

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



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL  
MUNICIPIO DE CHILTIUPÁN, LA LIBERTAD, INTEGRADO  
A LA ESTRATEGIA NACIONAL DE SURF CITY**

PRESENTADO POR:

**RODRIGO EFRAÍN CASTANEDA HERNÁNDEZ**

**NOÉ ALBERTO PÉREZ MÁRTIR**

**DANIEL ERNESTO SÁNCHEZ MOZ**

**KARLA PATRICIA VELÁSQUEZ CALLEJAS**

PARA OPTAR AL TITULO DE:

**INGENIERO(A) INDUSTRIAL**

CIUDAD UNIVERSITARIA, NOVIEMBRE 2020

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

RECTOR:

**MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**

SECRETARIO GENERAL:

**ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

DECANO:

**PhD. EDGAR ARMANDO PEÑA FIGUEROA**

SECRETARIO:

**ING. JULIO ALBERTO PORTILLO**

**ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

DIRECTOR:

**ING. GEORGETH RENÁN RODRÍGUEZ ARÉVALO**

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

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:

**INGENIERO(A) INDUSTRIAL**

Título:

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL  
MUNICIPIO DE CHILTIUPÁN, LA LIBERTAD, INTEGRADO  
A LA ESTRATEGIA NACIONAL DE SURF CITY**

Presentado por:

**RODRIGO EFRAÍN CASTANEDA HERNÁNDEZ**

**NOÉ ALBERTO PÉREZ MÁRTIR**

**DANIEL ERNESTO SÁNCHEZ MOZ**

**KARLA PATRICIA VELÁSQUEZ CALLEJAS**

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

**ING. JUAN ENRIQUE REYES RUIZ**

CIUDAD UNIVERSITARIA, NOVIEMBRE 2020

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

**ING. JUAN ENRIQUE REYES RUIZ**



## AGRADECIMIENTOS

Ha llegado un momento en mi vida que había visualizado de muchas formas, hablo de ese momento en el que iba a estar pensando en mis agradecimientos y en especial en todo lo que he vivido a lo largo de mi formación universitaria, llegado este punto no sé por dónde comenzar, es bonito pensar todas las vivencias que he tenido a lo largo de este viaje y recordar a todas esas personas que he podido conocer.

Primeramente, quiero agradecer a Dios por sobre todo ya que sin él nada de esto sería posible, su inmensa gracia hacia mi persona nunca ha faltado y en los momentos en los que sentía no dar el ancho, siempre ha estado conmigo brindándome salud, sabiduría y amor, sus bendiciones son tantas que puedo tener a mi familia a mi lado en estos momentos en un año que ha sido de muchas pruebas en mi vida.

Las palabras se quedan cortas para agradecer a mis padres, que fueron los que me dieron la vida y quienes han estado apoyándome, corrigiéndome y aconsejándome para superarme día a día. Aún recuerdo cuando hacía berrinches por salir a jugar y mi madre me regañaba para que siguiera estudiando, o cuando para ir al colegio, mi padre me llevaba en bicicleta y que sufrimos caídas y manchaba mi uniforme. Sin duda alguna, sin todas esas vivencias no estaría aquí a un paso de terminar mi carrera universitaria, agradezco por su dedicación y los sacrificios que han realizado por mi hermano y por mí. Este triunfo va por ustedes Blanca Leticia de Castaneda y Gonzalo Efraín Castaneda. Los amo inmensamente y estoy orgulloso de poder ser su hijo.

También quiero agradecer a mi apoyo incondicional, mi hermano Ricardo Castaneda quien ha sido parte esencial de este triunfo. Son muchos los recuerdos que me han marcado, no terminarían en este párrafo, pero uno de los mejores momentos fue en mi primer año en la FIA cuando en el primer día del estudiante que vivía en la FIA, me presentaste a tus amigos y decías “él es mi hermano” te agradezco todo lo que haces por mí, la paciencia que tienes para ayudarme y por aguantarme, sos un ejemplo a seguir para mí y deseo que sigas acumulando éxitos como lo has venido haciendo hasta el día de hoy por eso y por mucho te digo que es un honor ser tu hermano y aunque no te lo digo muy seguido te amo hermano. succès totaux.

