de calidad:**

Se debe establecer políticas para asegurar la calidad en el servicio ofrecido, para que estos servicios satisfagan las necesidades de los turistas. Las políticas de calidad que se pueden implementar son las siguientes:

- a. Ofrecer servicios turísticos de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de los turistas.
- b. Cumplir con las normas de higiene, seguridad y ambientales en la prestación del servicio.
- c. Atender y responder a las solicitudes de los clientes lo más rápidamente posible.
- d. En caso de queja de algún cliente, atenderla y resolverla rápidamente.

4. **Planificación:** se tiene que definir los procesos para la prestación de servicios, así mismo se debe de definir con exactitud las funciones necesarias para brindar

servicios más adecuados a los clientes. Así mismo debe de planificarse la evaluación de cómo se está prestando el servicio con la finalidad de analizarlo y poder tomar medidas correctivas. Los procesos de prestación de servicios se han presentado en el programa de los productos turísticos y los procesos de evaluación se presenta posteriormente

5. **Instrumentos:** Se debe realizar instrumentos que permitan obtener información relevante de los clientes, como satisfacción de este con respecto a los servicios prestados entre otros. Así mismo se debe tener una lista de chequeo para evaluar cómo se encuentran los recursos turísticos y las actividades a ejecutar.

Los instrumentos propuestos para recolectar información se presentan a continuación.


1.2.2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA CALIDAD.

LISTA DE CHEQUEO

Se recomienda realizar la lista de chequeo a nivel de producto turístico, a nivel de ruta turística o a nivel de la microrregión, de manera específica o general con el fin de evaluar el estado en el que se encuentran las instalaciones o la prestación del servicio.

A continuación, se muestra una propuesta de lista de chequeo, con el fin de evaluar de manera general la disponibilidad de instalaciones o servicios turísticos en la microrregión.

Indicaciones:

- Indique el nombre de la persona encargada de realizar el chequeo de las instalaciones y servicios, esto con el fin de poder realizar consultas posteriormente a la persona encargada si fuese necesario. Cabe aclarar que la persona que observará y llenará la lista de chequeo será un miembro de la organización turística de la microrregión.
- Indique la fecha en que se realizó la observación para completar la lista de chequeo.
- Marque con un  si la instalación o el servicio se encuentran disponibles o no.
- Disponible hace referencia a si la instalación o el servicio existe y se puede hacer uso de él.
- En el campo estado actual, complete las características actuales, si se encuentra en buen estado o no, si necesita acondicionamiento, el número de elementos existentes, etc.
- Puede agregar más instalaciones o servicios a evaluar, en la lista de chequeo.
- Cualquier observación adicional puede agregarla en el campo correspondiente.

Con la información recolectada se pretende encontrar carencias o fallas del servicio y así poder estudiarlas a profundidad para plantear correcciones para mejorar la situación y poder así ofrecer un servicio de calidad para los turistas.

**ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DE LA MICRORREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE
LISTA DE CHEQUEO DE INSTALACIONES Y SERVICIO**



Encargado: _____ Fecha: _____

ESTACIÓN / SERVICIO	DISPONIBLE	NO DISPONIBLE	ESTADO ACTUAL
Oficina de la Organización			
Kioscos de información turística			
Servicios de Higiene (Baño y lavamos)			
Local de venta de artesanías			
Depósitos de basura			
Personal de mantenimiento			
Guías turísticos			
Seguridad turística			
Transporte turístico			
Transporte publico			
Servicios de Alimentación			
Servicios de Salud			
Servicio de Alojamiento			

OBSERVACIONES

1.2.3. REGISTRO DE SATISFACCION Y OPINION DE LOS CLIENTES

La satisfacción del cliente se registrará y medirá a través del método empleado para medir el grado de satisfacción de éste con el servicio y priorizar las acciones de mejora, a través del método SERV-QUAL.

El modelo Servqual es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio. Este modelo permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes.

El Servqual proporciona información detallada sobre; opiniones del cliente sobre el servicio, comentarios y sugerencias de los clientes de mejoras en ciertos factores, impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes. También este modelo es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones.

El proceso a seguir se describe a continuación:

- La persona encargada de la calidad deberá de entregar al encargado de cada producto turístico los formatos que se deberá dar al turista al finalizar su visita.
- Luego de esto se recolectarán y tabularán los resultados obtenidos para conocer el grado de satisfacción del cliente.
- 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.

A continuación, se presenta el modelo propuesto del formato que se administrará para conocer el grado de satisfacción de los turistas que visitan y realizan los recorridos de los productos turísticos de la microrregión de Ahuachapán Norte:

**ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DE LA MICRORREGIÓN DE AHUACHAPÁN
NORTE**



Recorrido Turístico: _____ Fecha: _____

Indicaciones: Marque con una "X", el grado de satisfacción obtenido según cada uno de los atributos de calidad requeridos en el recorrido turístico que ha realizado.

ATRIBUTOS DE CALIDAD	TOTALMENTE SATISFECHO	CONFORME	NO SATISFECHO
Atención al turista			
Seguridad			
Atractivos turísticos			
Higiene			
Servicio de transporte			
Servicio de alimentación			
Accesibilidad a la zona			
Servicios complementarios			
Particularidades de los productos turísticos			
Aspectos culturales			
Cuido y respeto al medio ambiente.			

SUGERENCIA O RECLAMOS:

1.2.4. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

Se debe planificar e implementar procesos de seguimiento, análisis y mejora necesarios para demostrar la conformidad del producto o servicio respecto a los requisitos del mercado, asegurarse de la conformidad del Sistema de Registro de la calidad en sí y la mejora continua de la eficacia del mismo.

Por lo tanto, las sugerencias proporcionadas por los turistas ayudarán para tomar acciones correctivas en las actividades turísticas. Por lo cual se propone realizar un control y análisis mensual de los resultados obtenidos por las encuestas realizadas.

Por lo cual se establece el siguiente sistema de evaluación, de acuerdo al promedio de puntuación de las encuestas. Si el cliente está satisfecho se le asigna al atributo de calidad 2 puntos, si está conforme se le asigna un punto y si no está satisfecho 0 puntos. Por lo cual el puntaje más alto de calificación es de 22 puntos.

A continuación, se muestra el rango de puntos que pueden tener en promedio las encuestas y las acciones a realizar.

Tabla 201. Interpretación de puntos obtenidos en las encuestas.

Promedio de puntos de encuestas	Se necesitan	Plazo de ejecución	Color de Identificación
De 0 a 12 puntos	Acciones correctivas.	Corto	Rojo
De 13 a 17 puntos	Acciones preventivas.	Mediano	Azul
De 18 a 22 puntos	Aceptable. Mejora Continua	Largo	Verde

Una vez que el encargado del comité de calidad obtenga las encuestas se seguirá el siguiente proceso:

1. Asignación de puntos a las respuestas obtenidas en las encuestas.
2. Totalizar los puntos obtenidos.
3. Registrar los datos de cada una de las encuestas.
4. Promediar los puntos obtenidos por las encuestas realizadas en un mes.
5. Comparar promedio obtenido con la tabla de interpretación de puntos obtenidos, para la realización de acciones de mejora.
6. Si se necesitan realizar acciones a largo plazo, elaborar un informe de requerimientos y beneficios que se pueden obtener para presentarlo en reuniones con microrregión. Si se necesitan acciones preventivas a mediano plazo elaborar un informe de requerimientos para presentarlo al director de la unidad de desarrollo turístico. Si se necesitan acciones correctivas coordinar con los comités de desarrollo turístico para realizar acciones urgentes de mejora y si fuera necesario presentar informe detallado al director de la unidad de desarrollo turístico para solicitar desembolso a la microrregión.

1.2.5. NORMAS DE CALIDAD

Con el fin de que toda la cadena de valor turística de la microrregión ofrezca un servicio de calidad, se propone hacer una divulgación de las normas técnicas de calidad turísticas existentes en el país, con apoyo del organismo salvadoreño de normalización (OSN), con el fin de sensibilizar a los empresarios del sector a tomar medidas para mejorar la calidad del servicio que prestan y poder aplicar las normas a sus negocios hasta el grado de certificarse.

Las normas de calidad turística existentes se muestran a continuación:

Tabla 202. Normas de calidad turística.

CODIGO	NOMBRE DE LA NORMA
NTS 01.00.13:15	Servicios turísticos. Hoteles y otros tipos de alojamientos turísticos. Terminología
NTS 03.44.01:12	Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartahoteles.
NTS 03.44.02:12	Terminología de los establecimientos de alojamiento turístico.
NTS 03.44.03:12	Categorización de hoteles por estrellas.
NTS 03.54.01:12	Operadores de turismo. Especificaciones para la prestación del servicio.
NTS 03.55.01:12	Guías de turismo. Especificaciones para el desempeño.
NTS 03.56.01:12	Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio.
NTS 03.57.01:12	Turismo de aventura. Rafting. Requisitos para la prestación del servicio.
NTS 03.58.01:12	Turismo de aventura. Canopy, tirolesa y arborismo. Requisitos para la prestación del servicio.
NTS 03.59.01:12	Turismo de aventura. Canotaje. Requisitos para la prestación del servicio.
NTS 03.61.01:12	Artesanías. Buenas Prácticas Ambientales.
NTS 03.67.01:12	Turismo. Buenas Prácticas de Sostenibilidad. Especificaciones.
NTS 03.84.01:14	Turismo aventura. Requisitos de prestación del servicio de guía/instructor de deslizamiento sobre olas (surfing, bodyboard, kneeboard, stand up paddle y similares).
NTS 03.70.01:15	Turismo Rural. Alojamiento. Especificaciones.
NTS 03.75.01:15	Turismo aventura. Actividades de Rapel. Requisitos para la operación.
NTS 03.75.01:15	Turismo aventura. Actividades de Rapel. Requisitos para la operación.
NTS 03.76.01:15	Turismo. Centros Recreativos Acuáticos. Requisitos para la operación y prestación del servicio.
NTS 03.101.01:17	Spa y tratamientos terapéuticos. Requisitos básicos de calidad en el servicio e instalaciones

1.3. PROYECTO DE CAPACITACIONES

INTRODUCCIÓN

La capacitación se define como el conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal de una organización. La capacitación les permite a las personas poder tener un mejor desempeño en sus actuales y futuros cargos, adaptándose a las exigencias cambiantes del entorno.

Fundamentalmente, la capacitación es vista como un proceso educativo a corto plazo, orientada a la obtención de conocimiento y habilidades que permitan incrementar la eficiencia y eficacia de la organización según los objetivos que se hayan planteado.

Es por ello que para lograr el desarrollo turístico de la microrregión de Ahuachapán Norte, es necesario, que las personas que prestan servicios turísticos, realicen sus actividades de manera correcta en función de las normativas nacionales e internacionales, protección al medio ambiente y satisfacción tanto del personal como del cliente. Por lo que es necesario que estas sean sometidas a un proceso de capacitación ya que actualmente no poseen conocimientos técnicos sobre la prestación de los servicios turísticos y para evitar caen en atraso u obsolescencia sobre las buenas prácticas de turismo que permitan lograr sostenibilidad en la propuesta.

OBJETIVO GENERAL

Formar al recurso humano que ejecutará el plan de Desarrollo Turístico de la microrregión de Ahuachapán Norte, en temas relacionados a la prestación de servicios en turismo, con el fin de garantizar la adecuada implementación del mismo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Inculcar la aplicación de las buenas prácticas turísticas a fin de asegurar la sustentabilidad de la propuesta.
- Fortalecer las capacidades del sector empresarial turístico de la microrregión Ahuachapán norte.
- Generar las competencias y habilidades para el manejo de grupos y atención al cliente.
- Instruir a las personas sobre las técnicas de marketing para lograr captar más mercado.

ACTIVIDADES

Las actividades para llevar a cabo el proyecto de capacitaciones se muestran a continuación:

Tabla 203. Actividades del proyecto de capacitación.

ACTIVIDADES	RESPONSABLE
Gestionar con entidades gubernamentales de turismo u organizaciones de apoyo técnico turístico las capacitaciones.	Comité de calidad
Capacitar al personal de la organización turística de la microrregión.	Comité de calidad

1.3.1. COMPONENTES DE LAS CAPACITACIONES REQUERIDAS PARA LA PROPUESTA

Personal a capacitar

Las personas a capacitar, serán agrupados en miembros de no más de 20 personas, ya que en grupos grandes el proceso de enseñanza es más generalizado. Estos grupos están conformados por personas que pertenezca a:

- Personal operativo y de apoyo de la organización turística de la microrregión de Ahuachapán norte.
- Dueños de iniciativas turísticas, administradores o personal que pertenezcan a empresas turísticas, personal de las municipalidades, organizaciones sociales.

Temáticas de capacitación

Las temáticas necesarias a abordar en las capacitaciones son las siguientes:

- Marketing Turístico.
- Servicio y atención al cliente.
- Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible.
- Prácticas de inocuidad de alimentos.
- Primeros Auxilios.
- Guiado de grupos.

Tipos de capacitación

Las capacitaciones podrán ser impartidas a través de cursos, seminarios o jornadas prácticas y teóricas presenciales o virtuales, para lo cual será necesario buscar profesionales expertos y conocedores en cada una de las temáticas a impartir.

Es muy importante tener el conocimiento que otras iniciativas puedan ofrecer y poder poner en práctica el intercambio de experiencias.

Gestión de las Capacitaciones

Para la obtención de capacitaciones, se sugieren las siguientes alternativas:

1. Hacer contacto con profesionales en el ámbito turístico y empresarial del país.
2. Solicitar los servicios de capacitaciones brindadas por las instituciones que se dedican a la formación en turismo, como:
 - Ministerio de Turismo MITUR.
 - 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.
 - Insafor
3. 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 de la microrregión.

1.3.2. REQUERIMIENTOS PARA EL DESARROLLO DE LAS CAPACITACIONES.

Información de los participantes:

- Datos personales (Nombre, Edad, genero, DUI, teléfono, etc.)
- Área ocupacional a la que pertenecen.
- Actividades que desempeñan.
- Escolaridad.
- Horario de trabajo o jornada ocupada.
- Indicar si es personal de la organización turística de la microrregión de Ahuachapán norte o personal de un emprendimiento turístico de la microrregión.

Condiciones del ambiente:

- Selección de las instalaciones y local.
- Condiciones higiénicas.
- Material de apoyo para el proceso de aprendizaje.
- Equipo audiovisual.
- Visibilidad, acústica, ventilación, etc.
- Servicios complementarios: refrigerio, transporte, etc.

1.3.3. ESPECIFICACIONES DE LAS CAPACITACIONES.

A continuación, se presentan las especificaciones para cada tipo de capacitaciones que serán necesario impartir para propiciar el desarrollo turístico de la microrregión de Ahuachapán Norte.

Tabla 204. Especificación de capacitaciones.

TEMA CENTRAL	OBJETIVO	TEMÁTICA	DURACIÓN	PERSONAL A CAPACITAR
Marketing Turístico.	Dar a conocer las técnicas, tendencias y herramientas existentes para el desarrollo de planes de marketing.	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción al turismo - Tendencias del turismo - Gestión de destinos - Planificación estratégica - Técnicas de marketing - Promoción turística - Comunicación y relaciones públicas 	20 horas	Personal operativo y de apoyo de la organización turística de la microrregión de Ahuachapán norte
Servicio y atención al cliente.	Brindar herramientas y recomendaciones sobre la forma en que las personas deben actuar en el proceso de prestación de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad y Calidez en el Servicio. - Trabajo en Equipo e Integración. - Manejo de conflictos. - Creatividad e Innovación en el Servicio. - Actitud de la calidad en el servicio. - Normas de presentación 	20 horas	<p>Personal operativo y de apoyo de la organización turística de la microrregión de Ahuachapán norte.</p> <p>Dueños de iniciativas turísticas, administradores o personal que pertenezcan a empresas turísticas, personal de las municipalidades, organizaciones sociales.</p>
Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible.	Dar a conocer las buenas prácticas de turismo sostenible con el fin de implementarlas y que contribuya a aumentar la calidad en el servicio.	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio al cliente. - Seguridad turística. - Señalización turística - Accesibilidad turística. - Protección del medio ambiente - Protección de la historia y cultura - Manejo de emergencia 	40 horas	<p>Personal operativo y de apoyo de la organización turística de la microrregión de Ahuachapán norte.</p> <p>Dueños de iniciativas turísticas, administradores o personal que pertenezcan a empresas turísticas, personal de las municipalidades, organizaciones sociales.</p>
Prácticas de inocuidad de alimentos.	Proporcionar información sobre la forma idónea de preparación y manipulación de los alimentos que se comercializan.	<ul style="list-style-type: none"> - Manipulación de alimentos. - Control de alimentos. - Normas de higiene e inocuidad. 	12 horas	Dueños de iniciativas turísticas, administradores o personal que pertenezcan a empresas turísticas, personal de las municipalidades, organizaciones sociales.

Primeros Auxilios y evacuación	Brindar conocimiento teórico y práctico sobre primeros auxilios con fin de contar con personas capacitadas para actuar ante una emergencia.	<ul style="list-style-type: none"> - Qué son los Primeros Auxilios. - Evaluación de la escena. - Evaluación del paciente. - Soporte básico de vida. - Atención inicial a heridas y hemorragias. - Atención inicial a esguinces, luxaciones y fracturas. - Vendajes. - Traslado de lesionados. - Atención inicial a quemaduras. - Repliegue y evacuación ante sismos e incendios. - Operaciones contra-incendio y manejo de equipo portátil. 	40 horas	Personal operativo y de apoyo de la organización turística de la microrregión de Ahuachapán norte
Guiado de grupos	Instruir a los guías turísticos sobre sus funciones y el guiado de grupos en recorridos turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de grupos. - Técnicas de comunicación verbal y elocuencia. - Requisitos mínimos. - Normas de seguridad. 	40 horas	Personal operativo y de apoyo de la organización turística de la microrregión de Ahuachapán norte
Lenguaje de señas	Proporcionar herramientas de comunicación, con el fin de promover la inclusión turística.	Módulos de lenguaje de señas	6 meses	Personal operativo y de apoyo de la organización turística de la microrregión de Ahuachapán norte
Segundo Idioma	Proporcionar herramientas de comunicación, con el fin de promover la inclusión turística.	Módulos de inglés para turismo	1 año	Personal operativo y de apoyo de la organización turística de la microrregión de Ahuachapán norte

1.4. REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA

✓ REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO DE BUENAS PRACTICAS DE TURISMO.

RECURSO HUMANO

En la siguiente tabla se muestra al personal encargado de implementar el proyecto de buenas prácticas turísticas.

Tabla. Requerimientos de personal.

PERSONAL	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	RESPONSABLE
Guías turísticos	Son los encargados de realizar los recorridos turísticos con los turistas, guiándolos por el camino, brindándoles información de los lugares a visitar, atendiendo sus preguntas y solicitudes.	15	Organización turística de la microrregión.
Personal administrativo	Son los encargados de administrar los recursos de la microrregión y en este caso los comités de seguridad y calidad	2	Organización turística de la microrregión.
Personal de mantenimiento	Son los encargados de realizar el mantenimiento diario o regular en los recursos turísticos de la microrregión. Ese personal será designado por las alcaldías.	-	Alcaldías
Personal de control de calidad	Es aquel encargado de monitorear el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos para cada uno de los productos turísticos, así como del registro y evaluación de satisfacción del cliente por medio del sistema de control de calidad. Nota: Estos ya esta incluidos en el apartado de personal administrativo.	4	Organización turística de la microrregión.

EQUIPO

A continuación, se presenta el equipo necesario para la implementación del proyecto. La cantidad especificada para los baños portátiles y los botiquines se especificó con una única frecuencia de compra para el periodo de vida del plan, el caso de los demás elementos especificados es la cantidad requerida anualmente.

Tabla 205. Equipo requerido para el proyecto de buenas prácticas.

ELEMENTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Baños portátiles	8	\$410.00
Basureros para baños	8	\$5.00
Cajas de Guantes.	12	\$5.25
Paquetes de bolsas para basura	60	\$1.00
Botiquín portátil.	5	\$11.50
Kit para primeros auxilios y emergencias	5	\$35.00

✓ **REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO DE GESTIÓN DE CALIDAD.**

RECURSO HUMANO

En la siguiente tabla se muestra al personal encargado de implementar el proyecto de gestión de calidad.


Tabla. Requerimientos de personal.

PERSONAL	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	RESPONSABLE
Personal administrativo	Son los encargados de administrar los recursos de la microrregión y en este caso los comités de seguridad y calidad	2	Organización turística de la microrregión.
Personal de control de calidad	Es aquel encargado de monitorear el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos para cada uno de los productos turísticos, así como del registro y evaluación de satisfacción del cliente por medio del sistema de control de calidad. Nota: Estos ya esta incluidos en el apartado de personal administrativo.	4	Organización turística de la microrregión.

MOBILIARIO.

A continuación, se muestra el mobiliario necesario para la implementación del proyecto, la frecuencia de compra de este será de una vez en su fase inicial, es decir según lo contemplado en el presente plan.

Tabla 206. Mobiliario del proyecto de Gestión de calidad,

REQUISITOS (NOMBRE Y DESCRIPCIÓN)	PROPUESTA	PRECIO
<p>✓ Una computadora con un Procesador Core i5 de 8 generación, con 6 Gb de RAM. VOSTRO 3470 SFF (teclado, mouse, pantalla, bocinas) Monitor LED 24"</p>		\$600.00

<p>✔ Mobiliario para Computadora</p> <p>Escritorio de computadora de 2 niveles con soporte de estante para impresora.</p>		<p>\$70.00</p>
<p>✔ Silla de Escritorio</p>		<p>\$50.00</p>
<p>✔ Impresora Canon Impresora multifuncional</p>		<p>\$40.00</p>
<p>✔ Estante para Papelería</p>		<p>\$8.00</p>

PAPELERÍA

A continuación, se presenta la papelería necesaria para la implementación del proyecto. La cantidad especificada requerida es anual.

Tabla 207. Papelería requerida para el programa de calidad y sostenibilidad.

RECURSO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Resmas de páginas de papel bond	6	\$4.50
Cajas de Lapiceros	4	\$2.00
Cajas de Plumones	2	\$5.00
Paquete de Folders	4	\$2.00

✓ **REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO DE CAPACITACIONES.**

RECURSO HUMANO

En la siguiente tabla se muestra al personal encargado de implementar el programa de capacitaciones, cabe destacar que los capacitadores serán gestionados a través de las instituciones de apoyo para que esto no represente un desembolso de efectivo para la microrregión de Ahuachapán Norte.

Tabla. Requerimientos de personal.

PERSONAL	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	RESPONSABLE
Personal administrativo	Son los encargados de administrar los recursos de la microrregión y en este caso los comités de seguridad y calidad	2	Organización turística de la microrregión.
Personal de control de calidad	Es aquel encargado de monitorear el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos para cada uno de los productos turísticos, así como del registro y evaluación de satisfacción del cliente por medio del sistema de control de calidad. Nota: Estos ya esta incluidos en el apartado de personal administrativo.	4	Organización turística de la microrregión.
Capacitadores	Es personal responsable de impartir las capacitaciones a los miembros de la organización turística de la microrregión y personas de la comunidad del sector turístico.	-	Organización turística de la microrregión.

MOBILIARIO.

A continuación, se muestra el mobiliario necesario para la implementación del proyecto, la frecuencia de compra de este será de una vez en su fase inicial, es decir según lo contemplado en el presente plan.

Tabla 208. Mobiliario del proyecto de capacitaciones.

REQUISITOS	PROPUESTA	PRECIO
Proyector		\$500

MATERIALES

A continuación, se presenta los materiales para la implementación del proyecto. Las cajas de plumones especificadas se necesitan para una frecuencia anual y el pizarrón una unidad para la vida de ejecución del plan propuesto. Otros materiales necesarios se han contemplado en otros proyectos.

Tabla 209. Papelería requerida para el programa de calidad y sostenibilidad.

RECURSO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Cajas de Plumones	2	\$5.00
Pizarrón	1	\$75.00

2. PROGRAMA DE PROTECCIÓN DEL RECURSO NATURAL Y CULTURAL

INTRODUCCIÓN

La actividad turística es un gran motor económico a nivel internacional, que genera nuevas oportunidades para la modernización del destino, tanto a nivel económico como social y cultural. Actualmente aparecen nuevos tipos de turismo alternativos, que se realizan de forma sostenible, y donde el turista tiene en cuenta aspectos como el descanso, el conocimiento de la cultura local y la conservación de los recursos naturales. Esto se debe a que, hoy en día, los seres humanos están más concienciados con las problemáticas medioambientales, y a que los viajeros buscan la autenticidad del destino en su viaje. De esta forma hablamos de nuevos tipos de turismo alternativos relacionados con elementos como la cultura o la naturaleza, y que se desarrollan de forma más sostenible.

El ambiente en el que se realizan los recorridos turísticos es más atractivo cuando muestran un ambiente natural en buenas condiciones. Abonando a eso que las legislaciones nacionales e internaciones han tomado mayor

La conservación del medio ambiente, el uso correcto de los residuos, la prevención de la contaminación, etc., son algunas de las prioridades a considerar para el beneficio del sector turístico.

Es por ello que atendiendo a nuevas modalidades de realizar turismo y a la importancia de preservar el recurso natural y cultural, surge el presente proyecto, con el fin de proponer actividades que permitan la promoción y preservación de estos recursos para el desarrollo local y turístico.

OBJETIVO GENERAL

Promover el turismo sostenible que permita la protección de los recursos naturales y culturales que formen parte de los diferentes productos turísticos a ofrecer por la microrregión de Ahuachapán Norte.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer un conjunto de actividades que permitan fortalecer las tradiciones y costumbres de la microrregión de Ahuachapán Norte.
- Establecer un conjunto de actividades que permitan preservar los recursos naturales de la microrregión de Ahuachapán Norte.

ESTRATEGIAS

- Concientizar y sensibilizar a los turistas sobre los impactos ambientales en el que hacer turístico.
- Promover el conocimiento y actividades de historia y cultura de interés turístico que integren a la comunidad.

PROYECTOS

- Actividades para preservar el recurso natural.
- Actividades para rescatar tradiciones y costumbres.

2.1. PROYECTO ACTIVIDADES PARA PRESERVAR EL RECURSO NATURAL.

INTRODUCCIÓN

La actividad turística se configura como un gran motor económico a nivel internacional, que genera nuevas oportunidades para la modernización del destino, tanto a nivel económico como social y cultural. Actualmente aparecen nuevos tipos de turismo alternativos al turismo de masas, que se realizan de forma sostenible, y donde el turista tiene en cuenta aspectos como el descanso, el conocimiento de la cultura local y la conservación de los recursos naturales. Esto se debe a que, hoy en día, los seres humanos están más concienciados con las problemáticas medioambientales, y a que los viajeros buscan la autenticidad del destino en su viaje.

De esta forma hablamos de nuevos tipos de turismo alternativos relacionados con elementos como la cultura o la naturaleza, y que se desarrollan de forma más sostenible, es por ello que se propone a la organización turística de la microrregión de Ahuachapán Norte, el realizar actividades de valor turístico que permita promover la protección del medio ambiente a través de la modalidad de turismo sostenible, así como diferentes acciones de corrección y prevención de impactos negativos al medio ambiente.

OBJETIVO GENERAL

Establecer un conjunto de actividades que permitan proteger y preservar los recursos naturales de la microrregión de Ahuachapán Norte.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir cada una de las actividades propuestas para establecer una base de caracterización para su futura planificación.
- Definir los involucrados o encargados de llevar a cabo las actividades de preservación del recurso natural de la microrregión.

2.1.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Con el fin de proteger y preservar los recursos naturales de la microrregión de Ahuachapán Norte, se proponen las siguientes actividades:

Tabla 210. Actividades para la protección y preservación de los recursos naturales.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	ENCARGADOS
Visitas a recursos turísticos naturales	Se realizarán visitas a los recursos turísticos, donde se identifiquen los elementos naturales, se explique la importancia de su preservación y cuidado, dando a conocer la situación actual del recurso. Esto con el fin que concientizar a la comunidad y a los turistas sobre los impactos positivos y negativos que el turismo puede ocasionar, así como dar a conocer las medidas que estos pueden hacer para contribuir a la preservación del medio ambiente. Se propone realizar estas visitas en grupos de 25 personas, cada dos meses.	<ul style="list-style-type: none"> • Organización turística de la microrregión. • Centros Escolares. • Unidades de turismo de las alcaldías.
Campaña de concientización	Se realizará una campaña de concientización que incluye capacitaciones (ya contemplado en otro proyecto) y divulgación de acciones de preservación del medio ambiente por medios electrónicos y medios impresos.	<ul style="list-style-type: none"> • Comité de gestión de la calidad. • Comité de promoción y publicidad. • La comunidad.
Brindar recomendaciones ambientales al visitar los sitios turísticos de la microrregión	Los guías turísticos y los centros de información turística de la microrregión de Ahuachapán Norte, deberán brindar indicaciones y recomendaciones que los visitantes deben acatar para la preservación del medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> • Guas turísticos • Personal del centro de información turística.
Campañas de limpieza	Dichas campañas de limpieza se pueden realizar con apoyo de los operadores de turismo, para la promoción del turismo solidario en donde los turistas junto con los miembros de la organización turística, de las alcaldías y de la comunidad local, realizaran campañas de limpiezas en ciertos recursos turísticos y luego disfrutarán de los recursos turísticos naturales de la microrregión.	<ul style="list-style-type: none"> • Comité de seguridad y sostenibilidad. • Comité de gestión de la calidad. • Comité de promoción y publicidad.

	<p>Estas campañas se proponen realizarla cada 2 meses, así se dará a conocer el trabajo que se está realizando por la preservación de los recursos naturales y se involucra a la comunidad y a los turistas.</p> <p>Creando experiencias satisfactorias para los turistas al contribuir con el patrimonio natural de la microrregión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Unidades de turismo. • Tour operadores.
<p>Campañas Informativas</p>	<p>Realización de campañas informativas para la participación ciudadana en proyectos concretos para preservar el medio ambiente.</p> <p>Como proyectos de reforestación, reciclaje, ahorro del agua, ahorro de energía, entre otros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comité de seguridad y sostenibilidad. • Comité de gestión de la calidad. • Comité de promoción y publicidad. • Organizaciones externas. •
<p>Apoyo a acciones innovadoras de preservación del medio ambiente.</p>	<p>Se debe motivar aquellas acciones innovadoras que la comunidad presenta a fin de la preservación del medio ambiente, ya sea por emprendedores comerciales o de interés social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones privadas • Organizaciones publicas • Alcaldías • Organización turística de la microrregión
<p>Fomentar el cumplimiento de leyes y normas ambientales</p>	<p>Fomentar las leyes sobre protección del medio ambiente, así como sancionar los incumplimientos a la ley del medio ambiente y ordenanzas municipales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldías • Ministerio de medio ambiente. • Comité de seguridad y sostenibilidad.

2.2. PROYECTO ACTIVIDADES PARA RESCATAR TRADICIONES Y COSTUMBRES

INTRODUCCIÓN

La tradición es el conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad, se consideran valiosas y las mantiene para que sean aprendidas por las nuevas generaciones, como parte indispensable del legado cultural. Las costumbres son hábitos adquiridos por la práctica frecuente de un acto. Con el fin de que las tradiciones y costumbres de la microrregión de Ahuachapán Norte sean transmitidas a las generaciones actuales y a los visitantes, surge la necesidad del presente proyecto.

El proyecto de actividades para rescatar tradiciones y costumbres busca crear conciencia en la comunidad, de la importancia que tiene las tradiciones y costumbres de la microrregión de Ahuachapán Norte para el desarrollo social y turístico de la comunidad y del país. Esto parte de la necesidad de promover el turismo de la microrregión, promover el comercio local y principalmente de potenciar los recursos culturales con los que cuenta la microrregión como las tradiciones, las costumbres propias y autóctonas de localidades, fortaleciendo así el sentimiento de identidad regional.

Este proyecto contempla los siguientes aspectos:

- ✔ Identificación de tradiciones y costumbres
- ✔ Promoción de la Identidad cultural
- ✔ Puesta en valor de actividades folclóricas

OBJETIVO GENERAL

Establecer un conjunto de actividades que permitan fortalecer las tradiciones y costumbres de la microrregión de Ahuachapán Norte.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Brindar los pasos a seguir para la elaboración de cartillas de tradiciones y costumbres de la microrregión a fin de los actores involucrados las identifiquen.
- Establecer actividades que permitan realizar
- Generar una propuesta de actividades culturales que se pueden realizar para poner en valor el folclore de la microrregión a fin de potenciar el desarrollo turístico.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de actividades para rescatar tradiciones y costumbres se muestran a continuación:

Tabla 211. Actividades para el desarrollo del programa de rescate de tradiciones y costumbres.

ACTIVIDADES	ENCARGADO
Identificación de tradiciones y costumbres de la microrregión de Ahuachapán Norte.	Comité de desarrollo del producto turístico y comité de gestión de la calidad.
Elaborar cartilla de costumbres y tradiciones de la microrregión de Ahuachapán Norte.	Comité de promoción y marketing y comité de gestión de la calidad.
Difundir la cartilla de costumbres y tradiciones culturales de la microrregión de Ahuachapán Norte a todos los miembros de la organización turística, comités de desarrollo turístico, coordinadores de turismo y otros involucrados.	Comité de gestión de la calidad
Dar a conocer el producto turístico cultural y las actividades turísticas culturales por redes sociales y medios escritos.	Comité de promoción y marketing
Visitar medios de comunicación para dar a conocer las actividades turísticas y culturales de la microrregión.	Comité de promoción y marketing
Ofrecer experiencias vivenciales en talleres artesanales a la comunidad y los turistas.	Comité de desarrollo del producto turístico y comité de gestión de la calidad.
Planificar actividades de valor folclórico	Comité de gestión de la calidad

2.2.1. IDENTIFICACIÓN DE TRADICIONES Y COSTUMBRES

Todos los miembros de la organización turísticas deben conocer las tradiciones y costumbres de la microrregión de Ahuachapán Norte, para poderlas dar a conocer a la comunidad y a los turistas. Es por ello que se propone elaborar cartillas de tradiciones y costumbres, para que posean un documento de consulta y poderlas difundir.

Dichas cartillas las elaborara la organización turística de la microrregión en coordinación con los comités de desarrollo turístico y miembros de la comunidad. El proceso a seguir para elaborar las cartillas será el siguiente:

1. Recolectar información secundaria sobre las tradiciones y costumbres culturales de los municipios que conforman la microrregión. Las fuentes a utilizar pueden ser: El presente plan de desarrollo turístico, libros, periódicos, brochures, entre otros.
2. Realizar una síntesis de la información recolectada, resaltando características, fechas, involucrados, entre otros.
3. Recolectar información primaria sobre las tradiciones y costumbres culturales de los municipios que conforman la microrregión. Las fuentes a consultar pueden ser: Organizadores de eventos folclóricos, miembros de la comunidad que han vivido y

realizado dichas tradiciones y costumbres, coordinadores de turismo de los municipios de la microrregión, entre otros.

4. Realizar un consolidado de la información obtenida por fuentes secundarias y primarias.
5. Identificar las tradiciones y costumbres que son compartidas o que son del mismo tipo entre los municipios miembros de la microrregión de Ahuachapán Norte y agruparlas.
6. Organizar la información en un formato y obtener copias. Es importante que el archivo final esté disponible, para posteriormente realizarle modificaciones.
7. Difundir la cartilla de costumbres y tradiciones culturales de la microrregión de Ahuachapán Norte a todos los miembros de la organización turística, comités de desarrollo turístico, coordinadores de turismo y otros involucrados.
8. Coordinar y planear entre la organización turística de la microrregión y los coordinadores de turismo de cada municipio de la microrregión, la realización de actividades culturales en conjuntos que permitan promover las tradiciones y costumbres culturales y promover el comercio local.

2.2.2. PROMOCIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

La promoción de la identidad cultural busca potencial el valor de la cultura de la microrregión, a través de acciones que permitan a la comunidad conocer y sentir identificación con sus tradiciones y costumbres, así como, que estas sean conocidas por los turistas.

Por lo cual también se sensibilizará a la población sobre la importancia de la cultura en la actividad turística, buscando que estos se involucren.

Por lo cual se propone realizar las siguientes actividades:

- ✓ Difundir la cartilla de costumbres y tradiciones culturales de la microrregión de Ahuachapán Norte a la comunidad y a los turistas.
- ✓ Dar a conocer el producto turístico cultural y las actividades turísticas culturales por redes sociales y medios escritos.
- ✓ Los recorridos turísticos que forman parte del producto turístico cultural irán acompañados de reseñas históricas de los lugares, así como de los mitos y leyendas populares relatadas por los guías turísticos.
- ✓ Visitar medios de televisión y radios para dar a conocer las actividades turísticas y culturales de la microrregión.
- ✓ Ofrecer experiencias vivenciales en talleres artesanales a la comunidad y los turistas.

2.2.3. PUESTA EN VALOR DE ACTIVIDADES FOLCLÓRICAS

Con el fin de rescatar las tradiciones y costumbres de la microrregión se buscará poner en valor el folclor para el desarrollo turístico. Para lo cual se propone planear, organizar e implementar festivales, cursos y concursos de música, danzas, artesanías, teatro, poesía, pintura, entre otros.

Por lo cual se propone realizar las siguientes actividades:

Tabla 212. Actividades para la puesta en valor de las actividades folclóricas.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PERIODO DE TIEMPO
Festival Cultural	Con la creación de un festival cultural se buscará reunir la cultura de la zona norte de Ahuachapán dando a conocer sus orígenes, sus tradiciones, su gastronomía, sus sitios históricos y turísticos, sus artesanías, entre otros. Invitando a la comunidad local, actores del sector turístico y a los turistas a participar, donde se puede contar con música, degustaciones y venta de productos locales identitarios para promover el comercio local.	2 veces al año

Festival Artesanal	Se propone realizar un festival en el cual se exponga y se comercialice las artesanías fabricadas en la microrregión, en la cual se dé a conocer la historia de cada una de ellas y su relación con la cultura. Se pueden realizar pequeños talleres artesanales para que los turistas elaboren su propia artesanía.	2 veces al año
Curso de Artesanías	El curso de artesanías se realizará en coordinación con los artesanos, la organización turística de la microrregión y las casas de la cultura. Este curso será dirigido a toda la población con el fin que conozcan las artesanías que se elaboran en la microrregión y que ellos elaboren algunas.	2 veces al año
Concurso de Talento	Se puede realizar una convocatoria para que la población de la microrregión participe en un concurso de talentos en el cual ellos darán a conocer su talento (Poesía, baile, dibujo, canto, etc.) con el requisito que lo que expongan debe tener relación con algo cultural de la microrregión.	1 vez al año
Concurso de Dibujo	Se puede realizar una convocatoria, para que los habitantes de Atiquizaya, El Refugio, Turín y San Lorenzo, participen en un concurso de dibujo, en el cual deben presentar su dibujo hecho a mano o digitalmente en el cual representen la cultura de la microrregión. Esto se realizará con el fin de que la población de la microrregión se informe y conozca su cultura para poder realizar su dibujo o la conozca a la hora de presentar el trabajo de los participantes. La presentación de los dibujos y selección de los ganadores se puede realizar en un acto público, donde se ofrezca la gastronomía de la microrregión, tours y diferentes dinámicas para los turistas.	1 vez al año

2.3. REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA

✓ REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO ACTIVIDADES PARA PRESERVAR EL RECURSO NATURAL.

RECURSO HUMANO

En la siguiente tabla se muestra al personal encargado de implementar el programa de programa de protección del recurso natural y cultural

Tabla. Requerimientos de personal.

PERSONAL	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Guías turísticos	Son los encardados de realizar los recorridos turísticos con los turistas, guiándolos por el camino, brindándoles información de los lugares a visitar, atendiendo sus preguntas y solicitudes.	15
Personal administrativo	Son los encargados de administrar los recursos de la microrregión y en este caso los comités calidad y sostenibilidad.	2
Personal comités de desarrollo turístico.	Se necesitará el apoyo de los miembros de los comités de desarrollo turístico para las campañas de divulgación como el comité de calidad y de marketing.	6
Unidades de turismo	Se necesitará el apoyo de las unidades de turismo de las alcaldías para participar en las campañas de concientización y de limpieza.	-
Emprendedores del sector turístico	Los emprendedores y empresarios del sector turístico de la microrregión se involucrarán y participarán en las actividades.	-

MATERIALES

A continuación, se muestran los materiales necesarios para la implementación del proyecto. Las cantidades especificada son para una frecuencia anual. Otros materiales se han considerado en otros proyectos.

Tabla 213. Equipo requerido para el programa de calidad y sostenibilidad.

ELEMENTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Cajas de Guantes.	12	\$3.00
Paquetes de bolsas para basura.	60	\$1.00
Lazos	10	\$3.75
Escobas	15	\$3.75
Rastrillos	15	\$4.10
Recogedor	10	\$7.95

✓ **REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO ACTIVIDADES PARA RESCATAR TRADICIONES Y COSTUMBRES**

RECURSO HUMANO

En la siguiente tabla se muestra al personal encargado de implementar el programa de programa de protección del recurso natural y cultural

Tabla. Requerimientos de personal.

PERSONAL	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Personal comités de desarrollo turístico.	Se necesitará el apoyo de los miembros de los comités de desarrollo turístico para las campañas de divulgación como el comité de calidad y sostenibilidad.	6
Unidades de turismo	Se necesitará el apoyo de las unidades de turismo de las alcaldías para participar en las campañas de concientización y de limpieza.	-
Emprendedores del sector turístico	Los emprendedores y empresarios del sector turístico de la microrregión se involucrarán y participarán en las actividades.	-

MATERIALES

A continuación, se muestran los materiales necesarios para la implementación del proyecto. Las cantidades especificada son para una frecuencia anual. Otros materiales se han considerado en otros proyectos.

Tabla 214. Materiales para el proyecto.

ELEMENTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Resmas de páginas de papel bond para las cartillas de tradiciones y costumbres	4	\$4.50

OTROS REQUERIMIENTOS

A continuación, me mencionan otros requerimientos necesarios para el desarrollo del proyecto, sin embargo, estos requerimientos deben ser gestionados y adquiridos por las alcaldías.

- Canopies.
- Instalaciones para los cursos.
- Premios monetarios para concursos
- Transporte.
- Seguridad para festivales.
- Equipo de sonido.



VI. MEJORAMIENTO DE LA PROMOCION Y PUBLICIDAD

VI. MEJORAMIENTO DE LA PROMOCION Y PUBLICIDAD

1. PROGRAMA DE PROMOCION Y MARKETING.

INTRODUCCION

Una vez que se han definido los productos turísticos, y que existe un posible mercado para dichos productos, es indispensable darlo a conocer. Por ello el Programa de promoción y marketing, es un componente esencial para el desarrollo turístico de la Microrregión Norte de Ahuachapán, nadie puede consumir lo que no se conoce, por eso será necesario dar a conocer los productos turísticos, al mayor número de personas que estén en posibilidades de adquirirlos, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información eficaz, de tal manera que despierte el interés de los posibles turistas, para transformarlo en deseo y éste en una verdadera necesidad.

Es importante que mediante este programa se le permita al turista conocer los lugares de interés de la localidad; pero también, a la gente que lo habita, las costumbres locales, los horarios de comida, las tradiciones, etc.

Diseñar un programa de Promoción y Marketing, es de suma importancia, ya que proporciona a los responsables de la organización turística de la microrregión, 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.

El programa incluye una propuesta de marca turística, la cual engloba todos los productos turísticos, y muestra los recursos con los que cuenta la microrregión, una marca llamativa y original que representa a la microrregión.

Así mismo se incluyen propuestas para la publicidad en medios de comunicación como redes sociales, periódicos, etc. lo que busca incrementar el consumo de un producto o servicio. Por ello, son un pilar importante en el presente plan; ya que lo que se quiere lograr, es fomentar la difusión de información acerca de los productos turísticos con los que contara la microrregión, la creación de expectativas y el incentivo a visitar dichos lugares.

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA

Mejoramiento de la promoción y publicidad.

OBJETIVO GENERAL

Realizar estrategias de marketing para promocionar todos los productos turísticos que la microrregión ofrece, creando una marca turística para dar publicidad a esta con el fin de atraer la atención de los turistas hacia la microrregión.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaboración de la propuesta de diseño de la marca turística de la microrregión que sea la imagen, identifique y posicione a la microrregión como un destino turístico.

- Establecer los medios publicitarios que utilizara la microrregión con el propósito de llamar la atención del mercado de consumo potencial y actual.
- Establecer la imagen del personal y definir posibles medios promocionales para los turistas, para identificar y dar a conocer la microrregión.

ESTRATEGIAS

- Realizar campañas de promoción y publicidad que contribuyan al posicionamiento de la microrregión como un destino turístico competitivo a nivel nacional.
- Dar a conocer la oferta turística de la microrregión haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación.
- Desarrollar una marca que identifique y posicione a la microrregión como un destino turístico competitivo.
- Incorporar una forma de identificación del personal y productos publicitarios de la organización turística a fin de posicionar la marca en el consumidor

PROYECTOS

- Marca turística
- Publicidad en medios de comunicación
- Imagen del personal y productos publicitarios

1.1. PROYECTO DE MARCA TURÍSTICA.

INTRODUCCION.

La influencia de una marca en el mercado consumidor es clave para la captación de los mismos. Si se cuenta con una marca con fuerte imagen corporativa y un buen posicionamiento en el mercado, se asume el éxito y el posicionamiento del destino turístico.

La marca turística permite detectar las virtudes del destino turístico, generando un mensaje integral, que contenga una idea sencilla que el consumidor pueda captar de forma directa; cada destino tiene su esencia, por ello, es importante que al crear una marca se aproveche aquellos valores que harán al destino único y especial; fortaleciendo y exponiendo al alcance, los recursos y atractivos turísticos, permitiendo su comercialización, ofreciéndoles los productos a los diferentes consumidores.

La marca debe actuar como un impulsador, pudiendo atraer a nuevos turistas y mantener la fidelización de los ya existentes, aumentando la aceptación de los productos ofertados y exhibiendo su identidad como promoción del destino.

OBJETIVO GENERAL

Establecer una marca turística como microrregión, que dé a conocer las características de los productos turísticos de la microrregión.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar una propuesta de marca turística para la microrregión de Ahuachapán Norte que pueda ser tomada de ejemplo, modificada o utilizada para la promoción y marketing de la microrregión como destino turístico.

- Brindar los pasos que la organización turística de la microrregión debe seguir para registrar la marca turística en el país.
- Desarrollar un manual de la marca corporativa propuesta para la microrregión, con el fin de establecer los aspectos que se deben seguir para el uso de la marca.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de marca turística se muestran a continuación:

Tabla 215. Actividades que contempla el proyecto de marca turística.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Elaborar el diseño de la marca turística de la microrregión, que sea la imagen, identifique y la posición como un destino turístico.	Comité de promoción y marketing.
Registro de la marca turística.	Comité de promoción y marketing.
Desarrollar el manual de marca corporativa.	Comité de promoción y marketing.
Divulgación de la marca turística.	Comité de promoción y marketing.

1.1.1. PROPUESTA DE MARCA TURISTICA.

Para Blain et al. (2005:337), La marca turística es el conjunto de actividades de marketing encaminadas a apoyar la creación de un nombre, símbolo o cualquier otro gráfico que identifica y diferencia un destino, que transmite de forma continua la expectativa de una experiencia asociada únicamente a ese lugar, que sirven para consolidar y reforzar la conexión emocional entre el visitante y el destino, y que reduce costes y riesgos para el consumidor.

Crear una marca turística permite a un destino tener una imagen que pueda ser recordada con mayor facilidad entre sus visitantes, logra un posicionamiento dentro del público. Una marca debe dar a conocer al visitante la personalidad y carácter del destino. Es la primera impresión que se lleva un cliente de la organización o producto y define inevitablemente su futura relación con estos.

Diseñar una marca turística para un territorio es institucionalizar un lugar como destino turístico, posicionarlo, un lugar en cuya identidad se encuentre integrado el concepto de turismo.

El logotipo de una organización hace que sea reconocida por sus clientes actuales o potenciales, la diferencia de la competencia de manera única y clara. A continuación, se muestra la propuesta de la marca turística para la microrregión en forma de imagotipo:



Ilustración 156: Propuesta de marca.

1.1.2. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA DE MARCA.

Diseño llamativo, donde se representa los diferentes tipos de turismo que ofrece la microrregión en conjunto. A continuación, se describe cada componente:

- **ARCO DE ARTESANIA MAYA:** Representa los tipos de artesanías que se pueden encontrar en los municipios de la microrregión, además las réplicas mayas son las más representativas de la microrregión y se encuentran en 3 de los 4 municipios.
- **IGLESIA:** Representa todo el patrimonio histórico cultural que se puede encontrar en los municipios de la microrregión.
- **PLANTA DE LOROCO, JOCOTE Y CAFÉ:** Principales recursos agropecuarios con el que cuentan dos de los cuatro municipios y que son muy representativos en estos.
- **RIO:** Representa todos los recursos hídricos con que cuenta la microrregión los cuales son ricos en abundancia en la zona, principalmente en Atiquizaya y San Lorenzo.
- **TIERRA CON VEGETACION:** Representa la riqueza agrícola de la zona, además de los diversos destinos naturales que se encuentran en la microrregión.
- **EL COLOR CAFÉ** en el nombre se eligió porque representa la tierra donde se cultivan los productos agrícolas, además de estar presente en la naturaleza y representar el color típico de las artesanías maya.

1.1.3. PROCESO PARA REGISTRO DE UNA MARCA EN EL SALVADOR.

En El Salvador, el encargado del Registro de marca, es el Centro Nacional de Registros (CNR). Además de una marca, se pueden registrar emblemas (es decir, el signo o algún símbolo que identifique a la empresa); del mismo modo los nombres comerciales (denominación con el cual se conocerá la empresa en su mercado) y las señales de publicidad comercial (frases atractivas al público).

Según el Centro Nacional de Registros (CNR), en El Salvador se deben seguir siete pasos para lograr registrar una marca y así obtener de forma legal la patente, los cuales se muestran a continuación:

Tabla 216. Pasos para el registro de una marca.

No.	DESCRIPCIÓN
1	Realizar una búsqueda de anterioridad por el valor de \$ 20.00.
2	Presentar solicitud original y dos copias según modelo, anexas 15 facsímiles debidamente cortados en un sobre y finalmente el interesado podrá preguntar por su solicitud dentro de 5 días hábiles. Una vez ingresados los datos de la solicitud, se arma el expediente y se califica. Si la solicitud no cumple con algunos de los requisitos que establece el art. 10

	de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, el registrador pronuncia una prevención. Si la solicitud incurre dentro de las prohibiciones establecidas en el art. 8 y 9, se dicta resolución y el interesado tiene un plazo de 4 meses para contestar.
3	<p>El interesado presenta el escrito donde subsana la prevención dentro de los cuatro meses que establece la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. También, el interesado presenta el escrito donde contesta sobre la objeción que se le haya hecho a su marca, dentro de los cuatro meses, el registrador estimare que subsisten las objeciones planteadas, se denegará el registro mediante resolución razonada; si el registrador considera que la objeción hecha no es procedente, se admite la solicitud.</p> <p>Se califica el expediente y si el escrito cumple con los requisitos establecidos en los artículos 13 y 14 de ley, se admite la solicitud y se entrega el cartel original al interesado para que le saque una copia para llevar a publicar al diario de mayor circulación y original al Diario Oficial por tres veces alternas.</p>
4	<p>Transcurrido los dos meses de la primera publicación del Diario Oficial, el interesado presenta un escrito adjuntando las primeras publicaciones de ambos diarios si presenta fotocopias de las publicaciones estas deben de presentarse debidamente certificadas.</p> <p>El expediente se pasa nuevamente a calificación, si la publicación ha sido presentada dentro del término de ley, se le notifica al interesado el auto donde se ordena el registro previo pago de derechos de registro; si no se le ha presentado oposición a la marca.</p>
5	Si a la solicitud de registro se le presenta escrito de oposición, se suspenden las diligencias de registro de la marca, mientras se conoce el incidente de oposición.
6	El interesado presenta el recibo de los derechos de registro por un valor de \$100 dentro de los tres meses que establece la ley. Se califica el expediente y el registrador elabora el auto de inscripción y el certificado de registro de la marca
7	Se le entrega el auto de inscripción y el certificado de registro original al interesado. Los modelos de solicitudes que se entregan en el Registro de Propiedad Intelectual son para que los clientes tengan una idea cómo redactar las solicitudes y los demás escritos.

1.1.1.4. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA.



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA.

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca Ahuachapán Norte en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

Se abarcan temas de estructura, forma y color del logotipo, usos adecuados de la marca y estilos tipográficos, creando una unidad en los criterios y usos internos de la papelería y los diferentes canales de comunicación interna y externa.

El correcto y consistente uso de la marca Ahuachapán Norte contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

A. SIMBOLOGÍA BÁSICA.

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Ahuachapán Norte, se tienen que seguir una serie de normas genéricas. La marca Ahuachapán Norte está construida a base de un imagotipo y colores corporativos que se deberán respetar por su uso correcto.

- **Imagotipo corporativo.**

Un imagotipo es un conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.



Ilustración 157: Imagotipo.

- **Área de seguridad y reductibilidad.**

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del Isologo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al icono del propio isologo. El tamaño mínimo al que el imagotipo puede ser reproducido es a 1 cm de alto y 2.5 cm de ancho.



- **Colores Corporativos.**

Las referencias de color de Ahuachapán Norte, son los Pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.



- **Tipografía para uso interno.**

La tipografía que recomendamos para uso interno es la Arial. Es una tipografía disponible para todos los empleados. Es una tipografía de palo seco y de gran legibilidad.

— *Arial Regular*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!;@

— *Arial Bold*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!;@

— *Arial Italic*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!;@

- **Tipografía corporativa.**

La tipografía corporativa es la familia Corbel en sus versiones Regular, Italic y Bold. Es una tipografía disponible para todos los empleados. Cuando ésta no sea posible se utilizará la secundaria. Es la tipografía que inspira la marca Ineco. Es una tipografía moderna, de palo seco, de diseño moderno y de gran legibilidad.

— *Corbel Regular*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!;@

— *Corbel Bold*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!;@

— *Corbel Italic*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!;@

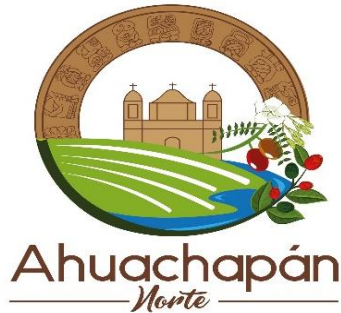
B. NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA.

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca de Ahuachapán Norte, se tienen que seguir una serie de normas genéricas. El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación. Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación. Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios. Ordenar y aplicar de forma correcta el Isologo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

- **Versiones correctas.**

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro.

Versión Original



Versión Blanco y negro



- **Aplicaciones incorrectas**

El imagotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

Rotaciones: No se debe rotar o inclinar dentro de un diseño el imagotipo

Descomposición: No está permitido descomponer, desplazar o mover un elemento dentro del imagotipo.

Uso vertical: Se debe evitar el uso vertical.



- **Expresión textual de la marca.**

Cuando la marca Ahuachapán Norte, esté mecanografiada se escribirá tal y como se muestra en el ejemplo.

Escritura Correcta
Ejemplo de cómo se escribe la marca Ahuachapán Norte

Escritura Incorrecta
Ejemplo de cómo se escribe la marca AHUACHAPÁN NORTE

Escritura Incorrecta
Ejemplo de cómo se escribe la marca ahuachapán norte

C. APLICACIONES DE MARCA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca de Ahuachapán Norte en diferentes soportes deben seguir una serie de normas genéricas.

Ordenar y aplicar de forma correcta del imago tipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

- **APLICACIONES.**



- **PAPELERÍA**

Brochure.



Cartas.



RUTA TURISTICA

Como se mencionó anteriormente, se propuso una ruta por cada producto turístico, y una marca para la organización, pero para que los destinos de la microrregión sean conocidos como una ruta en general, se propondrán los siguientes nombres, basados en ciertas características que posee la microrregión, a continuación, se muestran las propuestas:

1. **Ruta senderos maya:** sendero significa camino estrecho que usualmente se encuentra en zonas rurales. La microrregión cuenta con diferentes zonas donde se producen replicas maya, características de la zona, los talleres se encuentran en zonas rurales y para llegar a estas se tienen que conducir por caminos estrechos.

Ruta
Senderos Maya
Nuevos destinos, nuevas experiencias



2. Ruta aventura Maya-Pokoman y Ruta Maya-Pokoman

Los municipios de la microrregión fueron habitados por maya-pokomanes, en los municipios se puede encontrar replicas maya y diferentes atractivos que hacen que el turista pueda disfrutar de distintos destinos y tener una aventura única y llena de experiencias.

Ruta aventura
Maya-Pokoman
Nuevos destinos, nuevas experiencias



*Ruta
Maya-Pokoman*
Nuevos destinos, nuevas experiencias



4. Ruta Entre Manantiales:

Los municipios poseen varias fuentes de agua, como ríos de agua fría y caliente, los cuales recorren los 4 municipios.

*Ruta
entre manantiales*
Nuevos destinos, nuevas experiencias



Como se observa los nombres de las rutas están rodeadas de un arco, el cual representa la cultura maya que habito en los municipios.

La organización de la microrregión debe evaluar y valorar las propuestas para seleccionar la mejor propuesta que represente todos los recursos y las características de los municipios de la microrregión.

1.2. PROYECTO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

INTRODUCCION

Los medios masivos de comunicación, utilizan su capacidad de llegar a las personas para vender publicidad, difundir y posicionar marcas, ya que tienen una gran capacidad de influencia sobre los segmentos de mercado a los que van dirigidos. Una propuesta eficiente de publicidad muy probablemente generará beneficios extraordinarios a la microrregión y a los productos turísticos que este ofrecerá.

La idea principal del marketing turístico es presentar a los potenciales clientes, las razones por las cuales deberían visitar los destinos turísticos y, al mismo tiempo, facilitarle las opciones para visitar.

La publicidad turística en los medios de comunicación, por lo tanto, hace referencia a la difusión de los productos turísticos ofrecidos por la microrregión y sus destinos para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a la microrregión genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la publicidad turística.

En concreto, hay que establecer que todo proyecto de publicidad turística puede abarcar una gran variedad de objetivos. No obstante, entre los más habituales están los siguientes:

- Fomentar lo que sería la promoción y atractivo turístico de un lugar.
- Aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista.
- Incentivar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar propuestas de publicidad para la microrregión, en medios de comunicación, con el propósito de llamar la atención del mercado de consumo potencial y actual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir las tecnologías de la información y comunicación que se utilizarán para la generación de propaganda turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.
- Desarrollar una propuesta de publicidad y promoción para los diferentes medios de información seleccionados.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de publicidad en medios de comunicación se muestran a continuación:

Tabla 217. Actividades que contempla el proyecto de publicidad en medios de comunicación.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Definir las TIC's que se utilizarán para promocionar y dar a conocer el turismo de la microrregión.	Comité de promoción y marketing.
Desarrollar una propuesta de publicidad para la página web y fanpage.	Comité de promoción y marketing.
Crear página Web y Fanpage.	Comité de promoción y marketing.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Desarrollar una propuesta de publicidad para medios externos.	Comité de promoción y marketing
Definir la ubicación de la publicidad en vallas.	Comité de promoción y marketing.
Búsqueda y selección de empresa de publicidad para vallas.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Realizar contrato con empresa.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Colocación de vallas.	Empresa encargada.
Búsqueda y selección de periódicos.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Realizar contrato con empresa.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Colocación de publicidad en periódicos.	Empresa encargada.
Continuar acciones promocionales y mejorarlas.	Comité de promoción y marketing

1.2.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR.

PROPUESTA DE FAN PAGE

Se utilizará una página de Facebook para dar a conocer el turismo en la microrregión, con el nombre de Turismo Ahuachapán Norte.

A continuación, se muestra la posible imagen de la página oficial del turismo en la microrregión:

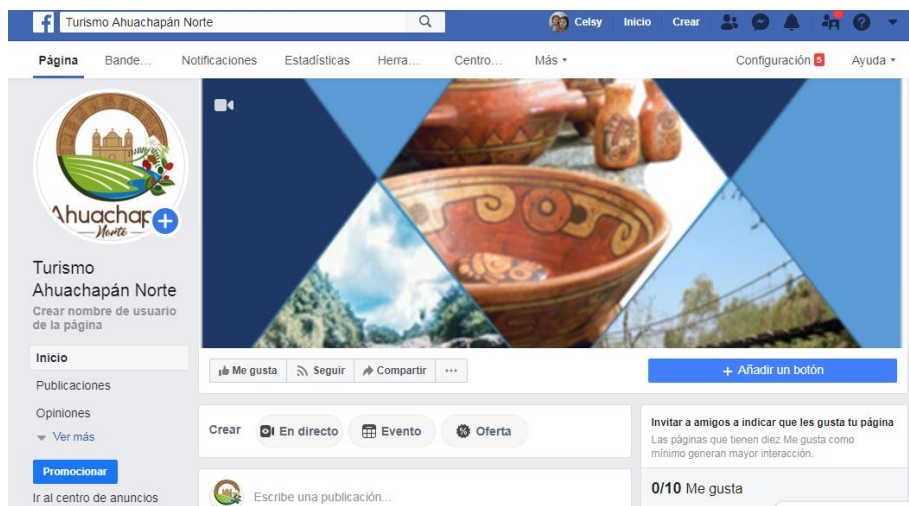


Ilustración 158: Propuesta de fachada para Fanpage.

Se utilizará una página web para dar a conocer a la microrregión, esta página a pesar de que mostrará todos los atractivos y recursos de la microrregión, se pretende que les dé más énfasis a los productos turísticos y dé a conocer las posibles rutas. Además, mostrara el arte, cultura, historia, gastronomía entre otros recursos que posee la microrregión. A continuación, se muestra el diseño de la página web.



Ilustración 159: propuesta de imagen para la página Web.

PROPUESTA DE PUBLICIDAD Y PROMOCION EN REDES SOCIALES.

Desarrollar una propuesta de promoción y publicidad de la oferta turística de la microrregión Norte de Ahuachapán, aprovechando las redes sociales. La publicidad y promoción del turismo en la microrregión se realizará 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 el que tiene mayor presencia en el país.

Actualmente la Microrregión no cuenta con página de Facebook disponible, solo se posee por municipio, pero tiene poca promoción y un nivel bajo de visitas. El Facebook muchas veces es utilizado por el tour operadoras y diversos destinos turísticos para vender sus atractivos turísticos con campañas publicitarias. Con ellas se tiene mayor alcance y un público variado. 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. Y además toda la información que recibe un usuario de Facebook se puede repartir entre los contactos de este logrando un mayor alcance.

A continuación, se muestran la propuesta de las primeras imágenes publicitarias que puede ser colocadas en la Fanpage, posterior a estas la microrregión debe modernizar y diseñar nuevas imágenes:



Ilustración 160: Propuesta de publicidad en redes sociales.

PROPUESTA DE PUBLICIDAD EN MEDIOS EXTERNOS.

VALLAS PUBLICITARIAS

Una valla publicitaria o panel publicitario es una estructura de publicidad exterior consistente en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios. Se propone la ubicación de vallas publicitarias en las principales carreteras hacia Ahuachapán, y al igual que sobre la carretera que conduce a los competidores más fuertes de la zona, es decir, sobre la carretera a la Ruta de las Flores, de esta forma se estaría aprovechando la afluencia de turistas de la zona y se llegaría a consumidores potenciales de los productos turísticos. Dicha publicidad tiene que ser publicada durante 1 mes, durante el mes anterior a las siguientes fechas festivas: Vacaciones de semana Santa, Vacaciones Agostinas y Vacaciones de Fin de año). La cantidad de vallas publicitarias a necesitar por cada temporada será de 6.

Los primeros diseños propuestos son los siguientes, después de estas la microrregión deberá actualizar y diseñar nuevos diseños:



Ilustración 161: Propuesta de publicidad en vallas.

También es necesario una valla colocada en la pasarela en la entrada al municipio de El Refugio, y en la entrada al municipio de Turín, para los turistas que vienen de Ahuachapán, que dé la Bienvenida a los turistas como la siguiente, la microrregión puede modificarla y actualizarla cada cierto tiempo:



Ilustración 162: Propuesta de Valla de bienvenida.

UBICACIÓN DE VALLAS

En las siguientes imágenes se muestran la ubicación de las vallas, cuatro para las carreteras que conducen a la Ruta de Las Flores, y dos para las carreteras que conducen a la microrregión. En el mapa principal se muestra las carreteras de Ahuachapán y Sonsonate, de esta se extrajeron tres partes para ver la ubicación de las vallas.

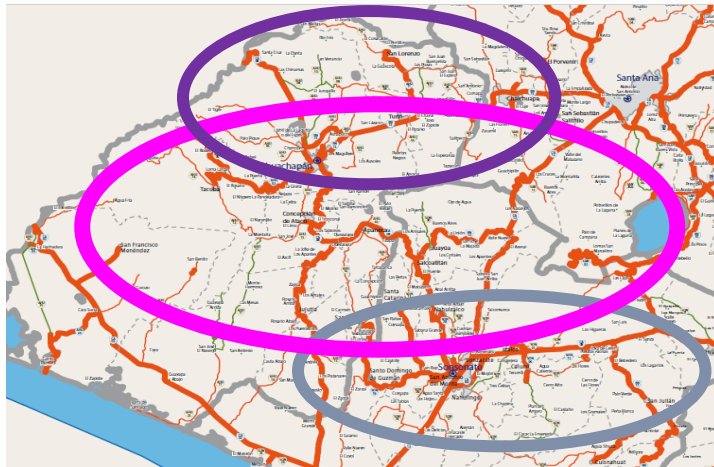


Ilustración 164. Mapa de carreteras principales

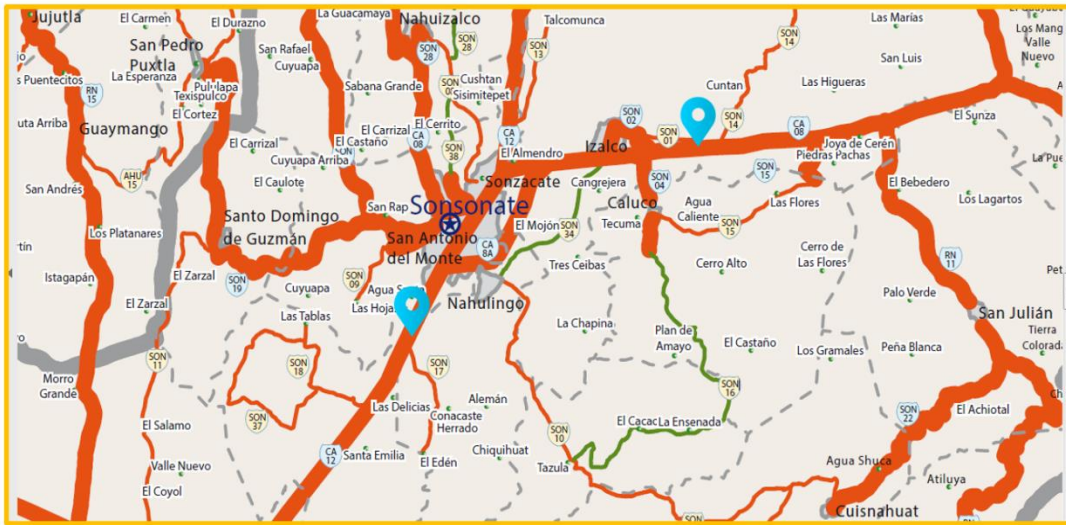


Ilustración 163. Ubicación de valla publicitaria hacia la Ruta de las Flores.

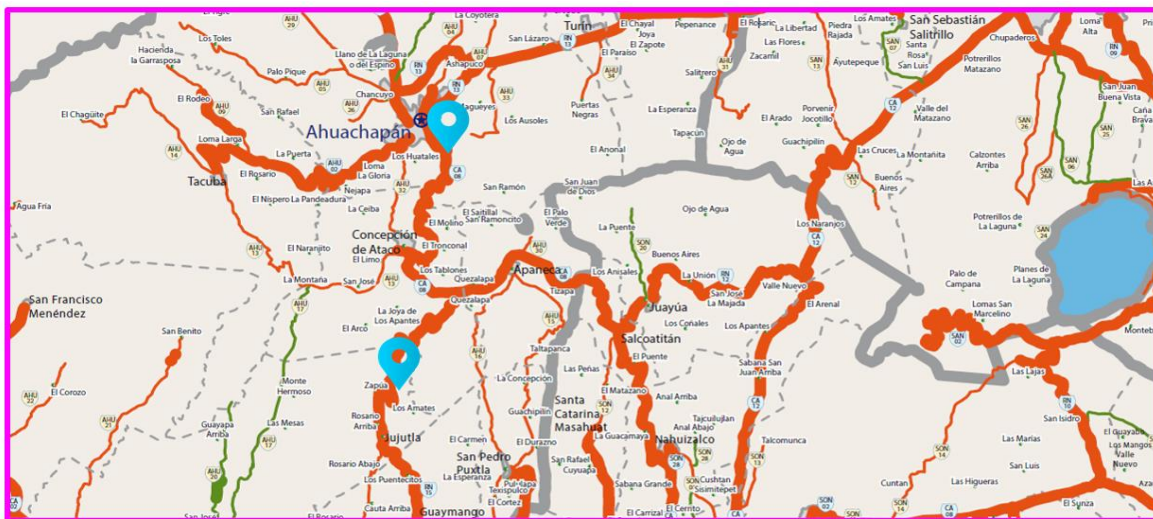


Ilustración 165. Ubicación de valla publicitaria carretera a la microregion.

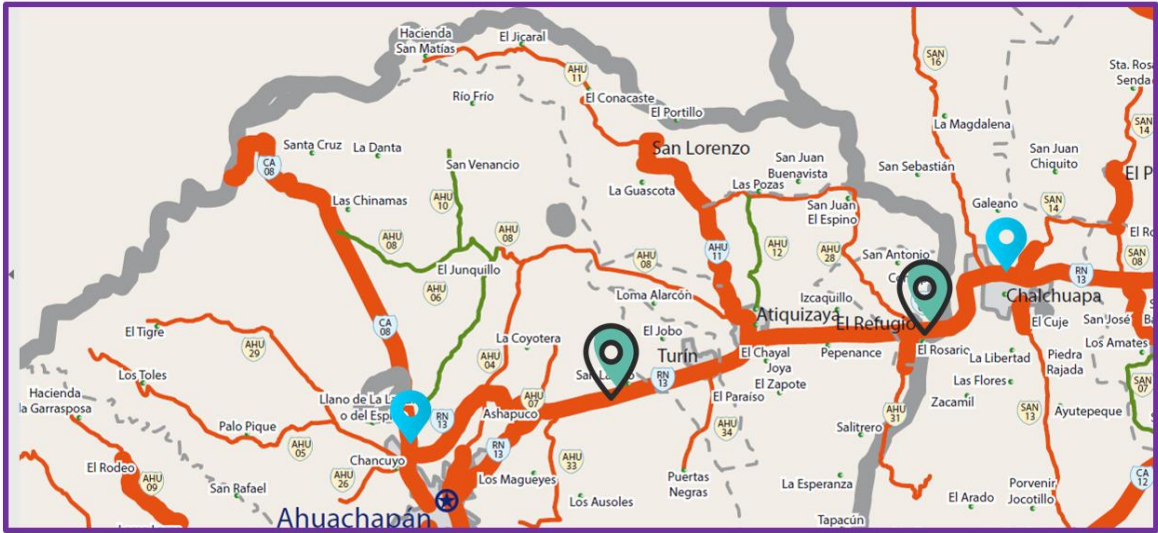


Ilustración 166. _Ubicación de vallas de Bienvenida.



Valla de Bienvenida



Valla Publicitaria.

PUBLICACIONES EN PERIODICOS.

Uno de los medios utilizados por algunos destinos turísticos son publicaciones en periódicos de circulación en el país, actualmente aún existe un determinado grupo de personas que se informan por este medio, y se utilizarían publicaciones llamativas y que informen al público de lo que existe en la microrregión. Dicha publicidad tiene que ser publicada una semana antes a las siguientes fechas festivas: Vacaciones de semana Santa, Vacaciones Agostinas y Vacaciones de Fin de año. La cantidad de anuncios a necesitar por cada temporada será de 3. A continuación, se muestran las propuestas para los primeros anuncios en periódicos, posterior a esos la microrregión debe diseñar y actualizar nuevos anuncios.

Promoviendo nuevos destinos turísticos y nuevas experiencias...

Ruta agro turística

Ruta de aventura y ecoturismo

Ruta cultural

Ahuachapán Norte
emociones
todo
el año

Vení, recorre, disfruta, compartí, saborea...

Solo aquí en Ahuachapán Norte...

Turismo Ahuachapán Norte.
Pagina web.

PRODUCTOS TURÍSTICOS. RESTAURANTES. VISITAS HISTÓRICAS.

Ahuachapán
Norte

1.3. PROYECTO DE IMAGEN DEL PERSONAL Y PRODUCTOS PUBLICITARIOS.

INTRODUCCION

Existen diversos medios para darse a conocer a los turistas, en los últimos años se utilizan diversos objetos o cosas con su capacidad de llegar a las personas para vender publicidad, difundir y posicionar marcas, esperando que tengan influencia sobre los segmentos de mercado a los que van dirigidos.

Este tipo de productos no solo se puede encontrar en los puntos de venta, también se puede obtener en sorteos, y concursos en espacios destinados para la promoción de un producto o servicio.

Este tipo de productos desde el punto de vista de marketing para las empresas esta la garantía de la exposición de la marca, porque el usuario siempre cargará consigo a la marca, compartiéndola con sus amigos y familiares. Representa un sustancial ahorro en publicidad para los desarrolladores, porque es más barato, más simple para llegar al usuario y puede perdurar por mucho tiempo.

Otro recurso importante en el marketing, es la imagen del personal, el diseño de un uniforme para los empleados involucrados en el servicio a los turistas, ayuda a que el turista los identifique y conozca la marca de la microrregión.

OBJETIVO GENERAL

Establecer y diseñar las propuestas de publicidad para la microrregión, en materiales P.O.P y la imagen del personal, con el propósito de llamar la atención del mercado de consumo potencial y actual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar una propuesta de diseño para imagen del personal utilizando la marca turística propuesta.
- Definir los productos publicitarios a incorporar para la divulgación de la marca turística.

ACTIVIDADES

Las actividades que comprende el proyecto de imagen del personal y productos publicitarios se muestran a continuación:

Tabla 218. Actividades que contempla el proyecto de imagen del personal y productos publicitarios.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Definir el diseño de la imagen del personal.	Comité de promoción y marketing.
Definir los productos publicitarios y el diseño de estos.	Comité de promoción y marketing.
Búsqueda y selección de empresa para realizar el diseño de la imagen del personal.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Realizar contrato con empresa.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Entrega de camisas por la empresa.	Empresa encargada.
Búsqueda y selección de empresas sublimadoras.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Realizar contrato con empresa.	Adquisiciones y Contrataciones de alcaldías.
Entrega de productos promocionales por empresas.	Empresa encargada.
Continuar realizando productos promocionales y modernizándolos.	Comité de promoción y marketing

1.3.1. PROPUESTA DE DISEÑO PARA IMAGEN DEL PERSONAL.

Para que el turista reconozca el personal de la Microrregión Ahuachapán Norte es esencial, que estos porten un distintivo, y que a la vez ayude a promover a la microrregión como destino. Por ello para la imagen del personal se propone una camisa blanca estilo polo, con el logo propuesto y el cuello y mangas de color café, y dos franjas café, este modelo de camisa podría ser utilizado por miembros administrativos y de los guías turísticos, también puede ser llevado en capacitaciones o eventos de campañas promocionales donde se requiera de una imagen con mejor presentación para impulsar a la microrregión. Además, en la parte trasera llevara el puesto del personal.

El material propuesto sería el algodón, y el color de la camiseta sería el blanco para resaltar el logo propuesto.



1.3.1. PROPUESTA DE PRODUCTOS PUBLICITARIOS.

La promoción de la Microrregión, se realizará por medios artículos promocionales de la microrregión, la cual se les regalara a algunos turistas que visiten los municipios de la microrregión y se venderán en los puntos de información.

Los artículos promocionales que sean de forma gratuita se darán en las Oficinas de Turismo y puntos de información, y para que el turista los obtenga se realizaran sorteos, dinámica, concurso o juego de azar.

Los productos publicitarios y su diseño se enlistan a continuación:

Tabla 219. Productos publicitarios.

LLAVEROS	TAZAS
	
SPIGEN STYLE RING	AGENDAS
	
BOTELLAS	PORTA CARNET
	

1.4. REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.

A continuación, se muestran los requerimientos del programa por proyecto, las cantidades son aproximadas y están acorde a las unidades establecidas encada medio, los productos publicitarios son cantidades sugeridas de introducción, posteriormente podrán ser modificadas por la microrregión.

Con respecto a la cantidad de camisas tipo polo, se hace una estimación aproximada en base al programa de organización.

PROYECTO DE MARCA TURISTICA:

Tabla 220. Requerimientos del programa de marketing y publicidad.

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL(\$)	RESPONSABLE.
Marca turística.	1	120.00	120.00	Organización de la microrregión.
Personal para el proceso.	1	\$10/día.	\$100.00	
TOTAL			120.00	

PROYECTO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL(\$)	RESPONSABLE.
Fanpage	1			Organización de la microrregión.
Vallas publicitarias.	20	200.00	2,000.00	
Anuncios en periódicos.	9	50.00	450.00	
TOTAL			2450.00	

PROYECTO DE IMAGEN DEL PERSONAL Y PRODUCTOS PUBLICITARIOS.

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL(\$)	RESPONSABLE.
Camisa tipo polo	35	11.00	385.00	Organización de la microrregión.
Llaveros	50	1.50	75.00	
Tazas	25	2.50	62.50	
Spigen style ring	50	1.00	50.00	
Porta Carnet	50	1.50	75.00	
Botella	10	7.50	75.00	
Agenda	10	7.00	70.00	
TOTAL			792.5	



VII. INTEGRACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURÍSTICA.

VII. INTEGRACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURÍSTICA.

1. PROGRAMA DE ORGANIZACIÓN Y GESTION TURISTICA

INTRODUCCIÓN

Para llevar a cabo planes es necesario organizar los recursos. Organizar es el proceso de utilizar cualquier conjunto de recursos en una estructura que facilite la realización de planes. Tiene como resultado el ordenamiento de las partes de un todo.

La organización es muy importante para coordinar todas las actividades encadenadas para lograr el desarrollo turístico de la microrregión Ahuachapán Norte, esta se propondrá a partir de la organización ya existente con la que cuenta la microrregión, y tomando en cuenta la organización turística interna de cada municipio.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una organización turística para la elaboración, gestión e implementación de proyectos que contribuyan al desarrollo turístico de la microrregión de Ahuachapán Norte.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar la organización turística para la microrregión, que contribuya al desarrollo e implementación de los proyectos propuestos en el plan de desarrollo turístico.
- Realizar un proyecto de gestión turística que permita controlar por medio de indicadores el cumplimiento de los objetivos estratégicos del plan, por cada programa planteado.

ESTRATEGIAS

- Formar una organización turística que promueva el desarrollo turístico en la microrregión de Ahuachapán Norte.
- Establecer indicadores para el control del que hacer turístico.

PROYECTOS

- Organización turística.
- Gestión turística

1.1. PROYECTO DE ORGANIZACIÓN TURÍSTICA MICRORREGIONAL

INTRODUCCIÓN

La organización consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, funciones y responsabilidades; el propósito de la organización es simplificar el trabajo, coordinar y optimizar funciones y recursos.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una organización turística en para la microrregión Ahuachapán Norte que permita llevar a cabo la implantación del plan de desarrollo turístico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir los factores para el funcionamiento integral de la organización turística de la microrregión.
- Elaborar una manual de organización turística en la cual se definan las funciones de cada comité de trabajo.

ACTIVIDADES

A continuación, se presentan las actividades para llevar a cabo el proyecto de organización turística.

Tabla 221. Actividades para el desarrollo del programa de organización turística.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Gestionar la contratación de personal para los distintos comités.	Todos los comités
Gestionar los recursos necesarios de mobiliario y equipo para la oficina central.	Director de unidad de turismo.
Evaluar por medio de los factores propuestos la micro localización de la oficina de la microrregión.	Director de unidad de turismo.
Gestionar la adquisición de un espacio para la construcción o alquiler para la oficina de la microrregión.	Director de unidad de turismo.
Gestionar la realización de los manuales de funciones y de puestos para el personal de la organización de la microrregión.	Director de unidad de turismo.
Gestionar la inclusión de los empresarios y comunidad, a los comités de desarrollo turísticos municipales para participar de lo a las reuniones microrregionales propuestas por la junta directiva, para fomentar la participación de la empresa privada.	Junta directiva.

1.1.1. RETROALIMENTACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Solo en tres municipios de los cuatro de la microrregión se han realizado la conformación de los Comités de desarrollo turístico (CDT) conformados por miembros de la alcaldía y miembros de comunidad de los municipios de San Lorenzo, Atiquizaya y El Refugio. Turín no posee comité de desarrollo turístico, sin embargo, la alcaldía le está apostando al crecimiento turístico del municipio.

1.1.2. ORGANIZACIÓN GENERAL DE LA MICRORREGIÓN

Nombre: Microrregión Ahuachapán Norte

La microrregión de Ahuachapán norte, está organizada por medio de una asamblea y una junta directiva. La junta directiva está compuesta por un presidente, vicepresidente, tesorero,

secretario y vocales. Los miembros elegidos para estos cargos son los alcaldes o representantes de las alcaldías.

También existe un gerente general, el cual es el encargado de representar a la microrregión, realizar memorias de labores y administrar los recursos de esta.

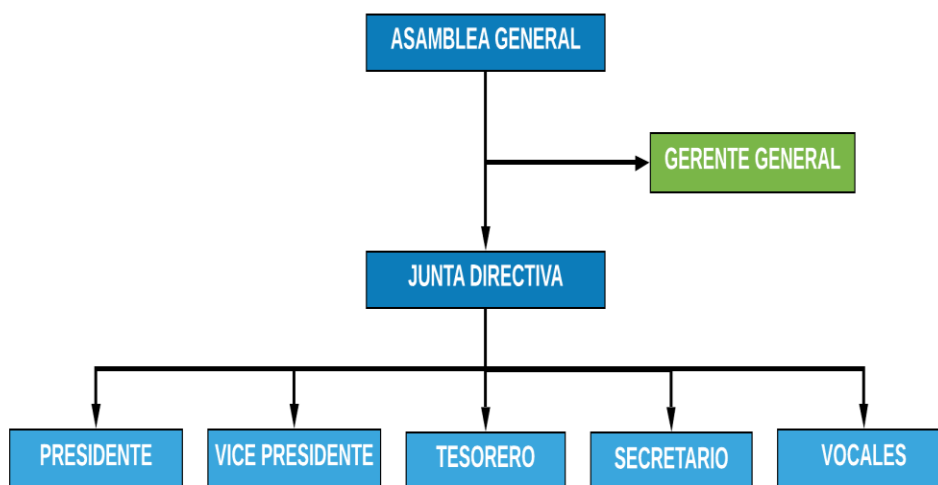


Ilustración 167: Organigrama actual de la microrregión Ahuachapán Norte

Ahora bien, de la junta directiva se propone derivar unidades encargadas de dirigir los ejes principales que contribuyan al desarrollo de la microrregión no solo en materia turística, sino que también en el ámbito social, económico, etc.

Por lo que una estructura organizativa propuesta sería la de la **organización funcional** que se basa en agrupar las funciones de acuerdo a las tareas básicas que se desempeñan en la organización, este tipo de organización trae algunas ventajas como, una mayor especialización y una alta eficiencia de cada persona dentro del departamento o unidad.

1.1.3. PROPUESTA PARA LA ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DE LA MICRORREGIÓN

Nombre turístico comercial: Turismo Ahuachapán Norte

Para la gestión del plan de desarrollo turístico es necesario una organización que trate los temas respectivos, como se planteaba anteriormente, a partir de la organización de la microrregión se derivan las unidades de desarrollo, y específicamente la unidad de desarrollo turístico que será la de interés a desarrollar. A continuación, se muestra el organigrama propuesto para la organización turística de la microrregión Ahuachapán Norte:

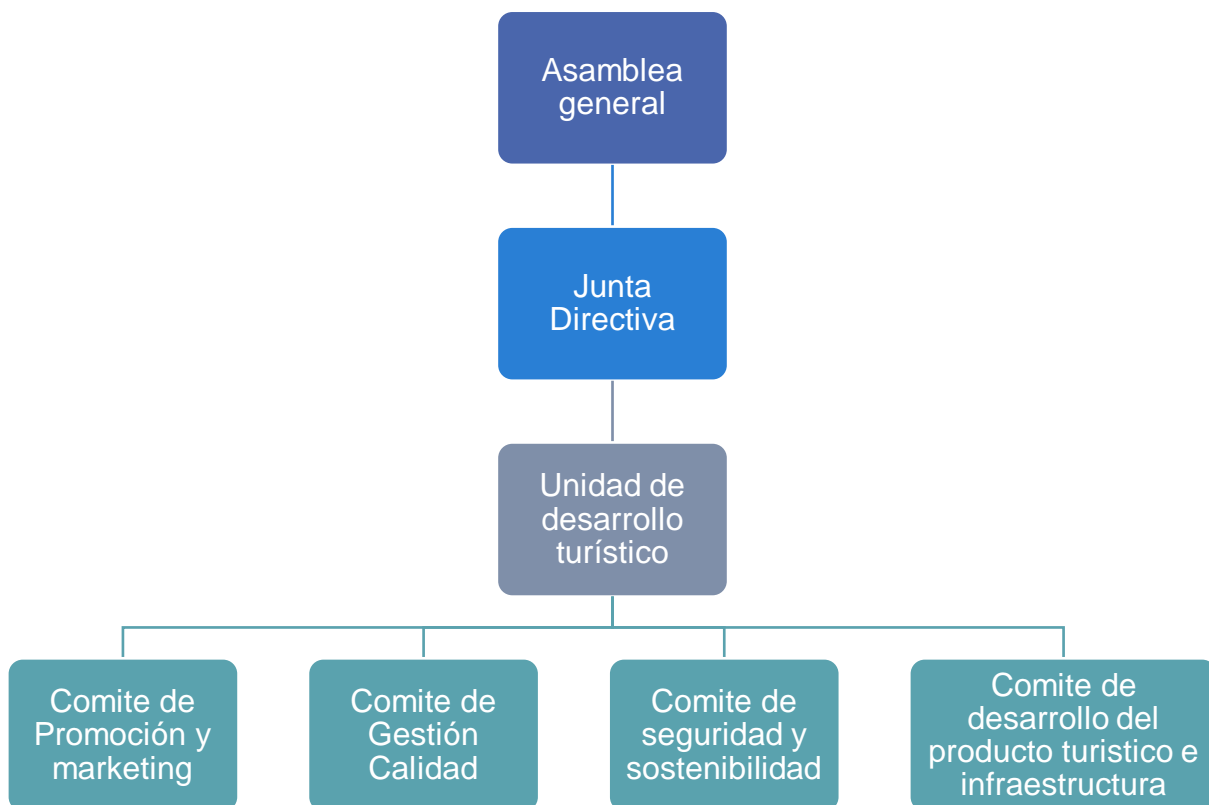


Ilustración 168: Organigrama de turismo Ahuachapán Norte

FUNCIONES GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN

○ **Asamblea general**

Es la autoridad máxima de la microrregión. Estará compuesta por los 4 alcaldes de los municipios que la conforman. Se encargará de la toma de decisiones necesarias para el desarrollo de toda clase de actividades de la microrregión.

○ **Junta directiva**

Deberá llevar a cabo el levantamiento de las actas de las juntas, con el fin de mantener un registro de las resoluciones tomadas por la Asamblea General, además será la responsable de convocar a la Asamblea General para presentar los proyectos propuestos de cualquier comité de las distintas unidades de desarrollo. Estará conformada por un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y dos vocales, que pueden ser miembros de los de las alcaldías, representantes de la comunidad (escuelas, iglesias, sector salud, etc.) y empresarios privados.

○ **Unidad de desarrollo turístico**

Sera la unidad encargada de implementar el plan de desarrollo turístico, por medio de los proyectos propuestos que este contenga, además de formular nuevos proyectos con actividades encaminadas a lograr el desarrollo turístico de la microrregión, estará compuesta

por personas de los cuatro municipios de la microrregión y que este dentro de los comités de turismo de las respectivas alcaldías.

- **Comité de promoción y marketing**

Será el comité encargado de implementar los proyectos dentro del programa de promoción y marketing, con el fin de dar a conocer los destinos turísticos de la microrregión en diferentes medios de comunicación y con una marca turística definida, además será encargado del desarrollo de nuevas estrategias de marketing y el desarrollo de cualquier actividad publicitaria, estará a cargo de las oficinas de información turística.

- **Comité de gestión calidad**

Este comité será el encargado de velar porque los servicios que se presten sean de calidad, desde la obtención del producto turístico, hasta, los procesos a desarrollar dentro de la organización, serán los encargados de llevar los controles de calidad de los procesos además de la medición por medio de indicadores de gestión, para determinar mejoras en los procesos. Además, se encargará de dar las capacitaciones correspondientes al personal de la unidad de turismo de la microrregión. Relativo a la sostenibilidad será el encargado de aplicar las BPT en los aspectos que esto contiene.

- **Comité de seguridad y sostenibilidad**

Este comité estará encargado de gestionar la seguridad para los turistas, además implementara los proyectos relativos a este, tendrá comunicación estrecha con la policía de turismo para gestionar los servicios de seguridad y promover que los turistas cumplan las normativas de seguridad.

- **Comité de desarrollo del producto turístico e infraestructura**

Este comité será el encargado de la implementación del programa de desarrollo del producto turístico, quiere decir que tendrá contacto con la administración de toda la oferta turística de la microrregión tanto pública como privada, gestionara los paquetes turísticos y deberá estar en contacto con el comité de promoción y marketing para el lanzamiento de los productos turísticos de la microrregión. También se encargará del desarrollo de nuevos productos turísticos y dar apoyo a la oferta potencial, etc.

Cabe destacar que en la organizar pueden surgir aspectos no relacionados con el turismo, pero enfocados en el desarrollo de la microrregión, estos pueden tratarse en unidades de desarrollo social y económico, que estarían en el mismo nivel jerárquico que la unidad de turismo y sus funciones tratarían lo siguiente:

- **Unidad de desarrollo social**

Se encargará de desarrollar e implementar programas con el fin de llevar cualquier beneficio social, en aspectos como la salud de la población, la educación, seguridad, etc.

○ Unidad de desarrollo económico

Se encargará de desarrollar proyectos que busquen el desarrollo económico de la microrregión en aspectos ajenos al turismo, por ejemplo, inversión de la empresa privada en comercios, agricultura, etc.

1.1.4. POLÍTICAS PARA EL FUNCIONAMIENTO INTEGRAL DE LA ORGANIZACIÓN

Para asegurar que la propuesta de organización turística de la microrregión se cumpla y sea viable dentro del horizonte de tiempo requerido por el plan de desarrollo, cada uno de los miembros tendrá que velar por:

- **Tener voluntad para llevar a cabo el plan:** debe haber cooperación entre los cuatro municipios.
- **Visión de grupo:** al integrarse los recursos humanos, financieros, económicos, etc. se tiene mayor capacidad de funcionamiento que cualquiera por separado, por lo que se debe respetar las opiniones de cada representante de municipio y de cada persona de la comunidad y empresa privada.
- **Desinterés político:** se deben dejar de lado los intereses de cada partido político, pues dentro de la microrregión existe más de un partido político en la administración pública respectiva, se debe tomar en cuenta que el plan contempla el desarrollo de los 4 municipios.
- **Poner en práctica el Benchmarking:** con el fin de mejorar los procesos internos, se propone identificar las fortalezas de otras microrregiones o rutas turísticas, desarrollarlas e implementarlas.
- **Búsqueda de oportunidades:** se debe velar por la búsqueda de recursos financieros, materiales y humanos de manera integral por los 4 municipios y se debe buscar el beneficio para todos.