Me gustaría que una persona muy especial para mí leyera este agradecimiento ya que recuerdo sus consejos y sus palabras que quedaron marcadas en mí, en especial cuando le dijo a mi padre “Este niño va ser grande” son palabras que me han motivado inmensamente. Este triunfo también va hasta el cielo, por ti abuelo, Ricardo Castaneda y Juana de Castaneda. De igual manera agradezco a toda mi familia que siempre estuvo preguntando como iba en mis estudios gracias a todos.

Agradezco a mis compañeros de tesis con los que pudimos culminar este enorme reto, con los que realizamos viajes únicos que personalmente disfrute mucho y con quienes en este año que ha sido difícil pudimos sobreponernos a todo. los llevaré conmigo siempre gracias Daniel Sánchez, Karla Velásquez y Noé Mártir en lo que viene les deseo muchos éxitos y estaré para ustedes cuando lo necesiten.

Agradezco a Daniela Marxelly quien me ha apoyado de gran manera y a quien valoro mucho, gracias por aconsejarme y estar de manera incondicional cuando más lo necesite, has formado parte de este triunfo y deseo lo mejor en tu vida.

Gracias a Axel Roque, Kike Rivera, Kenneth Alfaro, Daniel Sánchez, Noé Mártir, con quienes en la última etapa de la carrera han sido de gran apoyo y con los que he podido disfrutar de muchos momentos inolvidables y con los que espero encontrarme en un futuro como Ingenieros Industriales.

Agradecer a todos los miembros de “Los Colos”, en especial a los hermanos Carlos y Oscar Martínez, quienes son calidad de personas y quienes fueron de mis primeros amigos en la universidad, así como a Alejandra Rodríguez, Balmore Rivas, Gustavo Carranza, Marina Serrano, Daniela Contreras, Carlos Coto, Josué García y todos los amigos que en más de alguna ocasión estudiamos en la casa del colo.

Gracias a Carmen Arauz y William Navarro, dos compañeros que fueron excelentes personas con las que pudimos superar varios retos de la carrera, gracias por su hospitalidad y bonita amistad.

A todas esas personas que he podido conocer en la Universidad y que nos une un mismo deseo, el poder culminar una Ingeniería o Arquitectura, a Vladimir Martínez a quien le tengo gran estima.

Gracias a Guillermo López, Andy Silva por sus consejos y los momentos de risas y por instruirme en lo académico como en lo no académico. A German Valdivieso y Alvin Montano a quienes agradezco su hospitalidad y amistad.

Gracias al Ing. Enrique Reyes Ruiz quien ha sido un excelente docente, asesor y una pieza fundamental en el desarrollo de este trabajo. Gracias por guiarnos, transmitirnos sus conocimientos y mostrar un gran compromiso en este proceso.

Finalmente, solo me queda nuevamente agradecer a todos y cada uno de las personas mencionadas, sin ustedes esto no fuera posible.

**Rodrigo Castaneda**

## **AGRADECIMIENTOS**

El conseguir uno de los objetivos de mi vida, me es de mucha satisfacción a nivel personal; lo cual ha requerido muchos esfuerzos y sacrificios, pero este objetivo no hubiera sido posible gracias al apoyo incondicional de muchas personas que de una u otra manera han estado presentes durante mi etapa de estudio, por eso de manera muy especial agradezco a:

Mi madre Rosa Adela Pérez Mártir; la persona que más amo y es el pilar fundamental de mi vida, a quien estaré eternamente agradecido; que a pesar de todas las dificultades que se nos presentan siempre busca la manera de poder salir adelante junto con mi hermana, le agradezco infinitamente todos los consejos y el apoyo que me brinda y el amor que me muestra día con día.

Mi hermana, Steffany Dajhana quien es un apoyo incondicional, que a pesar que nuestros estudios no, nos han permitido convivir como quisiéramos; siempre hemos estado para apoyarnos el uno al otro.

Mis tíos Dionicio y Eliseo quienes me han querido y han sido como mis padres, a quienes les agradezco todo el apoyo que me brindaron y a pesar que uno de ellos ya no está físicamente, sé que estaría muy feliz el poder ver culminado mis estudios.

A mi equipo de tesis Karla Velásquez, Daniel Sánchez y Rodrigo Castaneda, que a pesar que ha sido un año muy atípico hemos logrado salir adelante y apoyarnos en momentos complicados, a quienes describo como unas grandes personas con las que se puede contar siempre; y les deseo el mayor de los éxitos tanto personales y profesionales; gracias por permitirme formar parte de su equipo.