1.1.5. MANUAL DE ORGANIZACIÓN PARA TURISMO AHUACHAPÁN NORTE

MANUAL DE ORGANIZACIÓN
UNIDAD DE DESARROLLO TURISTICO
AHUACHAPÁN NORTE



Ahuachapán
Norte

INTRODUCCIÓN

El presente manual de organización representa en forma completa la estructura de la organización de la unidad de turismo de la microrregión Ahuachapán Norte.

El presente contiene los objetivos del manual, la propuesta estratégica, la estructura organizativa dividida en niveles de autoridad y responsabilidad junto con el organigrama respectivo, y la descripción de cada uno de los elementos de este.

La finalidad del manual es contribuir en la gestión administrativa de la unidad de desarrollo turismo de la microrregión para lograr los objetivos estratégicos de este, también para que todo el personal que conforma la organización tenga bien definidas las funciones que su puesto requiere, etc.

OBJETIVOS

- Describir la estructura organizativa de la unidad de turismo de la organización de la Microrregión Ahuachapán Norte.
- Presentar el objetivo, funciones y relaciones de coordinación de los diferentes elementos de organización de acuerdo a su nivel.
- Determinar el grado de contribución del funcionamiento de cada dependencia.
- Establecer objetivos, niveles de autoridad, así como las funciones y relaciones de cada una de las unidades organizativas del Ministerio de Turismo.
- Servir como guía e instrumento de consulta de todos los interesados.

PROPUESTA ESTRATEGICA

MISION

La microrregión Ahuachapán Norte ofrece productos y servicios turísticos culturales, naturales y de aventura para turistas nacionales e internacionales, en un entorno en vías de modernización, teniendo en cuenta la sostenibilidad y el interés por el desarrollo de la comunidad.

VISION

Ser una organización que promueva el desarrollo turístico de la Microrregión Ahuachapán Norte para que esta sea reconocida a nivel nacional como una región competitiva que se caracterice por la buena gestión en seguridad, calidad, que promueven la sostenibilidad y genere un impacto positivo a la comunidad.

OBJETIVO ESTRATEGICO GENERAL

Lograr el desarrollo turístico sostenible de la microrregión Ahuachapán Norte, por medio de programas que permitan ofrecer productos turísticos competitivos a nivel nacional, de calidad, que faciliten los procesos del sistema turístico, promoviendo un turismo responsable y sostenible.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

- **Nivel estratégico**

Ejerce las atribuciones como la toma de decisiones para encaminar el desarrollo turístico de la microrregión, está conformado por los alcaldes de los cuatro municipios, formando así la asamblea general, bajo este la junta directiva como apoyo a la asamblea. Corresponde a la planeación que se orienta a lograr los objetivos de la organización.

Ejerce las atribuciones programadas por la asamblea general. Está compuesta por personal de las alcaldías de los 4 municipios, representantes de la comunidad y empresarios. Dirige los niveles operativos para emplear los recursos asignados a cada unidad de desarrollo de la forma más efectiva posible para alcanzar los objetivos esperados.

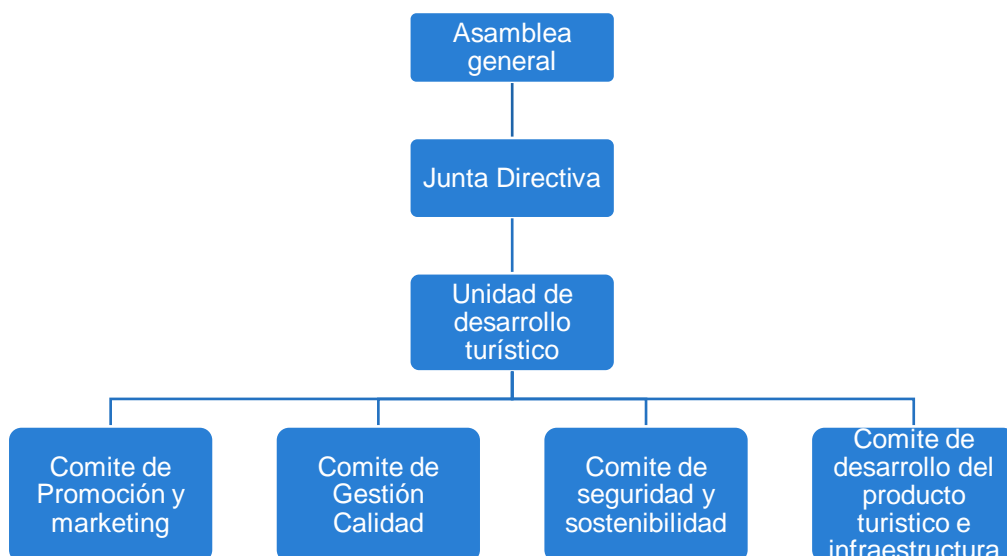
- **Nivel táctico**

Ejerce la comunicación entre el nivel estratégico y operativo, está compuesto por el director de la unidad de turismo, será el encargado de la supervisión en la implementación de los programas y comunicará al nivel estratégico nuevos proyectos, necesidad de recursos ya sean financieros, humanos o materiales, entre otros.

- **Nivel operativo**

Ejerce las actividades puntuales asignadas en cada unidad, específicamente la unidad de turismo, dirigirá a cada comité en la microrregión según las funciones, designará las actividades a cumplir planteadas en los programas correspondientes.

ORGANIGRAMA



FUNCIONES

NIVEL ESTRATEGICO

ASAMBLEA GENERAL

Bajo el mando de: Ninguno.

A cargo de: Junta Directiva

Representantes: Alcaldes de la microrregión.

● **Objetivo**

Tomar decisiones por medio de análisis de propuestas encaminadas al desarrollo de la microrregión y cumplimiento de objetivos estratégicos.

● **Funciones principales**

1. Analizar la situación de la sociedad
2. Elegir a la junta directiva y encargados de las unidades de desarrollo.
3. Elegir a los encargados de los comités de las unidades de desarrollo.
4. Analizar y llevar a cabo control de los recursos financieros de la microrregión.
5. Aprobación de la normativa interna.
6. Tomar decisiones estratégicas tanto económicas, financieras y operativas.
7. Velar por el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

JUNTA DIRECTIVA

Bajo el mando de: Asamblea General

A cargo de: Unidades de desarrollo

Representantes: Presidente, Vicepresidente, Tesorero, Secretario, Vocales. (Estos serán elegidos entre los miembros de los 4 consejos municipales de la microrregión, representantes de la comunidad y empresarios).

● **Objetivo**

Comunicar las decisiones tomadas por la asamblea general a las unidades de desarrollo y las decisiones propuestas por estas a la asamblea, además de servir como apoyo administrativo a la organización.

● **Funciones principales**

1. Establecer convenios con instituciones públicas para el apoyo financiero, económico y social a la microrregión.
2. Ejecutar acuerdos de asamblea general
3. Formular el plan anual de trabajo con su respectivo presupuesto, y comunicar a la Asamblea General para su aprobación

4. Comunicar la formulación de programas anuales de las unidades de desarrollo a la asamblea general para su aprobación o rechazo.
5. Diseñar mecanismos que promuevan el cumplimiento de la normativa de la organización

NIVEL TACTICO

UNIDAD DE DESARROLLO TURISTICO

Bajo el mando de: Junta Directiva

A cargo de: Comités de desarrollo turístico.

Representante: Director de unidad de desarrollo turístico.

- **Objetivo**

Administrar los comités de turismo funcionales, dando apoyo en la en la implantación de los programas del plan y la formulación de nuevos proyectos para el desarrollo turístico.

- **Funciones principales**

1. Participar en la formulación de los planes y proyectos que presenten los comités de turismo funcionales.
2. Controlar el avance de la implementación de los programas respectivos del plan de desarrollo.
3. Fomentar la comunicación entre los comités de turismo.
4. Presentar informes de cumplimiento a la junta directiva.
5. Desarrollar nuevas propuestas por medio benchmarking de otras microrregiones o rutas turísticas.
6. Presentar evaluaciones de desempeño a la junta directiva.

NIVEL OPERATIVO

COMITÉ DE PROMOCION Y MARKETING

Bajo el mando de: Unidad de desarrollo turístico

A cargo de: Personal operativo de promoción y marketing.

Representante: Encargado de comité de promoción y marketing, cuatro encargados de los centros de información.

● **Objetivo**

Incrementar la afluencia turística a la microrregión por medio de la implementación de estrategias de marketing y promoción de los productos turísticos ofertados por la microrregión en las diferentes oficinas, centros y medios de información.

● **Funciones principales**

1. Establecer relaciones estratégicas con empresarios de la oferta turística privada y administradores de la oferta turística pública.
2. Desarrollar la marca turística de la microrregión.
3. Establecer relaciones estratégicas para la distribución del servicio turístico a ofertar.
4. Fomentar los proyectos turísticos para la publicidad en distintos de comunicación.
5. Desarrollo de productos promocionales para fomentar la adquisición de paquetes turísticos de las rutas ofertadas.
6. Supervisar el trabajo en los centros de información turística.
7. Asegurar los recursos necesarios (materiales, financieros, humanos) para el cumplimiento de los programas respectivos.

COMITÉ DE GESTION DE CALIDAD

Bajo el mando de: Unidad de desarrollo turístico

A cargo de: Personal operativo gestión de calidad.

Representante: Encargado de comité de gestión de calidad, auxiliar de gestión de calidad.

● **Objetivo**

Promover el cumplimiento de los procesos para ofrecer servicios turísticos de calidad, no solo con el producto turístico, sino también en los procesos internos de la organización.

● **Funciones principales**

1. Realizar evaluaciones de desempeño de los procesos internos y externos para verificar el cumplimiento de estos, por medio de indicadores.
2. Presentar el informe de desempeño a los encargados de los comités, jefes de unidades, junta directiva y asamblea general, analizarlos y tomar acciones correctivas o implementar mejora continua.
3. Asegurar los recursos necesarios (materiales, financieros, humanos) dentro del comité para el cumplimiento de los programas respectivos.
4. Gestionar tramites de legalización con las autoridades correspondiente.
5. Verificar el cumplimiento de los procesos por medio de auditorías.
6. Documentar los procesos para la prestación de servicios en los comités.
7. Gestionar capacitaciones para el personal de la organización.
8. Realizar análisis de opiniones de los turistas como un tratamiento de quejas y sugerencias para mejorar la calidad del servicio.

COMITÉ DE SEGURIDAD Y SOSTENIBILIDAD

Bajo el mando de: Unidad de desarrollo turístico

A cargo de: Personal operativo seguridad y sostenibilidad.

Representante: Encargado de seguridad y sostenibilidad.

● **Objetivo**

Gestionar los recursos necesarios para garantizar la seguridad del turista, además implementar actividades de sostenibilidad ambiental, cultural, económica para conservar los recursos y asegurar su eficiencia.

● **Funciones principales**

1. Establecer relaciones con la policía de turismo, seguridad municipal, o entidades de seguridad privada, para garantizar la seguridad del turista en temporada turística y en actividades especiales.
2. Desarrollar actividades para la preservación de los recursos naturales de la oferta turística de la microrregión.
3. Desarrollar actividades para generar impactos en la preservación del recurso cultural de la microrregión.
4. Fomentar proyectos de limpieza y preservación de la infraestructura pública.

COMITÉ DE DESARROLLO DEL PRODUCTO TURISTICO Y DE INFRAESTRUCTURA

Bajo el mando de: Unidad de desarrollo turístico.

A cargo de: Personal operativo desarrollo turístico.

Representante: Encargado de desarrollo de producto turístico, guías turísticos.

● **Objetivo**

Velar por el cumplimiento de los servicios ofrecidos por las entidades públicas y privadas que ofrecen un producto turístico dentro de las rutas propuestas por en el programa de desarrollo de producto turístico.

● **Funciones principales**

1. Fomentar las relaciones estratégicas con las entidades que ofrecen los productos turísticos.
2. Gestionar mejoras en la infraestructura de la microrregión.
3. Velar por el cumplimiento de los procedimientos en la prestación de servicios.
4. Desarrollar planes y actividades para ofrecer nuevos productos turísticos.
5. Fomentar proyectos de limpieza y preservación de la infraestructura pública.
6. Verificar el buen estado de las instalaciones para atender en condiciones óptimas al turista.
7. Organizar el personal operativo de apoyo como guías turísticos y asignar a las diferentes rutas según la demanda turística en una determinada temporada.

ASPECTOS LEGALES DE LA ORGANIZACIÓN

Para asegurar el cumplimiento del plan cabe recalcar que la microrregión ya está constituida legalmente como la Asociación de Municipios de la Micro Región Norte del Departamento de Ahuachapán, la cual cuenta con un presidente que es la actual alcaldesa del municipio de Atiquizaya.

Beneficios de estar legalizados como asociación de municipios:

- Al ejercer una actividad económica similar, conexas o complementaria, unen esfuerzos con ánimo de colaboración para la gestión de un interés común, en este caso el desarrollo de la microrregión.
- Pueden mantener recursos comunes para sufragar los gastos generados por la alianza.
- Se tiene acceso a mejores oportunidades de financiamiento y proyectos de ayuda por medio de ONG o programas gubernamentales.
- Posibilidad de acceder a créditos en instituciones financieras.

Para asegurar el cumplimiento de los procesos, las alcaldías deberán normar en una reunión consensada las **ordenanzas municipales** que sean necesarias ya sean transitorias o reguladoras.

Legalmente la microrregión ya está constituida como la Asociación de Municipios de la Micro Región Norte del Departamento de Ahuachapán, la cual fue constituida en el año 2003 por los 4 municipios pertenecientes a esta, Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio.

La asociación de municipios está amparada bajo:

- La Constitución de la República de El Salvador (1983), Sección II, artículos 202 al 207, sobre “Las Municipalidades”, establece que los municipios para enfrentar y resolver el reto del mejoramiento, defensa y proyección de intereses propios pueden hacerlo en forma asociada, y que cuando sus condiciones y circunstancias económicas, sociales, ambientales, culturales, etc., lo demanden, pueden integrarse o asociarse por medio de los entes que legalmente tienen la facultad de crear. La Constitución prevé también la existencia de entes municipales que, por la magnitud e importancia de ciertos fines u objetivos, enfrentan retos que superan sus capacidades e intereses, en sus **aspectos económicos, administrativos y técnicos**, y por ello les permite asociarse y crear organismos con dichos fines.
- El Código Municipal en sus artículos 11 y 12 establece que los municipios podrán asociarse para **mejorar, defender o proyectar sus intereses**. Manifiesta, además, que solos o asociados con otros municipios podrán crear entidades descentralizadas y añade que **gozarán de personalidad jurídica**.

La Constitución de la República, así como el Código Municipal disponen y regulan la “asociatividad municipal”, desarrollando los principios rectores en que deben inscribirse las iniciativas de asocio que se produzcan entre los municipios del país.

Asimismo, la asociatividad está reconocida en las siguientes leyes secundarias:

- a) Código Municipal
- b) Ley de Ordenamiento y Desarrollo Territorial (LODT)

- c) Ley de Creación del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios (FODES)
- d) Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP)
- e) Ley de la Carrera Administrativa Municipal (LCAM)

Recaudación de fondos

Dado que las asociaciones de municipios obedecen a la Código Municipal, para la recaudación de fondos estas tendrán permitido lo siguiente:

Art. 86.- El municipio tendrá un tesorero, a cuyo cargo estará la recaudación y custodia de los fondos municipales y la ejecución de los pagos respectivos.

[Para la microrregión, dentro de la junta directiva habrá un tesorero, que estará encargado de la recaudación de los ingresos a percibir.]

Art. 87.- Los ingresos municipales de toda naturaleza se centralizarán en el fondo general del municipio.

[Los ingresos, llegaran al fondo general de la microrregión].

Art. 88.- De todo ingreso que perciba el municipio se extenderá comprobante en los formularios que para tal objeto tenga autorizados por la Corte de Cuentas de la República.

[Para el registro de todos los ingresos que la microrregión perciba].

Art. 89.- **Los municipios podrán contratar o convenir la recaudación de sus ingresos con otros municipios**, con el órgano ejecutivo del estado, instituciones autónomas, bancos y empresas nacionales, mixtas y privadas de reconocida solvencia, siempre y cuando ello asegure la recaudación más eficaz y a menor costo. **En estos acuerdos se señalarán los sistemas de recaudación, porcentajes de comisión, forma y oportunidad en que los municipios reciban el monto de lo recaudado** y todo lo demás que fuere necesario.

Según el artículo anterior, los 4 municipios de la microrregión, podrán unirse para percibir ingresos y en acuerdo mutuo elegirán los sistemas de recaudación, porcentajes de comisión, esto para la división de los ingresos.

Registro contable

El mismo código municipal, menciona en los artículos 103, 104, 105, 106 y 107 la forma en que será llevada la contabilidad para efecto del registro de ingresos y egresos, activos y pasivos adquiridos por la microrregión como asociación.

Art. 103.- El municipio está obligado a llevar sus registros contables de conformidad al sistema de contabilidad gubernamental, el cual está constituido por el conjunto de principios, normas y procedimientos técnicos para recopilar, registrar, procesar y controlar en forma sistemática toda la información referente a las transacciones realizadas.

También se menciona , de conformidad en la Ley Orgánica de Administración Financiera del Estado, establecido en el artículo 2, las Asociaciones de Municipios por ser entidades que se

costean con fondos públicos, deben implementar el Sistema Informático de Contabilidad Gubernamental (SICGE), para controlar, organizar y registrar sus transacciones y generar información para la toma de decisiones.

Beneficios de estar legalizados como asociación de municipios:

- Al ejercer una actividad económica similar, conexas o complementaria, unen esfuerzos con ánimo de colaboración para la gestión de un interés común, en este caso el desarrollo de la microrregión.
- Pueden mantener recursos comunes para sufragar los gastos generados por la alianza.
- Se tiene acceso a mejores oportunidades de financiamiento y proyectos de ayuda por medio de ONG o programas gubernamentales.
- Posibilidad de acceder a créditos en instituciones financieras.

Para asegurar el cumplimiento de los procesos, las alcaldías deberán normar en una reunión consensada las **ordenanzas municipales** que sean necesarias ya sean transitorias o reguladoras, para la recaudación de impuestos.

6.1.5. REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

REQUERIMIENTOS DEL RECURSO HUMANO

Tabla 222: Requerimientos de recurso humano para la organización

Estructura organizativa	Personal	Salario estimado
Asamblea general	- 4 alcaldes	Ad honoren
Junta directiva	- Presidente - Vicepresidente - Tesorero - Secretario - 4 Vocales Miembros de los consejos municipales de los municipios y los 4 vocales serán representantes del comité de desarrollo turístico de la microrregión (2 Empresarios y 2 de la comunidad).	Ad honoren
Unidad de desarrollo turístico	- Director de unidad turística.	\$500
Comité de gestión de calidad	- Encargado de comité	\$400
	- Auxiliar de gestión (subcontratado)	\$10/día laboral
	- Miembros de comités de desarrollo turístico.	Ad honoren
Comité de seguridad y sostenibilidad	- Encargado de comité	\$400
	- Miembros de comités de desarrollo turístico.	Ad honoren
Comité de promoción y marketing	- Encargado de comité	\$400
	- 4 encargados de centros de información.	\$300 c/u
	- Diseñador gráfico (subcontratado)	\$15/día.
	- Miembros de comités de desarrollo turístico.	Ad honoren
Comité de desarrollo del producto turístico	- Encargado de comité	\$400
	- 15 Guías turísticos subcontratados para temporada de alta demanda o fines de semana.	\$10/día laboral
	- Miembros de comités de desarrollo turístico.	Ad honoren

Tabla 223: determinación de la cantidad de guías turísticos necesarios en temporada alta.

Dato	N°
Demanda en temporada alta en mes de Marzo – Abril en promedio	53580
% de personas que viajan en fin de semana	75%
Cantidad de personas que viajan en fin de semana aprox.	40185
Personas que viajan por fin de semana	10,045
Tamaño del grupo turístico	20
Cantidad de grupos turísticos	400
Cantidad de grupos por día de fin de semana (sábado/ domingo)	200
Cantidad de grupos que prefiere un guía turístico (31%) por día	62
Grupos por ruta propuesta	15
Cantidad de guías turísticos	15

Cabe destacar que el financiamiento de las personas que formen esta unidad puede ser absorbido por la administración pública de los 4 municipios de manera inicial ya que anteriormente ya se han utilizado fondos con el mismo fin, una vez la microrregión presente rentabilidad y pueda ser auto sostenible, los salarios se pagarían de esos fondos.

REQUERIMIENTOS DE ESPACIO FÍSICO

Para el funcionamiento de los procesos y la implementación del plan de desarrollo será necesario un espacio físico donde los miembros de la organización puedan realizar las actividades correspondientes para la implementación del plan de desarrollo.

Macrolocalización de la propuesta

La macro localización se evaluará dentro de la microrregión de Ahuachapán Norte. Los factores a considerar en la macro localización son:

- **Extensión territorial del municipio:** El municipio con la mayor extensión territorial es el que tendrá más posibilidades de brindar un espacio adecuado para el establecimiento de la oficina de turismo.
- **Facilidades de acceso.** Este factor se refiere a la existencia de carreteras, transporte y en general todos los accesos existentes para poder llegar al municipio desde distintos puntos.
- **Cantidad de atractivos turísticos.** Las personas dueñas de establecimientos que formen parte del inventario turístico son las pertenecientes a los comités de turismo de las localidades por lo tanto de acuerdo a la cantidad de oferta del municipio así será la participación en el comité de turismo.
- **Disponibilidad de servicios.** Este factor es muy importante ya que se debe considerar la disponibilidad de la mayor cantidad de servicios básicos para el establecimiento de la oficina central como el agua, energía eléctrica, combustibles, bancos, etc.

Alternativas para ubicación propuesta:

Para la localización de la oficina central de la microrregión se propone las siguientes alternativas:



Ilustración 169: Microrregión Ahuachapán Norte

- **Extensión territorial del municipio:** El municipio con la mayor extensión territorial es el de Atiquizaya, le sigue San Lorenzo, luego Turín y por último el Refugio.
- **Facilidades de acceso.** Como se observa en la ilustración anterior el municipio más céntrico es el de Atiquizaya.
- **Cantidad de atractivos turísticos.** El municipio con la mayor oferta turística es el de Atiquizaya, le sigue San Lorenzo, El Refugio y Turín respectivamente.
- **Disponibilidad de servicios.** El municipio con la mayor disponibilidad de servicios es el de Atiquizaya, ya que cuenta con bancos, servicios de agua y luz, entre otros.

Evaluación por método de factores ponderados

Se establece el factor y el peso de cada uno respecto a los otros.

Tabla 224: Ponderación de factores de localización

Factor	Ponderación del factor %
Extensión territorial del municipio	30
Facilidades de acceso	30
Cantidad de atractivos turísticos	25
Disponibilidad de servicios	15

Se establecen las calificaciones posibles para las alternativas y el factor que representan:

Tabla 225. Puntuación.

Descripción	Puntaje
Excelente	10
Muy bueno	8

Bueno	6
Regular	4
Requiere mejorar	2

Se realiza la evaluación de las alternativas:

Ubicación		Atiquizaya (oficina actual)		San Lorenzo (oficina actual)		El Refugio (ubicación propuesta)		Turín (ubicación propuesta)	
Factor	Ponderación (%)	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación
Extensión territorial del municipio	30	10	3	8	2.4	6	1.8	6	1.8
Facilidades de acceso	30	10	3	6	1.8	8	2.4	8	2.4
Cantidad de atractivos turísticos	25	10	2.5	8	2	6	1.5	6	1.5
Disponibilidad de servicios	15	8	1.2	8	1.2	8	1.2	6	0.9
Total			9.7		7.4		6.9		6.6

Según la evaluación realizada se puede observar que el municipio para establecer la oficina central de la microrregión es Atiquizaya, ya que los factores favorecen la ubicación del municipio, por lo tanto, se propone que la oficina central se ubique en Atiquizaya.

MICROLOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

Una vez elegido el municipio de Atiquizaya, para la ubicación de la oficina microrregional, se debe buscar el espacio correcto para su ubicación. Esto quedará en manos de la alcaldía municipal sin embargo se hará mención de los factores que deben considerarse para la elección del lugar para la oficina.

Factores para la evaluación de la microlocalización

- **Proximidad al casco urbano.** La oficina de la microrregión debe ubicarse en un lugar dentro del casco urbano de la municipalidad,
- **Proximidad a las vías de comunicación.** Debe estar cerca de las calles principales de la ciudad, no ubicarse en un cantón o lugares remotos para no dificultar el acceso.
- **Proximidad a los servicios públicos.** Deben existir cerca lugares que presten los principales servicios públicos como alimentación, salud, agua, luz, etc.
- **Transporte público disponible.** Debe ser un punto estratégico en donde transite el servicio de transporte público.




- **Disponibilidad del terreno o alquiler:** se debe considerar si existe algún lugar donde ubicar el nuevo centro de información en terrenos propios de la municipalidad o si habrá que alquilar local, etc.

Requerimientos de distribución en de espacio en la oficina

- Debe existir un salón donde puedan realizarse las juntas y puedan asistir los cuatro alcaldes, los miembros de la junta directiva y el director del comité de turismo.
- Deben existir espacios de trabajo para los encargados de los cuatro comités y para el director de la unidad quienes estarán laborando de forma fija.
- Un espacio para el auxiliar de gestión de calidad o el diseñador gráfico que serán servicios subcontratados.

Si se opta por el alquiler con los requerimientos anteriores se propone un presupuesto de \$300 para el local y este gasto se realizaría mensual, por los 5 años de horizonte temporal del plan de desarrollo.

Por lo tanto, los requerimientos de mobiliario serán los siguientes

Mobiliario	Descripción	Cantidad
	Servirá para realizar las reuniones de la asamblea general con la junta directiva y representantes de la de la unidad de turismo. Debe tener la capacidad para 12 personas.	1
	Para realizar las reuniones de la asamblea y junta.	12
	Apoyo para realizar las funciones administrativas. Largo 1.20m Ancho 0.60m	6

<p>Silla de oficina</p> 	<p>Silla ergonómica secretarial como apoyo en las labores administrativas. Capacidad de carga: 200 libras. Dimensiones: 0.6 x 0.6</p>	<p>6</p>
<p>Archiveros</p> 	<p>Funcionan para almacenar documentación de manera ordenada. Dimensiones: 0.7x 0.5 x 1.35m</p>	<p>3</p>
<p>Computadoras</p> 	<p>Sirve para establecer comunicación, buscar información, llevar control, administrar, etc.</p>	<p>6</p>
<p>Impresoras</p> 	<p>Funcionan para imprimir las necesidades de documentación de la planta. Dimensiones: 0.3 x 0.45, se coloca sobre un escritorio.</p>	<p>1</p>
<p>Oasis</p> 	<p>Para apoyar necesidad del personal. Dimensiones: 0.5m x 0.5 m</p>	<p>1</p>
<p>Aire acondicionado</p>	<p>Se utilizará para mantener temperatura adecuada dentro de la oficina.</p>	<p>1</p>

1.2. PROYECTO DE GESTIÓN TURÍSTICA

INTRODUCCIÓN

El proyecto de gestión turística se desarrollará para medir el desempeño del cumplimiento del plan de desarrollo turístico, específicamente de cada uno de los programas propuestos. Esto será posible por medio del planteamiento de indicadores que son importantes llevar control de cada actividad desarrollada que esté programada previamente.

Por lo que es necesario identificar los indicadores conforme a cada programa y el objetivo que se quiere alcanzar por este, es así como, se recolectará la información para su medición.

El fin de este proyecto es proveer de una visión objetiva del estado actual del desarrollo de cada proyecto en un momento determinado para visualizar las posibles desviaciones y poder tomar acciones correctivas que no perjudiquen el tiempo de implementación esperado.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un proyecto de gestión turística que permita controlar por medio de indicadores el cumplimiento de los objetivos estratégicos del plan, por cada programa planteado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Plantear indicadores que permitan medir el grado de cumplimiento de los objetivos planteados.
- Determinar los pasos específicos para la medición de cada indicador.

ACTIVIDADES

A continuación, se muestran las actividades que se necesitan realizar para llevar a cabo el proyecto de gestión turística.

Tabla 226. Actividades del proyecto de gestión turística.

ACTIVIDAD	ENCARGADO
Plantear indicadores para la medición de los procesos.	Comité de gestión y calidad.
Determinar los pasos específicos para la medición de cada indicador.	Comité de gestión y calidad.
Gestionar la medición de los indicadores con cada comité.	Comité de gestión y calidad.
Gestionar la entrega de indicadores en determinado momento de avance en la implementación del proyecto.	Comité de gestión y calidad.
Revisar y analizar cada indicador para aceptarlo o tomar acciones correctivas.	Comité de gestión y calidad.
Proponer acciones correctivas específicas, si un indicador no cumple los parámetros.	Todos los comités.

1.2.1. IMPORTANCIA DEL PROYECTO DE GESTIÓN TURÍSTICA

En la microrregión Ahuachapán Norte se espera fomentar una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que cuenta un país, el turismo, esto a través de la puesta en marcha del Plan de Desarrollo Turístico, sin embargo, una vez que este sea puesto en marcha, los participantes del plan deben asumir la responsabilidad de que cada persona dentro de la organización que se cumplan con las tareas que le han sido asignadas y así, asegurar que el plan se ejecuta de acuerdo a su planificación. La idea del proyecto de gestión es muy simple: se ha elaborado el mismo con programas que esperan alcanzar unos objetivos estratégicos específicos, estudiando los recursos disponibles y elaborando una planificación para conseguir llegar a las metas. El proyecto de gestión es lo que asegura el seguimiento de dichos programas, evitando que ningún miembro del equipo se desvíe de la ruta marcada, y se consigan logros las metas del Plan de Desarrollo Turístico planteado para la microrregión.

Gracias al establecimiento de indicadores de desempeño a medir, se asegurará la consecución de los objetivos tal y como se había definido en el plan.

El principal requisito para el desarrollo exitoso del proyecto, es que esté se encuentre completamente definido y que se evidencie el liderazgo, interés y compromiso de los encargados de su seguimiento.

Los **indicadores de desempeño** son instrumentos que proporcionan información cuantitativa sobre el desenvolvimiento y logros de una institución, programa, actividad o proyecto a favor de la población u objeto de su intervención, en el marco de sus objetivos estratégicos y su Misión.

Es por ello que se han planteado indicadores para que la organización turística tenga un parámetro cuantitativo de los resultados de la implementación del plan. Lo cual le permitirá identificar si el trabajo que se está realizando está cumpliendo los objetivos planteados o si se necesitan acciones correctivas.

A continuación, se muestra una propuesta de indicadores, presentando inicialmente macro indicadores que permitirán medir el resultado del logro de las directrices estratégicas, posteriormente se muestran una serie de indicadores para medir la efectividad de los programas.

Tabla 227. Macro indicadores del desarrollo turístico de la microrregión.

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA	INDICADOR DE DESEMPEÑO	FORMULA	PROCESO DE MEDICION	PARAMETRO
Mejoramiento de la promoción y publicidad.	<p>Demanda anual</p> <p>Unidad de medida: número de personas.</p> <p>Sujeto: Turistas.</p> <p>Atributo: Afluencia turística de la microrregión</p>	<p><i>Numero de personas que anualmente visitan la microrregión de Ahuachapan Norte para realizar turismo</i></p>	<p>Se debe contabilizar la afluencia turística a cada uno de los recursos turísticos o por grupos de tours, en coordinación con los tour operadores, alcaldías (administración pública) y con los administradores de atractivos turísticos de administración privada.</p>	<p>Meta: 456000 el primer año</p> <p>Acceptable: Si, se ha logrado cumplir el 75% de la meta, es decir 342,000 turistas en el año.</p> <p>Tomar acciones correctivas: Si se ha logrado una afluencia turística menor del 75% de la meta, se deben realizar un análisis de los resultados de promoción y publicidad y realizar nuevas estrategias en conjunto con el comité de calidad.</p>
	<p>Afluencia turística a los festivales</p> <p>Unidad de medida: número de personas.</p> <p>Sujeto: Turistas.</p> <p>Atributo: Afluencia turística de la microrregión.</p>	<p><i>Numero de personas que aasisten a un festival turistico</i></p>	<p>Se debe contabilizar la afluencia de cada uno de los festivales, en coordinación con los tour operadores y las alcaldías.</p>	<p>Meta: Aumento del 50% de la demanda actual.</p> <p>Acceptable: Si, se ha logrado cumplir con un aumento del 20% de demanda en los festivales. La demanda actual aproxima es de 10,000 personas por festival, por lo cual se espera una demanda de 12,000 personas por festival.</p> <p>Tomar acciones correctivas: Se debe mejorar las actividades de promoción y publicidad para dar a conocer a más personas de los festivales a realizar. Además, se debe de mejorar la planificación de los mismos.</p>

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA	INDICADOR DE DESEMPEÑO	FORMULA	PROCESO DE MEDICION	PARAMETRO
Mejoramiento de la infraestructura y oferta turística	<p>Aprovechamiento de los recursos turísticos</p> <p>Unidad de medida: Porcentaje.</p> <p>Sujeto: Recursos turísticos.</p> <p>Atributo: Utilización</p>	$\frac{\text{Numero de recursos turísticos incorporados en recorridos turísticos}}{\text{Numero de recursos turísticos existentes}} \times 100\%$	Se debe obtener el total de recursos turísticos por medio del inventario turístico y obtener la información de recursos turísticos incorporados a recorridos turísticos en coordinación con los demás comités y los operadores de turismo.	<p>Meta: 75% de aprovechamiento de los recursos turísticos.</p> <p>Aceptable: Si, se ha logrado cumplir con la meta establecida o mayor a ella.</p> <p>Tomar acciones correctivas: Realizar acciones de acondicionamiento en los recursos turísticos no incorporados, con el fin de hacerlos más atractivos al turista.</p>
Desarrollo de la sostenibilidad y calidad turística.	<p>Satisfacción del turista</p> <p>Unidad de medida: porcentaje de clientes satisfechos.</p> <p>Sujeto: Encuestas.</p> <p>Atributo: satisfacción del cliente.</p>	$\frac{\text{Numero de encuestas con un total de 18 puntos o mas}}{\text{Total de encuestas realizadas}} \times 100$	Obtención de datos por medio de encuestas de satisfacción de clientes.	<p>Meta: 90% de clientes satisfechos.</p> <p>Aceptable: Si, se ha logrado cumplir con la meta establecida o mayor a ella.</p> <p>Tomar acciones correctivas: Coordinar con los demás comités de la organización para la identificación de problemas que causan la insatisfacción y realizar acciones de mejora.</p>
Integración y organización turística.	<p>Trabajo de la organización</p> <p>Unidad de medida: porcentaje.</p> <p>Sujeto: Indicadores.</p> <p>Atributo: Indicadores aceptables.</p>	$\frac{\text{Numero de indicadores aceptables}}{\text{Numero de indicadores propuestos}} \times 100$	Obtención de datos del registro de control de avance del plan.	<p>Meta: 90% de cumplimiento de indicadores.</p> <p>Aceptable: Si, se ha logrado cumplir con la meta establecida o mayor a ella.</p> <p>Tomar acciones correctivas: Establecer mayor control en la realización de las actividades del plan en función de los objetivos.</p>

1.2.2. DETERMINACIÓN DE INDICADORES POR PROGRAMA

PROGRAMA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS	PROYECTO	INDICADOR DE DESEMPEÑO	ENCARGADO
Programa promoción y marketing.	Realizar estrategias de marketing para promocionar todos los productos turísticos que la microrregión ofrece, creando una marca turística para dar publicidad a esta con el fin de atraer la atención de los turistas hacia la microrregión	Realizar campañas de promoción y publicidad que contribuyan al posicionamiento de la microrregión como un destino turístico competitivo a nivel nacional.	Proyecto de publicidad en medios de comunicación.	Unidad de medida: numero Sujeto: Campañas publicitarias Atributo: Oferta turística de la microrregión.	Comité de promoción y marketing
		Desarrollar una marca que identifique y posicione a la microrregión como un destino turístico competitivo.	Proyecto de marca turística.	Unidad de medida: número Sujeto: personas que identifican la marca Atributo: posicionamiento turístico	Comité de promoción y marketing
Programa de mejora en servicios de información turística.	Generar el acceso a la información necesaria para el visitante turista sobre los productos turísticos que ofrece la microrregión y como puede acceder a estos.	Dar a conocer la oferta turística de la microrregión haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación.	Proyecto de medios para información en locales.	Unidad de medida: porcentaje Sujeto: medios de información en locales Atributo: según oferta turística de la microrregión	Comité de promoción y marketing
		Incorporación de puntos de información turística de la microrregión de Ahuachapán Norte.	Proyecto de locales de información adecuada.	Unidad de medida: porcentaje Sujeto: puntos información turística en funcionamiento Atributo: en temporada en la microrregión de Ahuachapán Norte	Comité de promoción y marketing

Programa de accesibilidad e infraestructura adecuada	Promover la accesibilidad dentro de la microrregión con vías de comunicación en buen estado y señalización adecuada para ofrecer servicios de calidad al turista.	Realizar un acondicionamiento urbano y turístico e incorporación de infraestructura que permita propiciar la accesibilidad a los recursos turístico.	Proyecto de señalización turística. Proyecto de mejoramiento de caminos a los recursos.	Unidad de medida: número Sujeto: Vías de acceso y señalización Atributo: Accesibilidad a los recursos turísticos	Comité de desarrollo del producto turístico e infraestructura.
Programa de desarrollo de producto turístico	Ofrecer productos turísticos de acuerdo a las preferencias del consumidor y de acuerdo a los recursos y actividades turísticas de la microrregión.	Incorporar rutas turísticas en la microrregión de Ahuachapán Norte	Proyecto de ruta turística cultura. Proyecto de ruta turística ecoturismo y aventura. Proyecto de ruta turística agroturismo.	Unidad de medida: porcentaje Sujeto: recursos turísticos por Producto turístico de la microrregión Atributo: funcionamiento del recurso.	Comité de desarrollo del producto turístico e infraestructura.
Programa de calidad turística y sostenibilidad.	Dar servicios turísticos de calidad a la población que visita la microrregión Ahuachapán Norte para lograr la satisfacción del cliente	Sensibilizar a los empresarios del sector turístico en la implementación de buenas prácticas turísticas.	Proyecto de aplicación de buenas prácticas de turismo Proyecto de sistema de control de calidad.	Unidad de medida: número Sujeto: Servicios turísticos por comité de la unidad de turismo. Atributo: Calidad del servicio	Comité de gestión de calidad
		Mejorar las capacidades del recurso humano en la prestación de servicios.	Proyecto programa de capacitaciones.	Unidad de medida: número Sujeto: Recurso humano de comités turísticos Atributo: Capacitaciones recibidas	Comité de gestión de calidad

Programa de protección del patrimonio cultural y natural.	Promover un turismo sostenible que permita la protección de los recursos naturales y culturales que formen parte de los diferentes productos turísticos a ofrecer por la microrregión.	Concientizar y sensibilizar a los turistas sobre los impactos ambientales en el que hacer turístico.	Proyecto de actividades para conservar el medio ambiente.	Unidad de medida: número Sujeto: recursos naturales y culturales de la microrregión Atributo: en conservación y protección	Comité de seguridad y sostenibilidad
		Promover el conocimiento y actividades de historia y cultura de interés turístico que integren a la comunidad.	Proyecto de actividades para rescatar tradiciones y costumbre.	Unidad de medida: número Sujeto: actividades turísticas de la microrregión Atributo: relacionadas con la preservación de la cultura.	Comité de seguridad y sostenibilidad
Programa de organización y gestión.	Diseñar una organización turística para la elaboración, gestión e implementación de proyectos que contribuyan al desarrollo turístico de la microrregión de Ahuachapán Norte.	Formar una organización turística que promueva el desarrollo turístico en la microrregión de Ahuachapán Norte.	Proyecto de organización turística microrregional.	Unidad de medida: número Sujeto: proyectos de desarrollo turístico impulsados Atributo: Comités de turismo	Comité de gestión de calidad

1.2.3. MEDICIÓN DE INDICADORES DE PROGRAMAS

N°	INDICADOR DE DESEMPEÑO	FORMULA	PROCESO DE MEDICION	PARAMETRO
1	<p>Numero de campañas publicitarias según la oferta turística</p> <p>Unidad de medida: numero</p> <p>Sujeto: Campañas publicitarias</p> <p>Atributo: Oferta turística de la microrregión</p>	$\frac{\text{Campañas publicitarias realizadas}}{\text{Campañas publicitarias planeadas}}$	<p>Determinar el número de campañas realizadas antes de cada periodo vacacional y comparar con las planeadas.</p>	<p>Realizar 3 campañas publicitarias, (según proyecto de publicidad).</p> <p>Acceptable: Si es igual o mayor que 1 el resultado.</p> <p>Tomar acciones correctivas: si es menor que 1, realizar las campañas lo antes posible, para que las personas conozcan el destino.</p>
2	<p>Número de personas que identifican la marca para lograr posicionamiento</p> <p>Unidad de medida: número</p> <p>Sujeto: personas que identifican la marca</p> <p>Atributo: posicionamiento turístico</p>	$\frac{\text{Cant. de personas que reconocen la marca}}{\text{Cant. de personas que se espera que reconozcan la marca}}$	<p>Determinar por medio de una encuesta para determinar si una persona reconoce la marca creada para la microrregión y compararlo con el número esperado según la demanda actual.</p>	<p>Según la demanda actual determinar el universo y comparar con una muestra.</p> <p>Acceptable: Si es igual o mayor que 1 el resultado.</p> <p>Tomar acciones correctivas: si es menor que 1, como realizar estrategias de publicidad más enfocada en los requerimientos de la demanda.</p>
3	<p>Porcentaje de medios de información en locales respecto a los planeados.</p> <p>Unidad de medida: porcentaje</p> <p>Sujeto: medios de información en locales</p> <p>Atributo: según oferta turística de la microrregión</p>	$\frac{\text{Medios de información actuales}}{\text{Medios de información planeados para locales}} \times 100$	<p>Determinar el número de medios e instrumentos de información en cada local y compararlo con él la cantidad de medios.</p>	<p>Medios esperados: dípticos, trípticos, publicaciones en línea, etc.</p> <p>Acceptable: Si es igual o mayor que 100% el resultado.</p> <p>Tomar acciones correctivas: si es menor que 100%, por ejemplo, diseñar más medios y llevarlos a las oficinas.</p>

4	<p>Porcentaje de centros de información en funcionamiento por temporada.</p> <p>Unidad de medida: porcentaje</p> <p>Sujeto: puntos información turística en funcionamiento</p> <p>Atributo: en temporada en la microrregión de Ahuachapán Norte</p>	$\frac{\text{Número de centros de información en funciones por temporada}}{\text{Total de centros de información}} \times 100$	<p>Determinar cuántos centros están funcionando para una temporada turística.</p>	<p>Los 4 centros deben estar funcionando en temporada.</p> <p>Acceptable: Si es igual que 100% el resultado.</p> <p>Tomar acciones correctivas: si es menor que 100%, determinar las razones por las que no está funcionando y resolverlas.</p>
5	<p>Número de vías de acceso señalizadas.</p> <p>Unidad de medida: número</p> <p>Sujeto: Vías de acceso y señalización</p> <p>Atributo: Accesibilidad a los recursos turísticos</p>	$\text{Número de señales por vía de acceso}$	<p>Realizar un conteo de las señales en cada vía de acceso planeada.</p>	<p>Verificar que se encuentren las más importantes.</p> <p>Acceptable: Si están todas las señales planeadas por vía de acceso.</p> <p>Tomar acciones correctivas: si alguna vía de acceso hacia un destino no está, por medio de una lista de chequeo.</p>
6	<p>Porcentaje de recursos turísticos por producto.</p> <p>Unidad de medida: porcentaje</p> <p>Sujeto: recursos turísticos por Producto turístico de la microrregión</p> <p>Atributo: funcionamiento del recurso.</p>	$\frac{\text{Número de recursos en funciones por producto}}{\text{Total de recursos por producto}} \times 100$	<p>Realizar un conteo de los recursos turísticos incluidos en cada producto y comparar con el total de recursos que se esperaba ofrecer en cada producto.</p>	<p>Total de recursos por producto turístico.</p> <p>Acceptable: Si es igual o mayor que 100% el resultado.</p> <p>Tomar acciones correctivas: si es menor que 100%, por ejemplo, investigar las razones por la cual el recurso no está incluido y determinar cómo podría formar parte del producto.</p>

7	<p>Cantidad de servicios prestados por comité</p> <p>Unidad de medida: número</p> <p>Sujeto: Servicios turísticos por comité de la unidad de turismo.</p> <p>Atributo: Calidad del servicio</p>	<p><i>Número de servicios turísticos de calidad por comité vs esperados a ofrecer</i></p>	<p>Realizar encuestas con los clientes para determinar el nivel de satisfacción por el servicio recibido.</p>	<p>El 100% de los servicios deben ser de calidad.</p> <p>Acceptable: si todos los servicios están funcionando.</p> <p>Tomar acciones correctivas: si es menor que 100%, por ejemplo, indagar las razones por no prestar servicios de calidad y resolverlas.</p>
8	<p>Cantidad de personas capacitadas por comité de turismo.</p> <p>Unidad de medida: número</p> <p>Sujeto: Recurso humano de comités turísticos</p> <p>Atributo: Capacitaciones recibidas</p>	<p><i>Cantidad de personal capacitado por comité</i></p>	<p>Determinar el número de personas que recibió una capacitación.</p>	<p>Todo el personal operativo debe tener sus respectivas capacitaciones antes de empezar sus funciones.</p> <p>Acceptable: Si todas las personas fueron capacitadas.</p> <p>Tomar acciones correctivas: si alguna persona no ha sido capacitada, por ejemplo, indagar porque no se ha dado una capacitación a un empleado y dársela lo más antes posible.</p>
9	<p>Cantidad de recursos naturales y culturales en conservación</p> <p>Unidad de medida: número</p> <p>Sujeto: recursos naturales y culturales de la microrregión</p> <p>Atributo: en conservación y protección</p>	<p><i>Cantidad de recursos naturales y culturales en conservación vs total de recursos naturales y culturales</i></p>	<p>Determinar el número de recursos naturales y culturales en conservación y compararlos con el total de dichos recursos.</p>	<p>Total de recursos naturales y culturales.</p> <p>Acceptable: Si es igual que 100% el resultado.</p> <p>Tomar acciones correctivas: si es menor que 100%, por ejemplo, planear actividades de conservación y gestionar los recursos lo antes posible.</p>

10	<p>Número de actividades realizadas en pro de preservación de la cultura.</p> <p>Unidad de medida: número</p> <p>Sujeto: actividades turísticas de la microrregión</p> <p>Atributo: relacionadas con la preservación de la cultura.</p>	<p><i>Cantidad de actividades realizadas para la preservación de la cultura.</i></p>	<p>Determinar el número de actividades realizadas para preservar la cultura de la microrregión.</p>	<p>Determinar la cantidad de actividades para la preservación de la cultura.</p> <p>Acceptable: Si al menos una actividad ha sido realizada.</p> <p>Tomar acciones correctivas: si no se está realizando ninguna actividad con este fin, por ejemplo, gestionar la realización de estas actividades.</p>
11	<p>Porcentaje de proyectos implementados del plan.</p> <p>Unidad de medida: porcentaje</p> <p>Sujeto: proyectos de desarrollo turístico impulsados</p> <p>Atributo: Comités de turismo</p>	$\frac{\text{Proyecto implementados}}{\text{Total de proyectos a implementar}} \times 100$	<p>Determinar el número de proyectos del plan implementados y comparar con el total de proyectos.</p>	<p>Número de proyectos: 20 en total.</p> <p>Acceptable: si es igual o mayor al 100%.</p> <p>Tomar acciones correctivas: si es menor que 100%, por ejemplo, gestionar la implementación de los proyectos respectivos.</p>

Requerimientos del proyecto

Para realizar las respectivas inspecciones y auditoras el comité de gestión de la calidad requerirá de los siguientes recursos:

Insumo	Cantidad
Papel bond	1 resma/2 meses
Lapiceros	12
Lápiz	12

1.2.4. DIAGRAMA DE FLUJO DE INFORMACIÓN PARA LOS PROCESOS DE LA ORGANIZACIÓN DE LA MICRORREGIÓN AHUACHAPÁN NORTE.

Los comités tendrán una comunicación lateral entre ellos para asegurar el cumplimiento de los procesos en común, estos presentaran información relevante, indicadores y avance o desarrollo de proyectos al director de la unidad, luego este será el encargado de transmitir esa información a la junta directiva y seguido, a la asamblea general, se muestra más detalladamente a continuación:

Tabla 228. Relación de Información entre comités.

RELACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN
Comité de promoción y marketing ↔ Comité de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Indicadores de desempeño. - Descripción y presentación de nuevos procesos. - Informes de auditoría. - Controles de calidad. - Capacitación del personal.
Comité de gestión de calidad ↔ Comité de seguridad y sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Indicadores de desempeño. - Descripción y presentación de nuevos procesos. - Informes de auditoría e inspecciones. - Capacitación del personal. - Desarrollo de nuevos proyectos.
Comité de desarrollo del producto turístico ↔ Comité de seguridad y sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de proyectos de preservación del medio ambiente. - Coordinación de seguridad para las rutas propuestas. - Gestión de personal para campañas de sostenibilidad.
Comité de promoción y marketing ↔ Comité de desarrollo del producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de nuevos proyectos de marketing de la oferta turística. - Desarrollo de medios de información de la oferta. - Gestión de campañas de la oferta pública y privada.
Comité de gestión de calidad ↔ Comité de desarrollo del producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción y presentación de nuevos procesos. - Informes de auditoría e inspecciones de infraestructura. - Controles de calidad de la oferta turística. - Capacitación del personal.
Comité de promoción y marketing ↔ Comité de seguridad y sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de información para la promoción de las campañas de preservación del medio ambiente, cultura y otros.
Todos los comités ↔ Director de la unidad de desarrollo turístico.	<ul style="list-style-type: none"> - Indicadores de desempeño y justificación de resultados de la implementación de proyectos. - Desarrollo de nuevos proyectos y nuevas propuestas. - Información relevante sobre problemas a ser resueltos. - Gestión de recursos.

Director de la unidad de desarrollo turístico ↔ Junta Directiva	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación de nuevos proyectos - Presentación de recursos a gestionar. - Gestión de reuniones.
Junta directiva ↔ Asamblea general	<ul style="list-style-type: none"> - Aprobación de proyectos nuevos. - Aprobación de recursos económicos y materiales para el desarrollo de proyectos y actividades. - Información sobre instituciones interesadas en apoyar a la microrregión.

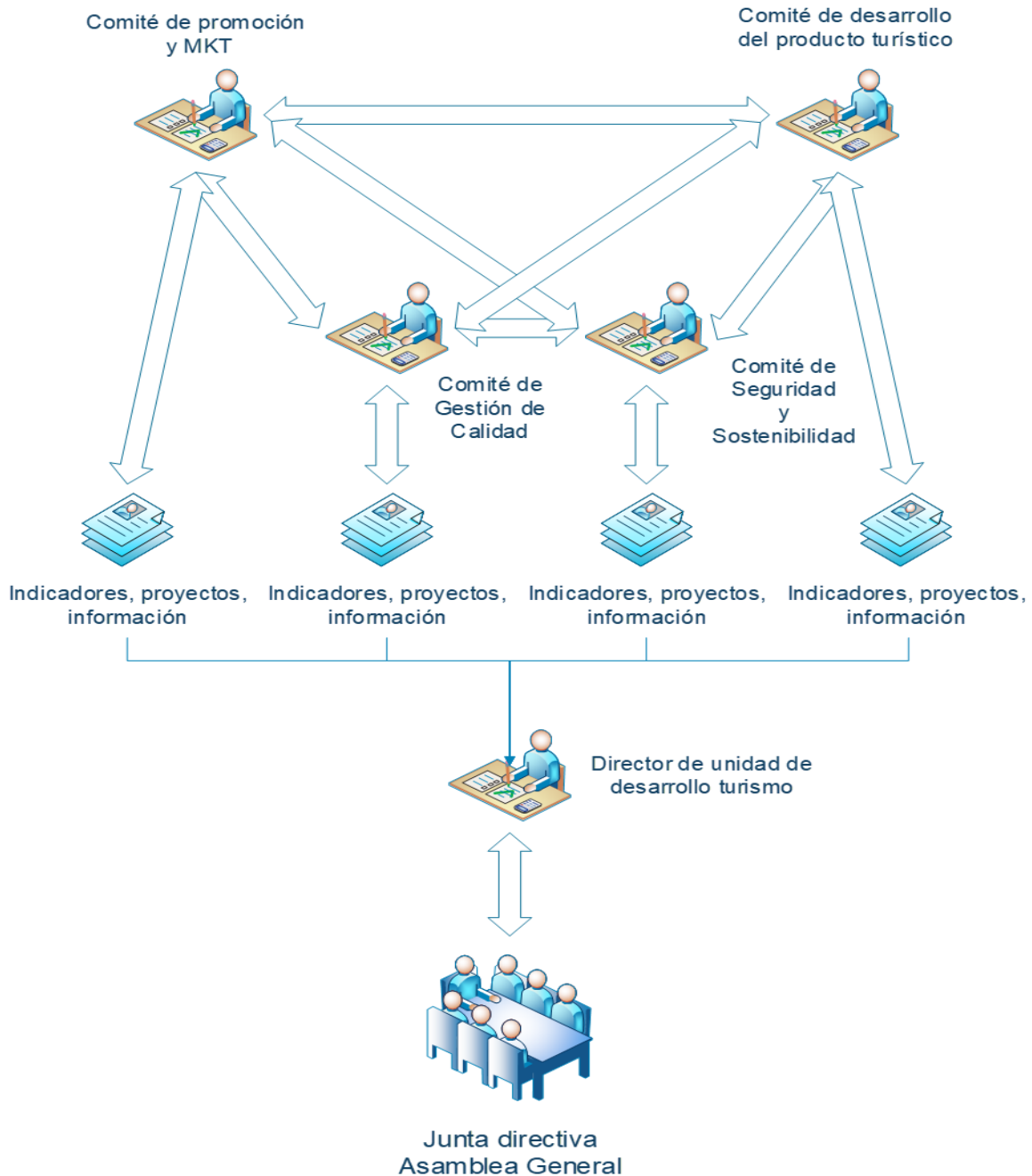
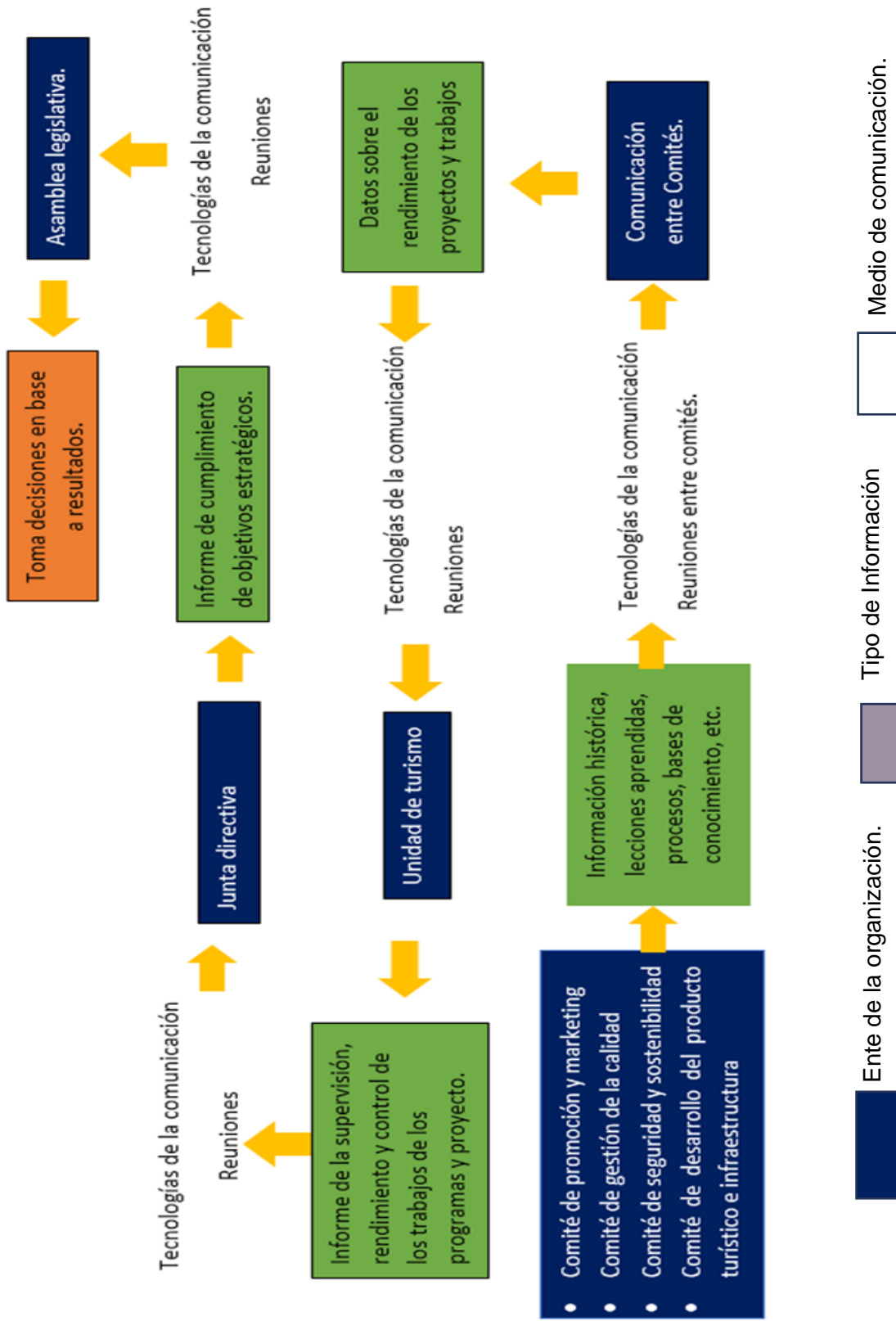


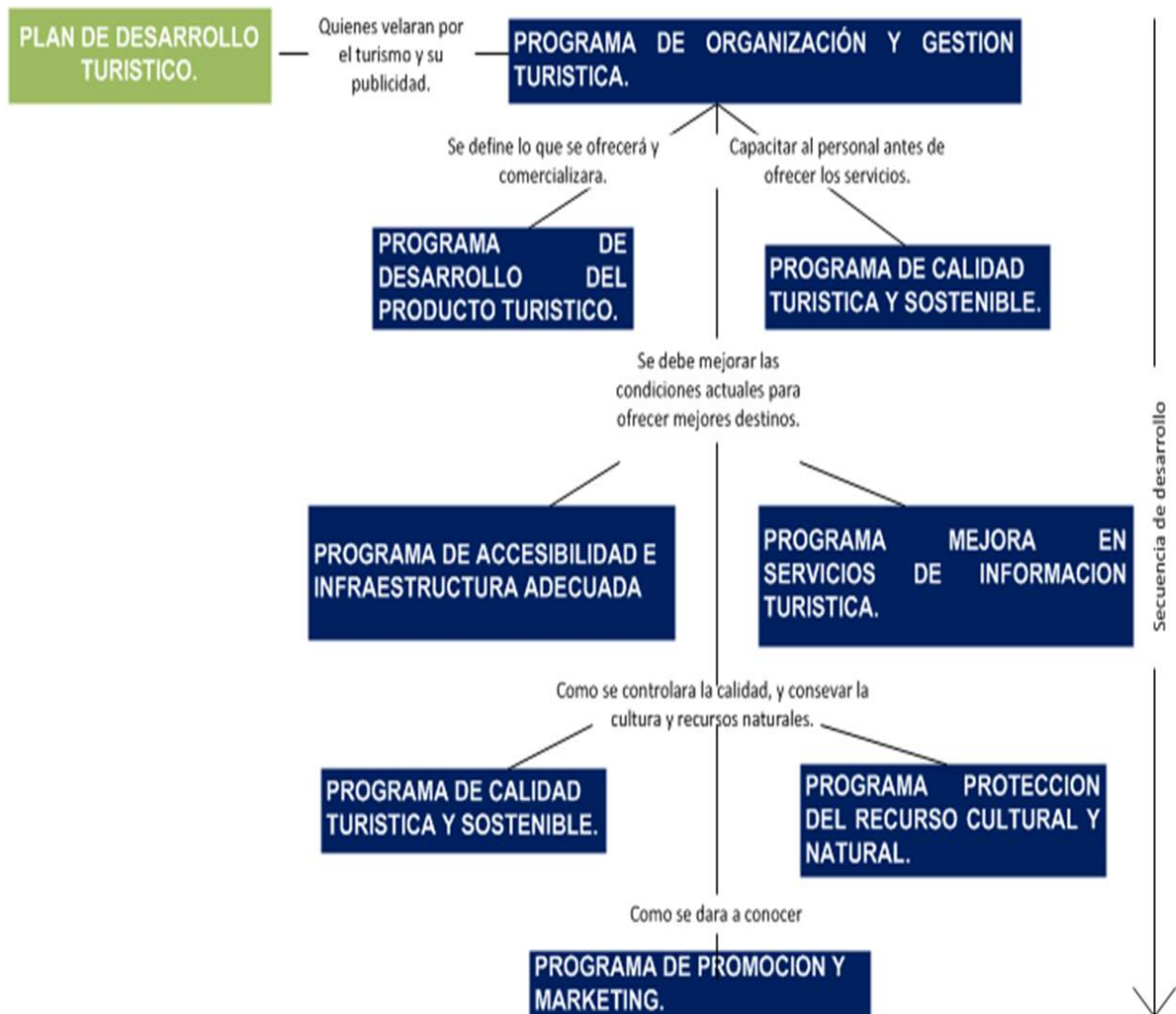
Ilustración 170. Flujo de información en la organización turística de la microrregión de Ahuachapán

DIAGRAMA DE COMUNICACIÓN ENTRE LA ORGANIZACIÓN



1.3. SECUENCIA DE IMPLEMENTACION DE PROGRAMAS.

Como se observa en la ilustración siguiente, se muestra la secuencia en que los programas deben ser desarrollados, debido a que cada programa, depende de otros, no trabajará de forma aislada; cada uno de ellos es de vital importancia; cada programa debe trabajar de la mano con los demás, aportando información crucial al otro.



ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO y EVALUACIONES

J. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO Y EVALUACIONES

I. GENERALIDADES

1. OBJETIVOS DE LA ETAPA

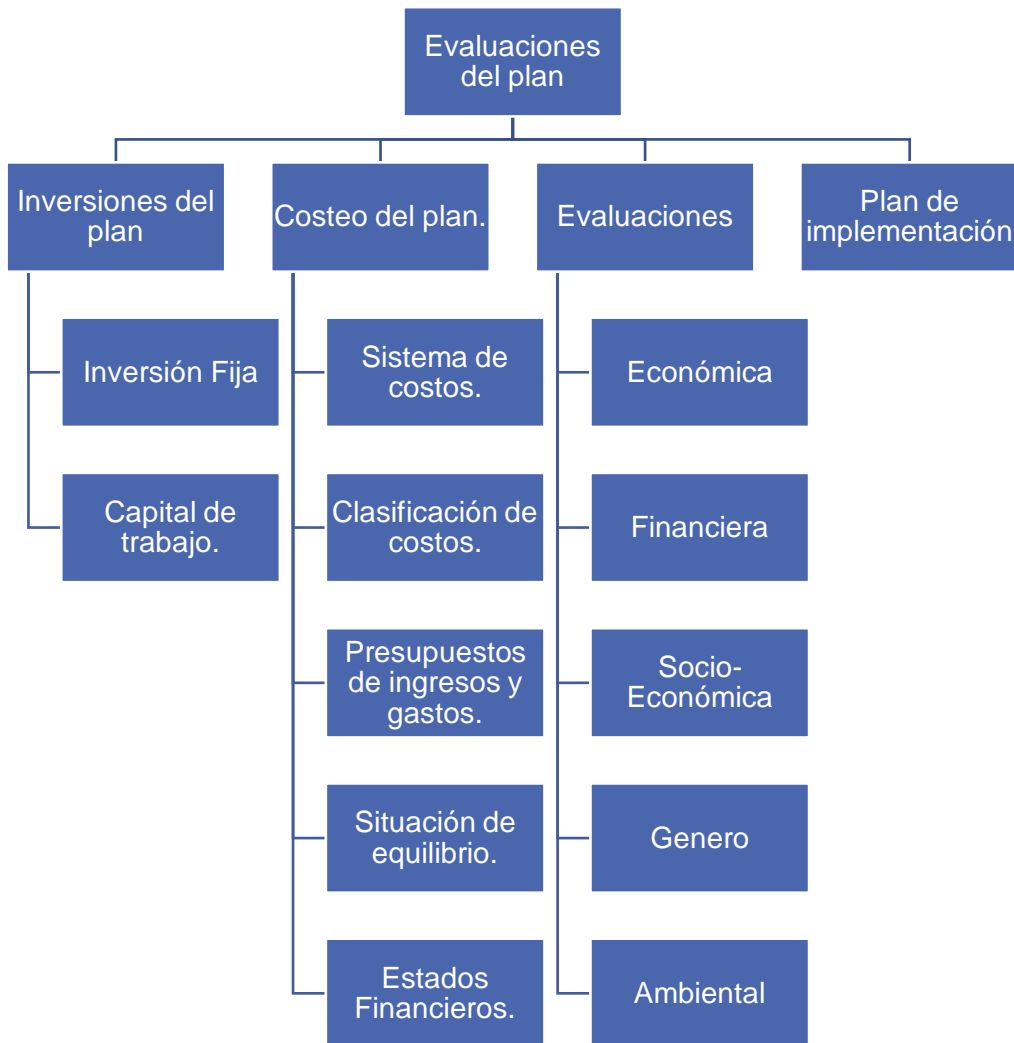
OBJETIVO GENERAL

Realizar las evaluaciones económicas, financiera, socio económica, ambiental y de género para la implementación del plan de desarrollo turístico de la microrregión Ahuachapán norte con el fin de conocer su factibilidad en las diferentes áreas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Presentar de manera detallada las diferentes inversiones a realizar para conocer el monto de la inversión total a fin de definir posibles fuentes de financiamiento.
- Realizar la evaluación económica financiera, para poder visualizar la factibilidad de la implementación del plan de desarrollo, en utilidades y tiempo de retorno de inversión.
- Evaluar el plan de desarrollo turístico, en el entorno social, ambiental y de género con el propósito de analizar el impacto positivo o negativo que tendrá este en su implementación en la microrregión.
- Realizar una propuesta de implementación del plan de desarrollo turístico para la microrregión, esto con el fin de determinar los recursos, el tiempo de ejecución y el tipo de organización que ejecutará cada una de las actividades.
- Concluir si el plan de desarrollo turístico es factible técnicamente, económicamente, social y ambientalmente a fin de brindar un instrumento a la contraparte como apoyo a la toma de decisiones.

2. METODOLOGÍA DE GENERAL DEL ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO Y EVALUACIONES





II. INVERSIONES DE LA PROPUESTA

II. INVERSIONES DE LA PROPUESTA

Parte fundamental para la ejecución del plan de desarrollo turístico para la microrregión de Ahuachapán Norte son las inversiones del mismo, es decir los recursos necesarios para la prestación de los servicios turísticos, traducidos en términos económicos.

Dicha inversión se puede clasificar en fija y capital de trabajo. La mayoría de estas inversiones se encuentran representados por los diferentes activos y servicios presupuestados en la etapa de diseño, sin dejar a un lado una provisión de dinero necesaria para poder poner en marcha el plan y que este tenga vida por sí mismo hasta que pueda ser autosustentable mediante sus propios ingresos.

1. INVERSION FIJA

Como ya se mencionó con anterioridad las inversiones fijas se encuentran representadas en su mayoría por los requerimientos de activos planteados en la etapa de diseño, la cual consiste en los recursos adquiridos al inicio de las operaciones y que no son objeto de transacciones corrientes, este rubro se divide en fijas tangibles y las fijas intangibles, las cuales se subdividen de la siguiente manera:

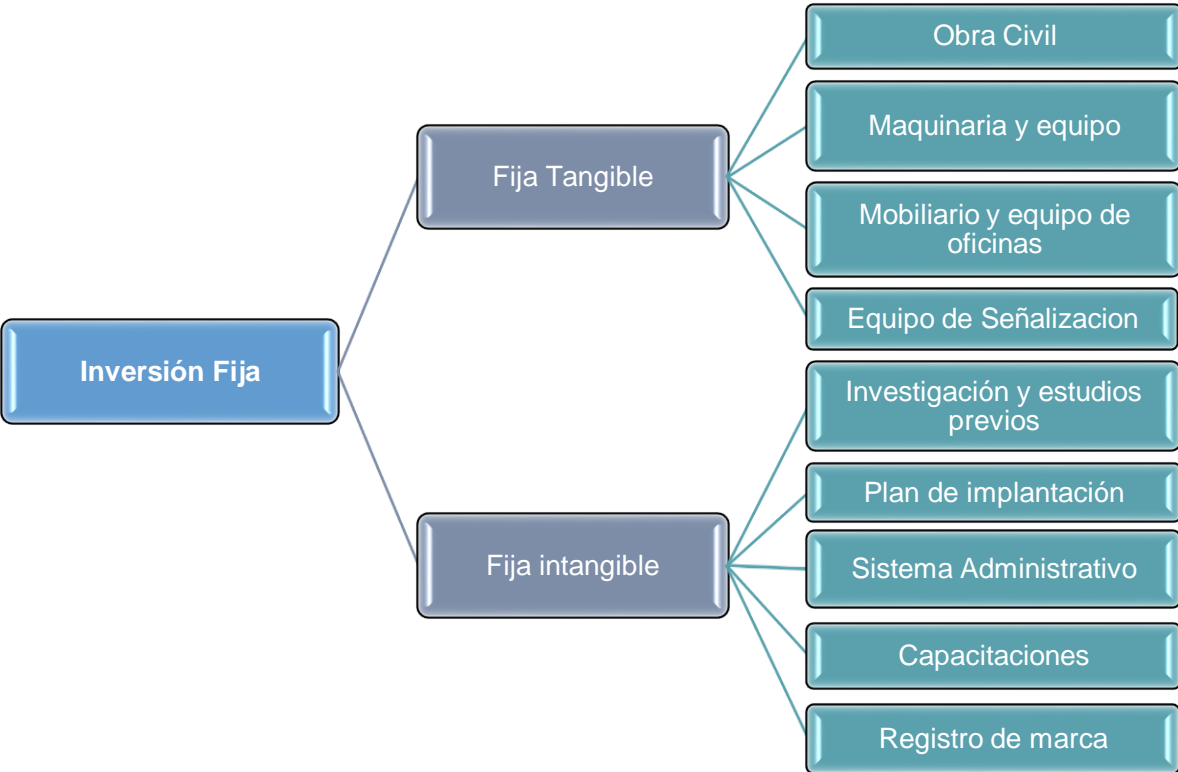


Ilustración 171. Clasificación de la inversión fija.

A continuación, se muestra de manera más específica como está conformados ambos tipos de inversión.

1.1. INVERSION FIJA TANGIBLE

✓ OBRA CIVIL

Dentro de este rubro se tienen todas las actividades de la obra civil necesarias para la ejecución del plan, como la construcción de nuevas infraestructuras. Según como se determinó en el diseño de la propuesta, se requiere áreas de baños, centros u oficinas de información y la creación de un espacio para la venta de artesanías.

Los costos referidos a la inversión en obra civil se clasificarán en costos directos y costos indirectos. Los costos directo hacen referencia al conjunto de costos en los que se incurre, que están directamente relacionados a la construcción, como los materiales y mano de obra. Los costos indirectos corresponden a gastos necesarios para la ejecución de los trabajos no incluidos en los costos directos que realiza el contratista, tanto en sus oficinas centrales como en el sitio de los trabajos, y comprenderá los gastos de administración, organización, dirección técnica, vigilancia, supervisión, construcción de instalaciones generales, transporte de maquinaria y equipo de construcción e imprevistos. Para la inversión mostrada se asignó el costo indirecto en base a una tasa media por día, que el rubro de la construcción utiliza. A continuación, se muestra la inversión necesaria de las diferentes actividades de obra civil,

Tabla 229. Inversión en obra civil para la creación de local de ventas de artesanías.

LOCAL DE VENTA DE ARTESANIAS				
MATERIA PRIMA				
TIPO	CANT.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL POR MATERIAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Madera de Pino (2" x 8" x 3.05 m)	6	15.65	93.90	260.60
Columna de madera de pino 3" x 3" x 2.4 mts	4	11.40	45.60	
Lamina	2	12.20	24.40	
Barnis (Galon)	1	25.30	25.30	
Bisagras	4	0.85	3.40	
Puerta	1	30.00	30.00	
Ladrillo para Piso (33x33cm)	9	2.30	20.70	
Paquete de instalación eléctrica.	1	17.30	17.30	
MANO DE OBRA				
NUMERO DE TRABAJADORES	DÍAS	COSTO UNITARIO DIARIO (\$)	COSTO TOTAL POR TRABAJADOR (\$)	COSTO TOTAL (\$)
3	3	13.23	39.69	119.07
COSTOS INDIRECTOS				
COSTO (\$/DIA)		NÚMERO DE DÍAS		COSTO TOTAL (\$)
18.50		3		55.50
COSTOS TOTALES				435.17
COSTO TOTAL DE OBRA CIVIL PARA 4 LOCALES DE ARTESANÍAS (\$)				1,740.68

Tabla 230. Inversión de Obra civil para baños en parques.

BAÑOS EN PARQUES				
MATERIA PRIMA				
TIPO	CANT.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL POR MATERIAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Ladrillo	975	0.50	487.50	2,118.41
Bolsa de Cemento	12	7.57	90.84	
Sacos de arena	7	5.15	36.05	
Sacos de arenilla	8	7.4	59.20	
Varilla corrugada (6m)	40	5.50	220.00	
Alambre ($\phi = 5mm$, 5 m)	5	5.00	25.00	
Ladrillo para Piso (33x33cm)	40	2.30	92.00	
Azulejo (33x33cm)	23	1.95	44.85	
Bisagras	28	0.85	23.80	
Cerrojo	2	9.95	19.90	
Puertas de baño	7	25.00	175.00	
Puerta de entrada	2	35.00	70.00	
Polín de 3" (Tipo C) - Chapa 16	7	13.60	95.20	
Arquiteja	13	13.48	175.24	
Caja de tornillo Autr a Plus	1	9.04	9.04	
Cenefa Arquiteja	4	2.51	10.04	
Capote Arquiteja (0.30 x 2.20 m)	1	9.15	9.15	
Ventanas	6	41.75	250.50	
Perfiles de aluminio	10	6.00	60.00	
Paquete de Tubería PVC	7	15.40	107.80	
Paquete de instalación eléctrica.	1	57.30	57.30	
MANO DE OBRA				
NUMERO DE TRABAJADORES	DÍAS	COSTO UNITARIO DIARIO (\$)	COSTO TOTAL POR TRABAJADOR (\$)	COSTO TOTAL (\$)
5	15	15.07	226.05	1,130.25
COSTOS INDIRECTOS				
COSTO (\$/DIA)		NÚMERO DE DÍAS		COSTO TOTAL (\$)
18.50		15		277.50
COSTOS TOTALES				3,526.16
COSTO TOTAL DE OBRA CIVIL PARA BAÑOS EN 3 PARQUES (\$)				10,578.48

Tabla 231. Inversión de Obra civil para centros de información turística.

CENTROS DE INFORMACIÓN				
MATERIA PRIMA				
TIPO	CANT.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL POR MATERIAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Ladrillo	104	0.50	52.00	512.33
Bolsa de Cemento	6	7.57	45.42	
Sacos de arena	2	5.15	10.30	
Sacos de arenilla	1	7.4	7.40	
Varilla corrugada (6m)	2	5.50	11.00	
Alambre ($\phi = 5mm, 5 m$)	1	5.00	5.00	
Ladrillo para Piso (33x33cm)	7	2.30	16.10	
Polín de 3" (Tipo C) - Chapa 16	1	13.60	13.60	
Arquiteja	2	13.48	26.96	
Ventanas	3	41.75	125.25	
Lamina (m ²)	6	9.50	57.00	
Puerta	1	85.00	85.00	
Paquete de instalación eléctrica.	1	57.30	57.30	
MANO DE OBRA				
NUMERO DE TRABAJADORES	DÍAS	COSTO UNITARIO DIARIO (\$)	COSTO TOTAL POR TRABAJADOR (\$)	COSTO TOTAL (\$)
3	3	13.23	39.69	119.07
COSTOS INDIRECTOS				
COSTO (\$/DIA)		NÚMERO DE DÍAS		COSTO TOTAL (\$)
18.50		3		55.50
COSTOS TOTALES				686.90
COSTO TOTAL DE OBRA CIVIL PARA 2 CENTROS DE INFORMACIÓN (\$)				1,373.80

La inversión total en obra civil se muestra a continuación:

Tabla 232. Inversión en obra civil.

INVERSION EN OBRA CIVIL	COSTO TOTAL (\$)
Baños en parques	10,578.48
Local de venta de artesanías	1,740.68
Centros de información	1,373.80
TOTAL	13,692.96

✓ **MATERIAL Y EQUIPO**

Este rubro comprende todos aquellos relacionados con la adquisición del material y equipo indispensables para la prestación del servicio. A continuación, se presenta la cantidad requerida, el precio y la inversión total en la que tendrá que incurrir.

Tabla 233. Inversión en material y equipo.

TIPO	NOMBRE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Generales	Armario de almacenamiento	1	110.00	110.00
	Linterna	1	6.90	6.90
	Vallas publicitarias	20	200	4000.00
Mantenimiento	Carretilla	4	25.00	100.00
	Rastrillos metálicos	12	18.00	216.00
	Palas	8	15.00	120.00
	Azadón	8	20.00	160.00
	Piochas	8	14.50	116.00
	Cortagrama	4	35.40	141.60
	Escobas	20	3.75	75.00
	Recogedor	12	7.95	95.40
	Trapeador	12	2.10	25.20
	Brochas	16	2.00	32.00
	Rodillos	12	4.00	48.00
	Barriles	12	29.00	348.00
Servicio	Mesas de madera	14	15.00	210.00
	Sillas Plásticas	32	5.00	160.00
	Mesas Plásticas	8	8.00	64.00
	Basureros	19	24.00	456.00
	Cronometro deportivo	15	4.95	74.25
	Repisas	24	9.30	223.20
	Caja Registradora	4	61.00	244.00
Higiene	Lavamanos	27	19.95	538.65
	Inodoro	24	72.95	1750.80
	Baños portátiles	8	400.00	3200.00
	Basureros para baños	32	3.00	96.00

TIPO	NOMBRE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Higiene	Mingitorio	6	92.50	555.00
	Espejo para baño	2	25.50	51.00
	Porta Rollo Cromado	24	12.95	310.80
	Asiento para Inodoro	24	11.95	286.80
	Destapacaños	3	2.20	6.60
Primeros Auxilios	Botiquín portátil.	5	11.50	57.50
	Salvavidas	5	20.00	100.00
	Férula	5	6.30	31.50
	pinzas	5	2.78	13.90
	tijeras afiladas	5	3.96	19.80
	termómetro	1	12.00	12.00
TOTAL				14,055.90

✓ MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA

Estos activos se encuentran íntimamente relacionado con los procesos administrativos, a continuación, se muestra la inversión necesaria para dichos activos.

Los precios mostrados se obtuvieron a través de la página web de los almacenes Vidrí, Súper Selectos y cotizaciones realizadas a almacenes de venta de mobiliario y equipo electrónico.

Tabla 234. Inversión de mobiliario y equipo de oficina.

TIPO	REQUERIMIENTOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
EQUIPO	Laptop	1	650.00	650.00
	Computadora de escritorio	5	600.00	3000.00
	Impresora	1	55.00	55.00
	Teléfono	1	17.50	17.50
	Proyector	1	500.00	500.00
	Aire acondicionado	1	470.00	470.00
	Oasis	1	60.00	60.00
MOBILIARIO	Escritorio	3	125.00	375.00
	Silla de Escritorio	5	60.00	300.00
	Silla	4	15.00	60.00
	Mobiliario para computadora	1	70.00	70.00
	Estante para papelería	4	8.00	32.00
	Archivero	1	45.00	45.00
	Pizarra	1	110.00	110.00

TIPO	REQUERIMIENTOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
ACCESORIOS	Engrapadora	2	4.50	9.00
	Perforador de papel	2	2.50	5.00
	Saca grapas	2	1.50	3.00
	Almohadilla	2	2.00	4.00
	Sellos	1	12.00	12.00
EQUIPO DE MANTENIMIENTO	Basurero para oficina	4	3.00	12.00
	Trapeador	1	3.00	3.00
	Escoba	1	2.25	2.25
	Pala	1	2.00	2.00

TOTAL	5,796.75
--------------	-----------------

✓ EQUIPO DE SEÑALIZACIÓN

Este activo hace referencia a los diferentes tipos de señalización a instalar en interiores y exteriores de los recursos turísticos de la microrregión de Ahuachapán Norte.

Tabla 235. Inversión en señalización.

SEÑALIZACIÓN	CARACTERÍSTICA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Señales de información Reglamentarias	Normas en general	14	15.00	210.00
	Normas uso de piscinas	1	15.00	15.00
Señales informativas	Señales de baño	24	7.30	175.20
	Señal de piscina	1	15.00	15.00
	Señal de parque	4	15.00	60.00
	Señal de área de mesas.	7	15.00	105.00
	Señal de área de juegos	5	15.00	75.00
	Señal de área de duchas	1	15.00	15.00

SEÑALIZACIÓN	CARACTERÍSTICA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Señales informativas	Señal de cascada	1	15.00	15.00
	Señal de rio.	2	15.00	30.00
	Señal de parroquia.	4	15.00	60.00
	Señales de flecha	44	15.00	660.00
	Señales de senderismo	40	15.00	600.00
	Señal de bienvenida externa.	12	60.00	720.00
Señales de Prohibición	Prohibido el paso	5	7.30	36.50
	Prohibido fumar	24	7.30	175.20
	Agua no potable	16	7.30	116.80
	Prohibido comer y beber en esta zona.	10	7.30	73.00
Señales de Advertencia	Caída a distinto Nivel	13	9.90	128.70
	Peligro Alto Voltaje	8	18.30	146.40
	Deslizamiento	6	9.90	59.40
Señales de Evacuación	Evacuación flecha	34	7.30	248.20
	Punto de Reunión con pedestal	15	20.00	300.00
	Extintor	20	9.90	198.00

TOTAL 4,237.40

RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA TANGIBLE

La inversión fija tangible total, se muestra a continuación:

Tabla 236. Inversión fija tangible.

RUBRO	INVERSIÓN TOTAL (\$)
Obra Civil	13,692.96
Maquinaria y equipo	14055.90
Mobiliario y equipo de oficina	5796.75
Señalización	4237.40
TOTAL	37,783.01

1.2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE

En este rubro de inversión se incluyen a todos los gastos que se realizan en la fase pre operativa del proyecto que no sean identificados físicamente, es decir son las inversiones fijas no materiales contempladas en el plan, estas se dividirán de la siguiente manera.



Ilustración 172. Inversión fija intangible del plan.

✓ INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS PREVIOS

Consiste en la investigación que se lleva a cabo antes de ejecutar el plan, es decir los costos de la elaboración del plan de desarrollo turístico. Para este rubro se considerarán los costos presupuestados en el anteproyecto, el cual dio como resultado el siguiente costo.

Tabla 237. Inversión en estudios previos.

DESCRIPCIÓN	COSTO (\$)
Investigación y estudios previos	5,815.00

✓ ADMINISTRACIÓN DE LA IMPLANTACIÓN

Se incluyen los salarios del personal de la estructura organizativa de la administración del proyecto y también los recursos para ejecutar en forma adecuada todas las actividades necesarias para el buen funcionamiento de la propuesta y operación. Dicha información se encuentra mejor detallada en el plan de implantación.

Tabla 238. Inversión en administración de implantación del plan.

DESCRIPCIÓN	COSTO (\$)
Administración del plan de implantación	9,853.00

✓ SISTEMAS ADMINISTRATIVOS

Estos son los costos de la adquisición del sistema informático para la mejor operación de la microrregión, el cual se presentan a continuación:

Tabla 239. Inversión en sistema administrativo.

DESCRIPCIÓN	COSTO (\$)
Software de registros de visitantes y registro de satisfacción del cliente.	400.00

✓ CAPACITACIONES

A continuación, se presenta la inversión a realizar para la capacitación del personal y otros involucrados en la operación del plan de desarrollo turístico. El costo presentado es para capacitaciones con un grupo máximo de 20 personas.

Tabla 240. Inversión en Capacitaciones.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ANUAL	COSTO POR GRUPO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Marketing Turístico.	1	300.00	300.00
Servicio y atención al cliente.	1	300.00	300.00
Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible	2	300.00	600.00
Prácticas de inocuidad de alimentos.	2	300.00	600.00
Primeros Auxilios y evacuación	2	125.00	250.00
Guiado de grupos	2	200.00	400.00
Lenguaje de señas	10	50/5 personas	500.00
Segundo Idioma	10	100/5 personas	1000.00
TOTAL DE INVERSIÓN EN CAPACITACIONES (\$)			3,950.00

✓ REGISTRO DE MARCA

El monto del registro de marca consiste en los pagos que exige el Centro Nacional de Registros y la publicación en el Diario Oficial.

En la tabla siguiente se presentan los costos en los que se deberá incurrir para registrar la marca de la organización turística de Ahuachapán Norte.

Tabla 241. Inversión en registro de marca.

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL (\$)
Búsqueda de anterioridad	20.00
Publicación en Diario Oficial	11.50
Derechos de registro	120.00
TOTAL DE INVERSIÓN EN REGISTRO DE MARCA (\$)	151.50

RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE

La inversión fija intangible total, se muestra a continuación:

Tabla 242. Inversión fija intangible.

RUBRO	INVERSIÓN TOTAL (\$)
Investigación y estudios previos	5,815.00
Plan de implantación	9,853.00
Sistemas Administrativos	400.00
Capacitaciones	3950.00
Registro de marca	151.50
TOTAL	20,169.50

2. CAPITAL DE TRABAJO

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la organización para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como activo corriente (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

La organización para poder operar requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la organización a tiempo. Se considera que se necesitará de capital de trabajo para cubrir operaciones durante los primeros 4 meses de operación, debido a que en estos se presenta una demanda baja y el personal de la organización se encuentra en aprendizaje e inicio de implementaciones de los proyectos.

Para calcular el monto al cual asciende el capital de trabajo se deben considerar los siguientes aspectos:

- La política de inventario de insumos.
- La política de salarios (periodo de cancelación de los mismos).

Para el establecimiento del capital de trabajo se consideran los siguientes rubros:

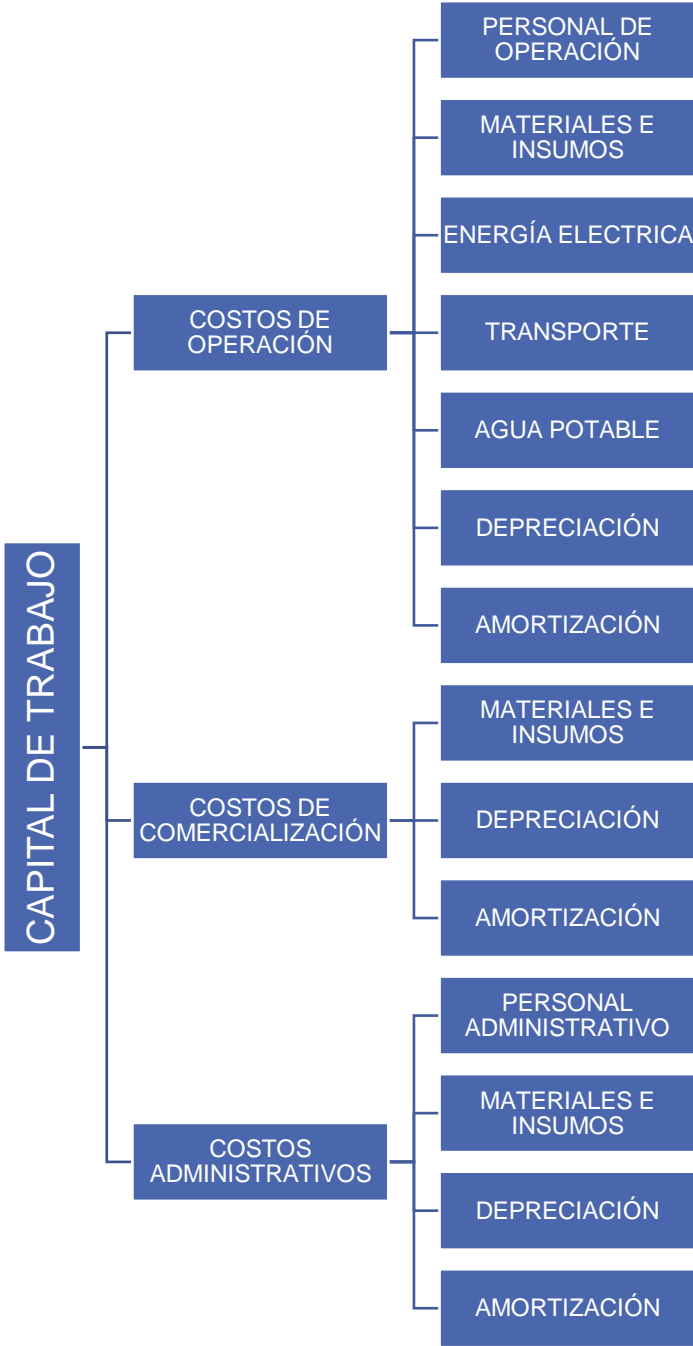


Ilustración 173. Rubros que conforman el capital de trabajo.

2.1. POLÍTICAS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE CAPITAL DE TRABAJO

A continuación, se definen las políticas que se utilizara al momento de operar.

✓ POLÍTICA DE INVENTARIO DE INSUMOS

Debido a que los insumos necesarios para la operación del proyecto no son de tipo perecedero a corto plazo, la política a establecer no es rígida, sin embargo, se considerará necesario mantener un Stock de insumos suficientes para la operación. La política de compra de insumos es la siguiente:

- Insumos de oficina tres veces al año.
- Insumos de publicidad, mantenimiento y seguridad 2 veces al año.

✓ POLÍTICA DE SALARIOS

La política de pago para el personal será la siguiente:

Para el personal administrativo y de operación se realizará la cancelación de su salario mensualmente, el día martes de la última semana del mes.

2.2. ESTABLECIMIENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO

A continuación, se presentan los rubros que se tomaron en cuenta para determinar el capital de trabajo, el capital de trabajo a considerar será para un ciclo de operación de 4 meses.

✓ COSTOS OPERATIVOS

A continuación, se presentan el resumen de los costos de operación para el inicio de operaciones de la unidad turística de la microrregión, los cuales han sido determinados en el apartado de costeo.

Tabla 243. Costos operativos para capital de trabajo.

RUBRO	COSTOS (\$)
PERSONAL DE OPERACIÓN.	21,626.67
MATERIALES E INSUMOS	814.92
ENERGÍA ELÉCTRICA.	458.56
TRANSPORTE	12,560.00
AGUA POTABLE	327.00
DEPRECIACIÓN	1123.68
AMORTIZACIÓN	1,176.20
TOTAL	38,087.03

✓ **COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN**

A continuación, se presentan el resumen de los costos de comercialización para el inicio de operaciones de la unidad turística de la microrregión, los cuales han sido determinados en el apartado de costeo.

Tabla 244. Costos de comercialización para capital de trabajo.

RUBRO	COSTOS (\$)
MATERIALES E INSUMOS	10,157.55
DEPRECIACIÓN	141.24
AMORTIZACIÓN	10.12
TOTAL	10,308.91

✓ **COSTOS ADMINISTRATIVOS**

A continuación, se presentan el resumen de los costos administrativos para el inicio de operaciones de la unidad turística de la microrregión, los cuales han sido determinados en el apartado de costeo.

Tabla 245. Costos operativos para capital de trabajo.

RUBRO	COSTOS (\$)
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN	2083.36
MATERIALES E INSUMOS	119.60
DEPRECIACIÓN	219.24
AMORTIZACIÓN	683.48
TOTAL	3105.68

2.3. CAPITAL DE TRABAJO TOTAL

Habiendo determinado los costos asociados a cada uno de los rubros de costo para establecer el capital de trabajo, se procede a realizar una totalización de costos, para determinar la inversión necesaria a realizar para el inicio de operaciones.

Tabla 246. Costos totales para capital de trabajo.

RUBRO	COSTOS (\$)
COSTOS OPERATIVOS	38,087.03
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	10,308.91
COSTOS ADMINISTRATIVOS	3105.68
TOTAL	51,501.62

3. INVERSIÓN TOTAL DE LA PROPUESTA

En el siguiente cuadro se representa el conglomerado de las inversiones necesarias junto con el capital de trabajo necesario para el desarrollo de la propuesta.

Tabla 247. Cuadro de inversiones del plan de desarrollo turístico.

DESCRIPCIÓN		MONTO (\$)	
Inversiones Fijas	Tangibles	Obra Civil	13,692.96
		Maquinaria y equipo	14055.90
		Mobiliario y equipo de oficina	5796.75
		Señalización	4237.40
	Total de inversión fija tangible		37,783.01
	Intangibles	Investigación y estudios previos	5,815.00
		Plan de implantación	9,853.00
		Sistemas Administrativos	400.00
		Capacitaciones	3950.00
		Registro de marca	151.50
Total de inversión fija intangible		20,169.50	
Total de inversiones fijas		57,952.51	
Capital de Trabajo	Costos operativos	38,087.03	
	Costos de comercialización	10,308.91	
	Costos administrativos	3105.68	
Total de Capital de Trabajo		51,501.62	
Inversión del proyecto		109,454.13	

POLÍTICAS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN:

- La inversión destinada para cada municipio, se realizará de manera proporcional, es decir que los 4 municipios deben resultar beneficiados. Por ejemplo: en los municipios de Turín y el refugio se realizará inversión para la incorporación de centros de información, en San Lorenzo el actual kiosco de información será remodelado y en el caso de Atiquizaya que cuenta con oficina de información se le incorporará equipo de oficina para la realización de labores de la oficina de unidad turística. Para el caso mencionado todos obtienen beneficios.
- En el caso que un proyecto genere impacto en uno o más municipios, futuros proyectos serán realizados en función del desarrollo turístico de los otros municipios, esto con el fin de que los beneficios sean para toda la región.

- Para la inversión del registro de marca será entre los 4 municipios debido a que la marca es para la microrregión.
- Para las capacitaciones al personal, estas se realizarán para miembros de la microrregión y la comunidad de los 4 municipios, en cantidades equitativas.
- El personal a contratar para la organización turística, puede pertenecer a los municipios de la microrregión.

INVERSIÓN EXTRA POR ALCALDÍA.

Atiquizaya

- Mobiliaria y Equipo para juego de la lotería.

EQUIPO	CANTIDAD	COSTO
Micrófono y equipo.	1	\$222.00
Canopies.	2	\$320.00
Sillas y mesas plásticas.	8 y 32 sillas.	\$336.00
<i>Total</i>		\$878.00

- Personal de mantenimiento de los recursos y parques (la alcaldía cuenta con ese personal ya contratado, solo tendría que planificar los días por recurso)
- Mantenimiento de señalización.

San Lorenzo, El Refugio y Turín.

- Personal de mantenimiento de los recursos y parques (las alcaldías cuentan con ese personal ya contratado, solo tendrían que planificar los días por recurso)
- Mantenimiento de señalización.



III. COSTOS DE LA PROPUESTA

III. COSTOS DE LA PROPUESTA

En general, los métodos de cálculo de costos son herramientas que se usan para identificar los gastos que involucran los procesos del negocio, como la fabricación, la prestación del servicio y las ventas. Debido a que existen diferentes tipos, es muy importante que la organización evalúe sus características clave y vea cuál se adapta mejor a su entorno.

1. TIPOS DE SISTEMA DE COSTO

✓ **ABSORCIÓN**

También conocido como costeo integral, su característica principal es que todos los gastos de operación, ya sean directos o indirectos, se tengan en cuenta al determinar el costo final de ventas. Es decir, los gastos por estructura, operación, etc., incluso si están relacionados indirectamente con el servicio, terminan influyendo en su costo final.

La ventaja de este método es que facilita la investigación del costo total de cada producto o servicio. Sin embargo, puede haber distorsiones en lo que se recolecta, lo que puede desequilibrar la distribución del ingreso de algunos productos.

✓ **VARIABLE**

ES un tipo de cálculo que solo utiliza información relacionada con los costos variables directos o indirectos, sin tener en cuenta los costos fijos. Es un método muy beneficioso si el propósito es determinar el margen de contribución de la organización o aclarar los costos del producto o servicio. Sin embargo, como desventaja, los datos encontrados no son útiles a largo plazo, y también son inadecuados para definir la contabilidad de la empresa.

✓ **ABC**

También conocido como Costo Basado en Actividades, este método está relacionado con las actividades de la organización y no con los productos o servicios. Es decir, para ello, los gastos de una empresa se deben a cómo se fabrican los bienes o como se realizan los servicios y no a lo que se produce o al servicio.

Por ejemplo, en una fábrica de piezas de automóviles, además de vender piezas, existen otras actividades responsables de dicha producción, como el ensamblaje, el embalaje, etc. Al utilizar este método, es posible medir la cantidad de estas actividades que se utilizan en la fabricación de estos productos.

Es el método ideal para identificar lo que realmente está vinculado a los costos, ya que puede medir los gastos y los gastos generales. Sin embargo, la compañía necesita tener una estandarización de sus procesos, y solo funciona si el objetivo es a largo plazo.

✓ **UNIDAD DE ESFUERZO DE PRODUCCIÓN (UEP)**

Este tipo de método utiliza un tipo de unidad para calcular una producción o servicio. Puede tomar productos de diferentes orígenes y medirlos por lo que tienen en común. Es decir, utiliza el mismo parámetro para determinar su costo; Por lo tanto, es posible tener una visión más amplia de las actividades comerciales.

Su ventaja radica en facilitar la evaluación de la capacidad productiva de la empresa y la rentabilidad de sus equipos. Sin embargo, solo sirve para medir la producción y no hay forma de medir pérdidas o desperdicios

✓ ESTÁNDAR

En esta metodología se hace una especie de anticipación del costo, es decir, se crea un margen de gastos antes de saber realmente cuáles son. Digamos que establece un ideal para ser alcanzado, por lo tanto, es posible gestionar y determinar las variaciones en el consumo de la organización.

Es muy útil para establecer el monto de gasto ideal que la organización debe alcanzar si está funcionando a la perfección. Sin embargo, debido a que no es un método que se basa en aplicaciones reales, puede que no ayude a la organización a mejorar su administración de costos.

2. SELECCIÓN DEL SISTEMA DE COSTOS

El sistema de costos por utilizar es el “*sistema de costes por absorción* “. Dicho sistema es el más utilizado para fines tanto internos como externos e incluso para la toma de decisiones, trata de incluir dentro del costo del producto todos los costos de la función productiva, independientemente de su comportamiento fijo o variable, dicho sistema de costeo servirá para la determinación de los costos unitarios.

El costeo por absorción es un método por el cual se aplica una parte de los gastos generales fijos a la prestación del servicio. Esto se hace con base en una unidad (visitante). Basta con dividir los costos fijos entre el número visitantes a atender en el período. El resultado es un costo por prestación de servicio por visitante.

VENTAJAS DEL SISTEMA DE COSTEO ABSORBENTE

- Este sistema no viola el “Principio del Periodo Contable”, ya que refleja los costos fijos al nivel de producción u operación realizada en un periodo determinado.
- La fijación de los precios se determina con base a costos de producción y costos de operación fijos y variables (costo total).
- El costeo absorbente o tradicional es universal o sea utilizable en todos los casos.
- Es el sistema aceptado por la profesión contable y el fisco; en virtud, de que es real el costo de operación o producción; no dando precios de espejismo o sea más bajos, pero no verdaderos, porque los costos fijos finalmente son absorbidos a través del precio de venta.
- Es útil en algunas tomas de decisiones, elección de alternativas, planeación de utilidades.
- Es aplicable en épocas de inflación, cambios de precios, devaluación, etc.

DESVENTAJAS DEL SISTEMA DE COSTEO ABSORBENTE

- Es compleja la obtención del Punto de Equilibrio; en virtud de que se tienen que hacer trabajos adicionales a la obtención de aquel (clasificación de los costos fijos y en variables)
- Los registros contables al integrar costos fijos y costos variables, dificulta el establecimiento de la combinación óptima de costo-volumen-utilidad.
- Dificulta el suministro de presupuestos confiables de costos fijos y costos variables.
- A la dirección de la organización se le dificulta la comprensión del efecto de los costos fijos sobre las utilidades; esto repercute para la toma de dediciones.

- No permite a la dirección de la organización efectuar el control de las fuentes que generan las utilidades.
- Complica la apreciación para aceptar o rechazar pedidos; ya que para dicha decisión sólo se requiere considerar los costos variables.

La estimación de los costos es un proceso que consiste en el desarrollo de una aproximación de los recursos monetarios que se necesitarán para completar las actividades que demandará el proyecto. Los costos se clasificarán de la siguiente manera:



Ilustración 174. Clasificación de los costos de la propuesta.

A continuación, se describe cada uno de estos costos de la propuesta:

Costos de Operación: son el conjunto de costos que son necesarios para la prestación del servicio. Ejemplo de estos costos son: Suministros diversos, servicios básicos, mantenimiento, salario del personal de operación, etc.

Costos de comercialización: son aquellos costos en que se incurren por actividades de comercialización y promoción del servicio, etc.

Costos de administración: Son aquellos costos en los que se incurre para la conducción general de la organización, incluye gastos de personal administrativo, depreciación de muebles y equipos dedicados a la administración.

Costos financieros: son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la organización necesita para su desenvolvimiento y funcionamiento operativo.

Dentro de los rubros que formaran parte de la clasificación de costos mostradas anteriormente, también se clasificaran en costos fijos y costos variables.

✓ **COSTOS FIJOS**

Los costos fijos son aquellos que no dependen del nivel de demanda, ni cambian en función a este, es decir se mantienen constantes.

✓ **COSTOS VARIABLES**

Los costos variables por su parte varían según el nivel de demanda, siendo mayores al incrementar el nivel de demanda.

PRORRATEO DE COSTOS

Prorratear consiste en el reparto de una cantidad entre diversos rubros, de acuerdo a la proporción que le corresponde a cada uno. El prorrateo, por lo tanto, es la distribución proporcional de algo en numerosas partes. Para los costos totales de los rubros identificados por medio del sistema de costeo absorbente se distribuirá en cada uno de los productos turísticos tomando como base de prorrateo la proporción de demanda proyectada obtenida en el estudio de mercado.

Se ha tomado como referencia la demanda para llevar a cabo el prorrateo, ya que, si bien se ofrecerán diferentes servicios en cada recorrido de las rutas propuestas, estos serán brindados directamente por los emprendedores y empresarios del sector turístico de la microrregión, y el servicio que preste la organización turística de la microrregión a los turistas en general por medio de cada recorrido es el mismo, es decir el servicio de logística para llevar a cabo la actividad turística.

Para cada uno de los rubros identificados, como lo son: operación, comercialización, administrativos y financieros, serán divididos sus costos de manera proporcional a la demanda proyectada que cada recorrido presente, ya que se considera que dichos costos serán mayoritariamente utilizados en la medida en que se brinde cada uno de los servicios presentando un mayor desgaste los que tengan una mayor demanda por parte de los turistas. La base para prorratear tomada en cuenta se muestra a continuación, cada porcentaje de participación representa la proporción de captación de demanda a la que se les venderá los recorridos turísticos

Tabla 248. Porcentajes de participación de ventas.

Producto turístico	Porcentaje de participación (%)
Cultural (Ruta senderos maya)	31.1
Aventura y ecoturismo (Ruta Entre Manantiales)	34.5
Agroturismo	14.2
Otros	20.2

A continuación, se presentan los diversos costos de la propuesta:

3. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS DE LA PROPUESTA

3.1. COSTOS DE OPERACIÓN

Los costos de operación son todos los costos necesarios para poder prestar los servicios. Los costos de operación los clasificaremos en los siguientes rubros:

- Personal de operación.
- Materiales e insumos.
- Energía Eléctrica.
- Agua potable.
- Depreciación.
- Amortización

Tabla 249. Rubros de los costos de operación.

RUBRO	DESCRIPCIÓN
Mano de obra de personal de Operación	Se refiere al personal de operación directo e indirecto, necesario para la prestación del servicio
Materiales e insumos	Estos se refieren al conjunto de materiales e insumos necesarios para la prestación del servicio.
Energía Eléctrica	Se refiere al consumo energético utilizado para el funcionamiento de cada uno de los equipos y maquinas existentes utilizadas en la prestación del servicio.
Agua potable	Se refiere a los costos incurridos por la compra de agua potable para el personal y a los costos de facturación de agua en los baños en los parques.
Transporte	Se incurrirá en gastos de transporte para realizar las diferentes gestiones de materiales, alianzas, etc., así como el transporte utilizado para los tours que se ofrecerán a los turistas.
Depreciación	Se refiere a la reducción (desgaste) del valor de un bien o una propiedad debido al uso, paso del tiempo, obsolescencia. En la propuesta se deberá depreciar el equipo, maquinaria, instalaciones, etc., es decir los activos fijos.
Amortización	Hace referencia a la pérdida de valor que registra cualquier elemento (activo o pasivo) con el paso del tiempo, de ahí que se defina como una manera de cuantificar la pérdida de valor. La amortización se calcula igual que la depreciación la diferencia es que la amortización hace referencia a los activos intangibles y diferidos.

2.1.1. PERSONAL DE OPERACIÓN

✓ PERSONAL DE OPERACIÓN DIRECTO

Se refiere a los salarios del personal que interviene de manera directa en el proceso de prestación del servicio. Los encargados de comité, de centros de información y de quioscos de artesanías, serán contratados bajo lineamientos de un contrato de trabajo elaborado por la organización turística de la microrregión, al cual se les asignara el salario fijo mostrado en la siguiente tabla, a estos se les descontara AFP y seguro social.

A continuación, se muestran los salarios y el monto total anual en que se incurre por este rubro, de costos fijos, ya que el personal mostrado en la siguiente tabla no depende de la demanda de turista que se reciba.

Tabla 250. Personal de Operación Directo.

PERSONAL	CANTIDAD	SALARIO MENSUAL (\$)	MESES TRABAJADOS	TOTAL MENSUAL (\$)	TOTAL ANUAL (\$)
Encargado de comité	4	400.00	12	1600	19200
Encargados de centros de información.	4	300.00	12	1200	14400
Encargados de quiosco de artesanías	4	300.00	12	1200	14400
Aguinaldo (0.5 del salario mensual)					2,000
Total de costo anual de salario de personal de operación directo					50,000

Obtenido el costo fijo debido al personal de operación directo, se procede a prorratear dicho costo entre los productos turísticos de acuerdo a su porcentaje de participación.

Tabla 251. Costos fijos prorrateados debido al personal de operación directo.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO (\$)	OTROS (\$)	COSTO FIJO (\$)
Enero año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67
Febrero año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO (\$)	OTROS (\$)	COSTO FIJO (\$)
Marzo año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67
Abril año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67
Mayo año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67
Junio año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67
Julio año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67
Agosto año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67
Septiembre año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67
Octubre año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67
Noviembre año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67
Diciembre año 1	1295.83	1437.50	591.67	841.67	4,166.67
Año 1	15550.00	17250.00	7100.00	10100.00	50,000.00
Año 2	15550.00	17250.00	7100.00	10100.00	50,000.00
Año 3	15550.00	17250.00	7100.00	10100.00	50,000.00
Año 4	15550.00	17250.00	7100.00	10100.00	50,000.00
Año 5	15550.00	17250.00	7100.00	10100.00	50,000.00

Dentro del personal de operación directo también se incluirá a los **guías turísticos**, la cantidad de estos dependerá del nivel de demanda, por lo cual el salio de este será considerado como un costo variable. Los servicios de estos serán requeridos principalmente fines de semana y días festivos, sin embargo, se podrá solicitar el servicio de estos otros días, al notificarles con previa anticipación. El pago por sus servicios será de \$10.00 al día.

El número de guías turísticos requeridos mensual es variable, se realizó una estimación de la cantidad a solicitar, la cual se muestra a continuación:

Tabla 252. Proyección de guías turísticos a necesitar.

PERIODO	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA OBJETIVO (30%)	DEMANDA A CAPTAR (30%)	RUTA SENDEROS MAYA (31.1%)			RUTA ENTRE MANANTIALES (34,5%)			PRODUCTO AGROTURÍSTICO (14.2%)			OTROS (20.2%)			TOTAL GUÍAS TURÍSTICOS
				DEMANDA	GRUPOS	GUÍAS TURÍSTICOS	DEMANDA	GRUPOS	GUÍAS TURÍSTICOS	DEMANDA	GRUPOS	GUÍAS TURÍSTICOS	DEMANDA	GRUPOS	GUÍAS TURÍSTICOS	
Enero año 1	22800	6840	2052	638	32	2	708	35	3	291	15	1	415	21	1	7
Febrero año 1	31920	9576	2873	893	45	3	991	50	4	408	20	2	580	29	2	11
Marzo año 1	68400	20520	6156	1915	96	6	2124	106	7	874	44	3	1244	62	4	20
Abril año 1	38760	11628	3488	1085	54	4	1203	60	4	495	25	2	705	35	2	12
Mayo año 1	34200	10260	3078	957	48	3	1062	53	4	437	22	2	622	31	2	11
Junio año 1	31920	9576	2873	893	45	3	991	50	4	408	20	2	580	29	2	11
Julio año 1	27360	8208	2462	766	38	3	850	42	3	350	17	2	497	25	2	10
Agosto año 1	59280	17784	5335	1659	83	6	1841	92	6	758	38	3	1078	54	3	18
Septiembre año 1	27360	8208	2462	766	38	3	850	42	3	350	17	2	497	25	2	10
Octubre año 1	29640	8892	2668	830	41	3	920	46	3	379	19	2	539	27	2	10
Noviembre año 1	34200	10260	3078	957	48	3	1062	53	4	437	22	2	622	31	2	11
Diciembre año 1	50160	15048	4514	1404	70	5	1557	78	5	641	32	2	912	46	3	15
Año 1	456000	136800	41040	12763	638	44	14159	708	50	5828	291	24	8290	415	27	145
Año 2	510720	153216	45965	14295	715	45	15858	793	50	6527	326	24	9285	464	29	148
Año 3	551578	165474	49642	15439	772	49	17127	856	54	7049	352	24	10028	501	31	158
Año 4	590188	177057	53117	16519	826	52	18325	916	58	7543	377	24	10730	536	34	168
Año 5	637403	191221	57366	17841	892	56	19791	990	62	8146	407	26	11588	579	36	180

Los datos mostrados en la tabla anterior, se obtuvieron de la siguiente forma:

De los datos de obtenidos en el estudio de mercado de demanda proyectada, se calculó la demanda objetivo, la cual representa el 30% de la demanda proyectada, el cual involucra a las personas que realizarían recorridos turísticos con operadores de turismo o por medio de excursiones. Cabe aclarar que también se atenderá y es objetivo de la microrregión la cantidad de personas que realizan turismo en la microrregión de manera independiente, pero estos son las que no solicitaran guías turísticos.

De la cantidad de personas que requieren un tour o excursiones la proporción de personas a captar por la microrregión es del 30%, luego se procedió a calcular la cantidad de personas que solicitarían cada uno de los productos turísticos por medio del porcentaje de participación mostrado anteriormente.

Finalmente, con la demanda de cada ruta, se procedió a calcular la cantidad de grupos a atender (20 personas pro grupo), y considerando que un guía hace 16 recorridos al mes, dos recorridos al día, se determinó la cantidad de guías turísticos mensuales necesarios y anuales.

Habiendo calculado la cantidad de guías turísticos necesarios se procede a calcular el costo incurrido por el salario de los guías turísticos, el cual se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 253. Salario de los guías turísticos.

PERIODO	RUTA SENDEROS MAYA (31.1%)		RUTA ENTRE MANANTIALES (34,5%)		PRODUCTO AGROTURÍSTICO (14.2%)		OTROS (20.2%)		COSTO TOTAL VARIABLE (\$)
	GUÍAS TURÍSTICOS	SALARIO (\$)	GUÍAS TURÍSTICOS	SALARIO (\$)	GUÍAS TURÍSTICOS	SALARIO (\$)	GUÍAS TURÍSTICOS	SALARIO (\$)	
Enero año 1	2	160.00	3	240.00	1	80.00	1	80.00	560.00
Febrero año 1	3	240.00	4	320.00	2	160.00	2	160.00	880.00
Marzo año 1	6	480.00	7	560.00	3	240.00	4	320.00	1600.00
Abril año 1	4	320.00	4	320.00	2	160.00	2	160.00	960.00
Mayo año 1	3	240.00	4	320.00	2	160.00	2	160.00	880.00
Junio año 1	3	240.00	4	320.00	2	160.00	2	160.00	880.00
Julio año 1	3	240.00	3	240.00	2	160.00	2	160.00	800.00
Agosto año 1	6	480.00	6	480.00	3	240.00	3	240.00	1440.00
Septiembre año 1	3	240.00	3	240.00	2	160.00	2	160.00	800.00
Octubre año 1	3	240.00	3	240.00	2	160.00	2	160.00	800.00
Noviembre año 1	3	240.00	4	320.00	2	160.00	2	160.00	880.00
Diciembre año 1	5	400.00	5	400.00	2	160.00	3	240.00	1200.00
Año 1	44	3520.00	50	4000.00	24	1920.00	27	2160.00	11600.00
Año 2	45	3600.00	50	4000.00	24	1920.00	29	2320.00	11840.00
Año 3	49	3920.00	54	4320.00	24	1920.00	31	2480.00	12640.00
Año 4	52	4160.00	58	4640.00	24	1920.00	34	2720.00	13440.00
Año 5	74	5920.00	62	6560.00	26	2720.00	36	2880.00	18080.00

✓ PERSONAL INDIRECTO

Los salarios de los trabajadores indirectos se pagarán mensualmente. En este rubro se encuentre el personal de vigilancia y de mantenimiento. El salario del personal de mantenimiento y vigilancia será cargado a las alcaldías.

2.1.2. MATERIALES E INSUMOS

A continuación, se presentan los diversos costos anuales en que se incurren por la adquisición de materiales e insumos para la prestación de servicio. Estos costos serán considerados como fijos.

Tabla 254. Costos de materiales e insumos de operación.

TIPO	REQUERIMIENTOS	CANT	FRECUENCIA ANUAL	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD	Cubeta de Pintura de aceite	6	2	75.00	900.00
	Cubeta de Pintura de agua	6	2	62.50	750.00
	Solvente (Galón)	1	2	3.00	6.00
	Cajas de Guantes.	6	2	5.00	60.00
	Paquetes de bolsas para basura	30	2	1.00	60.00
	Par de guantes de seguridad	8	2	12.00	192.00
	Kit para primeros auxilios y emergencias	5	2	35.00	350.00
	Lazos	10	2	3.75	75.00
	Baterías (3V)	4	2	1.50	12.00
	Baterías (LR44)	20	2	1.00	40.00
TOTAL					2,445

Una vez determinado el costo en el que se incurre por materiales e insumos de operación se procede a prorratarlos en los productos turísticos, de acuerdo con el porcentaje de participación de estos en la demanda.

Tabla 255. Prorrates de costos de materiales e insumos de operación.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO (\$)	OTROS (\$)	COSTO FIJO (\$)
Enero año 1	63.36	70.29	28.93	41.15	203.73
Febrero año 1	63.36	70.29	28.93	41.15	203.73
Marzo año 1	63.36	70.29	28.93	41.15	203.73
Abril año 1	63.36	70.29	28.93	41.16	203.74
Mayo año 1	63.36	70.29	28.93	41.16	203.75
Junio año 1	63.36	70.29	28.93	41.16	203.75
Julio año 1	63.36	70.29	28.93	41.16	203.75
Agosto año 1	63.36	70.29	28.93	41.16	203.75
Septiembre año 1	63.36	70.30	28.93	41.16	203.76
Octubre año 1	63.36	70.30	28.94	41.16	203.77
Noviembre año 1	63.36	70.30	28.94	41.16	203.77
Diciembre año 1	63.36	70.30	28.94	41.16	203.77
Año 1	760.40	843.52	347.19	493.89	2445.00
Año 2	760.40	843.52	347.19	493.89	2445.00
Año 3	760.40	843.52	347.19	493.89	2445.00
Año 4	760.40	843.52	347.19	493.89	2445.00
Año 5	760.40	843.52	347.19	493.89	2445.00

2.1.3. COSTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

La energía eléctrica es importante para la operación del proyecto. El costo total de energía eléctrica anual es el siguiente:

Tarifa de consumo energético CLESA/AES: \$0.13364/kW.

Tabla 256. Costos de Consumo de energía Eléctrica.

EQUIPO	CANT	POTENCIA (KW)	HORAS DE USO/ MES	KW/MES	COSTO DE ENERGÍA (\$/MES)
Lampara	24	0.009	200	43.2	5.77
Focos	4	0.006	180	4.32	0.58
Computadora (CPU, monitor, impresor)	5	0.5894	140	412.58	55.14
Cardador de dispositivos electrónicos móviles.	8	0.2	140	224	29.94
Cargador de laptop	1	0.045	60	2.7	0.36
Aire acondicionado	1	0.4	168	67.2	8.98
Teléfono	1	0.005	230	1.15	0.15
Oasis	1	0.51	200	102	13.63
Proyector	1	0.050	14	0.7	0.09
TOTAL					114.64
TOTAL ANUAL					1,375.68

Una vez determinado el costo en el que se incurre por energía eléctrica, se procede a prorratearlos en los productos turísticos, de acuerdo con el porcentaje de participación de estos en la demanda.

Tabla 257. Prorrato de costos de energía eléctrica.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS 20.2% (\$)	COSTO FIJO (\$)
Enero año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64
Febrero año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64
Marzo año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64
Abril año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64
Mayo año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS 20.2% (\$)	COSTO FIJO (\$)
Junio año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64
Julio año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64
Agosto año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64
Septiembre año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64
Octubre año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64
Noviembre año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64
Diciembre año 1	35.65	39.55	16.28	23.16	114.64
Año 1	427.84	474.61	195.35	277.89	1375.68
Año 2	427.84	474.61	195.35	277.89	1375.68
Año 3	427.84	474.61	195.35	277.89	1375.68
Año 4	427.84	474.61	195.35	277.89	1375.68
Año 5	427.84	474.61	195.35	277.89	1375.68

2.1.4. TRANSPORTE

Conociendo las necesidades de combustible para la movilización para realizar gestiones de alianzas, compras y otras actividades, se designará un monto semana de \$10.00 para gasolina, este costo será fijo. También en este rubro se toma en cuenta el alquiler de unidades de transporte para la realización de tours, la cantidad de unidades a alquilar depende del nivel de demanda por lo cual este costo se considerará variables.

Los costos fijos anuales de transporte son:

Tabla 258. Costos fijos de transporte.

PERSONAL	CANTI	FRECUENCIA MENSUAL	TOTAL MENSUAL (\$)
Gasolina para transporte de trámite varios. (Vale por \$10.00)	1	4	40.00
TOTAL			40.00
TOTAL ANUAL			480.00

Tabla 259. Costos fijos de transporte.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO (\$)	OTROS (\$)	COSTO FIJO (\$)
Enero año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Febrero año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Marzo año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Abril año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Mayo año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Junio año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Julio año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Agosto año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Septiembre año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Octubre año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Noviembre año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Diciembre año 1	12.44	13.80	5.68	8.08	40.00
Año 1	149.28	165.6	68.16	96.96	480.00
Año 2	149.28	165.6	68.16	96.96	480.00
Año 3	149.28	165.6	68.16	96.96	480.00
Año 4	149.28	165.6	68.16	96.96	480.00
Año 5	149.28	165.6	68.16	96.96	480.00

A continuación, se muestran el cálculo de cantidad de unidades de transporte necesarias para la prestación del servicio y los costos variables de transporte debido al alquiler.

Tabla 260. Cantidad de unidades de transporte necesarias, según demanda proyectada.

MES	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA OBJETIVO (30%)	DEMANDA A CAPTAR (30%)	RUTA SENDEROS MAYA (31.1%)			RUTA ENTRE MANANTIALES (34,5%)			PRODUCTO AGROTURÍSTICO (14.2%)			OTROS (20.2%)			TOTAL UNIDADES DE TRANSPORTE
				DEMANDA	GRUPOS	UNIDADES DE TRANSPORTE	DEMANDA	GRUPOS	UNIDADES DE TRANSPORTE	DEMANDA	GRUPOS	UNIDADES DE TRANSPORTE	DEMANDA	GRUPOS	UNIDADES DE TRANSPORTE	
Enero año 1	22800	6840	2052	638	32	2	708	35	3	291	15	1	415	21	1	7
Febrero año 1	31920	9576	2873	893	45	3	991	50	4	408	20	2	580	29	2	11
Marzo año 1	68400	20520	6156	1915	96	6	2124	106	7	874	44	3	1244	62	4	20
Abril año 1	38760	11628	3488	1085	54	4	1203	60	4	495	25	2	705	35	2	12
Mayo año 1	34200	10260	3078	957	48	3	1062	53	4	437	22	2	622	31	2	11
Junio año 1	31920	9576	2873	893	45	3	991	50	4	408	20	2	580	29	2	11
Julio año 1	27360	8208	2462	766	38	3	850	42	3	350	17	2	497	25	2	10
Agosto año 1	59280	17784	5335	1659	83	6	1841	92	6	758	38	3	1078	54	3	18
Septiembre año 1	27360	8208	2462	766	38	3	850	42	3	350	17	2	497	25	2	10
Octubre año 1	29640	8892	2668	830	41	3	920	46	3	379	19	2	539	27	2	10
Noviembre año 1	34200	10260	3078	957	48	3	1062	53	4	437	22	2	622	31	2	11
Diciembre año 1	50160	15048	4514	1404	70	5	1557	78	5	641	32	2	912	46	3	15
Año 1	456000	136800	41040	12763	638	44	14159	708	50	5828	291	24	8290	415	27	145
Año 2	510720	153216	45965	14295	715	45	15858	793	50	6527	326	24	9285	464	29	148
Año 3	551578	165474	49642	15439	772	49	17127	856	54	7049	352	24	10028	501	31	158
Año 4	590188	177057	53117	16519	826	52	18325	916	58	7543	377	24	10730	536	34	168
Año 5	637403	191221	57366	17841	892	56	19791	990	62	8146	407	26	11588	579	36	180

Para obtener los costos variables de transporte se debe considerar la demanda, por lo cual se realiza el mismo análisis realizado para obtener la cantidad de guías de turista, considerando la demanda objetivo, la proporción de esa demanda a captar y el porcentaje de participación por ruta. Los resultados se muestran en la tabla anterior.

Seguidamente se procede a calcular los costos en los que se incurrirá por el arrendamiento de las unidades de transporte. Considerando que el alquiler de una unidad de transporte, con el motorista, tendrá un costo de \$85.00.

Tabla 261. Costos variables de transporte.

PERIODO	RUTA SENDEROS MAYA (31.1%)		RUTA ENTRE MANANTIALES (34,5%)		PRODUCTO AGROTURÍSTICO (14.2%)		OTROS (20.2%)		COSTO TOTAL VARIABLE (\$)
	UNIDADES DE TRANSPORTE	COSTO (\$)	UNIDADES DE TRANSPORTE	COSTO (\$)	UNIDADES DE TRANSPORTE	COSTO (\$)	GUIAS TURÍSTICOS	COSTO (\$)	
Enero año 1	2	170.00	3	255.00	1	85.00	1	85.00	595.00
Febrero año 1	3	255.00	4	340.00	2	170.00	2	170.00	935.00
Marzo año 1	6	510.00	7	595.00	3	255.00	4	340.00	1700.00
Abril año 1	4	340.00	4	340.00	2	170.00	2	170.00	1020.00
Mayo año 1	3	255.00	4	340.00	2	170.00	2	170.00	935.00
Junio año 1	3	255.00	4	340.00	2	170.00	2	170.00	935.00
Julio año 1	3	255.00	3	255.00	2	170.00	2	170.00	850.00
Agosto año 1	6	510.00	6	510.00	3	255.00	3	255.00	1530.00
Septiembre año 1	3	255.00	3	255.00	2	170.00	2	170.00	850.00
Octubre año 1	3	255.00	3	255.00	2	170.00	2	170.00	850.00
Noviembre año 1	3	255.00	4	340.00	2	170.00	2	170.00	935.00
Diciembre año 1	5	425.00	5	425.00	2	170.00	3	255.00	1275.00
Año 1	44	3740.00	50	4250.00	24	2040.00	27	2295.00	12325.00
Año 2	45	3825.00	50	4250.00	24	2040.00	29	2465.00	12580.00
Año 3	49	4165.00	54	4590.00	24	2040.00	31	2635.00	13430.00
Año 4	52	4420.00	58	4930.00	24	2040.00	34	2890.00	14280.00
Año 5	74	6290.00	62	5270.00	26	2210.00	36	3060.00	16830.00

2.1.5. AGUA POTABLE

La organización tendrá necesidades particulares de agua potable, esto para que pueda ser utilizada por el personal administrativo, a continuación, se muestra los requerimientos de agua mensuales correspondientes al consumo mensual.

Tabla 262. Costos de consumo de agua.

PERSONAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	TOTAL MENSUAL (\$)
Agua envasada	5	1.75	8.75
Consumo de agua en oficina de la organización	1	7.00	7.00
Consumo de agua en baños de parques	3	22.00	66.00
TOTAL			81.75
TOTAL ANUAL			981.00

Una vez determinado el costo en el que se incurre por consumo de agua, se procede a prorratarlos en los productos turísticos, de acuerdo con el porcentaje de participación de estos en la demanda.

Tabla 263. Prorrateso de costos fijos de consumo de agua.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS 20.2% (\$)	COSTO FIJO (\$)
Enero año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Febrero año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Marzo año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Abril año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Mayo año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Junio año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Julio año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Agosto año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Septiembre año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Octubre año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Noviembre año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Diciembre año 1	25.42	28.20	11.61	16.51	81.75
Año 1	305.09	338.45	139.30	198.16	981.00
Año 2	305.09	338.45	139.30	198.16	981.00
Año 3	305.09	338.45	139.30	198.16	981.00
Año 4	305.09	338.45	139.30	198.16	981.00
Año 5	305.09	338.45	139.30	198.16	981.00

2.1.6. DEPRECIACIÓN

Como parte fundamental de la estructura de costos se encuentra la depreciación, la cual influye directamente en todos los activos del plan. Para el análisis de depreciación de la propuesta se utilizará el método de depreciación de la línea recta, para ello es importante tener en cuenta la siguiente simbología.

P: precio

n: vida útil del activo

VR: valor de recuperación

D: depreciación anual del bien

Para poder determinar la depreciación de todos los activos del proyecto se utilizará la siguiente fórmula.

$$D = \frac{P - VR}{n}$$

A continuación, se presenta el costo anual por depreciación de los equipos es:

Tabla 264. Costo de depreciación del equipo de operación.

TIPO	NOMBRE	CANT	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	VIDA ÚTIL	VR	D
Generales	Armario de almacenamiento	1	110.00	110.00	5	5.00	21.00
	Linterna	1	6.90	6.90	2	0.00	3.45
	Vallas publicitarias	20	200.00	4000.00	2	0.00	2000.00
Mantenimiento	Carretilla	4	25.00	100.00	5	8.00	18.40
	Rastrillos metálicos	12	18.00	216.00	3	24.00	64.00
	Palas	8	15.00	120.00	3	8.00	37.33
	Azadón	8	20.00	160.00	3	8.00	50.67
	Piochas	8	14.50	116.00	3	8.00	36.00
	Corta grama	4	35.40	141.60	5	8.00	26.72
	Escobas	20	3.75	75.00	2	0.00	37.50
	Recogedor	12	7.95	95.40	2	0.00	47.70
	Trapeador	12	2.10	25.20	2	0.00	12.60
	Brochas	16	2.00	32.00	2	0.00	16.00
	Rodillos	12	4.00	48.00	2	0.00	24.00
	Barriles	12	29.00	348.00	7	36.00	44.57

TIPO	NOMBRE	CANT	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	VIDA ÚTIL (AÑOS)	VR (%)	D (\$)
Servicio	Mesas de madera	14	15.00	210.00	5	0.00	42.00
	Sillas Plásticas	32	5.00	160.00	5	0.00	32.00
	Mesas Plásticas	8	8.00	64.00	5	0.00	12.80
	Basureros	19	24.00	456.00	10	19.00	43.70
	Cronometro deportivo	15	4.95	74.25	5	3.75	14.10
	Repisas	24	9.30	223.20	5	0.00	44.64
	Caja Registradora	4	61.00	244.00	10	20.00	22.40
Higiene	Lavamanos	27	19.95	538.65	10	54.00	48.47
	Inodoro	24	72.95	1750.80	15	54.00	113.12
	Baños portátiles	8	400.00	3200.00	10	16.00	318.40
	Basureros para baños	32	3.00	96.00	3	0.00	32.00
	Mingitorio	6	92.50	555.00	10	12.00	54.30
	Espejo para baño	2	25.50	51.00	10	0.00	5.10
	Porta Rollo Cromado	24	12.95	310.80	7	21.00	41.40
	Asiento para Inodoro	24	11.95	286.80	5	0.00	57.36
	Destapacaños	3	2.20	6.60	3	0.00	2.20
Primeros Auxilios	Botiquín portátil.	5	11.50	57.50	5	0.00	11.50
	Salvavidas	5	20.00	100.00	4	0.00	25.00
	Férula	5	6.30	31.50	4	0.00	7.88
	pinzas	5	2.78	13.90	5	0.00	2.78

TOTAL DE DEPRECIACIÓN ANUAL

3,371.08

El costo anual por depreciación del equipo de operación es de \$3,371.08. Pero este costo se prorrateará en los tres productos turísticos, para no sobrecargar más a un producto que a otros, para realizar el prorrateo se tomará como base la participación en la demanda de cada producto, resultando de la siguiente manera:

Tabla 265. Prorrates de la depreciación de equipo de operación.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS 20.2% (\$)	COSTO FIJO TOTAL (\$)
Enero año 1	87.37	96.92	39.89	56.74	280.92
Febrero año 1	87.37	96.92	39.89	56.74	280.92
Marzo año 1	87.37	96.92	39.89	56.74	280.92
Abril año 1	87.37	96.92	39.89	56.74	280.92
Mayo año 1	87.37	96.92	39.89	56.74	280.92
Junio año 1	87.37	96.92	39.89	56.74	280.92
Julio año 1	87.37	96.92	39.89	56.74	280.92
Agosto año 1	87.37	96.92	39.89	56.74	280.92
Septiembre año 1	87.37	96.92	39.89	56.75	280.93
Octubre año 1	87.37	96.92	39.89	56.75	280.93
Noviembre año 1	87.37	96.92	39.89	56.75	280.93
Diciembre año 1	87.37	96.92	39.89	56.75	280.93
Año 1	1048.44	1163.04	478.68	680.92	3371.08
Año 2	1048.44	1163.04	478.68	680.92	3371.08
Año 3	1048.44	1163.04	478.68	680.92	3371.08
Año 4	1048.44	1163.04	478.68	680.92	3371.08
Año 5	1048.44	1163.04	478.68	680.92	3371.08

2.1.7. AMORTIZACIÓN

La amortización hace referencia a la pérdida de valor que registra cualquier elemento (activo o pasivo) con el paso del tiempo, de ahí que se defina como una manera de cuantificar la pérdida de valor. El término amortizar se define como la manera de distribuir el coste de una inversión como gasto durante los periodos en los que esa inversión va a permitir conseguir ingresos. En este sentido, para un activo la amortización (contable) será el disminución o pérdida de valor a lo largo del tiempo, mientras que para un pasivo se refiere a la disminución del crédito, de la deuda.

La amortización se enfoca a los activos intangibles y diferidos; sin embargo existen algunas excepciones de activos tangibles como los terrenos, obras civiles y mejoras a instalaciones.

En el costeo del plan de desarrollo turístico los rubros a amortizar, para los costos de operación son:

- ✓ Obra civil
- ✓ Capacitaciones

El rubro de investigación y estudios previos no se amortizará debido a que este costo no se cargara a la organización turística de la microrregión de Ahuachapán Norte, debido a que se realizaron ad honoren.

La inversión de obra civil es de \$13,692.96. Según la Ley de Renta³⁵, en el artículo 30, las edificaciones se deprecian el 5% cada año, desde el primer año. En este caso se mostrarán los costos de amortización para 5 años. El costo de amortización de los demás rubros se realizará para 5 años, dividiendo la cantidad del monto total entre el número de años.

Tabla 266. Amortización de costos de operación.

RUBRO		OBRA CIVIL (\$)	CAPACITACIONES (%)	TOTAL
INVERSIÓN		13,692.96	3,950.00	17,642.96
AMORTIZACIÓN	MENSUAL	57.06	65.83	122.89
	AÑO 1	684.65	790.00	1474.65
	AÑO 2	684.65	790.00	1474.65
	AÑO 3	684.65	790.00	1474.65
	AÑO 4	684.65	790.00	1474.65
	AÑO 5	684.65	790.00	1474.65

³⁵ <http://pdba.georgetown.edu/Parties/ElSalvador/Leyes/LeyRenta.pdf>

Determinado el costo por amortización, se prorrateará en los tres productos turísticos, para no sobrecargar más a un producto que a otros, para realizar el prorrateo se tomará como base la participación en la demanda de cada producto, resultando de la siguiente manera:

Tabla 267. Prorrateo de costo por amortización.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS 20.2% (\$)	COSTO FIJO TOTAL (\$)
Enero año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Febrero año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Marzo año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Abril año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Mayo año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Junio año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Julio año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Agosto año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Septiembre año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Octubre año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Noviembre año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Diciembre año 1	38.22	42.40	17.45	24.82	122.89
Año 1	458.62	508.75	209.40	297.88	1474.65
Año 2	458.62	508.75	209.40	297.88	1474.65
Año 3	458.62	508.75	209.40	297.88	1474.65
Año 4	458.62	508.75	209.40	297.88	1474.65
Año 5	458.62	508.75	209.40	297.88	1474.65

2.1.8. COSTOS DE OPERACIÓN TOTALES

Anteriormente se presentaron los costos de operación totales para cada rubro. A continuación, se muestra el resumen de todos los costos de operación requeridos mensual para el primer año de operación y anual para los primeros 5 años, clasificados como fijos y variables, para cada producto turístico.

Tabla 268. Costos de operación de producto cultural (Ruta senderos maya).

PERIODO	COSTOS FIJOS DE OPERACIÓN							COSTOS VARIABLES DE OPERACIÓN		TOTAL (\$)
	SALARIO (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	ENERGÍA ELÉCTRICA (\$)	TRANSPORTE (\$)	AGUA (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	SALARIO (\$)	TRANSPORTE (\$)	
MES 1	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	160	170	1888.29
MES 2	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	240	255	2053.29
MES 3	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	480	510	2548.29
MES 4	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	320	340	2218.29
MES 5	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	240	255	2053.29
MES 6	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	240	255	2053.29
MES 7	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	240	255	2053.29
MES 8	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	480	510	2548.29
MES 9	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	240	255	2053.29
MES 10	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	240	255	2053.29
MES 11	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	240	255	2053.29
MES 12	1295.83	63.36	35.65	12.44	25.42	87.37	38.22	400	425	2383.29
AÑO 1	15550.00	760.40	427.84	149.28	305.09	1048.44	458.62	3520	3740	25959.67
AÑO 2	15550.00	760.40	427.84	149.28	305.09	1048.44	458.62	3600	3825	26124.67
AÑO 3	15550.00	760.40	427.84	149.28	305.09	1048.44	458.62	3920	4165	26784.67
AÑO 4	15550.00	760.40	427.84	149.28	305.09	1048.44	458.62	4160	4420	27279.67
AÑO 5	15550.00	760.40	427.84	149.28	305.09	1048.44	458.62	5920	6290	30909.67

Tabla 269. Costos de operación de producto de aventura y ecoturismo (Ruta entre manantiales).

PERIODO	COSTOS FIJOS DE OPERACIÓN							COSTOS VARIABLES DE OPERACIÓN		TOTAL (\$)
	SALARIO (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	ENERGÍA ELÉCTRICA (\$)	TRANSPORTE (\$)	AGUA (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	SALARIO (\$)	TRANSPORTE (\$)	
MES 1	1437.50	70.29	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	240	255	2223.66
MES 2	1437.50	70.29	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	320	340	2388.66
MES 3	1437.50	70.29	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	560	595	2883.66
MES 4	1437.50	70.29	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	320	340	2388.66
MES 5	1437.50	70.29	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	320	340	2388.66
MES 6	1437.50	70.29	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	320	340	2388.66
MES 7	1437.50	70.29	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	240	255	2223.66
MES 8	1437.50	70.29	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	480	510	2718.66
MES 9	1437.50	70.3	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	240	255	2223.67
MES 10	1437.50	70.3	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	240	255	2223.67
MES 11	1437.50	70.3	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	320	340	2388.67
MES 12	1437.50	70.3	39.55	13.80	28.2	96.92	42.40	400	425	2553.67
AÑO 1	17250	843.52	474.61	165.6	338.45	1163.04	508.75	4000	4250	28993.97
AÑO 2	17250	843.52	474.61	165.6	338.45	1163.04	508.75	4000	4250	28993.97
AÑO 3	17250	843.52	474.61	165.6	338.45	1163.04	508.75	4320	4590	29653.97
AÑO 4	17250	843.52	474.61	165.6	338.45	1163.04	508.75	4640	4930	30313.97
AÑO 5	17250	843.52	474.61	165.6	338.45	1163.04	508.75	6560	5270	32573.97

Tabla 270. Costos de operación de producto de ecoturismo.

PERIODO	COSTOS FIJOS DE OPERACIÓN							COSTOS VARIABLES DE OPERACIÓN		TOTAL (\$)
	SALARIO (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	ENERGÍA ELÉCTRICA (\$)	TRANSPORTE (\$)	AGUA (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	SALARIO (\$)	TRANSPORTE (\$)	
MES 1	591.67	28.93	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	80	85	876.51
MES 2	591.67	28.93	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	160	170	1041.51
MES 3	591.67	28.93	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	240	255	1206.51
MES 4	591.67	28.93	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	160	170	1041.51
MES 5	591.67	28.93	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	160	170	1041.51
MES 6	591.67	28.93	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	160	170	1041.51
MES 7	591.67	28.93	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	160	170	1041.51
MES 8	591.67	28.93	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	240	255	1206.51
MES 9	591.67	28.93	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	160	170	1041.51
MES 10	591.67	28.94	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	160	170	1041.52
MES 11	591.67	28.94	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	160	170	1041.52
MES 12	591.67	28.94	16.28	5.68	11.61	39.89	17.45	160	170	1041.52
AÑO 1	7100	347.19	195.35	68.16	139.3	478.68	209.40	1920	2040	12498.08
AÑO 2	7100	347.19	195.35	68.16	139.3	478.68	209.40	1920	2040	12498.08
AÑO 3	7100	347.19	195.35	68.16	139.3	478.68	209.40	1920	2040	12498.08
AÑO 4	7100	347.19	195.35	68.16	139.3	478.68	209.40	1920	2040	12498.08
AÑO 5	7100	347.19	195.35	68.16	139.3	478.68	209.40	2720	2210	13468.08

Tabla 271. Costos de operación de otros recorridos turísticos (a la medida).

PERIODO	COSTOS FIJOS DE OPERACIÓN							COSTOS VARIABLES DE OPERACIÓN		TOTAL (\$)
	SALARIO (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	ENERGÍA ELÉCTRICA (\$)	TRANSPORTE (\$)	AGUA (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	SALARIO (\$)	TRANSPORTE (\$)	
MES 1	841.67	41.15	23.16	8.08	16.51	56.74	24.82	80.00	85.00	1177.13
MES 2	841.67	41.15	23.16	8.08	16.51	56.74	24.82	160.00	170.00	1342.13
MES 3	841.67	41.15	23.16	8.08	16.51	56.74	24.82	320.00	340.00	1672.13
MES 4	841.67	41.16	23.16	8.08	16.51	56.74	24.82	160.00	170.00	1342.14
MES 5	841.67	41.16	23.16	8.08	16.51	56.74	24.82	160.00	170.00	1342.14
MES 6	841.67	41.16	23.16	8.08	16.51	56.74	24.82	160.00	170.00	1342.14
MES 7	841.67	41.16	23.16	8.08	16.51	56.74	24.82	160.00	170.00	1342.14
MES 8	841.67	41.16	23.16	8.08	16.51	56.74	24.82	240.00	255.00	1507.14
MES 9	841.67	41.16	23.16	8.08	16.51	56.75	24.82	160.00	170.00	1342.15
MES 10	841.67	41.16	23.16	8.08	16.51	56.75	24.82	160.00	170.00	1342.15
MES 11	841.67	41.16	23.16	8.08	16.51	56.75	24.82	160.00	170.00	1342.15
MES 12	841.67	41.16	23.16	8.08	16.51	56.75	24.82	240.00	255.00	1507.15
AÑO 1	10100	493.89	277.89	96.96	198.16	680.92	297.88	2160.00	2295.00	16600.7
AÑO 2	10100	493.89	277.89	96.96	198.16	680.92	297.88	2320.00	2465.00	16930.7
AÑO 3	10100	493.89	277.89	96.96	198.16	680.92	297.88	2480.00	2635.00	17260.7
AÑO 4	10100	493.89	277.89	96.96	198.16	680.92	297.88	2720.00	2890.00	17755.7
AÑO 5	10100	493.89	277.89	96.96	198.16	680.92	297.88	2880.00	3060.00	18085.7

Tabla 272- Consolidado de costos de operación.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (RUTA SENDEROS MAYA) 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (RUTA ENTRE MANANTIALES) 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS (A LA MEDIDA) 20.2% (\$)	COSTO DE OPERACIÓN TOTAL (\$)
MES 1	1888.29	2223.66	876.51	1177.13	6165.59
MES 2	2053.29	2388.66	1041.51	1177.13	6660.59
MES 3	2548.29	2883.66	1206.51	1177.13	7815.59
MES 4	2218.29	2388.66	1041.51	1177.14	6825.60
MES 5	2053.29	2388.66	1041.51	1177.14	6660.60
MES 6	2053.29	2388.66	1041.51	1177.14	6660.60
MES 7	2053.29	2223.66	1041.51	1177.14	6495.60
MES 8	2548.29	2718.66	1206.51	1342.14	7815.60
MES 9	2053.29	2223.67	1041.51	1177.15	6495.62
MES 10	2053.29	2223.67	1041.52	1177.15	6495.63
MES 11	2053.29	2388.67	1041.52	1177.15	6660.63
MES 12	2383.29	2553.67	1041.52	1177.15	7155.63
AÑO 1	25959.67	28993.97	12498.08	14290.7	81742.42
AÑO 2	26124.67	28993.97	12498.08	14290.7	81907.42
AÑO 3	26784.67	29653.97	12498.08	14290.7	83227.42
AÑO 4	27279.67	30313.97	12498.08	14290.7	84382.42
AÑO 5	30909.67	32573.97	13468.08	17090.7	94042.42

2.2. COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Los costos de comercialización son los costos en que deberá incurrir para dar soporte a la función comercial. Se consideran costos de comercialización para la propuesta de plan de desarrollo los siguientes:

- Materiales e insumos.
- Depreciación de señales.
- Amortización.

Tabla 273. Rubros de los costos de comercialización.

RUBRO	DESCRIPCIÓN
Materiales e insumos	Estos se refieren al conjunto de materiales e insumos necesarios para cumplir las funciones comerciales.
Depreciación de señales	Se refiere a la reducción (desgaste) del valor de las señales.
Amortización	Hace referencia a la pérdida de valor que registra cualquier elemento (activo o pasivo) con el paso del tiempo, en este caso se calculara la amortización de activos intangibles que dan soporte a la función comercial.

2.2.1. MATERIALES E INSUMOS

A continuación, se presentan los diversos costos anuales en que se incurren por la adquisición de materiales e insumos para la prestación de servicio involucrada a la función comercial.

Tabla 274. Costo fijo de materiales e insumos de comercialización.

REQUERIMIENTOS	CANT	FRECUENCIA ANUAL	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Brochures informativos (para tour operadores)	60	2	0.25	30.00
Camisa tipo polo	35	2	11	770.00
Llaveros	50	2	1.5	150.00
Tazas	25	2	2.5	125.00
Spigen style ring	50	2	1	100.00
Porta Carnet	50	2	1.5	150.00
Botella	10	2	7.5	150.00
Agenda	10	2	7	140.00
Anuncios en periódicos.	3	2	50	300.00
TOTAL				1915.00

Una vez determinado el costo fijo en el que se incurre por materiales e insumos de comercialización se procede a prorratearlos en los productos turísticos, de acuerdo con el porcentaje de participación de estos en la demanda.

Tabla 275. Prorrateo de costos fijos de materiales e insumos de comercialización.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO (\$)	OTROS (\$)	COSTO FIJO (\$)
Enero año 1	49.63	55.06	22.66	32.23	159.58
Febrero año 1	49.63	55.06	22.66	32.23	159.58
Marzo año 1	49.63	55.06	22.66	32.23	159.58
Abril año 1	49.63	55.06	22.66	32.23	159.58
Mayo año 1	49.63	55.06	22.66	32.23	159.58
Junio año 1	49.63	55.06	22.66	32.23	159.58
Julio año 1	49.63	55.06	22.66	32.23	159.58
Agosto año 1	49.63	55.06	22.66	32.23	159.58
Septiembre año 1	49.63	55.06	22.66	32.24	159.59
Octubre año 1	49.63	55.06	22.66	32.24	159.59
Noviembre año 1	49.63	55.06	22.66	32.24	159.59
Diciembre año 1	49.63	55.06	22.66	32.24	159.59
Año 1	595.57	660.67	271.93	386.83	1915.00
Año 2	595.57	660.67	271.93	386.83	1915.00
Año 3	595.57	660.67	271.93	386.83	1915.00
Año 4	595.57	660.67	271.93	386.83	1915.00
Año 5	595.57	660.67	271.93	386.83	1915.00

Se procede a calcular los costos variables de materiales e insumos, según el nivel de demanda proyectada.

Tabla 276. Costos variables de material e insumos.

PERIODO	DÍPTICO CULTURAL		DÍPTICO AVENTURA		DÍPTICO AGROTURISMO		DÍPTICO		DÍPTICO MAPA		TRÍPTICO		COSTO TOTAL VARIABLE (\$)
	DEMANDA	COSTO TOTAL (\$)	DEMANDA	COSTO TOTAL (\$)	DEMANDA	COSTO TOTAL (\$)	DEMANDA	COSTO TOTAL (\$)	DEMANDA	COSTO TOTAL (\$)	DEMANDA	COSTO TOTAL (\$)	
Enero año 1	638	95.70	708	106.20	291	43.65	415	62.25	1766	300.22	1766	300.22	908.24
Febrero año 1	893	133.95	991	148.65	408	61.20	580	87.00	2472	420.24	2472	420.24	1271.28
Marzo año 1	1915	287.25	2124	318.60	874	131.10	1244	186.60	5300	901	5300	901	2725.55
Abril año 1	1085	162.75	1203	180.45	495	74.25	705	105.75	3002	510.34	3002	510.34	1543.88
Mayo año 1	957	143.55	1062	159.30	437	65.55	622	93.30	2649	450.33	2649	450.33	1362.36
Junio año 1	893	133.95	991	148.65	408	61.20	580	87.00	2472	420.24	2472	420.24	1271.28
Julio año 1	766	114.90	850	127.50	350	52.50	497	74.55	2121	360.57	2121	360.57	1090.59
Agosto año 1	1659	248.85	1841	276.15	758	113.70	1078	161.70	4593	780.81	4593	780.81	2362.02
Septiembre año 1	766	114.90	850	127.50	350	52.50	497	74.55	2121	360.57	2121	360.57	1090.59
Octubre año 1	830	124.50	920	138.00	379	56.85	539	80.85	2297	390.49	2297	390.49	1181.18
Noviembre año 1	957	143.55	1062	159.30	437	65.55	622	93.30	2649	450.33	2649	450.33	1362.36
Diciembre año 1	1404	210.60	1557	233.55	641	96.15	912	136.80	3886	660.62	3886	660.62	1998.34
Año 1	12763	1914.45	14159	2123.85	5828	874.20	8290	1243.50	35328	6005.76	35328	6005.76	18167.52
Año 2	14295	2144.25	15858	2378.70	6527	979.05	9285	1392.75	39568	6726.56	39568	6726.56	20347.87
Año 3	15439	2315.85	17127	2569.05	7049	1057.35	10028	1504.20	42734	7264.78	42734	7264.78	21976.01
Año 4	16519	2477.85	18325	2748.75	7543	1131.45	10730	1609.50	45724	7773.08	45724	7773.08	23513.71
Año 5	17841	2676.15	19791	2968.65	8146	1221.90	11588	1738.20	49382	8394.94	49382	8394.94	25394.78

Una vez determinado el costo variable se incurre por materiales e insumos de comercialización se procede a prorratearlos en los productos turísticos, de acuerdo con el porcentaje de participación de estos en la demanda. Esto se aplicará solo para el díptico mapa y el tríptico ya que los demás dípticos serán cargados a su respectiva ruta turística.

Tabla 277. Prorrateo de costos variables por dípticos y trípticos.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO (\$)	OTROS (\$)	COSTO VARIABLE (\$)
Enero año 1	282.44	313.35	128.91	183.54	908.24
Febrero año 1	395.34	438.62	180.55	256.78	1271.29
Marzo año 1	847.67	940.29	386.98	550.60	2725.54
Abril año 1	480.18	532.58	219.19	311.93	1543.88
Mayo año 1	423.66	470.03	193.44	275.23	1362.36
Junio año 1	395.34	438.62	180.55	256.78	1271.29
Julio año 1	339.17	376.29	154.90	220.22	1090.58
Agosto año 1	734.51	814.91	335.45	477.15	2362.02
Septiembre año 1	339.17	376.29	154.90	220.22	1090.58
Octubre año 1	367.38	407.44	167.75	238.61	1181.18
Noviembre año 1	423.66	470.03	193.44	275.23	1362.36
Diciembre año 1	621.51	689.38	283.77	403.69	1998.35
Año 1	5650.03	6267.82	2579.84	3669.83	18167.52
Año 2	6328.17	7020.03	2889.39	4110.28	20347.87
Año 3	6834.54	7581.75	3120.55	4439.17	21976.01
Año 4	7312.71	8112.18	3339.00	4749.82	23513.71
Año 5	7897.80	8761.16	3606.06	5129.76	25394.78

2.2.2. DEPRECIACIÓN

Como parte fundamental de la estructura de costos se encuentra la depreciación, la cual influye directamente en todos los activos del plan, en este caso en el equipo de señalización. Para el análisis de depreciación de la propuesta se utilizará el método de depreciación de la línea recta, para ello es importante tener en cuenta la siguiente simbología.

P: precio

n: vida útil del activo

VR: valor de recuperación

D: depreciación anual del bien

Para poder determinar la depreciación de todos los activos del proyecto se utilizará la siguiente fórmula.

$$D = \frac{P - VR}{n}$$

En este caso se considerará una vida útil de las señales de 10 años, con un valor de recuperación de \$0.00. A continuación, se presenta el costo anual por depreciación de las señales:

Tabla 278. Depreciación de señalización.

SEÑALIZACIÓN	CARACTERÍSTICA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	D (\$)
Señales de información Reglamentarias	Normas en general	14	15.00	210.00	21.00
	Normas uso de piscinas	1	15.00	15.00	1.50
Señales informativas	Señales de baño	24	7.30	175.20	17.52
	Señal de piscina	1	15.00	15.00	1.50
	Señal de parque	4	15.00	60.00	6.00
	Señal de área de mesas.	7	15.00	105.00	10.50
	Señal de área de juegos	5	15.00	75.00	7.50
	Señal de área de duchas	1	15.00	15.00	1.50

SEÑALIZACIÓN	CARACTERÍSTICA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	D (\$)
Señales informativas	Señal de cascada	1	15.00	15.00	1.50
	Señal de río.	2	15.00	30.00	3.00
	Señal de parroquia.	4	15.00	60.00	6.00
	Señales de flecha	44	15.00	660.00	66.00
	Señales de senderismo	40	15.00	600.00	60.00
	Señal de bienvenida externa.	12	60.00	720.00	72.00
Señales de Prohibición	Prohibido el paso	5	7.30	36.50	3.65
	Prohibido fumar	24	7.30	175.20	17.52
	Agua no potable	16	7.30	116.80	11.68
	Prohibido comer y beber en esta zona.	10	7.30	73.00	7.30
Señales de Advertencia	Caída a distinto Nivel	13	9.90	128.70	12.87
	Peligro Alto Voltaje	8	18.30	146.40	14.64
	Deslizamiento	6	9.90	59.40	5.94
Señales de Evacuación	Evacuación flecha	34	7.30	248.20	24.82
	Punto de Reunión con pedestal	15	20.00	300.00	30.00
	Extintor	20	9.90	198.00	19.80
TOTAL				423.74	

Una vez determinado el costo fijo que se incurre por depreciación se procede a prorratarlos en los productos turísticos, de acuerdo con el porcentaje de participación de estos en la demanda.

Tabla 279. Prorrates de costos fijos por depreciación.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTUR. (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO (\$)	OTROS (\$)	COSTO FIJO (\$)
Enero año 1	10.99	12.18	5.01	7.13	35.31
Febrero año 1	10.99	12.18	5.01	7.13	35.31
Marzo año 1	10.99	12.18	5.01	7.13	35.31

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO (\$)	OTROS (\$)	COSTO VARIABLE (\$)
Abril año 1	10.99	12.18	5.01	7.13	35.31
Mayo año 1	10.99	12.18	5.01	7.13	35.31
Junio año 1	10.99	12.18	5.01	7.13	35.31
Julio año 1	10.99	12.18	5.01	7.13	35.31
Agosto año 1	10.99	12.18	5.01	7.13	35.31
Septiembre año 1	10.99	12.18	5.01	7.13	35.31
Octubre año 1	10.99	12.18	5.01	7.13	35.31
Noviembre año 1	10.99	12.19	5.02	7.13	35.32
Diciembre año 1	10.99	12.19	5.02	7.13	35.32
Año 1	131.78	146.19	60.17	85.60	423.74
Año 2	131.78	146.19	60.17	85.60	423.74
Año 3	131.78	146.19	60.17	85.60	423.74
Año 4	131.78	146.19	60.17	85.60	423.74
Año 5	131.78	146.19	60.17	85.60	423.74

2.2.3. AMORTIZACIÓN

La amortización hace referencia a la pérdida de valor que registra cualquier elemento (activo o pasivo) con el paso del tiempo, de ahí que se defina como una manera de cuantificar la pérdida de valor. En el costeo del plan de desarrollo turístico el rubro a amortizar, para los costos de comercialización es:

✓ **Registro de marca.**

En este caso se mostrarán los costos de amortización para 5 años. El método a utilizar es el mismo utilizado en la depreciación, el método de la línea recta, dividiendo la cantidad del monto total entre el número de años.

A continuación, se muestran los costos de amortización.

Tabla 280. Amortización de costos de comercialización.

RUBRO		REGISTRO DE MARCA (\$)
INVERSIÓN		151.50
AMORTIZACI N	MENSUAL	2.53
	AÑO 1	30.30
	AÑO 2	30.30
	AÑO 3	30.30
	AÑO 4	30.30
	AÑO 5	30.30

Determinado el costo por amortización, se prorrateará en los tres productos turísticos, para no sobrecargar más a un producto que a otros, para realizar el prorrateo se tomará como base la participación en la demanda de cada producto, resultando de la siguiente manera:

Tabla 281. Prorrateo de costo por amortización.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS 20.2% (\$)	COSTO FIJO TOTAL (\$)
Enero año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Febrero año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Marzo año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Abril año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Mayo año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Junio año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Julio año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Agosto año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Septiembre año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Octubre año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Noviembre año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Diciembre año 1	0.79	0.87	0.36	0.51	2.53
Año 1	9.42	10.46	4.30	6.12	30.30
Año 2	9.42	10.46	4.30	6.12	30.30
Año 3	9.42	10.46	4.30	6.12	30.30
Año 4	9.42	10.46	4.30	6.12	30.30
Año 5	9.42	10.46	4.30	6.12	30.30

2.2.4. COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN TOTALES

Anteriormente se presentaron los costos de comercialización totales para cada rubro. A continuación, se muestra el resumen de todos los costos de comercialización requeridos mensual para el primer año de operación y anual para los primeros 5 años, clasificados como fijos y variables, para cada producto turístico.

Tabla 282. Costos de comercialización de producto cultural (Ruta senderos maya).

PERIODO	COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACIÓN			COSTOS VARIABLES DE COMERCIALIZACIÓN	TOTAL (\$)
	MATERIALES E INSUMOS (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	
MES 1	49.63	10.99	0.79	282.44	343.85
MES 2	49.63	10.99	0.79	395.34	456.75
MES 3	49.63	10.99	0.79	847.67	909.08
MES 4	49.63	10.99	0.79	480.18	541.59
MES 5	49.63	10.99	0.79	423.66	485.07
MES 6	49.63	10.99	0.79	395.34	456.75
MES 7	49.63	10.99	0.79	339.17	400.58
MES 8	49.63	10.99	0.79	734.51	795.92
MES 9	49.63	10.99	0.79	339.17	400.58
MES 10	49.63	10.99	0.79	367.38	428.79
MES 11	49.63	10.99	0.79	423.66	485.07
MES 12	49.63	10.99	0.79	621.51	682.92
AÑO 1	595.57	131.78	9.42	5650.03	6386.8
AÑO 2	595.57	131.78	9.42	6328.17	7064.94
AÑO 3	595.57	131.78	9.42	6834.54	7571.31
AÑO 4	595.57	131.78	9.42	7312.71	8049.48
AÑO 5	595.57	131.78	9.42	7897.8	8634.57

Tabla 283. Costos de comercialización de producto aventura y ecoturismo (Ruta entre manantiales).

PERIODO	COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACIÓN			COSTOS VARIABLES DE COMERCIALIZACIÓN	TOTAL (\$)
	MATERIALES E INSUMOS (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	
MES 1	55.06	12.18	0.87	313.35	381.46
MES 2	55.06	12.18	0.87	438.62	506.73
MES 3	55.06	12.18	0.87	940.29	1008.40
MES 4	55.06	12.18	0.87	532.58	600.69
MES 5	55.06	12.18	0.87	470.03	538.14
MES 6	55.06	12.18	0.87	438.62	506.73
MES 7	55.06	12.18	0.87	376.29	444.40
MES 8	55.06	12.18	0.87	814.91	883.02
MES 9	55.06	12.18	0.87	376.29	444.40
MES 10	55.06	12.18	0.87	407.44	475.55
MES 11	55.06	12.19	0.87	470.03	538.15
MES 12	55.06	12.19	0.87	689.38	757.50
AÑO 1	660.67	146.19	10.46	6267.82	7085.14
AÑO 2	660.67	146.19	10.46	7020.03	7837.35
AÑO 3	660.67	146.19	10.46	7581.75	8399.07
AÑO 4	660.67	146.19	10.46	8112.18	8929.50
AÑO 5	660.67	146.19	10.46	8761.16	9578.48

Tabla 284. Costos de comercialización de producto agroturístico.

PERIODO	COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACIÓN			COSTOS VARIABLES DE COMERCIALIZACIÓN	TOTAL (\$)
	MATERIALES E INSUMOS (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	
MES 1	22.66	5.01	0.36	128.91	156.94
MES 2	22.66	5.01	0.36	180.55	208.58
MES 3	22.66	5.01	0.36	386.98	415.01
MES 4	22.66	5.01	0.36	219.19	247.22
MES 5	22.66	5.01	0.36	193.44	221.47
MES 6	22.66	5.01	0.36	180.55	208.58
MES 7	22.66	5.01	0.36	154.90	182.93
MES 8	22.66	5.01	0.36	335.45	363.48
MES 9	22.66	5.01	0.36	154.90	182.93
MES 10	22.66	5.01	0.36	167.75	195.78
MES 11	22.66	5.02	0.36	193.44	221.48
MES 12	22.66	5.02	0.36	283.77	311.81
AÑO 1	271.93	60.17	4.30	2579.84	2916.24
AÑO 2	271.93	60.17	4.30	2889.39	3225.79
AÑO 3	271.93	60.17	4.30	3120.55	3456.95
AÑO 4	271.93	60.17	4.30	3339.00	3675.40
AÑO 5	271.93	60.17	4.30	3606.06	3942.46

Tabla 285. Costos de comercialización de producto a la medida.

PERIODO	COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACIÓN			COSTOS VARIABLES DE COMERCIALIZACIÓN	TOTAL (\$)
	MATERIALES E INSUMOS (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	
MES 1	32.23	7.13	0.51	183.54	223.41
MES 2	32.23	7.13	0.51	256.78	296.65
MES 3	32.23	7.13	0.51	550.60	590.47
MES 4	32.23	7.13	0.51	311.93	351.80
MES 5	32.23	7.13	0.51	275.23	315.10
MES 6	32.23	7.13	0.51	256.78	296.65
MES 7	32.23	7.13	0.51	220.22	260.09
MES 8	32.23	7.13	0.51	477.15	517.02
MES 9	32.24	7.13	0.51	220.22	260.10
MES 10	32.24	7.13	0.51	238.61	278.49
MES 11	32.24	7.13	0.51	275.23	315.11
MES 12	32.24	7.13	0.51	403.69	443.57
AÑO 1	386.83	85.60	6.12	3669.83	4148.38
AÑO 2	386.83	85.60	6.12	4110.28	4588.83
AÑO 3	386.83	85.60	6.12	4439.17	4917.72
AÑO 4	386.83	85.60	6.12	4749.82	5228.37
AÑO 5	386.83	85.60	6.12	5129.76	5608.31

Tabla 286. Consolidado de costos de comercialización.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (RUTA SENDEROS MAYA) 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (RUTA ENTRE MANANTIALES) 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS (A LA MEDIDA) 20.2% (\$)	COSTO TOTAL (\$)
MES 1	343.85	381.46	156.94	223.41	1105.66
MES 2	456.75	506.73	208.58	296.65	1468.71
MES 3	909.08	1008.40	415.01	590.47	2922.96
MES 4	541.59	600.69	247.22	351.80	1741.30
MES 5	485.07	538.14	221.47	315.10	1559.78
MES 6	456.75	506.73	208.58	296.65	1468.71
MES 7	400.58	444.40	182.93	260.09	1288.00
MES 8	795.92	883.02	363.48	517.02	2559.44
MES 9	400.58	444.40	182.93	260.10	1288.01
MES 10	428.79	475.55	195.78	278.49	1378.61
MES 11	485.07	538.15	221.48	315.11	1559.81
MES 12	682.92	757.50	311.81	443.57	2195.80
AÑO 1	6386.8	7085.14	2916.24	4148.38	20536.56
AÑO 2	7064.94	7837.35	3225.79	4588.83	22716.91
AÑO 3	7571.31	8399.07	3456.95	4917.72	24345.05
AÑO 4	8049.48	8929.50	3675.40	5228.37	25882.75
AÑO 5	8634.57	9578.48	3942.46	5608.31	27763.82

2.3. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los costos de administración son los costos en los que la empresa deberá incurrir para dar soporte al desempeño de la función administrativa.

Los costos de administración se clasificarán en los siguientes rubros:

- Salario de Personal administrativo.
- Materiales e insumos.
- Depreciación.
- Amortización

Tabla 287. Rubros de los costos de administración.

RUBRO	DESCRIPCIÓN
Salario de personal administrativo	Se refiere al personal de la organización turística, encargado de la labor administrativa.
Materiales e insumos	Se refiere a los materiales necesarios para realizar las actividades administrativas.
Depreciación	Se refiera a la valoración monetaria del desgaste de los equipos de oficina.
Amortización	Se refiera a la valoración monetaria de pérdida del valor de los activos intangibles o a la proporción monetaria de la inversión del activo en el tiempo.

2.3.1. SALARIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.

Se refiere a los salarios del personal que se encarga de las actividades administrativas de la unidad turística, serán contratados bajo lineamientos de un contrato de trabajo elaborado por la organización turística de la microrregión, al cual se les asignara el salario fijo mostrado en la siguiente tabla, a estos se les descontara AFP y seguro social.

A continuación, se muestran los salarios y el monto total anual en que se incurre por este rubro, de costos fijos, ya que el personal mostrado en la siguiente tabla no depende de la demanda de turista que se reciba.

Tabla 288. Personal Administrativo.

PERSONAL	CANTIDAD	SALARIO MENSUAL (\$)	MESES TRABAJADOS	TOTAL MENSUAL (\$)	TOTAL ANUAL (\$)
Director de unidad turística.	1	500.00	12	500.00	6,000.00
Aguinaldo (0.5 del salario mensual)					250.00
Total de costo anual de salario de personal de operación directo					6,250.00

Obtenido el costo fijo debido al personal de operación directo, se procede a prorratear dicho costo entre los productos turísticos de acuerdo a su porcentaje de participación.

Tabla 289. Costo fijo prorrateados debido al personal de operación directo.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO (\$)	OTROS (\$)	COSTO FIJO (\$)
Enero año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Febrero año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Marzo año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Abril año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Mayo año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Junio año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Julio año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Agosto año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Septiembre año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Octubre año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Noviembre año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Diciembre año 1	161.98	179.69	73.96	105.21	520.84
Año 1	1943.75	2156.25	887.50	1262.50	6250.00
Año 2	1943.75	2156.25	887.50	1262.50	6250.00
Año 3	1943.75	2156.25	887.50	1262.50	6250.00
Año 4	1943.75	2156.25	887.50	1262.50	6250.00
Año 5	1943.75	2156.25	887.50	1262.50	6250.00

2.3.2. MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA

A continuación, se presentan los diversos costos anuales en que se incurren por la adquisición de materiales e insumos para la prestación de servicio. Estos costos serán considerados como fijos.

Tabla 290. Costos fijos de materiales e insumos de oficina.

TIPO	REQUERIMIENTOS	CANT	FRECUENCIA ANUAL	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
OFICINA	Resmas de papel bond	4	3	4.00	48.00
	Litro de tinta negra	1	3	12.00	36.00
	Litro de tinta de color	3	3	14.50	130.50
	Caja de Lapiceros	2	3	2.80	16.80
	Caja de Lapices	1	3	2.15	6.45
	Caja de grapas	1	3	0.90	2.70
	Estuche de Marcadores	1	3	2.90	8.70
	Caja de clips	2	3	0.70	4.20
	Sacapuntas	4	3	0.30	3.60
	Pack de Borradores (3 unidades)	2	3	0.75	4.50
	Paquete de Folders (25 unidades)	2	3	4.40	26.40
	Caja de Sobres de papel (25 unidades)	1	3	4.90	14.70
	Paquete de Cinta adhesiva (3 unidades)	2	3	2.75	16.50
	Caja de Plumones de pizarra	1	3	7.25	21.75
	Caja de plumones permanentes	1	3	6.00	18.00
TOTAL					358.80

Obtenido el costo fijo debido a materiales e insumos de oficina, se procede a prorratear dicho costo entre los productos turísticos de acuerdo a su porcentaje de participación.

Tabla 291. Costo fijo prorrateados debido al personal de operación directo.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO (\$)	OTROS (\$)	COSTO FIJO (\$)
Enero año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Febrero año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Marzo año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Abril año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Mayo año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Junio año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Julio año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Agosto año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Septiembre año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Octubre año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Noviembre año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Diciembre año 1	9.30	10.31	4.25	6.04	29.9
Año 1	111.59	123.79	50.95	72.48	358.8
Año 2	111.59	123.79	50.95	72.48	358.8
Año 3	111.59	123.79	50.95	72.48	358.8
Año 4	111.59	123.79	50.95	72.48	358.8
Año 5	111.59	123.79	50.95	72.48	358.8

2.3.3. DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA.

Para el análisis de depreciación de los equipos de oficina se utilizará el método de depreciación de la línea recta, para ello es importante tener en cuenta la siguiente simbología.

P: precio

n: vida útil del activo

VR: valor de recuperación

D: depreciación anual del bien

Para poder determinar la depreciación de todos los activos del proyecto se utilizará la siguiente formula.

$$D = \frac{P - VR}{n}$$

A continuación, se presenta el costo anual por depreciación de los equipos es:

Tabla 292. Inversión de mobiliario y equipo de oficina.

TIPO	REQUERIMIENTOS	CANT	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	VIDA ÚTIL (AÑOS)	VR (\$)	D (\$)
EQUIPO	Laptop	1	650.00	650.00	5	100.00	110.00
	Computadora de escritorio	5	600.00	3000.00	5	450.00	510.00
	Impresora	1	55.00	55.00	3	10.00	15.00
	Teléfono	1	17.50	17.50	5	0.00	3.50
	Proyector	1	500.00	500.00	10	50.00	45.00
	Aire acondicionado	1	470.00	470.00	12	100.00	30.83
	Oasis	1	60.00	60.00	8	5.00	6.88
MOBILIARIO	Escritorio	3	125.00	375.00	10	30.00	34.50
	Silla de Escritorio	5	60.00	300.00	5	0.00	60.00
	Silla	4	15.00	60.00	4	0.00	15.00
	Mobiliario para computadora	1	70.00	70.00	5	5.00	13.00
	Estante para papelería	4	8.00	32.00	4	5.00	6.75
	Archivero	1	45.00	45.00	5	3.00	8.40
	Pizarra	1	110.00	110.00	15	5.00	7.00
ACCESORIOS	Engrapadora	2	4.50	9.00	5	0.00	1.80
	Perforador de papel	2	2.50	5.00	5	0.00	1.00
	Saca grapas	2	1.50	3.00	3	0.00	1.00
	Almohadilla	2	2.00	4.00	3	0.00	1.33
	Sellos	1	12.00	12.00	10	0.00	1.20
EQUIPO DE MANTENIMIENTO	Basurero para oficina	4	3.00	12.00	5	0.00	2.40
	Trapeador	1	3.00	3.00	3	0.00	1.00
	Escoba	1	2.25	2.25	3	0.00	0.75
	Pala	1	2.00	2.00	3	0.00	0.67
TOTAL							877.01

Obtenido el costo fijo debido a la depreciación, se procede a prorratear dicho costo entre los productos turísticos de acuerdo a su porcentaje de participación.

Tabla 293. Costo fijo prorrateados debido a depreciación de materiales de oficina.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO (\$)	OTROS (\$)	COSTO FIJO (\$)
Enero año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Febrero año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Marzo año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Abril año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Mayo año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Junio año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Julio año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Agosto año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Septiembre año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Octubre año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Noviembre año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Diciembre año 1	22.73	25.21	10.38	14.76	73.08
Año 1	272.75	302.57	124.53	177.16	877.01
Año 2	272.75	302.57	124.53	177.16	877.01
Año 3	272.75	302.57	124.53	177.16	877.01
Año 4	272.75	302.57	124.53	177.16	877.01
Año 5	272.75	302.57	124.53	177.16	877.01

2.3.4. AMORTIZACIÓN.

La amortización hace referencia a la pérdida de valor que registra cualquier elemento (activo o pasivo) con el paso del tiempo, de ahí que se defina como una manera de cuantificar la pérdida de valor. En el costeo del plan de desarrollo turístico el rubro a amortizar, para los costos de administración es:

- ✓ Administración de la implantación.
- ✓ Sistema administrativo.

En este caso se mostrarán los costos de amortización para 5 años. El método a utilizar es el mismo utilizado en la depreciación, el método de la línea recta, dividiendo la cantidad del monto total entre el número de años.

A continuación, se muestran los costos de amortización.

Tabla 294. Amortización de costos de administración.

RUBRO		ADMINISTRACIÓN DE LA IMPLANTACIÓN (\$)	SISTEMA ADMINISTRATIVO (\$)	TOTAL (\$)
INVERSIÓN		9,853.00	400.00	10,253.00
AMORTIZACIÓN	MENSUAL	164.20	6.67	170.87
	AÑO 1	1,970.60	80.00	2050.60
	AÑO 2	1,970.60	80.00	2050.60
	AÑO 3	1,970.60	80.00	2050.60
	AÑO 4	1,970.60	80.00	2050.60
	AÑO 5	1,970.60	80.00	2050.60

Determinado el costo por amortización, se prorrateará en los tres productos turísticos, para no sobrecargar más a un producto que a otros, para realizar el prorrateo se tomará como base la participación en la demanda de cada producto, resultando de la siguiente manera:

Tabla 295. Prorrateo de costo por amortización.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS 20.2% (\$)	COSTO FIJO TOTAL (\$)
Enero año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Febrero año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Marzo año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Abril año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Mayo año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Junio año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Julio año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Agosto año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Septiembre año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Octubre año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Noviembre año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Diciembre año 1	53.14	58.95	24.26	34.52	170.87
Año 1	637.74	707.46	291.19	414.22	2050.6
Año 2	637.74	707.46	291.19	414.22	2050.6
Año 3	637.74	707.46	291.19	414.22	2050.6
Año 4	637.74	707.46	291.19	414.22	2050.6
Año 5	637.74	707.46	291.19	414.22	2050.6

2.3.5. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN TOTALES

Anteriormente se presentaron los costos de comercialización totales para cada rubro. A continuación, se muestra el resumen de todos los costos de comercialización requeridos mensual para el primer año de operación y anual para los primeros 5 años, para cada producto turístico.

Tabla 296. Costos administrativos del producto turístico cultural (Ruta senderos maya)

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL				
	SALARIO (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	TOTAL (\$)
MES 1	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
MES 2	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
MES 3	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
MES 4	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
MES 5	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
MES 6	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
MES 7	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
MES 8	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
MES 9	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
MES 10	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
MES 11	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
MES 12	161.98	9.30	22.73	53.14	247.15
AÑO 1	1943.75	111.59	272.75	637.74	2965.83
AÑO 2	1943.75	111.59	272.75	637.74	2965.83
AÑO 3	1943.75	111.59	272.75	637.74	2965.83
AÑO 4	1943.75	111.59	272.75	637.74	2965.83
AÑO 5	1943.75	111.59	272.75	637.74	2965.83

Tabla 297. Costos administrativos del producto turístico aventura y ecoturismo (Ruta entre manantiales)

PERIODO	PRODUCTO AVENTURA Y ECOTURISMO				
	SALARIO (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	TOTAL (\$)
MES 1	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
MES 2	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
MES 3	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
MES 4	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
MES 5	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
MES 6	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
MES 7	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
MES 8	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
MES 9	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
MES 10	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
MES 11	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
MES 12	179.69	10.31	25.21	58.95	274.16
AÑO 1	2156.25	123.79	302.57	707.46	3290.07
AÑO 2	2156.25	123.79	302.57	707.46	3290.07
AÑO 3	2156.25	123.79	302.57	707.46	3290.07
AÑO 4	2156.25	123.79	302.57	707.46	3290.07
AÑO 5	2156.25	123.79	302.57	707.46	3290.07

Tabla 298. Costos administrativos del producto agroturístico.

PERIODO	PRODUCTO AGROTURÍSTICO				
	SALARIO (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	TOTAL (\$)
MES 1	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
MES 2	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
MES 3	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
MES 4	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
MES 5	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
MES 6	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
MES 7	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
MES 8	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
MES 9	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
MES 10	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
MES 11	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
MES 12	73.96	4.25	10.38	24.26	112.85
AÑO 1	887.50	50.95	124.53	291.19	1354.17
AÑO 2	887.50	50.95	124.53	291.19	1354.17
AÑO 3	887.50	50.95	124.53	291.19	1354.17
AÑO 4	887.50	50.95	124.53	291.19	1354.17
AÑO 5	887.50	50.95	124.53	291.19	1354.17

Tabla 299. Costos administrativos del producto a la medida

PERIODO	OTROS				TOTAL (\$)
	SALARIO (\$)	MATERIALES E INSUMOS (\$)	AMORTIZACIÓN (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)	
MES 1	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
MES 2	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
MES 3	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
MES 4	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
MES 5	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
MES 6	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
MES 7	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
MES 8	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
MES 9	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
MES 10	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
MES 11	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
MES 12	105.21	29.9	14.76	34.52	184.39
AÑO 1	1262.50	358.8	177.16	414.22	2212.68
AÑO 2	1262.50	358.8	177.16	414.22	2212.68
AÑO 3	1262.50	358.8	177.16	414.22	2212.68
AÑO 4	1262.50	358.8	177.16	414.22	2212.68
AÑO 5	1262.50	358.8	177.16	414.22	2212.68

Tabla 300. Consolidado de costos administrativos.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (RUTA SENDEROS MAYA) 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (RUTA ENTRE MANANTIALES) 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS (A LA MEDIDA) 20.2% (\$)	COSTO DE OPERACIÓN TOTAL (\$)
MES 1	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
MES 2	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
MES 3	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
MES 4	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
MES 5	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
MES 6	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
MES 7	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
MES 8	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
MES 9	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
MES 10	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
MES 11	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
MES 12	247.15	274.16	112.85	184.39	818.55
AÑO 1	2965.83	3290.07	1354.17	2212.68	9822.75
AÑO 2	2965.83	3290.07	1354.17	2212.68	9822.75
AÑO 3	2965.83	3290.07	1354.17	2212.68	9822.75
AÑO 4	2965.83	3290.07	1354.17	2212.68	9822.75
AÑO 5	2965.83	3290.07	1354.17	2212.68	9822.75

2.4. COSTOS FINANCIEROS

Los costos financieros se refieren a los costos que la microrregión deberá pagar en relación con los capitales obtenidos mediante préstamos a las fuentes de financiamiento. Se consideran costos financieros para la propuesta los siguientes

Tabla 301. Desglose de costos financieros

Préstamo bancario
Interés por préstamo

Los costos financieros en este caso serán las cuotas que la microrregión deberá pagar al banco de manera mensual. La cuota que deberá pagar cada mes es de \$1,153.50. La cuota fue calculada utilizando la función PAGO de Excel la cual nos permite obtener la cuota de un préstamo basándose en pagos constantes y una tasa de interés constante. Los datos usados como argumentos en la función son:

Tabla 302. Datos usados para calcular cuota mensual

Préstamo	87,000.00
Plazo	96 meses
Interés	6.25% anual
Pago mensual	\$1,153.50

Esta será la cuota que la microrregión deberá pagar. El valor del préstamo se calculó en el apartado de financiamiento y los datos de interés fueron tomados de la fuente de financiamiento seleccionada. Para mayor detalle consultar el apartado de fuentes de financiamiento. Los costos financieros serán prorrateados en los recorridos turísticos con base al porcentaje de participación de la demanda.

Tabla 303. Consolidado de costos financieros.

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (RUTA SENDEROS MAYA) 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (RUTA ENTRE MANANTIALES) 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS (A LA MEDIDA) 20.2% (\$)	COSTO FINANCIERO TOTAL (\$)
MES 1	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50
MES 2	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50
MES 3	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50
MES 4	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50

PERIODO	PRODUCTO CULTURAL (RUTA SENDEROS MAYA) 31.1% (\$)	PRODUCTO DE AVENTURA Y ECOTURISMO (RUTA ENTRE MANANTIALES) 34.5% (\$)	PRODUCTO DE AGROTURISMO 14.2% (\$)	OTROS (A LA MEDIDA) 20.2% (\$)	COSTO FINANCIERO TOTAL (\$)
MES 5	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50
MES 6	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50
MES 7	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50
MES 8	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50
MES 9	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50
MES 10	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50
MES 11	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50
MES 12	358.74	397.96	163.80	233.00	1,153.50
AÑO 1	4304.86	4775.49	1965.56	2796.08	13,842.00

Considerando el concepto del **valor del dinero en el tiempo**. El valor de una suma de dinero hoy es mayor que el valor de la misma suma de dinero mañana, por el potencial del dinero en generar más dinero. Por lo que, si al solicitar el préstamo y lo devuelven en 1 año, no podrán devolver la misma cantidad prestada ya que el dinero en 1 año valdrá menos. Es por lo que se paga el capital inicial-monto del préstamo, más una tasa de interés. Por lo cual, para reflejar los costos financieros en los estados financieros, tomando en cuenta las fórmulas de valor compuesto, se presentarán los datos, para dichos costos para los años siguiente, resultando de la siguiente manera.

Tabla 304. Costos financieros para los primeros 5 años de operación.

Año	1	2	3	4	5
Costos Financieros (\$)	13842.00	13027.76	12261.43	11540.17	10861.33

2.5. COSTOS TOTALES POR RECORRIDO

Los costos totales son la suma de los diversos costos que se especificaron anteriormente. Por definición el costo total es el siguiente:

$$\text{Costo total global} = \text{Costos de operación} + \text{Costos de comercialización} + \text{Costos de administración} + \text{Costos financieros}$$

El resumen total de cada uno de los costos en los que incurre cada uno de los recorridos se muestran a continuación en las tablas, detallando así costos operativos, administrativos, comerciales y financieros:

Tabla 305. Costo total del recorrido senderos maya.

PERIODO	COSTOS OPERATIVOS (\$)	COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN (\$)	COSTOS ADMINISTRATIVOS (\$)	COSTOS FINANCIEROS (\$)	COSTO TOTAL (\$)
MES 1	1888.29	343.85	247.15	358.74	2838.03
MES 2	2053.29	456.75	247.15	358.74	3115.93
MES 3	2548.29	909.08	247.15	358.74	4063.26
MES 4	2218.29	541.59	247.15	358.74	3365.77
MES 5	2053.29	485.07	247.15	358.74	3144.25
MES 6	2053.29	456.75	247.15	358.74	3115.93
MES 7	2053.29	400.58	247.15	358.74	3059.76
MES 8	2548.29	795.92	247.15	358.74	3950.10
MES 9	2053.29	400.58	247.15	358.74	3059.76
MES 10	2053.29	428.79	247.15	358.74	3087.97
MES 11	2053.29	485.07	247.15	358.74	3144.25
MES 12	2383.29	682.92	247.15	358.74	3672.10
AÑO 1	25959.67	6386.80	2965.83	4304.86	39617.16
AÑO 2	26124.67	7064.94	2965.83	4304.86	40460.30
AÑO 3	26784.67	7571.31	2965.83	4304.86	41626.67
AÑO 4	27279.67	8049.48	2965.83	4304.86	42599.84
AÑO 5	30909.67	8634.57	2965.83	4304.86	46814.93

Tabla 306. Costo total del recorrido entre manantiales.