Al personal docente que ha estado durante el proceso de formación, de manera muy amena a nuestro asesor Ing. Enrique Reyes, por su colaboración en nuestro trabajo de grado.

A los amigos del pueblo; Kevin Hernández, Carlos Franco, Pablo Rodríguez, Diego Rodríguez, Fátima Mártir, Evelin Jiménez, Laura Zaldaña, Bryan Altuve, Luis Rodríguez; quienes siempre han estado allí para apoyarme en todo momento, para quienes deseo lo mejor de la vida.

A los compañeros de universidad con los que he convivido, aquellos con los cuales realice trabajos, tardes y noches de estudios, especialmente a quienes se convirtieron en grandes amigos Ricardo Portan, Kenneth Alfaro, Axel Roque, Will Martínez, Kevin Guzmán, Alexander Tamayo, Marcela Cuellar, Jessica Campos, Francisco Colorado, Stanley Barahona, Ignacio Rivera, Pedro Morales, Vladimir Fernández, a quienes les deseo el mayor de los éxitos.

**Noé Pérez**

## **AGRADECIMIENTOS**

Me siento dichoso por llegar a esta etapa que con mucho esfuerzo y dedicación he logrado culminar y cumplir un objetivo más en mi vida, este camino no ha sido fácil porque muchas veces uno atraviesa diversas dificultades, pero no hay obstáculo que no se pueda superar, estos largos años me han servido para demostrarme que tengo la capacidad para superar cualquier obstáculo y poder afrontar nuevos retos, al mismo tiempo poder cumplir los objetivos y metas que tengo para mi vida profesional, por lo tanto me gustaría dedicarles unas palabras de agradecimiento a:

Primeramente, agradecer a Dios porque él me ha brindado la sabiduría necesaria para tomar las mejores decisiones y así poder afrontar cada uno de los retos que se me presentaron a lo largo de mis años de estudio.

Agradezco infinitamente a mis padres, Germán Sánchez y Nury Moz, por la ayuda brindada que ha sido muy importante en mi desempeño y formación, ellos me han brindado el apoyo, los mejores consejos y regaños necesarios, por lo tanto, esto me ha ayudado a convertirme en la persona que soy actualmente.

Quiero agradecer a mi hermana Carolina Sánchez, es una persona que estimo mucho y me motiva a seguir porque me considero su ejemplo a seguir y así poder demostrarle que si ella se lo propone puede llegar a cumplir todos sus sueños y metas.

También agradecer a mis compañeros de trabajo de graduación, Rodrigo Castaneda, Noé Pérez y Karla Velásquez, que a pesar de las adversidades que sufrimos este año, pudimos terminar con éxito esta etapa de nuestras vidas, les deseo muchos éxitos en sus vidas compañeros, amigos, y colegas.

Agradecer a José Hernández, Guillermo Fuentes, Javier Molina, Alvin Montano y Germán Valdivieso que fueron las primeras personas con las que conviví, que además de compañeros se convirtieron en amigos, agradezco a Axel Roque, Ricardo Rivera, Kenneth Alfaro y Carmen Arauz que en esta última etapa de la carrera se convirtieron de mucha ayuda y apoyo, tuvimos momentos divertidos y también sufrimos en algunas materias, muchas gracias por dejarme ser parte de sus vidas, también agradecer a mis amigos Andy Silva, Guillermo López y Boris Orellana que en este último año hemos formado una gran hermandad y hemos pasado buenos momentos juntos, les deseo muchos éxitos en sus vidas.

Por ultimo agradecer a nuestro docente asesor Ing. Enrique Reyes, que fue parte fundamental para la ejecución y culminación de este trabajo de grado, que sin el apoyo y ayuda de él nada de esto hubiera sido posible, también agradecer al jurado calificador y a los catedráticos que fueron parte de todo mi proceso académico, muchas gracias a todos, les deseo éxitos en sus vidas.

Me resulta muy difícil poder mencionar a todas las personas que fueron parte de mi proceso académico, ya que fueron muchas las personas con las que conviví e influyeron a lo largo de mis años de estudio, a todas ellas muchas gracias.