PERIODO	COSTOS OPERATIVOS (\$)	COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN (\$)	COSTOS ADMINISTRATIVOS (\$)	COSTOS FINANCIEROS (\$)	COSTO TOTAL (\$)
MES 1	2223.66	381.46	274.16	397.96	3277.24
MES 2	2388.66	506.73	274.16	397.96	3567.51
MES 3	2883.66	1008.4	274.16	397.96	4564.18
MES 4	2388.66	600.69	274.16	397.96	3661.47
MES 5	2388.66	538.14	274.16	397.96	3598.92
MES 6	2388.66	506.73	274.16	397.96	3567.51
MES 7	2223.66	444.4	274.16	397.96	3340.18
MES 8	2718.66	883.02	274.16	397.96	4273.80
MES 9	2223.67	444.4	274.16	397.96	3340.19
MES 10	2223.67	475.55	274.16	397.96	3371.34
MES 11	2388.67	538.15	274.16	397.96	3598.94
MES 12	2553.67	757.5	274.16	397.96	3983.29
AÑO 1	28993.97	7085.14	3290.07	4775.49	44144.67
AÑO 2	28993.97	7837.35	3290.07	4775.49	44896.88
AÑO 3	29653.97	8399.07	3290.07	4775.49	46118.60
AÑO 4	30313.97	8929.5	3290.07	4775.49	47309.03
AÑO 5	32573.97	9578.48	3290.07	4775.49	50218.01

Tabla 307. Costo total del recorrido agroturístico.

PERIODO	COSTOS OPERATIVOS (\$)	COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN (\$)	COSTOS ADMINISTRATIVOS (\$)	COSTOS FINANCIEROS (\$)	COSTO TOTAL (\$)
MES 1	876.51	156.94	112.85	163.80	1310.10
MES 2	1041.51	208.58	112.85	163.80	1526.74
MES 3	1206.51	415.01	112.85	163.80	1898.17
MES 4	1041.51	247.22	112.85	163.80	1565.38
MES 5	1041.51	221.47	112.85	163.80	1539.63
MES 6	1041.51	208.58	112.85	163.80	1526.74
MES 7	1041.51	182.93	112.85	163.80	1501.09
MES 8	1206.51	363.48	112.85	163.80	1846.64
MES 9	1041.51	182.93	112.85	163.80	1501.09
MES 10	1041.52	195.78	112.85	163.80	1513.95
MES 11	1041.52	221.48	112.85	163.80	1539.65
MES 12	1041.52	311.81	112.85	163.80	1629.98
AÑO 1	12498.08	2916.24	1354.17	1965.56	18734.05
AÑO 2	12498.08	3225.79	1354.17	1965.56	19043.60
AÑO 3	12498.08	3456.95	1354.17	1965.56	19274.76
AÑO 4	12498.08	3675.4	1354.17	1965.56	19493.21
AÑO 5	13468.08	3942.46	1354.17	1965.56	20730.27

Tabla 308. Costo total del recorrido a la medida.

PERIODO	COSTOS OPERATIVOS (\$)	COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN (\$)	COSTOS ADMINISTRATIVOS (\$)	COSTOS FINANCIEROS (\$)	COSTO TOTAL (\$)
MES 1	1177.13	223.41	184.39	233.00	1817.93
MES 2	1342.13	296.65	184.39	233.00	2056.17
MES 3	1672.13	590.47	184.39	233.00	2679.99
MES 4	1342.14	351.80	184.39	233.00	2111.33
MES 5	1342.14	315.10	184.39	233.00	2074.63
MES 6	1342.14	296.65	184.39	233.00	2056.18
MES 7	1342.14	260.09	184.39	233.00	2019.62
MES 8	1507.14	517.02	184.39	233.00	2441.55
MES 9	1342.15	260.10	184.39	233.00	2019.64
MES 10	1342.15	278.49	184.39	233.00	2038.03
MES 11	1342.15	315.11	184.39	233.00	2074.65
MES 12	1507.15	443.57	184.39	233.00	2368.11
AÑO 1	16600.7	4148.38	2212.68	2796.08	25757.84
AÑO 2	16930.7	4588.83	2212.68	2796.08	26528.29
AÑO 3	17260.7	4917.72	2212.68	2796.08	27187.18
AÑO 4	17755.7	5228.37	2212.68	2796.08	27992.83
AÑO 5	18085.7	5608.31	2212.68	2796.08	28702.77

2.6. COSTO UNITARIO POR RECORRIDO TURISTICO

Para cada uno de los recorridos, se calculan los costos unitarios en que se incurren por la prestación de los servicios. Dichos costos son el resultado de la suma de los costos fijos y los costos variables de cada uno de los rubros anteriormente mostrados.

El costo unitario se obtiene dividiendo los costos totales entre el número de visitante que requieran el servicio de la unidad turística de la microrregión para realizar un recorrido turístico.

La fórmula para determinar el costo unitario del servicio es el siguiente:

$$\text{Costo unitario del recorrido} = \frac{\text{Costos totales}}{\text{Numero de visitantes}}$$

El número de visitantes será sustituido por las proyecciones de demanda realizada para cada ruta turística. A continuación, se muestran los costos unitarios de cada recorrido propuesto.

2.6.1. COSTO UNITARIO DEL RECORRIDO SENDERO MAYA.

Tabla 309. Costo unitario del recorrido senderos maya.

PERIODO	COSTO TOTAL (\$)	NÚMERO DE VISITANTES	COSTO UNITARIO (\$)
MES 1	2838.03	638	4.45
MES 2	3115.93	893	3.49
MES 3	4063.26	1915	2.12
MES 4	3365.77	1085	3.10
MES 5	3144.25	957	3.29
MES 6	3115.93	893	3.49
MES 7	3059.76	766	3.99
MES 8	3950.10	1659	2.38
MES 9	3059.76	766	3.99
MES 10	3087.97	830	3.72
MES 11	3144.25	957	3.29
MES 12	3672.10	1404	2.62
AÑO 1	39617.16	12763	3.10
AÑO 2	40460.30	14295	2.83
AÑO 3	41626.67	15439	2.70
AÑO 4	42599.84	16519	2.58
AÑO 5	46814.93	17841	2.62

En la tabla anterior se muestran los costos unitarios para la ruta senderos maya, la cual pertenece al producto turística cultural. En los primeros meses de operación que corresponde al primer año, se observa que el costo en los meses con menor de manda es mayor y disminuye en los meses de mayor demanda, tal y como se esperaba debido a que entre más personas se atiendan los costos de operación disminuyen. Del año uno en adelante se observa que el costo disminuye debido al aumento de visitantes, y esta proyección de demanda se pretende alcanzar con la implantación del plan de desarrollo turística.

El costo unitario promedio del recorrido senderos maya para el primer año de operación es de:

$$\overline{CU} = \frac{\sum Cu}{\text{número de meses del año}}$$

$$\overline{CU} = \frac{4.45 + 3.49 + 2.12 + 3.10 + 3.29 + 3.49 + 3.99 + 2.38 + 3.99 + 3.72 + 3.29 + 2.62}{12}$$

$$\overline{CU} = \frac{39.93}{12} = \$ 3.33$$

2.6.2. COSTO UNITARIO DEL RECORRIDO ENTRE MANANTIALES.

Tabla 310. Costo unitario del recorrido entre manantiales.

PERIODO	COSTO TOTAL (\$)	NÚMERO DE VISITANTES	COSTO UNITARIO (\$)
MES 1	3277.24	708	4.63
MES 2	3567.51	991	3.60
MES 3	4564.18	2124	2.15
MES 4	3661.47	1203	3.04
MES 5	3598.92	1062	3.39
MES 6	3567.51	991	3.60
MES 7	3340.18	850	3.93
MES 8	4273.80	1841	2.32
MES 9	3340.19	850	3.93
MES 10	3371.34	920	3.66
MES 11	3598.94	1062	3.39
MES 12	3983.29	1557	2.56
AÑO 1	44144.67	14159	3.12
AÑO 2	44896.88	15858	2.83
AÑO 3	46118.60	17127	2.69
AÑO 4	47309.03	18325	2.58
AÑO 5	50218.01	19791	2.54

El costo unitario promedio del recorrido entre manantiales para el primer año de operación es de:

$$\overline{CU} = \frac{\sum Cu}{\text{número de meses del año}}$$

$$\overline{CU} = \frac{4.63 + 3.60 + 2.15 + 3.04 + 3.39 + 3.60 + 3.93 + 2.32 + 3.93 + 3.66 + 3.39 + 2.56}{12}$$

$$\overline{CU} = \frac{40.20}{12} = \$ 3.35$$

2.6.3. COSTO UNITARIO DEL RECORRIDO AGROTURÍSTICO.

Tabla 311. Costo unitario del recorrido agroturístico.

PERIODO	COSTO TOTAL (\$)	NÚMERO DE VISITANTES	COSTO UNITARIO (\$)
MES 1	1310.10	291	4.50
MES 2	1526.74	408	3.74
MES 3	1898.17	874	2.17
MES 4	1565.38	495	3.16
MES 5	1539.63	437	3.52
MES 6	1526.74	408	3.74
MES 7	1501.09	350	4.29
MES 8	1846.64	758	2.44
MES 9	1501.09	350	4.29
MES 10	1513.95	379	3.99
MES 11	1539.65	437	3.52
MES 12	1629.98	641	2.54
AÑO 1	18734.05	5828	3.21
AÑO 2	19043.60	6527	2.92
AÑO 3	19274.76	7049	2.73
AÑO 4	19493.21	7543	2.58
AÑO 5	20730.27	8146	2.54

El costo unitario promedio del recorrido entre agroturístico para el primer año de operación es de:

$$\overline{CU} = \frac{\sum Cu}{\text{número de meses del año}}$$

$$\overline{CU} = \frac{4.50 + 3.74 + 2.17 + 3.16 + 3.52 + 3.74 + 4.29 + 2.44 + 4.29 + 3.99 + 3.52 + 2.54}{12}$$

$$\overline{CU} = \frac{41.92}{12} = \$ 3.49$$

2.6.4. COSTO UNITARIO DEL RECORRIDO A LA MEDIDA.

Tabla 312. Costo unitario del recorrido a la medida.

PERIODO	COSTO TOTAL (\$)	NÚMERO DE VISITANTES	COSTO UNITARIO (\$)
MES 1	1817.93	415	4.38
MES 2	2056.17	580	3.55
MES 3	2679.99	1244	2.15
MES 4	2111.33	705	2.99
MES 5	2074.63	622	3.34
MES 6	2056.18	580	3.55
MES 7	2019.62	497	4.06
MES 8	2441.55	1078	2.26
MES 9	2019.64	497	4.06
MES 10	2038.03	539	3.78
MES 11	2074.65	622	3.34
MES 12	2368.11	912	2.60
AÑO 1	25757.84	8290	3.11
AÑO 2	26528.29	9285	2.86
AÑO 3	27187.18	10028	2.71
AÑO 4	27992.83	10730	2.61
AÑO 5	28702.77	11588	2.48

El costo unitario promedio del recorrido a la medida para el primer año de operación es de:

$$\overline{CU} = \frac{\sum Cu}{\text{número de meses del año}}$$

$$\overline{CU} = \frac{4.38 + 3.55 + 2.15 + 2.99 + 3.34 + 3.55 + 4.06 + 2.26 + 4.06 + 3.78 + 3.34 + 2.60}{12}$$

$$\overline{CU} = \frac{40.06}{12} = \$3.33$$

2.7. CLASIFICACIÓN DE COSTOS SEGÚN EL VOLUMEN DE ACTIVIDAD

De los rubros identificados para la prestación de servicios como lo son los operativos, administrativos, comerciales y financieros, se clasificaron cada uno de los costos que generan en fijos, que son todos aquellos que no dependen directamente del volumen de la actividad turística o demanda, y los variables que si dependen de la demanda que presenten cada uno de los recorridos.

Los detalles de dicha clasificación en cada uno de los recorridos, se presenta a continuación:

2.7.1. COSTO FIJOS Y VARIABLES DEL RECORRIDO SENDERO MAYA.

Tabla 313. Costos fijos y variables del recorrido sendero maya.

RUBRO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTOS OPERATIVOS										
PERSONAL DE OPERACIÓN	15550.00	3520.00	15550.00	3600.00	15550.00	3920.00	15550.0	4160.00	15550.0	5920.00
MATERIALES E INSUMOS	760.40		760.40		760.40		760.40		760.40	
ENERGÍA ELÉCTRICA.	427.84		427.84		427.84		427.84		427.84	
TRANSPORTE	149.28	3740.00	149.28	3825.00	149.28	4165.00	149.28	4420.00	149.28	6290.00
AGUA POTABLE	305.09		305.09		305.09		305.09		305.09	
DEPRECIACIÓN	1048.44		1048.44		1048.44		1048.44		1048.44	
AMORTIZACIÓN	458.62		458.62		458.62		458.62		458.62	
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN										
MATERIALES E INSUMOS	595.57	5650.03	595.57	6328.17	595.57	6834.54	595.57	7312.71	595.57	7897.8
DEPRECIACIÓN	131.78		131.78		131.78		131.78		131.78	
AMORTIZACIÓN	9.42		9.42		9.42		9.42		9.42	
COSTOS ADMINISTRATIVOS										
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN	1943.75		1943.75		1943.75		1943.75		1943.75	
MATERIALES E INSUMOS	111.59		111.59		111.59		111.59		111.59	
DEPRECIACIÓN	272.75		272.75		272.75		272.75		272.75	
AMORTIZACIÓN	637.74		637.74		637.74		637.74		637.74	
COSTOS FINANCIEROS										
PRESTAMO E INTERESES	4304.86		4304.86		4304.86		4304.86		4304.86	
TOTAL (\$)	26707.13	12910.03	26707.13	13753.17	26707.13	14919.54	26707.13	15892.71	26707.13	20107.80
TOTAL (\$)	39617.16		40460.30		41626.67		42599.84		46814.93	

2.7.2. COSTO FIJOS Y VARIABLES DEL RECORRIDO ENTRE MANANTIALES.

Tabla 314. Costos fijos y variables del recorrido entre manantiales.

RUBRO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTOS OPERATIVOS										
PERSONAL DE OPERACIÓN	17250.00	4000.00	17250	4000.00	17250	4320.00	17250	4640.00	17250.00	6560.00
MATERIALES E INSUMOS	843.52		843.52		843.52		843.52		843.52	
ENERGÍA ELÉCTRICA.	474.61		474.61		474.61		474.61		474.61	
TRANSPORTE	165.60	4250.00	165.6	4250.00	165.6	4590.00	165.6	4930.00	165.6	5270.00
AGUA POTABLE	338.45		338.45		338.45		338.45		338.45	
DEPRECIACIÓN	1163.04		1163.04		1163.04		1163.04		1163.04	
AMORTIZACIÓN	508.75		508.75		508.75		508.75		508.75	
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN										
MATERIALES E INSUMOS	660.67	6267.82	660.67	7020.03	660.67	7581.75	660.67	8112.18	660.67	8761.16
DEPRECIACIÓN	146.19		146.19		146.19		146.19		146.19	
AMORTIZACIÓN	10.46		10.46		10.46		10.46		10.46	
COSTOS ADMINISTRATIVOS										
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN	2156.25		2156.25		2156.25		2156.25		2156.25	
MATERIALES E INSUMOS	123.79		123.79		123.79		123.79		123.79	
DEPRECIACIÓN	302.57		302.57		302.57		302.57		302.57	
AMORTIZACIÓN	707.46		707.46		707.46		707.46		707.46	
COSTOS FINANCIEROS										
PRESTAMO E INTERESES	4775.49		4775.49		4775.49		4775.49		4775.49	
TOTAL (\$)	29626.85	14517.82	29626.85	15270.03	29626.85	16491.75	29626.85	17682.18	29626.85	20591.16
TOTAL (\$)	44144.67		44896.88		46118.60		47309.03		50218.01	

2.7.3. COSTO FIJOS Y VARIABLES DEL RECORRIDO AGROTURÍSTICO.

Tabla 315. Costos fijos y variables del recorrido agroturístico.

RUBRO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTOS OPERATIVOS										
PERSONAL DE OPERACIÓN	7100.00	1920.00	7100.00	1920.00	7100.00	1920.00	7100.00	1920.00	7100.00	2720.00
MATERIALES E INSUMOS	347.19		347.19		347.19		347.19		347.19	
ENERGÍA ELÉCTRICA.	195.35		195.35		195.35		195.35		195.35	
TRANSPORTE	68.16	2040.00	68.16	2040.00	68.16	2040.00	68.16	2040.00	68.16	2210.00
AGUA POTABLE	139.3		139.3		139.3		139.3		139.3	
DEPRECIACIÓN	478.68		478.68		478.68		478.68		478.68	
AMORTIZACIÓN	209.40		209.40		209.40		209.40		209.40	
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN										
MATERIALES E INSUMOS	271.93	2579.84	271.93	2889.39	271.93	3120.55	271.93	3339.00	271.93	3606.06
DEPRECIACIÓN	60.17		60.17		60.17		60.17		60.17	
AMORTIZACIÓN	4.30		4.30		4.30		4.30		4.30	
COSTOS ADMINISTRATIVOS										
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN	887.50		887.50		887.50		887.50		887.50	
MATERIALES E INSUMOS	50.95		50.95		50.95		50.95		50.95	
DEPRECIACIÓN	124.53		124.53		124.53		124.53		124.53	
AMORTIZACIÓN	291.19		291.19		291.19		291.19		291.19	
COSTOS FINANCIEROS										
PRESTAMO E INTERESES	1965.56		1965.56		1965.56		1965.56		1965.56	
TOTAL (\$)	12194.21	6539.84	12194.21	6849.39	12194.21	7080.55	12194.21	7299.00	12194.21	8536.06
TOTAL (\$)	21810.3		24018.6		24919.71		25802.09		27036.25	

2.7.4. COSTO FIJOS Y VARIABLES DEL RECORRIDO A LA MEDIDA.

Tabla 316. Costos fijos y variables del recorrido a la medida

RUBRO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTOS OPERATIVOS										
PERSONAL DE OPERACIÓN	10100.00	2160.00	10100.00	2320.00	10100.00	2480.00	10100.00	2720.00	10100.00	2880.00
MATERIALES E INSUMOS	493.89		493.89		493.89		493.89		493.89	
ENERGÍA ELÉCTRICA.	277.89		277.89		277.89		277.89		277.89	
TRANSPORTE	96.96	2295.00	96.96	2465.00	96.96	2635.00	96.96	2890.00	96.96	3060.00
AGUA POTABLE	198.16		198.16		198.16		198.16		198.16	
DEPRECIACIÓN	680.92		680.92		680.92		680.92		680.92	
AMORTIZACIÓN	297.88		297.88		297.88		297.88		297.88	
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN										
MATERIALES E INSUMOS	386.83	3669.83	386.83	4110.28	386.83	4439.17	386.83	4749.82	386.83	5129.76
DEPRECIACIÓN	85.60		85.60		85.60		85.60		85.60	
AMORTIZACIÓN	6.12		6.12		6.12		6.12		6.12	
COSTOS ADMINISTRATIVOS										
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN	1262.50		1262.50		1262.50		1262.50		1262.50	
MATERIALES E INSUMOS	72.48		72.48		72.48		72.48		72.48	
DEPRECIACIÓN	177.16		177.16		177.16		177.16		177.16	
AMORTIZACIÓN	414.22		414.22		414.22		414.22		414.22	
COSTOS FINANCIEROS										
PRESTAMO E INTERESES	2796.08		2796.08		2796.08		2796.08		2796.08	
TOTAL(\$)	17346.69	8124.83	17346.69	8895.28	17346.69	9554.17	17346.69	10359.82	17346.69	11069.76
TOTAL(\$)	25471.52		26241.97		26900.86		27706.51		28416.45	

Con los datos mostrados podemos plantear las ecuaciones para conocer el costo total según la cantidad de personas a atender de la siguiente forma:

$$\text{Costos variables unitarios} = \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Numero de personas atendidas}}$$

Teniendo el dato del costo fijo total y el costo variable unitario podemos plantear la siguiente ecuación para poder determinar el costo total de la prestación del servicio.

$$\text{Costo total} = \text{Costo fijo} + \text{Costo variable unitario} * \text{Cantidad de personas}$$

$$\text{Costo total anual} = \text{Costo fijo anual} + \text{Costo variable unitario} (Q_p)$$

En donde Q_p es el volumen personas atendidas.

Para el primer año de operación se plantea lo siguiente:

Tabla 317. Planteamiento de ecuación de costos para cada recorrido.

Recorrido	Demanda anual	Costo Fijo anual (\$)	Costos variables anual (\$)	CV unitario (\$)	Costo total anual
Senderos Maya	12763	26707.13	12910.03	1.01	\$26707.13 + \$1.01 (Q_p)
Entre manantiales	14159	29626.85	14517.82	2.09	\$29626.85 + \$2.09 (Q_p)
Agroturístico	5828	12194.21	6539.84	2.09	\$12194.21 + \$2.09 (Q_p)
A la medida	8290	17346.69	8124.83	2.09	\$17346.69 + \$2.09 (Q_p)

2.8. PRECIO DE VENTA DE LOS RECORRIDOS TURÍSTICOS

Se debe establecer el precio de venta de los recorridos turísticos a brindar, esto permitirá determinar los posibles ingresos que puede obtener la microrregión. En la etapa de diseño se estableció un precio sugerido, según variables de mercado de 3\$ para grupos pequeños, con guía turístico, material informativo y seguridad; y un precio de \$8.00 para grupos de 20 personas, guía turístico, seguridad, transporte y material informativo. Sin embargo, con el anterior estudio de costos, se propondrá un precio que logre cubrir los costos, atienda las variables del mercado y sea acorde a los objetivos de la contraparte.

Para la determinación del precio de venta se necesita conocer el costo del servicio, el cual ya fue calculado anteriormente, tomando los costos promedios. Se establece un porcentaje de ganancia, el objetivo de la microrregión no es el lucro, sin embargo, necesita excedentes para poder seguir realizando proyectos en beneficio del desarrollo turístico, por lo cual se establece un porcentaje de ganancia del 30%, permitiendo cubrir los costos y percibir utilidades. Además, se desagrega del recorrido a la medida dos precios, una para grupos grandes y otro para grupos pequeños, lo cual se muestra a continuación.

Tabla 318. Precio de venta sugerido.

Recorrido	Costo unitario (\$)	Porcentaje de ganancia (%)	Precio de venta (\$)	Precio de venta sugerido (\$)
Senderos Maya	3.33	30	4.33	4.50
Entre manantiales	3.35	30	4.36	
Agroturístico	3.49	30	4.54	
A la medida (En grupos de 20 personas)	3.33	30	3.37	
A la medida (Individual o grupos pequeños)	3.33	39	3.37	3.00

Según los cálculos realizado el mayor precio de venta corresponde al recorrido agroturístico, con un valor de \$4.54 por persona. Para uniformizar el precio de los recorridos y por conveniencia se establece un precio de venta sugerido de \$4.50, un valor menor al planteado en la etapa de diseño al realizar comparaciones con los precios del mercado.

Para el caso de grupos pequeños se establece un precio de venta de \$3.00, un poco menor al costo unitario, por el cual no se obtendrán ganancias, sin embargo, se sugiere no elevar el precio, con el fin de estar acorde a las variables del mercado.



IV. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

IV. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

1. PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTA

El presupuesto de ingresos por venta nos permite tener una estimación de los niveles de ventas y por tanto de ingresos para diversos periodos de tiempo. Este presupuesto se realiza a partir del pronóstico de ventas realizado.

Los ingresos que recibirá la unidad turística de la microrregión serán:

- ✓ Ingreso por venta de recorridos turísticos (tours para grupos grandes).
- ✓ Ingresos por venta de recorridos turísticos (tours individuales o grupos pequeños, lo cual equivale el 45% de la demanda del recorrido a la medida).
- ✓ Ingreso por alquiler de sanitarios (Alquiler de la administración de sanitarios a las alcaldías).
- ✓ Ingreso por venta de artesanías (Demanda a captar 6% de la demanda proyectada, ganancia promedio por comprador \$1.00).
- ✓ Ingreso por participación en ferias gastronómicas, artesanales, etc. (Cada 4 meses).

A continuación, se presenta el presupuesto de ingresos por venta para la prestación del servicio y otros ingresos, dichos presupuestos se presentan de manera mensual para el primer año y posteriormente de manera anual para los primeros cinco años.

1.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS MENSUAL PARA EL PRIMER AÑO

Tabla 319. Presupuesto de ingresos por venta enero año 1

ENERO AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	1865	4.50	8,395.5
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	187	3.00	561.00
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	123	1.00	123.00
Participación en ferias	0	5.00	0.00
		Total	9,376.5

Tabla 320. Presupuesto de ingresos por venta febrero año 1

FEBRERO AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	2611	4.50	11,749.50
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	261	3.00	783.00
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	172	1.00	172.00
Participación en ferias	0	5.00	0.00
		Total	13,004.5

Tabla 321.Presupuesto de ingresos por venta marzo año 1

MARZO AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	5597	4.50	25,186.50
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	560	3.00	1680.00
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	369	1.00	369.00
Participación en ferias	0	5.00	0.00
		Total	27,535.50

Tabla 322.Presupuesto de ingresos por venta abril año 1

ABRIL AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	3171	4.50	14,269.50
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	317	3.00	951.00
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	209	1.00	209.00
Participación en ferias	20	5.00	100.00
		Total	15,829.50

Tabla 323.Presupuesto de ingresos por venta mayo año 1

MAYO AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	2798	4.50	12,591.00
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	280	3.00	840.00
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	185	1.00	185.00
Participación en ferias	0	5.00	0.00
		Total	13,916.00

Tabla 324.Presupuesto de ingresos por venta junio año1

JUNIO AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	2611	4.50	11,749.50
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	261	3.00	783.00
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	172	1.00	172.00
Participación en ferias	0	5.00	0.00
		Total	13,004.50

Tabla 325.Presupuesto de ingresos por venta julio año 1

JULIO AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	2239	4.50	10,075.50
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	224	3.00	672
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	148	1.00	148.00
Participación en ferias	0	5.00	0.00
		Total	11,195.50

Tabla 326.Presupuesto de ingresos por venta agosto año 1

AGOSTO AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	4851	4.50	21,829.50
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	485	3.00	1,455.00
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	320	1.00	320.00
Participación en ferias	20	5.00	100.00
		Total	24,004.50

Tabla 327.Presupuesto de ingresos por venta septiembre año 1

SEPTIEMBRE AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	2239	4.50	10,075.50
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	224	3.00	672.00
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	148	1.00	148.00
Participación en ferias	0	5.00	0.00
		Total	11,195.50

Tabla 328.Presupuesto de ingresos por venta octubre año 1

OCTUBRE AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	2425	4.50	10,912.50
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	243	3.00	729.00
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	160	1.00	160.00
Participación en ferias	0	5.00	0.00
		TOTAL	12,101.50

Tabla 329. Presupuesto de ingresos por venta noviembre año 1

NOVIEMBRE AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	2798	4.50	12,591.00
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	280	3.00	840.00
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	185	1.00	185.00
Participación en ferias	0	5.00	0.00
Total			13,916.00

Tabla 330. Presupuesto de ingresos por venta diciembre año 1

DICIEMBRE AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	4104	4.50	18,468
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	410	3.00	1230.00
Alquiler de servicios sanitarios	3	100.00	300.00
Venta de artesanías	271	1.00	271.00
Participación en ferias	20	5.00	100.00
Total			20,369.00

Estos fueron los presupuestos de ingresos por venta mensuales para el primer año de operación.

A continuación, se muestran los presupuestos de ingresos por venta para los cinco años proyectados.

1.2. PRESUPUESTO ANUAL DE INGRESOS POR VENTAS

Tabla 331. Presupuesto de ingresos por venta para el año 1

AÑO 1			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio (\$)	Ingresos (\$)
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	37310	4.50	167,895.00
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	3731	3.00	11,193.00
Alquiler de servicios sanitarios	36	100.00	3,600.00
Venta de artesanías	2,462	1.00	2,462.00
Participación en ferias	60	5.00	300.00
Total			185,450.00

Tabla 332. Presupuesto de ingresos por venta para año 2

AÑO 2			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio (\$)	Ingresos (\$)
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	41787	4.50	188,041.50
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	4178	3.00	12,534.00
Alquiler de servicios sanitarios	36	100.00	3,600.00
Venta de artesanías	2,758	1.00	2,758.00
Participación en ferias	60	5.00	300.00
TOTAL			207,233.50

Tabla 333. Presupuesto de ingresos por venta para año 3

AÑO 3			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio (\$)	Ingresos (\$)
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	45130	4.50	203,085.00
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	4513	3.00	13,539.00
Alquiler de servicios sanitarios	36	100.00	3,600.00
Venta de artesanías	2,979	1.00	2,979.00
Participación en ferias	60	5.00	300.00
TOTAL			223,503.00

Tabla 334. Presupuesto de ingresos por venta para año 4

AÑO 4			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio (\$)	Ingresos (\$)
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	48,289	4.50	217,300.50
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	4,829	3.00	14,487.00
Alquiler de servicios sanitarios	36	100.00	3,600.00
Venta de artesanías	3,187	1.00	3,187.00
Participación en ferias	60	5.00	300.00
TOTAL			238,874.50

Tabla 335. Presupuesto de ingresos por venta para el año 5

AÑO 5			
Fuente de Ingreso	Unidades	Precio (\$)	Ingresos (\$)
Recorridos turísticos (Grupos grandes)	52,151	4.50	234,679.50
Recorridos turísticos (Grupos pequeños)	5,215	3.00	15,645.00
Alquiler de servicios sanitarios	36	100.00	3,600.00
Venta de artesanías	3,442	1.00	3,442.00
Participación en ferias	60	5.00	300.00
TOTAL			257,666.50

2. PRESUPUESTO DE GASTOS TOTALES

Otro aspecto importante de conocer es el presupuesto de gastos totales y es por lo que a continuación se presenta dicho presupuesto de manera mensual y anual para los primeros 5 años.

Los gastos totales será la suma de los costos totales de operación, comercialización, administración y financieros.

A continuación, se muestran los gastos los anuales de los primeros cinco años de operaciones. No se ha considerado el efecto de la inflación en los costos.

Tabla 336. Presupuesto de gastos mensuales en el año 1 (Parte 1).

RUBRO	MES 1 (\$)	MES 2 (\$)	MES 3 (\$)	MES 4 (\$)	MES 5 (\$)	MES 6 (\$)
COSTOS OPERATIVOS						
PERSONAL DE OPERACIÓN	4726.67	5046.67	5766.67	5126.67	5046.67	5046.67
MATERIALES E INSUMOS	203.73	203.73	203.73	203.73	203.73	203.73
ENERGÍA ELÉCTRICA.	114.64	114.64	114.64	114.64	114.64	114.64
TRANSPORTE	635.00	975.00	1740.00	1060.00	975.00	975.00
AGUA POTABLE	81.75	81.75	81.75	81.75	81.75	81.75
DEPRECIACIÓN	280.92	280.92	280.92	280.92	280.92	280.92
AMORTIZACIÓN	122.89	122.89	122.89	122.89	122.89	122.89
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN						
MATERIALES E INSUMOS	1067.82	1430.87	2885.12	1703.46	1521.94	1430.87
DEPRECIACIÓN	35.31	35.31	35.31	35.31	35.31	35.31
AMORTIZACIÓN	2.53	2.53	2.53	2.53	2.53	2.53
COSTOS ADMINISTRATIVOS						
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN	520.84	520.84	520.84	520.84	520.84	520.84
MATERIALES E INSUMOS	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90
DEPRECIACIÓN	73.08	73.08	73.08	73.08	73.08	73.08
AMORTIZACIÓN	170.87	170.87	170.87	170.87	170.87	170.87
COSTOS FINANCIEROS						
PRESTAMO E INTERESES	1,153.50	1,153.50	1,153.50	1,153.50	1,153.50	1,153.50
TOTAL (\$)	9,219.45	10,242.50	13,181.75	10,680.09	10,333.57	10,242.50

Tabla 337. Presupuesto de gastos mensuales en el año 1 (Parte 2).

RUBRO	MES 7 (\$)	MES 8 (\$)	MES 9 (\$)	MES 10 (\$)	MES 11 (\$)	MES 12 (\$)
COSTOS OPERATIVOS						
PERSONAL DE OPERACIÓN	4966.67	5606.67	4966.67	4966.67	5046.67	5366.67
MATERIALES E INSUMOS	203.73	203.73	203.73	203.73	203.73	203.73
ENERGÍA ELÉCTRICA.	114.64	114.64	114.64	114.64	114.64	114.64
TRANSPORTE	890.00	1570.00	890.00	890.00	975.00	1315.00
AGUA POTABLE	81.75	81.75	81.75	81.75	81.75	81.75
DEPRECIACIÓN	280.92	280.92	280.92	280.92	280.92	280.92
AMORTIZACIÓN	122.89	122.89	122.89	122.89	122.89	122.89
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN						
MATERIALES E INSUMOS	1250.16	2521.60	1250.17	1340.77	1521.95	2157.94
DEPRECIACIÓN	35.31	35.31	35.31	35.31	35.31	35.31
AMORTIZACIÓN	2.53	2.53	2.53	2.53	2.53	2.53
COSTOS ADMINISTRATIVOS						
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN	520.84	520.84	520.84	520.84	520.84	520.84
MATERIALES E INSUMOS	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90
DEPRECIACIÓN	73.08	73.08	73.08	73.08	73.08	73.08
AMORTIZACIÓN	170.87	170.87	170.87	170.87	170.87	170.87
COSTOS FINANCIEROS						
PRESTAMO E INTERESES	1,153.50	1,153.50	1,153.50	1,153.50	1,153.50	1,153.50
TOTAL (\$)	9,896.79	12,488.23	9,896.80	9,987.40	10,333.58	11,629.57

Tabla 338. Presupuesto de gastos anual.

RUBRO	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
COSTOS OPERATIVOS					
PERSONAL DE OPERACIÓN	61600.00	61840.00	62,640.00	63,440.00	68080.00
MATERIALES E INSUMOS	2445.00	2445.00	2445.00	2445.00	2445.00
ENERGÍA ELÉCTRICA.	1375.68	1375.68	1375.68	1375.68	1375.68
TRANSPORTE	12,805.00	13,060.00	13,910.00	14,760.00	17,310.00
AGUA POTABLE	981.00	981.00	981.00	981.00	981.00
DEPRECIACIÓN	3371.08	3371.08	3371.08	3371.08	3371.08
AMORTIZACIÓN	1474.65	1474.65	1474.65	1474.65	1474.65
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN					
MATERIALES E INSUMOS	20,082.52	22,262.87	23,891.01	25,513.71	25,394.78
DEPRECIACIÓN	423.74	423.74	423.74	423.74	423.74
AMORTIZACIÓN	30.30	30.30	30.30	30.30	30.30
COSTOS ADMINISTRATIVOS					
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN	6250.00	6250.00	6250.00	6250.00	6250.00
MATERIALES E INSUMOS	358.80	358.80	358.80	358.80	358.80
DEPRECIACIÓN	877.01	877.01	877.01	877.01	877.01
AMORTIZACIÓN	2050.60	2050.60	2050.60	2050.60	2050.60
COSTOS FINANCIEROS					
PRESTAMO E INTERESES	13,842.00	13,027.76	12,261.43	11,540.17	10,861.33
TOTAL (\$)	127967.38	129828.49	132340.3	134891.74	141283.97

COMPARACIÓN ENTRE INGRESOS Y GASTOS

Tabla 339. Ingresos y gastos anuales.

RUBRO	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
INGRESOS	185,450.00	207,233.50	223,503.00	238,874.50	257,666.50
GASTOS	127,967.38	129,828.49	132,340.3	134,891.74	141,283.97

Según los resultados mostrados, provenientes de los presupuestos de ingresos y gastos se logra observar que los ingresos anuales son mayores que los gastos, lo cual indica que se podrá cubrir la estructura de costos y percibir utilidades. Esto se detalla en el apartado de punto de equilibrio.

3. SITUACIÓN DE EQUILIBRIO

El determinar el punto de equilibrio de la propuesta es de gran importancia ya que, permitirá determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costos totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables.

La unidad turística de la microrregión de Ahuachapán norte, ofrecerá diferentes recorridos turísticos; por lo cual el punto de equilibrio se determinará para una mezcla de productos, en este caso, para una mezcla de paquetes turísticos, el cual se calculará en términos de unidades monetarias y en unidades de paquetes.

Para determinar el punto de equilibrio se deben tener en cuenta las siguientes variables:

- Precio de venta unitario
- Costos fijos y variables
- Porcentaje de participación de la demanda.

El punto de equilibrio para la mezcla de los recorridos turísticos estará dado por las siguientes ecuaciones:

Tabla 340. Ecuaciones para el cálculo del punto de equilibrio.

Punto de equilibrio en unidades	$PE_{unidades} = \frac{\text{Costo Fijo anual}}{\text{Margen de contribución ponderado total}}$
Punto de equilibrio por producto	$PE_{por\ producto} = PE_{unidades} * \% \text{ de participación}$
Punto de equilibrio en términos monetarios	$PE_{monetario} = \sum PE_{por\ producto} * \text{Precio de venta}$
Margen de contribución ponderado total	$MCPT = \sum \text{Margen de contribución ponderado}$
Margen de contribución ponderado	$MCP = \% \text{ de participación} * \text{Margen de contribución unitario}$

Margen de contribución unitario

$$MCU = \text{Precio de venta} - \text{Costo Variable unitario}$$

A continuación, presenta la información requerida para el cálculo del punto de equilibrio en unidades y en términos monetarios.

Tabla 341. Información para el cálculo del punto de equilibrio.

VARIABLES	RECORRIDO SENDEROS MAYA	RECORRIDO ENTRE MANANTIALES	RECORRIDO AGROTURÍSTICO	RECORRIDO A LA MEDIDA	RECORRIDO A LA MEDIDA (GRUPOS PEQUEÑOS)
Precio de venta unitario	\$4.50	\$4.50	\$4.50	\$4.50	\$3.00
Costo unitario	\$3.33	\$3.35	\$3.49	\$3.33	\$3.33
Porcentaje de participación utilitario	31.1%	34.5%	14.2%	11.1%	9.1%
Costo variable unitario	\$1.01	\$2.09	\$2.09	\$2.09	\$2.09
Costo fijo anual	\$87,874.88				

3.1. PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD DE RECORRIDOS TURÍSTICOS

3.1.1. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO

El margen de contribución unitario se calculará para cada uno de los recorridos turísticos, a partir de la ecuación presentada anteriormente, la cual es la diferencia entre el precio de venta y el costo variable unitario, lo que representa la cantidad de ingresos (ventas) que quedan disponibles para cubrir los costos y para generar una utilidad operacional en cada recorrido turístico.

Tabla 342. Margen de contribución unitario.

RECORRIDO SENDEROS MAYA	$MCU = \$4.50 - \$1.01 = \$3.49$
RECORRIDO ENTRE MANANTIALES	$MCU = \$4.50 - \$2.09 = \$2.41$
RECORRIDO AGROTURÍSTICO	$MCU = \$4.50 - \$2.09 = \$2.41$
RECORRIDO A LA MEDIDA	$MCU = \$4.50 - \$2.09 = \$2.41$
RECORRIDO A LA MEDIDA (GRUPOS PEQUEÑOS)	$MCU = \$3.00 - \$2.09 = \$0.91$

3.1.2. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO

El margen de contribución ponderado se determinará para cada recorrido turístico, a través de la ecuación presentada anteriormente, la cual es el producto del margen de contribución unitario por el porcentaje de participación de cada recorrido.

Tabla 343. Margen de contribución ponderado.

RECORRIDO SENDEROS MAYA	MCP = 3.49 *0.311 = 1.08539
RECORRIDO ENTRE MANANTIALES	MCP = 2.41 *0.345 = 0.83145
RECORRIDO AGROTURÍSTICO	MCP = 2.41 *0.142 = 0.34222
RECORRIDO A LA MEDIDA	MCP = 2.41 *0.111 = 0.26751
RECORRIDO A LA MEDIDA (GRUPOS PEQUEÑOS)	MCP = 0.91*0.091 = 0.08554

3.1.3. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO TOTAL

El margen de contribución ponderado total es la sumatoria de los márgenes de contribución ponderado de cada uno de los recorridos turísticos, su cálculo se presenta a continuación:

$$MCPT = \$1.08539 + \$0.83145 + \$0.34222 + \$0.26751 + \$0.08554 = \$ 2.61$$

3.1.4. PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

El número total de paquetes y/o recorridos turísticos que deberán venderse para cubrir los costos, se determinará a partir de la ecuación presentada anteriormente. Su cálculo se presenta a continuación:

$$PE_{unidades} = \frac{\text{Costo Fijo anual}}{\text{Margen de contribución ponderado total}}$$

$$PE_{unidades} = \frac{\$ 87,874.88}{\$ 2.61} = 33,669 \text{ recorridos al año}$$

La unidad turística de la microrregión de Ahuachapán Norte deberá vender 33,669 recorridos turísticos anualmente para cubrir sus costos, dicha cantidad en equilibrio está compuesta por los diferentes productos turísticos planteados en la presente propuesta. Los 33,669 recorridos a vender, indican que ventas anuales por debajo de este valor generarán pérdidas, mientras que arriba de él generará utilidades y una venta igual a dicho valor, no generará perdidas ni utilidad.

La cantidad recorridos calculado como punto de equilibrio está conformada por una mezcla de productos turísticos que se rigen por su porcentaje de participación. Las cantidades por productos se calcularán a partir de la cantidad de punto de equilibrio y el porcentaje de participación de la demanda.

Tabla 344. Margen de contribución ponderado.

RECORRIDO SENDEROS MAYA	$PE_{sm} = 33,669 * 0.311 = 10,471$
RECORRIDO ENTRE MANANTIALES	$PE_{em} = 33,669 * 0.345 = 11,616$
RECORRIDO AGROTURÍSTICO	$PE_a = 33,669 * 0.142 = 4781$
RECORRIDO A LA MEDIDA	$PE_{am} = 33,669 * 0.111 = 3737$
RECORRIDO A LA MEDIDA (GRUPOS PEQUEÑOS)	$PE_{amp} = 33,669 * 0.091 = 3064$
TOTAL	33,669 recorridos turístico

Para cubrir con los costos la unidad turística de la microrregión de Ahuachapán Norte deberá vender en un año 10,471 paquetes del recorrido senderos maya, 11,616 del recorrido entre manantiales, 4781 del recorrido agroturístico, 3,737 del recorrido a la medida para grupos grandes y 3,064 del recorrido a la medida para grupos pequeños, haciendo un total de 33,669 recorridos turísticos al año.

3.2. PUNTO DE EQUILIBRIO EN TÉRMINOS MONETARIOS

Para determinar el punto de equilibrio en términos monetarios se realizará el producto de las unidades de paquetes de cada recorrido turístico que compone el punto de equilibrio con el precio correspondiente a cada uno.

A continuación, se determina el aporte en términos monetarios de cada recorrido según la cantidad de recorridos turísticos determinados en el punto anterior:

Tabla 345. Punto de equilibrio en términos monetarios.

RECORRIDO SENDEROS MAYA	$PE_{sm} = 10,471 * \$4.50 = \$47,119.50$
RECORRIDO ENTRE MANANTIALES	$PE_{em} = 11,616 * \$4.50 = 52,272.00$
RECORRIDO AGROTURÍSTICO	$PE_a = 4781 * \$4.50 = 21,514.50$
RECORRIDO A LA MEDIDA	$PE_{am} = 3737 * \$4.50 = 16,816.50$
RECORRIDO A LA MEDIDA (GRUPOS PEQUEÑOS)	$PE_{amp} = 3064 * \$3.00 = 9,191.00$
TOTAL	\$146,913.50

El ingreso que deberá la unidad turística de la microrregión para cubrir sus costos es de \$146,913.50, las cuales equivalen a las 33,669 unidades de paquetes turísticos. Ingresos superiores al monto de equilibrio indican la obtención de utilidades en el año, mientras que por debajo de dicho valor indican pérdidas o que no se pudo cubrir los costos.

1.1. MARGEN DE SEGURIDAD

El margen de seguridad determinará el porcentaje que las ventas pueden disminuir sin entrar en pérdidas y que es el porcentaje que representan las ventas por encima del punto de equilibrio en relación al total de ventas. Cuanto mayor sea este porcentaje menor será el riesgo para la microrregión de entrar en pérdidas.

El margen de seguridad es dado por la siguiente ecuación:

$$\text{Margen de seguridad} = \frac{\text{Ingresos presupuestados} - \text{Ingresos de punto de equilibrio}}{\text{Ingresos presupuestados}}$$

A continuación, se presenta el margen de seguridad, para los cinco años en estudio, considerando que el punto de equilibrio en términos monetarios es \$108,888.00.

Tabla 346. Margen de seguridad.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas pronosticadas	\$179,088.00	\$200,575.50	\$216,624	\$231,787.50	\$250,324.50
Punto de equilibrio	\$146,913.50	\$146,913.50	\$146,913.50	\$146,913.50	\$146,913.50
% Margen de seguridad	17.9%	26.8%	32.2%	36.6%	41.3%

El dato de ventas pronosticadas solo se ha considerado el ingreso debido a las ventas de los paquetes turísticos. Según los resultados del porcentaje de margen de seguridad, año con año aumenta, de un 17.9% en el primer año, hasta un 41.3% en el último, lo cual es justificable, debido a que el sector turismo a nivel internacional y nacional está en un momento de crecimiento. Este resultado significa que los ingresos del son mayores que los costos totales anuales, es decir que se reportaran ganancias.



V. FINANCIAMIENTO DEL PLAN.

V. FINANCIAMIENTO DEL PLAN.

1. CONVENIENCIA DE FINANCIARSE

Para llevar a cabo el plan de desarrollo turístico es necesario contar con los suficientes recursos financieros, para lo cual es necesaria la obtención de financiamiento debido a que actualmente la microrregión de manera independiente no puede cubrir el monto de la inversión.

El proceso de obtener financiamiento contempla varias etapas, como valorar todos los activos del proyecto, incluyendo los activos que se van a comprar con el financiamiento y los activos personales, menos los pasivos. Esto permite conocer la capacidad de financiamiento. Para esto, hay que considerar:

- Buscar las fuentes específicas de financiamiento para cada tipo de activos que posea el proyecto.
- Usar las distintas técnicas de financiamiento para alcanzar los objetivos financieros.
- Una vez identificadas las fuentes más probables, convencer para invertir o prestarle a la entidad dueña del plan.
- Después de contactadas las fuentes, negociar los términos que satisfagan los intereses de ambas partes.

Existen dos tipos de fuentes de financiamiento a los que se puede recurrir para llevar a cabo el proyecto, los cuales son; el financiamiento convencional y el financiamiento no convencional.

Las fuentes convencionales corresponden al financiamiento vía deuda y capital accionario, el cual incluye los préstamos a largo plazo que se obtienen a través de fuentes como bancos e inversionistas privados, mientras que las fuentes no tradicionales incluyen otras alternativas, tales como las alianzas estratégicas, fondos de Inversión, bancas de desarrollo, cooperación internacional, inversión del gobierno, entre otros; financiando bajo las modalidades de capital de riesgo, capital semilla, inversionistas ángeles, capital privado, patrocinio, donaciones, entre otros.

1.1. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE ALGUNOS TIPOS DE FINANCIAMIENTO.

FINANCIAMIENTO VÍA DEUDA.

- **Ventajas**

El financiamiento con deuda permite pagar nuevos edificios, equipo y otros activos utilizados para hacer crecer el proyecto antes de ganar los fondos necesarios. Esta puede ser una gran forma de perseguir una estrategia de crecimiento agresiva, especialmente si se tiene acceso a tasas de interés bajas. Relacionada muy de cerca está la ventaja de pagar la deuda en porciones durante un periodo de tiempo.

- **Desventajas**

La desventaja más obvia del financiamiento de deuda es que se tiene que volver a pagar el préstamo más los intereses. No hacerlo expone la propiedad del proyecto y activos a la reposición del banco. El financiamiento de deuda también implica pedir prestado con base en las ganancias futuras.

Esto significa que en lugar de utilizar todas las ganancias futuras para hacer crecer el proyecto se tiene que distribuir una porción para los pagos de la deuda. Sobre utilizar la deuda puede limitar severamente el flujo de efectivo futuro y estancar el crecimiento del proyecto.

FINANCIAMIENTO POR CAPITAL PROPIO.

- **Ventajas**

El financiamiento de capital no tiene que volverse a pagar. Como no se tiene que hacer ningún pago de deuda, se puede usar el flujo de efectivo generado para hacer crecer aún más el proyecto o para diversificar en otras áreas. Mantener una relación baja de deuda a capital también pone el proyecto en una mejor posición para obtener un préstamo en el futuro cuando sea necesario.

- **Desventajas**

Entre las desventajas del autofinanciamiento se destaca el riesgo de llevar a cabo inversiones poco rentables, porque al tratarse de una cuestión interna todo se examina con menor exhaustividad.

También existe un riesgo que apunta a la pérdida de valor de las acciones al recurrir a una excesiva autofinanciación el reparto de dividendos se ve afectado, haciendo que disminuya la rentabilidad de las acciones.

Otra dificultad que podría afectar al proyecto es que la empresa se quede con recursos propios para poder afrontar sus necesidades diarias a corto plazo. Otro de los problemas de la financiación propia es el coste de oportunidad implícito que conlleva, ya que siempre se podría haber realizado otra acción con ese dinero. Además, la falta de opinión de un agente externo que estudie y valore si la utilización de ese capital puede ser rentable o no.

DONACIONES O PATROCINIOS

- **Ventajas**

Cero Costos de financiamiento. Al utilizar un recurso económico que no exige una devolución económica sino resultados e impactos positivos en diferentes áreas ya sea ambiental, social, de género, etc., no se incurre en el pago de intereses, ni en pagos del monto de la inversión.

Mayor flexibilidad. Los proyectos no necesariamente deben tener inicio y fin concreto. Si bien se puede necesitar una cantidad económica concreta para ser realizados y una fecha límite para conseguirlo, también existe la posibilidad de que esto no sea así siempre. O, por el contrario, tal vez se tenga una fecha límite, pero no un objetivo económico concreto. Pero incluso se podría no tener ni objetivo económico concreto ni fecha límite necesaria ya que por ejemplo el proyecto puede tener una orientación de ayuda social que una orientación de lucro. Es aquí donde las donaciones o patrocinio tienen mayor enfoque, donde la inversión tenga un beneficio social y ambiental, con una inversión de tipo escalonada.

Se retroalimenta. Esta ventaja de poder mantener en el tiempo las aportaciones nos lleva de nuevo al punto anterior y por el que se hace hincapié en que los proyectos solidarios tienen un público de donantes potencialmente mayor.

Nuevo enfoque. Los donantes no necesariamente pueden verse atraído por un proyecto solidario y entonces decidir con qué cantidad colaborar. Si no que se suelen involucrar en el proceso y pensar primero con qué cantidad puedo y quiero colaborar y decidir luego como distribuirla cada mes, cada semana o cada año.

La Publicidad Gratuita. Realizar un proyecto a través de donaciones es una gran manera de generar rumores acerca de lo que se va a producir. Las personas que invierten en el proyecto quieren ver que tenga éxito, lo que significa que también tienen un incentivo incorporado al anunciar el proyecto. Esto, a su vez crea un efecto bola de nieve- cuanto más sea la gente invierta y hable del proyecto, más fácil será atraer a posibles futuros inversores.

- **Desventajas**

Mayores esfuerzos de encontrar y convencer a inversores (donantes).

Agotamiento del Donante. Un proyecto que es inicialmente muy popular podría comenzar a perder apoyo cuando la novedad de su idea comienza a desaparecer. En ese punto, el flujo original de los ingresos se reduce al mínimo y se hace difícil mantener el impulso.

Potencial de Plagio. Las personas con la idea del proyecto se ven obligadas a compartir esas ideas en el público con el fin de atraer a los donantes potenciales. Si la idea no está protegida legalmente, un particular puede copiar la idea especialmente si ya tienen acceso a los fondos necesarios para ponerla en marcha.

1.2. JUSTIFICACIÓN DE FINANCIARSE

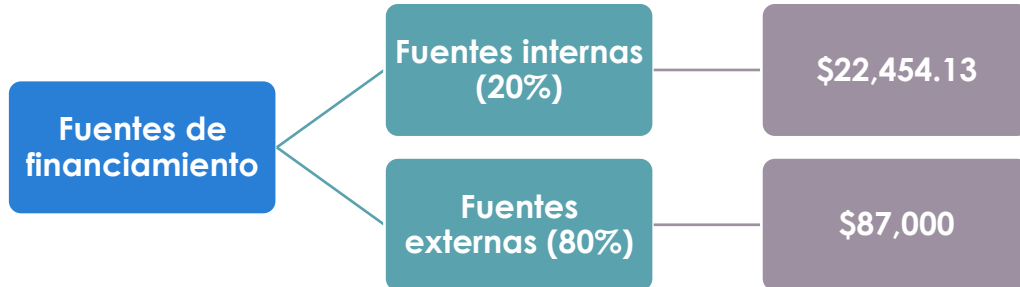
Tomando como base lo descrito anteriormente, la unidad turística de la microrregión buscara financiar el plan a través fuentes internas (alcaldías) y por fuentes externas (financiamiento via deuda y donaciones). Esto debido la contraparte por sí sola no puede cubrir actualmente el monto de la inversión, por lo cual ellos solo cubrirán un 20% de la misma.

Como primera acción se buscará fuentes de financiamiento no convencional no reembolsables debido al tipo de proyecto (social) , para evitar incurrir en costos financieros, así se reduce el riesgo al financiarse con deuda, además este tipo de financiamiento generará publicidad al plan por parte de los inversionistas, lo cual atraerá el segmento de mercado objetivo.

Si no se lograra adquirir el tipo de financiamiento anterior, se recurrirá a financiamiento vía deuda, incurriendo en gastos de financieros, por lo cual este costo será considerado en el costeo de la propuesta.

2. ANÁLISIS DE POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento del plan se tiene que este provendrá de dos posibles fuentes las cuales son:



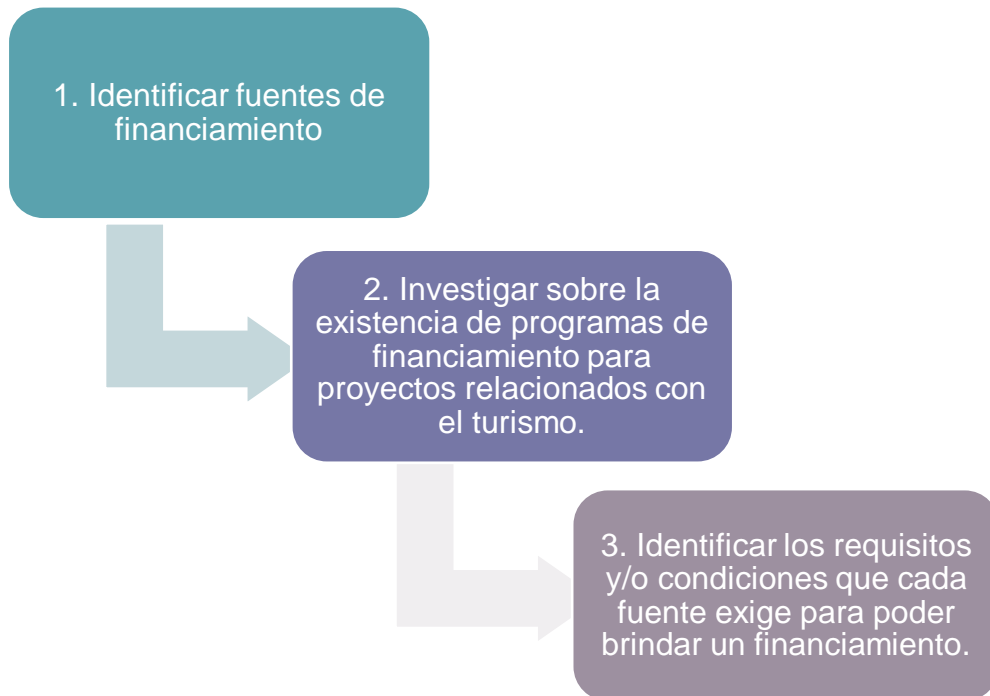
Esquema 20 Fuentes de financiamiento

Fuentes internas: está compuesta por los aportes de las alcaldías a la microrregión, lo cual se provee que será del 20%

Fuente externa: para poder financiar el otro 80% de la inversión se requerirá de una fuente ajena a la organización. Las opciones de podría ser con inversionistas de cooperación no reembolsable o instituciones financieras.

2.1. BÚSQUEDA DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El procedimiento a seguir para la búsqueda de fuentes de financiamiento es el siguiente:



Esquema 21. Pasos para la búsqueda de fuentes de financiamiento.

2.2. FUENTES DE FINANCIAMIENTO NO CONVENCIONALES

A continuación, se presenta información básica sobre las posibles fuentes de financiamiento:

- **Cooperación Internacional para el desarrollo**

Los proyectos de inversión pública en El Salvador generalmente se financian a través de la cooperación internacional para el desarrollo, la cual está conformada por un conjunto de países cooperantes que brindan los fondos. Como, por ejemplo: Brasil, Costa Rica, Chile, Estados Unidos, México, Corea; China-Taiwán, Japón, Alemania, España, Francia, Inglaterra, Rusia, Suecia.

Dentro del marco institucional de El Salvador, la instancia encargada de gestionar los fondos en todas sus modalidades es el Ministerio de Relaciones Exteriores a través de la Dirección General de Cooperación Externa y la Secretaría Técnica del Financiamiento Externo. Asimismo, la Secretaría Técnica de la Presidencia y el Ministerio de Hacienda son la contraparte para planificar y coordinar la distribución de los recursos orientados a la ejecución de los programas y proyectos específicos.

Los programas y proyectos enmarcados dentro de las políticas de desarrollo se orientan en diferentes ámbitos como: Salud, Educación, Medio ambiente, Agua y saneamiento, Vivienda, Agricultura, Industria, Turismo, Comercio, entre otros.

Según la modalidad de intervención de la cooperación internacional estas se clasifican en:

- Cooperación financiera no reembolsable.
- Cooperación financiera reembolsable.

Para este proyecto se buscará la modalidad de cooperación financiera no reembolsable.

El financiamiento a través de los fondos de cooperación internacional puede ser gestionados por la institución solicitante a través de la unidad del ministerio correspondiente al rubro del proyecto que se desea ejecutar (En este caso con el ministerio de Turismo). Otra forma de gestionar los fondos es directamente a través del Ministerio de Relaciones Exteriores el cual realiza el proceso de precalificación del proyecto.

El proceso para la gestión de los fondos a través del Ministerio de Relaciones Exteriores se resume de la siguiente forma:

1. Solicitud de apoyo financiero a la Dirección General de Cooperación Externa del Ministerio de Relaciones Exteriores por parte de las instituciones ejecutoras de proyectos de cooperación internacional.
2. Presentar los formularios destinados para diseñar el programa, proyecto y actividad específica, a través de una nota oficial y se acompañan de los soportes y documentación acreditativa correspondiente.

3. Las solicitudes de financiamiento son analizadas y evaluadas previamente por un equipo de profesionales multidisciplinario según el tipo y naturaleza de los proyectos; de igual forma, brinda la asistencia y asesoría técnica necesaria para la formulación y presentación de estas.
4. Una vez aprobadas las propuestas de cooperación se realiza la gestión ante la fuente cooperante y se obtiene la aprobación o no de financiamiento y se notifica a la institución ejecutora/beneficiaria sobre la respectiva resolución

- **USAID**

USAID es la agencia norteamericana encargada de la cooperación internacional oficial de EE.UU. Apoya y desarrolla gran número de proyectos en los países que comprenden su área de interés y en los temas que la agencia ha definido como prioritarios.

Para ello USAID con el país tipos de cooperación financiera no reembolsable (donaciones), realizando convocatorias para proyectos innovadores para el desarrollo, de alcance comunitario, proyectos municipales, ambientales, etc.

El requisito primordial que debe cumplir estos proyectos sometidos al proceso de convocatorias es que el alcance e impactos del proyecto sean en función del beneficio social, desarrollo comunitario, beneficio ambiental, beneficios de género entre otros.

Este proyecto puede ser financiado a través de USAID en función del beneficio social de la región. Por ejemplos a través del proyecto USAID para la competitividad municipal.

El Proyecto de USAID para la Competitividad Municipal apoya a las municipalidades a mejorar sus niveles de competitividad y desarrollar un entorno amigable con los negocios que fomente y fortalezca el espíritu emprendedor de hombres y mujeres de negocio, para generar nuevas inversiones, negocios y empleos, y facilitar con ello, el avance de los municipios hacia el desarrollo económico local.

USAID desarrollará programas de capacitación y asistencia técnica especializados para mejorar la competitividad municipal; asimismo, apoyará el crecimiento de los sectores productivos a través de capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de capacidades empresariales y de la fuerza laboral, asociatividad de empresarios, el fortalecimiento de redes de mujeres de negocios, el desarrollo de un concurso de planes de negocios, ferias de promoción de inversiones, productos y empleos, entre otros.

- **LA COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL (MITUR, ISTU, CORSATUR)**

En el año 2011, se firma un Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre el Ministerio de Turismo, la Corporación Salvadoreña de Turismo y el Instituto Salvadoreño de Turismo, con la finalidad de mejorar la coordinación inter institucional entre las tres instituciones, así como para aunar esfuerzos y recursos físicos y financieros.

MITUR como CORSATUR e ISTU, han brindado mucho apoyo a los municipios mediante los siguientes componentes estratégicos:

1. Participación ciudadana e inclusión social.

2. Reactivación del turismo interno.
3. Desarrollo de rutas y productos turísticos.
4. Señalización turística.
5. Mejoramiento de la imagen e infraestructura turística.
6. Promoción, transparencia y ética.
7. Comercialización y ferias de turismo.
8. Inversión en capital humano por medio de capacitaciones y asistencias técnicas.

Por lo cual estas instituciones pueden cooperar con la organización turística para la gestión de donaciones del gobierno o de entes externos para realizar el proyecto, así como la asistencia técnica, el desarrollo de las capacitaciones y la señalización turística.

2.3. ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO VÍA DEUDA

A continuación, se presentan las diversas opciones instituciones financieras para la adquisición de financiamiento. Posteriormente de presentar y describir cada uno de las alternativas de financiamiento se procederá a seleccionar una alternativa de finamiento propuesta.



Ilustración 175. Logo Banco Agrícola.

BANCO AGRÍCOLA

BANCA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Pone a disposición créditos destinados a satisfacer las necesidades de personas naturales o jurídicas cuyo flujo sea generado por un negocio; así como también profesionales independientes que demanden crédito cuyo destino sea productivo que contribuyan a su crecimiento y desarrollo.

Tabla 347. Característica.

Tipificación de usuarios	<p>Clientes que desarrollan actividades productivas tales como: comercio, industria, servicio, transporte, turismo, artesanías, y que se encuentren dentro de los siguientes rangos de ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Micro empresa: Personas naturales o jurídicas cuyas ventas anuales sean mayores a \$25 mil y hasta \$100 mil. • Pequeña empresa: Personas naturales o jurídicas cuyas ventas anuales sean mayores a \$100 mil y hasta \$1.0 millón.
--------------------------	---

Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud debidamente completada. • Fotocopias de DUI y NIT. • Declaraciones de IVA últimos 6 meses (No indispensable). • Declaraciones de renta 2 años (No Indispensable). • 1 años de experiencia en el negocio. • Requisitos adicionales dependerá del destino y garantía.
Destinos financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Capital de trabajo. • Adquisición de maquinaria y equipo. • Compra y adecuación de local. • Compra, construcción y adecuación de vivienda. • Traslado y consolidación de deudas por vivienda.
Pago	<ul style="list-style-type: none"> • Cuotas mensuales y otras formas, acordes al flujo de los ingresos del negocio y modalidad del financiamiento. • Cuotas incluyen: Capital, Intereses, Seguro de Deuda y de Daños. • Otros cargos: Comisión por otorgamiento al momento de la contratación.

Tabla 348. Tasa de interés banco agrícola.

TASAS DE INTERÉS	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA
A 1 año plazo	17.50%	26.50%
Más de 1 año plazo	19.50%	22 %

BANCO DAVIVIENDA



Ilustración 176. Logo Banco Davivienda.

Posee 3 líneas de financiamiento que son: Capital de Trabajo, Financiamiento para el sector de la construcción y Financiamiento agropecuario.

Para la presente propuesta, Davivienda ofrece la línea de financiamiento denominada “Capital de trabajo”, cuyas especificaciones se muestran a continuación:

Línea de financiamiento: Capital de trabajo (Crédito en cuenta corriente)

Corresponde a una línea de crédito habilitada en una cuenta corriente, en la cual se amortiza el interés mensualmente y el capital al vencimiento del plazo, cuya vigencia es de un año plazo como

máximo y puede ser renovado por periodos iguales de acuerdo al manejo del producto durante la vigencia del mismo.

Características:

- Montos de otorgamiento: De acuerdo a las necesidades financieras y productivas de su negocio, así como a su experiencia crediticia y políticas crediticias vigentes emitidas por el Banco.
- Plazo: 1 año como máximo y puede ser renovado por períodos iguales, de acuerdo al manejo del producto durante la vigencia del mismo.
- Abonos mensuales a capital; pero en todo caso, deberá pagar el saldo de capital al vencimiento de este.
- Forma de pago: Pago mensual de intereses sobre saldos

Tabla 349. Tasa de interés Davivienda.

Tasas de interés	Tasa nominal	Tasa efectiva
A 1 año plazo	19.25%	80.25%
Más de 1 año plazo	21.25%	66.25%

BANDESAL



Actualmente BANDESAL es un mecanismo estratégico que tiene como propósito acompañar con recursos financieros a las políticas públicas sectoriales, que se establezcan por el gobierno, para promover el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, las exportaciones, la generación de empleo y en consecuencia el desarrollo económico del país.

Actualmente BANDESAL cuenta con herramientas para el desarrollo económico, las cuales son:

- Crédito directo
- Crédito indirecto
- Fondo de desarrollo económico.

Para financiamiento del proyecto se contempla la siguiente herramienta de desarrollo económico:

Fondo de desarrollo económico:

Busca contribuir al desarrollo económico a través del financiamiento y asistencia técnica de proyectos productivos y de fomento al desarrollo económico y social que permitan renovar el tejido productivo, mejoren la competitividad y generen empleo.

Dentro del fondo se han identificado opciones que contribuyen al desarrollo del sector turismo el cual se presenta a continuación:

Fomento al turismo

Tabla 350. Objetivo y actividades a financiar de Bandedal.

Objetivo	Impulsar el desarrollo, la competitividad y el mejoramiento en la calidad de los servicios ofrecidos en todas las ramas del turismo salvadoreño con énfasis en el turismo de montaña, sol y de playa, de surf, de pesca, cultural y de reuniones mediante créditos que busquen financiar el establecimiento, ampliación y diversificación de empresas sostenibles en dicha actividad económica
Actividades a financiar	La gestión de productos y servicios que busquen promover la cadena de valor en el turismo en El Salvador al ofrecer, excursiones, transporte, traslados u hotelería, entre otros, que pueden ser coordinadas por la misma empresa o por medio de operadores turísticos, ya sean mayoristas o minoristas.

Tabla 351. Plazos y periodos de gracias de Bandedal.

Destinos	Plazo máximo	Periodo de gracia Máximo
Adquisición de inmuebles, construcción, modernización, remodelación o ampliación de la infraestructura turística.	15 años	3 años
Adquisición de activos fijos tales como mobiliario y equipo, software, transporte para turistas, entre otros.	8 años	2 años
Capacitación a personal	2 años	1 año

Tabla 352. Tasas de interés Bandedal.

PLAZOS	INSTITUCIONES REGULADAS	IFNB NO REGULADA		
		NB1	NB2	NB3
Hasta 1 año	5.75%	6.00%	6.25%	6.50%
De 1 hasta 3 años	6.00%	6.25%	6.50%	6.75%
De 3 hasta 5 años	6.00%	6.25%	6.50%	6.75%
De 5 hasta 7 años	6.25%	6.50%	6.75%	7.00%
De 7 hasta 10 años	6.50%	6.75%	7.00%	7.25%
De 10 hasta 15 años	6.75%	7.00%	7.25%	7.50%
De 15 hasta 20 años	7.00%	7.25%	7.50%	7.75%
Más de 20 años	7.25%	7.50%	7.75%	8.00%
Incremento tasa		0.25%	0.50%	0.75%

2.4. SELECCIÓN DE LA ENTIDAD PARA EL FINANCIAMIENTO

Luego de investigadas las diferentes entidades que pueden ser sujeto para el financiamiento de la propuesta para el plan de desarrollo turístico, se procede a la selección de la mejor alternativa, para lo cual cabe mencionar que según los requisitos especificados anteriormente y las tasas de interés que se muestra de nuevo en un cuadro resumen:

Tabla 353. Tasas de interés de entidades financiadoras.

Entidad bancaria	Tasa de interés
BANCO AGRÍCOLA	19.50%
DAVIVIENDA	21.25%
BANDESAL	6.25%

Se considera que la mejor opción para el financiamiento es BANDESAL, por tener la tasa de interés más baja, y además brindar mejores opciones para el desarrollo de proyectos turísticos, permitiendo además un periodo de gracia para comenzar a cancelar el financiamiento

A continuación, se presenta en resumen las características de la opción seleccionada:

Tabla 354. Características del financiamiento.

Nombre de la Entidad financiera:	BANDESAL
Tasa de interés:	6.25%
Periodo de gracia:	2 años
Plazo máximo:	8 años

Para optar formalmente al crédito con BANDESAL, debe someterse el proyecto a un proceso de precalificación, para el cual se solicitará llenar una serie de documentos para solicitar el monto, especificar el proyecto y someterlo a precalificación.

Si el caso precalifica, BANDESAL asignará a un ejecutivo, quien brindará seguimiento y solicitará documentos adicionales.



VI. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

VI. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Los estados financieros básicos o estados contables básicos los podemos definir como un registro formal de las actividades financieras de una empresa, persona o entidad.

Los estados financieros son un informe resumido que muestra cómo una organización ha utilizado los fondos que le confían sus accionistas y acreedores, y cuál es su situación financiera actual. Es una práctica estándar para las empresas presentar estados financieros que se adhieran a los principios de contabilidad generalmente aceptados para mantener la continuidad de la información y la presentación a través de las fronteras internacionales. Los estados financieros son a menudo auditados por agencias gubernamentales, contadores, firmas, etc. para asegurar la exactitud y para propósitos de impuestos, financiamiento o inversión.

✓ **Estado de resultados**

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias proporciona un resumen financiero de los resultados de operación de la organización durante un periodo específico. Los más comunes son los estados resultados que cubren un periodo de un año que termina en una fecha específica, generalmente el 31 de diciembre del año calendario. Sin embargo, muchas empresas grandes operan en un ciclo financiero de 12 meses, o año fiscal, que termina en una fecha distinta del 31 de diciembre.

✓ **Estado de flujo de efectivo**

El estado de flujos de efectivo es un resumen de los flujos de efectivo de un periodo específico. El estado permite comprender mejor los flujos operativos, de inversión y financieros de la empresa, y los reconcilia con los cambios en su efectivo y sus valores negociables durante el periodo.

✓ **Balance general**

El balance general presenta un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. El estado sopesa los activos de la empresa (lo que posee) contra su financiamiento, que puede ser deuda (lo que debe) o patrimonio (lo que aportan los dueños).

A continuación, se presentan los estados financieros para la operación de la unidad turística de la microrregión Ahuachapán Norte, al implementar el plan de desarrollo turístico.

1. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 355. Estado de resultados mensual.

ESTADO DE RESULTADOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC
Detalle												
Ventas	\$ 9,376.50	\$ 13,004.50	\$ 27,535.50	\$ 15,829.50	\$ 13,916.00	\$ 13,004.50	\$ 11,195.50	\$ 24,004.50	\$ 11,195.50	\$ 12,101.50	\$ 13,916.00	\$ 20,369.00
(-) Costos de operación	\$ 6,165.60	\$ 6,825.60	\$ 8,310.60	\$ 6,990.60	\$ 6,825.60	\$ 6,825.60	\$ 6,660.60	\$ 7,980.60	\$ 6,660.60	\$ 6,660.60	\$ 6,825.60	\$ 7,485.60
(=) Utilidad Bruta	\$ 3,210.90	\$ 6,178.90	\$ 19,224.90	\$ 8,838.90	\$ 7,090.40	\$ 6,178.90	\$ 4,534.90	\$ 16,023.90	\$ 4,534.90	\$ 5,440.90	\$ 7,090.40	\$ 12,883.40
(-) Costos de Comercialización	\$ 1,105.66	\$ 1,468.71	\$ 2,922.96	\$ 1,741.30	\$ 1,559.78	\$ 1,468.71	\$ 1,288.00	\$ 2,559.44	\$ 1,288.01	\$ 1,378.61	\$ 1,559.79	\$ 2,195.78
(-) Costos de Administración	\$ 794.69	\$ 794.69	\$ 794.69	\$ 794.69	\$ 794.69	\$ 794.69	\$ 794.69	\$ 794.69	\$ 794.69	\$ 794.69	\$ 794.69	\$ 794.69
(+) UAI	\$ 1,310.55	\$ 3,915.50	\$ 15,507.25	\$ 6,302.91	\$ 4,735.93	\$ 3,915.50	\$ 2,452.21	\$ 12,669.77	\$ 2,452.20	\$ 3,267.60	\$ 4,735.92	\$ 9,892.93
(-) Costos Financieros	\$ 1,153.50	\$ 1,153.50	\$ 1,153.50	\$ 1,153.50	\$ 1,153.50	\$ 1,153.50	\$ 1,153.50	\$ 1,153.50	\$ 1,153.50	\$ 1,153.50	\$ 1,153.50	\$ 1,153.50
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$ 157.05	\$ 2,762.00	\$ 14,353.75	\$ 5,149.41	\$ 3,582.43	\$ 2,762.00	\$ 1,298.71	\$ 11,516.27	\$ 1,298.70	\$ 2,114.10	\$ 3,582.42	\$ 8,739.43
(-) Impuestos (25%)	\$ 39.26	\$ 690.50	\$ 3,588.44	\$ 1,287.35	\$ 895.61	\$ 690.50	\$ 324.68	\$ 2,879.07	\$ 324.68	\$ 528.53	\$ 895.61	\$ 2,184.86
(=) Utilidad Neta	\$ 117.79	\$ 2,071.50	\$ 10,765.31	\$ 3,862.06	\$ 2,686.82	\$ 2,071.50	\$ 974.03	\$ 8,637.20	\$ 974.03	\$ 1,585.58	\$ 2,686.82	\$ 6,554.57

Tabla 356. Estado de Resultado anual.

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Detalle					
Ventas	\$ 185,450.00	\$ 207,233.50	\$ 223,503.00	\$ 238,874.50	\$ 257,666.50
(-) Costos de operación	\$ 84,052.42	\$ 84,547.42	\$ 86,197.42	\$ 87,847.42	\$ 95,037.42
(=) Utilidad Bruta	\$ 101,397.58	\$ 122,686.08	\$ 137,305.58	\$ 151,027.08	\$ 162,629.08
(-) Costos de Comercialización	\$ 20,536.56	\$ 22,716.91	\$ 24,345.05	\$ 25,882.75	\$ 27,763.82
(-) Costos de Administración	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41
(+) UAI	\$ 71,324.61	\$ 90,432.76	\$ 103,424.12	\$ 115,607.92	\$ 125,328.85
(-) Costos Financieros	\$ 13,842.00	\$ 13,027.76	\$ 12,261.43	\$ 11,540.17	\$ 10,861.33
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$ 57,482.61	\$ 77,405.00	\$ 91,162.69	\$ 104,067.75	\$ 114,467.52
(-) Impuestos	\$ 14,370.65	\$ 19,351.25	\$ 22,790.67	\$ 26,016.94	\$ 28,616.88
(=) Utilidad Neta	\$ 43,111.96	\$ 58,053.75	\$ 68,372.02	\$ 78,050.82	\$ 85,850.64

2. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Tabla 357. Estado de flujo de efectivo mensual.

FLUJO DE EFECTIVO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC
Detalle												
Ventas	\$9,376.50	\$13,004.50	\$27,535.50	\$15,829.50	\$13,916.00	\$13,004.50	\$11,195.50	\$24,004.50	\$11,195.50	\$12,101.50	\$13,916.00	\$20,369.00
(-) Costos de operación	\$6,165.60	\$6,825.60	\$8,310.60	\$6,990.60	\$6,825.60	\$6,825.60	\$6,660.60	\$7,980.60	\$6,660.60	\$6,660.60	\$6,825.60	\$7,485.60
(=) Utilidad Bruta	\$3,210.90	\$6,178.90	\$19,224.90	\$8,838.90	\$7,090.40	\$6,178.90	\$4,534.90	\$16,023.90	\$4,534.90	\$5,440.90	\$7,090.40	\$12,883.40
(-) Costos de Comercialización	\$1,105.66	\$1,468.71	\$2,922.96	\$1,741.30	\$1,559.78	\$1,468.71	\$1,288.00	\$2,559.44	\$1,288.01	\$1,378.61	\$1,559.79	\$2,195.78
(-) Costos de Administración	\$794.69	\$794.69	\$794.69	\$794.69	\$794.69	\$794.69	\$794.69	\$794.69	\$794.69	\$794.69	\$794.69	\$794.69
(+) UaII	\$1,310.55	\$3,915.50	\$15,507.25	\$6,302.91	\$4,735.93	\$3,915.50	\$2,452.21	\$12,669.77	\$2,452.20	\$3,267.60	\$4,735.92	\$9,892.93
(-) Costos Financieros	\$1,153.50	\$1,153.50	\$1,153.50	\$1,153.50	\$1,153.50	\$1,153.50	\$1,153.50	\$1,153.50	\$1,153.50	\$1,153.50	\$1,153.50	\$1,153.50
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$157.05	\$2,762.00	\$14,353.75	\$5,149.41	\$3,582.43	\$2,762.00	\$1,298.71	\$11,516.27	\$1,298.70	\$2,114.10	\$3,582.42	\$8,739.43
(-) Impuestos	39.26	690.50	3588.44	1287.35	895.61	690.50	324.68	2879.07	324.68	528.53	895.61	2184.86
(=) Utilidad Neta	\$117.79	\$2,071.50	\$10,765.31	\$3,862.06	\$2,686.82	\$2,071.50	\$974.03	\$8,637.20	\$974.03	\$1,585.58	\$2,686.82	\$6,554.57
(+) Depreciación	\$389.31	\$389.31	\$389.31	\$389.31	\$389.31	\$389.31	\$389.31	\$389.31	\$389.31	\$389.31	\$389.31	\$389.31
(+) Amortización	\$296.29	\$296.29	\$296.29	\$296.29	\$296.29	\$296.29	\$296.29	\$296.29	\$296.29	\$296.29	\$296.29	\$296.29
Flujo de Efectivo del Periodo	\$803.39	\$2,757.10	\$11,450.91	\$4,547.66	\$3,372.42	\$2,757.10	\$1,659.63	\$9,322.80	\$1,659.63	\$2,271.18	\$3,372.42	\$7,240.17

Tabla 358. Estado de flujo de efectivo anual.

FLUJO DE EFECTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Detalle					
Ventas	\$ 185,450.00	\$ 207,233.50	\$ 223,503.00	\$ 238,874.50	\$ 257,666.50
(-) Costos de operación	\$ 84,052.42	\$ 84,547.42	\$ 86,197.42	\$ 87,847.42	\$ 95,037.42
(=) Utilidad Bruta	\$ 101,397.58	\$ 122,686.08	\$ 137,305.58	\$ 151,027.08	\$ 162,629.08
(-) Costos de Comercialización	\$ 20,536.56	\$ 22,716.91	\$ 24,345.05	\$ 25,882.75	\$ 27,763.82
(-) Costos de Administración	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41
(+) UAI	\$ 71,324.61	\$ 90,432.76	\$ 103,424.12	\$ 115,607.92	\$ 125,328.85
(-) Costos Financieros	\$ 13,842.00	\$ 13,027.76	\$ 12,261.43	\$ 11,540.17	\$ 10,861.33
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$ 57,482.61	\$ 77,405.00	\$ 91,162.69	\$ 104,067.75	\$ 114,467.52
(-) Impuestos	\$ 14,370.65	\$ 19,351.25	\$ 22,790.67	\$ 26,016.94	\$ 28,616.88
(=) Utilidad Neta	\$ 43,111.96	\$ 58,053.75	\$ 68,372.02	\$ 78,050.82	\$ 85,850.64
(+) Depreciación	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72
(+) Amortización	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48
Flujo de Efectivo del Periodo	\$ 51,339.16	\$ 66,280.95	\$ 76,599.22	\$ 86,278.02	\$ 94,077.84

3. BALANCE GENERAL

Tabla 359. Balance general.

BALANCE GENERAL	INICIAL (1 DE ENERO AÑO 1)	AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 1	AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 2	AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 3	AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 4	AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 5
Activos						
Activos Circulantes						
Caja	\$51,501.62	\$149,549.94	\$172,945.91	\$190,153.55	\$207,265.43	\$227,704.17
Cuentas por cobrar	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Total Activo circulante	\$51,501.62	\$149,549.94	\$172,945.91	\$190,153.55	\$207,265.43	\$227,704.17
Activos no circulantes						
Mobiliario y equipo	\$19,852.65	\$19,852.65	\$19,852.65	\$19,852.65	\$19,852.65	\$19,852.65
Edificios e infraestructura	\$13,692.96	\$13,692.96	\$13,692.96	\$13,692.96	\$13,692.96	\$13,692.96
inversión Intangible	\$20,169.50	\$20,169.50	\$20,169.50	\$20,169.50	\$20,169.50	\$20,169.50
Depreciación Acumulada	\$0.00	\$4,671.83	\$9,343.66	\$14,015.49	\$18,687.32	\$23,359.15
Amortización	\$0.00	\$3,555.48	\$7,110.96	\$10,666.44	\$14,221.92	\$17,777.40
Total activo no circulante	\$53,715.11	\$61,942.42	\$70,169.73	\$78,397.04	\$86,624.35	\$94,851.66
Total de activos	\$105,216.73	\$211,492.36	\$243,115.64	\$268,550.59	\$293,889.78	\$322,555.83
Pasivos						
Pasivos circulantes						
Cuentas por pagar	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Pasivos no circulante						
Deuda a largo plazo	\$0.00	\$96,894.00	\$83,052.00	\$69,210.00	\$55,368.00	\$41,526.00
Total pasivo	\$0.00	\$96,894.00	\$83,052.00	\$69,210.00	\$55,368.00	\$41,526.00
Patrimonio						
Capital	\$105,216.73	\$114,598.36	\$160,063.64	\$199,340.59	\$238,521.78	\$281,029.83
Total Patrimonio	\$105,216.73	\$114,598.36	\$160,063.64	\$199,340.59	\$238,521.78	\$281,029.83
Pasivos + Patrimonio	\$105,216.73	\$211,492.36	\$243,115.64	\$268,550.59	\$293,889.78	\$322,555.83



VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

1. EVALUACION ECONOMICA

La evaluación económica tiene como objetivo analizar el rendimiento y Rentabilidad de toda la Inversión independientemente de la fuente de Financiamiento.

Entre los aspectos a evaluar se encuentra: La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR), el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Tiempo de Recuperación de la Inversión y la Relación Beneficio-Costo.



Diagrama 1: Metodología Evaluación Económica- Financiera

1.1. TASA MINIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO

Para que la que la microrregión pueda invertir en el plan de desarrollo turístico se hace necesario que se den a conocer las posibilidades de éxito o fracaso al invertir en el mismo, para lo cual se verifica a través de la aplicación de la Tasa Mínima Aceptable del proyecto (TMAR).

La TMAR para inversionistas está dada por la suma de un porcentaje de inflación considerado de acuerdo al existente en la actualidad, así como a su posible comportamiento futuro (el promedio del periodo en que se evalúa el proyecto) más otro porcentaje como premio al riesgo. La TMAR se puede calcular mediante el uso de la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR} = \text{TASA DE INFLACIÓN} + \text{PREMIO AL RIESGO, o bien}$$

$$\text{TMAR} = I + R + (I * R)$$

Donde:

I = Tasa de inflación

R = Premio al Riesgo

Para la evaluación del plan se obtuvieron los datos de inflación de la página web del Banco Central de Reserva, para determinar la tasa mínima atractiva de rendimiento se proyectó la inflación para 5 años iniciales de operación y se ha considerado una tasa de inflación promedio de los 5 años proyectados dando un promedio de 0.74% cuyo cálculo se presenta a continuación:

Tabla 360: Tasa de Inflación

AÑO	TASA DE INFLACION
2008	5.5
2009	-0.2
2010	2.1
2011	5.1
2012	0.8
2013	0.8
2014	0.5
2015	1.02
2016	-0.82
2017	1.13
2018	1.15

Se hará una proyección para los próximos 4 años, haciendo uso de la técnica de promedios móviles, ya que la serie de los datos muestran una serie de picos y valles, siendo este el método más adecuado para suavizar estos altos y bajos.

Para este caso se tomará un n=5, para que en la proyección se tomen en consideración los datos reales. La tabla siguiente muestra la proyección de la tasa de inflación para los siguientes 4 años:

Tabla 361: Inflación Proyectada

AÑO	TASA DE INFLACION
2018	1.15%
2019	0.60%
2020	0.62%
2021	0.54%
2022	0.81%
2023	0.74%
PROMEDIO	0.74%

Para el Premio al riesgo (R) para el inversionista se ha considerado tomando la del porcentaje de la tasa pasiva actual más conveniente que pagan los Banco o Instituciones Financieras, si se decidiera colocar el dinero para el proyecto a plazo fijo. En la tabla siguiente se muestran las tasas pasivas actuales de los Bancos en El Salvador:

Tabla 362: Tasas de Interés Pasivas.

INSTITUCIONES FINANCIERAS	TASAS PASIVAS
BANCO AGRICOLA, S.A.	0.50%
BANCO CUSCATLAN DE EL SLAVADOR, S.A.	0.30%
BANCO DAVIVIENDA SALVADOREÑO, S.A.	0.50%
BANCO HIPOTECARIO DE EL SLAVADOR, S.A.	1.35%
CITIBANK, N.A. SUCURSAL EL SALVADOR, S.A.	0.30%
BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO	1.55%
BANCO G&T CONTINENTAL EL SALVADOR, S.A.	0.25%
BANCO PROMERICA, S.A.	1.00%
BANCO AZTECA EL SALVADOR S.A.	6.00%

De acuerdo a la tabla anterior, el banco que ofrece la tasa más alta en la actualidad, es el Banco Azteca El Salvador S.A con una tasa de interés de 6.00%.

Por lo tanto, calculamos la TMAR para el inversionista:

$$\begin{aligned}
 \text{TMAR} &= I + R + (I * R) \\
 \text{TMAR} &= 0.0074 + 0.060 + (0.0074 * 0.060) \\
 \text{TMAR} &= 0.0074 + 0.060 + 0.000444
 \end{aligned}$$

TMAR = 6.78%

La tasa mínima aceptable de rendimiento es 6.78%, es decir el proyecto debe dar como retorno al menos este porcentaje o este ya no será atractivo para en términos económicos para la Contraparte ya que este financiara el proyecto y se tomará de referencia para efectos de comparación de la conveniencia o no del proyecto económicamente hablando. Se debe recalcar que los resultados de estos cálculos no definirán la conveniencia absoluta del proyecto, ya que se abordarán otras evaluaciones.

1.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto (VAN) de un proyecto, se define como el valor obtenido en el presente por el proyecto y se elabora actualizando para cada año por separado las entradas y salidas de efectivo que acontecen durante la vida del proyecto a una tasa de interés fija determinada. Esta también incluye las inversiones las cuales deben ser tomadas del flujo neto de ingresos y egresos. Es una medida de rentabilidad de un negocio en términos absolutos netos, lo que supone el número de unidades monetarias.

El Valor Actual Neto nos permitirá conocer si las inversiones a realizar merecen la pena por la obtención de beneficios

Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i}$$

Donde:

I_0 = Inversión inicial (Gastos considerados negativos).

F_i = Flujo neto de efectivo, obtenido del Estado de Resultados proforma.

t = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

i = años en el análisis del proyecto.

Para el cálculo de la VAN se hizo uso del rendimiento de cada año, el cual se presenta a continuación:

$$VAN = -109,454.13 + \frac{43,111.96}{(1 + 0.0678)^1} + \frac{58,053.75}{(1 + 0.0678)^2} + \frac{68,372.02}{(1 + 0.0678)^3} + \frac{78,050.82}{(1 + 0.0678)^4} + \frac{85,850.64}{(1 + 0.0678)^5}$$

$$VAN = \$159,873.92$$

CRITERIOS DE DECISIÓN

- **VAN > 0:** El proyecto puede aceptarse porque el proyecto puede generar ganancias
- **VAN < 0:** El proyecto debe rechazarse porque el proyecto genera pérdidas.
- **VAN = 0:** No se producen ganancias ni pérdidas, es indiferente o se debe evaluar con otros métodos.

Análisis:

El VAN de la propuesta es \$159,873.92 lo que significa que se acepta ya que de acuerdo a los criterios de decisión cuando el VAN es mayor que cero, es decir es positiva la inversión que se realice producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida para un horizonte de 5 años.

1.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno de un proyecto mide la rentabilidad promedio anual que genera el capital que permanece invertido en él. Se define como aquella tasa de descuento que iguala a cero el Valor Actual Neto. Es un valor que nos remite a un determinado tipo de interés para el cual realizar o no la inversión sería indiferente. Cuanta más alta sea la TIR más alta será la rentabilidad esperada del negocio y, al revés, cuanto más baja la TIR más riesgo corremos al realizar la inversión.

El criterio de decisión sobre la aceptación o rechazo de un proyecto a través del método de la Tasa Interna de Rendimiento es el siguiente:

Tabla 363: Criterio de Decisión sobre TIR

VALOR	SIGNIFICADO	DECISION
TIR > TMAR	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida.	El proyecto puede aceptarse
TIR < TMAR	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida.	El proyecto debe rechazarse
TIR = TMAR	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	La decisión debería basarse en otros criterios

El procedimiento para determinar la TIR es igual al utilizado para el cálculo del VAN; para posteriormente aplicar el método numérico mediante aproximaciones sucesivas hasta acercarnos a un VAN = 0. Para el cálculo se aplica la siguiente formula del VAN:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i}$$

Donde:

I_0 = inversión inicial.

F_i = Flujo neto de efectivo, obtenido del Estado de Resultados proforma.

t = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

i = años en el análisis del proyecto.

$$-109,454.13 + \frac{43,111.96}{(1+x)^1} + \frac{58,053.75}{(1+x)^2} + \frac{68,372.02}{(1+x)^3} + \frac{78,050.82}{(1+x)^4} + \frac{85,850.64}{(1+x)^5} = 0$$

$$X=45.7\%$$

La Tasa Interna de Retorno obtenida de la formula anterior es 40.1%, haciendo uso de los criterios presentados anteriormente se tiene que:

$$TIR > TMAR$$

$$45.7\% > 6.78\%$$

Lo que significa que se demuestra la rentabilidad del proyecto, ya que la tasa interna de retorno (TIR) es mayor que la tasa mínima aceptable que es del 6.78%.

1.4. RELACION BENEFICIO COSTO

Contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en término absolutos, este indicador financiero expresa la realidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada “dólar” que se ha invertido.

En la relación de beneficio/costo, se establecen por separado los valores actuales de los ingresos y los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada “dólar” que se ha invertido.

Teniendo en consideración, los valores presentes calculados para el establecimiento del VAN y la inversión inicial.

La interpretación es que por cada unidad monetaria invertida (dólar), se recibe el exceso de 1, si da mayor que la unidad o si se percibe la fracción del dólar, si el resultado es menor que uno.

Criterio de decisión:

Si la Relación B/C > 1 Se Acepta

Si la Relación B/C < 1 Se Rechaza

El cálculo de la Relación Beneficio – Costo, se hace de la siguiente manera:

$$B/C = \frac{VAN}{Inversion\ Inicial}$$

$$B/C = \frac{\$159,873.92}{\$109,454.13}$$

$$\frac{B}{C} = 1.46$$

Análisis:

El resultado anterior quiere decir que por cada dólar que se invierte se obtienen \$0.46 de ganancia para un tiempo de 5 años con una TMAR = 6.78%. Significa que se puede recuperar la inversión realizada y además de ello se generan de 46 centavos por cada dólar invertido, por lo que se concluye que el proyecto se acepta desde el criterio de la razón beneficio-costo.

1.5. HALLAZGOS DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DE LA PROPUESTA

A través de la realización de la Evaluación Económica Financiera se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 364. Resultados de evaluación económica.

Evaluación	Resultado	Decisión
VAN	\$159,873.92	Se acepta la propuesta
TIR	45.7%	Se acepta la propuesta
B/C	1.46	Se acepta la propuesta

Después de realizar las diferentes evaluaciones económicas, se ha obtenido un valor actual de \$159,873.92; lo que significa que la propuesta puede aceptarse ya que de acuerdo a los criterios de decisión cuando la VAN es mayor que cero, por ende, la inversión que se realice producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida para un horizonte de 5 años

La TIR de 45.7% demuestra la rentabilidad de la propuesta, ya que la tasa interna de retorno (TIR) es mayor que la tasa mínima aceptable que es de 6.78%, esto significa que la propuesta es aceptable y puede llevarse a acabo.

Finalmente, el beneficio costo indica que por cada dólar que se invierta en el proyecto, se recuperaran 46 centavos, lo cual significa que se genera una pequeña ganancia sobre la inversión.

Por lo anterior se puede concluir que la evaluación económica financiera realizada arroja que la propuesta para el desarrollo turístico de la microrregión de Ahuachapán Norte, es económicamente factible, dado que los ingresos que genera el proyecto justifican la inversión.

2. EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera mide la capacidad que tiene el proyecto de cumplir con compromisos con entidades externas o incluso consigo mismo. Para realizar la evaluación financiera se hará uso de indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una organización o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social.

La información que genera la contabilidad y que se resume en los estados financieros, debe ser interpretada y analizada para poder comprender el estado de la empresa al momento de generar dicha información, y una forma de hacerlo es mediante una serie de indicadores que permiten analizar las partes que componen la estructura financiera de la organización

La evaluación financiera se realiza con el propósito de determinar la rentabilidad de la inversión inicial de un proyecto, además genera información que nos permite comparar el proyecto en diferentes escenarios. La evaluación financiera juzga el proyecto desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y juzga el flujo de fondos generado por el proyecto.

2.1. TIEMPO DE RETORNO DE LA INVERSION

El tiempo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunos financiadores a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el tiempo de recuperación de la inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Es importante comprender que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones. El TRI representa el tiempo en el cual la suma de los ingresos netos cubre el monto de la inversión del proyecto.

Este análisis se determina mediante la fórmula siguiente:

$$TRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Utilidad Promedio}}$$

La utilidad promedio se determinó sumando las utilidades netas de los 5 años en estudio entre ese periodo (5 años).

$$\text{Utilidad Promedio} = \frac{\sum \text{utilidad de todos los periodos}}{\text{No de periodos de analisis}}$$

$$\text{Utilidad Promedio} = \frac{\$43,111.96 + \$58,053.75 + \$68,372.02 + \$78,050.82 + \$85,850.64}{5}$$

$$\text{Utilidad Promedio} = \$66,687.84$$

Cálculo de TRI

$$TRI = \frac{\$109,454.13}{\$66,687.84} = 1.64 \text{ años}$$

El resultado indica que la inversión realizada en el año 1 para la implementación de la propuesta, se recuperará en 1.64 años, lo que corresponde a 1 año con 8 meses, es decir aproximadamente 2 años, esto considerando que se parte de que los generadores de ingresos planteados ya se encuentran funcionando.

2.2. RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son esenciales en el análisis financiero. Éstas resultan de establecer una relación numérica entre dos cantidades: las cantidades relacionadas corresponden a diferentes cuentas de los estados financieros, para el caso de la propuesta será de los balances y estados de resultados proforma.

El análisis por razones o indicadores permite observar puntos fuertes o débiles de una Organización, indicando también probabilidades y tendencias, pudiendo así determinar qué cuentas de los estados financieros requiere de mayor atención en el análisis.

La evaluación financiera para la propuesta, se realizará con la finalidad de poder conocer la situación financiera en la que se encontraría la microrregión, al implementar la propuesta. Por ello se tomarán en cuenta solo algunas ratios para el estudio, ya que debido a la naturaleza de la propuesta no todos los índices son aplicables para ser analizados.

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO

La posición de endeudamiento de una organización indica el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades. En general, un analista financiero se interesa más en las deudas a largo plazo porque estas comprometen a la empresa con un flujo de pagos contractuales a largo plazo. Cuanto mayor es la deuda de una empresa, mayor es el riesgo de que no cumpla con los pagos contractuales de sus pasivos. Debido a que los compromisos con los acreedores se deben cumplir antes de distribuir las ganancias entre los accionistas, tanto los accionistas actuales como los futuros deben prestar mucha atención a la capacidad de la empresa de saldar sus deudas. Los prestamistas también se interesan en el endeudamiento de las empresas.

En general, cuanto mayor es la cantidad de deuda que utiliza una Organización en relación con sus activos totales, mayor es su apalancamiento financiero. El apalancamiento financiero es el aumento del riesgo y el rendimiento mediante el uso de financiamiento de costo fijo, como la deuda y las acciones preferentes. Cuanto mayor es la deuda de costo fijo que utiliza la empresa, mayores serán su riesgo y su rendimiento esperados.

Las razones de endeudamiento aplicables a la propuesta, son las siguientes:

- **RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO**

El índice de endeudamiento mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa. Cuanto mayor es el índice, mayor es el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades.

El índice se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Total de pasivos}}{\text{Total de activos}}$$

Tabla 365. Razón de endeudamiento.

Año	1	2	3	4	5
Pasivo Total	\$96,894.00	\$83,052.00	\$69,210.00	\$55,368.00	\$41,526.00
Activo Total	\$211,492.36	\$243,115.64	\$268,550.59	\$293,889.78	\$322,555.83
Razón de Endeudamiento	0.46	0.34	0.26	0.19	0.13

Para el año 1 el 46% del activo total es financiado por el pasivo total de la Organización, el resto se realiza por intermedio del patrimonio de la microrregión. Se puede decir que para el año 1, el 46% de inversión total en activos ha sido financiada por los acreedores. Se puede apreciar que esta razón en los años siguientes va en disminución llegando a un 13% para el año 5 de operación, lo cual se considera como una situación positiva debido a que el endeudamiento está por debajo de la sexta parte de la inversión.

- **Razón de capacidad de pago de intereses**

La razón de cargos de interés fijo, denominada en ocasiones razón de cobertura de intereses, mide la capacidad de la empresa para realizar pagos de intereses contractuales. Cuanto más alto es su valor, mayor es la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de intereses. La razón de cargos de interés fijo se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Razón de pago de Intereses} = \frac{\text{Utilidad antes de impuestos e intereses}}{\text{Intereses}}$$

Tabla 366. Razón de pago de interese.

Año	1	2	3	4	5
UAI	\$ 71,324.61	\$ 90,432.76	\$ 103,424.12	\$ 115,607.92	\$ 125,328.85
Intereses	\$ 13,842.00	\$ 13,027.76	\$ 12,261.43	\$ 11,540.17	\$ 10,861.33
Razón de Pago de Intereses	5.15	6.94	8.43	10.02	11.54

Desde el año 1 se ha alcanzado ya un índice de razón de pago de intereses positivo por lo que se concluye que desde los primeros años la posición de la empresa es óptima con respecto al pago de intereses, pero para el año 4 y 5 dicha posición se ha fortalecido. Este aumento en la razón de pago de intereses se debe a que los intereses comienzan a reducir a media el préstamo se va pagando y la UAI va en tendencia de crecimiento.

- **Índice de cobertura de deuda**

El índice de cobertura de pagos fijos mide la capacidad de la empresa para cumplir con todas sus obligaciones de pagos fijos financieros, como lo son los intereses y las amortizaciones. Este índice es de gran importancia para la institución que financia el proyecto.

La fórmula para calcular el índice de cobertura de deuda es:

$$\text{Índice de cobertura de deuda} = \frac{\text{Utilidad antes de impuestos e intereses}}{\text{Intereses} + \text{Amortizaciones}}$$

Tabla 367. Índice de cobertura de deuda.

Año	1	2	3	4	5
UAI	\$ 71,324.61	\$ 90,432.76	\$ 103,424.12	\$ 115,607.92	\$ 125,328.85
Intereses + Amortizaciones	\$ 17,397.48	\$ 16,583.24	\$ 15,816.91	\$ 15,095.65	\$ 14,416.81
Índice de cobertura de deuda	4.10	5.45	6.54	7.66	8.69

Las ratios de índice de cobertura de deudas anteriores muestran información muy importante para la propuesta, y es que este tiene una buena capacidad de cobertura de deudas desde el inicio en el año 1 pero luego toma una tendencia creciente a lo largo de los 5 años para cumplir sus obligaciones. Se evidencia que la microrregión si es capaz de pagar sus obligaciones con los ingresos generados en el periodo.

RAZONES DE RENTABILIDAD

Existen muchas medidas de rentabilidad. En conjunto, estas medidas permiten a los analistas evaluar las utilidades de la empresa respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios. Sin utilidades, una Organización no podría atraer capital externo. Los dueños, los acreedores y la administración prestan mucha atención al incremento de las utilidades debido a la gran importancia que el mercado otorga a las ganancias.

Las razones de rentabilidad aplicables al proyecto son las siguientes:

- **Margen de utilidad bruta**

El margen de utilidad bruta mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que la empresa pagó sus bienes. Cuanto más alto es el margen de utilidad bruta, mejor (ya que es menor el costo relativo de la mercancía vendida).

El margen de utilidad bruta se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de operación}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 368. Margen bruto de utilidad.

Año	1	2	3	4	5
Ventas (\$)	\$ 185,450.00	\$ 207,233.50	\$ 223,503.00	\$ 238,874.50	\$ 257,666.50
Costo de operación (\$)	\$ 84,052.42	\$ 84,547.42	\$ 86,197.42	\$ 87,847.42	\$ 95,037.42
Margen Bruto de Utilidad	0.55	0.59	0.61	0.63	0.63

El margen de utilidad bruta del proyecto es variable en aumento. El margen de utilidad bruta a lo largo de los 5 años va en tendencia constante lo cual es un buen indicador ya que cuanto más alto es el margen de utilidad bruta, mejor (pues es menor el costo relativo de lo vendido).

- **Margen de utilidad operativa**

El margen de utilidad operativa mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes. Representa las “utilidades puras” ganadas por cada dólar de venta. La utilidad operativa es “pura” porque mide solo la utilidad ganada en las operaciones e ignora los intereses, los impuestos y los dividendos de acciones preferentes. Es preferible un margen de utilidad operativa alto.

El margen de utilidad operativa se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{Utilidad antes de impuestos e intereses}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 369. Margen de utilidad operativa.

Año	1	2	3	4	5
UAI	\$ 71,324.61	\$ 90,432.76	\$ 103,424.12	\$ 115,607.92	\$ 125,328.85
Ventas (\$)	\$ 185,450.00	\$ 207,233.50	\$ 223,503.00	\$ 238,874.50	\$ 257,666.50
Margen de Utilidad Operativa	0.38	0.44	0.46	0.48	0.49

Se puede decir que, para el primer año, la transformación de las ventas en utilidades tiene una capacidad de 38%, y se mantiene en constante crecimiento.

- **Margen de utilidad neta**

El margen de utilidad neta mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, incluyendo intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes. Cuanto más alto es el margen de utilidad neta de la empresa, mejor.

El margen de utilidad neta se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Margen de utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad despues de impuestos e intereses}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 370. Margen de utilidad neta.

Año	1	2	3	4	5
Utilidad Neta	\$ 71,324.61	\$ 90,432.76	\$ 103,424.12	\$ 115,607.92	\$ 125,328.85
Ventas (\$)	\$ 185,450.00	\$ 207,233.50	\$ 223,503.00	\$ 238,874.50	\$ 257,666.50
Margen de Utilidad Neta	0.38	0.44	0.46	0.48	0.49

Este indicador para los 5 años, es positivo ya que muestra que se, estará generando una utilidad cercana al 38% de las ventas realizadas aumentando a 49% en el año 5.

- **Rendimiento sobre los activos totales.**

El rendimiento sobre activos totales (RSA), también conocido como rendimiento sobre la inversión (RSI), mide la eficacia integral de la administración para generar utilidades con sus activos disponibles. Cuanto más alto es el rendimiento sobre los activos totales de la empresa, mejor.

La fórmula para calcular el rendimiento sobre los activos totales es la siguiente:

$$RSA = \frac{\text{Utilidad despues de inpuestos e intereses}}{\text{Activos totales}}$$

Tabla 371. Rendimiento sobre los activos.

Año	1	2	3	4	5
Utilidad Neta	\$ 71,324.61	\$ 90,432.76	\$ 103,424.12	\$ 115,607.92	\$ 125,328.85
Activo Total	\$ 211,492.36	\$ 243,115.64	\$ 268,550.59	\$ 293,889.78	\$ 322,555.83
Rendimiento sobre los activos totales	0.34	0.37	0.39	0.39	0.39

El valor que toma el rendimiento sobre los activos totales al final del primer año es de 34% luego toma una tendencia constante de 39%. Son datos aceptables ya que se observan datos altos sobre la utilidad obtenida a través de los activos de la organización, reflejando un buen desempeño por la inversión.

- **Rendimiento sobre el capital**

El rendimiento sobre el patrimonio (RSP) mide el rendimiento ganado sobre la inversión interna. Por lo general, cuanto más alto es este rendimiento, más ganan los propietarios.

El rendimiento sobre el patrimonio se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Rentabilidad sobre el capital} = \frac{\text{Utilidad despues de impuestos e intereses}}{\text{Capital}}$$

Tabla 372. Rentabilidad sobre el capital.

Año	1	2	3	4	5
Utilidad Neta	\$ 71,324.61	\$ 90,432.76	\$ 103,424.12	\$ 115,607.92	\$ 125,328.85
Capital	\$ 114,598.36	\$ 160,063.64	\$ 199,340.59	\$ 238,521.78	\$ 281,029.83
Rentabilidad sobre el capital	0.62	0.56	0.52	0.48	0.45

Se observa una tendencia decreciente del año 1 al 5, siendo el primer año el que presente mayor rentabilidad sobre capital de los 5 años en análisis, ya que se observa una tendencia decreciente en los 5 años de operaciones posteriores, lo cual se debe a que la Organización estará generando capital el cual no va a reinvertir, por lo cual se sugiere que del año 2 en adelante se piense en expandir y/o mejorar los servicios, o la incorporación de nuevos proyectos para poner en movimiento el capital generado y este produzca un índice mayor para la organización. Vale aclarar que todos los resultados son favorables y generan rentabilidad sobre el capital.

RAZONES DE ACTIVIDAD

Los índices de actividad miden la rapidez con la que diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo, es decir, en entradas o salidas. En cierto sentido, los índices de actividad miden la eficiencia con la que opera una empresa en una variedad de dimensiones. Existen varios índices para la medición de la actividad de las cuentas corrientes más importantes. También se puede evaluar la eficiencia con la cual se usa el total de activos.

Las razones de actividad aplicables para la evaluación financiera, son las siguientes:

- **Rotación total de activos.**

La rotación de los activos totales indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas. Por lo general, cuanto mayor es la rotación de los activos totales de una empresa, mayor es la eficiencia con la que se han usado sus activos. Es probable que esta medida sea de gran interés para la administración porque indica si las operaciones de la empresa han sido eficientes desde el punto de vista financiero.

La rotación de activos totales se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Rotación total de activos} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}}$$

Tabla 373. Rotación total de activos.

Año	1	2	3	4	5
Ventas (\$)	\$ 185,450.00	\$ 207,233.50	\$ 223,503.00	\$ 238,874.50	\$ 257,666.50
Activo Total	\$ 211,492.36	\$ 243,115.64	\$ 268,550.59	\$ 293,889.78	\$ 322,555.83
Rotación total de activos	0.88	0.85	0.83	0.81	0.80

Durante los 5 años la rotación sobre los activos totales está debajo de 1.0 rotaciones, esto quiere decir que por cada dólar que la organización posee de activos, gana anualmente 0.88\$ en el primer año.

- **Rotación de activo fijo**

La rotación de activos fijos, indica la cantidad de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida en activos inmovilizados. Señala también una eventual insuficiencia en ventas; por ello, las ventas deben estar en proporción de lo invertido.

La rotación de activos fijos se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Rotación de activos fijos} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales fijos}}$$

Tabla 374. Rotación de activos fijos.

Año	1	2	3	4	5
Ventas (\$)	\$ 185,450.00	\$ 207,233.50	\$ 223,503.00	\$ 238,874.50	\$ 257,666.50
Activo Fijo	\$ 61,942.42	\$ 70,169.73	\$ 78,397.04	\$ 86,624.35	\$ 94,851.66
Rotación de activos fijos	2.99	2.95	2.85	2.76	2.72

La eficiencia en el uso de los activos fijos de la microrregión es mejor que la de sus activos totales. La principal razón de esto es el hecho que la organización funciona durante toda su vida con los mismos activos fijos adquiridos en el inicio del proyecto, los cuales se van depreciando año con año.

3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la utilidad o rentabilidad del proyecto, ante los cambios en determinadas variables. Ya que, existen variables que están fuera del control de la organización como por ejemplo la demanda, los precios de los productos o servicios, los costos de los insumos, etc. Por lo tanto, para determinar el grado en que estas variables pueden afectar la rentabilidad del proyecto, se procede a realizar un análisis de sensibilidad, en el cual se recalculan los indicadores económico – financieros, ante la variación de una o varias variables importantes o que inciden significativamente en la rentabilidad del proyecto.

En el caso de la presente propuesta, se estudiarán 2 escenarios para conocer si el proyecto bajo dichas condiciones podría resultar rentable para unidad turística de la microrregión. Para el análisis de sensibilidad, se consideran los siguientes escenarios:

Tabla 375. Escenarios del análisis de sensibilidad.

ESCENARIO	DESCRIPCIÓN
1	Disminución de la demanda esperada. Se plantea un escenario, en el cual las demandas proyectadas para los recorridos turísticos que oferta la microrregión únicamente se cumple en un 75%, para los 5 años proyectados
2	Disminución de los precios de venta de los recorridos turísticos. Debido a una posible falta de aceptación de los precios de los recorridos turísticos que oferta la microrregión, por parte de los consumidores, se plantea un escenario, en el cual el margen de contribución o utilidad de todos los recorridos turísticos se reduzca a ser únicamente del 10%.

3.2. EVALUACIÓN DEL ESCENARIO 1: DISMINUCIÓN DE LA DEMANDA ESPERADA

Se plantea un escenario, en el cual las demandas proyectadas para los recorridos turísticos que oferta unidad turística únicamente se cumple en un 75%, para los 5 años proyectados.

Para poder evaluar la propuesta con la nueva demanda, es necesario mostrar los presupuestos de ingresos que se tendrán bajo el escenario 1, los cuales se muestran a continuación:

Tabla 376. Presupuestos de ingresos bajo el escenario 1.

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO TOTAL	\$140,062.50	\$157,089.63	\$168,602.25	\$180,130.88	\$194,224.88

El cambio en los precios y en el presupuesto de ingresos se ve reflejado en los estados financieros, por lo que es importante, comparar los estados de resultados y flujos de efectivo, bajo el escenario 1 versus los estados financieros originales.

Tabla 377. Estado de resultado bajo el escenario 1.

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 140,062.50	\$ 157,089.63	\$ 168,602.25	\$ 180,130.88	\$ 194,224.88
(-) Costos de operación	\$ 84,052.42	\$ 84,547.42	\$ 86,197.42	\$ 87,847.42	\$ 95,037.42
(=) Utilidad Bruta	\$ 56,010.08	\$ 72,542.21	\$ 82,404.83	\$ 92,283.46	\$ 99,187.46
(-) Costos de Comercialización	\$ 20,536.56	\$ 22,716.91	\$ 24,345.05	\$ 25,882.75	\$ 27,763.82
(-) Costos de Administración	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41
(+) UAll	\$ 25,937.11	\$ 40,288.89	\$ 48,523.37	\$ 56,864.30	\$ 61,887.23
(-) Costos Financieros	\$ 13,842.00	\$ 13,027.76	\$ 12,261.43	\$ 11,540.17	\$ 10,861.33
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$ 12,095.11	\$ 27,261.13	\$ 36,261.94	\$ 45,324.13	\$ 51,025.90
(-) Impuestos	\$ 3,023.78	\$ 6,815.28	\$ 9,065.49	\$ 11,331.03	\$ 12,756.47
(=) Utilidad Neta	\$ 9,071.33	\$ 20,445.84	\$ 27,196.46	\$ 33,993.10	\$ 38,269.42

Tabla 378. Flujo de efectivo bajo el escenario 1.

FLUJO DE EFECTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 140,062.50	\$ 157,089.63	\$ 168,602.25	\$ 180,130.88	\$ 194,224.88
(-) Costos de operación	\$ 84,052.42	\$ 84,547.42	\$ 86,197.42	\$ 87,847.42	\$ 95,037.42
(=) Utilidad Bruta	\$ 56,010.08	\$ 72,542.21	\$ 82,404.83	\$ 92,283.46	\$ 99,187.46
(-) Costos de Comercialización	\$ 20,536.56	\$ 22,716.91	\$ 24,345.05	\$ 25,882.75	\$ 27,763.82
(-) Costos de Administración	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41
(+) UAll	\$ 25,937.11	\$ 40,288.89	\$ 48,523.37	\$ 56,864.30	\$ 61,887.23
(-) Costos Financieros	\$ 13,842.00	\$ 13,027.76	\$ 12,261.43	\$ 11,540.17	\$ 10,861.33
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$ 12,095.11	\$ 27,261.13	\$ 36,261.94	\$ 45,324.13	\$ 51,025.90
(-) Impuestos	\$ 3,023.78	\$ 6,815.28	\$ 9,065.49	\$ 11,331.03	\$ 12,756.47
(=) Utilidad Neta	\$ 9,071.33	\$ 20,445.84	\$ 27,196.46	\$ 33,993.10	\$ 38,269.42
(+) Depreciación	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72
(+) Amortización	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48
Flujo de Efectivo del Periodo	\$ 17,298.53	\$ 28,673.04	\$ 35,423.66	\$ 42,220.30	\$ 46,496.62

Tabla 379. Comparación de utilidades originales versus el escenario 1.

Año	1	2	3	4	5
Utilidades Originales	\$ 43,111.96	\$ 58,053.75	\$ 68,372.02	\$ 78,050.82	\$ 85,850.64
Utilidades Escenario 1	\$ 9,071.33	\$ 20,445.84	\$ 27,196.46	\$ 33,993.10	\$ 38,269.42
Diferencia	\$ 34,040.63	\$ 37,607.91	\$ 41,175.56	\$ 44,057.72	\$ 47,581.22

Al haberse percibido una disminución en la demanda respecto a lo proyectado originalmente para el periodo de 5 años de análisis de estudio, se tiene que es evidente la diferencia de utilidades percibidas en cada año comparado con la Utilidad Neta percibida en condiciones normales. Con este escenario se dejan de percibir \$ 204,463.04 en el periodo de 5 años.

Tabla. Comparación de flujos de efectivo originales con los del escenario 1.

Año	1	2	3	4	5
Flujo Neto Original	\$ 34,040.63	\$ 37,607.91	\$ 41,175.56	\$ 44,057.72	\$ 47,581.22
Flujo Neto Escenario 1	\$ 17,298.53	\$ 28,673.04	\$ 35,423.66	\$ 42,220.30	\$ 46,496.62
Diferencia	\$ 16,742.10	\$ 8,934.87	\$ 5,751.90	\$ 1,837.42	\$ 1,084.60

Los flujos de efectivo han cambiado a lo largo de los 5 años proyectados, mostrando una diferencia considerable la cual asciende a \$34350.88 al final del periodo de estudio.

Existe una consideración más que debe hacerse en el estudio de los estados financieros proforma, y es que ahora que la unidad turística de la microrregión posee disminución en la demanda respecto a la situación original, sus utilidades han disminuido. Esta disminución de utilidades podría considerarse como el costo en que incurre la propuesta, al percibir una demanda menor a la proyectada.

Ahora procedemos a aplicar las evaluaciones económicas para el proyecto bajo el escenario 1. La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) de la propuesta se mantiene constante bajo el escenario 1, siendo de 6.78%, lo cual indica que la disminución en la demanda proyectada no influye en la TMAR del proyecto. Ahora se procede a calcular el resto de evaluaciones económicas.

Tabla 380. Evaluación Económica bajo escenario 1.

Evaluación	Original	Escenario 1	Decisión
VAN	\$159,873.92	-\$6,973.65	Se rechaza la propuesta bajo el escenario 1
TIR	45.70%	4.77%	Se rechaza la propuesta bajo el escenario 1
B/C	\$1.46	-\$0.06	Se rechaza la propuesta bajo el escenario 1

Después de realizar las diferentes evaluaciones económicas para el escenario 1, se han obtenido un valor actual de -\$6,973.65; lo que significa que el proyecto se rechaza, ya que de acuerdo a los criterios de decisión cuando la VAN es menor que cero, por ende, la inversión que se realice no producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida para un horizonte de 5 años.

La TIR de 4.77% demuestra también la no rentabilidad de la propuesta bajo este escenario, ya que la tasa interna de retorno (TIR) es menor que la tasa mínima aceptable-

Finalmente, el beneficio costo indica que por cada dólar que se invierta en la propuesta, se pierden 1 dólar con 94 centavos.

Por lo anterior se puede concluir que la evaluación económica financiera realizada arroja que la propuesta para el desarrollo turístico de la microrregión, bajo el escenario 1 es económicamente infactible.

A continuación, se aplicarán los indicadores de la evaluación financiera a la propuesta bajo las condiciones que somete el escenario 1.

Tabla 381: razones financieras escenario 1

Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Comentario
Razón de endeudamiento	0.46	0.34	0.26	0.19	0.13	Aceptable
Razón de pago de intereses	1.87	3.09	3.96	4.93	5.70	Aceptable
Índice de cobertura de deuda	1.49	2.43	3.07	3.77	4.29	Aceptable
Razones de rentabilidad						
Margen de utilidad bruta	0.40	0.46	0.49	0.51	0.51	Desempeño aceptable
Margen de utilidad operativa	0.19	0.26	0.29	0.32	0.32	Desempeño aceptable
Margen de utilidad neta	0.06	0.13	0.16	0.19	0.20	Desempeño aceptable
Rentabilidad sobre activos	0.04	0.08	0.10	0.12	0.12	Desempeño aceptable
Rentabilidad sobre capital	0.08	0.13	0.14	0.14	0.14	Desempeño aceptable
Razones de actividad						
Rotación Total de Activos	0.66	0.65	0.63	0.61	0.60	Desempeño aceptable
Rotación de Activo Fijo	2.26	2.24	2.15	2.08	2.05	Desempeño aceptable

A través del análisis de los resultados generados por la evaluación financiera de la propuesta bajo el escenario 1, se concluye que aun con una tendencia de disminución de la demanda esperada se percibe disminución en las utilidades generadas, consideran dicho caso infactible.

3.2. EVALUACIÓN DEL ESCENARIO 2: DISMINUCIÓN DE LOS PRECIOS DE VENTA DE LOS RECORRIDOS TURÍSTICOS.

El presente escenario, plantea como estrategia para que la microrregión pueda posicionarse mejor dentro del mercado nacional que el margen de contribución o utilidad de todos los recorridos turísticos se reduzca y sea únicamente aproximadamente del 10% para cada uno de éstos.

A continuación, se presentan los nuevos precios de venta para cada uno de los recorridos turísticos ofertados, bajo el escenario 2:

Recorrido	Costo unitario (\$)	Porcentaje de ganancia (%)	Precio de venta (\$)	Precio de venta sugerido (\$)
Senderos Maya	3.33	10	3.66	4.00
Entre manantiales	3.35	10	3.69	
Agroturístico	3.49	10	3.84	
A la medida	3.33	10	3.66	
A la medida grupos pequeños	3.33	10	3.66	3.00

Para estandarizar el precio de venta, se toma el mayor de los precios y se redondea a un monto de fácil cambio monetario.

Para poder evaluar el proyecto con los nuevos precios de venta de los recorridos turísticos, es necesario determinar los nuevos presupuestos que se tendrán bajo el escenario 2, los cuales se muestran a continuación:

Tabla 382. Presupuestos de ingresos bajo el escenario 2.

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5
INGRESO TOTAL	\$166,795.00	\$186,340.00	\$200,938.00	\$214,730.00	\$257,666.50

El cambio en los precios y en el presupuesto de ingresos se ve reflejado en los estados financieros, por lo que es importante, comparar los estados de resultados y flujos de efectivo, bajo el escenario 1 versus los estados financieros originales.

Tabla 383. Estado de resultado bajo el escenario 2.

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 166,795.00	\$ 186,340.00	\$ 200,938.00	\$ 214,730.00	\$ 257,666.50
(-) Costos de operación	\$ 84,052.42	\$ 84,547.42	\$ 86,197.42	\$ 87,847.42	\$ 95,037.42
(=) Utilidad Bruta	\$ 82,742.58	\$ 101,792.58	\$ 114,740.58	\$ 126,882.58	\$ 162,629.08
(-) Costos de Comercialización	\$ 20,536.56	\$ 22,716.91	\$ 24,345.05	\$ 25,882.75	\$ 27,763.82
(-) Costos de Administración	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41
(+) UAI	\$ 52,669.61	\$ 69,539.26	\$ 80,859.12	\$ 91,463.42	\$ 125,328.85
(-) Costos Financieros	\$ 13,842.00	\$ 13,027.76	\$ 12,261.43	\$ 11,540.17	\$ 10,861.33
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$ 38,827.61	\$ 56,511.50	\$ 68,597.69	\$ 79,923.25	\$ 114,467.52
(-) Impuestos	\$ 9,706.90	\$ 14,127.87	\$ 17,149.42	\$ 19,980.81	\$ 28,616.88
(=) Utilidad Neta	\$ 29,120.71	\$ 42,383.62	\$ 51,448.27	\$ 59,942.44	\$ 85,850.64

Tabla 384. Flujo de efectivo bajo el escenario 2.

FLUJO DE EFECTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 166,795.00	\$ 186,340.00	\$ 200,938.00	\$ 214,730.00	\$ 257,666.50
(-) Costos de operación	\$ 84,052.42	\$ 84,547.42	\$ 86,197.42	\$ 87,847.42	\$ 95,037.42
(=) Utilidad Bruta	\$ 82,742.58	\$ 101,792.58	\$ 114,740.58	\$ 126,882.58	\$ 162,629.08
(-) Costos de Comercialización	\$ 20,536.56	\$ 22,716.91	\$ 24,345.05	\$ 25,882.75	\$ 27,763.82
(-) Costos de Administración	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41	\$ 9,536.41
(+) UAI	\$ 52,669.61	\$ 69,539.26	\$ 80,859.12	\$ 91,463.42	\$ 125,328.85
(-) Costos Financieros	\$ 13,842.00	\$ 13,027.76	\$ 12,261.43	\$ 11,540.17	\$ 10,861.33
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$ 38,827.61	\$ 56,511.50	\$ 68,597.69	\$ 79,923.25	\$ 114,467.52
(-) Impuestos	\$ 9,706.90	\$ 14,127.87	\$ 17,149.42	\$ 19,980.81	\$ 28,616.88
(=) Utilidad Neta	\$ 29,120.71	\$ 42,383.62	\$ 51,448.27	\$ 59,942.44	\$ 85,850.64
(+) Depreciación	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72	\$ 4,671.72
(+) Amortización	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48	\$ 3,555.48
Flujo de Efectivo del Periodo	\$ 37,347.91	\$ 50,610.82	\$ 59,675.47	\$ 68,169.64	\$ 94,077.84

Tabla 385: Comparación de utilidades netas originales con las resultantes del escenario 2

Año	1	2	3	4	5
Utilidades Originales	\$ 43,111.96	\$ 58,053.75	\$ 68,372.02	\$ 78,050.82	\$ 85,850.64
Utilidades Escenario 2	\$ 29,120.71	\$ 42,383.62	\$ 51,448.27	\$ 59,942.44	\$ 85,850.64
Diferencia	\$13991.25	\$15670.13	\$16923.75	\$18108.38	\$0.00

Al haberse percibido una disminución de los porcentajes de utilidad y dejarlos todos aproximadamente al 10% para el periodo de 5 años de análisis de estudio, se tiene que es evidente la diferencia de utilidades percibidas en cada año comparado con la Utilidad Neta percibida en condiciones normales. Con este escenario se dejan de percibir \$64693.51 en el periodo de 5 años.

Tabla 386: Comparación de flujos de efectivo originales con los del escenario 2.

Año	1	2	3	4	5
Flujo Neto Original	\$ 51,339.16	\$ 66,280.95	\$ 76,599.22	\$ 86,278.02	\$ 94,077.84
Flujo Neto Escenario 2	\$ 37,347.91	\$ 50,610.82	\$ 59,675.47	\$ 68,169.64	\$ 94,077.84
Diferencia	\$ 13,991.25	\$ 15,670.13	\$ 16,923.75	\$ 18,108.38	\$ 0.00

Los flujos de efectivo han cambiado a lo largo de los 5 años proyectados, mostrando una diferencia considerable la cual es ascendente.

Existe una consideración más que debe hacerse en el estudio de los estados financieros proforma, y es que ahora que la unidad turística de la microrregión posee disminución en los precios de los recorridos turísticos, sus utilidades han disminuido. Esta disminución de utilidades podría considerarse como el costo en que incurre la propuesta, al percibir una aceptación inferior a la proyectada por el mercado consumidor.

Ahora procedemos a aplicar las evaluaciones económicas para el proyecto bajo el escenario 2.

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) de la propuesta se mantiene constante bajo el escenario 2, siendo de 6.78%, lo cual indica que la disminución en la demanda proyectada no influye en la TMAR del proyecto. Ahora se procede a calcular el resto de evaluaciones económicas.

Tabla 387. Evaluación Económica bajo escenario 2.

Evaluación	Original	Escenario 2	Decisión
VAN	\$159,873.92	\$105,198.00	Se acepta la propuesta bajo el escenario 2
TIR	45.70%	%32.19	Se acepta la propuesta bajo el escenario 2
B/C	1.46	0.96	Se rechaza la propuesta bajo el escenario 2

Después de realizar las diferentes evaluaciones económicas para el escenario 2, se han obtenido un valor actual de \$105,198; lo que significa que el proyecto puede aceptarse ya que de acuerdo a los criterios de decisión cuando la VAN es mayor que cero, por ende, la inversión que se realice producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida para un horizonte de 5 años. La TIR de 32.19% demuestra la rentabilidad de la propuesta, ya que la tasa interna de retorno (TIR) es mayor que la tasa mínima aceptable que es de 6.78%, esto significa que la propuesta es aceptable y puede llevarse a acabo.

Finalmente, el beneficio costo indica que por cada dólar que se invierta en la propuesta, se perderán 4 centavos, indicando que los costos son mayores que los beneficio. Bajo este indicador la propuesta se rechaza.

A continuación, se aplicarán los indicadores de la evaluación financiera a la propuesta bajo las condiciones que somete el escenario 2.

Tabla 388. Evaluación Financiera de la Propuesta bajo Escenario 2.

Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Comentario
Razón de endeudamiento	0.46	0.34	0.26	0.19	0.13	Aceptable
Razón de pago de intereses	3.81	5.34	6.59	7.93	11.54	Aceptable
Índice de cobertura de deuda	3.03	4.19	5.11	6.06	8.69	Aceptable
Razones de rentabilidad						
Margen de utilidad bruta	0.50	0.55	0.57	0.59	0.63	Desempeño aceptable
Margen de utilidad operativa	0.32	0.37	0.40	0.43	0.49	Desempeño aceptable
Margen de utilidad neta	0.17	0.23	0.26	0.28	0.33	Desempeño aceptable
Rentabilidad sobre activos	0.14	0.17	0.19	0.20	0.27	Desempeño aceptable
Rentabilidad sobre capital	0.25	0.26	0.26	0.25	0.31	Desempeño aceptable
Razones de actividad						
Rotación Total de Activos	0.79	0.77	0.75	0.73	0.80	Desempeño aceptable
Rotación de Activo Fijo	2.69	2.66	2.56	2.48	2.72	Desempeño aceptable

A través del análisis de los resultados generados por la evaluación financiera de la propuesta bajo el escenario 2, se concluye que aun con una tendencia de minimizar el margen de utilidad de los precios de venta de los recorridos turísticos para el periodo de 5 años se percibe disminución en las utilidades generadas, pero siempre es factible desde el punto de análisis financiero, para el año uno la rentabilidad es baja, pero conforme el tiempo avanza se adquieren más utilidades.



VII. EVALUACIONES SOCIOECONÓMICAS, GÉNERO, AMBIENTAL.

VIII.EVALUACIONES SOCIOECONÓMICAS, GÉNERO, AMBIENTAL.

1. EVALUACIONES SOCIOECONÓMICAS DEL PROYECTO

Evaluación Socio-económico consiste en la identificación, análisis, medición, y valorización de los resultados, efectos, beneficios y costos de un proyecto, desde el punto de vista del Bienestar Social y económico tanto directa como indirecta, que tendrá el proyecto propuesto en las áreas de influencia del mismo.

La evaluación socio-económico de un proyecto implica comparar los beneficios con los costos que un proyecto implica para la sociedad, de manera de determinar su verdadera contribución de ellos al incremento de la riqueza en el área de influencia del proyecto. Además, será necesario evaluar otros escenarios referentes siempre al impacto económico social que puede traer la creación de este proyecto, a los municipios de San Lorenzo, Atiquizaya, El Refugio y Turín, y a la Microrregión de Ahuachapán Norte.

El Plan de Desarrollo Turístico para la Microrregión de Ahuachapán Norte, es de naturaleza Social, ya que el establecimiento de condiciones relacionadas a mejorar la Calidad de vida de la Población de los cuatro municipios involucrados, forma parte de los objetivos principales que se persiguen, sin embargo, su medición como la de cualquier proyecto implica un proceso complejo, debido a la multiplicidad de elementos que afectan la calidad de vida de una persona. El proyecto turístico planteado generará contribuciones o impactos, según la **Guía de Formulación de Proyectos de Desarrollo Local con Enfoque Turístico** alguno de los efectos socio-económicos que se deben tener en cuenta son:



1.1. IMPACTOS EN OTRAS ACTIVIDADES.

Cuando existe una mejora en algún aspecto en relación al turismo, esta afecta a otras actividades económicas, ya sea que estas estén conectadas directa o indirectamente con el turismo del lugar. Al momento de realizar implantación y ejecución del Plan de Desarrollo Turístico de la Microrregión Norte de Ahuachapán, estaríamos afectando a la economía local, debido a que este tendría un pequeño impacto en las actividades agropecuarias, industriales y de servicio como las siguientes:

- ✔ Cuando la microrregión sea más atractiva para los turistas, aumentara el flujo de visitas a este, lo que ocasionara un incremento en la demanda de servicios como supermercados, comedores, lo cual demandara una mayor cantidad de suministros

como vegetales, que podrían ser proporcionados por los agricultores locales. Lo que conllevaría a mejorar la economía tanto de los agricultores locales como la de los negocios locales como comedores, panaderías, puestos de mercado entre otros.

BENEFICIOS PARA EMPRESARIOS LOCALES

✔ ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN.

Con el fortalecimiento del turismo en la Microrregión Norte de Ahuachapán, a través del Plan de desarrollo turístico, se aumentará el ingreso de turistas a los municipios en porcentajes considerables, para el caso el crecimiento se observa de la siguiente manera, según resultados de la etapa de diagnóstico.

Tabla 389: Porcentaje de crecimiento por año

Año	2020	2021	2022	2023	2024
% de crecimiento	11%	12%	8%	7%	8%

Como se muestra en las tablas anteriores, cada año la demanda de turismo en la microrregión va aumentar, lo implica mayor demanda de servicios complementarios como alojamiento y alimentación, se considerará un porcentaje de este crecimiento.

Para el caso del alojamiento según los resultados de las encuestas solo el 33% de la población realiza viajes turísticos por más de un día lo que implica el uso del alojamiento.

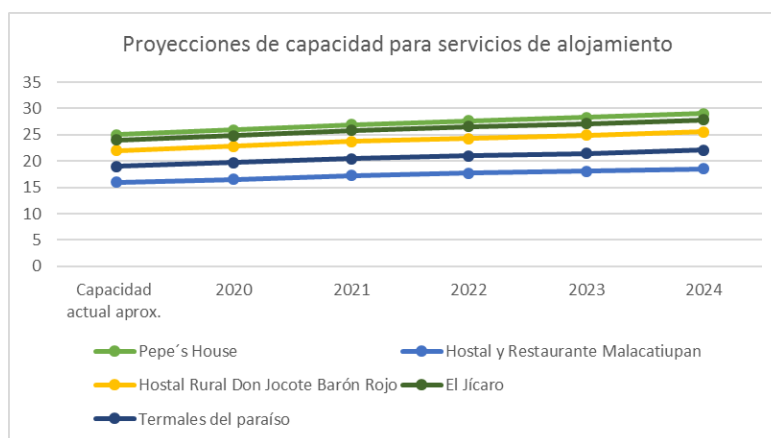
Para la alimentación, según resultados el promedio de gasto turístico es superior a \$25, lo cual implicaría uso de servicios de alimentación, por lo cual se hace se infiere que aproximadamente el 75% de la demanda, visitaría por lo menos un local que brinde servicios de alimentación.

A continuación se presentan resultados que se derivan del crecimiento de la demanda turística; tales datos relacionan aumento de la demanda con aumento de capacidad instalada en establecimientos privados, y brindan una pauta muy clara de cómo el aumento turístico derivado de la implementación del proyecto podría influir en las necesidades del sector privado respecto a su capacidad instalada, lo cual al concretarse ampliaciones, indudablemente generarán empleos directos e indirectos según se detalla:

Tabla 390. Proyecciones de crecimiento de Alojamiento de la Microrregión de Ahuachapán Norte.

Alojamiento	Cap. Inst.	2020	2021	2022	2023	2024	Crecimiento
Pepe's House	25	26	27	28	28	29	4
Hostal y Restaurante Malacatiupan	16	17	17	18	18	19	3
Hostal Rural Don Jocote Barón Rojo	22	23	24	24	25	26	4
El Jícara	24	25	26	27	27	28	4

Termales del paraíso	19	20	20	21	21	22	3
Totales	106	110	114	117	120	123	17
% de crecimiento							13.21%



MEJORA EN INGRESOS SEGÚN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTACION

Tabla 391: proyecciones de ingreso por crecimiento de la capacidad de los locales de alimentación.

TIPO	CANTIDAD	OCUP. ACTUAL	GASTO PROMEDIO APROX.	TOTAL SEGÚN OCUP ACTUAL	CREC. A 5 AÑOS	ING. POR UNIDAD DE OCUPACIÓN	DIF. DE MEJORA
Restaurante	16	400	\$15	\$6,000	158	\$8,372.20	\$2,372.20
Comedores típicos	12	180	\$15	\$2,700	71	\$3,767.49	\$1,067.49
Cafetería	6	90	\$15	\$1,350	36	\$1,883.74	\$533.74
Bares	1	25	\$15	\$375	10	\$523.26	\$148.26
Total		695			275		\$4,121.69

✓ ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

Tabla 392: Proyecciones de crecimiento de capacidad instalada en servicios de alimentación.

Tipo	Cantidad	Capacidad aprox.	2020	2021	2022	2023	2024	Crecimiento
Restaurante	16	400	433	472	500	527	558	158
Comedores típicos	12	180	195	212	225	237	251	71
Cafetería	6	90	97	106	113	118	126	36
Bares	1	25	27	29	31	33	35	10
Total		695	752	820	869	915	970	275
% de crecimiento								39.57%

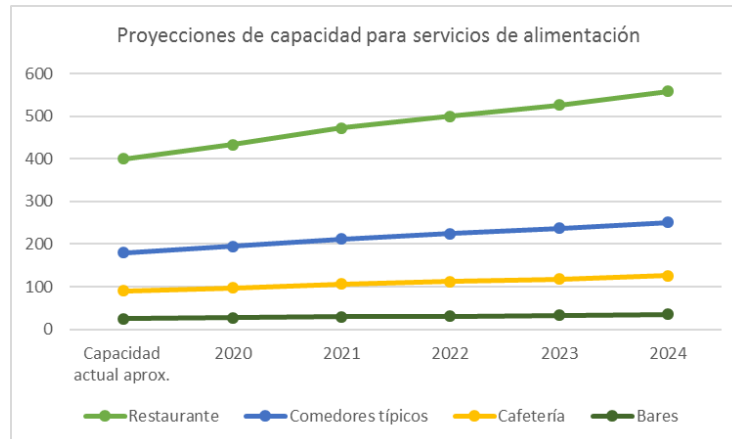


Ilustración 177. Proyección de capacidad para servicios alimenticios.

MEJORA DE INGRESOS SEGÚN ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO

Tabla 393: Proyección de nuevo ingreso por incremento en la capacidad de alojamientos

ALOJAMIENTO	CAPACIDAD	GASTO PROMEDIO APROX.	TOTAL SEGÚN CAP ACTUAL	CRECIMIENTO A 5 AÑOS	INGRESOS POR UNIDAD DE CAP INSTALADA	DIFERENCIAL DE MEJORA
Pepe's House	25	\$25	\$625	4	\$725.74	\$100.74
Hostal y Restaurante Malacatiupan	16	\$25	\$400	3	\$464.48	\$64.48
Hostal Rural Don Jocote Barón Rojo	22	\$25	\$550	4	\$638.65	\$88.65
El Jícara	24	\$25	\$600	4	\$696.71	\$96.71
Termales del paraíso	19	\$25	\$475	3	\$551.57	\$76.57
Totales	106		\$2,650	17	\$3,077.15	\$427.15

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.

Analizados los resultados, se puede afirmar que la implementación del proyecto traerá aumento en el turismo respecto a su demanda y con ello, mejoras en aumento de capacidad de diferentes establecimientos lo cual se traduce en empleos y por ende mejora en sus ingresos.

✔ **BENEFICIOS PARA ARTESANOS.**

Al proporcionar un local para venta de artesanías, estaríamos beneficiando indirectamente a los artesanos locales de los municipios, debido a que estos suministrarán los productos necesarios para venderse en el local, al incrementar la afluencia de turistas, esto ocasionaría una mayor demanda de artesanías, lo que conllevaría a una mayor producción de estos y probablemente a la contratación de personal para ayudar a los artesanos para que estos puedan cubrir la demanda.

Si se toma como referencia los resultados del mercado consumidor solo el 30% prefiere turismo cultural o arqueológico, y solo el 22% que ha visitado la microrregión compran artesanías, tomando como referencia estos porcentajes, que el consumo por cliente es aproximadamente \$5.00 y la demanda proyectada se tiene:

Tabla 394: Proyecciones de ingresos para artesanos

Mes	2020	Compra de artesanías 2020	Compra aprox.	Total ingreso	2021	Compra aprox.	Total ingreso	2022	Compra aprox.	Total ingreso	2023	Compra aprox.	Total ingreso	2024	Compra aprox.	Total ingreso
Enero	22800	1505	\$ 5.00	\$ 7,524.00	1685	\$ 5.00	\$ 8,426.88	1820	\$ 5.00	\$ 9,101.03	1948	\$ 5.00	\$ 9,738.10	2103	\$ 5.00	\$ 10,517.15
Febrero	31920	2107	\$ 5.00	\$ 10,533.60	2360	\$ 5.00	\$ 11,797.63	2548	\$ 5.00	\$ 12,741.44	2727	\$ 5.00	\$ 13,633.34	2945	\$ 5.00	\$ 14,724.01
Marzo	68400	4514	\$ 5.00	\$ 22,572.00	5056	\$ 5.00	\$ 25,280.64	5461	\$ 5.00	\$ 27,303.09	5843	\$ 5.00	\$ 29,214.31	6310	\$ 5.00	\$ 31,551.45
Abril	38760	2558	\$ 5.00	\$ 12,790.80	2865	\$ 5.00	\$ 14,325.70	3094	\$ 5.00	\$ 15,471.75	3311	\$ 5.00	\$ 16,554.77	3576	\$ 5.00	\$ 17,879.16
Mayo	34200	2257	\$ 5.00	\$ 11,286.00	2528	\$ 5.00	\$ 12,640.32	2730	\$ 5.00	\$ 13,651.55	2921	\$ 5.00	\$ 14,607.15	3155	\$ 5.00	\$ 15,775.73
Junio	31920	2107	\$ 5.00	\$ 10,533.60	2360	\$ 5.00	\$ 11,797.63	2548	\$ 5.00	\$ 12,741.44	2727	\$ 5.00	\$ 13,633.34	2945	\$ 5.00	\$ 14,724.01
Julio	27360	1806	\$ 5.00	\$ 9,028.80	2022	\$ 5.00	\$ 10,112.26	2184	\$ 5.00	\$ 10,921.24	2337	\$ 5.00	\$ 11,685.72	2524	\$ 5.00	\$ 12,620.58
Agosto	59280	3912	\$ 5.00	\$ 19,562.40	4382	\$ 5.00	\$ 21,909.89	4733	\$ 5.00	\$ 23,662.68	5064	\$ 5.00	\$ 25,319.07	5469	\$ 5.00	\$ 27,344.59
Septiembre	27360	1806	\$ 5.00	\$ 9,028.80	2022	\$ 5.00	\$ 10,112.26	2184	\$ 5.00	\$ 10,921.24	2337	\$ 5.00	\$ 11,685.72	2524	\$ 5.00	\$ 12,620.58
Octubre	29640	1956	\$ 5.00	\$ 9,781.20	2191	\$ 5.00	\$ 10,954.94	2366	\$ 5.00	\$ 11,831.34	2532	\$ 5.00	\$ 12,659.53	2734	\$ 5.00	\$ 13,672.30
Noviembre	34200	2257	\$ 5.00	\$ 11,286.00	2528	\$ 5.00	\$ 12,640.32	2730	\$ 5.00	\$ 13,651.55	2921	\$ 5.00	\$ 14,607.15	3155	\$ 5.00	\$ 15,775.73
Diciembre	50160	3311	\$ 5.00	\$ 16,552.80	3708	\$ 5.00	\$ 18,539.14	4004	\$ 5.00	\$ 20,022.27	4285	\$ 5.00	\$ 21,423.83	4628	\$ 5.00	\$ 23,137.73
TOTAL	456000	30096	\$ 5.00	\$150,480.00	33708	\$ 5.00	\$168,537.60	36404	\$ 5.00	\$182,020.61	38952	\$ 5.00	\$194,762.05	42069	\$ 5.00	\$210,343.01

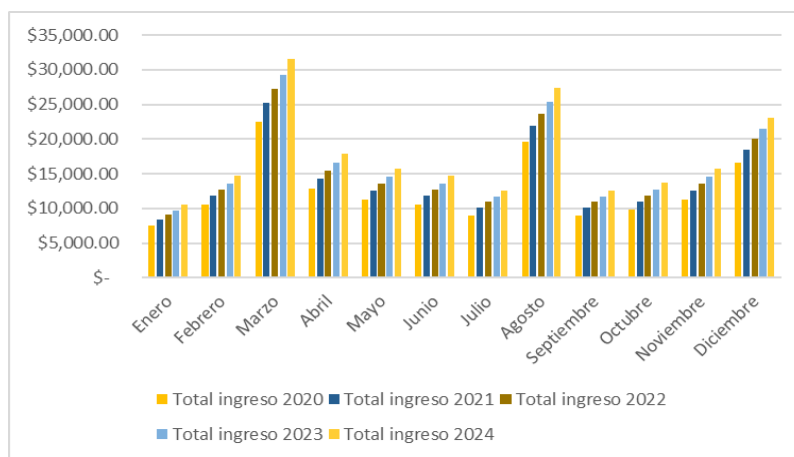


Ilustración 178: Grafico de ingresos para artesanos locales.

✔ **BENEFICIOS PARA LAS ALCALDÍAS.**

Con el aumento de establecimientos como el de venta de artesanías y otros comercios que se necesiten en los municipios por el aumento de la demanda, el ingreso por inscripción ayudara a obtener fondos más altos para mejorar el entorno de la comunidad y así mismo se tiene que

tomar en cuenta el ingreso por las tasas municipales que de estas se obtendrá. Además, se obtendría el ingreso por la participación en ferias culturales que se realizaran 4 veces al año.

A continuación, se muestra una proyección de apertura de nuevos locales de servicios complementarios tomando como referencia las proyecciones de la demanda, estos nuevos negocios implicarían ingresos para las alcaldías de cada municipio.

Tabla 395: Proyecciones de apertura de negocios complementarios.

Servicio	Cantidad	2020	2021	2022	2023	2024	Diferencia	Ingreso por inscripción.
Alimentación	44	49	55	59	63	68	24	30x24=\$720
Alojamiento	5	6	6	7	7	8	3	50x3=\$150
Comercio	8	9	10	11	11	12	4	25x4=\$100

Se debe tomar en cuenta también las tasas municipales, que varían dependiendo del tipo de comercio y los metros lineales que esta posea.

Tabla 396: Ingreso por ferias anualmente

Fuente de Ingreso	Unidades	Precio	Ingresos
Participación en ferias	80	10.00	800.00

✔ EMPLEO DIRECTO.

Con la puesta en marcha de las distintas iniciativas propuestas que se incluyen en el Plan de desarrollo turístico, se espera la generación tanto de fuentes directas como indirectas de empleo, permitiendo a la población de la zona de influencia, la obtención de ingresos estables y un trabajo cercano a su hogar.

Los empleos directos, son aquellos cargos que tienen contacto directo con los turistas en el proceso de prestación de servicio. Para poner en marcha la propuesta se necesita contratar con personal operativo que se encargue de prestar los servicios turísticos, los cuales demandan principalmente habitantes locales, además el plan busca impulsar y activar la economía local, a través del turismo.

Como primer punto, es importante entender que de los municipios que forman la zona en estudio, tres pertenecen al rubro de Pobreza Baja y uno al rubro de Pobreza alta, por lo que la inclusión de la iniciativa que busca potenciar la actividad económica de la zona, tenderá a presentar un impacto positivo, más que todo en el municipio de San Lorenzo, que presenta el índice de pobreza más alto.

La Microrregión, cuenta con un total de habitantes de 59,953. Se espera que por solo las iniciativas de mejoras tratadas en las presentes evaluaciones se abran plazas para 28 personas, lo que representa un **0.05% de la población de la microrregión**. Además, si se toma en cuenta las personas que se contrataran para la ejecución de algunos proyectos, se tendrá una representación del 0.02%. A continuación, se muestra el total de trabajos directos disponibles que se abren a partir de la de implementación del plan en la microrregión, en relación con la cantidad de habitantes de esta:

Tabla 397: Personal directo en contacto con el turista.

Director de unidad turística.	1
Encargado de comité	4
Encargados de centros de información.	4
Guías turísticos	15
Encargados de quiosco de artesanías	4
TOTAL	28

Tabla 398: Personal necesario para proyectos (temporal).

PERSONAL PARA PROYECTOS	11
TOTAL	11

La generación de estos empleos beneficia tanto a los involucrados directos, como al núcleo familiar de cada persona. Si se considera que cada empleado directo genera ingresos para una familia de 4 personas aproximadamente; la cantidad beneficiaria directa será: 112 BENEFICIARIOS DIRECTOS de la organización y 44 BENEFICIARIOS DIRECTOS por empleo temporal.

✔ EMPLEO INDIRECTO

El ministerio de turismo en su Boletín Estadístico 2006, plantea que por cada empleo directo que genera el sector de turismo se generan de uno a tres empleos indirectos.

Esto implica que la implementación del Plan de Desarrollo Turístico de la Microrregión, generará 39 empleos directos para el año 1 de implementación, por lo cual se estarán generando a su vez **117 empleos indirectos**. De los cuales 84 por empleos de la organización y 33 por empleos temporales.

En este sentido, partiendo de que cada persona beneficiada genera ingresos para su grupo familiar de 4 integrantes promedio, se tiene la cantidad de **468 beneficiarios indirectos**.

Por lo tanto, se evidencia que la implementación del presente plan crea un aumento en la actividad económica local de los municipios de: Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio; generando fuentes de empleos directos e indirectos para los habitantes de las municipalidades a través de la prestación de los diversos servicios turísticos que componen contribuyen al desarrollo turístico de la microrregión.

Los empleos indirectos que pueden generarse en los que se puede mencionar son:

1. Comercialización de artesanías,
2. Transporte de turistas,
4. Comedores,
5. Alojamiento,
6. comercialización de productos agropecuarios, etc.

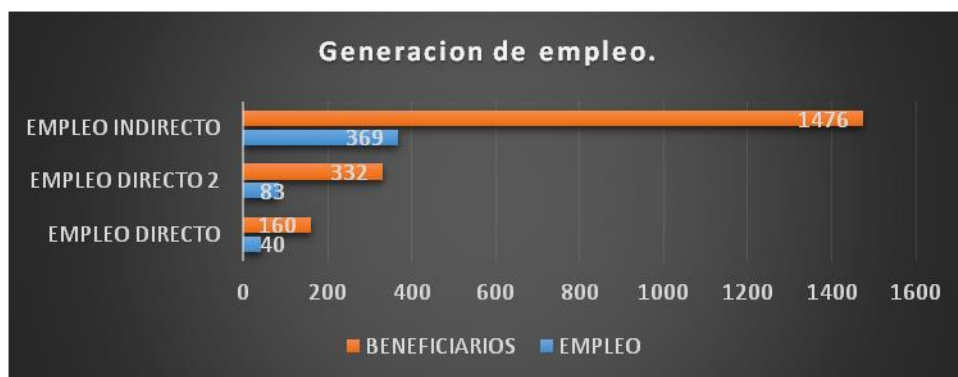


Ilustración 179: Cantidad de empleos y beneficiarios directos e indirectos.

1.2. EFECTOS EN EL NIVEL DE PRECIOS.

Este efecto se da cuando el proyecto turístico es tan grande que tiene un amplio impacto en la comunidad y en su economía, tanto que afecta el precio de diferentes productos de la región. Para el caso del Plan de Desarrollo Turístico para la Microrregión, el impacto que este ocasionaría en las municipalidades no sería tan amplio para ocasionar la inflación de algunos productos.

1.3. EFECTOS EN MEDIO AMBIENTE.

En el momento en que se desarrolla un proyecto que incluya la transformación de recursos naturales los cuales se utilizan para la recreación o uso de las personas de las municipalidades o del lugar donde se localice se debe analizar cómo esta afecta o beneficia socialmente.

En la implementación del Plan de Desarrollo Turístico por involucrar recursos que se consideran un lugar público, que está a disposición de todas las personas que quieran visitarlo y que se administra por las Alcaldías y que sirve como un área de recreación, y que posee diversos recursos naturales como ríos, árboles, y que posee un enfoque natural, se debe analizar como las modificaciones o infraestructura propuesta afecta socialmente a las personas que lo utilizan.

Con la realización de la infraestructura propuesta y la remodelación los beneficios y los efectos negativos encontrados son:

Tabla 399: Beneficios y efectos negativos en el medio ambiente por implantación del plan.

BENEFICIOS	EFECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Mejor uso de los desechos por medio del proyecto de manejo de desechos sólidos en parques. • Menor contaminación de las aguas de los ríos, al hacer un uso correcto de los basureros para el reciclaje. • Aumento de la salubridad por la instalación de baños sanitarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor uso de las zonas verdes en los parques para instalar los baños sanitarios, locales de venta para artesanías y los puntos de información.

1.4. EFECTOS DEMOGRAFICOS.

La ejecución de un proyecto de amplio impacto puede provocar movimientos demográficos debido a que las personas se ven atraídas por la posibilidad de mayores ingresos y mejores condiciones de vida. En algunos casos esto trae consecuencias beneficiosas por la creación de empleo o incremento de ingresos, pero en otros crea intrincados problemas sociales que se ven reflejados en mayores niveles marginación, esto cuando son proyectos turísticos excluyentes.

En el caso del Plan de Desarrollo Turístico, no tendrá un alcance tan amplio como para general movimientos demográficos, debido a que se ejecutaran los proyectos en la mayoría de recursos turísticos de la microrregión, que se encuentra cerca del Centro de los municipios de la microrregión y está al alcance de la comunidad, donde se encuentra ubicados la mayoría de negocios con los que cuenta en los Municipios, además se mejoraría el acceso a los cantones de los municipios, el cual facilitaría el acceso de la población a las zonas céntricas.

1.5. EFECTOS CULTURALES

Se entiende como cultura al conjunto de manifestaciones que una formación social crea para enfrentar y transformar su realidad socioeconómica. En este sentido, el turismo es un agente de contacto entre filosofías y hábitos, formas de comportamiento, técnicas e instrumentos de diferentes formaciones y grupos sociales.

Al implantar el plan y ejecutar proyecto como infraestructura para artesanías, actividades para rescatar tradiciones y costumbres y, el producto cultural y de medios de información, estaríamos reflejando un poco de la cultura de los municipios, y estaríamos manteniendo y conservando las costumbres y tradiciones de los municipios.

Que el Plan incluya y tome en cuenta la cultura, costumbres, gastronomía, tradiciones locales de los municipios es importante debido a que contribuye a que los turistas conozcan costumbres y tradiciones locales, las personas de la zona se arraigaran a su cultura y ayudara a que exista un mayor respeto por esta desde los niños pequeños hasta las personas mayores y así mismo contribuirá a que se difunda la cultura de los municipios por medio de los visitantes.

1.6. EFECTOS EDUCACIONALES

En cuanto a las condiciones educacionales pueden sufrir variaciones que beneficien o perjudiquen a los habitantes de los lugares donde se ejecutara el proyecto turístico. Así mismo, las personas que viven cerca de los lugares donde se ejecutan los proyectos turísticos se ven estimulados ante el contacto de modernización del turismo, a incrementar su educación.

La capacitación es uno de los rubros más importantes en todo proyecto, y contribuye de alguna manera a elevar el nivel educacional en las municipalidades, siempre y cuando los trabajadores sean originarios de ella y se les ofrezca un constante desarrollo.

Con la ejecución del Plan de Desarrollo aumentará el nivel educativo de las personas contratadas para trabajar en este porque se les dará capacitaciones como: capacitación de servicio al cliente, marketing turístico, calidad y buenas prácticas de turismo sostenible, inocuidad de alimentos, etc. Con estas capacitaciones se logrará aumentar el conocimiento de las personas que trabajan en la organización de la microrregión en cuanto al trabajo en equipo y a la atención al cliente y con esto se podrá brindar un mejor servicio a todas las personas que visiten la microrregión.

Indirectamente se favorece en educación 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.

Se puede decir que al generar empleo directo se estarían beneficiando por lo menos a 2 niños por familia, basándose en el índice de Fecundidad(número medio de hijos por mujer) del año 2016 es de 2,08.

Lo queda la cantidad aproximada de personas beneficiadas en educación de:

Empleos directos generados 28 – beneficiados 56
Empleo directos de proyectos 11- beneficiados 22
Empleo indirecto generado 117 – beneficiados 234

Lo que hace un total de 312 niños con acceso a educación.

1.7. EFECTOS EN LA SALUD

Algunos proyectos incorporan dentro de sus inversiones, fondos para obras básicas a través de las cuales se mejoran las condiciones salubres en la zona donde se localiza. En otros casos se llega a reacondicionar el medio ambiente natural, con resultados positivos para la flora y fauna local.

Con el Plan, se espera mejorar las condiciones de salud de las personas que residen en los municipios de la microrregión, debido a que, al haber más turistas en el municipio, las personas se esforzaran en mantener más limpio los lugares públicos y zonas aledañas a los recursos turísticos, además debido al aumento de turistas en los municipios, 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 del proyecto en lo que respecta al manejo de residuos y desechos, y la de actividades para el cuidado del medio ambiente que 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. Así todo esto evitara que se den fuentes de enfermedades e infecciones.

1.8. IMPACTOS POSITIVOS DEL PLAN EN TÉRMINOS SOCIO ECONÓMICOS

La implementación del Plan de Desarrollo Turístico de la Microrregión, genera impactos positivos en términos socio económico tanto para las localidades de los municipios como para el país en general, dichos impactos se mencionan y describen a continuación:

Tabla 400: beneficios socioeconómicos al implementar el Plan.

Generación de empleo.	El sector turismo representa un 7% en la generación de empleo global, a nivel nacional. La creación y ejecución de los productos turísticos y la implementación de los proyectos, genera fuentes de ingresos, directamente son 28 empleos los generados por empleos de la organización y 11 empleos directos temporales, así como 117 indirectamente, los que constituye 156 personas de zonas geográficas cercanas beneficiadas al implementar el Plan de Desarrollo Turístico.
Mejoramiento en la infraestructura del municipio.	Al realizar las rutas de los productos turísticos, estos involucran el desplazamiento de turistas por las 4 municipalidades, lo que implicaría mejorar la infraestructura local de los caminos y carreteras que conducen por estas municipalidades, así también el mantenimiento de las instalaciones e infraestructura de locales públicos a cargo de las municipalidades como parques centrales y espacios públicos utilizados por toda la comunidad.

Incremento en los servicios básicos en las municipalidades.	La implementación del plan, el incremento de la demanda turística en la microrregión requerirá de aumento de infraestructura y generar mejoras en los de servicios básicos, esto con la finalidad de prestar un mejor servicio a los turistas y cumplir con la expectativa de estos, se mejoraría en equipamiento de sanitarios, acceso a agua potable y energía eléctrica, los cuales mejoran la calidad de vida de los ciudadanos de las municipalidades.
Crecimiento de la actividades económicas locales.	Las rutas turísticas de los productos turísticos, promueven servicios relacionados con actividades artesanales y actividades agropecuarias, lo que implica la necesidad de que las comunidades sigan produciendo y enseñando a nuevas personas estas actividades económicas, debido al incremento de la demanda turística de la microrregión, lo que generaría mayores ingresos a estas actividades.
Incremento en la inversión privada en servicios complementarios.	Con la implementación del plan, la microrregión se posicionaría como un nuevo destino turístico, lo que atraería la inversión privada en los municipios, lo cual es necesario en la microrregión, ya que no cuenta con suficientes locales de alojamiento, lo que implicaría generación de empleo en la zona.
Conservación de los recursos naturales.	Con la implementación del plan, al promover las rutas turísticas se origina la visita a los recursos naturales de los 4 municipios, por lo cual se tendrían que concientizar a las comunidades del cuidado y conservación de éstos, ya que son parte esencial del turismo en la microrregión. Además, con la implementación del proyecto actividades para preservar el recurso natural, se realizarían campañas informativas y de limpieza que contribuiría al mantenimiento y conservación de los recursos naturales de la microrregión.
Conservación de la cultura local	Con la implementación del plan, y la ejecución del proyecto actividades para rescatar tradiciones y costumbres, y al promover el producto turístico cultural, se busca crear conciencia en la comunidad, de la importancia que tiene las tradiciones y costumbres de la microrregión para el desarrollo social y turístico de las comunidades.
Mejoramiento en la calidad de vida.	A través de la implementación del plan, se está incrementando el número de familias con la oportunidad de gozar de derechos básicos como son la educación, salud, alimentación y vivienda a través de la promoción de las económicas locales y la generación de nuevas fuentes de empleos en las municipalidades de la microrregión.
Beneficios a otras actividades.	Si se implementan los productos turísticos, se estaría beneficiando a los servicios de alimentación y a los agricultores, y supermercados, teniendo un incremento anual aproximado de \$427 en alojamiento, \$4,121.69 en alimentación, \$210,343.01 de ingreso adicional para artesanos y para las alcaldías un ingreso extra de \$970 por inscripción de empresas y \$800 por inscripción de ferias, mas las tasas municipales que se tendrían por cada negocio adicional.

1.9. IMPACTOS NEGATIVOS DEL PLAN EN TÉRMINOS SOCIO ECONÓMICOS.

La implementación del Plan de Desarrollo Turístico de la Microrregión, genera impactos negativos en términos socio económico, dichos impactos se mencionan y describen a continuación:

Tabla 401: impactos negativos socioeconómicos al implementar el Plan.

Sobre explotación de recursos culturales y naturales.	Al incrementar la demanda turística de la microrregión, los recursos naturales y culturales serían visitados con mayor frecuencia y por más turistas de lo habitual que no utilizarían los servicios de la organización turística, estas personas podrían hacer mal uso de estos y sobrepasar la capacidad de carga. El diseño del Plan, incluye actividades de cuidado ambiental y cultural conservando los recursos y teniendo como prioridad el respeto al medio ambiente y la capacidad de carga definida en la etapa de diseño.
Visita de turistas pertenecientes a grupos delincuenciales.	Con la implementación del plan, se promueve la visita de diversos segmentos de la población a los 4 municipios dentro de los cuales se pueden inculcar personas pertenecientes a grupos delincuenciales, los cuales estando en la microrregión pueden causar algún incidente que afecte o atente contra los habitantes locales o personal operativo de la organización turística de la microrregión.

1.10. CONSOLIDADO INDICADORES DE BENEFICIO – COSTO SOCIO ECONOMICOS.

A continuación, se muestran los beneficios que genera el plan para el desarrollo turístico de la microrregión en términos socios económicos.

Tabla 402: Beneficios generados

Beneficios	Cantidad
Empleo directo	28
Empleo directo por proyectos	11
Empleos indirectos	117
Beneficiarios directos	156
Beneficiarios indirectos	468
Personas beneficiarias por educación	312
Beneficio para empresarios de alojamiento por aumento de cap.	\$427.00
Beneficio para empresarios de servicios de alimentación por aumento de cap.	\$ 4,121.69
Beneficios para artesanos por incremento de la demanda.	\$ 210343.01
Beneficios para alcaldías por apertura de negocios y ferias.	\$1770.00

Tabla 403: Indicadores de Beneficio-Costo Social.

Indicador	Calculo De Beneficio/Costo	Descripción.
Empleos directo	$\frac{B}{C} = \frac{28}{109,454.13} = 0.0002558$ Empleos directos temporales. $\frac{B}{C} = \frac{11}{109,454.13} = 0.0001004$	Por cada dólar invertido se generan 0.0003562 empleos directos. Para que se genere un empleo directo se deben invertir \$2806.52
Empleos indirectos	$\frac{B}{C} = \frac{117}{109,454.13} = 0.0010689$	Por cada dólar invertido se generan 0.0010689 empleos indirectos. Para que se genere un empleo indirecto se deben invertir \$935.51
Beneficiados por empleos directos.	$\frac{B}{C} = \frac{156}{109,454.13} = 0.0014252$	Por cada dólar invertido se generan 0.0014252 beneficiarios directos. Para que haya un beneficiario directo se deben invertir \$701.63
Beneficiados por empleos indirectos.	$\frac{B}{C} = \frac{468}{109,454.13} = 0.0042757$	Por cada dólar invertido se generan 0.0042757 beneficiarios indirectos. Para que haya un beneficiario indirecto se deben invertir \$233.88
Personas beneficiadas con educación.	$\frac{B}{C} = \frac{312}{109,454.13} = 0.0028505$	Por cada dólar invertido se benefician 0.0028505 personas en educación. Para que se genere un beneficiario en educación se deben invertir \$350.81

RESULTADOS.

Se puede concluir que el Plan de Desarrollo Turístico para la Microrregión de Ahuachapán Norte, representa un **impacto positivo** para los municipios de San Lorenzo, Atiquizaya, Turín y El Refugio, 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 los recursos turísticos; además de brindar programas de capacitación los empleados de la organización de la microrregión y para guías turísticos.

La implementación del Plan contribuye de manera generalizada a la mejora de la calidad de vida de cada uno de los habitantes involucrado en alguna actividad turísticas que se encuentre en los municipios al aportar mayores ingresos, las familias de estos tendrían mayor oportunidad de acceso a la educación, alimentación y salud.

2. EVALUACION DE GÉNERO

Por Género se entiende el conjunto de características sociales, culturales, políticas, jurídicas y económicas asignadas socialmente en función del sexo de nacimiento y aprendidas durante el proceso de socialización. El género determina lo que es esperado, permitido y valorado en una mujer o en un hombre en un contexto determinado.³⁶

La igualdad de género supone que los diferentes comportamientos, aspiraciones y necesidades de las mujeres y los hombres se consideren, valoren y promuevan de igual manera. Ello no significa que mujeres y hombres deban convertirse en iguales, sino que sus derechos, responsabilidades y oportunidades no dependan de si han nacido hombres o mujeres. La igualdad de género implica que todos los seres humanos, hombres y mujeres, son libres para desarrollar sus capacidades personales y para tomar decisiones.³⁷

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. La equidad de género para el Plan de Desarrollo Turístico, se abordará a través de la participación de la mujer en diferentes actividades sin ninguna discriminación, ya que todos los trabajos necesarios en la organización pueden ser realizados tanto por hombres como por mujeres, dependiendo todos de sus capacidades en cada uno de ellos.

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.

La propuesta consta de la generación de empleo directo para 40 puestos en la organización, los cuales tienen los siguientes requisitos en cuanto a requerimientos por género:

PUESTO	CANTIDAD	REQUISITO DEL PUESTO	
		HOMBRE	MUJER
Director de unidad turística.	1	X	X
Encargado de comité	4	X	X
Auxiliar de gestión (subcontratado)	1	X	X
Encargados de centros de información.	4	X	X
Diseñador gráfico (subcontratado)	1	X	X
Guías Turísticos.	4-15	X	X
Personal para local de Artesanías.	4	X	X
Transportistas	10	X	X

En general la propuesta está destinada al beneficio de la mejora de la Microrregión Norte de Ahuachapán y con ello, favorecer el desarrollo de todos sus habitantes. No existe una

³⁶ Integración del enfoque de género en los Proyectos del PNUD, PNUD 2004

³⁷ Cuaderno sobre el Desarrollo Humano, PNUD El Salvador, 2004

distinción entre géneros, sino se espera un beneficio por igual. La siguiente tabla muestra la escolaridad promedio de la población del departamento de Ahuachapán año 2007, según municipio y rangos de edad y la distribución de la población del departamento de Ahuachapán año 2007, según municipio y género, basadas en datos del VI Censo de Población y V de Vivienda año 2007.

Tabla 404: distribución de género en los municipios de Ahuachapán.

MUNICIPIO	HOMBRES		MUJERES		TOTAL
	POBLACION	%	POBLACION	%	
Atiquizaya	16238	48.3	17349	51.7	33587
San Lorenzo	4657	50.7	4537	49.3	9194
El Refugio	3896	47.7	4275	52.3	8171
Turín.	4263	47.4	4734	52.6	8997
TOTAL	29054	48.5%	30895	51.5%	59949

El porcentaje de mujeres en el área de la microrregión es del 51.5%, mientras que en el de los hombres es de 48.5%, se observa que la variación entre hombres y mujeres es mínima, 1841 personas. Por lo cual tanto hombres y mujeres pueden competir por los puestos de trabajo de la microrregión.

Tabla 405: escolaridad promedio por género en los municipios de Ahuachapán.

MUNICIPIO	15 A 24 AÑOS			15 A MAS.		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Atiquizaya	8.3	8.1	8.2	6.8	5.8	6.3
San Lorenzo	7.2	6.9	7.1	5.3	4.4	4.9
El Refugio	8.5	8.0	8.3	6.6	5.7	6.2
Turín.	9.0	8.3	8.6	7.3	5.9	6.5
TOTAL	8.25	7.83	8.05	6.5	5.45	5.98

En cuanto a la población de la microrregión hay que considerar que las mujeres en general tienen un nivel de escolaridad (5.45) 1.05 grados de escolaridad menor que el de los hombres (6.5), sin embargo, son muy cercanos los grados de escolaridad. Por lo que ambos se encuentran con capacidades similares en el desempeño de labores requeridas por la propuesta.

PROPUESTA DE POLÍTICAS DE EQUIDAD DE GÉNERO.

Con la implementación del plan se van a crear fuentes de empleo no solo para hombres sino también para mujeres, esto con el fin de establecer una igualdad de género dentro de la microrregión, la estrategia para el plan se centra en un proceso de inserción orientado a propiciar la participación de las mujeres y desarrolla sus habilidades, poniendo énfasis en el desarrollo y potenciando la capacidad humana.

La principal vía para implementar esta estrategia es la creación de políticas que conlleven a la participación del sexo femenino dentro de la ejecución del plan, políticas tanto de contratación, ascensos y capacitación.

Como parte de las estrategias para la puesta en marcha del Plan de Desarrollo Turístico de la Microrregión de Ahuachapán Norte, se propone la incorporación del enfoque de Género a través del establecimiento de Políticas que vayan encaminadas en:

- Aumentar las oportunidades formativas a las mujeres de los municipios de la microrregión y a las mujeres que trabajaran directamente en la organización turística.
- Brindar la oportunidad de mejorar las condiciones de empleo de las mujeres al incorporar plazas para ambos géneros.
- Tanto hombres y mujeres podrán participar en la organización al brindar sus opiniones y sugerencias en relación a la forma de desempeñar el trabajo turístico.
- Trato igual para todos, lo cual debe ser fomentado sin discriminación por desempeño jerárquico en la organización.
- Las municipalidades de la microrregión, deben compartir el enfoque de equidad de género y facilitar las condiciones que estén dentro de su campo de acción para la participación integral de las mujeres.
- El 50% de los Aspirantes para formar la microrregión deberán ser Mujeres, siendo el criterio de Selección solamente los relacionados a Competencias Profesionales.
- La persona que ocupe el lugar del Director de la unidad de turismo puede ser un hombre o una mujer siempre y cuando tenga la experiencia y el nivel académico necesario para su desempeño.

RESULTADOS.

Según lo diseñado en la etapa de diseño, las necesidades que se requieren de recurso humano para la organización, se prevee la igualdad de género. Por lo que cumple con las expectativas en cuanto a la perspectiva de género. Ambos tendrán los mismos derechos, se regirán por las mismas normas y políticas internas sin distinción y tendrán acceso de igual forma a todos los recursos que les compete según su puesto.

3. EVALUACION AMBIENTAL

El termino impacto ambiental define la alteración que se produce en el medio ambiente cuando se lleva a cabo un proyecto o una actividad. Esta alteración que puede ser positiva o negativa para el medio, se puede evaluar mediante un procedimiento, que estudia la relación existente entre el proyecto propuesto y el ambiente en el cual va a ser implementado, que es la denominada evaluación de impacto ambiental. Esta evaluación pretende, como principio, establecer un equilibrio entre el desarrollo de la actividad humana y el medio ambiente sin pretender llegar a ser una figura negativa ni obstruccionista, ni un freno al desarrollo, sino un instrumento operativo para impedir sobreexplotaciones del medio natural. A la vez, la evaluación de impacto ambiental (EIA) constituye un instrumento muy potente al exigir a las autoridades que conozcan las consecuencias de la acción de un proyecto antes de tomar la decisión de ejecutarla o no. (Planificación territorial del turismo, primera edición en lengua castellana, noviembre 2005, Editorial UOC, Salvador Anton Clavé, Francesc González y otros, página 114-115).

La EIA, tiene como fin cerciorarse que el proyecto sea aceptable y viable ambientalmente, mediante una identificación y valoración de los efectos que contraen las operaciones del mismo al medio físico-biológico, social, económico y cultural; mediante la aplicación de medidas ambientales asegurándose que esos costos no sean mayores que los beneficios esperados. La evaluación del impacto ambiental representa un proceso de análisis con el cual se pueden identificar los impactos ambientales posibles (actuales y futuros), ya sean positivos o negativos

de todas las acciones, actividades u operaciones en las que pueda incurrir la Implementación del proyecto.

El Plan de Desarrollo Turístico contempla en su mayoría una serie de servicios turísticos, que puede conllevar actividades que al ser realizadas pueden afectar el entorno de la zona de la microrregión por lo cual es necesario evaluar. Por ello se debe determinar un estudio que respalde el funcionamiento de todas las actividades que se involucran el Plan de Desarrollo Turístico, cumpliendo con las leyes establecidas por el Ministerio de Medio Ambiente de nuestro país.

La Evaluación Ambiental conforme al artículo 18 de la Ley del Medio Ambiente salvadoreña puede definirse como “Un conjunto de acciones y procedimientos que aseguran que las actividades, obras o proyectos que tengan un impacto ambiental negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de pre inversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del medio ambiente.”

3.1. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO

- Determinar si el Proyecto cumple con las Leyes Medio Ambientales de El Salvador.
- Conocer el impacto positivo y negativo que la implementación provocaría en la Microrregión de Ahuachapán Norte.
- 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.

3.2. METODOLOGÍA.

Los pasos a seguir para realizar la evaluación ambiental del plan para el desarrollo turístico de la Microrregión, se detalla a continuación, y se utilizó la **Metodología de las siete etapas de EIA**³⁸, para la evaluación cuantitativa de los impactos, se propone la **metodología de Arboleda** (1994³⁹) como herramienta básica junto con la metodología expuesta para la evaluación Ambiental del documento **Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las Áreas Protegidas de Centro América**, a partir de estas se tiene las siguientes etapas:

a) Desagregación del plan en componentes: Consiste en dividir el plan en todas las actividades que se requieren para su construcción en proceso.

b) Identificación de los Impactos. Después de dividir el plan en las actividades, se procede a identificar los impactos que estas pueden generar, utilizando un método de valoración de impactos por medio del cual se determinara la magnitud de la relación proyecto ambiente.

Para realizar la valoración de impactos, se tomarán en cuenta tres elementos básicos, los cuales nos permitirán elaborar el proceso secuencial para identificar los impactos. Estos elementos son los siguientes:

³⁸ Disponible en: <https://www.iisd.org/learning/eia/es/eia-7-steps/>

³⁹ Disponible en: <https://pdfs.semanticscholar.org/1e13/cf8a9aca6ed2044a07a903887d8a0c17439c.pdf>, pag 14-17.

- **Acción:** Es el conjunto de actividades necesarias para la ejecución del Plan.
- **Efecto:** Es el proceso físico, biótico, social económico o cultural que puede ser activado, suspendido o modificado por una determinada acción de los proyectos del plan y puede producir cambios o alteraciones que gobiernan la dinámica de los ecosistemas.
- **Impacto:** Es el cambio neto o resultado final (benéfico o perjudicial) que se produce en alguno de los elementos ambientales por una determinada acción de los proyectos del plan.

c) Evaluación de los impactos. En este paso se procede a evaluar cada impacto individualmente. Los atributos ambientales o criterios utilizados para la calificación son: Clase, Presencia o Probabilidad, Duración, Evolución y Magnitud.

Para la calificación ambiental, se utilizó igualmente el método de calificación ambiental que es la expresión de la interacción o acción conjugada de los criterios o factores que caracterizan los impactos ambientales y está definida por la siguiente ecuación:

$$Ca = C (P (aEM + bD))$$

Dónde:

Ca: Calificación Ambiental (varía entre 0.1 y 10)

C: Clase expresado por el signo + ó – de acuerdo al tipo de impacto

P: Presencia (Varía entre 0.0 y 1.0)

E: Evolución (Varía entre 0.0 y 1.0)

M: Magnitud (Varía entre 0.0 y 1.0)

D: Duración (Varía entre 0.0 y 1.0)

a y b: Constantes de ponderación cuya suma debe ser igual a 10

Como ya se dijo para la evaluación de impacto se tomará la metodología de Arboleda (1994), en el cual toma cinco criterios y tiene como fin el cálculo del índice denominado Calificación Ambiental (Ca), los cinco criterios o factores característicos de cada impacto, se explican de la siguiente manera:

Clase (C). Define el sentido del cambio ambiental producido por una determinada acción del proyecto. Puede ser positiva o negativa dependiendo si se mejora o degrada el ambiente actual o futuro.

Presencia (P). Como no se tiene certeza absoluta de que todos los impactos se presenten, la presencia califica la probabilidad de que el impacto pueda darse, se expresa entonces como un porcentaje de la probabilidad de ocurrencia.

Duración (D). Evalúa el periodo de existencia activa del impacto y sus consecuencias, se expresa en función del tiempo que permanece el impacto (muy larga, larga, corta, etc.).

Evolución (E). Evalúa la velocidad de desarrollo del impacto, desde que aparece hasta que se hace presente plenamente con todas sus consecuencias, se expresa en unidades relacionadas con la velocidad con la que se presenta el impacto.

Magnitud (M). Califica la dimensión o tamaño del cambio ambiental producido por la actividad o proceso constructivo u operativo. Los valores de magnitud absoluta, cuantificados o referidos se transforman en términos de magnitud relativa, que es una expresión mucho más real del nivel de afectación del impacto.

La cuantificación de los criterios se muestra a continuación:

Tabla 406: Criterios de evaluación ambiental

Evaluación.	Calificación.	Descripción.
Clases de impacto		
Positivo	+	El efecto mejora el estado actual del recurso afectado.
Negativo	-	El efecto deteriora el estado actual del recurso afectado.
Presencia.		
Cierto	1	Existe absoluta certeza de que el impacto se presente
Probable	0.8	Es probable hasta en un 50% que el impacto se dé.
Incierto	0.5	Es poco probable que el impacto se presente.
Imposible	0.1	Es casi imposible que se dé pero podría presentarse.
Magnitud		
Muy severo	1	Daño permanente
Severo	0.8	Daños serios pero temporales al M.A
Mediano	0.5	Danos menores pero permanentes
Ligeramente severo.	0.3	Daños menores al medio ambiente
Nada severo	0.1	Ningún daño al ambiente
Duración		
Muy larga	1	Menos de un año
Larga	0.8	De seis meses a un año
Moderado	0.5	De un mes a seis meses
Corta	0.3	De un día a un mes
Muy corta	0.1	Menos de un día.
Evolución.		
Muy Rápido	1	Menos de 1 día.
Rápido	0.8	De un día a un mes.
Medio	0.5	De un mes a seis meses.
Lento	0.3	De seis meses a un año
Muy lento	0.1	Más de un año.

De acuerdo con las calificaciones asignadas individualmente a cada criterio, el valor absoluto (Ca) será mayor que cero y menor o igual que diez. Este valor numérico se convierte luego en una expresión que indica la importancia del impacto (muy alta, alta, media, baja y muy baja) asignándole unos rangos. En la siguiente tabla se observan los rangos establecidos para la calificación ambiental de cada impacto.

Tabla 407: Calificación ambiental

Calificación.	Rango
Entre 10 y 0.8	Muy alta
Entre 0.7 y 0.6	Alta
Entre 0.5 y 0.4	Medio
Entre 0.3 y 0.2	Baja
Entre 0.1 y 0.0	Muy baja

3.3. EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PLAN.

Mediante el estudio de las características técnicas del plan, se determinan las acciones y procesos susceptibles de alterar el medio natural, identificados en la línea base ambiental, y los efectos de los mismos, por lo tanto, se hará una evaluación cuantitativa de estos impactos y la forma de mitigarlos.

Desagregación del plan en componentes.

Etapa de construcción.

1. Construcción de obra civil de baños sanitarios, local de artesanías, quioscos informativos (centros de información)
2. Colocación de señales temporales de construcción.
3. Localización de zonas para trabajadores y personal durante la obra.
4. Almacenamiento de materiales y equipos necesario para la construcción.
5. Colocación de señalización y basureros necesaria en la microrregión.
6. Adecuación de recursos turísticos.
7. Realización de mantenimiento de caminos.

Etapa de operación

1. Visitas guiadas a los recursos.
2. Senderismo.
3. Campañas de limpieza y concientización cultural.
4. Servicios de alimentación

Identificación de impactos.

Esta consiste en la identificación del mayor número posible de impactos ambientales, reales o potenciales, positivos y negativos, asociados a la actividad que se realizara, dando énfasis a los impactos negativos.

Según la Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en áreas protegidas, existen 4 tipos de impacto, los a continuación, detallaremos cada uno de estos y si existe este tipo de impacto en el estudio:

TIPO DE IMPACTO	APLICABLE	DESCRIPCION
Biológico	SI	El incremento de ruido por la presencia de turistas puede repercutir en el alejamiento de la fauna que habita en los recursos turísticos.
Sobre la comunidad local	NO	Debido a la naturaleza del proyecto, no se verá afectada 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.

Sobre los recursos naturales y el paisaje	SI	No se verá afectado el paisaje con la realización de las rutas turísticas, pero si en la parte de la construcción de los quioscos, local de artesanías baños sanitarios, 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.
Sobre los recursos económicos	NO	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.

Después de identificar las principales actividades y los tipos de impacto potenciales para ocasionar deterioro al medio ambiente se identificará el nivel de impacto que estos causarían, los cuales se muestran a continuación:

	ACTIVIDAD	ASPECTO AMBIENTAL	Efecto	IMPACTO
Construcción	Construcción de obra civil de baños sanitarios, local de artesanías, quioscos informativos (centros de información)	Suelo y Aire.	Incremento de residuos y molestias de tráfico de materiales.	Contaminación de suelo y aire por ruido y escombros.
		Suelo.	Remoción de cobertura vegetal necesaria.	Deforestación y daño de tierras por instalación de tuberías.
		Paisaje y Suelo.	Tala de árboles en la zona y remoción de cobertura vegetal.	Deforestación y cambios en el paisaje.
	Colocación de señales temporales de construcción.	Suelo.	Colocación de materiales con efectos en el ambiente natural como la pintura y otros elementos que modifican el área natural etc.	Deterioro por efectos químicos y contaminación
	Localización de zonas para trabajadores y personal durante la obra.	Suelo y Fauna.	Generación de residuos sólidos y generación de ruido perjudicial a la fauna.	Contaminación de suelo y aire.
	Almacenamiento de materiales y equipos necesario para la construcción.	Suelo y aire.	Utilización de espacios de la zona para almacenamiento	Contaminación de suelo y aire.

	Colocación de señalización y basureros necesaria en la microrregión	Suelo y paisaje.	Colocación de materiales con efectos en el ambiente natural como la pintura y otros elementos que modifican el área natural.	Deterioro por efectos químicos y contaminación.
	Adecuación de recursos turísticos.	Suelo.	Remoción de cobertura vegetal que sea necesaria hacer.	Deforestación de algunas zonas donde se acondicionarán los atractivos.
		Suelo.	Colocación de materiales con efectos en el ambiente natural como la pintura y otros elementos que modifican el área natural.	Deterioro por efectos químicos y contaminación.
Operación	Realización de mantenimiento de caminos.	Suelo	Terrenos libres de malezas forestales.	Limpieza de caminos.
		Aire	Generación de partículas de polvo al realizar mantenimiento.	Esparcimiento de partículas de polvo en el aire
		Aire y Suelo.	Incremento de residuos, ruido y molestias de tráfico de maquinaria y materiales en la zona.	Contaminación y Molestias a los habitantes ubicados en el área
	Visitas guiadas a los recursos.	Fauna, aire y suelo.	Daño a zonas verdes del municipio, generación de residuos por parte de turistas.	Perdida de espacios verdes, deforestación y contaminación de suelos y agua.
	Senderismo.	Suelo.	Daño de suelos al instalar equipo y generación de residuos por parte de los turistas	Perdida de espacios verdes, deforestación y contaminación de suelos.
	Servicios de alimentación	Aire y Suelo.	Incremento de desperdicios sólidos y gases	Contaminación

EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS

En esta etapa se procede a evaluar cada impacto individualmente.

- Ca para Contaminación de suelo y aire por ruido y escombros.

$$Ca = C (aPEM + bPD)) = -(7 \times 0.40 \times 0.20 \times 0.10 + 3 \times 0.40 \times 0.30) = -(0.056 + 0.36) = -0.416$$

- Ca para Deforestación y daño de tierras por instalación de tuberías.

$$Ca = C (aPEM + bPD)) = -(7 \times 0.40 \times 0.80 \times 0.50 + 3 \times 0.40 \times 0.60) = -(1.12 + 0.72) = -1.84$$

	ACTIVIDAD	IMPACTO	Clase	Presencia	magnitud	Duración	Evolución	Ca	Impacto ambiental
Construcción	Construcción de obra civil de baños sanitarios, local de artesanías, quioscos informativos (centros de información) de	Contaminación de suelo y aire por ruido y escombros.	-	0.4	0.1	0.3	0.2	-0.42	Muy baja
		Deforestación y daño de tierras por instalación de tuberías.	-	0.4	0.5	0.6	0.8	-2.3	Baja
		Deforestación y cambios en el paisaje.	-	1	0.3	0.1	0.6	-1.56	Muy baja
	Colocación de señales temporales de construcción.	Deterioro por efectos químicos y contaminación	-	0.4	0.3	0.4	0.8	-1.15	Muy baja
	Localización de zonas para trabajadores y personal durante la obra.	Contaminación de suelo y aire.	-	0.4	0.5	0.6	0.8	-1.84	Muy baja
	Almacenamiento de materiales y equipos necesario para la construcción.	Contaminación de suelo y aire.	-	0.1	0.1	0.3	0.4	-0.12	Muy baja
	Colocación de señalización y basureros necesaria en la microrregión	Deterioro por efectos químicos y contaminación.	-	0.4	0.3	0.4	1.0	-1.32	Muy baja
	Adecuación de recursos turísticos.	Deforestación de algunas zonas donde se	-	1	0.3	0.1	0.6	-1.56	Muy baja

		condicionarán los atractivos.							
		Deterioro por efectos químicos y contaminación.	-	0.4	0.3	0.4	1.0	-1.32	Muy baja
Operación	Realización de mantenimiento de caminos.	Limpieza de caminos.	+ -	0.8	0.1	0.4	0.8	+1.41	Muy baja
		Esparcimiento de partículas de polvo en el aire	-	1.0	0.3	0.4	0.8	-2.88	Baja
		Contaminación y Molestias a los habitantes ubicados en el área	-	0.8	0.8	0.5	0.5	-3.44	Baja
	Visitas guiadas a los recursos.	Perdida de espacios verdes, deforestación y contaminación de suelos y agua.	-	0.4	0.3	0.6	1	-1.56	Muy baja
	Senderismo.	Perdida de espacios verdes, deforestación y contaminación de suelos.	-	0.6	0.3	1	0.2	-2.05	Baja
	Servicios de alimentación	Contaminación	-	1	0.5	0.1	1	-1.35	Muy baja

3.4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Según los resultado obtenido se puede observar que para la etapa de construcción, se provee que exista un bajo impacto negativo en el medio ambiente proveniente de las actividades del mismo, donde para ello se deberá tomar en cuenta diferentes aspectos de control y mitigación en estas actividades para que la evaluación realizada mantenga estos resultados tanto al inicio como a la finalización de la construcción de los proyectos del plan en la zona, para ello se realizara una serie de recomendaciones y aspectos que deberán tomarse en cuenta para poder realizar estos controles y cuidados del medio ambiente en esta etapa.

En la etapa de operación se muestra que existen ciertos factores que pueden perjudicar de forma media y baja la parte ambiental de la zona como lo es el ruido la afluencia de personas al lugar y la contaminación que pueda crearse a efecto de la llegada de visitantes en la zona y su estadía, ya sea por la basura que las personas puedan dejar, actividades que puedan generar contaminación en el aire y la alteración del hábitat de animales y vegetación por la presencia humana en mayores cantidades y frecuencias, para lo cual también se buscar mecanismos de mitigación, ya que el objetivo del proyecto es ser sostenible tanto social, económica como ambientalmente.

En general la Evaluación Ambiental realizada fue muy buena, ya que no fueron detectadas actividades que puedan causar efectos tan perjudiciales al entorno natural y ser considerados como impactos negativos de gran significado para el medio ambiente.

3.5. MEDIDAS DE MITIGACIÓN Y MONITOREO AMBIENTAL

Las medidas de Mitigación se presentan a través de Fichas de Manejo, que presentan las medidas que pueden evitar, reducir o mitigar el impacto identificado.

Etapa de Construcción:

- Para la realización de los quioscos, baños, locales de artesanía, se procurará el uso de materiales que no perjudiquen el medio ambiente, de manera que se reduzcan los residuos sólidos en la zona de construcción y sin aguas servidas en grandes cantidades.
- Se debe supervisar diariamente la construcción, para asegurar la reducción de residuos sólidos, de modo que se pueda constatar que no se está generando contaminación.
- Se supervisará el traslado de los residuos y escombros, para asegurar que estos sean extraídos de la forma adecuada y a los lugares correspondientes.
- Mientras se realicen los trabajos de la construcción de la obra civil deberán ser colocados basureros con libre acceso para los trabajadores, de modo que se mantenga limpio el lugar.
- Como se requiere de tala de árboles, se debe sembrar árboles y plantas en zonas aledañas para compensar la tala.

Etapa Operativa:

- Se debe asegurar la implementación de las actividades para el cuidado del medio ambiente propuestas en la etapa de diseño, para reducir la contaminación y cuidar el medio ambiente.
- Instruir al turista sobre hábitos de higiene y protección ambiental en general. Utilizando rótulos, que se coloquen a la vista de los turistas.
- Cuando se realicen las rutas, el guía turístico deberá brindar información sobre la zona, la vegetación y fauna, y lo importante que es su preservación y evitar la contaminación en el sitio, de manera que se pueda crear conciencia en los turistas de lo importante que es mantener armonía con el medio natural en el que se convive.
- Se deberá supervisar que los basureros se utilicen adecuadamente para recolectar la basura según su tipo.
- Solicitar la cooperación del Ministerio de Medio Ambiente para recibir apoyo mediante programas medio ambientales para llevar a cabo en la zona y capacitaciones para el personal. Incentivar a los turistas a practicar el reciclaje, de modo que se inculque una actitud de preservación y protección por el medio natural.



IX. ADMINISTRACIÓN DEL PLAN

IX. ADMINISTRACIÓN DEL PLAN

La administración de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades del proyecto para cumplir con los requisitos del mismo. Se logra mediante la aplicación e integración adecuada de los procesos de la dirección de proyectos, agrupados de manera lógica, categorizados en cinco Grupos de Procesos. Estos cinco Grupos de Procesos son:

1. Inicio
2. Planificación
3. Ejecución
4. Monitoreo y Control
5. Cierre.

Dirigir un proyecto por lo general incluye, entre otros aspectos:

- Identificar requisitos.
- Abordar las diversas necesidades, inquietudes y expectativas de los interesados en la planificación y la ejecución del proyecto.
- Establecer, mantener y realizar comunicaciones activas, eficaces y de naturaleza colaborativa entre los interesados.
- Gestionar a los interesados para cumplir los requisitos del proyecto y generar los entregables del mismo.
- Equilibrar las restricciones contrapuestas del proyecto que incluyen, entre otras: el alcance, la calidad, el cronograma, el presupuesto, los recursos y los riesgos.

1. PLANIFICACIÓN DE LA IMPLANTACIÓN

1.1. OBJETIVO GENERAL

Implementar el plan de desarrollo turístico para la microrregión Ahuachapán Norte en un periodo de 64 días, con un monto de **\$ 14,393.00**.

1.2. ESTRUCTURA DESGLOSADA DEL PROYECTO

La EDT es una herramienta que posibilita al equipo del proyecto definir con mayor exactitud el alcance del trabajo mediante el desglose de cada objetivo del proyecto en varios niveles hasta llegar al nivel en el que se puede estimar el tiempo y el costo del trabajo.

La EDT puede ser estructurada de varias maneras, para el presente proyecto está estructurada orientada a los productos entregables a lo largo del proyecto. Posteriormente se detalla el producto que se espera obtener de cada uno de los entregables y paquetes de trabajo definidos.

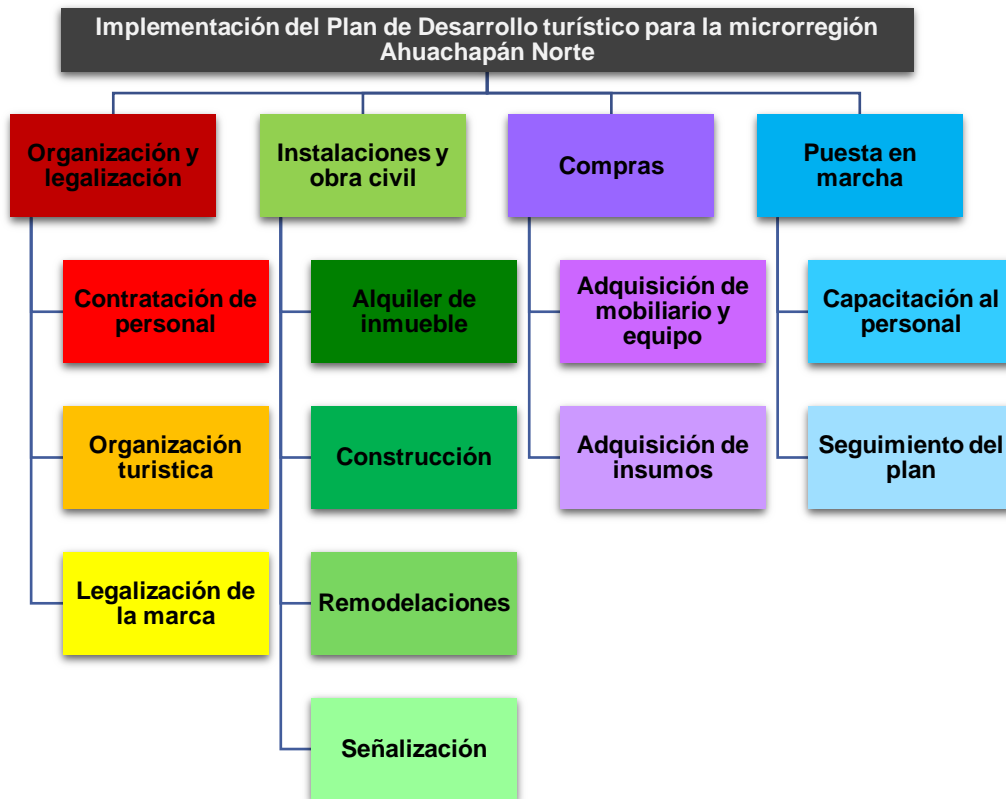


Ilustración 180: Estructura desglosada de trabajo

1.3. ENTREGABLES Y PAQUETES DE TRABAJO

Descripción

A. Organización y legalización

Dado que la organización general de la microrregión ya está constituida, este entregable tratará del establecimiento de la organización turística para la organización, esto incluye la adición de personas pertenecientes a los consejos municipales, comités de desarrollo turístico y población en general a la junta directiva de la organización, además de los puestos que sean requeridos. También se realizará la contratación de personal para las vacantes necesarias. Una tarea importante más a entregar será la legalización de la marca para el marketing de la oferta turística.

A.1. Contratación de personal

En este paquete se realizará la contratación de personal requerido por la organización de la microrregión.

A.2. Organización turística

Este paquete de trabajo establecerá lo que es la organización turística dentro de la organización general de la microrregión, se encargará de la conformación de la junta directiva

y de la elección del director de turismo, así como de los encargados, si es necesario realizar contratación se realizará en el paquete posterior.

A.3. Legalización de la marca

En este paquete se realizarán todos los trámites necesarios para la legalización de la marca, además reorganizar los estatutos de la microrregión.

B. Instalaciones y obra civil

En este entregable se realizara toda la adquisición de inmuebles necesarios para realizar las actividades operativas del plan de desarrollo, como el alquileres de locales, la obra civil necesaria para poner en marcha las actividades operativas que exige el plan de desarrollo de la microrregión, por ejemplo la construcción de oficinas de información, remodelación en la infraestructura, mantenimiento de carreteras y señalización en la zona.

B.1. Alquiler de inmuebles

Para el desarrollo de actividades administrativas y operativas del plan, se necesitará de un local para la oficina de la microrregión.

B.2. Construcción

Paquete de trabajo donde se realizaran las actividades de construcción de los quioscos informativos, de los quioscos de venta de artesanía, etc.

B.3. Remodelaciones

En este paquete, se realizarán las remodelaciones respectivas a toda la infraestructura administrativa como la oficina de turismo de Atiquizaya la microrregión y la infraestructura de la oferta turística como los parques, turicentros, etc.

B.4. Señalización

Paquete donde se realizara la gestión para la adquisición e instalación de todas las señales ya sean de seguridad o turísticas.

C. Compras

En este entregable se realizaran todas las compras de mobiliario, equipo e insumos.

C.1. Adquisición de mobiliario y equipo

En este paquete de trabajo se gestionará la compra de mobiliario y equipo necesario para el funcionamiento de las actividades operativas del plan.

C.2. Adquisición de insumos

Paquete de trabajo donde se comprarán materiales como papelería, herramientas, equipo de operaciones, etc.

D. Puesta en marcha

En este entregable se dejarán las bases para que la organización de la microrregión pueda empezar con la implementación de los proyectos que son de carácter operativos como el proyecto de marketing, producto turístico, buenas prácticas, etc.

D.1. Capacitación del personal

En este paquete de trabajo se realizarán las capacitaciones respectivas a todo el personal dentro de la organización de la microrregión que lo requiera, según el área donde vayan a desempeñar sus labores.

D.2. Seguimiento del plan

Una vez se desarrollen las capacitaciones y las instalaciones estén completas, se debe dar un seguimiento para determinar el avance de los proyectos que fueron implementados antes de iniciar las actividades operativas y verificar la puesta en marcha de los proyectos operativos.

1.4. POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS

Políticas

- Los días laborales serán considerados días hábiles y se tomara como estándar 22 días por mes.
- Los miembros de la asamblea general y junta directiva deberán llevar constancia de las decisiones tomadas en las reuniones para la aprobación de la contratación del personal que de manera inicial pondrá en marcha el plan de desarrollo, deben contratar a un equipo consultor especializado.
- Los trámites legales deben ser aprobados por el alto mando y deben dejarse constancia de la realización de estos.
- La evaluación y selección de personal se hará de forma objetiva y de preferencia deben ser habitantes de los 4 municipios en estudio, sin tener relación alguna con los miembros de la junta directiva.
- Las personas a ser contratadas deben cumplir con los perfiles del puesto al que apliquen.
- La duración de la organización turística debe contratarse para el periodo de implementación del plan de desarrollo, o sea, 5 años.
- Se contratará un equipo para realizar los trabajos de obra civil, remodelaciones e instalaciones.
- Únicamente se entregará de dinero a los encargados de la obra con previa supervisión y seguimiento de avance de construcción.

- Se requerirán documentos como facturas y presupuestos tanto para compras de materiales, equipos, como para la subcontratación de obra civil, etc.
- Se realizará el pago final al contratista al haber realizado una evaluación de todos los requerimientos.
- Se deberán evaluar todas las alternativas de licitación y elegir las más conveniente en función de costos, requerimientos necesarios y tiempo para todo lo que vaya a ser subcontratado.
- Las cotizaciones de compra deben de estar debidamente identificadas con sello y firmas de representante de la institución donde se adquieran los materiales y el equipo.
- El proveedor que brinde las especificaciones más adecuadas y el precio más bajo, además de facilidades post compra, será el seleccionado.

Estrategias

- Diseñar los perfiles de los puestos de trabajo requeridos para lograr el cumplimiento de los procesos que exige el puesto.
- Evaluar personal sobre su desempeño y sobre su conocimiento.
- Se publicarán las ofertas de empleo en lugares adecuados como por la página de Facebook.
- Se efectuará una reunión con el oferente seleccionado para realizar una adecuada negociación de la licitación.
- Se definirán bases claras de las licitaciones para evitar inconvenientes.
- Se publicarán las licitaciones en los medios adecuados para hacerla llegar a las personas más idóneas para la construcción de la obra.
- Se realizará una reunión para la selección y evaluación de la mejor oferta de licitación.
- Todo trámite debe realizarse en el tiempo estipulado para evitar problemas futuros o pagos por mora.
- Diseñar programación de las actividades de construcción, para que el gerente del proyecto pueda darle seguimiento.
- Programar un calendario de desembolsos de acuerdo al avance de la obra.
- Se tomarán en cuenta cotizaciones que cumplan con las especificaciones técnicas de equipo y materiales.
- Se fomentará la creación de vínculos con posibles proveedores para futuras compras de renovación de mobiliario y equipo.
- La persona encargada deberá presentar reportes periódicos del grado de avance de todos los trámites de legalización de la empresa, procurando que estos se realicen lo más rápido posible para lo que se recomienda visitar frecuentemente la institución donde se realizan los trámites para ver los avances.
- Aprovechar todos los medios de asesoría legal que proporciona los ministerios involucrados en la legalización
- Corroborar toda la documentación y requisitos que se necesitan para cumplir con un determinado trámite antes de abocarse a la institución correspondiente.

1.5. ACTIVIDADES

Tabla 408: Actividades de la implementación del plan

EDT	NOMBRE DE TAREA	PRECEDENCIAS
A	Organización y legalización	
A.1.	Contratación del personal	
A.1.1	Definir los puestos de trabajo necesarios para la organización de la microrregión para realizar la contratación.	-
A.1.2	Publicar ofertas de empleo	A.1.1
A.1.3	Recibir Curriculum Vitae	A.1.2
A.1.4	Entrevistar y evaluar a candidatos	A.1.3
A.1.5	Contratar al personal	A.1.4
A.2.	Organización turística	
A.2.1	Convocar a reunión a la Asamblea General para la formación de la junta directiva y reactivación de la microrregión.	-
A.2.2	Convocar a miembros de consejos municipales, representantes empresarios y comunidad.	A.2.1
A.2.3	Reunir a miembros para formar la junta directiva.	A.2.2
A.2.4	Formar la unidad de turismo de la organización de la microrregión con el personal contratado.	A.2.3 , A.1.5
A.3.	Legalización de la marca	
A.3.1	Aprobación de la marca de la microrregión "Ahuachapán Norte" en asamblea general.	A.2.4
A.3.2	Realizar solicitud de registro y pagos respectivos.	A.3.1
A.3.3	Solicitar registro de originalidad en CNR.	A.3.2
A.3.4	Incluir marca en los promocionales, señales, publicidad y otros.	A.3.4
B	Instalaciones y obra civil	
B.1.	Alquiler de inmuebles	
B.1.1	Realizar cotización de inmuebles que cumplan con los requerimientos de la organización.	A.2.4
B.1.2	Decidir la mejor opción de alquiler y realizar el contrato para mínimo de 5 años, aprobado en la asamblea general.	B.1.1
B.1.3	Contratar el inmueble.	B.1.2
B.2.	Construcción	
B.2.1	Contratación de equipo de mano de obra especializado	A.2.4
B.2.2	Cotización de materiales para la construcción de centros de información, baños municipales, quioscos de artesanías, etc.	B.2.1
B.2.3	Compra de materiales para la construcción.	B.2.2
B.2.4	Construcción de oficinas de información.	B.2.3
B.2.5	Construcción de baños municipales.	B.2.3

B.2.6	Construcción de quioscos de artesanías	B.2.3
B.2.7	Inspección de las construcciones y aprobación	B.2.4, B.2.5, B.2.6
B.3.	Remodelaciones	
B.3.1	Cotización de materiales para la remodelación de los recursos públicos	A.2.4, B.2.1
B.3.2	Compra de materiales para las remodelaciones.	B.3.1
B.3.3	Remodelaciones en recursos públicos.	B.3.2
B.3.4	Inspección de remodelaciones y evaluación.	B.3.3
B.4.	Señalización	
B.4.1	Cotización de señales y publicidad, previamente aprobadas.	A.3.4, B.2.7, B.3.4
B.4.2	Compra de señales y publicidad.	B.4.1
B.4.3	Colocación de señales y publicidad en lugares especificados.	B.4.2
B.4.4.	Inspección de colocación de señales y publicidad.	B.4.3
C	Compras	
C.1.	Adquisición de mobiliario y equipo	
C.1.1	Cotizar mobiliario y equipo para oficina	B.1.3
C.1.2	Seleccionar y comprar mobiliario y equipo para oficina	C.1.1
C.1.3	Instalar el mobiliario y el equipo en la oficina de la microrregión, oficinas de información, etc.	B.2.4, C.1.2
C.1.4	Inspección de instalaciones y aprobación para comenzar funcionamiento.	C.1.3
C.2.	Adquisición de insumos	
C.2.1	Cotización y selección de insumos de papelería.	C.1.4
C.2.2	Compra de insumos.	C.2.1
C.2.3	Contratación de imprenta para realizar los medios de información como dípticos, trípticos, etc.	C.2.2
C.2.4	Contratación de empresa publicitaria para realizar los promocionales de la microrregión.	C.2.3
D	Puesta en marcha	
D.1.	Capacitación del personal	
D.1.1	Diseño de capacitaciones para el personal.	A.2.4
D.1.2	Contratación de equipo especializado para capacitar al personal en las diferentes áreas (marketing, turismo, gestión de calidad, etc.)	D.1.1
D.1.3	Realizar jornada de capacitaciones	D.1.2
D.2.	Seguimiento del plan	
D.2.1	Revisión de proyectos operativos	D.1.3

D.2.2	Inspección de la puesta en marcha de proyectos operativos por los miembros de la microrregión.	D.2.1
D.2.3	Evaluación y aprobación de funcionamiento.	D.2.2

1.6. RECURSOS POR ACTIVIDAD

A continuación, se presenta una tabla resumen con los recursos que se espera incurrir durante la implantación del plan, como: la duración de cada actividad, la cantidad de mano de obra a utilizar por actividad y el costo directo de cada uno, este costo tiene que ver con costos de flete, personal auxiliar, contrataciones, trámites administrativos, que no son considerados en los costos operativos o administrativos del plan. etc.

Tabla 409: Asignación de recursos por actividad

EDT	NOMBRE DE TAREA	DURACION	RRHH	COSTO
A	Organización y legalización			\$ 660.00
A.1.	Contratación del personal			\$ 280.00
A.1.1	Definir los puestos de trabajo necesitados para la organización de la microrregión para realizar la contratación.	2	1	\$ 40.00
A.1.2	Publicar ofertas de empleo	1	1	\$ 20.00
A.1.3	Recibir Curriculum Vitae	3	1	\$ 60.00
A.1.4	Entrevistar y evaluar a candidatos	3	1	\$ 60.00
A.1.5	Contratar al personal	2	2	\$ 100.00
A.2.	Organización turística			\$ 160.00
A.2.1	Convocar a reunión a la Asamblea General para la formación de la junta directiva y reactivación de la microrregión.	3	2	\$ 60.00
A.2.2	Convocar a miembros de consejos municipales, representantes empresarios y comunidad.	3	2	\$ 60.00
A.2.3	Reunir a miembros para formar la junta directiva.	1	2	\$ 20.00
A.2.4	Formar la unidad de turismo de la organización de la microrregión con el personal contratado.	1	2	\$ 20.00
A.3.	Legalización de la marca			\$ 220.00
A.3.1	Aprobación de la marca de la microrregión "Ahuachapán Norte" en asamblea general.	1	1	\$ 20.00
A.3.2	Realizar solicitud de registro y pagos respectivos.	2	1	\$ 40.00
A.3.3	Solicitar registro de originalidad en CNR.	5	1	\$ 100.00
A.3.4	Incluir marca en los promocionales, señales y otros.	3	2	\$ 60.00
B	Instalaciones y obra civil			\$ 5,163.00

B.1.	Alquiler de inmuebles			\$ 160.00
B.1.1	Realizar cotización de inmuebles que cumplan con los requerimientos de la organización.	2	1	\$ 40.00
B.1.2	Decidir la mejor opción de alquiler y realizar el contrato para mínimo de 5 años, aprobado en la asamblea general.	1	2	\$ 20.00
B.1.3	Contratar el inmueble.	5	2	\$ 100.00
B.2.	Construcción			\$ 2,104.00
B.2.1	Contratación de equipo de mano de obra especializado	2	2	\$ 100.00
B.2.2	Cotización de materiales para la construcción de centros de información, baños municipales, quioscos de artesanías, etc.	1	1	\$ 20.00
B.2.3	Compra de materiales para la construcción.	5	3	\$ 800.00
B.2.4	Construcción de oficinas de información.	10	3	\$ 500.00
B.2.5	Construcción de baños municipales.	12	2	\$ 134.00
B.2.6	Construcción de quioscos de artesanías	10	2	\$ 500.00
B.2.7	Inspección de las construcciones y aprobación	4	2	\$ 50.00
B.3.	Remodelaciones			\$ 2,570.00
B.3.1	Cotización de materiales para la remodelación de los recursos públicos	1	1	\$ 40.00
B.3.2	Compra de materiales para las remodelaciones.	5	3	\$ 450.00
B.3.3	Remodelaciones en recursos públicos.	20	5	\$ 2,000.00
B.3.4	Inspección de remodelaciones y evaluación.	4	3	\$ 80.00
B.4.	Señalización			\$ 329.00
B.4.1	Cotización de señales y publicidad, previamente aprobadas.	1	1	\$ 20.00
B.4.2	Compra de señales y publicidad.	3	2	\$ 75.00
B.4.3	Colocación de señales y publicidad en lugares especificados.	5	8	\$ 184.00
B.4.4.	Inspección de colocación de señales y publicidad.	1	2	\$ 50.00
C	Compras			\$ 1,005.00
C.1.	Adquisición de mobiliario y equipo			\$ 565.00
C.1.1	Cotizar mobiliario y equipo para oficina	1	1	\$ 20.00
C.1.2	Seleccionar y comprar mobiliario y equipo para oficina	2	2	\$ 300.00
C.1.3	Instalar el mobiliario y el equipo en la oficina de la microrregión, oficinas de información, etc.	3	2	\$ 225.00

C.1.4	Inspección de instalaciones y aprobación para comenzar funcionamiento.	1	2	\$	20.00
C.2.	Adquisición de insumos			\$	440.00
C.2.1	Cotización y selección de insumos de papelería.	2	2	\$	40.00
C.2.2	Compra de insumos.	2	2	\$	150.00
C.2.3	Contratación de imprenta para realizar los medios de información como dípticos, trípticos, etc.	2	2	\$	125.00
C.2.4	Contratación de empresa publicitaria para realizar los promocionales de la microrregión.	2	2	\$	125.00
D	Puesta en marcha			\$	1,325.00
D.1.	Capacitación del personal			\$	900.00
D.1.1	Diseño de capacitaciones para el personal.	5	3	\$	150.00
D.1.2	Contratación de equipo especializado para capacitar al personal en las diferentes áreas (marketing, turismo, gestión de calidad, etc.)	2	2	\$	500.00
D.1.3	Realizar jornada de capacitaciones	5	5	\$	250.00
D.2.	Seguimiento del plan			\$	425.00
D.2.1	Revisión de proyectos operativos	2	3	\$	100.00
D.2.2	Inspección de la puesta en marcha de proyectos operativos por los miembros de la microrregión.	7	3	\$	200.00
D.2.3	Evaluación y aprobación de funcionamiento.	5	3	\$	125.00
TOTAL				\$	8,153.00

2. RED DEL PROYECTO

Según el diagrama PERT se estable una ruta crítica que indica que la **duración del proyecto es de 64 días hábiles**.

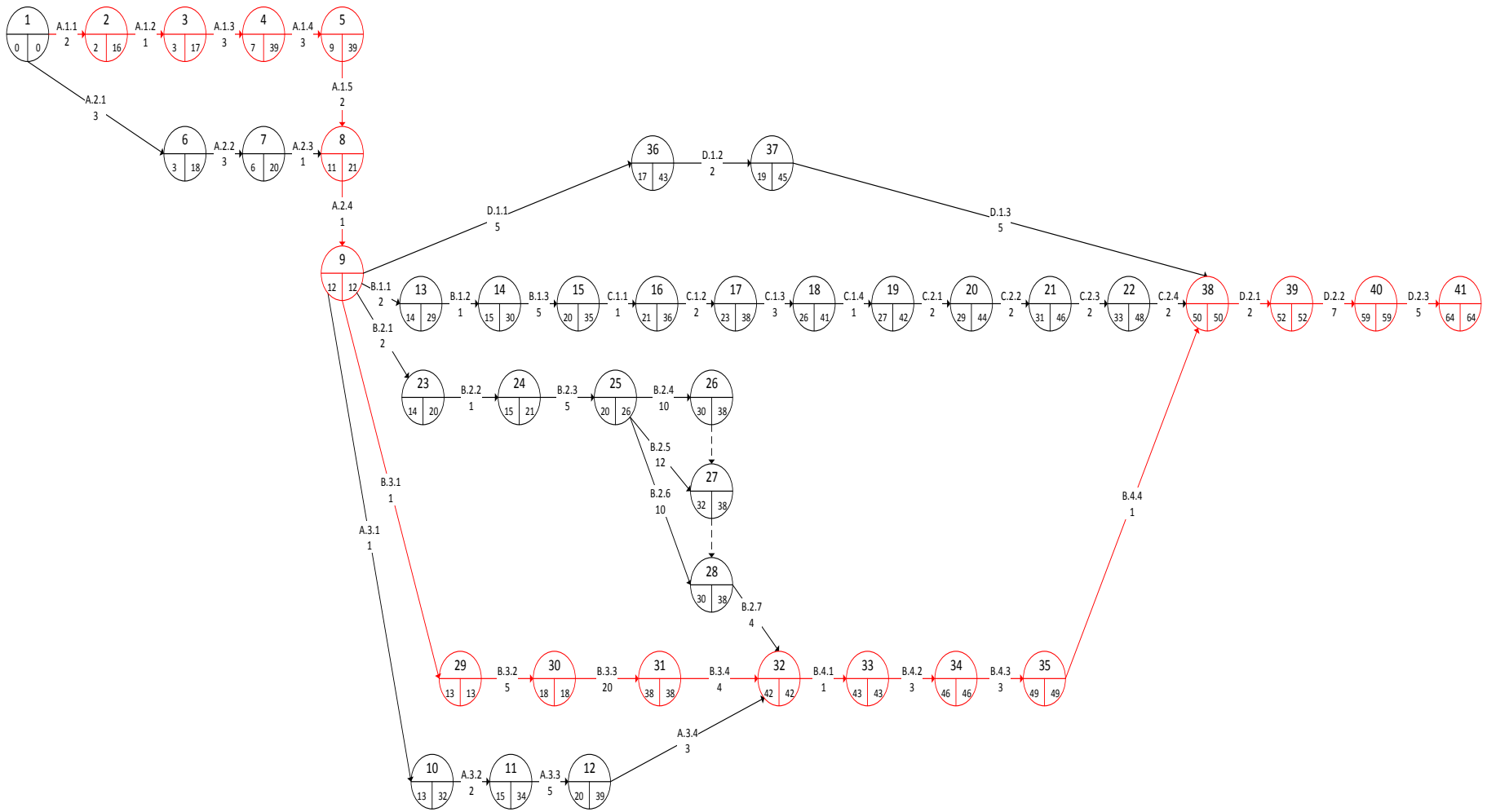
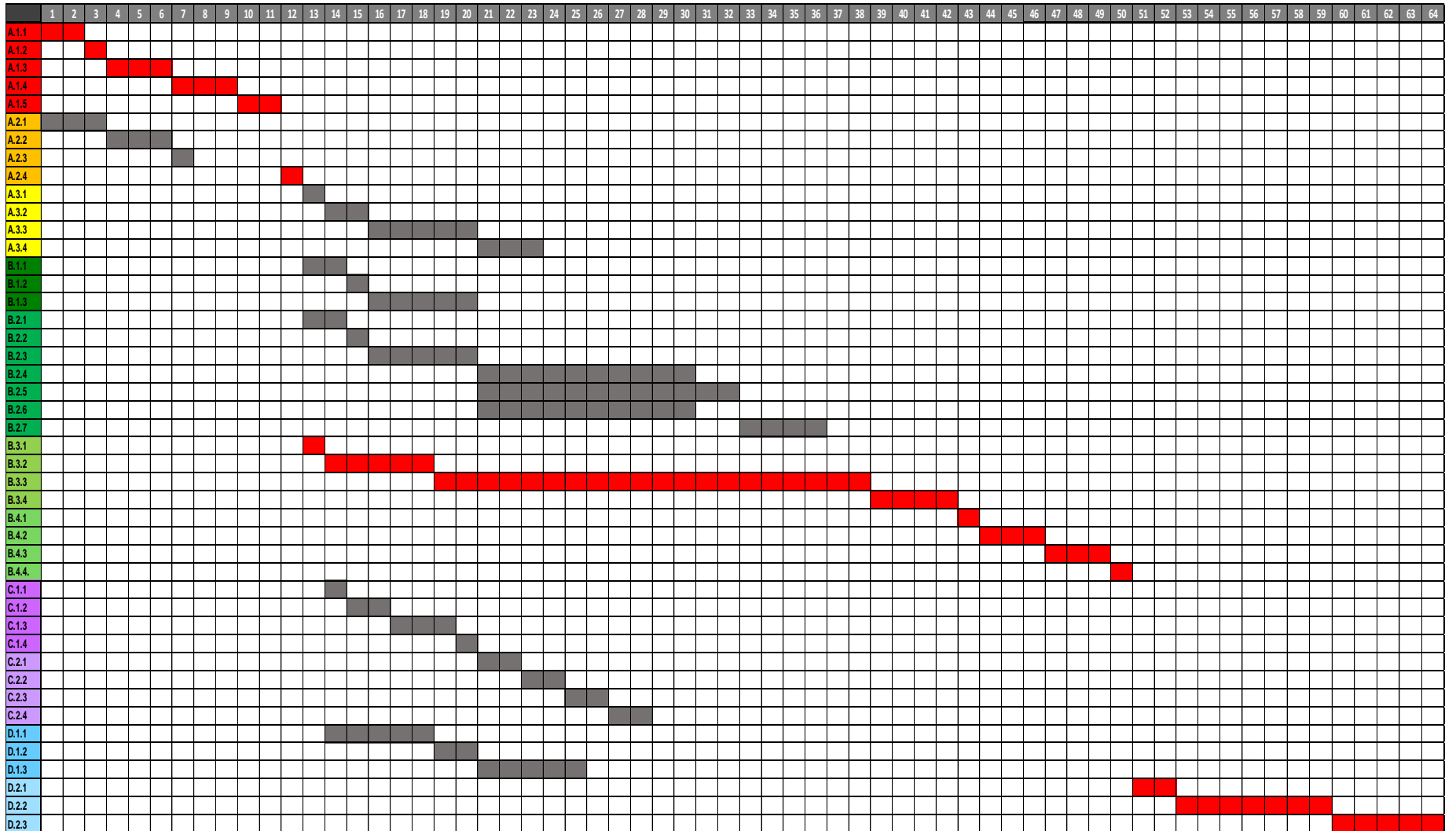


Ilustración 181: Diagrama PERT de la implementación del plan

DIAGRAMA DE GANTT



3. ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLANTACIÓN

En un proyecto, la organización es tan fundamental como su planeación ya que es la que determina las actividades que se van a realizar y quienes son los responsables de llevarlas a cabo, bajo cierta jerarquía, que es básicamente quien responde a quien. Además, se necesita un tipo de organización que especializado por las actividades planteadas necesarias en la implantación del proyecto.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PARA LA IMPLANTACIÓN DE LA PROPUESTA

Para la implementación del proyecto y debido a que se contara con el apoyo de la organización de la microrregión que será auxiliares de las personas que inicialmente pongan en marcha el plan, se propone la siguiente organización para la implementación del plan.

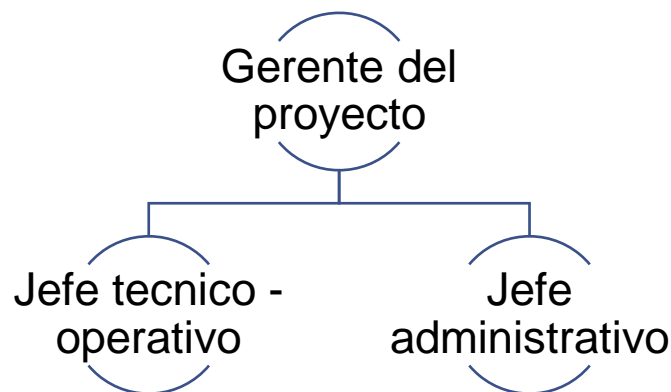


Ilustración 182: Estructura organizativa para la implantación del plan

7.2.2. CARGA DE TRABAJO

Tabla 410: Descripción de la carga de trabajo por puesto

Puesto	Descripción
Gerente del proyecto	Es el que asume toda la responsabilidad final por el proyecto, es decir, es el responsable de que las actividades se ejecute en el tiempo, costo, calidad y alcance establecidos en cada entregable, además recibe información de cada uno de sus subordinados, en este caso de los jefes y toma decisiones según los requerimientos.
Jefe técnico - operativo	Será el encargado de asegurar el cumplimiento de las actividades operativas del plan, estará encargado de vigilar el entregable de instalaciones y obra civil, además de verificar que las compras de equipos, mobiliarios e insumos cumplan con las especificación, además, se encargará de la supervisión del personal operativo que necesite según la actividad que se desarrolle.
Jefe administrativo	Este será el encargado de gestionar todos los trámites administrativos respectivos de la implementación, como trámites legales, cotizaciones, contrataciones, pagos y compras, etc.

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

A continuación, se muestra los recursos que manejarán los diferentes encargados del proyecto durante la implementación del relanzamiento.

Tabla 411: Asignación de recursos para el personal de la implantación

Cargo \ Recurso	Tiempo	Finanzas	Recurso Humano
Gerente del proyecto	X	X	X
Jefe técnico - operativo	X		X
Jefe administrativo	X	X	

MATRIZ DE RESPONSABILIDADES

La matriz de asignación de responsabilidades (MAR), es una de las herramientas más útiles en la gestión de RRHH. **La matriz conecta el organigrama del proyecto con la EDT** para asegurarse de que todos y cada uno de los componentes de los paquetes de trabajo sean asignados a alguna persona en el organigrama.

Para el proyecto se realizará una matriz de asignación de responsabilidades de **tipo diagrama**, esta se basa en las cuatro variables más importantes de los RRHH y es conocida como matriz **RACI** por sus siglas en inglés, pero también se incluirá un rol más que es el de soporte.

- **R: Responsable de la ejecución (Responsible):** alguien que es responsable; de esta manera, para cada producto y entregable de la EDT existe normalmente una persona responsable de su ejecución o de asegurarse que se ejecute.
- **A: Aprueba (Accountable):** alguien que asume la responsabilidad final por la ejecución correcta y completa de un producto o entregable y recibe las informaciones de los responsables de su ejecución.
- **C: Consultado (Consulted):** alguien que no está implicado directamente en la ejecución de un producto o entregable, pero que proporciona algún tipo de insumo para el proceso o es consultado para saber su opinión o pedirle un consejo.
- **I: Informado (Informed):** alguien que recibe los resultados de un producto o entregable o recibe información acerca de los avances.

No es necesario que para cada trabajo se asignen los cuatro roles; sin embargo, el rol de responsable sí es indispensable.

A continuación, se presenta una matriz donde se asignan responsabilidades a los ejecutores del proyecto por cada paquete de trabajo.

Tabla 412: Matriz de responsabilidades

EDT	Entregable	Cargo		
		Gerente del proyecto	Jefe técnico - operativo	Jefe administrativo
A	Organización y legalización			
A.1.	Contratación del personal	A, I	C, I	R
A.2.	Organización turística	A, I	I	R
A.3.	Legalización de la marca	A, I	I	R
B	Instalaciones y obra civil			
B.1.	Alquiler de inmuebles	A, I	C, I	R
B.2.	Construcción	A, I	R	I
B.3.	Remodelaciones	A, I	R	I
B.4.	Señalización	A, I	R	I
C	Compras			
C.1.	Adquisición de mobiliario y equipo	A, I	C, I	R
C.2.	Adquisición de insumos	A, I	C, I	R
D	Puesta en marcha			
D.1.	Capacitación del personal	A, I	C, I	R
D.2.	Seguimiento del plan	A, I	R	C, I

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES PARA LA PROPUESTA



**ADMINISTRACION DEL PROYECTO:
PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA
MICRORREGIÓN AHUACHAPÁN NORTE**

Realizado por:
Stefany Martinez
Karen Landaverde
Celsy Vasquez

CONTENIDO

A. INTRODUCCION

B. OBJETIVOS DEL MANUAL

C. VALORES

D. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

E. AREAS FUNCIONALES

Realizado por:

Stefany Martinez
Karen Landaverde
Celsy Vasquez

Lugar:

San Salvador, San Salvador

A. INTRODUCCION

El presente manual contiene toda la información requerida en cuanto a la organización para la implementación del Plan de desarrollo turístico para la microrregión Ahuachapán Norte.

Dentro de este documento se encuentran descritas cada una de las áreas propuestas en la estructura organizativa para la implementación del plan, detallando también algunas de las funciones que deben desempeñar cada una de las personas en el puesto asignado.

Realizado por:	Lugar:
Stefany Martinez Karen Landaverde Celsy Vasquez	San Salvador, San Salvador

B. OBJETIVOS DEL MANUAL**Objetivo General:**

Documentar todos los aspectos organizativos de la organización propuesta para la implementación Plan de desarrollo turístico para la microrregión Ahuachapán Norte, con el fin de ayudar en la toma de decisiones y a la realización del trabajo con mayor eficacia.

Objetivos específicos:

- Permitir conocer los recursos de los que dispone la organización.
- Facilitar el conocimiento de la estructura y hacen posible la valoración de los puestos que la integran.
- Facilitar la acción directiva al establecer los canales de comunicación.
- Fomentar la motivación al proporcionar a cada funcionario una visión global de la unidad, un conocimiento completo de su papel dentro de ella.

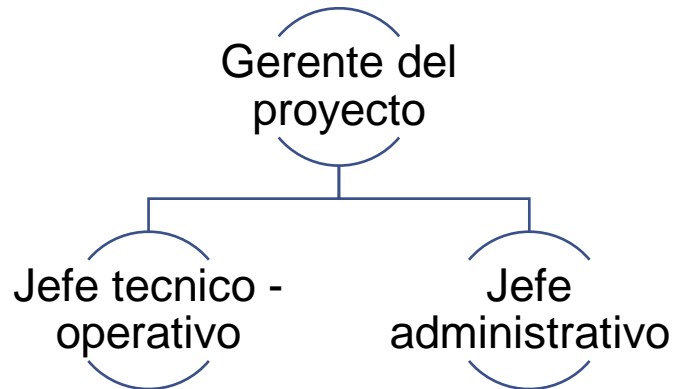
Realizado por:	Lugar:
Stefany Martinez Karen Landaverde Celsy Vasquez	San Salvador, San Salvador

C. VALORES

- **Responsabilidad.** Actuar con compromiso, cumplir con las obligaciones, con los reglamentos de la organización y con los compromisos adquiridos.
- **Puntualidad.** Cumplir con los compromisos adquiridos en los tiempos requeridos y acordados.
- **Honestidad.** Es actuar con claridad en las relaciones interpersonales y en el manejo de los recursos de la organización.
- **Respeto a la diversidad de género.** Brindar a hombre y mujeres las mismas oportunidades para su participación en los espacios comunitarios e incorporación para los proyectos para contribuir a su desarrollo.
- **Igualdad.** Facilitar las mismas oportunidades para hombres y mujeres sin preferencias, sin hacer distinciones por sexo, religión, opción política o condición social.
- **Tolerancia.** Aceptar a las demás personas con sus diferencias, respetando sus opiniones, ideas y actitudes, aunque no coincidan con las propias.
- **Compromiso con el trabajo organizacional.** Cumplir con el rol y las tareas asignadas en forma eficiente, apoyar a otras personas del equipo en el cumplimiento de actividades importantes para el cumplimiento de la misión institucional.
- **Transparencia.** Actuar con claridad en las relaciones y en el manejo de los recursos institucionales, con la apertura de justificar acciones y rendir cuentas cuando se le pide.

Realizado por:	Lugar:
Stefany Martinez Karen Landaverde Celsy Vasquez	San Salvador, San Salvador

D. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



Realizado por: Stefany Martinez Karen Landaverde Celsy Vasquez	Lugar: San Salvador, San Salvador
--	---

E. AREAS FUNCIONALES**AREA GERENCIAL**

- Encargado de gerencia y gestión de recursos financieros.
- Supervisar la realización de todos los entregables del proyecto.
- 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.

Realizado por:	Lugar:
Stefany Martinez Karen Landaverde Celsy Vasquez	San Salvador, San Salvador

E. AREAS FUNCIONALES**AREA TECNICA OPERATIVA**

- Coordinar y gestionar al personal operativo en el cumplimiento de las tareas respectivas a cada entregable.
- Evaluar el cumplimiento de los resultados según la programación planificada.
- Supervisar al personal operativo y asegurarse de que comprendan el compromiso que se tiene en la implementación del proyecto.
- Evaluar el cumplimiento de los requisitos y especificaciones de las actividades operativas.

AREA ADMINISTRATIVA

- Coordinar y gestionar al personal administrativo en el cumplimiento de las tareas respectivas a cada entregable.
- Evaluar el cumplimiento de los resultados según la programación planificada.
- Gestionar los trámites legales de la organización.
- Evaluar el cumplimiento de los requisitos y especificaciones de las actividades administrativas.
- Gestionar contrataciones de personal y servicios requeridos.
- Gestionar recursos financieros.
- Gestionar reuniones con la organización de la microrregión para presentar avances de la implementación.

Realizado por:	Lugar:
Stefany Martinez Karen Landaverde Celsy Vasquez	San Salvador, San Salvador

PRESUPUESTO PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

En la administración del proyecto se tomarán en cuenta tres costos, sin embargo, los primeros dos están dentro la inversión tangible e intangible, por lo tanto, ya no se toman en cuenta en el rubro, pero son importantes.

COSTOS DIRECTOS

Estos costos son los que deberá tener en cuenta la organización de la microrregión que se van a incurrir únicamente se toman en cuenta costos de administración, gestión, fletes, etc.

Tabla 413: Costos directos de la implementación

EDT	NOMBRE DE TAREA	COSTO POR PAQUETE	COSTO POR ENTREGABLE
A	Organización y legalización		\$ 660.00
A.1.	Contratación del personal	\$ 280.00	
A.2.	Organización turística	\$ 160.00	
A.3.	Legalización de la marca	\$ 220.00	
B	Instalaciones y obra civil		\$ 5,163.00
B.1.	Alquiler de inmuebles	\$ 160.00	
B.2.	Construcción	\$ 2,104.00	
B.3.	Remodelaciones	\$ 2,570.00	
B.4.	Señalización	\$ 329.00	
C	Compras		\$ 1,005.00
C.1.	Adquisición de mobiliario y equipo	\$ 565.00	
C.2.	Adquisición de insumos	\$ 440.00	
D	Puesta en marcha		\$ 1,325.00
D.1.	Capacitación del personal	\$ 900.00	
D.2.	Seguimiento del plan	\$ 425.00	
TOTAL			\$ 8,153.00

COSTOS INDIRECTOS

Estos representan aquellos que no se pueden contabilizar directamente, pero se utilizan a lo largo de la implementación y se calculan por día tomando la referencia que un mes contiene 22 días laborales.

Tabla 414: Costos indirectos del proyecto

Costos por mes	
Electricidad	\$ 120.00
Internet	\$ 25.00
Agua	\$ 15.00

Papelería	\$ 40.00
Teléfono	\$ 20.00
TOTAL	\$ 220.00
Costos por día (22 días/mes)	
TOTAL	\$ 10
Duración del proyecto (64 días)	
TOTAL	\$ 640.00

COSTOS DE SALARIOS DE ADMINISTRACIÓN

Los costos de administración son en los que incurre la implementación del proyecto que no forma parte de los costos oficiales directos e indirectos de cada proyecto del plan, estos costos son los salarios del personal a contratar para poner en marcha el plan de desarrollo turístico de la microrregión, este salario será por la totalidad de los días de duración del proyecto que son 64.

Tabla 415: Costos de salarios de la administración del proyecto

Cargo	Salario
Gerente del proyecto	\$ 3,200.00
Jefe Técnico - operativo	\$ 1,200.00
Jefe Administrativo	\$ 1,200.00
Total	\$ 5,600.00

CONSOLIDADO DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

Tabla 416: Consolidados de costos de la implantación del plan

Descripción	Costo
Costos directos	\$ 8,153.00
Costos indirectos	\$ 640.00
Costos de salarios de administración	\$ 5,600.00
TOTAL	\$ 14,393.00

K. CONCLUSIONES

- Según los datos e indicadores lanzados por diferentes instituciones del país se concluye que el turismo es una actividad que favorece a mejorar la economía del municipio donde se encuentra el destino turístico, además de manera indirecta influye en el crecimiento de la calidad de vida de las sociedades que habitan la región por medio del desarrollo económico.
- La Microrregión Norte de Ahuachapán, cuenta con muchos recursos turísticos tanto naturales como culturales, los cuales poseen un gran potencial turístico, el cual puede ser explotado y mejorado con el fin de generar alternativas para el desarrollo turístico de las municipalidades que conforman la microrregión, logrando así la dinamización de la economía y trayendo beneficios para las familias que habitan la microrregión.
- El diseño del plan de desarrollo turístico proporcionará a las alcaldías una estratégica y eficaz herramienta para la toma de decisiones, ya que conforme se avance en las etapas del estudio se tendrá una idea más clara del plan, sus ventajas, desventajas, riesgos y es por ello que una buena planificación de los recursos y programación de actividades permitirá poder alcanzar sus objetivos trazados.
- A partir de la información recolectada y el planteamiento del problema, se concluye que impulsar la actividad turística es una tarea que se debe asumir a partir de las propias organizaciones locales, así como de otras funciones que tienen un impacto directo en el éxito o fracaso del lugar como destino turístico, debemos reconocer que es necesario potenciar aún más el rol municipal en la planificación del turismo a nivel regional si se quiere tener mayores beneficios, ya que muchas veces por razones como la falta de financiamiento disponible, la carencia de recursos humanos calificados o incluso por que no se le asigna a la actividad turística la importancia que tiene como fuente de ingresos y bienestar, no se obtienen los resultados esperados y no se sigue desarrollando programas turísticos que beneficien al desarrollo de la regiones.
- Se considera viable la elaboración de un plan de desarrollo turístico para la microrregión de Ahuachapán norte, ya que se cuenta con el apoyo de las alcaldías municipales de los municipios que la conforman, hay interés en su elaboración, existe un gran potencial turístico en la zona, debido a los recursos turísticos, atractivos turísticos, cultura y religión de la zona, además, que existe un crecimiento considerable del turismo interno y disposición para su ejecución.
- El desarrollo turístico permite la dinamización de la economía a través, de la generación de empleo, aumento del gasto turístico y aumento de inversión en las zonas, esto se refleja en los datos estadísticos presentados, por lo cual se concluye que la elaboración del plan de desarrollo para la microrregión de Ahuachapán Norte, al ser implementado no solo provocaría un desarrollo turístico, social y cultural, sino también un desarrollo económico, entre otros efectos.

- La microrregión cuenta con potencial turístico que puede utilizarse para lograr el desarrollo turístico, los destinos existentes en la microrregión se pueden utilizar para generar una nueva alternativa para realizar turismo y para potenciar el desarrollo turístico, y lograr el desarrollo económico y social de los municipios.
- El potencial turístico de la microrregión se basa en sus recursos naturales, gastronómicos e manifestaciones culturales, en su mayoría con jerarquía II, como también su riqueza cultural potencial que aún no está siendo aprovechado debido a que no existen las facilidades turísticas para explotarlo.
- Se posee un potencial turístico en el área de Agroturismo, ya que se poseen plantaciones de Jocote, Café, Loroco, Caña, entre otros.
- El problema central que actualmente enfrenta la micro región Norte de Ahuachapán es una gestión turística inadecuada y un deficiente aprovechamiento de los recursos turísticos, ya que no se posee con una organización como microrregión para explotar el potencial turístico de esta, y solo se enfocan en los atractivos turísticos que ellos consideran los mejores, dejando de lado varios recursos que pueden ser explotados.
- Con el diseño de una organización turística como micro región, se espera que la integración de los municipios al trabajar en conjunto bajo un mismo fin, ayude a potenciar el desarrollo turístico de estos, generando mayores oportunidades para las comunidades de dichos municipios.
- El principal competidor de la microrregión de Ahuachapán Norte es la Ruta de las flores, por su posición geográfica, por su oferta turística, por su popularidad y la alta afluencia turística que esta presenta. Sin embargo, turísticamente existe muchos más competidores de manera directa e indirecta o como sustitutos.
- Actualmente el consumidor prefiere realizar turismo de manera independiente, sin embargo, el crecimiento acelerado del turismo ha provocado el crecimiento de los operadores de turismo. Actualmente los operadores de turismo solo visitan los municipios de Atiquizaya y San Lorenzo, pero existe una oportunidad de que realicen a toda la microrregión ya que existe su disposición de realizar viajes siempre y cuando estos conozcan y examinen la zona.
- Existen diferentes instituciones que ofrecen servicios de capacitación en tema de turismo y financiamiento a proyectos turísticos, los cuales podrían ser utilizados por la microrregión para mejorar los servicios de turismo existente, y financiar los programas o actividades que se propondrán en el plan de desarrollo turístico.
- El municipio que capacita más a sus empleados en temas de turismo es Atiquizaya, y algunas organizaciones que lo apoyan son el CONSATUR, MITUR, CDMYPE, y USAID.

- Más del 90% de la población salvadoreña realiza turismo al menos una vez al año, tiende a viajar en familia o con un grupo de amigos y exige servicios de calidad que estén previamente planificados, además de seguridad a los lugares que visita y que cuenten con buena accesibilidad.
- Existe una demanda de turistas nacionales e internacionales para el tipo de turismo que ofrece la microrregión, o sea el turismo rural, de aventura, ecoturismo, gastronómico, etc., por lo que es importante que la microrregión ofrezca servicios y productos turísticos con los requerimientos del consumidor.
- La demanda proyectada para el año 2020 solo para la microrregión es de 456,000 turistas, los cuales prefieren viajar en temporadas de vacación o fines de semana a los diferentes atractivos de la microrregión como conocer las cascadas y ríos, conocer los festivales gastronómicos además de conocer la cultura de los pueblos.
- Las personas desconocen los atractivos de la microrregión debido a la falta de publicidad, el municipio más visitado fue Atiquizaya, le sigue San Lorenzo y luego El Refugio y Turín, respectivamente.
- Para el desarrollo de la Microrregión, se propone una oferta turística que conste de 3 productos turísticos, en los cuales se proponen rutas, que han sido creados con fines estratégicos aprovechando la proximidad entre los 4 municipios y tomando en cuenta las preferencias que poseen los 2 segmentos de mercado identificados en el diagnóstico que son los turistas nacionales y extranjeros. Los cuales son una ruta cultural, una de aventura y ecoturismo, y la última de agroturismo.
- Con el análisis de la micro localización y macro localización de los productos, se detectaron las ventajas competitivas de dichos productos, entre las más importantes tenemos la cantidad de fuentes de agua y artesanías en la microrregión, la cercanía con una frontera, que se posee servicios eléctricos, de agua y de comunicación en la mayoría de los recursos y la variedad de servicios alimentarios.
- Para facilitar el transporte de turistas en la microrregión, se propone alianzas con tour operadoras y con empresas de transporte, esto con la finalidad de hacer más accesibles los recursos a los turistas y que estos se sientan cómodos en sus traslados.
- Para dar a conocer a la microrregión como destino turístico, se proponen los medios externos de publicidad como vallas publicitarias, anuncios en periódicos, y también el uso de redes sociales como Facebook y una página Web.
- Se necesita del mantenimiento de los caminos vecinales que conducen hacia los recursos, por ello se hace una propuesta de técnicas que ayudarían a mejorar los caminos en épocas de invierno, y facilitaría el traslado de los turistas hacia los recursos.

- Es necesario la instalación de baños y recipientes de desechos sólidos en parques, ya que estos servicios son esenciales para los turistas y para que estos realicen las actividades con comodidad.
- Para que los turistas estén informados y conozcan los riesgos que existen en los recursos turísticos, se hace una propuesta de señalización, esto con la finalidad de que el turista conozca las normas y la información adecuada.
- Con la finalidad de acercar los diversos tipos de artesanías a los turistas, se propone el diseño de un local, en el cual se puedan comercializar, de forma sencilla y de esta forma beneficiar a los turistas y a los artesanos.
- La incorporación del sistema de registro y medida de la calidad, permitirá conocer la satisfacción del turista para poder identificar las mejoras que se deben realizar al servicio brindado y al estado de los recursos turísticos.
- La aplicación de las buenas prácticas del turismo sostenible está relacionada con todos los comités de la organización turística, con los empresarios del sector turístico y la comunidad, por lo tanto, se deben establecer relaciones entre todos a fin del logro del desarrollo turístico de la microrregión y que este sea sostenible.
- La propuesta de organización para la microrregión Ahuachapán Norte pretende integrar los cuatro municipios para que sea posible la implementación del plan de desarrollo turístico, por medio de una organización funcional se establecen los comités pertenecientes a la unidad de turismo que tratara cada una de las directrices estratégicas.
- Para llevar un control del avance en la implementación del plan de desarrollo, la propuesta de establecer indicadores de desempeño es muy importante, ya que, será posible la medición del cumplimiento de los objetivos estratégicos de cada proyecto, estableciendo una propuesta del proceso de medición y análisis de estos para la aceptación o toma de acciones correctivas.
- La creación de centros de información turística servirá para apoyar al turista en cualquier duda que este tenga, para llevar la información necesaria de la oferta a cualquier persona que visite la microrregión y esta pueda tener un panorama de que es lo que desea y pueda acceder a solicitar cualquiera de los paquetes turísticos a ofrecer.
- La propuesta desarrollada cumple con el enfoque de sostenibilidad social, ya que se espera que la implementación del plan sea eficaz debido al papel que tomara tanto las alcaldías y la comunidad (representantes de la comunidad y de empresarios del sector turísticos). También el presente plan generara fuentes de empleo, actividades que contribuyan a la seguridad de la zona, actividades para el desarrollo social y de esparcimiento, así como proyectos que contribuye al mejoramiento de la infraestructura que a su vez contribuye al desarrollo de la comunidad.

- La unidad turística de la microrregión de Ahuachapán Norte deberá vender 33,669 recorridos turísticos anualmente para cubrir sus costos, dicha cantidad en equilibrio está compuesta por los diferentes productos turísticos planteados en la presente propuesta. Los 33,669 a vender, indican que ventas anuales por debajo de este valor generarán pérdidas, mientras que arriba de él generará utilidades y una venta igual a dicho valor, no generará pérdidas ni utilidad.
- Después de realizar las diferentes evaluaciones económicas, se ha obtenido un valor actual de \$159,873.92; lo que significa que la propuesta puede aceptarse ya que de acuerdo a los criterios de decisión cuando la VAN es mayor que cero, por ende, la inversión que se realice producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida para un horizonte de 5 años. La TIR de 45.7% demuestra la rentabilidad de la propuesta, ya que la tasa interna de retorno (TIR) es mayor que la tasa mínima aceptable que es de 6.78%, esto significa que la propuesta es aceptable y puede llevarse a acabo. Finalmente, el beneficio costo indica que por cada dólar que se invierta en el proyecto, se recuperaran 46 centavos, lo cual significa que se genera una pequeña ganancia sobre la inversión. Por lo anterior se puede concluir que la evaluación económica financiera realizada arroja que la propuesta para el desarrollo turístico de la microrregión de Ahuachapán Norte, es económicamente factible, dado que los ingresos que genera el proyecto justifican la inversión.
- El tiempo de recuperación de la inversión fue aproximadamente 2 años, considerando que se cumple con los niveles de demanda proyectada.
- La propuesta desarrollada cumple con el enfoque de sostenibilidad económica, ya que los ingresos a percibir con la implementación del plan serán: ingresos por los tours a realizar, ingreso por venta de artículos promocionales, ingresos por ventas de artesanías, ingreso por alquiler de baños sanitarios, ingreso por cuota de participación en ferias e ingresos por partes de las municipalidades. También se ha definido la gestión para adquirir las capacitaciones de manera gratuita a través de apoyo técnico de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales y la adquisición de financiamiento no convencionales en concepto de patrocinio o donación. Por lo cual se esperan ingresos que logren sostener la presente propuesta, lo cual se detallara en la etapa económica financiera.
- La propuesta desarrollada cumple con el enfoque de sostenibilidad ambiental, ya que, se han propuesto diferentes acciones que contribuyen a la protección y mejoramientos de las condiciones actuales al medio ambiente, lo cual fue considerado en el programa de calidad y sostenibilidad.
- La propuesta del plan de implementación para el plan de desarrollo turístico para la microrregión Ahuachapán Norte cuenta con una serie de actividades que podrán realizarse en un periodo de 64 días hábiles laborables y un costo de implementación de \$14,393.

L. RECOMENDACIONES

- Es necesario que la organización turística de la microrregión, cree nuevas rutas turísticas, a parte de las realizadas en el plan, para tener una oferta más variada y que esté acorde a los clientes potenciales y reales.
- La organización turística de la microrregión debe estar en constante actualización en cuanto a la publicidad en redes sociales y pagina web, además de los anuncios en periódicos y vallas publicitarias que se realizarían tres veces al año.
- Se debe buscar que la relaciones con los tours operadores y artesanos de la microrregión, sean beneficiosas tanto para ellos como para la microrregión, respetando los lineamientos que en la reunión y en el contrato se plasmen. Esto con la finalidad de ofrecer un mejor servicio a los potenciales y actuales clientes.
- La organización debe estar en constante relación con los empresarios y negocios que estén involucrados en el sector turismo en la microrregión, ya que estos tienen relación directa con el cliente y se debe asegurar la satisfacción de estos.
- Es necesario que se realicen los mantenimientos a los caminos vecinales, ya que esto mejoraría el acceso a los recursos en época de invierno.
- Es importante que los medios de información estén en constante actualización y que siempre haya existencia en las oficinas de información turística para que cuando un servicio de información sea requerido por un turista este sea dado, también es importante que los centros de información permanezcan abiertos al público la oficina macrorregional de información turística de Atiquizaya, todos los días y los demás centros pueden estar abiertos fines de semana y temporadas turísticas.
- Se recomienda actualizar el presente plan de desarrollo conforme pasa el tiempo o para incluir nuevos programas, esto con el fin del que el trabajo por el desarrollo turístico siga avanzando.
- A medida se lleve a cabo el plan de desarrollo turístico y la demanda turística aumente, se recomienda incentivar el emprendimiento de nuevos negocios en el sector turismo, principalmente los de alojamiento, ya que actualmente son pocos los existentes en la microrregión.
- Se recomienda a la organización de la microrregión realizar los manuales de puestos para definir las funciones específicas de cada puesto propuesto para la estructura organizacional.
- Para controlar el desarrollo y cumplimiento de los objetivos estratégicos es muy importante que los datos recabados por el comité sean fidedignos, además se propone diseñar indicadores más específicos para actividades a realizar dentro los diferentes proyectos, y realizar la respectiva gestión después de la evaluación para aceptar los resultados o tomar acciones correctivas.

M. GLOSARIO

Atractivo Turístico: Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y constituyen la principal atracción para el turista, dando paso al establecimiento de la infraestructura necesaria para llegar a conformar un producto turístico.

Alojamiento: Es aquel cuya actividad exclusiva o principal es brindar el servicio de alojamiento por cortos períodos de tiempo, contando con recepción y en la mayoría de los casos, servicio de comida.

Agroturismo: Segmento turístico que integra de manera sostenible las actividades productivas rurales, administradas por productores, en las cuales se generan productos de origen agrícola, pecuario, acuícola o forestal, pudiendo ser aprovechados con el propósito de proveer servicios recreativos, la venta de estos u el ofrecimiento de nuevos conocimientos a los visitantes, que contribuyan a la sostenibilidad del medio rural, interactuando con los procesos de producción, postcosecha y con la comunidad misma, con la finalidad de dar un valor agregado a esas unidades productivas.

Alianza: es un acuerdo realizado por dos o más partes (previamente constituidas como sociedad o afín) para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte independientemente. Las alianzas estratégicas ocurren cuando dos o más organizaciones se unen para conseguir beneficios mutuos.

Artesanías: Manifestaciones materiales de uso doméstico generalmente, que se caracterizan por su elaboración manual e individual y llevan el reflejo y sello personal de su hacedor o artesano”.

Atractivo turístico: 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.

Capacidad de carga: grado de aprovechamiento turístico (número de personas) que puede soportar una zona, asegurando una máxima satisfacción a visitantes y turistas, así como una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales. Esta noción supone la existencia de límites de uso, determinada por factores medioambientales, sociales y de gestión que define la autoridad respectiva

Circuito turístico: Recorrido circular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su recorrido.

Cuestionario: Conjunto de cuestiones o preguntas que deben ser contestadas en un examen, prueba, test, encuesta, etc.

Cultura: conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social y que, más allá de las artes y de las letras, engloba los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias [Conferencia Mundial de México sobre las Políticas

Culturales (1982), Manual de procedimientos para entrenadores en turismo sustentable, asociación de Estados del Caribe AEC, 2002].

Cuota de mercado: es la fracción o porcentaje que se tendrá del total de mercado disponible o del segmento del mercado que está siendo suministrado por la compañía.

Desarrollo sostenible del turismo: equilibrio entre los aspectos ambientales, económicos y socioculturales en el desarrollo del turismo, para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Destino turístico: el destino turístico se caracteriza por la presencia de atractivos, infraestructura básica, planta turística, superestructura y demanda, como conjunto de bienes y servicios turísticos ofrecidos al visitante o turista, en la zona y por diversos grupos humanos entre los cuales se encuentra la comunidad local.

Ecoturismo: Es una modalidad de turismo en la cual se privilegia la sostenibilidad, la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural).

Estrategia: Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Error muestral: es el error que surge a causa de observar una muestra de la población completa.

Encuesta: Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

Gasto turístico: Suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.

Guía turístico: Persona natural que tiene conocimiento, experiencia y competencia técnica para proporcionar orientación e información sobre el patrimonio cultural y natural y de los atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia para la visita turística.

Imagotipo: se dice cuando en la representación visual de una marca existe un elemento pictográfico junto al texto que puede ser abstracto o no.

Inventario Turístico: Es una recopilación útil y de fácil interpretación de recursos, atractivos, productos, infraestructura y capacidad instalada de una región; 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, además representa un instrumento valioso para la planificación turística.

Investigación Concluyente Descriptiva: consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan.

La demanda no efectiva: es el sector de población que no viaja por algún motivo.

La no demanda: caracterizada por un grupo de gente adverso a los viajes, aquellos que simplemente no desean viajar.

Mantenimiento de rutina: Es lo que se realiza en el transcurso del año, la finalidad de este mantenimiento es evitar el inicio del deterioro de la carretera en cuestión.

Mantenimiento Periódico o correctivo: Son obras destinadas a impedir el deterioro de las capas inferiores del pavimento y se realiza en función del daño observado en el camino.

Mercado consumidor: es una división del mercado que se obtiene analizando el tipo de comprador al que está dirigido el producto.

Mercado meta: destinatario ideal de un producto o servicio.

Nivel de confianza: es la probabilidad de que, al tomar una muestra dentro de una población, la media de la muestra se encuentre dentro del intervalo de confianza centrado en la media población.

Plan de muestreo: consiste en identificar una muestra de una población y definir el universo de estudio.

Población no pobre: porcentaje de personas con ingresos mayores a los de la línea de pobreza de un país.

Posicionamiento: en marketing, es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo, relativo a la competencia, en la mente del consumidor.

Producto turístico: Se puede sintetizar como la combinación de tres elementos básicos: los atractivos (naturales, culturales y eventos), las facilidades (alojamiento, alimentación, recreación y otros) y accesibilidad (infraestructura de transporte). (Acerenza, 1982).

Proyección de la demanda: Es la estimación o previsión de las ventas de un producto (bien o servicio) durante determinado período futuro.

Recurso Turístico: Son todos los elementos naturales, culturales y físicos potenciales, que pueden ser desarrollados o acondicionados para el turismo.

Ruta turística: Eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos turísticos.

Segmentación: divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

Segmento Turístico: Fragmento del rubro turístico que indica la diversificación de la oferta turística

Tour Operadores: Se centran en la confección de paquetes turísticos, elaborados para un elevado número de clientes y puestos a la venta con anticipación a la demanda real. Dichas agencias forman grupos empresariales mediante la integración horizontal o vertical.

Turismo: Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas. (Walter Hunziker y Kart Krapf, 1942).

Turismo cultural o histórico: Es una modalidad de turismo que resalta los aspectos culturales que ofrece un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país.

Turismo de Aventura: es un tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con una percepción de riesgos, y que potencialmente requiere de destrezas especiales o de ciertas condiciones físicas donde es común la práctica de algún Deporte extremo.

Turismo doméstico: residentes visitando su propio país.

Turismo receptivo: no residentes procedentes de un país determinado.

Turismo emisor: residentes del propio país se dirigen a otros países. Estas tres formas de turismo pueden combinarse en:

Turismo interior: es el turismo doméstico y receptivo.

Turismo nacional: es el turismo doméstico y emisor.

Turismo natural: Se puede entender por Turismo de Naturaleza o Turismo Natural, los viajes organizados por personas con el objetivo de realizar actividades recreativas en contacto, precisamente y como su nombre lo adelanta, con la naturaleza, y con las comunidades o expresiones culturales integradas en su entorno

Turismo internacional: es el turismo emisor y receptivo.

Turismo rural: Son las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona. (Organización Mundial del Turismo, 2009).

Vallas publicitarias: es una estructura de publicidad exterior consistente en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios publicitarios.

N.REFERENCIAS

- Oas.org. (2015). Ahuachapán. [online] Disponible en: <http://www.oas.org/USDE/publications/Unit/oea34s/ch042.htm> [Revisado 4 Mar. 2019].
- Guerrero González, P., & Ramos Mendoza, J. (2014). Introducción al turismo (1st ed.). México: PATRIA S.A DE C.V.
- Alexandre Panosso Netto, & Guilherme Lohmann (2012). Teoría del Turismo, Conceptos, modelos y sistemas (1st ed.). México: TRILLAS S.A DE C.V.
- Eduardo A. Díaz (2013). Política Turística: una mirada actual (1st ed.). ARGENTINA: LA PLADTA: EDULP.
- Ibáñez, R., & Cabrera Villa, C. (2011). Teoría general del turismo: Un enfoque global y nacional. (1st ed.). México: SERIE DIDÁCTICA.
- Roberto C. Boullon (2006). Planificación del Espacio Turístico (4ª ed.). México: TRILLAS S.A DE C.V.
- Organización Mundial de Turismo (2011). Introducción al turismo (1st ed.).
- Castrillo, B. Departamento de Ahuachapán - Municipios de El Salvador [online] Disponible en: <http://www.municipiosdeelsalvador.com/ahuachapan/departamento-de-ahuachapan> [Revisado 2 Mar. 2019].
- Zona Salvador. Zona Occidental - Ciudad Colonial y Cultural de El Salvador [online] Disponible en: <https://elsalvadoreshermoso.com/zona-occidental-ciudad-colonial-y-cultural-de-el-salvador> [Revisado 2 Mar. 2019].
- CORSATUR (2015). Inventario Turístico de El Salvador.
- CORSATUR (2018). Boletín estadístico de turismo 2017.
- CORSATUR (2019). Informe Estadístico, enero a diciembre 2018 preliminar. [online] Disponible en: <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/corsatur/documents/239287/download>
- CORSATUR. Informe pueblos vivos 2012. [online] Disponible en: <http://bibliotecavirtualcorsatur.com/pueblos>
- CORSATUR. Informe pueblos vivos 2015. [online] Disponible en: <http://bibliotecavirtualcorsatur.com/pueblos>
- CORSATUR. Informe pueblos vivos 2016. [online] Disponible en: <http://bibliotecavirtualcorsatur.com/pueblos>

- FUNDAUNGO, ISDEM, SSDT. (2013). Plan Estratégico Participativo de Desarrollo con Énfasis en el Desarrollo Económico del territorio para el municipio de El Refugio (2013-2020).
- FUNDAUNGO, ISDEM, SSDT. (2014). Plan Estratégico Participativo de Desarrollo con Énfasis en el Desarrollo Económico del territorio para El Municipio de Turín (2014-2020).
- CECADE. (2008). Plan Estratégico San Lorenzo (2008 - 2017).
- Gerencia de Turismo Interno, CORSATUR y Alcaldía Municipal de San Lorenzo. (2014). Plan Maestro de Desarrollo Turístico Municipal de San Lorenzo (2014).
- Asesores en Turismo. (2016). Demanda Turística. Consultado: 10 junio, 2019. Disponible en: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Naresh K. Malhotra. (2008). Investigación de Mercados (5ª ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- La Planeación del Producto Turístico, INTERMARK, Consultores en turismo, Costa Rica. Disponible en: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>
- La Planeación Demográfica, Dirección de Coordinación Interinstitucional e Intergubernamental, México, marzo 2011.
- CNR (2019). Creación de empresa. (En Línea) Consultado el 28 de septiembre de 2019. Disponible en: <http://tramites.gob.sv/menu/1?l=es>
- Tesis Ingeniería Civil, Universidad de El Salvador. Técnicas para el mejoramiento de caminos rurales sostenibles. (En Línea) Consultado el 25 de septiembre de 2019. Disponible en: <http://ri.ues.edu.sv/4624/1/T%C3%A9cnicas%20para%20el%20mejoramiento%20de%20caminos%20rurales%20sostenibles.pdf>.
- Organización Mundial de Turismo (2011). Introducción al turismo (1st ed.).
- ORGANISMO SALAVDOREÑO DE NORMALIZACION, Norma Técnica Salvadoreña. Turismo. Buenas Prácticas de Sostenibilidad. Especificaciones. NTS 03.67.01:12

F. ANEXOS

ANEXO 1: DATOS DE AFLUENCIA DE RUTAS TURÍSTICAS COMPETIDORAS DE LA MICRORREGIÓN.

RUTA DE LAS FLORES

Los datos presentados fueron obtenidos por sondeos de ocupación y afluencia turística realizados por el CAT de Apaneca, los cuales realizan estas estadísticas para temporadas vacacionales.

- **OCUPACIÓN Y AFLUENCIA TURÍSTICA SEMANA SANTA 2018**

Se dan a conocer los porcentajes de promedio de ocupación, en base a sondeos realizados en restaurantes, hostales y hoteles de la zona de acción; así mismos sondeos de monitoreo realizados en Ruta de Las Flores.

Tabla 417. Datos de Afluencia turística de Ruta de las flores en temporada de Semana Santa.

DÍA	OCUPACIÓN		AFLUENCIA
	ALOJAMIENTO %	RESTAURANTES %	ZONA DE ACCIÓN
24 marzo	75.56 %	80.00 %	2,200
25 marzo	70.00 %	93.33 %	4,800
26 marzo	64.44 %	85.00 %	7,500
27 marzo	77.78 %	91.67 %	7,650
28 marzo	72.22 %	96.67 %	8,000
29 marzo	96.67 %	100 %	10,200
30 marzo	98.89 %	100 %	15,000
31 marzo	92.22 %	100 %	17,430
01 abril	82.22 %	100 %	15,800
02 abril	4.44%	10.83%	200
Promedio	69.19 %	85.75%	88,628

- **OCUPACIÓN Y AFLUENCIA TURÍSTICA VACACIONES DE AGOSTO 2018**

Con base en sondeo de ocupación en alojamiento y restaurantes La Ruta de las Flores, se tienen los siguientes datos en porcentajes:

Tabla 418. Porcentajes de ocupación en alojamientos y restaurantes de la Ruta de las Flores.

DÍA	ALOJAMIENTO % Hoteles de montaña	ALOJAMIENTO % Hoteles de Ciudad	RESTAURANTES %
1	56.67%	36.67%	56.67%
2	56.67%	50.00%	73.33%
3	88.33%	66.67%	83.33%
4	96.67%	93.33%	93.33%
5	100%	100%	100%
6	92.50	65%	100%
7	25%	15.67	22.17%
PROMEDIO	73.7%	61%	75.5%

Visitación estimada de la zona: Con base en sondeos de visitación realizada en 6 municipios de la zona de acción (Ahuachapán, Concepción de Ataco, Apaneca, Juayúa, Salcoatitan, Nahuizalco), se estimó la visitación por cada uno de los días de la vacación.

Tabla 419. Visitas a CAT Apaneca.

DÍA	VÍSITAS CAT/Nacionales	VÍSITAS CAT/Extranjeros
1	33	0
2	0	0
3	13	2
4	0	6
5	0	0
6	0	6
7	0	0
TOTAL	46	14

Fuente. CAT Apaneca.

Tabla 420. Estimación de Visitas a Ruta de las Flores en vacaciones de agosto.

DÍA	VISITACIÓN
1	2,200
2	3,100
3	6,250
4	7,800
5	20,000
6	19,275
7	125
TOTAL	58,750

Fuente. CAT Apaneca.

- **SONDEO DE OCUPACIÓN Y AFLUENCIA TURÍSTICA VACACIONES DE NAVIDAD Y AÑO NUEVO 2018**

Porcentajes promedio de ocupación: Con base en sondeo de ocupación en alojamiento y restaurantes La Ruta de las Flores, se tienen los siguientes datos:

Tabla 421. Porcentajes promedio de ocupación en ruta de las flores.

DÍA	ALOJAMIENTO % Hoteles de montaña	ALOJAMIENTO % Hoteles de Ciudad	RESTAURANTES %
1	70.00%	43.33%	88.33%
2	31.67%	20.00%	88.33%
3	22.50%	15.00%	32.50%
4	63.33 %	65.00%	100%
5	51.67%	36.67%	70.00%
6	27.50%	16.67%	66.67%
7	46.67%	33.33%	85.00%
8	90.00%	83.33%	99.17%
9	78.33%	71.67%	96.67%
10	80.00%	73.33%	93.33%

11	90.00%	76.67%	100%
12	35.00 %	3.33%	16.67%
PROMEDIO	57.22%	44.86%	78.06%

Visitación estimada de la zona: Con base en sondeos de visitación realizada en 6 municipios de la zona de acción (Ahuachapán, Concepción de Ataco, Apaneca, Juayúa, Salcoatitan, Nahuizalco), se estimó la visitación por cada uno de los días de la vacación.

Tabla 422. Visitas a CAT Apaneca.

DÍA	VÍITAS CAT/Nacionales	VÍITAS CAT/Extranjeros
1	0	0
2	0	0
3	0	0
4	0	0
5	0	0
6	0	0
7	0	0
8	6	0
9	0	0
10	0	0
11	21	0
12	0	0
TOTAL	27	0

Tabla 423. Estimaciones de visita a Ruta de las Flores en temporada Navideña y Año Nuevo.

DÍA	VÍSITACIÓN
1	2,300
2	2,000
3	1,200
4	18,000
5	4,000
6	4,200
7	3,985
8	5,500
9	6,000
10	5,400
11	31,500
12	2,000
TOTAL	86,085

RUTA FRESCA

Durante temporada vacacional, se realizan sondeos de afluencia turística, dentro de la zona de acción que compete a CAT La Palma: los principales lugares del departamento de Chalatenango donde acuden los excursionistas y turistas para disfrutar de las vacaciones. Dentro de este sondeo se incluyen los municipios que componen la Ruta Fresca: La Palma, San Ignacio y Citalá y los turicentros: Río Sumpul en San José Las Flores y Acuática Water City en San Rafael.

Ruta Fresca es una de las principales rutas turísticas a nivel nacional, que cautiva sobre todo al mercado nacional, por sus atractivos naturales, historia, cultura y su amplia oferta en hoteles y restaurantes tanto en la zona rural, urbana y de montaña. Además de otros servicios turísticos que se han ido desarrollando, gracias al potencial de los municipios que los componen: cooperativas de jóvenes que ofrecen deportes extremos, guías locales certificados, diversidad de productos agro turísticos, y servicios turísticos que permiten al turista y visitante conocer de primera mano los atractivos de la zona. Los dos turicentros incluidos reportan un número considerable de visitantes y su capacidad instalada ofrece calidad y diversidad de servicios, tales como: cabañas, piscinas, río, senderismo, museos, y lugares de recreación y esparcimiento.

El sondeo que se realizó en 2018 toma en cuenta nueve de los principales hoteles pertenecientes a la Ruta Fresca, para verificar la ocupación en alojamiento y restaurante. Se incluye además la Feria Artesanal que se realiza año con año en el Parque Central de La Palma, donde se puede realizar compras de artesanías, disfrutar de la gastronomía y puntos culturales; así como el número de turistas que acudieron a CAT La Palma; POLITUR Río Chiquito; y otros establecimientos para solicitar información, orientación y servicios. Además, se verifico el número de turistas que visitaron ambos Turicentros.

- **OCUPACIÓN Y AFLUENCIA TURÍSTICA SEMANA SANTA 2018**

Ocupación de hoteles

Para la medición de la ocupación hotelera (alojamiento), se tomó en cuenta nueve hoteles de la Ruta Fresca:

Tabla 424. Porcentaje de Ocupación Hotelera.

Porcentaje - Ocupación Hotelera - Alojamiento, Ruta Fresca, Chalatenango									
24-mar	25-mar	26-mar	27-mar	28-mar	29-mar	30-mar	31-mar	1-abr	2-abr
35.11%	36.86%	60.00%	44.56%	52.78%	82.22%	83.89%	86.88%	61.25%	15.00%

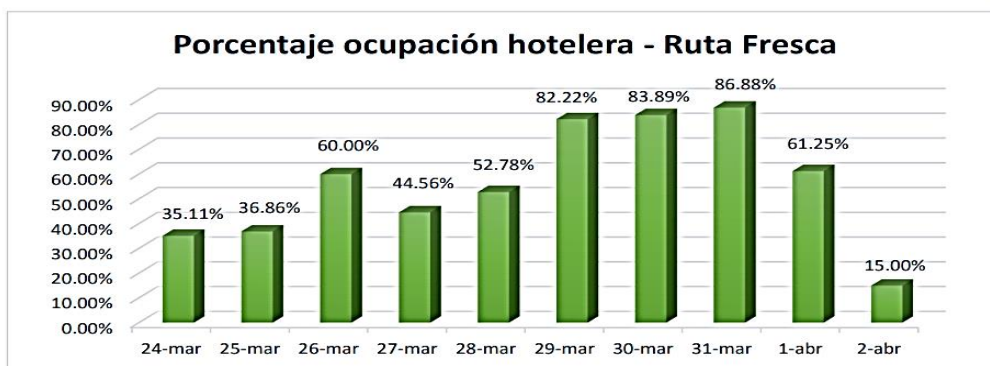


Gráfico 2. Porcentaje de Ocupación Hotelera Semana Santa.

- Hostal Miramundo
- Lecho de Flores
- Hotel Única Vista
- El Roble
- Praderas de San Ignacio
- Hotel y Restaurante Las Tilapias
- Hotel La Palma
- Posada Real
- Hotel Entre Pinos

Según lo reportado por estos hoteles, los días de mayor afluencia turística fueron del 29 al 31 de marzo, fecha en la que se refleja el 86.88% como el mayor porcentaje en toda la semana de vacaciones.

Ocupación de restaurantes

Tabla 425. Porcentaje de Ocupación de Restaurantes.

Porcentaje - Ocupación de restaurantes - Ruta Fresca, Chalatenango									
24-mar	25-mar	26-mar	27-mar	28-mar	29-mar	30-mar	31-mar	1-abr	2-abr
44.38%	39.50%	60.71%	47.50%	56.38%	80.63%	78.75%	85.00%	77.50%	30.63%

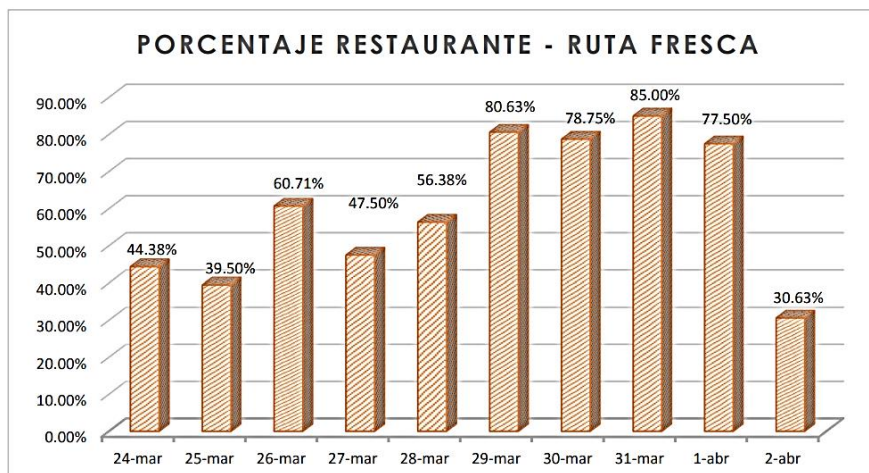


Gráfico 3. Porcentaje de ocupación de restaurantes.

El porcentaje de ocupación de restaurantes para Ruta Fresca, fue determinado conforme a lo reportado por ocho restaurantes de la zona:

- Hostal Miramundo
- Lecho de Flores
- El Roble
- Praderas de San Ignacio
- Hotel y Restaurante Las Tilapias
- Hotel La Palma
- Posada Real
- Hotel Entre Pinos

De acuerdo a los datos dados, los días del 29 de marzo al 01 de abril reportan la mayor cantidad de ocupación de restaurantes. Y el día 31 de marzo, muestra el porcentaje más alto, con un 85%.

Afluencia turística MYPES

Tabla 426. Afluencia turística MYPES

Afluencia turística MYPES, Ruta Fresca, Chalatenango									
24-mar	25-mar	26-mar	27-mar	28-mar	29-mar	30-mar	31-mar	1-abr	2-abr
395	400	1106	805	1530	2468	2490	2684	2156	573

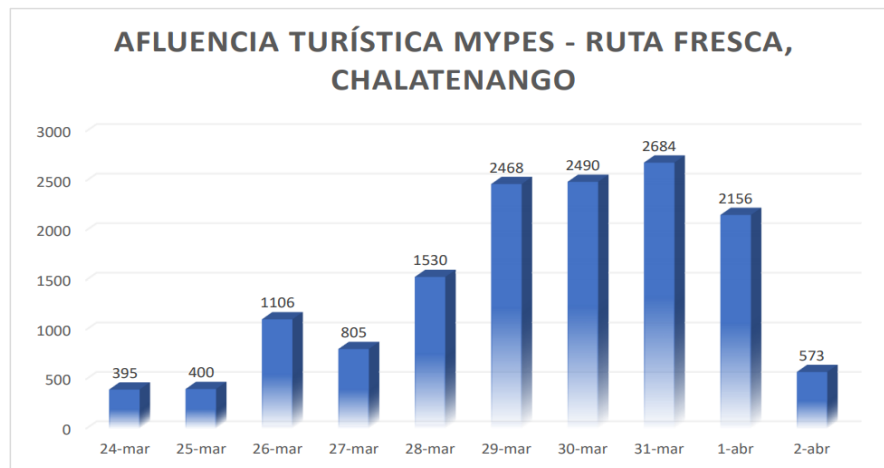


Gráfico 4. Afluencia Turística MYPES ruta fresca (Semana Santa).

La afluencia turística permite conocer la cantidad de turistas percibido por las diferentes MYPES de Ruta Fresca. Estas MYPES son los nueve hoteles que proporcionaron el porcentaje de ocupación hotelera. Dentro de la medición de la afluencia turística, se reporta así mismo, un aumento del número de turistas los días del 29 de marzo al 01 de abril. Y con 2,684, el 31 de marzo fue el día que mayor flujo de turistas hubo en Ruta Fresca.

Afluencia turística total

Tabla 427. Afluencia turística total de semana santa 2018-Ruta Fresca.

	24-mar	25-mar	26-mar	27-mar	28-mar	29-mar	30-mar	31-mar	1-abr	2-abr
CAT LA Palma	101	89	54	3	76	78	0	44	64	5
MYPES - Ruta Fresca	395	400	1106	805	1530	2468	2490	2684	2156	573
Campamento El Pital	450	600	400	600	800	800	1500	2000	2,000	500
Xtreme Park	25	30	15	15	20	104	65	70	54	0
Sumpul - Las Flores	230	300	350	260	300	600	500	1500	100	500
Acuática Water City	175	200	90	125	275	200	250	400	200	100
La Cafeta	75	80	50	40	20	85	110	65	45	10
PROASISTUR	402	57	0	95	150	265	3140	2655	853	100
POLITUR	500	750	260	150	250	500	1000	1500	500	100
Feria Artesanal - La Palma	245	310	235	270	310	590	850	1180	1600	270
Total	2,598	2,816	2,560	2,363	3,731	5,690	9,905	12,098	7,572	2,158

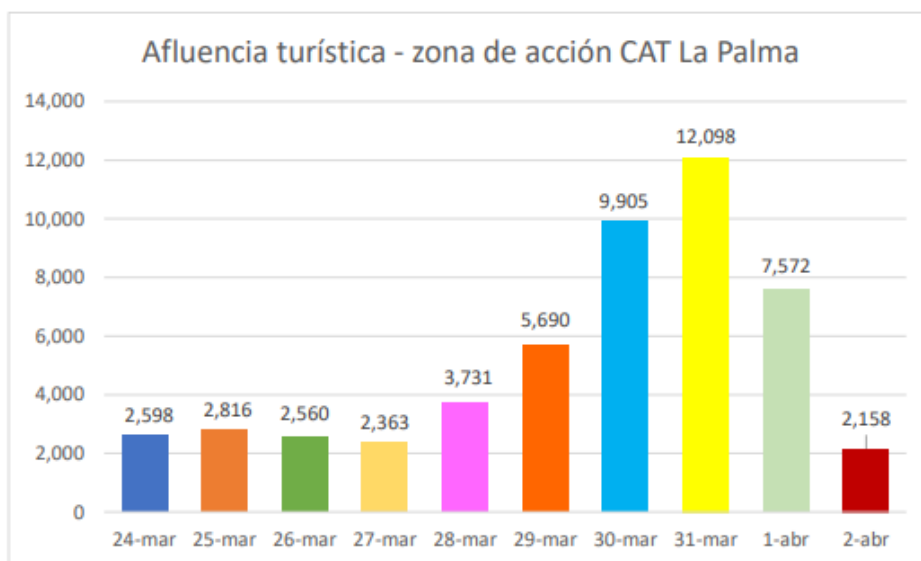


Gráfico 5. Afluencia Turística Ruta Fresca- Semana Santa 2018.

Conforme a los datos recibidos, la mayor cantidad de turistas y visitantes recibidas en la zona de acción fue durante los días del 30 de marzo al 01 de abril. El día 31 de marzo reporta la mayor cantidad, con un total de 12,098 personas en el departamento de Chalatenango. La afluencia turística total de los 10 días sondeados es de 51,491 personas.

- **OCUPACIÓN Y AFLUENCIA TURÍSTICA AGOSTO 2018**

Ocupación de hoteles

Tabla 428. Porcentaje de ocupación hotelera- agosto 2018- Ruta Fresca.

Porcentaje – Ocupación de hoteles – Ruta Fresca, Chalatenango						
1-ago	2-ago	3-ago	4-ago	5-ago	6-ago	7-ago
28.33%	48.33%	71.67%	82.78%	76.67%	56.25%	3.89%

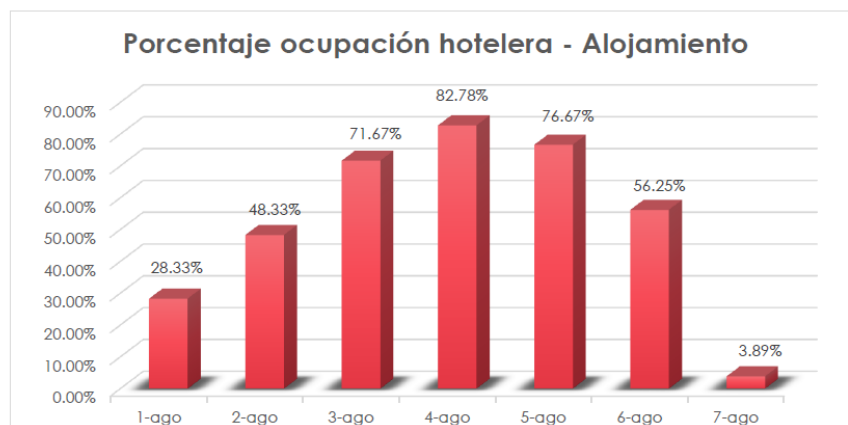


Gráfico 6. Porcentaje de ocupación hotelera- agosto 2018- Ruta Fresca.

El porcentaje de ocupación de hoteles, con respecto a alojamiento, se hizo a través de llamadas y visitas a nueve hoteles de la Ruta Fresca. Dichos hoteles son:

- Hostal Miramundo
- Lecho de Flores
- Única Vista
- El Roble
- Praderas de San Ignacio
- Hotel y Restaurante Las Tilapias
- Hotel La Palma
- Posada Real
- Hotel Entre Pinos

Conforme a los datos brindados, los días 04 y 05 de agosto reflejan el mayor porcentaje en alojamiento de los hoteles, con el 82.78% y 76.67%, respectivamente. Se puede observar que el crecimiento fue en aumento hasta el día 04 de agosto.

Ocupación de restaurantes

Tabla 429. Porcentaje de ocupación de restaurantes - agosto 2018- Ruta fresca.

Porcentaje - Restaurante - Ruta Fresca, Chalatenango						
1-ago	2-ago	3-ago	4-ago	5-ago	6-ago	7-ago
33.50%	53.75%	77.50%	86.25%	82.50%	56.43%	6.88%

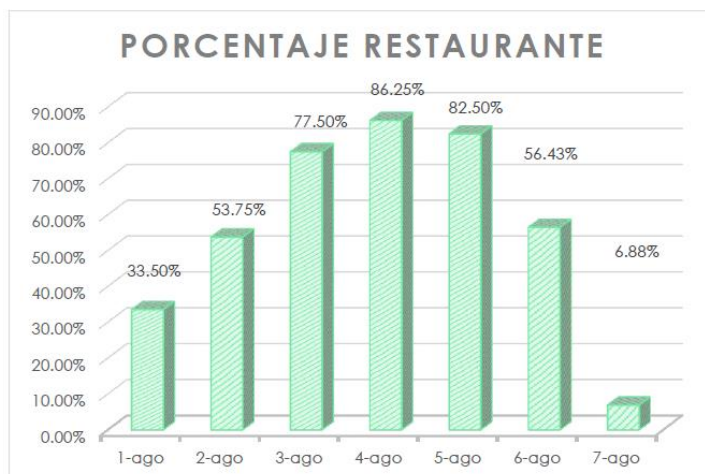


Gráfico 7. Porcentaje de ocupación de restaurantes - agosto 2018- Ruta Fresca.

Para la medición del porcentaje en ocupación de restaurantes, se tomaron en cuenta ocho restaurantes de la zona:

- Hostal Miramundo
- Lecho de Flores
- El Roble
- Praderas de San Ignacio
- Hotel y Restaurante Las Tilapias
- Hotel La Palma
- Posada Real
- Hotel Entre Pinos

El porcentaje mayor que se alcanzó fue de 86.25%, para el día 04 de agosto; seguido por un 82.50%, del día 05 de agosto. Se observa que el crecimiento fue en aumento, hasta alcanzar su punto máximo el día 04 de agosto, disminuyendo 3.75% para el día 05 de agosto.

Afluencia turística MYPES

Tabla 430. Afluencia turística MYPES- agosto 2018- Ruta Fresca.

Afluencia turística MYPES, Ruta Fresca, Chalatenango						
1-ago	2-ago	3-ago	4-ago	5-ago	6-ago	7-ago
599	1265	2194	2528	2588	1194	114

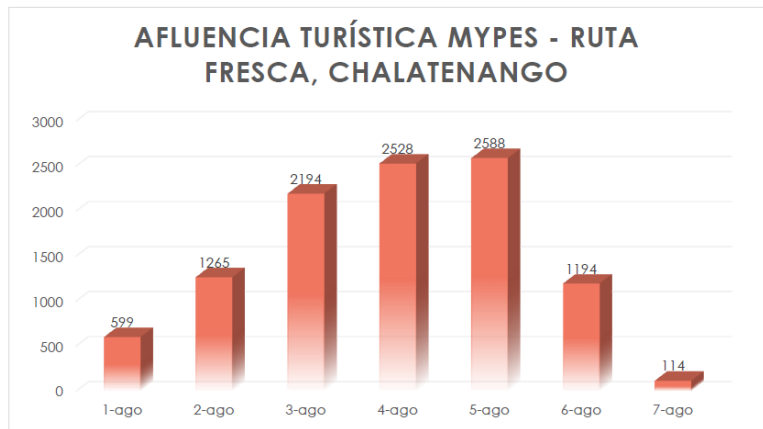


Gráfico 8. Afluencia turística MYPES- agosto 2018- Ruta Fresca.

La afluencia turística permite conocer la cantidad de turistas percibido por las diferentes MYPES de Ruta Fresca. Estas MYPES son los nueve hoteles que proporcionaron el porcentaje de ocupación hotelera.

En el gráfico, se puede observar que el día 05 de agosto, se reportó el mayor número de turistas y visitantes, con un total de 2,588 personas. Para el día 04 de agosto, se reportó un número similar, con 2,528 personas. Solamente hubo una diferencia de 60 personas, entre ambos días.

Afluencia turística total ruta fresca

Tabla 431. Afluencia turística - agosto 2018- Ruta Fresca.

AFLUENCIA TURÍSTICA - ZONA ACCIÓN CAT LP							
	1-ago	2-ago	3-ago	4-ago	5-ago	6-ago	7-ago
CAT LA Palma	13	42	98	28	104	250	3
MYPES - Ruta Fresca	599	1265	2194	2528	2588	1194	114
Campamento El Pital	200	500	800	800	900	700	100
Xtreme Park	6	46	23	32	25	48	0
Sumpul - Las Flores	153	205	178	212	250	210	25
Acuática Water City	150	100	150	180	175	115	15
La Cafeta	40	75	130	150	110	100	25
PROASISTUR	145	300	250	873	1490	1550	300
POLITUR	100	150	300	800	750	300	10
Feria Artesanal y Paseo Palmeño	675	875	2300	2740	3405	1575	0
Total	2,081	3,558	6,423	8,343	9,797	6,042	592

Conforme a los datos recibidos, la mayor afluencia fue reportada el día 05 de agosto, con un total de 9,797 personas. El segundo día con mayor afluencia fue el día 04 de agosto, con 8,343.

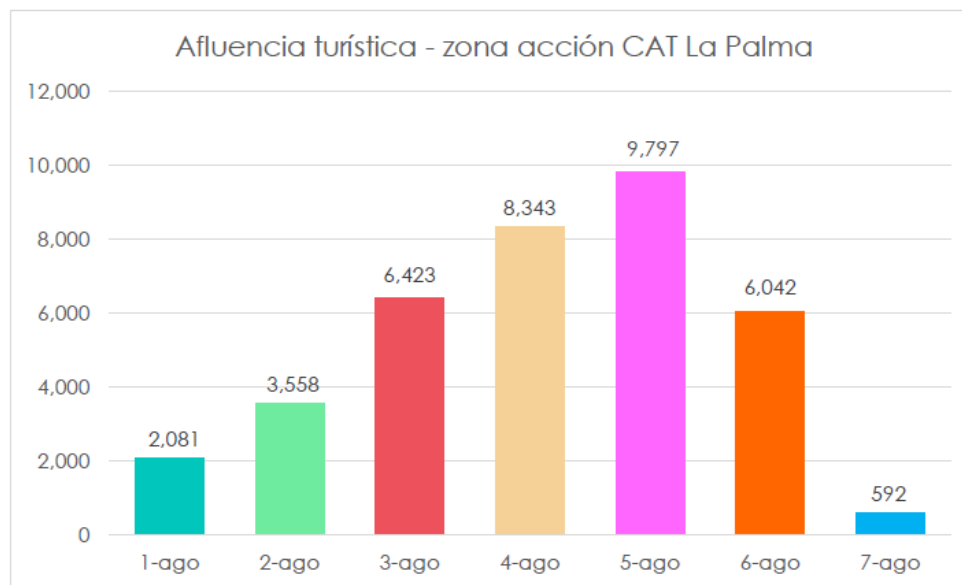


Gráfico 9. Afluencia turística - agosto 2018- Ruta Fresca.

Mostrando un aumento de 1,454 personas entre ambos días. La afluencia total registrada para 7 días del mes de agosto es de 36,836 personas.

OCUPACIÓN Y AFLUENCIA TURÍSTICA DICIEMBRE 2018.

Ocupación hotelera

Tabla 432. Porcentaje de ocupación hotelera - diciembre 2018 -ruta fresca.

Porcentaje - Ocupación Hotelera - Alojamiento, Zona Alta, Chalatenango											
22-dic	23-dic	24-dic	25-dic	26-dic	27-dic	28-dic	29-dic	30-dic	31-dic	1-ene	2-ene
40.78%	23.89%	29.44%	25.33%	42.44%	60.56%	63.89%	72.78%	65.00%	21.11%	23.33%	9.00%

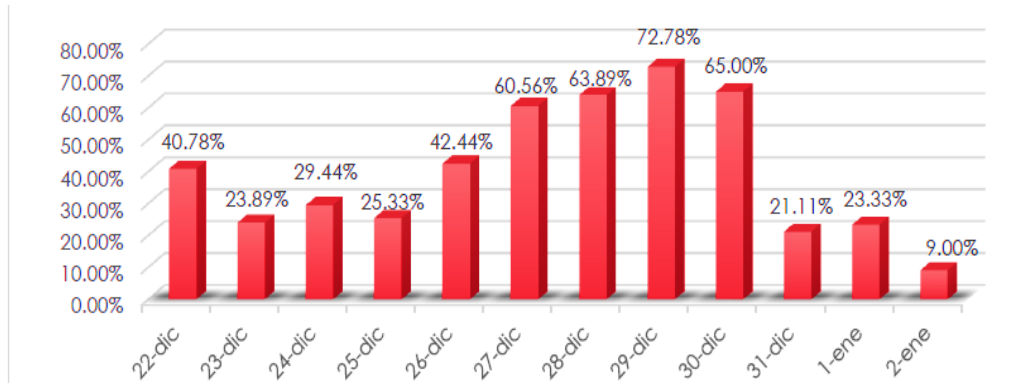


Gráfico 10. Porcentaje de ocupación hotelera - diciembre 2018 -ruta fresca.

Como se puede observar en el cuadro sobre la ocupación hotelera, y su respectivo gráfico, reafirma que el mayor número de porcentaje en ocupación hotelera, fueron los días 29 y 30 de diciembre. Se reporta para el día 29 de diciembre, un 72.78%; y para el día 30 de diciembre, un total del 65.00%.

Ocupación – Restaurantes

Tabla 433. Porcentaje de ocupación de restaurantes - diciembre 2018 -ruta fresca.

Porcentaje - Restaurante - Ruta Fresca, Chalatenango											
22-dic	23-dic	24-dic	25-dic	26-dic	27-dic	28-dic	29-dic	30-dic	31-dic	1-ene	2-ene
50.00%	38.89%	26.89%	45.00%	43.11%	60.56%	61.67%	66.11%	67.67%	23.89%	62.22%	17.22%

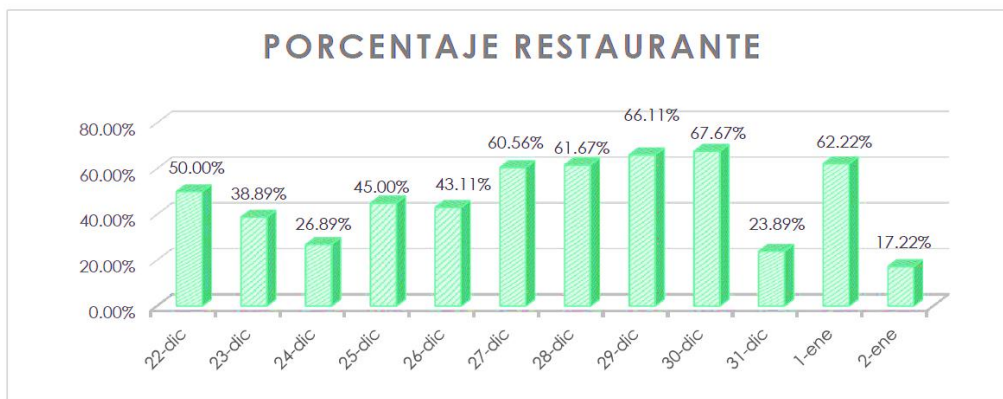


Gráfico 11. Porcentaje de ocupación de restaurantes - diciembre 2018 -ruta fresca.

Para los días 29 y 30 de diciembre, se reportó una mayor ocupación en restaurantes de la zona. El mayor porcentaje corresponde al día 30 de diciembre, con un 67.67%. El día 29 de diciembre se indica una ocupación del 66.11%

Afluencia turística MYPES

Tabla 434. Afluencia turística MYPES - diciembre 2018 -ruta fresca.

Afluencia turística MYPES, Ruta Fresca, Chalatenango											
22-dic	23-dic	24-dic	25-dic	26-dic	27-dic	28-dic	29-dic	30-dic	31-dic	1-ene	2-ene
700	505	581	892	668	990	1135	1470	1372	835	1202	383

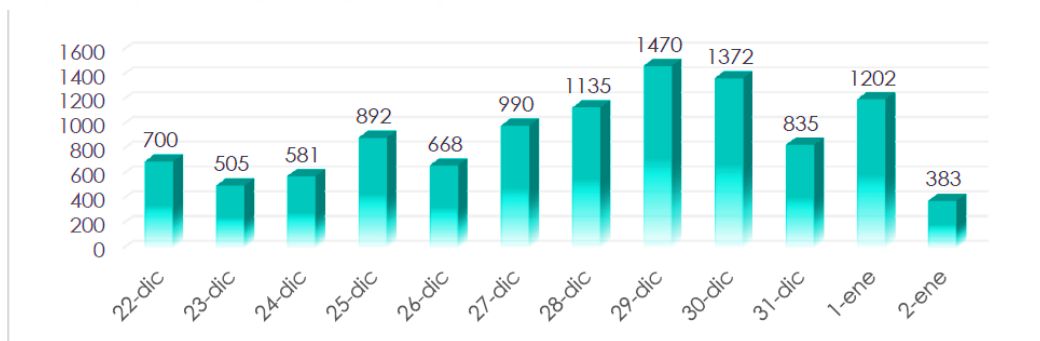


Gráfico 12. Afluencia turística MYPES - diciembre 2018 -ruta fresca.

Conforme a los datos brindados, los días 29 y 30 de diciembre reflejan el mayor número de afluencia turística, con 1,470 y 1,372 personas, respectivamente. Se puede observar que el crecimiento es muy variado, pero alcanza su punto más alto el día 29 de diciembre.

Afluencia turística total

Tabla 435. Afluencia turística total - diciembre 2018 -ruta fresca.

AFLUENCIA TURÍSTICA - ZONA ACCIÓN CAT LP												
	22-dic	23-dic	24-dic	25-dic	26-dic	27-dic	28-dic	29-dic	30-dic	31-dic	1-ene	2-ene
Total	2,569	2,157	1,475	4,019	2,756	3,201	3,455	2,596	4,006	2,276	5,550	1,493

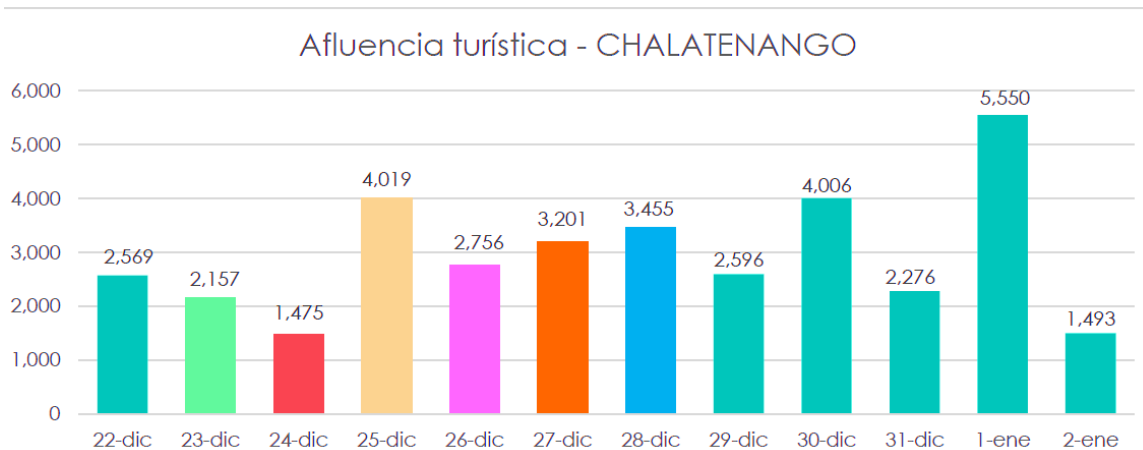


Gráfico 13. Afluencia turística total - diciembre 2018 -ruta fresca.

Como dato global, para la zona de acción de CAT La Palma, se reportó un total de 35,553 personas. Los días con mayor afluencia turística son el 01 de enero 2019, con un total de 5,550 personas; y el 25 de diciembre 2018, con 4,019 personas.

Anexo 2: instrumento para la recolección de información de la situación actual.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

SITUACION ACTUAL TURISTICA DE LA MICROREGION DE AHUACHAPÁN NORTE

MUNICIPIO: _____

NOMBRE DEL REPRESENTANTE: _____

CARGO: _____

◆ ORGANIZACIÓN TURISTICA DEL MUNICIPIO

1. ¿La alcaldía municipal apoya el turismo del municipio?
2. ¿En su plataforma municipal si se ha contemplado el apoyo al turismo?
3. ¿Dentro de la alcaldía municipal existe un Departamento o Unidad encargada del desarrollo turístico local?
4. ¿Existe un Plan de Desarrollo Turístico del municipio?
5. ¿El municipio recibe algún tipo de apoyo por parte de alguna entidad Gubernamental o externa?

◆ OFERTA TURISTICA

6. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos que posee el municipio?
7. En gastronomía ¿se tiene algo propio?
8. ¿Qué infraestructura y servicios de apoyo posee el municipio para recibir turistas? (alimentación y hospedaje)
9. ¿Se realiza publicidad o promoción al turismo del municipio?

◆ DEMANDA TURISTICA

10. ¿Cuál es el motivo principal por el que llegan turistas al municipio?
11. ¿Cuál es el atractivo turístico que posee mayor demanda por los turistas en el municipio?
12. ¿Poseen estadísticas de afluencia turística?
13. ¿Qué considera que contribuye para que el municipio tenga el desarrollo turístico que posee actualmente?

◆ SITUACIÓN ACTUAL DE LA MICRORREGIÓN

14. ¿Se ha realizado trabajos con la microrregión?

Anexo 3: LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE LA SITUACION ACTUAL



Ilustración 183: Con Alcaldesa de Turín (Nury Yolanda Cristales)



Ilustración 184. Con alcaldesa de Atiquizaya (Ana Luisa Rodríguez).



Ilustración 185. Con Alcalde de San Lorenzo (Álvaro Castillo)



Ilustración 186. Con Alcalde de El Refugio (Wilfredo Barrientos)



Ilustración 192. Con miembro del comité de turismo de San Lorenzo.



Ilustración 191. Recorrido con el Gerente Financiero de Atiquizaya.



Ilustración 190. Alcaldía de Atiquizaya.



Ilustración 189. Con técnico de la Unidad de Turismo de Atiquizaya.



Ilustración 187. Conversando con Técnico de la Unidad de Turismo. Manuel Vizcarra.



Ilustración 188. Conversando con miembro del área de planificación de la alcaldía, ex miembro de Atiquiz Tur.



Ilustración 1963. Señalización San Lorenzo



Ilustración 1954. Centro de eventos turísticos, frente alcaldía e iglesia parroquial.



Ilustración 1935. Señalización Turística en el Parque Central de San Lorenzo.



Ilustración 1946. Parqueos privados, en San Lorenzo.



Ilustración 1987. Entrada a San Lorenzo.



Ilustración 1978. Información Turística en San Lorenzo.

Anexo 4: FICHAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE SITUACIÓN ACTUAL EN LA MICRORREGIÓN.

Las fichas técnicas de las entrevistas realizadas a representantes de municipios que forman parte de la microrregión se presentan a continuación:

Tabla 436: Ficha técnica de investigación en el municipio de Turín.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación de situación actual.
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	Turín.
Lugar del trabajo de campo	Alcaldía.
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario para situación actual.
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Nury Yolanda Cristales de Arévalo
Función Desempeñada	Alcaldesa de Turín.

Tabla 437. Ficha técnica de investigación del municipio de San Lorenzo.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación de situación actual.
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	San Lorenzo.
Lugar del trabajo de campo	Alcaldía de San Lorenzo.
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario para situación actual.
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Álvaro Castillo.
Función Desempeñada	Alcalde de San Lorenzo.

Tabla 438. Ficha técnica de investigación del municipio de San Lorenzo.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación de situación actual.
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	San Lorenzo.
Lugar del trabajo de campo	Alcaldía de San Lorenzo.
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario para situación actual.
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre.	Jorge Ramírez.
Función Desempeñada	Gerente.

Tabla 439. Ficha técnica de investigación del municipio de El Refugio.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación de situación actual.
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	El Refugio.
Lugar del trabajo de campo	Alcaldía de El Refugio.
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario para situación actual.
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Wilfredo Barrientos Posada
Función Desempeñada	Alcalde de El Refugio.

Tabla 440. Ficha técnica de investigación del municipio de Atiquizaya.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación de situación actual.
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	Atiquizaya.
Lugar del trabajo de campo	Alcaldía de Atiquizaya.
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario para situación actual.
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre.	Ana Luisa Rodríguez de González.
Función Desempeñada	Alcaldesa de Atiquizaya.

Anexo 5: FICHA DE INVENTARIO TURÍSTICO

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

INVENTARIO TURÍSTICO DE LA MICROREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE			
FICHA No:	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*):		
FOTOGRAFIA			
UBICACIÓN (*)			
CATEGORÍA (*)		TIPO (*)	SUB TIPO (*)
DESCRIPCIÓN (*)			
Datos sobresalientes que detallan las características del recurso.			

PARTICULARIDADES Y/O RECONOCIMIENTOS (*)			
Singularidades del recurso que lo diferencian de otros.			

ESTADO ACTUAL			
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso.			
Excelente_____ Bueno_____ Necesita Acondicionamiento_____			
OBSERVACIONES (*)			

TIPO DE VISITANTE (*) Se puede marcar más de una opción.			
EXTRANJERO	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
_____	_____	_____	_____
ACCESO HACIA EL RECURSO			
A caballo_____	A pie_____	Microbús_____	
Autobús_____	Automóvil Particular_____	Moto Taxi_____	
Motocicleta_____	Camioneta 4x4_____	Autobús Turístico_____	
Otro_____			
(*) En el caso de categoría Folclore y Acontecimientos Programados, solamente deberá ser llenado los rubros señalados con asterisco			

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*):				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO				
Especificar los recorridos y tramos existentes para llegar al recurso turístico. Considerar el tipo de vía, la distancia y el tiempo utilizado; lo cual se definirá en kilómetros y para cada medio de acceso puede existir más de un recorrido para llegar al recurso.				
Recorrido¹	Tramo²	Medio de Transporte³	Vía de Acceso⁴	Distancia⁵
1. Se utilizarán números para cada recorrido (1, 2, 3...). 2. Se señalarán los lugares que forman el tramo. 3. Se refiere al medio de transporte utilizado en el tramo (autobús, motocicleta, caballo, etc.) 4. En vías de acceso terrestre considerar los siguientes casos: sendero, camino de tierra, asfalto u otros. 5. Registrar las distancias en km.				
TIPO DE INGRESO				
LIBRE	SE PAGA ENTRADA	SE SOLICITA PERMISO	OTRO	
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO				
Mencionar si la visita se realiza durante:				
<input type="checkbox"/> Todo el Año				
<input type="checkbox"/> Esporádicamente algunos meses. Especifique: _____				
<input type="checkbox"/> Feriados. Especifique: _____				
<input type="checkbox"/> Fines de semana. Especifique: _____				
<input type="checkbox"/> Otros. Especifique: _____				
HORARIO DE VISITA _____				
INFRAESTRUCTURA (se puede marcar con x más de una opción)				
DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)		
<input type="checkbox"/> Agua		<input type="checkbox"/> Agua		
<input type="checkbox"/> Desagüe		<input type="checkbox"/> Desagüe		
<input 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 de seguridad		<input type="checkbox"/> Señalización de seguridad		
<input type="checkbox"/> Señalización turística		<input type="checkbox"/> Señalización turística		
<input type="checkbox"/> Otra _____		<input type="checkbox"/> Otra _____		
Será considerada dentro del recurso la infraestructura que se encuentre dentro del perímetro del mismo.				

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*):	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO (*) (se puede marcar con X más de una opción)	
<p>NATURALEZA</p> <p><input type="checkbox"/> Observación de Aves</p> <p><input type="checkbox"/> Observación de Fauna</p> <p><input type="checkbox"/> Observación de Flora</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p>	<p>PASEOS</p> <p><input type="checkbox"/> Paseos en Caballo</p> <p><input type="checkbox"/> Paseos en Carruaje</p> <p><input type="checkbox"/> Paseos en Lancha o canoa</p> <p><input type="checkbox"/> Excursiones</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p>
<p>DEPORTES / AVENTURA</p> <p><input type="checkbox"/> Ala Delta</p> <p><input type="checkbox"/> Caminata</p> <p><input type="checkbox"/> Caza</p> <p><input type="checkbox"/> Ciclismo</p> <p><input type="checkbox"/> Camping</p> <p><input type="checkbox"/> Escalada</p> <p><input type="checkbox"/> Motocross</p> <p><input type="checkbox"/> Parapente</p> <p><input type="checkbox"/> Pesca</p> <p><input type="checkbox"/> Puenting</p> <p><input type="checkbox"/> Sandboard</p> <p><input type="checkbox"/> Otro _____</p>	<p>FOLCLORE</p> <p><input type="checkbox"/> Actividades Religiosas y/o Patronales</p> <p><input type="checkbox"/> Ferias</p> <p><input type="checkbox"/> Degustación de Platos Típicos</p> <p><input type="checkbox"/> Rituales Místicos</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p>
<p>DEPORTES ACUÁTICOS</p> <p><input type="checkbox"/> Buceo</p> <p><input type="checkbox"/> Canotaje</p> <p><input type="checkbox"/> Esquí Acuático</p> <p><input type="checkbox"/> Kayac</p> <p><input type="checkbox"/> Motonáutica</p> <p><input type="checkbox"/> Natación</p> <p><input type="checkbox"/> Pesca Deportiva</p> <p><input type="checkbox"/> Remo</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p>	<p>OTROS</p> <p><input type="checkbox"/> Actividades Culturales</p> <p><input type="checkbox"/> Actividades Sociales</p> <p><input type="checkbox"/> Compras de artesanía</p> <p><input type="checkbox"/> Estudios e Investigación</p> <p><input type="checkbox"/> Realización de Eventos</p> <p><input type="checkbox"/> Toma de Fotografías y Filmaciones</p> <p><input type="checkbox"/> Otro _____</p>
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS (Marcar con una X los servicios que funcionan)	
<p>ALIMENTACIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> Restaurantes</p> <p><input type="checkbox"/> Snacks</p> <p><input type="checkbox"/> Bares</p> <p><input type="checkbox"/> Kioskos de venta decomida y/o bebida</p>	<p><input type="checkbox"/> Cafeterías</p> <p><input type="checkbox"/> Ventas de comida rápida</p> <p><input type="checkbox"/> Otros _____</p>
<p>(*) En el caso de categoría Folclore y Acontecimientos Programados, solamente deberá ser llenado los rubros señalados con asterisco</p>	

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*):	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSOS (Marcar con una X los servicios que funcionan)	
<p>ALOJAMIENTO</p> <p><input type="checkbox"/> Hoteles</p> <p><input type="checkbox"/> Albergues</p> <p><input type="checkbox"/> Casas de Hospedajes</p> <p><input type="checkbox"/> Hostales</p> <p><input type="checkbox"/> Otros_____</p>	<p>LUGARES DE ESPARCIMIENTO</p> <p><input type="checkbox"/> Discotecas</p> <p><input type="checkbox"/> Cines o Teatros</p> <p><input type="checkbox"/> Maq. Tragamonedas</p> <p><input type="checkbox"/> Juegos Infantiles</p> <p><input type="checkbox"/> Otros_____</p>
<p>OTROS SERVICIOS</p> <p><input type="checkbox"/> Agencias de viajes</p> <p><input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas</p> <p><input type="checkbox"/> Alquiler de botes</p> <p><input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para aventura turística</p> <p><input type="checkbox"/> Bancos</p> <p><input type="checkbox"/> Cajeros</p> <p><input type="checkbox"/> Casa de Cambio</p> <p><input type="checkbox"/> Centro de Interpretación</p> <p><input type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados</p> <p><input type="checkbox"/> Museos de Sitio</p> <p><input type="checkbox"/> Oficina de Información</p> <p><input type="checkbox"/> Seguridad Privada</p> <p><input type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR</p> <p><input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos</p>	
<p><input type="checkbox"/> Servicios Guiados</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio de Correo</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Servicios de Telefonía</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio de Internet</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio de Salvavidas</p> <p><input type="checkbox"/> Servicios de Taxis</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de Artesanía</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de material Informativo (libros, revistas, postales, videos, etc)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros_____</p>	
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS (del poblado más cercano) (Marcar con una X los servicios que funcionan)	
<p>ALIMENTACIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> Restaurantes</p> <p><input type="checkbox"/> Snacks</p> <p><input type="checkbox"/> Bares</p> <p><input type="checkbox"/> Kioskos de venta de comida y/o bebida</p> <p><input type="checkbox"/> Cafeterías</p> <p><input type="checkbox"/> Ventas de comida rápida</p> <p><input type="checkbox"/> Otros_____</p>	<p>ALOJAMIENTO</p> <p><input type="checkbox"/> Hoteles</p> <p><input type="checkbox"/> Albergues</p> <p><input type="checkbox"/> Casas de Hospedajes</p> <p><input type="checkbox"/> Hostales</p> <p><input type="checkbox"/> Otros_____</p>
	<p>LUGARES DE ESPARCIMIENTO</p> <p><input type="checkbox"/> Discotecas</p> <p><input type="checkbox"/> Cines o Teatros</p> <p><input type="checkbox"/> Maq. Tragamonedas</p> <p><input type="checkbox"/> Juegos Infantiles</p> <p><input type="checkbox"/> Otros_____</p>

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*):	
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSOS (del poblado más cercano) (Marcar con una X los servicios que funcionan)	
OTROS SERVICIOS	
<input type="checkbox"/> Agencias de viajes	<input type="checkbox"/> Servicios Guiados
<input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas	<input type="checkbox"/> Servicio de Correo
<input type="checkbox"/> Alquiler de botes	<input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento
<input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para aventura turística	<input type="checkbox"/> Servicios de Telefonía
<input type="checkbox"/> Bancos	<input type="checkbox"/> Servicio de Internet
<input type="checkbox"/> Cajeros	<input type="checkbox"/> Servicio de Salvavidas
<input type="checkbox"/> Casa de Cambio	<input type="checkbox"/> Servicios de Taxis
<input type="checkbox"/> Centro de Interpretación	<input type="checkbox"/> Servicio de Moto taxis
<input type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados	<input type="checkbox"/> Venta de Artesanía
<input type="checkbox"/> Museos de Sitio	<input type="checkbox"/> Venta de material Informativo
<input type="checkbox"/> Oficina de Información	(libros, revistas, postales, videos, etc)
<input type="checkbox"/> Seguridad Privada	<input type="checkbox"/> Otros_____
<input type="checkbox"/> Seguridad Municipal / POLITUR	
<input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos	
DATOS COMPLEMENTARIOS	
INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES	

PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO	

ADMINISTRADO POR:	

OTRA INFORMACIÓN	

Anexo 6: LEVANTAMIENTO DEL INVENTARIO TURÍSTICO



Ilustración 199. Plantaciones de Jocote.



Ilustración 200. Quiosco central en parque 5 de noviembre.



Ilustración 199. En Parque turístico el Triunfo.



Ilustración 2022. Fachada de la Parroquia Inmaculada Concepción de María.



Ilustración 201. En Festival del Jocote Barón Rojo.



Ilustración 2004. Lotería de Atiquizaya.



Ilustración 203. Visita al Salto de Malacatiupàn.



Ilustración 204. Vista de piscina principal en turicentro Aguijuyo.



Ilustración 20807. Equipo de trabajo en Rio Grande.



Ilustración 2078. Conversando con el administrador de termales del paraíso.



Ilustración 2059. Piscinas de Turicentro el Jícara.



Ilustración 20610. Piscinas en Termales del Paraíso.

ANEXO 7: FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA

INVENTARIO DE PLANTA TURÍSTICA DE LA MICROREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE		
FICHA No:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:	
CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO
<p>ESPACIO PARA FOTOGRAFÍAS</p>		
MUNICIPIO DE UBICACIÓN:		
DIRECCIÓN:		
CORREO ELECTRÓNICO:		TELÉFONO:
SITIO WEB:		
REDES SOCIALES:		
SERVICIOS QUE OFRECE:		

<p>CARACTERÍSTICAS: Datos sobresalientes que detallan sus características.</p>		

<p>OBSERVACIONES (*)</p>		

Anexo 8: ELEMENTOS DE LA PLANTA TURISTICA



Ilustración 209. Minutas Mamanita, San Lorenzo.



Ilustración 2132. Pupusería en Atiquizaya.



Ilustración 2123. El Portal del Sazón.



Ilustración 2114. Gasolineras en la microrregión.



Ilustración 2105. Esparcimiento: Cancha en San Lorenzo.



Ilustración 21916. Pizzeria Helaman.



Ilustración 21817. Cancha en Atiquizaya.



Ilustración 2178. Fachada de Restaurante el frijolito Vaquero.



Ilustración 2169. Cancha en Parque Central de Turín.



Ilustración 220215. Unidad de Salud de Turín.



Ilustración 214. COPAJ, San Lorenzo.

Anexo 9: instrumento de recolección de información mercado consumidor turista nacional.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

ESTUDIO DE MERCADO CONSUMIDOR PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA
MICROREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE

Objetivo: Identificar las características y preferencias del segmento del mercado turístico actual y potencial de la microrregión de Ahuachapán norte, para determinar oportunidades de desarrollo turístico.

Indicaciones: Marque con un X las preguntas cerradas y responda según su criterio las preguntas abiertas.

INFORMACIÓN GENERAL

Departamento de residencia _____

Municipio de residencia _____

Sexo: Masculino Femenino

Edad: Entre 18 y 25 años Entre 26 y 35 años
 Entre 36 y 50 años Mayor a 50 años

1. ¿Cuántas personas forman parte de su núcleo familiar?
 De 1 a 3 De 4 a 6 Más de 6

PREFERENCIAS GENERALES DE TURISMO

2. ¿Realiza turismo en el interior del país?
 Sí No

Si contesto No, pasar a la pregunta 23.

3. En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia realiza turismo?
De 1 a 2 veces De 3 a 4 veces Más de 5 veces

4. Cuando realiza turismo, ¿Quién prefiere que lo acompañe en estas actividades?
 Solo Grupo familiar Amigos
 En Pareja Otros, especifique _____

5. ¿Cuántas personas en promedio, lo acompañan en actividades turísticas?

1 a 2 personas 3 a 4 personas 5 a 6 personas Más de 6 personas.

6. **¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?**

1 día 2 días 3 días Más de 3 días

7. **¿Cuál es el gasto promedio diario que invierte en realizar actividades turísticas?**

Entre \$10 a \$25 Entre \$51 a \$75 Más de \$100
 Entre \$25 a \$50 Entre \$76 a \$100

8. **¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo? (Puede marcar más de una opción)**

Semana santa
Vacaciones de agosto
Fin de año
Vacaciones del trabajo
Fiestas Patronales
Fin de Semana
Días de asueto
En cualquier temporada
Otro (Especifique) _____

9. **¿Qué tipo de turismo prefiere realizar? (Puede Marcar más de una opción)**

Ecoturismo.
Turismo de aventura
Turismo de sol y playa.
Turismo cultural.
Turismo rural (visita pueblos vivos).
Turismo arqueológico.
Turismo religioso
Turismo gastronómico
Otros, especifique: _____

10. **¿De qué forma realiza turismo? (Puede marcar más de una opción)**

Por operadores turísticos De forma independiente Por excursiones

11. **¿Cuándo fue la última vez que visitó un destino turístico de El Salvador?**

Hace 1 semana Hace más de 1 mes Hace más de 6 meses
 Hace 2 semanas Hace más de 2 meses Hace más de 1 año

12. **¿Cuál fue el último destino turístico que visitó?**

13. **¿Qué medio de transporte utiliza para realizar actividades turísticas?**

Carro Propio
Carro Alquilado
Autobús
Microbús
Mototaxi
Otros (Especifique) _____

14. **¿Por qué medio se informa de los destinos turísticos a visitar?** (Puede marcar más de una opción)

- Radio
- Televisión
- Periódicos
- Redes Sociales
- Por Medio de otras Personas
- Otros
- (Especifique) _____

15. **Al momento de elegir un destino turístico, ¿Qué factores influyen en su decisión?**
(Puede marcar más de una opción)

- Distancia Corta Seguridad Atractivos del lugar
- Precios Accesibles Vías de acceso Tipo de turismo que oferta el lugar

GENERALIDADES MICRORREGIÓN AHUACHAPÁN NORTE

16. **¿Ha realizado turismo en algún municipio de la microrregión Ahuachapán Norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?**

- Sí No

Si contesto No, pasar a la pregunta 24.

17. **¿En qué municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte ha realizado turismo?**
(Puede marcar más de una opción)

- Atiquizaya San Lorenzo Turín El Refugio

18. **¿Qué actividad turística ha realizado o que sitios turísticos a visitado en los municipios de microrregión de Ahuachapán Norte?**

19. **¿Cuál de los siguientes aspectos lo motivo a visitar los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín o El refugio?**

- Conocer la cultura y tradiciones
- Tener contacto con la naturaleza
- Sus Artesanías
- Sus festivales gastronómicos
- Conocer sus parques
- Otros, especifique: _____

20. **¿Tiene conocimiento sobre los atractivos y actividades turísticas que posee la microrregión de Ahuachapán Norte?**

- Sí No

Si contesto No, pasar a la pregunta 22.

21. **¿Por qué medio ha tenido conocimiento sobre los atractivos y actividades turísticas de la microrregión de Ahuachapán Norte?** (Puede marcar más de una opción)

- Redes sociales Medios impresos Recomendaciones
- La he visitado Otros, especifique: _____

22. **¿Qué tipo de atractivos turísticos visitó o que actividades turísticas realizó cuando visitó la microrregión Ahuachapán Norte?** Actividades culturales.

- Sus ríos
- Sus iglesias parroquiales
- Sus parques
- Conocer y compra de artesanías
- Sus festivales gastronómicos
- Sus parques Acuáticos
- Otros

Gracias por su ayuda

23. **¿Por qué no realiza turismo en el interior del país?**

24. **¿Por qué no ha realizado turismo en los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio?**

25. **¿Estaría interesado en realizar turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?**

_____ Si _____ No

26. **¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar o qué tipo de atractivo turístico le gustaría visitar en la microrregión de Ahuachapán Norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?**

- Actividades culturales y tradicionales
- Visita a Ríos y lagunas
- Visita a Cascadas
- Visita a parques acuáticos
- Visita a parques
- Visitar sus iglesias
- Festivales gastronómicos
- Festivales Deportivos
- Realizar senderismo
- Realizar agroturismo
- Visitar los pueblos en sus fiestas patronales
- Festividades religiosas
- Conocer y comprar artesanías

Gracias por su ayuda

Anexo 10: instrumento de recolección de información mercado consumidor turista extranjero.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

ESTUDIO DE MERCADO CONSUMIDOR EXTRAJERO PARA EL DESARROLLO
TURÍSTICO DE LA MICROREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE

Objetivo: Identificar las características y preferencias del segmento del mercado turístico extranjero actual y potencial para la microrregión de Ahuachapán Norte, para determinar oportunidades de desarrollo turístico.

Indicaciones: Marque con un X las preguntas cerradas y responda según su criterio las preguntas abiertas.

INFORMACIÓN GENERAL

País de residencia _____

Sexo: Masculino Femenino

Edad: Entre 18 y 25 años Entre 26 y 35 años
 Entre 36 y 50 años Mayor a 50 años

1. ¿Ha realizado o realiza turismo en El Salvador?
 Sí No

2. En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia realiza turismo a El Salvador?

De 1 a 2 veces De 3 a 4 veces Más de 5 veces
 Otro Especifique): _____

3. ¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?

1 día 1 semana 1 mes Más de un mes

4. ¿Cuál es el gasto promedio diario que invierte en realizar actividades turísticas?

Hasta \$100 Entre \$100 y \$200 Más de \$200

5. ¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo? (Puede marcar más de una opción)

Semana santa
Vacaciones de agosto
Fin de año
Vacaciones del trabajo
Fiestas Patronales
Fin de Semana
Días de asueto
En cualquier temporada

Otro (Especifique) _____

6. ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

- Ecoturismo.
- Turismo de aventura
- Turismo de sol y playa.
- Turismo cultural.
- Turismo rural (visita pueblos vivos).
- Turismo arqueológico.
- Turismo religioso
- Turismo gastronómico

Otros, especifique: _____

7. ¿Qué medio de transporte utiliza para realizar actividades turísticas?

- Carro Propio
- Carro Alquilado
- Autobús
- Microbús
- Mototaxi
- Otros

(Especifique) _____

8. ¿Ha realizado turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?

 Sí No

9. ¿Estaría interesado en realizar turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?

 Sí No

10. ¿Qué actividad turística o que sitios turísticos le gustaría visitar en los municipios de microrregión de Ahuachapán Norte?

- Sus ríos y cascadas
- Sus iglesias parroquiales
- Sus parques
- Conocer y compra de artesanías
- Sus festivales gastronómicos
- Sus parques Acuáticos
- Casas de campo

Otros, especifique: _____

Anexo 11: MERCADO CONSUMIDOR

- ENCUESTANDO



Anexo 12: tabulación de mercado consumidor, turista nacional.

Sexo de los encuestados:

Tabla 441: Tabulación de datos por sexo

VARIABLES	SEXO										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Masculino	31	52%	14	56%	4	44%	7	47%	7	41%	63	50%
Femenino	29	48%	11	44%	5	56%	8	53%	10	59%	63	50%
Total de encuestas	60	100%	25	100%	9	100%	15	100%	17	100%	126	100%

Tabla 442: Tabulación de datos por edad

VARIABLES	EDAD										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Entre 18 y 25 años	21	35%	6	24%	6	67%	10	67%	8	47%	51	40%
Entre 26 y 35 años	19	32%	5	20%	2	22%	5	33%	6	35%	37	29%
Entre 36 y 50 años	12	20%	8	32%	1	11%	0	0%	3	18%	24	19%
Mayor a 50 años	8	13%	6	24%	0	0%	0	0%	0	0%	14	11%
Total de respuestas	60	100%	25	100%	9	100%	15	100%	17	100%	126	100%

Tabla 443: Tabulación de datos de la pregunta 1

VARIABLES	¿Cuántas personas forman parte de su núcleo familiar?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
De 1 a 3	20	33%	9	36%	1	11%	7	47%	2	12%	39	31%
De 4 a 6	31	52%	15	60%	7	78%	8	53%	13	76%	74	59%
Más de 6	9	15%	1	4%	1	11%	0	0%	2	12%	13	10%
Total de respuestas	60	100%	25	100%	9	100%	15	100%	17	100%	126	100%

Tabla 444: Tabulación de datos de la pregunta 2

VARIABLES	¿Realiza turismo en el interior del país?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Si	55	92%	23	92%	8	89%	15	100%	16	94%	117	93%
No	5	8%	2	8%	1	11%	0	0%	1	6%	9	7%
Total de encuestas	60	100%	25	100%	9	100%	15	100%	17	100%	126	100%

Tabla 445: Tabulación de datos de la pregunta 3

VARIABLES	¿Con qué frecuencia realiza turismo al año?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
De 1 a 2 veces	12	22%	5	22%	3	38%	4	27%	7	44%	31	26%
De 3 a 4 veces	21	38%	7	30%	1	13%	5	33%	6	38%	40	34%
Más de 5 veces	22	40%	11	48%	4	50%	6	40%	3	19%	46	39%
Total de respuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	16	100%	117	100%

Tabla 446: Tabulación de datos de la pregunta 4

VARIABLES	¿Con quién prefiere realizar actividades turísticas?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Solo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
En pareja	4	7%	0	0%	0	0%	2	13%	1	6%	7	6%
Grupo Familiar	45	82%	18	78%	6	75%	9	60%	13	81%	91	78%
Amigos	6	11%	5	22%	2	25%	4	27%	2	13%	19	16%
Otros	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total de respuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	16	100%	117	100%

Tabla 447: Tabulación de datos de la pregunta 5

VARIABLES	¿Cuántas personas en promedio, lo acompañan en actividades turísticas?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA		fr	%
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%		
1 a 2 personas	4	7%	1	4%	0	0%	1	7%	2	13%	8	7%
3 a 4 personas	28	51%	14	61%	4	50%	11	73%	7	44%	64	55%
5 a 6 personas	14	25%	7	30%	2	25%	2	13%	5	31%	30	26%
Más de 6 personas	9	16%	1	4%	2	25%	1	7%	2	13%	15	13%
Total de respuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	16	100%	117	100%

Tabla 448: Tabulación de datos de la pregunta 6

VARIABLES	¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA		fr	%
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%		
1 día	40	73%	18	78%	7	88%	14	93%	11	69%	90	77%
2 días	13	24%	5	22%	0	0%	1	7%	5	31%	24	21%
3 días	1	2%	0	0%	1	13%	0	0%	0	0%	2	2%
Más de 4 días	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Total de respuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	16	100%	117	100%

Tabla 449: Tabulación de datos de la pregunta 7

VARIABLES	¿Cuál es el gasto promedio diario que invierte en realizar actividades turísticas?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA		fr	%
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%		
Entre \$10 a \$25	3	5%	1	4%	2	25%	4	27%	3	19%	13	11%
Entre \$26 a \$50	24	44%	12	52%	1	13%	8	53%	6	38%	51	44%
Entre \$51 a \$75	15	27%	6	26%	3	38%	0	0%	1	6%	25	21%
Entre \$76 a \$100	10	18%	3	13%	1	13%	1	7%	4	25%	19	16%
Más de \$100	3	5%	1	4%	1	13%	2	13%	2	13%	9	8%
Total de respuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	16	100%	117	100%

Tabla 450: Tabulación de datos de la pregunta 8

VARIABLES	¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Semana santa	18	33%	12	52%	5	63%	6	40%	3	19%	44	38%
Vacaciones de agosto	18	33%	10	43%	3	38%	6	40%	4	25%	41	35%
Fin de año	11	20%	10	43%	2	25%	6	40%	5	31%	34	29%
Vacaciones del trabajo	6	11%	5	22%	1	13%	2	13%	5	31%	19	16%
Fiestas Patronales	4	7%	5	22%	0	0%	4	27%	0	0%	13	11%
Fin de Semana	21	38%	9	39%	2	25%	5	33%	7	44%	44	38%
Días de asueto	12	22%	3	13%	2	25%	2	13%	1	6%	20	17%
En cualquier temporada	26	47%	8	35%	3	38%	4	27%	9	56%	50	43%
Otro (Especifique)	0	0%	1	4%	0	0%	1	7%	0	0%	2	2%
Total de respuestas	116	211%	63	270%	18	225%	36	233%	34	213%	265	226%
Total de encuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	16	100%	117	100%

Tabla 451. Tabulación de datos de la pregunta 9.

VARIABLES	¿QUÉ TIPO DE TURISMO PREFERE REALIZAR?										TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Ecoturismo	14	25%	5	22%	3	38%	4	27%	6	38%	32	27%
Turismo de aventura	19	35%	5	22%	2	25%	3	20%	8	50%	37	32%
Turismo de sol y playa	41	75%	18	78%	6	75%	9	60%	11	69%	85	73%
Turismo cultural	8	15%	11	48%	1	13%	4	27%	3	19%	27	23%
Turismo rural	28	51%	12	52%	2	25%	8	53%	7	44%	57	49%
Turismo arqueológico	2	4%	3	13%	1	13%	0	0%	2	13%	8	7%
Turismo religioso	9	16%	1	4%	2	25%	2	13%	1	6%	15	13%
Turismo gastronómico	24	44%	9	39%	2	25%	11	73%	7	44%	53	45%
Otros	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total de respuestas	145	264%	64	278%	19	238%	41	273%	45	281%	314	268%
Total de encuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	16	100%	117	100%

Tabla 452: Tabulación de la pregunta 10

VARIABLES	¿DE QUÉ FORMA REALIZA TURISMO?										TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPÁN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Por op. turísticos	7	13%	1	4%	0	0%	0	0%	1	6%	9	8%
De forma independiente	45	82%	23	100%	6	75%	15	100%	16	100%	105	90%
Por excursiones	19	35%	4	17%	4	50%	4	27%	5	31%	36	31%
Total de respuestas	71	129%	28	122%	10	125%	19	127%	22	138%	150	128%
Total de encuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	16	100%	117	100%

Tabla 453. Tabulación de pregunta 11.

VARIABLES	¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE VISITÓ UN DESTINO TURÍSTICO DE EL SALVADOR?										TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Hace 1 semana	11	20%	3	13%	5	63%	3	20%	1	6%	23	20%
Hace 2 semanas	14	25%	8	35%	0	0%	3	20%	4	25%	29	25%
Hace más de 1 mes	20	36%	10	43%	1	13%	8	53%	6	38%	45	38%
Hace más de 6 meses	8	15%	2	9%	1	13%	1	7%	5	31%	17	15%
Hace más de 1 año	2	4%	0	0%	1	13%	0	0%	0	0%	3	3%
Total de respuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	16	100%	117	100%

Tabla 454: Tabulación pregunta 12

VARIABLES	¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO DESTINO TURÍSTICO QUE VISITÓ?										TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Parque Acuático	3	5%	2	9%	0	0%	0	0%	1	6%	6	5%
Municipios turísticos	19	35%	3	13%	3	38%	8	53%	7	44%	40	34%
Cerros, volcanes	6	11%	5	22%	2	25%	2	13%	0	0%	15	13%
Ruta Turística	2	4%	1	4%	1	13%	0	0%	2	13%	6	5%
Playas	18	33%	7	30%	1	13%	3	20%	4	25%	33	28%
Ríos, Lago, Lagunas	2	4%	1	4%	0	0%	1	7%	0	0%	4	3%
Destinos fuera del país	2	4%	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	3	3%
Parques	2	4%	1	4%	0	0%	1	7%	1	6%	5	4%
Plazas turísticas	1	2%	1	4%	1	13%	0	0%	0	0%	3	3%
Destinos arqueológicos	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Cascada	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	6%	1	1%
Total de respuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	16	100%	117	100%
Total de encuestas	55		23		8		15		16		117	

Tabla 455. Tabulación de pregunta 13.

VARIABLES	¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZA PARA REALIZAR ACTIVIDADES TURÍSTICAS?										TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Carro propio	35	64%	19	83%	5	63%	8	53%	11	69%	78	67%
Carro Alquilado	4	7%	0	0%	0	0%	1	7%	3	19%	8	7%
Autobús	11	20%	2	9%	3	38%	6	40%	2	13%	24	21%
Microbús	3	5%	2	9%	0	0%	0	0%	1	6%	6	5%
Mototaxi	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Otra	2	4%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%
Total de respuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	17	106%	118	101%
Total de encuestas	55		23		8		15		16		117	

Tabla 456. Tabulación pregunta 14.

VARIABLES	¿POR QUÉ MEDIO SE INFORMA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS A VISITAR?										TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Radio	1	2%	2	9%	0	0%	0	0%	0	0%	3	3%
Televisión	7	13%	7	30%	1	13%	3	20%	6	38%	24	21%
Periódicos	3	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	3%
Redes Sociales	47	85%	15	65%	4	50%	13	87%	12	75%	91	78%
Por medio de otras personas	26	47%	15	65%	5	63%	5	33%	7	44%	58	50%
Otra	1	2%	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%
Total de respuestas	85	155%	40	174%	10	125%	21	140%	25	156%	181	155%
Total de encuestas	55		23		8		15		16		117	

Tabla 457. Tabulación de pregunta 15.

VARIABLES	AL MOMENTO DE ELEGIR UN DESTINO TURÍSTICO, ¿QUÉ FACTORES INFLUYEN EN SU DECISIÓN?										TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Distancia Corta	7	13%	2	9%	2	25%	3	20%	7	44%	21	18%
Seguridad	41	75%	13	57%	6	75%	10	67%	12	75%	82	70%
Precios Accesibles	25	45%	13	57%	6	75%	6	40%	12	75%	62	53%
Vías de acceso	11	20%	4	17%	1	13%	6	40%	4	25%	26	22%
Atractivos del lugar	43	78%	18	78%	4	50%	8	53%	9	56%	82	70%
Tipo de turismo	14	25%	7	30%	2	25%	8	53%	5	31%	36	31%
Total de respuestas	141	256%	57	248%	21	263%	41	273%	49	306%	309	264%
Total de encuestas	55		23		8		15		16		117	

Tabla 458. Tabulación de la pregunta 16

VARIABLES	¿HA REALIZADO TURISMO EN ALGÚN MUNICIPIO DE LA MICRORREGIÓN AHUACHAPÁN NORTE?										TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Si	28	51%	8	35%	8	100%	4	27%	7	44%	55	47%
No	27	49%	15	65%	0	0%	11	73%	9	56%	62	53%
Total de respuestas	55	100%	23	100%	8	100%	15	100%	16	100%	117	100%

Tabla 459. Tabulación de pregunta 17.

VARIABLES	¿EN QUÉ MUNICIPIOS DE LA MICRORREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE HA REALIZADO TURISMO?										TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Atiquizaya	21	75%	4	50%	5	63%	2	50%	5	71%	37	67%
San Lorenzo	8	29%	4	50%	1	13%	2	50%	2	29%	17	31%
Turín	1	4%	0	0%	1	13%	0	0%	1	14%	3	5%
El Refugio	3	11%	2	25%	1	13%	1	25%	1	14%	8	15%
Total de respuestas	33	118%	10	125%	8	100%	5	125%	9	129%	65	118%
Total de encuestas	28		8		8		4		7		55	

Tabla 460: Tabulación de la pregunta 18

VARIABLES	¿Qué actividad turística ha realizado o que sitios turísticos a visitado en los municipios de microrregión de Ahuachapán Norte?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Visitar sus pueblos, centro histórico	4	14%	3	38%	2	25%	2	50%	4	57%	15	27%
Visita a Ríos	5	18%	1	13%	0	0%	0	0%	2	29%	8	15%
Visita a Cascada de Salto de Malacatiupan	8	29%	2	25%	1	13%	0	0%	0	0%	11	20%
Degustar su gastronomía	4	14%	1	13%	2	25%	0	0%	0	0%	7	13%
Festival del Jocote	3	11%	2	25%	1	13%	2	50%	1	14%	9	16%
Actividades deportivas, de aventura y extremas	4	14%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	7%
Tour naturaleza y salud (Atiquizaya)	2	7%	0	0%	2	25%	0	0%	0	0%	4	7%
Festividades Tradicionales	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%
Visitar sus parques	2	7%	1	13%	1	13%	0	0%	0	0%	4	7%
Balnearios (Jícaro)	0	0%	1	13%	0	0%	0	0%	1	14%	2	4%
Visitar Iglesias	0	0%	0	0%	1	13%	0	0%	1		2	4%
Caminatas	2	7%	0	0%	1	13%	1	25%	1	14%	5	9%
Total de respuestas	35	125%	11	138%	11	138%	5	125%	10	129%	72	131%
Total de encuestas	28		8		8		4		7		55	

Tabla 461: Tabulación de la pregunta 19

VARIABLES	¿Cuál de los siguientes aspectos lo motivo a visitar los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín o El refugio?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA		fr	%
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%		
Conocer la cultura y tradiciones	10	36%	1	13%	2	25%	4	100%	4	57%	21	38%
Tener contacto con la naturaleza	17	61%	6	75%	3	38%	1	25%	4	57%	31	56%
Sus Artesanías	9	32%	0	0%	1	13%	2	50%	0	0%	12	22%
Sus festivales gastronómicos	10	36%	2	25%	1	13%	3	75%	2	29%	18	33%
Conocer sus parques	4	14%	2	25%	5	63%	1	25%	2	29%	14	25%
Otros	1	4%	0	0%	1	13%	0	0%	0	0%	2	4%
Total de respuestas	51	182%	11	138%	13	163%	11	275%	12	171%	98	178%
Total de encuestas	28		8		8		4		7		55	

Tabla 462: Tabulación de la pregunta 20

VARIABLES	¿Tiene conocimiento sobre los atractivos y actividades turísticas que posee la microrregión de Ahuachapán Norte?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA		fr	%
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%		
Si	10	36%	2	25%	2	25%	1	25%	3	43%	18	33%
No	18	64%	6	75%	6	75%	3	75%	4	57%	37	67%
Total de respuestas	28	100%	8	100%	8	100%	4	100%	7	100%	55	100%

Tabla 463: Tabulación de la pregunta 21

VARIABLES	¿Por qué medio ha tenido conocimiento sobre los atractivos y actividades turísticas de la microrregión de Ahuachapán Norte?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA		fr	%
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%		
Redes sociales	8	80%	1	50%	1	50%	1	100%	2	67%	13	72%
La he visitado	4	40%	2	100%	1	50%	0	0%	2	67%	9	50%
Medios impresos	1	10%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	6%
Recomendación	2	20%	2	100%	1	50%	0	0%	1	33%	6	33%
Otros	1	10%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	6%
Total de respuestas	16	160%	5	250%	3	150%	1	100%	5	167%	30	167%
Total de encuestas	10		2		2		1		3		18	

Tabla 464: Tabulación de la pregunta 22

VARIABLES	¿Qué tipo de atractivos turísticos visitó o que actividades turísticas realizó cuando visitó la microrregión Ahuachapán Norte?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Sus ríos	19	68%	4	50%	3	38%	0	0%	2	29%	28	51%
Sus iglesias parroquiales	9	32%	0	0%	1	13%	2	50%	2	29%	14	25%
Sus parques	13	46%	4	50%	5	63%	1	25%	4	57%	27	49%
Conocer y compra de artesanías	8	29%	2	25%	1	13%	1	25%	0	0%	12	22%
Sus festivales gastronómicos	6	21%	3	38%	3	38%	4	100%	2	29%	18	33%
Sus parques Acuáticos	7	25%	1	13%	1	13%	0	0%	3	43%	12	22%
Otros	2	7%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	4%
Total respuestas de	64	229%	14	175%	14	175%	8	200%	13	186%	113	205%
Total encuestas de	28		8		8		4		7		55	

Tabla 465: Tabulación pregunta 23

VARIABLES	¿Por qué no realiza turismo en el interior del país?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Por falta de tiempo	2	40%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	4	44%
Por falta de medios de transporte	4	80%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	44%
Porque no le gusta	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Por falta de recursos económicos	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	2	22%
Por la inseguridad nacional	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Otros	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total respuestas de	6	120%	2	100%	1	100%	0	0%	1	100%	10	111%
Total encuestas de	5		2		1		0		1		9	

Tabla 466: Tabulación pregunta 24

VARIABLES	¿Por qué no ha realizado turismo en los municipios de Atiquizaya, San Lorenzo, Turín y El Refugio?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA		fr	%
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%		
Poca información	15	56%	7	47%	0	0%	5	45%	3	33%	30	48%
Larga Distancia	5	19%	2	13%	0	0%	0	0%	0	0%	7	11%
Por la inseguridad nacional	0	0%	2	13%	0	0%	0	0%	1	11%	3	5%
Falta de medios de transporte	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%
Falta de oportunidad	6	22%	2	13%	0	0%	3	27%	3	33%	14	23%
No le llama la atención	1	4%	1	7%	0	0%	2	18%	2	22%	6	10%
Por falta de recursos económicos	0	0%	0	0%	0	0%	1	9%	0	0%	1	2%
Total respuestas de	27	100%	15	100%	0	0%	11	100%	9	100%	62	100%
Total encuestas de	27		15		0		11		9		62	

Tabla 467: Tabulación pregunta 25

VARIABLES	¿Estaría interesado en realizar turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, ...)										GRAN TOTAL	
	SAN		LA		AHUACHAPA		SONSONATE		SANTA ANA		fr	%
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%		
Sí	25	93%	13	87%	0	0%	7	64%	7	78%	52	84%
No	2	7%	2	13%	0	0%	4	36%	2	22%	10	16%
Total respuestas de	27	100%	15	100%	0	0%	11	100%	9	100%	62	100%
Total encuestas de	27		15		0		11		9		62	

Tabla 468: Tabulación pregunta 26

VARIABLES	¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar o qué tipo de atractivo turístico le gustaría visitar en la microrregión?										GRAN TOTAL	
	SAN SALVADOR		LA LIBERTAD		AHUACHAPAN		SONSONATE		SANTA ANA			
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Actividades culturales tradicionales y	20	36%	10	43%	1	13%	2	13%	4	25%	37	32%
Visita a Ríos y lagunas y	33	60%	13	57%	7	88%	5	33%	7	44%	65	56%
Visita a Cascadas	33	60%	13	57%	6	75%	3	20%	11	69%	66	56%
Visita a parques acuáticos	22	40%	9	39%	6	75%	3	20%	8	50%	48	41%
Visita a parques	19	35%	8	35%	4	50%	2	13%	5	31%	38	32%
Visitar sus iglesias	14	25%	2	9%	3	38%	4	27%	2	13%	25	21%
Festivales gastronómicos	29	53%	13	57%	2	25%	5	33%	6	38%	55	47%
Festivales Deportivos	2	4%	0	0%	2	25%	1	7%	3	19%	8	7%
Realizar senderismo	15	27%	5	22%	1	13%	4	27%	5	31%	30	26%
Realizar agroturismo	6	11%	4	17%	2	25%	5	33%	1	6%	18	15%
Visitar los pueblos en sus fiestas patronales	14	25%	4	17%	4	50%	2	13%	7	44%	31	26%
Festividades religiosas	7	13%	3	13%	2	25%	2	13%	0	0%	14	12%
Conocer comprar artesanías y	20	36%	6	26%	0	0%	3	20%	2	13%	31	26%
Total de respuestas	234	425%	90	391%	40	500%	41	273%	61	381%	466	398%
Total de encuestas	55		23		8		15		16		117	

Anexo 13: tabulación de encuesta para turista extranjero:

Tabla 469: Tabulación pregunta 1

VARIABLES	¿Ha realizado o realiza turismo en El Salvador?				GRAN TOTAL	
	Estados Unidos		Centro América		fr	%
	fr	%	fr	%		
Si	12	75%	4	100%	16	80%
No	4	25%	0	0%	4	20%
Total de respuestas	16	100%	4	100%	20	100%

Tabla 470: Tabulación pregunta 2

VARIABLES	En el periodo de un año, ¿con qué frecuencia realiza turismo a El Salvador?				GRAN TOTAL	
	Estados Unidos		Centro América		fr	%
	fr	%	fr	%		
De 1 a 2 veces	11	92%	3	75%	14	88%
De 2 a 3 veces	0	0%	0	0%	0	0%
Más de 5 veces	1	8%	0	0%	1	6%
Es indefinido	0	0%	1	25%	1	6%
Total de respuestas	12	100%	4	100%	16	100%

Tabla 471: Tabulación pregunta 3

VARIABLES	¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?				GRAN TOTAL	
	Estados Unidos		Centro América		fr	%
	fr	%	fr	%		
Un día	0	0%	0	0%	0	0%
Una semana	9	75%	2	50%	11	69%
Un mes	1	8%	2	50%	3	19%
Más de un mes	2	17%	0	0%	2	13%
Total de respuestas	12	100%	4	100%	16	100%

Tabla 472: Tabulación pregunta 4

VARIABLES	¿Cuál es el gasto promedio diario que invierte en realizar actividades turísticas?				GRAN TOTAL	
	Estados Unidos		Centro América		fr	%
	fr	%	fr	%		
Hasta \$100	3	25%	1	25%	4	25%
Entre \$100 y \$200	4	33%	0	0%	4	25%
Más de \$200	5	42%	3	75%	8	50%
Total de respuestas	12	100%	4	100%	16	100%

Tabla 473: Tabulación pregunta 5

VARIABLES	¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?				GRAN TOTAL	
	Estados Unidos		Centro America		fr	%
	fr	%	fr	%		
Semana santa	6	50%	1	25%	7	44%
Vacaciones de agosto	2	17%	0	0%	2	13%
Fin de año	8	67%	3	75%	11	69%
Vacaciones del trabajo	0	0%	0	0%	0	0%
Fiestas Patronales	2	17%	0	0%	2	13%
Fin de Semana	0	0%	0	0%	0	0%
Días de asueto	0	0%	0	0%	0	0%
En cualquier temporada	3	25%	1	25%	4	25%
Otro	0	0%	0	0%	0	0%
Total de respuestas	21	175%	5	125%	26	163%
Total de encuestas	12	100%	4	100%	16	100%

Tabla 474: Tabulación pregunta 6

VARIABLES	¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?				GRAN TOTAL	
	Estados Unidos		Centro América		fr	%
	fr	%	fr	%		
Ecoturismo	3	8%	2	17%	5	31%
Turismo de aventura	5	13%	2	17%	7	44%
Turismo de sol y playa	11	28%	3	25%	14	88%
Turismo cultural	3	8%	1	8%	4	25%
Turismo rural	6	15%	2	17%	8	50%
Turismo arqueológico	3	8%	1	8%	4	25%
Turismo religioso	2	5%	0	0%	2	13%
Turismo gastronómico	6	15%	1	8%	7	44%
Otro	0	0%	0	0%	0	0%
Total de respuesta	39	100%	12	100%	51	100%
Total de encuestas	12	100%	4	100%	16	100%

Tabla 475: Tabulación pregunta 7

VARIABLES	¿Qué medio de transporte utiliza para realizar actividades turísticas?				GRAN TOTAL	
	Estados Unidos		Centro América		fr	%
	fr	%	fr	%		
Carro Propio	6	50%	2	50%	8	50%
Carro Alquilado	6	50%	0	0%	6	38%
Autobús	0	0%	2	50%	2	13%
Microbús	0	0%	0	0%	0	0%
Otros	0	0%	0	0%	0	0%
Total de respuestas	12	100%	4	100%	16	100%
Total de encuestas	12	100%	4	100%	16	100%

Tabla 476: Tabulación pregunta 8

VARIABLES	¿Ha realizado turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, ...)?				GRAN TOTAL	
	Estados Unidos		Centro América		fr	%
	fr	%	Fr	%		
Si	1	8%	0	0%	1	6%
No	11	92%	4	100%	15	94%
Total de respuestas	12	100%	4	100%	16	100%

Tabla 477: Tabulación pregunta 9

VARIABLES	¿Estaría interesado en realizar turismo en algún municipio de la microrregión de Ahuachapán norte (Atiquizaya, San Lorenzo, Turín, El Refugio)?				GRAN TOTAL	
	Estados Unidos		Centro América		fr	%
	fr	%	fr	%		
Si	11	92%	3	75%	14	88%
No	1	8%	1	25%	2	13%
Total de respuestas	12	100%	4	100%	16	100%

Tabla 478: Tabulación pregunta 10

VARIABLES	¿Qué actividad turística o que sitios turísticos le gustaría visitar en los municipios de				GRAN TOTAL	
	Estados Unidos		Centro América			
	fr	%	fr	%	fr	%
Sus ríos y cascadas	8	73%	3	100%	11	79%
Sus iglesias parroquiales	3	27%	0	0%	3	21%
Sus parques	1	9%	0	0%	1	7%
Conocer y compra de artesanías	3	27%	3	100%	6	43%
Sus festivales gastronómicos	8	73%	3	100%	11	79%
Sus parques Acuáticos	7	64%	2	67%	9	64%
Casas de campo	6	55%	0	0%	6	43%
Otros	0	0%	0	0%	0	0%
Total de respuestas	36	327%	11	367%	47	336%
Total de encuestas	11	100%	3	100%	14	100%

Anexo 14: FICHAS TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado consumidor para el turista nacional.
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Departamentos	San Salvador, La Libertad, Santa Ana, Sonsonate, Ahuachapán.
Lugar del trabajo de campo	Plazas y parques de los municipios más importantes: San Salvador Santa Tecla, Antiguo Cuscatlán, Nuevo Cuscatlán. Santa Ana Sonsonate, Nahuizalco. Atiquizaya, Turín, El Refugio, San Lorenzo.
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Encuesta presencial y en línea.
Instrumento Aplicado	Cuestionario.
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Perfil	Edad: mayor de 18 años Sexo: Hombre o Mujer Lugar de residencia: San Salvador, La Libertad, Santa Ana, Sonsonate, Ahuachapán.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado consumidor para el turista internacional.
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Lugar del trabajo de campo	-
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Encuesta en línea.
Instrumento Aplicado	Cuestionario.
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Perfil	Edad: mayor de 18 años Sexo: Hombre o Mujer Lugar de residencia: Norteamericano o Centroamericano.

Anexo 15: instrumento de recolección de información mercado competidor



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

ESTUDIO DE MERCADO COMPETIDOR PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA MICROREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE

MUNICIPIO COMPETIDOR: _____
NOMBRE DEL REPRESENTANTE: _____
CARGO: _____

ORGANIZACIÓN TURISTICA DEL MUNICIPIO

1. ¿La alcaldía municipal apoya el turismo del municipio?
2. ¿Dentro de la alcaldía municipal existe un Departamento o Unidad encargada del desarrollo turístico local?
3. ¿Cuáles son las funciones del Departamento o Unidad turística municipal?
4. ¿Existe un presupuesto destinado para el desarrollo turístico del municipio por parte de la Alcaldía?
5. ¿Existe un Plan de Desarrollo Turístico del municipio?
6. ¿Existe un presupuesto destinado para el desarrollo turístico del municipio por parte de la Alcaldía?
7. ¿Existe algún Plan de Desarrollo turístico de la ruta turística a la que pertenece?
8. ¿La Ruta turística a la que pertenece recibe algún tipo de apoyo por parte de alguna entidad Gubernamental o externa?

OFERTA TURISTICA

9. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos que posee el municipio?
10. ¿Qué infraestructura y servicios de apoyo posee el municipio para recibir turistas? (alimentación y hospedaje)
11. ¿Posee guías turísticos certificados el municipio?
12. ¿Se realiza publicidad o promoción al turismo del municipio y de la ruta turística a la que pertenece?

DEMANDA TURISTICA

13. ¿Cuál es el motivo principal por el que llegan turistas al municipio?
14. ¿Cuál es el atractivo turístico que posee mayor demanda por los turistas en el municipio?
15. ¿Poseen estadísticas de afluencia turística?
16. ¿Qué considera que contribuye para que el municipio tenga el desarrollo turístico que posee actualmente?

17. ¿Considera que las personas visitan el municipio porque éste es parte de algún circuito o ruta turística conocida?

COMPETENCIA TURISTICA

18. ¿Cuáles con las características del municipio o asociación de los municipios que han permitido su desarrollo turístico?

19. ¿Quiénes consideran que son sus mayores competidores como municipio?

20. ¿Qué considera que hace atractivos a estos municipios o rutas turísticas?

21. ¿Cuál es el nivel de participación ciudadana en el desarrollo turístico local?

Anexo 16: Recolección de información MERCADO COMPETIDOR



Ilustración 2212. Murales en Ataco.



Ilustración 220. Entrevista en CAT Apaneca.



Ilustración 2224. Parque central de Nahuiscalco.



Ilustración 226 Visita a Juayua.



Ilustración 2237. Junto a encargado de la Unidad de Turismo de Juayua.



Ilustración 2248. Visitando CAT Apaneca.



Ilustración 229. Alcaldía de Apaneca.



Ilustración 227: En CAT Suchitoto



Ilustración 2291. Con Responsable de la unidad de turismo de Suchitoto.



Ilustración 228. Con Técnico de CAT La Libertad.



Ilustración 22533. Junto al Administrador del Turicentro Trapiche.



Ilustración 22634. Visitando la oferta turística de Chalchuapa.

Anexo 17: FICHAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MUNICIPIOS A MICRORREGIONES

Las fichas técnicas de las entrevistas realizadas a representantes municipios pertenecientes a microrregiones que forman parte de una de los competidores de la microrregión de Ahuachapán Norte se presentan a continuación:

Tabla 479. Ficha técnica de investigación de Microrregión Ahuachapán Centro.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado competidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	Ahuachapán, Tacuba, Apaneca, Concepción de Ataco
Lugar del trabajo de campo	Visita técnica a los municipios de Apaneca y Concepción de Ataco – Entrevista en Línea en Ahuachapán y Tacuba.
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Función Desempeñada	Unidad de Turismo (Ahuachapán), Miembro del CDT (Tacuba), Técnico CAT Apaneca, Guía Turístico (Ataco)

Tabla 480. Ficha técnica de investigación de Microrregión Ahuachapán Sur.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado competidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	San Francisco Meléndez, San Pedro Puxtla, Jujutla, Guaymango.
Lugar del trabajo de campo	Entrevista en Línea.
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Función Desempeñada	Miembros de Alcaldía municipal.

FICHAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MUNICIPIOS INDEPENDIENTES COMPETIDORES

Las fichas técnicas de las entrevistas realizadas a representantes de municipios que forman parte de una de los competidores de la microrregión se presentan a continuación:

Tabla 481. Ficha técnica de investigación del municipio de Juayúa.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado competidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	Juayúa

Lugar del trabajo de campo	Oficina de Turismo - Alcaldía de Juayúa
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Antonio Segundo
Función Desempeñada	Responsable de la Oficina de Turismo de Juayúa

Tabla 482. Ficha técnica de investigación del municipio de Suchitoto.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado competidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	Suchitoto
Lugar del trabajo de campo	Oficina de Turismo - Alcaldía de Suchitoto
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Miguel Duran
Función Desempeñada	Responsable de la Unidad de Turismo de Suchitoto

Tabla 483. Ficha técnica de investigación del municipio de Ahuachapán.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado competidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	Ahuachapán
Lugar del trabajo de campo	Entrevista en Línea.
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Función Desempeñada	Responsable de la Unidad de Turismo de Ahuachapán

Tabla 484. Ficha técnica de investigación del municipio de Chalchuapa.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado competidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	Chalchuapa
Lugar del trabajo de campo	Alcaldía de Chalchuapa
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Carlos Castro
Función Desempeñada	Miembro del Consejo Municipal

FICHAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MUNICIPIOS INDEPENDIENTES COMPETIDORES

Las fichas técnicas de las entrevistas realizadas a representantes rutas turísticas que forman parte de una de los competidores de la microrregión se presentan a continuación:

Tabla 485. Ficha Técnica de Investigación Ruta de la Paz.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado competidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	Pequín Morazán
Lugar del trabajo de campo	CAT Ruta de la paz.
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Melvin Roberto Orellana Vásquez
Función Desempeñada	Técnico CAT Ruta de la paz.

Tabla 486. Ficha Técnica de Investigación Ruta de las flores.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado competidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	Apaneca
Lugar del trabajo de campo	CAT Ruta de las flores
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Isabel Suarez
Función Desempeñada	Técnico CAT Ruta de las flores

Tabla 487. Ficha Técnica de Investigación Ruta Fresca.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado competidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	La Palma
Lugar del trabajo de campo	Centro de amigos del turista la palma
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Francisco Mejía
Función Desempeñada	Técnico CAT La Palma

Tabla 488.. Ficha Técnica de Investigación Ruta de Artesanal.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado competidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	Suchitoto
Lugar del trabajo de campo	Centro de amigos del turista Suchitoto
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Ana María Ochoa
Función Desempeñada	Técnico CAT Suchitoto

Tabla 489. Ficha Técnica de Investigación Ruta Sol y Playa.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado competidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	La Libertad
Lugar del trabajo de campo	Centro de amigos del turista La Libertad, Complejo Turístico del Puerto de La Libertad.
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Mirna Martínez
Función Desempeñada	Técnico CAT La Libertad

Anexo 18: instrumento mercado distribuidor.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

ESTUDIO DE MERCADO DISTRIBUIDOR PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA
MICROREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE

ENCUESTA DIRIGIDA A TOUR OPERADORAS NACIONALES

Nombre de la empresa tour operadora: _____

1. ¿Cuáles son los servicios o paquetes turísticos que oferta?

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Transporte | <input type="checkbox"/> Hospedaje |
| <input type="checkbox"/> Tour guiado | <input type="checkbox"/> Otro, especifique: _____ |
| <input type="checkbox"/> Alimentación | |

2. ¿A qué mercado van dirigidos? ¿Tienen segmentos de mercado?

3. ¿Qué características requiere un destino turístico para ser parte de los viajes que ofrecen a los turistas?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Seguridad | <input type="checkbox"/> Servicios básicos |
| <input type="checkbox"/> Oferta turística diversa | <input type="checkbox"/> Limpieza de los atractivos turísticos |
| <input type="checkbox"/> Alta demanda turística | <input type="checkbox"/> Otros |
| <input type="checkbox"/> Accesibilidad | |

Especifique y complemente:

4. ¿Tienen alianzas con algunas municipalidades de los pueblos vivos o con alguna otra institución o empresas en los lugares visitados?

5. ¿Época del año donde se realizan más viajes y son más demandados los tours?

6. ¿Qué medios utiliza para darse a conocer al mercado?

7. ¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Ruta de las Flores | <input type="checkbox"/> Ruta del Café |
| <input type="checkbox"/> Ruta Sol y Playa | <input type="checkbox"/> Ruta de los Volcanes |
| <input type="checkbox"/> Ruta Arqueológica | <input type="checkbox"/> Ruta Náhuat Pipil |
| <input type="checkbox"/> Ruta Artesanal | <input type="checkbox"/> Otra, especifique: _____ |
| <input type="checkbox"/> Ruta de la Paz | |

8. ¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?

Microbús Autobús Otros

9. ¿Cuáles son los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte que actualmente ofrecen a los turistas?

Atiquizaya San Lorenzo Turín
 El Refugio Ninguno

Si contesto ninguno pase a la pregunta 16.

10. ¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan a los municipios de la microrregión?

11. De los municipios mencionados anteriormente, ¿cuáles son los atractivos turísticos que visita en sus recorridos turísticos?

12. ¿Cuántas veces al año realiza tours a los municipios que integran la microrregión de Ahuachapán Norte?

1 a 5 veces Más de 10 veces
 5 a 10 veces

13. ¿Cuál es el tamaño de los grupos de turistas con los que generalmente visitan alguno de los municipios de la microrregión de Ahuachapán Norte?

Menor a 10 personas De 30 a 40 personas
 De 10 a 20 personas De 40 a 50 personas
 De 20 a 30 personas Más de 50 personas

14. ¿Cuáles considera que son las fortalezas en materia de turismo en los municipios que integran la microrregión de Ahuachapán Norte?

15. ¿Cuáles considera que son las debilidades en materia de turismo en los municipios que integran la microrregión de Ahuachapán Norte?

16. ¿Por qué no realiza Tours a los municipios de Atiquiza ya, San Lorenzo, Turín o El Refugio?

Anexo 19: recolección de información MERCADO DISTRIBUIDOR



Ilustración 2335. Visita a Tour Operador Geoturismo.

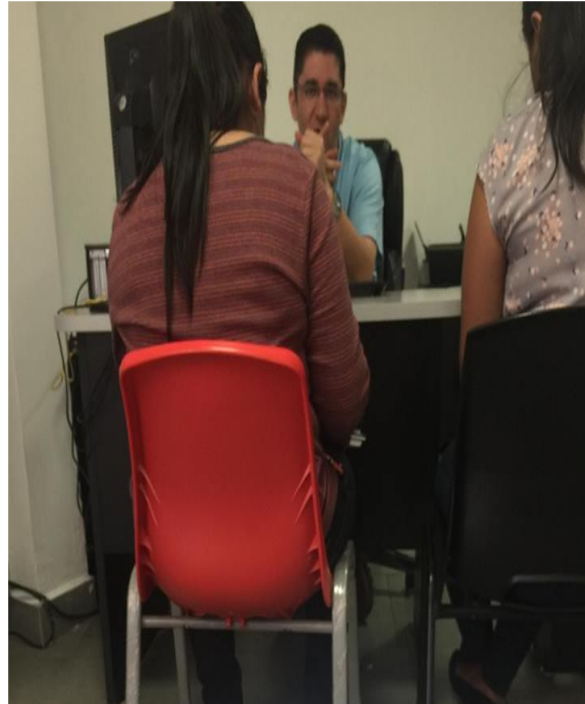


Ilustración 232. Visita Tour Operador Sophia Tours.



Ilustración 2307. Visita a Grupo Global Tours. Con el Gerente de Palmeras Tours.



Ilustración 2318. Visita a oficina de información y Planificación de Buses Alegres. Calle Arce.



Ilustración 2349. Visita a Grupo Turístico Cuscatlán. Olas Travel.



Ilustración 2350. Visita operador de turístico: Escaladores Tours.



Ilustración 2361. Visita a Operador turístico: El Salvador Xpedition.



Ilustración 242. Visita al operador de Turismo: Axel Travel. A lado del gerente Axel Aldair.

Anexo 20: ficha mercado distribuidor.

FICHAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE DISTRIBUIDORES

Las fichas técnicas de las entrevistas realizadas a operadores de turismo los cuales son distribuidores del consumidor turístico se presentan a continuación:

Tabla 490. Ficha Técnica de investigación del Mercado Distribuidor.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado distribuidor
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Universo	Tour operadores de El Salvador
Número de operadores de turismo entrevistados	17
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada presencial Encuesta en Línea
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado competidor
DATOS DEL LOS ENTREVISTADOS	
OPERADOR DE TURISMO	ENTREVISTADO
EL SALVADOR XPEDITION	Wendy Escobar
VIP TOURS	Guía Turístico, Guía Turístico, del equipo de trabajo.
GEOTURISMO	Marvin Flores.
CLUB MOCHILEROS DE EL SALVADOR	Guía Turístico, del equipo de trabajo.
TUCAN TRAVEL	Guía Turístico, del equipo de trabajo.
PALMERAS TOUR	Ever Jonatan Acosta (Gerente General)
ECTOURS	Edwin E. Carrillo (Gerente General)
AXEL TRAVEL	Axel Aldair (Dueño)
ESCALADORES TOURS	Vicente Antonio Reyes
GUANA TOUR S	Edwin Portillo (Dueño y guía turístico)
SOPHIA TOURS	Denis Steve Saravia (Gerente)
ADVENTURES TOURS SV	Ricardo Romero
ATIQUIZ TUR	Karen Lizzeth Arévalo Góchez (Coordinadora de Turismo)
UNIDAD DE TURISMO SAN LORENZO	José Flores (Miembro CDT San Lorenzo)
ISTU (PROGRAMA BUSES ALEGRES)	Julio López (Planificador y coordinador de los buses alegres)
TUKI TOURS EL SALVADOR	Obed Flores
OLAS TRAVEL	Gerente de Ventas

Anexo 21: instrumento de recolección mercado proveedor.



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA**

**ESTUDIO DE MERCADO PROVEEDOR PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA
MICROREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE**

INSTITUCION CONSULTADA: _____
NOMBRE DEL REPRESENTANTE: _____
CARGO: _____

♦ OFERTA DE SERVICIOS PARA EL TURISMO.

1. ¿Cuáles son los servicios o apoyo que la institución posee para el sector turismo?
2. ¿Posee alguna alianza con otras instituciones que actualmente apoyen al turismo?
3. ¿Cuáles son los requisitos que se deben poseer para aplicar a un servicio?

ENTREVISTA A PROVEEDOR.



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA**

**ESTUDIO DE MERCADO PROVEEDOR PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA
MICROREGIÓN DE AHUACHAPÁN NORTE**

INSTITUCION CONSULTADA: CAT SUCHITOTO.
NOMBRE DEL REPRESENTANTE:
CARGO: TECNICO.

OFERTA DE SERVICIOS PARA EL TURISMO.

1. ¿Cuáles son los servicios o apoyo que la institución posee para el sector turismo?

Nosotros somos una institución que apoya a las municipalidades en la gestión de capacitaciones que ellos requieran, dependiendo del tipo de capacitación que los actores del turismo deseen, así se gestionara con la entidad correspondiente. Y a esta entidad se le hace llegar una carta solicitando el apoyo, cuantos serán los capacitados, la fecha y hora en las que se desea impartir.

Cuando se realiza el encuentro anual del comité de turismo, allí se imparten diferentes capacitaciones como uso de las redes sociales, como preparar una feria, cultura turística, etc.

2. ¿Posee alguna alianza con otras instituciones que actualmente apoyen al turismo?

Nosotros somos una dependencia del MITUR, entonces trabajamos en conjunto con el MITUR y el CONSATUR, y gestionamos las capacitaciones a las instituciones correspondiente ya sea el Ministerio de ganadería, el ministerio de salud, etc. dependerá de lo que se desee.

3. ¿Cuáles son los requisitos que se deben poseer para aplicar a un servicio?

Para gestionar capacitaciones se deben pertenecer a los actores reconocidos por la Ley de CONSATUR como:

- Comité de desarrollo turístico
- Los empresarios turísticos
- Asociaciones turísticas
- La mesa de turismo

Anexo 22: FICHAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MUNICIPIOS INDEPENDIENTES COMPETIDORES

Tabla 491.. Ficha Técnica de Investigación Ruta de Artesanal.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	
DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Tema de investigación	Investigación del mercado proveedor.
Nombre de Investigador	Karen Landaverde, Stefany Hernández, Celsy Vásquez
Municipio	Suchitoto
Lugar del trabajo de campo	Centro de amigos del turista Suchitoto
Fecha del trabajo de campo	Mayo 2019
Técnica Utilizada	Entrevista personal semi estructurada
Instrumento Aplicado	Cuestionario del mercado Proveedor
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre	Ana María Ochoa
Función Desempeñada	Técnico CAT Suchitoto

Anexo 23. ANÁLISIS FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades Debilidades, y Amenazas) es un método habitual de diagnóstico de la situación, empleado en los procesos de planificación estratégica. Este análisis nos permite construir un cuadro sobre la situación actual de objeto de estudio, lo que permite obtener un diagnóstico más preciso y a partir de ello tomar decisiones más apegadas a los objetivos. A partir de este análisis suele desarrollarse el árbol de objetivos y acciones a desplegar.

Fortalezas y Debilidades se refieren a características internas de la microrregión en cuanto al turismo, mientras Oportunidades y Amenazas son aspectos positivos/negativos externos que pueden ayudar/obstaculizar el logro de los objetivos. Las fortalezas como las debilidades como ya se dijo, son internas de la microrregión, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio, las oportunidades y las amenazas son externas, y solo se puede actuar indirectamente en ellas.

Este tipo de técnica fue elegido porque es una herramienta específica para la determinación de las ventajas competitivas de cualquier situación, empresa o producto, punto de partida para la toma de decisiones estratégicas enfocadas a mejorar la situación en el futuro. Se utiliza mucho además para la planificación estratégica de destinos turísticos y el desarrollo de planes de gestión de destino.

A continuación, se muestra el listado de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas obtenidos en la etapa de diagnóstico, las cuales se han agrupado en aspectos en común.

✓ FACTORES INTERNOS

Tabla 492. Fortalezas de la microrregión de Ahuachapán Norte.

ASPECTO	FORTALEZAS
Organización	<ol style="list-style-type: none">3. Disposición de las municipalidades de la microrregión de trabajar en conjunto para el desarrollo turístico.4. Existencia de unidades de turismo en el municipio de Atiquizaya y San Lorenzo5. Existencia de un comité de desarrollo turístico en los municipios de Atiquizaya y San Lorenzo.6. Apoyo de empresas y negocios a las actividades turísticas.7. Las municipalidades se encuentran trabajando por el desarrollo turístico.8. Participación en pueblos vivos.9. San Lorenzo posee una Marca Destino.10. Participación en el Programa Un Pueblo un Producto, respaldado por el JICA en los municipios de San Lorenzo y Atiquizaya.

Infraestructura	<p>9. Carreteras interrelacionadas que vinculan a la ciudad con los corredores económicos.</p> <p>10. Algunos municipios destacan por su limpieza.</p> <p>11. La cercanía entre los municipios de la microrregión permite realizar visitas en todos en un solo día.</p> <p>12. Calles principales de la microrregión en buen estado.</p> <p>13. Múltiples establecimientos de alimentación</p>
Oferta turística	<p>15. Artesanía amplia y variada, con proyección a su exportación.</p> <p>16. La implementación exitosa de festivales gastronómicos y deportivos.</p> <p>17. Poseer la única cascada de aguas termales en el país.</p> <p>18. Su oferta turística integra historia, gastronomía, aventura, turismo rural, cultural, ecoturismo y agroturismo.</p> <p>19. Incorporación de murales culturales y turísticos en las fachadas de casas y negocios de algunos municipios.</p> <p>20. Posee gastronomía innovadora a base de jocote, loroco y maíz.</p> <p>21. Atractivos naturales, flora, paisajismo.</p> <p>22. La existencia de diferentes tradiciones que son promovidas de generación en generación.</p> <p>23. Existencia de leyendas de valor histórico y cultural.</p> <p>24. Asentamientos mayas.</p> <p>25. Poseen Iglesias con agradables detalles arquitectónicos.</p> <p>26. Realización de actividades religiosas y tradicionales.</p> <p>27. Los municipios cuentan con Espacios adecuados para el esparcimiento</p> <p>28. Recursos hídricos abundantes.</p> <p>29. Existe un gran potencial de agroturismo en la microrregión.</p> <p>30. Oferta de turismo de aventura, rural, cultural, ecoturismo, gastronómico, agroturismo.</p>
Ubicación	<p>31. Cercanía a la frontera con Guatemala, así como a la capital de Ahuachapán.</p> <p>32. Producción agrícola de maíz, café, caña, jocote y diversas hortalizas.</p> <p>33. Cercanía con los municipios miembros de la microrregión</p> <p>34. Clima</p>
Recurso Humano	<p>35. Existencia de guías turísticos capacitados (San Lorenzo y Atiquizaya).</p> <p>36. Espacios para el desarrollo de la cultura y el arte.</p> <p>37. Población libre analfabetismo.</p>
Información	<p>38. Oficina de información turística en los municipios de Atiquizaya y san Lorenzo</p>
Medio Ambiente	<p>39. Muchos de los recursos naturales están libres de contaminación.</p>
Comunidad	<p>40. Comunidad participativa y hospitalaria.</p>

Tabla 493. Debilidades de la microrregión de Ahuachapán Norte.

ASPECTO	DEBILIDADES
Organización	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inexistencia de comité de desarrollo turístico en el municipio de Turín y el no funcionamiento del comité de desarrollo turístico en el municipio de El Refugio. 2. Pocos programas de desarrollo y de fortalecimiento turístico. 3. Deficiente gestión de los recursos turísticos y sensibilización turística. 4. Falta de continuidad en los proyectos de desarrollo turístico ante cambios políticos. 5. Inexistencia de una Red Municipal de Turismo. 6. Inactividad de la microrregión Ahuachapán Norte. 7. No posee una organización turística como microrregión y no posee plan de desarrollo turístico.
Infraestructura	<ol style="list-style-type: none"> 8. Mal estado de las calles que conducen a los Recursos Turísticos. 9. Limitados presupuestos para el acondicionamiento urbano y turístico. 10. Falta de estacionamientos vehiculares públicos y privados en el centro histórico de alguno de los municipios. 11. Deficiencias de infraestructura urbana complementaria, basureros, iluminación, restaurantes y alojamientos. 12. Escasa señalización de información, turística y vial. 13. Falta de servicios sanitarios públicos. 14. No cuenta con parqueos con capacidad para recibir una demanda alta de visitantes. 15. Mala ubicación y falta de depósitos para colocación de basura 16. Desorden comercial y vehicular cerca de los centros históricos en actividades que generen gran afluencia. 17. No existe una renovación en calles principales que incluya la ornamentación urbana, por medio de elementos como mobiliarios, luces, jardines, etc. que tengan como fin presentar la ciudad, mejorar su imagen ante los mismos ciudadanos y visitantes. 18. Poca iluminación en las calles alrededor del parque y algunas calles urbanas por la noche. 19. Falta de medios de transportes públicos que transiten en la microrregión. 20. Falta de lugares de alojamiento.
Oferta turística	<ol style="list-style-type: none"> 21. Escaso incentivo para el impulso y crecimiento del turismo. 22. La promoción turística actual es para pocos atractivos turísticos. 23. Falta de infraestructura de apoyo dentro de los recursos turísticos. 24. Falta de modernización. 25. Inexistencia de rutas turísticas como microrregión.

Recurso Humano	<p>26. Bajo desarrollo en cuanto a la educación.</p> <p>27. Insuficiente capacitación a los habitantes de los municipios en cuanto a turismo y manejo de alimentos.</p> <p>28. No cuenta con personal técnico capacitado en algunos municipios.</p> <p>29. Falta de Guía Turístico a nivel de la microrregión</p> <p>30. Falta de guías bilingües.</p> <p>31. Poco emprendedurismo en la creación de empresas de productos y servicios turísticos.</p>
Seguridad	<p>32. Imagen de inseguridad en la microrregión.</p> <p>33. Falta de patrullaje en los caminos de la microrregión.</p> <p>34. Falta de puesto de Politur.</p>
Información	<p>35. Poco conocimiento de los atractivos turísticos que ofrece la microrregión, por parte de los consumidores y distribuidores.</p> <p>36. Deficiente información sobre las características de los recursos turísticos.</p> <p>37. Escasa información turística de la microrregión.</p> <p>38. Inexistencia de marketing y promoción turística adecuada a nivel regional, nacional e internacional.</p> <p>39. No existe un sistema de conteo y estadística que permita realizar una proyección en la visitación de turistas en el municipio.</p> <p>40. Escasos puntos de información turística.</p>
Medio Ambiente	<p>41. Contaminación de algunos Ríos pertenecientes a la Microrregión.</p> <p>42. No existe señalización que ayude a tomar conciencia sobre el uso de agua y energía.</p>
Comunidad	<p>43. Falta de identidad cultural.</p>

✓ FACTORES EXTERNOS

Tabla 494. Oportunidades de la microrregión de Ahuachapán Norte.

ASPECTO	OPORTUNIDADES
Organización	<p>11. Existen entidades públicas como MITUR, CONSATUR, CONAMYPE y organizaciones como JICA, ONG, FAO, USAID que desean ayudar al desarrollo de emprendimientos de turismo, con recursos económicos, técnicos y personal.</p> <p>12. Disposición de los operadores de turismo para realizar tours a la microrregión, si cumple los requisitos que ellos establecen.</p> <p>13. Establecimiento de alianzas estratégicas con empresarios del sector turístico.</p> <p>14. Alianzas estratégicas en materia de turismo con otros municipios.</p>
Infraestructura	<p>15. Futura infraestructura y servicios de salud.</p> <p>16. Mejoramiento de la infraestructura y servicios básicos a través del desarrollo turístico.</p>
Demanda	<p>17. El crecimiento del turismo tiene una tendencia de crecimiento lineal cada año.</p> <p>18. La actual afluencia turística del municipio de Atiquizaya puede permitir aumentar la afluencia turística en los otros municipios de la microrregión.</p> <p>19. Alto y continuo flujo anual de turistas a algunos recursos.</p>

	<p>20. Incremento de la demanda que prefiere turismo de naturaleza, artesanal y gastronómico.</p> <p>21. El turista internacional se ve atraído por el turismo rural y gastronómico.</p> <p>22. Existe una alta preferencia por realizar turismo de tipo de aventura, rural, ecoturismo y gastronómico.</p>
Información	<p>23. Uso de Redes sociales para promoción y publicidad.</p> <p>24. Existencia de medios electrónicos para la publicación de videos turísticos.</p>
Asistencia Técnica	<p>25. Instituciones gubernamentales ofrecen capacitaciones en materia turística</p>
Medio Ambiente	<p>26. Fomento de la protección de recursos naturales, por medio de elaboración de proyectos medio ambientales.</p>
Comunidad	<p>27. Mayor ingreso económico en la microrregión al promover el desarrollo turístico.</p> <p>28. Sus aguas de origen termal, brinda oportunidades para el desarrollo de turismo termal y de recuperación de la salud.</p> <p>29. El aumento de las oportunidades de empleo directo e indirecto al incrementar los servicios del sector turismo.</p> <p>30. Pertenencia de la identidad turísticas, al promover y posicionar el turismo de la microrregión.</p> <p>31. Los habitantes otros Municipios buscan espacios para visitar</p> <p>32. Incremento de condiciones adecuadas para el desarrollo social de la comunidad a través del desarrollo turístico.</p> <p>33. El turismo es una alternativa de esparcimiento.</p> <p>34. Los habitantes otros Municipios buscan espacios para visitar.</p>

Tabla 495. Amenazas a las que se enfrenta la microrregión de Ahuachapán Norte.

ASPECTO	AMENAZAS
Competencia	<p>35. Surgimiento de nuevos destinos mejor posicionados en el mercado que ofrezcan productos turísticos.</p> <p>36. Preferencia por el turismo de sol y playa.</p> <p>37. Competencia de otros municipios con atractivos similares y posicionados en el mercado.</p>
Seguridad	<p>38. Crecimiento de la violencia urbana y disminución de la seguridad</p> <p>39. Delincuencia en el país</p>
Medio Ambiente	<p>40. Cambio climático.</p> <p>41. Deforestación.</p> <p>42. Contaminación.</p>
Economía	<p>43. Crisis económica</p>
Comunidad	<p>44. Transculturización</p>
Información	<p>45. Medios de comunicación amarillistas</p>

Anexo 24. Capacidad instalada Producto turístico cultural.

✓ PUENTE VIEJO.

Capacidad de Carga Física.

Los criterios tomados en cuenta para determinar la capacidad de carga física (CCF) fueron:

Tabla 496: valores de los criterios a tomar en cuenta para la capacidad de carga turística.

FACTORES DE VISITA			
Factores	Zona verde	Puente	Rio.
Horario de visita (horas/día)	10	10	10
Tiempo de visita (horas)	0.25	0.25	0.5
Superficie disponible en m ²	135	110	160
FACTORES SOCIALES			
Espacio por persona (m ²)	2	2	2

- Se considera que el área necesaria para que una persona pueda realizar actividades recreativas y no se sienta sofocado es 2 m².
- El horario de visita es una de las consideraciones básicas para la determinación de la capacidad de carga; el número personas que pueden visitar un sitio depende primeramente del número de horas que el sitio está abierto para las visitas. El número de horas para visitas el Puente Viejo es de 10 horas; con horario de visita de 08:00 a.m. a 6:00 p.m.
- Se estima que un turista necesita 1 hora aproximada para que conozca y disfrute este recurso turístico.

La CCF para el Puente Viejo y sus visitantes diarios es de:

- Para la zona verde Cerca de este:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{0.25 h} = 40 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar cada ruta (0.25h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{135m^2}{2m^2} * 40 = 2700 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

- Para el uso del puente:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{0.25 h} = 40$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar cada ruta (0.25h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{110m^2}{2m^2} * 40 = 2200 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

- Para el uso de la parte del rio que se encuentra por debajo de esta y que no es muy profunda:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{0.5 h} = 20 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar cada ruta (0.5h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{160m^2}{2m^2} * 20 = 1600$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

CAPACIDAD DE CARGA REAL.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad del Puente Viejo, se consideró relevante los siguientes Factores: el Factor Social (Fcsoc), el Factor Biológico (Fcb), Factor solar (Fcsol) y el factor de mantenimiento.

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que visitan usualmente el Puente viejo se realizan por grupo de turistas donde el promedio de los integrantes de grupo es 25 personas.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para moverse libremente es de 2 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 5 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo.

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

- Para la zona verde:

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{135m^2}{5\frac{m^2}{\text{por grupo}} + 50\frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 2 \text{ grupos}$$

- Para el puente:

Para el puente viejo ya que es una estructura histórica que data desde 1800 se hizo las siguientes interrogantes: ¿cuántas personas pueden permanecer a la vez en el interior de determinados espacios garantizando unas mínimas condiciones de conservación del patrimonio? y ¿cuántas personas se pueden acoger asegurando unas mínimas condiciones de contemplación del patrimonio y desarrollo de la visita? Se considera que 25 personas por grupo son razonables para el uso del Puente Viejo en un tiempo de 15 min.

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{110m^2}{5\frac{m^2}{\text{por grupo}} + 50\frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 2 \text{ grupos}$$

- Para el rio:

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{160m^2}{5\frac{m^2}{\text{por grupo}} + 50\frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 3 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

- Para la zona verde y el puente:
 $P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$
 $P = (2 \text{ grupos}) \times (25 \text{ personas/grupo}) = 50 \text{ personas}$
- Para el río:
 $P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$
 $P = (3 \text{ grupos}) \times (25 \text{ personas/grupo}) = 75 \text{ personas}$

Luego, se hace el cálculo de la “Magnitud Limitante” (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

- Para la zona verde:
 $Mlx = Mtx - P(sp)$
 $Mlx = 135 \text{ m}^2 - 50 \text{ personas} (2 \text{ m}^2) = 35 \text{ m}^2.$
- Para el puente:
 $Mlx = Mtx - P(sp)$
 $Mlx = 110 \text{ m}^2 - 50 \text{ personas} (2 \text{ m}^2) = 10 \text{ m}^2.$
- Para el río:
 $Mlx = Mtx - P(sp)$
 $Mlx = 160 \text{ m}^2 - 75 \text{ personas} (2 \text{ m}^2) = 10 \text{ m}^2.$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mtx} \right)$$

- Para la zona verde:
 $FC_x = 1 - \left(\frac{35}{135} \right) = 0.74$
- Para el puente:
 $FC_x = 1 - \left(\frac{10}{110} \right) = 0.90$
- Para el río:
 $FC_x = 1 - \left(\frac{10}{160} \right) = 0.94$

FACTORES BIOLÓGICOS (Fcbio).

Se considera este factor, ya que, durante el recorrido del recurso, se pasarán por áreas verdes, cuya flora apoya el atractivo y ornamentación de la zona, y por la fauna existente en el río. Por lo tanto, la vegetación como la fauna se verá afectada producto de la necesidad de ensanchamiento para un adecuado desplazamiento de los visitantes.

Se procede a realizar el cálculo de la “Magnitud Limitante” (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada o debe ser ocupada en menor medida porque hay que proteger los recursos que allí existen. Solo se calculará para la zona verde y el río, ya que son los que poseen fauna y flora, el puente se consideró su conservación en el cálculo anterior.

- Para la zona verde:
 $Ml_x = \text{Área a proteger por la flora existente} = 20 \text{ m}^2$.
- Para el río:
 $Ml_x = \text{Área a proteger por la fauna existente} = 25 \text{ m}^2$.

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Ml_x}{Mt_x} \right)$$

- Para la zona verde:
 $FC_x = 1 - \left(\frac{20}{135} \right) = 0.85$
- Para el río:
 $FC_x = 1 - \left(\frac{25}{160} \right) = 0.84$

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (F_{C_{soc}} * F_{C_{biol}})$$

- Para la zona verde:
 $CCR = 2700 (0.74 * 0.85) = 1698$
- Para el puente:
 $CCR = 2200 (0.90) = 1980$
- Para el río:
 $CCR = 1600 (0.94 * 0.84) = 1263$

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

A continuación, se muestran los cuadros de evaluaciones:

Tabla 497: Evaluación de la Infraestructura.

Infraestructura	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Parqueo	1	1	4	3	3	3	13	0.813
Basureros	0	2	0	0	0	0	0	0
Baños	0	2	0	0	0	0	0	0
Señalización	0	4	0	0	0	0	0	0

Área de estancia.	1	1	4	3	3	3	13	0.813
Promedio								0.325

No se realizó evaluación del equipamiento, debido a que no hay infraestructura donde esta pueda ser instalada.

Tabla 498: Evaluación del Personal.

Personal	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Factor (C/4)
Guía.	1	1	4	1
Salvavidas.	1	1	4	1
Seguridad física.	2	2	4	1
Promedio.				1

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 499: Porcentaje de capacidad de manejo del Puente Viejo

VARIABLE	VALOR
Infraestructura	0.325
Personal	1
Promedio	0.66
Capacidad de manejo	66%

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

- Para la zona verde:
CCE= 1698(0.66)=1120
- Para el puente:
CCE= 1980 (0.66)=1307
- Para el rio:
CCR= 1263(0.66)=833

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga en el Puente Viejo se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 500: Resumen de las capacidades de carga.

CAPACIDAD DE CARGA	AREA VERDE	PUENTE	RIO
FISICA (CCF)	2700	2200	1600
REAL (CCR)	1698	1980	1263
EFFECTIVA (CCE)	1120	1307	833

Capacidad de carga Puente Viejo: 833 visitas /día.

✓ MURALES.

Capacidad de Carga Física.

Los criterios tomados en cuenta para determinar la capacidad de carga física (CCF) fueron:

Tabla 501: valores de los criterios a tomar en cuenta para la capacidad de carga turística.

FACTORES DE VISITA	
Factores	Valor
Horario de visita (horas/día)	10
Tiempo de visita (horas)	0.5
Superficie disponible en m ²	340
FACTORES SOCIALES	
Espacio por persona (m ²)	10

- Se considera que el área necesaria para que una persona pueda realizar actividades recreativas en los murales es 10 m² ya que cada mural consta aproximadamente de 10 m lineales y el turista se podrá tomar fotos sin ninguna interrupción.
- Como los murales son al aire libre, se considera que el horario oportuno para las visitas es de 08:00 a.m. a 6:00 p.m. para aprovechar la luz solar.
- Se estima que un turista necesita 30 minutos aproximada para que conozca y disfrute este recurso turístico.

La CCF para los murales y sus visitantes diarios es de:

- Calculando el NV:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{0.5 h} = 20 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar el recurso (0.5h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{340m^2}{10m^2} * 20 = 680 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (10 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Capacidad de Carga Real.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad de los murales, se consideró relevante el Factor Social (Fcsoc)

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que visitan usualmente los murales se realizan por grupo de turistas donde el promedio de los integrantes de grupo es 25 personas.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para que esta pueda disfrutar de tomarse fotografía en los murales es de 10 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 11 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo.

$$NG = \frac{Mtx}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

$$NG = \frac{Mtx}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{340m^2}{11 \frac{m^2}{\text{por grupo}} + 250 \frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 1 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

$$P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$$

$$P = (1 \text{ grupos}) \times (25 \text{ personas/grupo}) = 25 \text{ personas}$$

Luego, se hace el cálculo de la "Magnitud Limitante" (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

$$Mlx = Mtx - P(sp)$$

$$Mlx = 340 \text{ m}^2 - 25 \text{ personas} (10 \text{ m}^2) = 90 \text{ m}^2.$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mtx} \right)$$

$$FC_x = 1 - \left(\frac{90}{340} \right) = 0.735$$

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (F_{C_{soc}} * F_{C_{sol}})$$

$$CCR = 680 (0.734) = 440$$

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

No se hizo evaluación del equipamiento e infraestructura, ya que no hay infraestructura, ya que los murales están al aire libre y están ubicados en casas de la Barrio Las Salinas en Atiquizaya:

Tabla 502: Evaluación del Personal.

Personal	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Factor (C/4)
Guía.	1	1	4	1
Seguridad física.	2	2	4	1
Promedio.			1	

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 503: Porcentaje de capacidad de manejo de los murales.

VARIABLE	VALOR
Personal	1
Promedio	1
Capacidad de manejo	100%

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$
$$CCE = 440 (1) = 440$$

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga en los murales se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 504: resumen de las capacidades de carga.

CAPACIDAD DE CARGA	MURALES
FISICA (CCF)	680
REAL (CCR)	440
EFFECTIVA (CCE)	440

Capacidad de carga en murales: 440 visitas /día.

✔ LOTERÍA.

La exhibición de la lotería se realiza en el Parque 5 de noviembre de Atiquizaya, principalmente en el tramo que se encuentra enfrente de la Alcaldía.

Capacidad de Carga Física.

Los criterios tomados en cuenta para determinar la capacidad de carga física (CCF) fueron:

Tabla 505: valores de los criterios a tomar en cuenta para la capacidad de carga turística.

FACTORES DE VISITA	
Factores	Valor
Horario de visita (horas/día)	10
Tiempo de visita (horas)	0.5
Superficie disponible en m ²	215
FACTORES SOCIALES	
Espacio por persona (m ²)	2

- Se considera que el área necesaria para que una persona pueda realizar actividades recreativas y no se sienta sofocado es 2 m². La Lotería pueden jugarla hasta más de 50 personas.
- La exposición y juego de la Lotería se puede realizar en horarios de 08:00 a.m. a 6:00 p.m.
- Se estima que un turista necesita 30 minutos aproximadamente para que conozca y disfrute la lotería.

La CCF para el espacio donde se desarrolla la lotería y sus visitantes diarios es de:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{0.5 h} = 20 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar este recurso (0.5h).

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{215m^2}{2m^2} * 20 = 2150 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Capacidad de Carga Real.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad de la lotería, se consideró relevante los siguientes Factores: el Factor Social (Fcsoc).

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que juegan aproximadamente cuando se exhibe es de 30 por grupo.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para que esta pueda jugar y no se sienta sofocada es de 1 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** La ubicación entre grupos puede estar a 5 m², para que el sonido no interfiera en el juego.

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo.

$$NG = \frac{Mtx}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

$$NG = \frac{Mtx}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{215m^2}{5\frac{m^2}{\text{por grupo}} + 60\frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 3 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

$$P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$$

$$P = (3 \text{ grupos}) \times (30 \text{ personas/grupo}) = 90 \text{ personas}$$

Luego, se hace el cálculo de la “Magnitud Limitante” (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

$$Mlx = Mtx - P(sp)$$

$$Mlx = 215 \text{ m}^2 - 90\text{personas} (2 \text{ m}^2) = 35 \text{ m}^2.$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mtx}\right)$$

$$FC_x = 1 - \left(\frac{35}{215}\right) = 0.837$$

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (FC_{soc})$$

$$CCR = 2150(0.837) = 1800.$$

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

A continuación, se muestran los cuadros de evaluaciones:

Tabla 506: Evaluación de la Infraestructura.

Infraestructura	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Área del personal	1	1	1	3	3	3	10	0.625
Parqueo	1	1	1	3	3	3	10	0.625
Basureros	3	4	3	3	3	3	12	0.75
Baños	0	2	0	0	0	0	0	0
Señalización	2	2	1	3	3	3	10	0.625
Área de estancia.	1	1	1	3	3	3	10	0.625
Promedio								0.54

Tabla 507: Evaluación de la equipamiento.

Equipamiento	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Equipo de sonido.	1	1	4	3	3	4	14	0.875
Mesas.	15	30	2	3	4	4	13	0.813
Asientos.	30	60	2	3	4	4	13	0.813
Promedio								0.834

Tabla 508: Evaluación del Personal.

Personal	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Factor (C/4)
Guía.	1	2	2	0.5
Seguridad física.	2	2	4	1
Promedio.				0.75

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 509: Porcentaje de capacidad de manejo para la Lotería.

VARIABLE	VALOR
Infraestructura	0.54
Equipamiento	0.834

Personal	0.75
Promedio	0.708
Capacidad de manejo	70.8%

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 1800(0.708) = 1274$$

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga para la lotería se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 510: Resumen de capacidades.

CAPACIDAD DE CARGA	AREA VERDE
FISICA (CCF)	2150
REAL (CCR)	1800
EFFECTIVA (CCE)	1274

Capacidad de carga en la lotería: 1274 visitas /día.

✓ PARROQUIA DE SAN LORENZO.

Capacidad de Carga Física.

Los criterios tomados en cuenta para determinar la capacidad de carga física (CCF) fueron:

- Se considera que el área necesaria para que una persona pueda realizar actividades recreativas y no se sienta sofocado es 2 m².
- El número personas que pueden visitar un sitio depende primeramente del número de horas que el sitio está abierto para las visitas. El número de horas para visitas el La Parroquia es de 10 horas; con horario de visita de 08:00 a.m. a 6:00 p.m. se debe tener presente las horas de misa, las cuales se realizan a las 9:30 de la mañana y termina aproximadamente a las 11:00 am.
- Se estima que un turista necesita 0.5 hora aproximada para que conozca y disfrute este recurso turístico.
- El Área de la parroquia es de 576 m², y posee mobiliario y equipo para la misa, el área libre donde pueden circular turistas como pasillos y área libre es de 216 m² aproximadamente.

Tabla 511: Valores de factores a tomar en cuenta para la capacidad.

Capacidad de mobiliario (bancas)=500 personas.	
FACTORES DE VISITA	
Factores	Valor
Horario de visita (horas/día)	8.5
Tiempo de visita (horas)	0.5
Superficie disponible en m ²	216
FACTORES SOCIALES	
Espacio por persona (m ²)	2

La CCF para la parroquia y sus visitantes diarios es de:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{8.5 \frac{h}{\text{día}}}{0.5 h} = 17 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (8.5h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar el recurso (0.5h).

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{216m^2}{2m^2} * 17 = 1836 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Capacidad de Carga Real.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad de la parroquia, se consideró relevante los siguientes Factores: el Factor Social (Fcsoc) y el factor de mantenimiento.

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que visitan usualmente la iglesia se realizan por grupo de turistas donde el promedio de los integrantes de grupo es 25 personas.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para moverse libremente es de 2 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 5 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo.

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{216m^2}{5 \frac{m^2}{\text{por grupo}} + 50 \frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 4 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

$$P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$$

$$P = (4 \text{ grupos}) \times (25 \text{ personas/grupo}) = 100 \text{ personas.}$$

Luego, se hace el cálculo de la "Magnitud Limitante" (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

$$Mlx = Mt_x - P(sp)$$

$$Mlx = 216 m^2 - 100 \text{ personas} (2 m^2) = 16 m^2.$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mt_x} \right)$$

$$FC_x = 1 - \left(\frac{16}{216} \right) = 0.923$$

Factores mantenimiento (Fcmant).

Se considera este factor, ya que es necesario darle mantenimiento al recurso, limpieza general a la parroquia. Se toma en cuenta debido a que puede afectar a la visita debido a retrasos o a la necesidad de cerrar ciertas secciones o todo el sitio. Se considera para esto el tiempo necesario para los trabajos de mantenimiento (tiempo al día para realizarlo)

Se procede a realizar el cálculo de la "Magnitud Limitante" (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción de tiempo que es ocupada para darle mantenimiento al recurso. Se toma en cuenta que se necesita 30 minutos para el mantenimiento, los cuales se realizan dos uno en la mañana y uno por la tarde. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Hsl_x}{h_x} \right) = 1 - \left(\frac{1}{8.5} \right) = 0.88$$

Donde:

Hsl_x : Horas necesarias para el mantenimiento: 1 h.

h_x : Horas en las que el recurso está abierto al público.

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (FC_{soc} * FC_{mant})$$

$$CCR = 1836 (0.923 * 0.88) = 1491$$

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

No se hizo evaluación del equipamiento e infraestructura, ya que solo se tomó el área de la parroquia libre de mobiliario y equipo.

Tabla 512: Evaluación del Personal.

Personal	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Factor (C/4)
Guía.	1	1	4	1
Seguridad física.	2	2	4	1
Promedio.			1	

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 513: Porcentaje de capacidad de manejo del Parroquia de San Lorenzo

VARIABLE	VALOR
Personal	1
Promedio	1
Capacidad de manejo	100%

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCR = 1491 (1) = 1491$$

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga en la parroquia se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 514: Resumen de las capacidades de carga.

CAPACIDAD DE CARGA	PARROQUIA
FISICA (CCF)	1836
REAL (CCR)	1491
EFFECTIVA (CCE)	1491

Capacidad de carga en parroquia de San Lorenzo: 1491 visitas /día.

✓ PARROQUIA LA SAGRADA FAMILIA.

Capacidad de Carga Física.

Los criterios tomados en cuenta para determinar la capacidad de carga física (CCF) fueron:

- Se considera que el área necesaria para que una persona pueda realizar actividades recreativas y no se sienta sofocado es 2 m².
- El número personas que pueden visitar un sitio depende primeramente del número de horas que el sitio está abierto para las visitas. El número de horas para visitas el La Parroquia es de 10 horas; con horario de visita de 08:00 a.m. a 6:00 p.m. se debe tener presente las horas de misa, las cuales se realizan a las 8:00 de la mañana y termina aproximadamente a las 9:30 am.

- Se estima que un turista necesita 0.5 hora aproximada para que conozca y disfrute este recurso turístico.
- El Área de la parroquia es de 742 m² aproximadamente, y posee mobiliario y equipo para la misa, el área libre donde pueden circular turistas como pasillos y área libre es de 270 m² aproximadamente.

Tabla 515: Valores de factores a tomar en cuenta

Capacidad de mobiliario (bancas)=650 personas.	
FACTORES DE VISITA	
Factores	Valor
Horario de visita (horas/día)	8.5
Tiempo de visita (horas)	0.5
Superficie disponible en m ²	260
FACTORES SOCIALES	
Espacio por persona (m ²)	2

La CCF para la parroquia y sus visitantes diarios es de:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{8.5 \frac{h}{día}}{0.5 h} = 17 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (8.5h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar el recurso (0.5h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{260m^2}{2m^2} * 17 = 2210 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Capacidad de Carga Real.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad de la Parroquia, se consideró relevante los siguientes Factores: el Factor Social (Fcsoc) y el factor de mantenimiento.

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que visitan usualmente la iglesia se realizan por grupo de turistas donde el promedio de los integrantes de grupo es 25 personas.

- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para moverse libremente es de 2 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 5 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo.

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{260m^2}{5 \frac{m^2}{\text{por grupo}} + 50 \frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 5 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

$$P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$$

$$P = (5 \text{ grupos}) \times (25 \text{ personas/grupo}) = 125 \text{ personas.}$$

Luego, se hace el cálculo de la “Magnitud Limitante” (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

$$Mlx = Mt_x - P(sp)$$

$$Mlx = 250 m^2 - 125 \text{ personas} (2 m^2) = 10 m^2.$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mt_x} \right)$$

$$FC_x = 1 - \left(\frac{10}{260} \right) = 0.96$$

Factores mantenimiento (Fcmant).

Se considera este factor, ya que es necesario darle mantenimiento al recurso, limpieza general a la parroquia. Se toma en cuenta debido a que puede afectar a la visita debido a retrasos o a la necesidad de cerrar ciertas secciones o todo el sitio. Se considera para esto el tiempo necesario para los trabajos de mantenimiento (tiempo al día para realizarlo)

Se procede a realizar el cálculo de la “Magnitud Limitante” (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción de tiempo que es ocupada para darle mantenimiento al recurso. Se toma en cuenta que se necesita 45 minutos para el mantenimiento, los cuales se realizan dos uno en la mañana y uno por la tarde. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Hsl_x}{h_x} \right) = 1 - \left(\frac{1.5}{8.5} \right) = 0.823$$

Donde:

Hsl_x : horas necesarias para el mantenimiento: 1.5 h.

h_x : Horas en las que el recurso esta abierto al publico.

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (F_{C_{soc}} * F_{C_{mant}})$$

$$CCR = 2210 (0.96 * 0.823) = 1746.$$

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

No se hizo evaluación del equipamiento e infraestructura, ya que solo se tomó el área de la parroquia libre de mobiliario y equipo.

Tabla 516: Evaluación del Personal.

Personal	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Factor (C/4)
Guía.	1	1	4	1
Seguridad física.	2	2	4	1
Promedio.			1	

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 517: Porcentaje de capacidad de manejo de la Parroquia Sagrada Familia.

VARIABLE	VALOR
Personal	1
Promedio	1
Capacidad de manejo	100%

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCR = 1746 (1) = 1746.$$

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga para la parroquia se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 518: Resumen de las capacidades de carga.

CAPACIDAD DE CARGA	PARROQUIA
FISICA (CCF)	2210
REAL (CCR)	1746
EFFECTIVA (CCE)	1746

Capacidad de carga en parroquia Sagrada Familia: 1746 visitas /día.

✓ PARQUE CENTRAN DE TURÍN.

Capacidad de Carga Física.

Los criterios tomados en cuenta para determinar la capacidad de carga física (CCF) fueron:

Tabla 519: valores de factores a tomar en cuenta para la capacidad.

FACTORES DE VISITA	
Factores	Valor
Horario de visita (horas/día)	10
Tiempo de visita (horas)	0.5
Superficie disponible en m ²	8075
FACTORES SOCIALES	
Espacio por persona (m ²)	2

- Se considera que el área necesaria para que una persona pueda realizar actividades recreativas y no se sienta sofocado es 2 m².
- El número de horas para visitas para el parque es de 10 horas; con horario de visita de 08:00 a.m. a 18:00 p.m.
- Se estima que un turista necesita 30 minutos aproximadamente para que conozca y disfrute este recurso turístico.

La CCF para el parque y sus visitantes diarios es de:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{0.5 h} = 20 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar este recurso (0.5h).

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{8075m^2}{2m^2} * 20 = 80750 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Capacidad de Carga Real.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad del Parque, se consideró relevante los siguientes Factores: el Factor Social (Fcsoc), el Factor Biológico (Fcb), y el Factor de mantenimiento.

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que visitan usualmente el Parque se realizan por grupo de turistas donde el promedio de los integrantes de grupo es 30 personas.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para moverse libremente es de 2 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 5 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo.

$$NG = \frac{Mtx}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

$$NG = \frac{Mtx}{5 \frac{m^2}{\text{por grupo}} + 60 \frac{m^2}{\text{por grupo}}} = \frac{8075m^2}{65 \frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 124 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

$$P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$$

$$P = (124 \text{ grupos}) \times (30 \text{ personas/grupo}) = 3720 \text{ personas}$$

Luego, se hace el cálculo de la "Magnitud Limitante" (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

$$Mlx = Mtx - P(sp)$$

$$Mlx = 8075 \text{ m}^2 - 3720 \text{ personas} (2 \text{ m}^2) = 605 \text{ m}^2.$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mtx} \right)$$

$$FC_x = 1 - \left(\frac{605}{8075} \right) = 0.925$$

Factores Biológicos (Fcbio).

Se considera este factor, ya que, durante el recorrido del recurso, se pasarán por áreas verdes, cuya flora apoya el atractivo y ornamentación del parque. Por lo tanto, la vegetación se verá afectada producto de la necesidad de ensanchamiento para un adecuado desplazamiento de los visitantes.

Se procede a realizar el cálculo de la “Magnitud Limitante” (MIx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada o debe ser ocupada en menor medida porque hay que proteger los recursos que allí existen.

$$MI_x = \text{Área a proteger por la flora existente} = 3800 \text{ m}^2.$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{MI_x}{Mt_x} \right)$$

$$FC_x = 1 - \left(\frac{3500}{8075} \right) = 0.57$$

Factores mantenimiento (Fcmant).

Se considera este factor, ya que es necesario darle mantenimiento al recurso, principalmente a las áreas verde. Se toma en cuenta debido a que puede afectar a la visita debido a retrasos o a la necesidad de cerrar ciertas secciones o todo el sitio. Se considera para esto el tiempo necesario para los trabajos de mantenimiento (tiempo al día para realizarlo)

Se procede a realizar el cálculo de la “Magnitud Limitante” (MIx). La magnitud limitante MI, es aquella porción de tiempo que es ocupada para darle mantenimiento al recurso. Se toma en cuenta que se necesita 1 hora por la dimensión del parque, los cuales se realiza solo en la mañana. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Hsl_x}{h_x} \right) = 1 - \left(\frac{1}{10} \right) = 0.90$$

Donde:

Hsl_x : horas necesarias para el mantenimiento: 1 h.

h_x : Horas en las que el recurso esta abierto al publico.

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (FC_{soc} * FC_{Bio} * FC_{mant})$$

$$CCR = 8075 (0.925 * 0.57 * 0.90) = 3832.$$

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

A continuación, se muestran los cuadros de evaluaciones:

Tabla 520: Evaluación de la Infraestructura.

Infraestructura	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Basureros	1	6	1	2	1	1	5	0.312
Baños	0	2	0	0	0	0	0	0
Señalización	0	4	0	0	0	0	0	0
Área de estancia.	3	3	4	4	4	4	16	1
Promedio								0.328

Tabla 521: Evaluación de la Infraestructura.

Equipamiento	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Asientos.	60	100	3	3	3	4	13	0.813
Promedio								0.813

Tabla 522: Evaluación del Personal.

PERSONAL	CANTIDAD ACTUAL (A)	CANTIDAD OPTIMA (B)	RELACIÓN A/B	FACTOR (C/4)
Guía.	1	1	1	1
Seguridad física.	2	2	1	1
Promedio.			1	

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 523: Porcentaje de capacidad de manejo del Parque.

VARIABLE	VALOR
Infraestructura	0.328
Infraestructura	0.813
Personal	1
Promedio	0.714
Capacidad de manejo	71.4%

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 3832 (0.714) = 2736$$

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga en el Parque se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 524: resumen de capacidades.

CAPACIDAD DE CARGA	PARQUE
FISICA (CCF)	8075
REAL (CCR)	3832
EFFECTIVA (CCE)	2736

Capacidad de carga en parque central de Turín: 2736 visitas /día.

✓ ARTESANÍAS DE LAZO

Capacidad de Carga Física.

Los criterios tomados en cuenta para determinar la capacidad de carga física (CCF) fueron:

Tabla 525: Valores de Factores a tomar en cuenta para la capacidad.

FACTORES DE VISITA	
Factores	Valor
Horario de visita (horas/día)	9
Tiempo de visita (horas)	0.5
Superficie disponible en m ²	105
FACTORES SOCIALES	
Espacio por persona (m ²)	1

- Se considera que el área necesaria para que una persona pueda realizar actividades y no se sienta sofocado es 1 m².
- El número de horas para visitas para el parque es de 9 horas; con horario de visita de 08:00 a.m. a 17:00 p.m.
- Se estima que un turista necesita 30 minutos aproximadamente para que conozca y disfrute este recurso turístico.

La CCF para el Taller de artesanías de lazo y sus visitantes diarios es de:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{9 \frac{h}{día}}{0.5 h} = 18 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (9h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar el Taller (0.5h).

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{105m^2}{1m^2} * 18 = 1890 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (1 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Capacidad de Carga Real.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad del taller, se consideró relevante es el Factor Social (Fcsoc).

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que visitan usualmente el Parque se realizan por grupo de turistas donde el promedio de los integrantes de grupo es de aproximadamente 10 personas.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para moverse libremente es de 1 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 5 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo.

$$NG = \frac{Mtx}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$
$$NG = \frac{Mtx}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{105m^2}{5\frac{m^2}{\text{por grupo}} + 10\frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 7 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

$$P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$$

$$P = (7 \text{ grupos}) \times (10 \text{ personas/grupo}) = 70 \text{ personas}$$

Luego, se hace el cálculo de la "Magnitud Limitante" (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

$$Mlx = Mtx - P(sp)$$

$$Mlx = 105 \text{ m}^2 - 70 \text{ personas} (1 \text{ m}^2) = 35 \text{ m}^2.$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Ml_x}{Mt_x}\right)$$

$$FC_x = 1 - \left(\frac{35}{105}\right) = 0.67.$$

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (F_{C_{soc}})$$

$$CCR = 1890 (0.67) = 1266$$

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

A continuación, se muestran los cuadros de evaluaciones:

Tabla 526: Evaluación de la Infraestructura.

Infraestructura	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Área de trabajo.	1	1	4	3	4	4	15	0.9375
Área de exhibición.	1	1	4	3	4	4	15	0.9375
Promedio								0.9375

Tabla 527: Evaluación del Personal.

Personal	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Factor (C/4)
Artesano	1	1	4	1
Guía.	1	1	4	1
Seguridad física.	2	2	4	1
Promedio.			1	

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 528: Porcentaje de capacidad de manejo para el taller.

VARIABLE	VALOR
Infraestructura	0.9375
Personal	1
Promedio	0.969
Capacidad de manejo	96.9%

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 1266(0.969) = 1227$$

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga para el taller de artesanías de lazo se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 529. Resultados de la determinación de la capacidad de carga.

CAPACIDAD DE CARGA	AREA VERDE
FISICA (CCF)	1890
REAL (CCR)	1266
EFFECTIVA (CCE)	1227

Capacidad de carga en artesanías de Lazo: 1227 visitas /día.

✓ ESCULTURAS DE MADERA.

Capacidad de Carga Física.

Los criterios tomados en cuenta para determinar la capacidad de carga física (CCF) fueron:

Tabla 530: Datos a tomar en cuenta para la capacidad.

FACTORES DE VISITA	
Factores	Valor
Horario de visita (horas/día)	9
Tiempo de visita (horas)	0.5
Superficie disponible en m ²	95
FACTORES SOCIALES	
Espacio por persona (m ²)	1

- Se considera que el área necesaria para que una persona pueda realizar actividades y no se sienta sofocado es 1 m².
- El número de horas para visitas para el parque es de 9 horas; con horario de visita de 08:00 a.m. a 17:00 p.m.
- Se estima que un turista necesita 30 minutos aproximadamente para que conozca y disfrute este recurso turístico.

La CCF para el Taller de esculturas de madera y sus visitantes diarios es de:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{9 \frac{h}{día}}{0.5 h} = 18 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (9h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar el Taller (0.5h).

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{95m^2}{1m^2} * 18 = 1710 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (1 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Capacidad de Carga Real.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad del taller, se consideró relevante es el Factor Social (Fcsoc).

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que visitan usualmente el Parque se realizan por grupo de turistas donde el promedio de los integrantes de grupo es de aproximadamente 10 personas.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para moverse libremente es de 1 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 5 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo.

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{95m^2}{5\frac{m^2}{\text{por grupo}} + 10\frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 6 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

$$P = NG \times (\text{Número de personas por grupo}).$$

$$P = (6 \text{ grupos}) \times (10 \text{ personas/grupo}) = 60 \text{ personas}.$$

Luego, se hace el cálculo de la “Magnitud Limitante” (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

$$Mlx = Mt_x - P(sp)$$

$$Mlx = 95 m^2 - 60 \text{ personas} (1m^2) = 35 m^2.$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mt_x}\right)$$

$$FC_x = 1 - \left(\frac{35}{95}\right) = 0.63.$$

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (FC_{soc})$$

$$CCR = 1710 (0.63) = 1077$$

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

A continuación, se muestran los cuadros de evaluaciones:

Tabla 531: Evaluación de la Infraestructura.

Infraestructura	Cantidad Actual (A)	Cantidad Óptima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Área de trabajo.	1	1	4	4	4	4	16	1
Área de exhibición.	1	1	4	4	4	4	16	1
Promedio								1

Tabla 532: Evaluación del Personal.

Personal	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Factor (C/4)
Artesano	1	1	4	1
Guía.	1	1	4	1
Seguridad física.	2	2	4	1
Promedio.			1	

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 533: Porcentaje de capacidad de manejo para el taller de escultura de madera.

VARIABLE	VALOR
Infraestructura	1
Personal	1
Promedio	1
Capacidad de manejo	100%

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 1077(1) = 1077$$

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga para el taller de esculturas de madera se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 534: Resumen de capacidades.

CAPACIDAD DE CARGA	AREA VERDE
FISICA (CCF)	1710
REAL (CCR)	1077
EFFECTIVA (CCE)	1077

Capacidad de carga en esculturas de madera: 1077 visitas /día.

✓ REPLICAS MAYA

Capacidad de Carga Física.

Los criterios tomados en cuenta para determinar la capacidad de carga física (CCF) fueron:

Tabla 535: Datos a tomar en cuenta para la capacidad.

FACTORES DE VISITA	
Factores	Valor
Horario de visita (horas/día)	10
Tiempo de visita (horas)	0.5
Superficie disponible en m ²	150
FACTORES SOCIALES	
Espacio por persona (m ²)	1

- Se considera que el área necesaria para que una persona pueda realizar actividades recreativas y no se sienta sofocado es 1m².
- El número de horas para visitas para el parque es de 10 horas; con horario de visita de 08:00 a.m. a 18:00 p.m.
- Se estima que un turista necesita 30 minutos aproximadamente para que conozca y disfrute este recurso turístico.

La CCF para el taller de replicas mayas y sus visitantes diarios es de:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{0.5 h} = 20 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar este recurso (0.5h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{150m^2}{1m^2} * 20 = 3000 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (1 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Capacidad de Carga Real.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad del taller, se consideró relevante el Factor Social (Fcsoc).

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que visitan usualmente el Parque se realizan por grupo de turistas donde el promedio de los integrantes de grupo es 15 personas.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para moverse libremente es de 1 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 5 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo.

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

- Para la zona verde:

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{150m^2}{5 \frac{m^2}{\text{por grupo}} + 15 \frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 7 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

$$P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$$

$$P = (7 \text{ grupos}) \times (15 \text{ personas/grupo}) = 105 \text{ personas}$$

Luego, se hace el cálculo de la "Magnitud Limitante" (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

$$Mlx = Mt_x - P(sp)$$

$$Mlx = 150 m^2 - 105 \text{ personas} (1m^2) = 45 m^2.$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mt_x} \right)$$

$$FC_x = 1 - \left(\frac{45}{150} \right) = 0.7$$

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (F_{Csoc})$$

$$CCR = 3000 (0.7) = 2100$$

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

A continuación, se muestran los cuadros de evaluaciones:

Tabla 536: Evaluación de la Infraestructura.

Infraestructura	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Área de trabajo.	1	1	4	4	4	4	16	1
Área de exhibición.	1	1	4	4	3	4	15	0.9375
Área de secado	1	1	4	3	4	4	15	0.9375
Promedio								0.958

Tabla 537: Evaluación del Personal.

Personal	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Factor (C/4)
Artesano	1	1	4	1
Guía.	1	1	4	1
Seguridad física.	2	2	4	1
Promedio.				1

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 538: Porcentaje de capacidad de manejo para el taller de réplicas maya.

VARIABLE	VALOR
Infraestructura	0.958
Personal	1
Promedio	0.979
Capacidad de manejo	97.9%

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 2100(0.979) = 2056$$

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga para el taller de réplicas maya se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 539: resumen de capacidades del taller.

CAPACIDAD DE CARGA	AREA VERDE
FISICA (CCF)	3000
REAL (CCR)	2100
EFFECTIVA (CCE)	2056

Capacidad de carga en taller de replicas mayas: 2056 visitas /día.

Anexo 25. Capacidad instalada producto agroturístico.

✓ HACIENDA SAN ANTONIO.

Capacidad de Carga.

Para la Hacienda San Antonio, la capacidad instalada estará dada por datos proporcionados por el Administrador Luis Salazar. Los datos proporcionados son los siguientes:

Tabla 540: Capacidad Hacienda San Antonio.

Lugar	Capacidad	Tiempo aproximado de estancia.	Capacidad por día.
Glorietas	500	4 horas	1000
Proceso de la leche.	30	1 hora	240
Proceso de tilapias.	30	1 hora	240
Restaurante.	50	2 horas	200
TOTAL			1680

Capacidad de carga Hacienda San Antonio: 1680 visitas /día

✓ TURICENTRO AGUIJUJO

Para el cálculo de la capacidad de carga turística del Turicentro Aguijuyo, se consideró los factores ecológicos determinados por la presencia de las especies vegetales y animales que viven en el ecosistema del lugar. También se incluyó la infraestructura, el equipamiento y el personal que brinda los servicios administrativos, de asistencia o de interpretación turística-ambiental.

Se considera que las zonas verdes en todas las áreas que comprende el turicentro y atraviesa o circunda las zonas son interés ecológico, así como las piscinas por ser un recurso hídrico natural, donde se sumergen los visitantes, la existencia de especies marinas en ellas y que desemboquen en el Río San Antonio se resalta para hacer el análisis de capacidad de carga.

Para este tipo de estudio se considerar que:

- El flujo de visitantes se haga en un solo sentido
- Una persona requiere de un metro cuadrado para moverse libremente
- Tiempo promedio para la utilización de las zonas verdes es de 2 horas y media (El demás tiempo disfruta de las actividades acuáticas u otras actividades)
- El Tiempo promedio para la utilización de piscinas es de 4 horas y media.
- El horario de visita del balneario es de las 8 a.m. hasta las 4 p.m (8 horas).
- También, los factores de corrección, para este estudio, son los factores de visita, factores físicos, factores sociales, factores biológicos y factores de manejo. Los anteriores modifican o podrían modificar su condición y oferta de servicios ambientales del área estudiada.

CALCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA (CCF)

Para valorar la Capacidad carga Física del Turicentro, se muestra a continuación los factores de visita y el tiempo de visita.

Tabla 541. Factores para determinar CCF.

FACTORES DE VISITA		
Factores	Terrestre	Acuático
Horario de visita (horas/día)	8	8
Tiempo de Visita (horas)	2.5	4.5
Superficie disponible en m ²	2040.00	624
FACTORES SOCIALES		
Espacio por persona (m ²)	1	1

Fuente 1. Elaboración Propia.

Con base en la anterior información se realiza el cálculo de la Capacidad de Carga Física, (CCF).

- **Para el área verde**

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{8 \frac{h}{\text{día}}}{2.5 h} = 3.2 \frac{\text{visitas}}{\text{día}}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (8h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar cada ruta (2.5h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{2040 m^2}{1 m^2} * 3.2 \frac{\text{visitas}}{\text{día}} = 6,538 \frac{\text{visitas}}{\text{día}}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (1 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

- **Para el área acuática**

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{8 \frac{h}{\text{día}}}{4.5 h} = 1.8 \frac{\text{visitas}}{\text{día}}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (8h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar cada ruta (4.5h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{624 m^2}{1 m^2} * 1.8 \frac{\text{visitas}}{\text{día}} = 1123.2 \frac{\text{visitas}}{\text{día}}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (1 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

CALCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA REAL (CCR)

El Cálculo de capacidad de carga real es determinado a partir de la CCF multiplicado por el factor de corrección definido en función del producto de las características particulares del sitio. Pero los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje. El resultado del factor de corrección se obtiene como producto entre todos los factores considerandos.

Estos factores son: los Factores sociales, factores físicos, factores medio ambientales, factores biológicos y el mantenimiento del área.

De los anteriores factores para el estudio, se consideró relevante los siguientes Factores: el Factor Social (Fcsoc), el Factor Biológico (Fcb) y el factor de mantenimiento.

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones dentro del turicentro se realizan por grupo familiar donde el promedio familiar de los integrantes de las familias es de 4 personas.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona en la huella para moverse libremente es de 1 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 1.5 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por area requerida por cada grupo:

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

- **Para el área verde.**

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{2040 \text{ m}^2}{1.5 \frac{\text{m}^2}{\text{Por grupo}} + 4 \frac{\text{m}^2}{\text{Por grupo}}} = 371 \text{ grupos}$$

- **Para el área acuática.**

$$G = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{624 \text{ m}^2}{1.5 \frac{\text{m}^2}{\text{Por grupo}} + 4 \frac{\text{m}^2}{\text{Por grupo}}} = 113 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

- **Para el área verde.**

$$P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$$

$$P = (371 \text{ grupos}) \times (4 \text{ personas/grupo}) = 1480 \text{ personas/grupo}$$

- **Para el área acuática.**

$P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$
 $P = (113 \text{ grupos}) \times (4 \text{ personas/grupo}) = 452 \text{ personas/personas por grupos}$
 Luego, se hace el cálculo de la "Magnitud Limitante" (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

- **Para el área verde.**

$$Mlx = Mt_x - P(sp)$$

$$Mlx = 2040 \text{ m}^2 - 1480 \text{ personas (1m}^2) = 560 \text{ m}^2$$

- **Para el área acuática.**

$$Mlx = Mt_x - P(sp)$$

$$Mlx = 624 \text{ m}^2 - 452 \text{ personas (1m}^2) = 172 \text{ m}^2$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mt_x} \right)$$

- **Para el área verde.**

$$FC_{soc} = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mt_x} \right) = 1 - \left(\frac{560}{2040} \right) = 0.73$$

- **Para el área acuática.**

$$FC_{soc} = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mt_x} \right) = 1 - \left(\frac{172}{624} \right) = 0.72$$

Factores Biológicos (F_{bio}).

Este factor considera la perturbación de fauna. Dentro de las Piscinas podemos observar diferentes especies de pescados, principalmente Tilapias de gran tamaño y peces Garra Rufad. Los de mayor tamaño se encuentran ubicados en la piscina principal, por lo cual este factor solo será analizado para el área acuática en la piscina principal. Y para las áreas verdes solo se considerará las áreas de vegetación protegida y que dicha flora apoya el atractivo y ornamentación del turicentro.



Ilustración 237. Peces en Piscina Principal.

Se procede a realizar el cálculo de la “Magnitud Limitante” (M_{lx}). La magnitud limitante M_l, es aquella porción del área que no puede ser ocupada o debe ser ocupada en menor medida porque hay que proteger los recursos que allí existen.

- **Para el área verde.**

$$M_{lx} = \text{Área a proteger por la flora existente} = 22 \text{ m}^2$$

- **Para el área acuática.**

$$M_{lx} = \text{Área a proteger por la fauna existente} = 150 \text{ m}^2$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{M_{lx}}{M_{tx}} \right)$$

- **Para el área verde.**

$$FC_{bio} = 1 - \left(\frac{M_{lx}}{M_{tx}} \right) = 1 - \left(\frac{22}{2040} \right) = 0.99$$

- **Para el área acuática.**

$$FC_{bio} = 1 - \left(\frac{M_{lx}}{M_{tx}} \right) = 1 - \left(\frac{150}{624} \right) = 0.76$$

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (F_{C_{soc}} * F_{C_{bio}})$$

- Para el área verde.

$$CCR = 6538 \text{ visitas/día } (0.73 * 0.99) = 4525 \text{ visitas/ día}$$

- Para el área acuática

$$CCR = 1113 \text{ visitas/día } (0.72 * 0.76) = 609 \text{ visitas/ día}$$

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

CAPACIDAD DE MANEJO

Para calificar la cantidad se tomó en cuenta la relación entre la cantidad existente y la cantidad óptima, llevando este valor porcentual a la escala de 0 - 4.

A continuación, se muestran los cuadros de evaluaciones:

Tabla 542. Evaluación de la Infraestructura.

Infraestructura	Cantidad Actual (A)	Cantidad Óptima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Oficina Administrativa	1	1	4	3	3	3	13	0.81
Área para el personal	0	1	2	0	0	0	2	0.13
Parqueo	2	2	4	3	4	4	15	0.94
Área de Picnic	2	2	4	3	4	4	15	0.94
Asadores	8	10	3	3	4	4	14	0.88
Basureros	4	8	2	3	4	3	12	0.75
Mesas	17	25	3	4	4	4	15	0.94
Sillas	76	108	3	3	3	3	12	0.75
Baños	2	2	4	3	3	4	14	0.88
Duchas	8	8	4	3	2	4	13	0.81
Lavamanos	8	10	3	4	4	4	15	0.94
Inodoros	6	8	3	4	4	4	15	0.94
Pilas de lavado	1	2	2	2	1	1	6	0.38
Bodega	1	1	4	2	2	2	10	0.63
Mirador	1	2	2	3	4	3	12	0.75
Piscinas	4	4	4	4	4	4	16	1.00
Señalización	4	10	1	3	3	3	10	0.63
Promedio								0.77

Tabla 543. Evaluación del Equipamiento.

Equipamiento	Cantidad Actual (A)	Cantidad Óptima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Vehículo	0	1	0	0	0	0	0	0.00
Extintores de Incendio	1	2	2	4	4	4	14	0.88
Botiquín de Primeros Auxilios	1	2	2	3	3	4	12	0.75
Computadoras	0	1	0	0	0	0	0	0.00
Herramientas de Jardinería	8	12	3	3	3	3	12	0.75
Herramientas de Fontanería	7	8	3	3	4	3	13	0.81
Herramientas de Limpieza	8	11	3	2	3	3	11	0.69
Promedio								0.55

Tabla 544. Evaluación del Personal.

Personal	Cantidad Actual (A)	Cantidad Óptima (B)	Relación A/B (C)	Factor (C/4)
Administrador	1	1	4	1.00
Salvavidas	1	2	3	0.75
Guía	0	1	0	0.00
Anfitrión	1	1	4	1.00
Mantenimiento y Limpieza	3	3	4	1.00
Seguridad Física	1	2	3	0.75
Promedio				0.75

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 545. Porcentaje de Capacidad de Manejo de las piscinas de Aguijuyo.

Variable	Valor
Infraestructura	0.77
Equipo	0.55
Personal	0.75
Promedio	0.69
Capacidad de manejo 69%	

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

- **Para el área verde.**

$$CCE = 4525 \text{ visitas/día} (0.69) = 3122 \text{ visitas/ día}$$

- **Para el área acuática**

$$CCE = 609 \text{ visitas/día} (0.69) = 420 \text{ visitas/ día}$$

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga en las piscinas de Aguijuyo se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 546. Capacidad de Carga del turicentro.

Capacidad de Carga	Áreas Verdes	Área Acuática
Física (CCF)	6538 visitas/día	1123 visitas/día
Real (CCR)	4525 visitas/día	609 visitas/día
Efectiva (CCE)	3122 visitas/ día	420 visitas/ día

NORMAS REGULADORAS.

Existen diferentes normativas nacionales e internacionales que regulan la capacidad de los servicios turísticos, el dimensionamiento de la infraestructura y las características de ellos.

El cumplimiento de dichas normativas permite una mejor gestión de operación, se convierte en una guía para una mejor administración y apoyo para satisfacer las necesidades de los visitantes.

Es por ello que considerar este factor es de gran importancia para establecer el tamaño del proyecto.

A Continuación, se presenta ciertas normativas que presentan influencia para la definición del tamaño del proyecto.

- Norma Técnica Salvadoreña. NTS 03.76.01-Turismo. Centros Recreativos Acuáticos. Requisitos para la operación y prestación de servicio.

Esta Norma tiene por finalidad establecer lineamiento básico y estandarizado para una adecuada operación y prestación en la calidad del servicio, seguridad, accesibilidad universal y ambiental, que presentan los Centros Recreativos Acuáticos, en beneficio de los visitantes.

Dicha normativa establece que, en la Infraestructura, en dimensionamiento de la piscina, la carga máxima de usuarios.

La carga máxima de usuarios para cada clase de piscina, será en base a la profundidad del agua, así:

Tabla 547. Carga Máxima según profundidad de la piscina.

Profundidad del agua	m ² por persona
Menor de 1 m	1.5
De 1 a 1.5 m	2
Mayor de 1.5 m	3

Dado esto, se procede a calcular la carga máxima de las piscinas, tomando en cuenta, el área de cada una, la profundidad, y el área por persona necesaria.

$$Carga\ Maxima = \frac{Area\ cuadrada\ de\ la\ piscinas}{Area\ cuadrada\ por\ persona} = Numero\ max\ de\ Peronas\ en\ la\ piscina.$$

Tabla 548. Carga Máxima de las piscinas según Norma Técnica Salvadoreña de Turismo.

Piscina	Área (m ²)	Profundidad	Carga máxima
Principal	450	2.70	150 personas
Secundaria	18	1.50	9 personas
Para Niños	96	0.55	64 personas
Para niños con cascada mecánica	60	0.55	40 personas
Carga Total			263 personas

• **NORMA SANITARIA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES**

Entre los objetivos de esta norma esta establecer los requisitos sanitarios operativos y las buenas prácticas de manipulación que deben cumplir los responsables y los manipuladores de alimentos en los restaurantes y servicios afines. También establecer las condiciones higiénicas sanitarias y de infraestructura mínimas que deben cumplir.

En el artículo 12 de la norma establece los Servicios Higiénicos para el Público que debe poseer y brindar la instalación.

Tabla 549: Número de artículos sanitarios a incorporar según la frecuencia de personas al día.

Frecuencia de comensales/día	Hombres			Mujeres	
	Inodoros	Urinaros	Lavatorios	Inodoros	Lavatorios
Menos de 60	1	1	1	1	1
De 61 a 150 (*)	2	2	2	2	2
Por cada 100 adicionales	1	1	1	1	1

(*) los establecimientos en este rango de frecuencia de comensales deben adicionar un servicio higiénico para minusválidos.

Servicios Higiénicos para el Público

Los servicios higiénicos para comensales no deben tener acceso directo al comedor, las puertas deben tener ajuste automático y permanecerán cerradas excepto durante las operaciones de limpieza. Los servicios higiénicos deben mantenerse operativos, en buen

estado de conservación e higiene, con buena iluminación y ventilación. Los inodoros, lavatorios y urinarios deben ser de material fácil de higienizar. Los servicios higiénicos deben estar separados para cada sexo y su distribución por frecuencia de comensales será la siguiente:

CAPACIDAD DE CARGA

Tabla 550. Capacidad de Carga del Turicentro.

Capacidad de Carga	Áreas Verdes	Área Acuática
Física (CCF)	6538 visitas/día	1123 visitas/día
Real (CCR)	4525 visitas/día	609 visitas/día
Efectiva (CCE)	3122 visitas/ día	420 visitas/ día

Capacidad de carga Piscinas de Aguijuyo: 420 visitas /día.

✔ *Plantaciones.*

Para la capacidad de carga turística de las plantaciones, se tomaron los datos de los productores quienes nos dieron aproximadamente las manzanas ocupadas por plantaciones, y las personas que podrían visitarlo considerando la preservación de estos y de las especies vegetales del lugar.

Tabla 551: Capacidad por plantaciones.

Plantación	Manzanas ocupadas	Metros cuadrados	Capacidad por día (visitas/día)
Café.	30	209640	25,000
Loroco.	77	538076	70,000
Jocote.	800	5590400	900,000

✔ *El Jícara*

CAPACIDAD DE CARGA.

Para La Cooperativa El Jícara, la capacidad instalada estará dada por datos proporcionados por el Administrador. Los datos proporcionados son los siguientes:

Tabla 552: Capacidad El Jícara.

Lugar	Capacidad	Tiempo aproximado de estancia.	Capacidad por día.
Piscinas	1000	4 horas	2000
Restaurante	200	2 horas	1000
Cabañas	18	Día.	18
Áreas verdes.	400	4 horas.	800.

Capacidad de carga Jícara: 3818 visitas /día.

Anexo 26. Capacidad instalada Producto turístico de aventura y ecoturístico.

✔ *SALTO DE MALACATIUPAN.*

Capacidad de Carga Física.

Los criterios tomados en cuenta para determinar la capacidad de carga física (CCF) fueron:

Tabla 553: valores de los criterios a tomar en cuenta para la capacidad de carga turística.

FACTORES DE VISITA			
Factores	Area de estar.	Rio.	Cascada
Horario de visita (horas/día)	10	10	10
Tiempo de visita (horas)	0.5	0.5	0.25
Superficie disponible en m ²	720	78	210
FACTORES SOCIALES			
Espacio por persona (m ²)	2	2	2

- Se considera que el área necesaria para que una persona pueda realizar actividades recreativas y no se sienta sofocado es 2 m².
- El horario de visita es una de las consideraciones básicas para la determinación de la capacidad de carga; el número personas que pueden visitar un sitio depende primeramente del número de horas que el sitio está abierto para las visitas. El número de horas para visitar el Salto es de 10 horas; con horario de visita de 08:00 a.m. a 6:00 p.m.
- Se estima que un turista necesita 1:15 horas aproximadamente para que conozca y disfrute este recurso turístico.

La CCF para el Salto y sus visitantes diarios es de:

- Para la el area de estar de este:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{0.5 h} = 20 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar cada ruta (0.5h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{720m^2}{2m^2} * 20 = 7200 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

- Para el rio:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{0.5 h} = 20$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar cada ruta (0.5h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{78m^2}{2m^2} * 20 = 780 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

- Para el uso de la cascada:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{0.25 h} = 40 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar cada ruta (0.25h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{210m^2}{2m^2} * 40 = 4200$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Capacidad de Carga Real.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad del Salto, se consideró relevante los siguientes Factores: el Factor Social (Fcsoc), el Factor Biológico (Fcb), Factor solar (Fcsol) y el factor de mantenimiento.

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visita y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que visitan usualmente el Salto se realizan por grupo de turistas donde el promedio de los integrantes de grupo es 25 personas.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para moverse libremente es de 2 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 10 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo.

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

- Para el area de estar:

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{720m^2}{10\frac{m^2}{\text{por grupo}} + 50\frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 12 \text{ grupos}$$

- Para el rio:

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{78m^2}{10\frac{m^2}{\text{por grupo}} + 50\frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 1 \text{ grupos}$$

- Para el cascada:

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{210m^2}{10\frac{m^2}{\text{por grupo}} + 50\frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 3 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

- Para el area de estar:
P= NG x (Número de personas por grupo)
P= (12 grupos) x (25 personas/grupo) =300 personas
- Para el rio:
P= NG x (Número de personas por grupo)
P= (1 grupos) x (25 personas/grupo) =25 personas
- Para la cascada:
P= NG x (Número de personas por grupo)
P= (3 grupos) x (25 personas/grupo) =75 personas

Luego, se hace el cálculo de la “Magnitud Limitante” (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

- Para el area de estar:
Mlx = Mtx – P(sp)
Mlx = 720 m² – 300 personas (2 m²) = 120 m².
- Para el rio:
Mlx = Mtx – P(sp)
Mlx = 78 m² – 25 personas (2 m²) = 28 m².
- Para la cascada:
Mlx = Mtx – P(sp)
Mlx = 210 m² – 75 personas (2 m²) = 60 m².

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Ml_x}{Mt_x} \right)$$

- Para la el area de estar

$$FC_x = 1 - \left(\frac{120}{720} \right) = 0.83$$

- Para el rio:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{28}{78} \right) = 0.64$$

- Para las cascadas:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{60}{210} \right) = 0.71$$

Factores Biológicos (Fcbio).

Se considera este factor, ya que durante el recorrido del recurso, se pasaran por áreas con vegetacion, cuya flora apoya el atractivo y ornamentación de la zona, y por la fauna existente en el rio. Por lo tanto la vegetación como la fauna se verá afectada producto de la necesidad de ensanchamiento para un adecuado desplazamiento de los visitantes.

Se procede a realizar el cálculo de la "Magnitud Limitante" (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada o debe ser ocupada en menor medida porque hay que proteger los recursos que allí existen. Solo se calculará para el area de estar y el rio, ya que son los que poseen fauna y flora.

- Para el area de estar:

$$Ml_x = \text{Área a proteger por la flora existente} = 65 \text{ m}^2.$$

- Para el rio:

$$Ml_x = \text{Área a proteger por la fauna existente} = 15 \text{ m}^2.$$

- Para la cascada:

$$Ml_x = \text{Área a proteger por la fauna existente} = 25 \text{ m}^2.$$

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Ml_x}{Mt_x} \right)$$

- Para el area de estar:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{65}{720} \right) = 0.91$$

- Para el rio:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{15}{78} \right) = 0.81$$

- Para la cascada:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{25}{210} \right) = 0.88$$

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (F_{Csoc} * F_{Cbiol})$$

- Para el area de estar:
CCR= 7200 (0.83*0.91) =5438
- Para el rio:
CCR= 780 (0.64*0.81) =404
- Para la cascada:
CCR= 4200 (0.71*0.88) =2624

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

A continuación, se muestran los cuadros de evaluaciones:

Tabla 554: Evaluación de la Infraestructura.

Infraestructura	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Parqueo	1	1	4	3	3	3	13	0.813
Basureros	0	2	0	0	0	0	0	0
Baños	0	2	0	0	0	0	0	0
Señalización	2	4	3	4	3	4	14	0.875
Área de estancia.	1	1	4	3	3	3	13	0.813
Promedio								0.50

No se realizó evaluación del equipamiento, debido a que no hay infraestructura donde esta pueda ser instalada.

Tabla 555: Evaluación del Personal.

Personal	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Factor (C/4)
Guía.	1	1	4	1
Salvavidas.	1	1	4	1
Seguridad física.	2	2	4	1
Promedio.				1

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 556: Porcentaje de capacidad de manejo del Salto.

VARIABLE	VALOR
Infraestructura	0.5
Personal	1
Promedio	0.75
Capacidad de manejo	75%

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

- Para el area de estar:
CCE= 5438(0.75)=4078
- Para el rio:
CCE= 404 (0.75)=303
- Para la cascada:
CCR= 2624(0.75)=1968

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga en el Salto se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 557: Resumen de las capacidades de carga.

CAPACIDAD DE CARGA	AREA DE ESTAR	RIO	CASCADA
FISICA (CCF)	7200	780	4200
REAL (CCR)	5438	404	2624
EFFECTIVA (CCE)	4078	303	1968

Capacidad de carga de las cascadas: 303 visitas /día

✔ AUSOLES.

Para la capacidad de carga turística de los ausoles, se tomaron los datos proporcionados por el encargado quien nos dio un dato aproximado de las personas que podrían visitar el recurso sin dañarlo y sin que estos sufran algún accidente, considerando la preservación del lugar y de las especies vegetales del lugar.

Tabla 558: Capacidad de los ausoles.

Ausoles	Capacidad por día (visitas/día)
Area para caminatas.	15,000

✔ PARQUE ECOTURISTICO.

Para la capacidad de carga turística del parque, se realizó en base a la infraestructura de esta, considerando la preservación del lugar y de las especies vegetales del lugar.

Tabla 559: Capacidad del parque ecoturístico.

Area	Cantidad	Capacidad de personas.	Capacidad por día (visitas/día)
Mesas	8	32	96
Kioskos.	6	24	72
Total		56	168

✓ RIO GRANDE

Capacidad de Carga Física.

Los criterios tomados en cuenta para determinar la capacidad de carga física (CCF) fueron:

Tabla 560: valores de los criterios a tomar en cuenta para la capacidad de carga turística.

FACTORES DE VISITA		
Factores	Area cerca del rio	Rio.
Horario de visita (horas/día)	10	10
Tiempo de visita (horas)	0.25	1.5
Superficie disponible en m ²	250	650
FACTORES SOCIALES		
Espacio por persona (m ²)	2	2

- Se considera que el área necesaria para que una persona pueda realizar actividades recreativas y no se sienta sofocado es 2 m².
- El horario de visita es una de las consideraciones básicas para la determinación de la capacidad de carga; el número personas que pueden visitar un sitio depende primeramente del número de horas que el sitio está abierto para las visitas. El número de horas para visitar el rio es de 10 horas; con horario de visita de 08:00 a.m. a 6:00 p.m.
- Se estima que un turista necesita 1:45 horas aproximadamente para que conozca y disfrute este recurso turístico.

La CCF para el rio grande y sus visitantes diarios es de:

- Para la el área cerca de este:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{0.25 h} = 40 \text{ visitas/día}$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar el recurso (0.25h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{250m^2}{2m^2} * 40 = 5000 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

- Para el rio:

$$NV = \frac{Hv}{tv} = \frac{10 \frac{h}{día}}{1.5 h} = 7$$

Donde:

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Hv = Horario de visita (10h/día).

Tv = Tiempo necesario para visitar el recurso (0.5h)

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV = \frac{650m^2}{2m^2} * 7 = 2275 \text{ visitas/día}$$

Donde:

CCF = Capacidad de carga física.

S = superficie disponible, en metros cuadrados.

sp = superficie usada por persona (2 m²).

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

Capacidad de Carga Real.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad para el rio grande, se consideró relevante los siguientes Factores: el Factor Social (Fcsoc), el Factor Biológico (Fcb), Factor solar (Fcsol) y el factor de mantenimiento.

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que visitan usualmente el rio se realizan por grupo de turistas donde el promedio de los integrantes de grupo es 25 personas.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para moverse libremente es de 2 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 10 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo.

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

- Para el area cerca del rio:

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{250m^2}{10 \frac{m^2}{\text{por grupo}} + 50 \frac{m^2}{\text{por grupo}}} = 4 \text{ grupos}$$

- Para el río:

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}} = \frac{650\text{m}^2}{10 \frac{\text{m}^2}{\text{por grupo}} + 50 \frac{\text{m}^2}{\text{por grupo}}} = 11 \text{ grupos}$$

Con este resultado se hace el cálculo para determinar el Número de Personas (P) que pueden estar simultáneamente en el área:

- Para el área cerca del río:
P= NG x (Número de personas por grupo)
P= (4 grupos) x (25 personas/grupo) =100 personas
- Para el río:
P= NG x (Número de personas por grupo)
P= (11 grupos) x (25 personas/grupo) =275 personas

Luego, se hace el cálculo de la “Magnitud Limitante” (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

- Para el área cerca del río:
Mlx = Mtx – P(sp)
Mlx =250 m²– 100 personas (2 m²) = 50 m².
- Para el río:
Mlx = Mtx – P(sp)
Mlx = 650m²– 275 personas (2 m²) = 100 m².

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Ml_x}{Mt_x} \right)$$

- Para la el área cerca del río:
 $FC_x = 1 - \left(\frac{50}{250} \right) = 0.8$
- Para el río:
 $FC_x = 1 - \left(\frac{100}{650} \right) = 0.85$

Factores Biológicos (Fcbio).

Se considera este factor, ya que, durante el recorrido del recurso, se pasarán por áreas con vegetación, cuya flora apoya el atractivo y ornamentación de la zona, y por la fauna existente en el río. Por lo tanto, la vegetación como la fauna se verá afectada producto de la necesidad de ensanchamiento para un adecuado desplazamiento de los visitantes.

Se procede a realizar el cálculo de la “Magnitud Limitante” (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada o debe ser ocupada en menor medida porque hay que proteger los recursos que allí existen. Solo se calculará para el área cerca del río y el río mismo, ya que son los que poseen fauna y flora.

- Para el área cerca del río:
 $Ml_x = \text{Área a proteger por la flora existente} = 50 \text{ m}^2$.
- Para el río:
 $Ml_x = \text{Área a proteger por la fauna existente} = 75 \text{ m}^2$.

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Ml_x}{Mt_x} \right)$$

- Para el área cerca del río:
 $FC_x = 1 - \left(\frac{50}{250} \right) = 0.8$
- Para el río:
 $FC_x = 1 - \left(\frac{75}{650} \right) = 0.88$

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real.

$$CCR = CCF (F_{C_{soc}} * F_{C_{biol}})$$

- Para el área cerca del río:
 - $CCR = 5000 (0.8 * 0.8) = 3200$
- Para el río:
 - $CCR = 2275 (0.85 * 0.88) = 1701$

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)

Para el cálculo de la Capacidad de Carga Efectiva, (CCE) se obtiene con el producto de la Capacidad de Carga Real por la Capacidad de Manejo, (CM), es otro factor de corrección que se obtiene con base en el promedio de los factores de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal.

CAPACIDAD DE MANEJO

A continuación, se muestran los cuadros de evaluaciones:

Tabla 561: Evaluación de la Infraestructura.

Infraestructura	Cantidad Actual (A)	Cantidad Óptima (B)	Relación A/B	Estado	Localización	Funcionalidad	Suma (S)	Factor (S/16)
Parqueo	1	1	4	3	3	3	13	0.813
Basureros	6	6	4	3	4	4	15	0.937
Baños	2	2	4	3	3	3	13	0.813
Señalización	1	4	2	3	3	3	11	0.687
Área de estancia.	1	1	4	3	3	3	13	0.813
Promedio								0.813

No se realizó evaluación del equipamiento, debido a que no hay infraestructura donde esta pueda ser instalada.

Tabla 562: Evaluación del Personal.

Personal	Cantidad Actual (A)	Cantidad Optima (B)	Relación A/B	Factor (C/4)
Guía.	1	1	4	1
Salvavidas.	1	1	4	1
Seguridad física.	2	2	4	1
Promedio.				1

Los resultados finales de la evaluación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 563: Porcentaje de capacidad de manejo del Rio.

VARIABLE	VALOR
Infraestructura	0.813
Personal	1
Promedio	0.91
Capacidad de manejo	91%

Considerando lo anterior, la CC Efectiva es la siguiente:

$$CCE = CCR * CM$$

- Para el area cerca del rio:
CCE= 3200(0.91)=2912
- Para el rio:
CCE= 1701 (0.91)=1547

RESULTADOS DE LA DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA

Los resultados referentes a la determinación de la capacidad de carga en el rio Grande se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 564: Resumen de las capacidades de carga.

CAPACIDAD DE CARGA	AREA CERCA DEL RIO.	RIO
FISICA (CCF)	5000	2275
REAL (CCR)	3200	1701
EFFECTIVA (CCE)	2912	1547

Capacidad de carga del rio: 1547 visitas /día

✓ TERMALES DEL PARAISO.

Capacidad de Carga.

Para Termales del Paraíso, la capacidad instalada estará dada por datos proporcionados por el Administrador. Los datos proporcionados son los siguientes:

Tabla 565: Capacidad de Termales.

Lugar	Capacidad	Tiempo aproximado de estancia.	Capacidad por día.
Piscinas	600	4 horas	1200
Restaurante	75	2 horas	375
Cabañas	6	Día.	24
Glorieta	50	3 horas.	150

Capacidad de carga Jícara: 1749 visitas /día

Anexo 25. Medios de información turística díptico y tríptico.

Ruta cultural.



Ahuachapán
Norte

OFICINA DE TURISMO.

Horario:

Lunes a viernes de 8:00 a 17:00

Sábado a Domingo de 8:00 a 15:00

Teléfono:

Correo:



Parroquia la sagrada familia: La iglesia Parroquial de Turín fue destruida por un terremoto, en el mismo lugar se construyó una nueva iglesia, frente a esta se puede ver las bases del antiguo templo y en los jardines se aprecia un pequeño kiosco donde están conservadas las antiguas campanas.



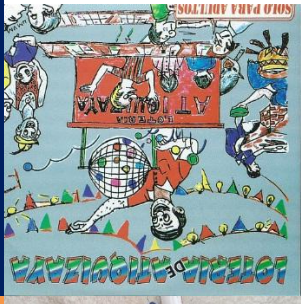
Puente Viejo: Ubicado en cantón Lomas de Alarcón; localizado sobre el río Agua Caliente. Es una construcción de ladrillo y cal. Data de los años 1800. Bajo el puente se encuentra una poza de agua con una profundidad aproximada de 4 metros. En este lugar se encuentran dos ríos que se entrelazan, uno de agua fría y otro de agua caliente.



Artesanas de lazo: En el municipio de Turín, se desarrollan artesanías, en las cuales la materia prima principal es el lazo. Es el señor Lázaro Figueroa quien las elabora, el cual utilizando su creatividad empezó a realizar dichas artesanías en forma de pájaros, darrones y floreros, lámparas, mariposas, entre otros.



Lotería de Atiquizaya: La famosa lotería de Atiquizaya se ha convertido en una de las grandes atracciones del municipio. Esta lotería nació por el año de 1958, y se dice que esta llegó al municipio a través de la familia Alvarenga. Se realiza frente al Parque 5 de noviembre, y se ha convertido en un icono cultural popular que identifica al Municipio de Atiquizaya desde hace más de seis décadas.



Parque Central de Turín: Se encuentra ubicado frente a la Iglesia Parroquial y a la Alcaldía. Posee un kiosco central, jardines y mucha vegetación que le da mucha frescura y belleza. Así como juegos para niños y áreas de descanso. En él se realizan diversas actividades y festividades del municipio.



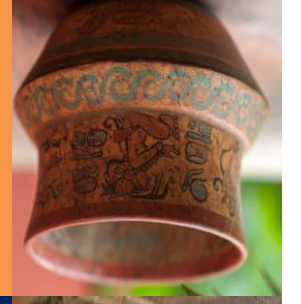
Parroquia de San Lorenzo: Tiene una dimensión de 27 metros desde la entrada principal hasta el altar mayor y 10 metros de ancho. La parroquia tiene una capacidad para albergar a 600 fieles



Murales Culturales: En el barrio Las salinas de Atiquizaya, las paredes externas de las casas y locales comerciales, lucen, pinturas que se han convertido en un atractivo turístico de Atiquizaya. Los murales están basados en aspectos de la ciudad, lugares turísticos, medio ambiente, lúdicos y aspectos de la cultura salvadoreña, sin olvidar algunas de las tradiciones locales.



Replicas Mayas: el territorio fue habitada por pokomames del grupo maya quiche, dejando una serie de asentamientos muy ricos en piezas arqueológicas. la realización de estas artesanías tiene más de 100 años y ha venido de tradición familiar la elaboración de estas piezas mayas, surgiendo entre ellos varios talleres donde se elaboran máscaras, vasos ceremoniales, dioses mayas, platos, calendarios mayas, etc.



Esculturas de madera: En el municipio de Turín se realiza esculturas, donde la materia prima es la madera, utilizando herramientas como el cincel, hacha o corvo para cortar la silueta en el trozo y darle forma al lienzo. La actividad toma varias horas. Estos trabajos se pueden apreciar en madera de caoba, eucalipto y cedro. Para contactar al creador de estas artesanías se puede hacer uso de Facebook, buscándolo por su nombre Edgardo Guerrero.



Ruta de aventura y Ecoturismo.



Ahuachapán
Norte

OFICINA DE TURISMO.

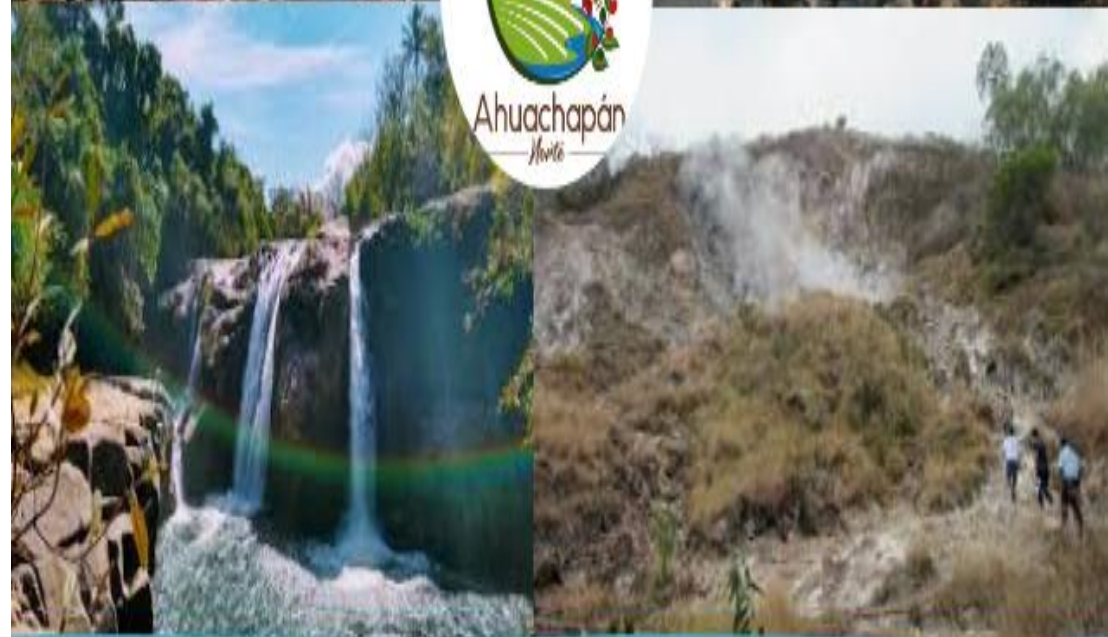
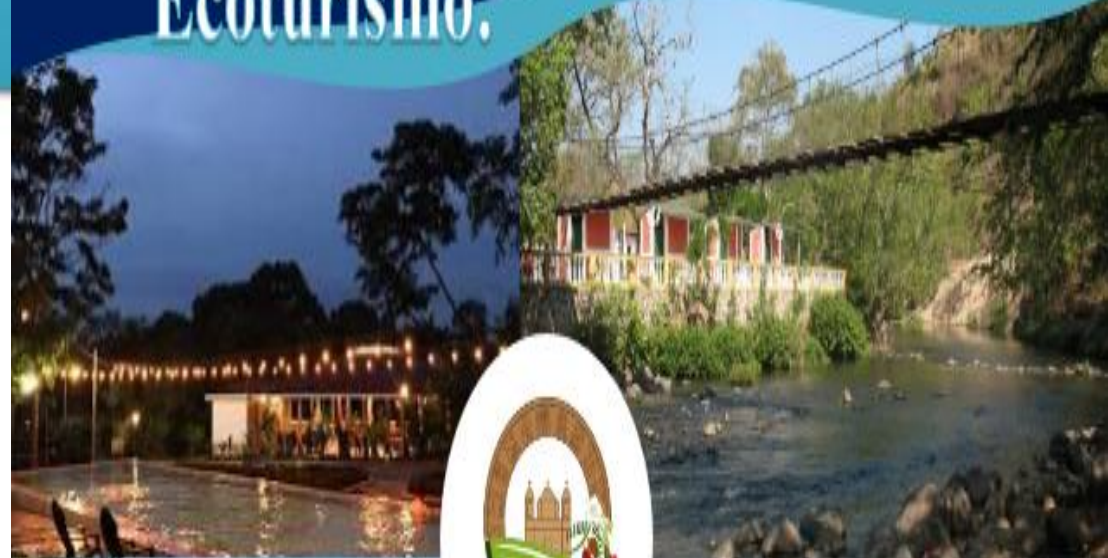
Horario:

Lunes a viernes de 8:00 a 17:00

Sábado a Domingo de 8:00 a 15:00

Teléfono:

Correo:



Termal del Paraíso: es un balneario que ofrece piscina con aguas termales, música en vivo, servicio de restaurantes con diferentes platillos, y un hostel con varias habitaciones con jacuzzis compartido.



Los Ausoles: Son una serie de fumarolas que se ubican en el cantón Tortuguero. Constituyen uno de los fenómenos más interesantes del volcanismo, se abren paso entre un depósito de rocas.



Parque ecoturístico el triunfo: es un parque se ubica a las orillas del río grande de San Lorenzo, posee un mirador hacia el lado del río, acceso al puente que permite pasar de El Salvador a Guatemala, posee cabañas que pueden ser rentadas, mucha vegetación y juegos para niños.



Salto de Malacatiupán: Malacatiupán significa en nahuatl el "Templo Redondo" y se trata de un salto de agua termal ubicado a 5 kilómetros del centro histórico de la ciudad, formado por cuatro cataratas que caen sobre una poza bordeada por enormes piedras lisas. Este salto y su poza mantienen una temperatura de 50° C. y es rica en minerales que la lo hacen poseer efectos curativos y relajantes.



Ruta agro turística.



Ahuachapán
Norte

OFICINA DE TURISMO.

Horario:

Lunes a viernes de 8:00 a 17:00

Sábado a Domingo de 8:00 a 15:00

Teléfono:

Correo:



Ahuachapán
Norte



Plantaciones de café: Los viveristas de Villa El Refugio han entrado a una etapa de alta especialización en la producción de plantas sanas del café, lo cual constituye una garantía para la renovación adecuada del parque cafetalero del país. Se ofrecen tours a los viveros de café para que las personas se interesen por la cultura turística alrededor del café



Plantaciones de loroco: Son plantaciones de la planta del loroco. Se realiza un festival debido a la oferta del municipio, ya que cuenta con aproximadamente, 500 manzanas de plantaciones y la demanda en nuestro es muy alta, ya que se consume en una variedad muy amplia de plattilos.



El Jicaró: El Jicaró es un complejo ecoturístico ubicado a 2 Km sobre la carretera de Atiquizaya hacia San Lorenzo en el departamento de Ahuachapán. Cuenta con 4 piscinas, y se puede observar el proceso de cría de tilapias, posee área de restaurante, alquiler de cabañas, áreas verdes, áreas de juegos para niños y tienda de artículos acuáticos.



Hacienda San Antonio: Hacienda San Antonio ofrece un amplio lugar para reuniones y eventos rodeado de verdes jardines y un lago; así como de actividades muy interesantes como agroturismo, en su granja de vacas y los criaderos de tilapia, que ofrecen una experiencia muy interesante para niños y grandes.



Plantaciones de jocote: Son plantaciones de árboles frutales de jocote barón rojo. Durante el festival del jocote son de los principales atractivos del municipio, ya que las personas pueden entrar a las fincas por el costo de \$1.00 y cortar los jocos que gusten.



Turicentro Aguijuyo: El turicentro se encuentra a un kilómetro de Atiquizaya, carretera hacia San Lorenzo. El turicentro cuenta con cuatro piscinas de aguas naturales; en el costado poniente de la mas grande es donde brota el agua que permite abastecer a las demás. En las piscinas se pueden encontrar variedad de peces de diferentes tamaños.



PUENTE VIEJO

Ubicado en cantón Lomas de Alarcón; localizado sobre el río Agua Caliente. Es una construcción de ladrillo y cal. Data de los años 1800. Bajo el puente se encuentra una poza de agua con una profundidad aproximada de 4 metros. En este lugar se encuentran dos ríos que se entrelazan, uno de agua fría y otro de agua caliente.



PARROQUIA INMACULADA CONCEPCIÓN DE MARÍA

El municipio de Atiquizaya en el departamento de Ahuachapán, atesora una estructura emblemática: la parroquia Inmaculada Concepción. Fue construida entre los años de 1876 y 1899, dedicada al dogma de la este nombre. "Inmaculada Concepción de María" por lo que hasta la fecha recibe



Ahuachapán
Norte

OFICINA DE TURISMO.

Horario:

Lunes a viernes de 8:00 a 17:00
Sábado a Domingo de 8:00 a 15:00

Telefono:

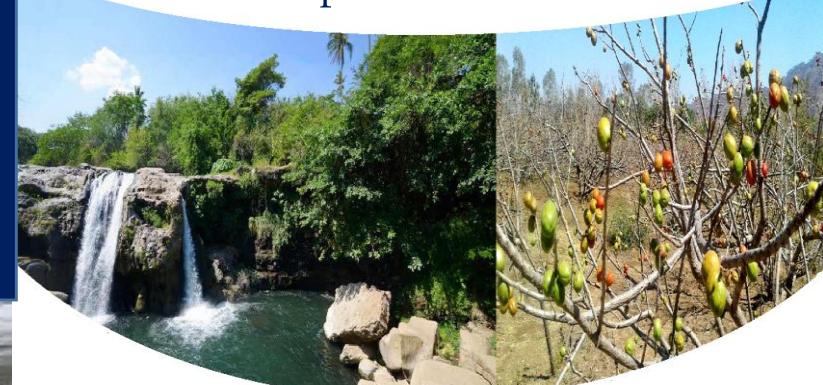
Correo:



SOLO EN
AHUACHAPÁN
NORTE!



Vive experiencias únicas.....



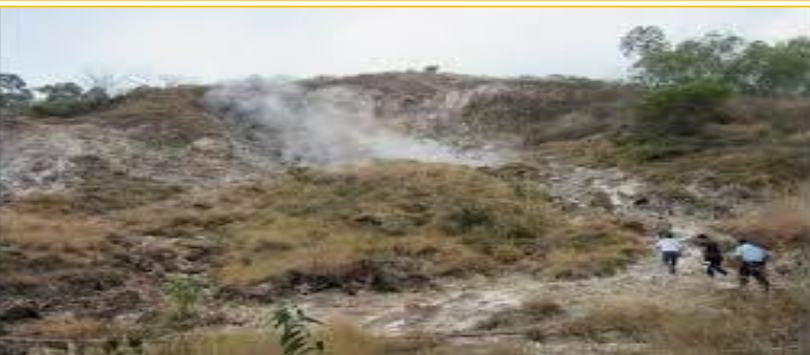
Ahuachapán
Norte

EL QUIJOTE DE ATIQUIZAYA

Taller de esculturas artesanales, elaboradas de figuras en hierro forjado que se realizan en un taller ubicado en la colonia Guadalupe en la Carretera Panamericana Km.88.5 hacia Ahuachapán, famoso y reconocido como "El Quijote de Atiquizaya".

LOS AUSOLES

Son una serie de fumarolas que se ubican en el cantón Tortuguero. Constituyen uno de los fenómenos más interesantes del volcanismo, se abren paso entre un depósito de rocas.



REPLICAS MAYA.

En El Refugio, Atiquizaya y San Lorenzo, puedes visitar el lugar en el cual se elaboran artesanías y réplicas de barro de piezas antiguas que usaban nuestros antepasados como máscaras, calaveras, collares, etc.



PARQUE CENTRAL DE VILLA EL REFUGIO

El parque central cuenta con bellos jardines, arboles, una cascada mecánica, juegos para niños y al frente del mismo una pequeña Iglesia Parroquial. En dicho parque se realizan diferentes actividades sociales, culturales, turísticas y de



PARROQUIA DE SAN LORENZO

Tiene una dimensión de 27 metros desde la entrada principal hasta el altar mayor y 10 metros de ancho. La parroquia tiene una capacidad para albergar a 600 fieles.



TERMALES EL PARAÍSO

Ubicado en el Cantón El Paraíso, Termales del Paraíso es un atractivo turístico en el municipio de Turín, el cual ofrece piscinas de agua termales. También cuenta con el servicio de Jacuzzi, restaurante, toques musicales, juegos para niños y hostel.



Ahuachapán
Norte

OFICINA DE TURISMO.

Horario:

Lunes a viernes de 8:00 a 17:00

Sábado a Domingo de 8:00 a 15:00

Telefono:

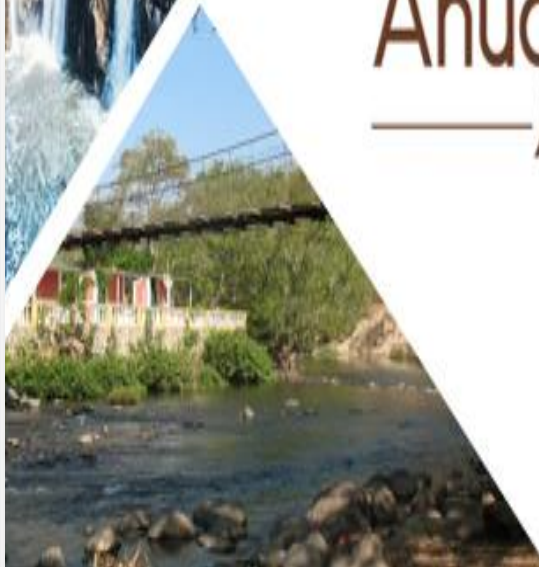
Correo:



MAPA TURISTICO



Ahuachapán
Norte



Ahuachapán Norte



- LEYENDA.**
- Plantaciones de jocote
 - Plantaciones de loroco
 - Plantaciones de café
 - Parroquias
 - Piscinas/turicentro
 - Ausoles
 - Murales
 - Replicas maya
 - Esculturas de madera
 - Artesanías de lazo
 - Parques
 - Puente Viejo
 - Salto de Malacatupán
 - Hacienda
- Turismo de aventura** — (orange dashed line)
Agroturismo — (green dashed line)
Turismo Cultural. — (blue dashed line)

Turismo Cultural
 La Microrregión de Ahuachapán Norte cuenta con recursos y atractivos que incorpora las costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar. Entre estos tenemos: Diversidad de talleres de artesanías, parroquias, parques, entre otros.

Agroturismo.
 La Microrregión de Ahuachapán Norte cuenta con recursos y atractivos que incorpora actividades de las agrarías tradicionales de las comunidades, lo cual implica el aprovechamiento de un ambiente rural. Entre estos tenemos: Acuicultura y diversas plantaciones.

Turismo de aventura y ecoturismo.
 La Microrregión de Ahuachapán Norte cuenta con recursos y atractivos que incorpora actividades que satisfacen la búsqueda de nuevas experiencias, retos y el aumento de adrenalina y que además se realizan en entornos naturales. Entre estos tenemos: Salto de Malacatupán, Ausoles de Atiquizaya y El Parque Ecológico El Triunfo.