***Daniel Ernesto Sánchez Moz***

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por haberme dado fortaleza a lo largo de estos años, en los que se presentaron retos difíciles, por permitirme alcanzar uno de los objetivos que me he propuesto en la vida.

De igual forma agradezco a mis padres Rigoberto Velásquez Paz y Patricia Marlene Callejas de Velásquez, que me apoyaron desde el inicio de mi carrera, y en general en mis estudios, que me enseñaron a salir adelante con paciencia, esfuerzo y dedicación, sin sus enseñanzas no habría logrado culminar esta etapa.

A mis hermanos Juan y Mario, quienes han sido mi apoyo permanente, mi más sincero agradecimiento por nunca dejarme desistir a pesar de todas las dificultades que se presentaron a lo largo de estos años.

A mis compañeros de trabajo de graduación Rodrigo Castaneda, Noé Pérez y Daniel Sánchez, por su dedicación, su permanente apoyo en las dificultades y por dar su máximo esfuerzo en este proyecto.

Quiero agradecer a mis compañeros de carrera, con quienes viví grandiosos momentos de estudio y de desestrés, por las noches de desvelo en compañía para lograr nuestros objetivos académicos durante la carrera.

También agradezco a todos los catedráticos que contribuyeron en mi formación profesional, por las enseñanzas y conocimientos compartidos, lo cual ha sido sin duda una parte esencial en este proceso. Un agradecimiento especial, al Ing. Rafael Arturo Rodríguez Córdova y a nuestro docente asesor Ing. Juan Enrique Reyes Ruiz por su invaluable aporte a este logro.

***Karla Patricia Velásquez Callejas***

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	i
OBJETIVOS DEL ESTUDIO .....	iii
A. OBJETIVO GENERAL.....	iii
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	iii
ALCANCES Y LIMITACIONES .....	v
A. ALCANCES.....	v
B. LIMITACIONES.....	v
JUSTIFICACIÓN.....	vi
IMPORTANCIA .....	viii
CAPITULO I: MARCO REFERENCIAL .....	1
A. METODOLOGÍA DEL TRABAJO.....	1
B. MARCO TEÓRICO.....	2
1. Plan de desarrollo .....	2
2. Plan de desarrollo turístico.....	4
3. Turismo.....	5
4. Recurso turístico .....	6
5. Atractivo turístico .....	7
6. Producto turístico .....	8
7. Servicio turístico.....	9
8. Actividad turística.....	10
9. Competitividad turística.....	10
10. Oferta turística.....	11
11. Calidad Turística .....	13
12. Técnicas de diagnóstico.....	13
C. MARCO CONTEXTUAL.....	20
1. Historia del turismo .....	20
2. Turismo a nivel mundial .....	24
3. Turismo sostenible.....	29
4. Turismo a nivel de Centroamérica .....	35
5. Turismo en El Salvador.....	38
6. Turismo en el departamento de La Libertad.....	76
7. Área de influencia .....	81

D.	MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL.....	82
CAPITULO II: INVENTARIO TURÍSTICO DE CHILTIUPÁN.....		87
A.	MUNICIPIO DE CHILTIUPÁN .....	87
1.	Caracterización del municipio .....	87
2.	Turismo en el municipio de Chiltiupán.....	101
3.	Actores principales del municipio .....	103
B.	IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.....	106
1.	Turismo de sol y playa .....	106
2.	Turismo de aventura .....	107
3.	Turismo cultural .....	107
C.	INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS .....	108
1.	Metodología del inventario .....	108
2.	Identificación y categorización: listado preliminar.....	108
3.	Priorización de los recursos o atractivos turísticos .....	113
4.	Clasificación, análisis y selección de información .....	116
5.	Jerarquización: evaluación de los atractivos .....	138
D.	INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA .....	162
1.	Diseño de ficha para inventario de planta turística .....	162
2.	Llenado de ficha de planta turística.....	163
CAPITULO III: INVESTIGACIÓN DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS.....		170
A.	MERCADO CONSUMIDOR .....	170
1.	Antecedentes del mercado consumidor .....	170
2.	Metodología de la investigación .....	171
3.	Segmentación del mercado .....	173
4.	Determinación del tamaño de la muestra .....	174
5.	Diseño del instrumento .....	182
6.	Fichas técnicas .....	182
7.	Tabulación de información .....	183
8.	Resultados de mercado consumidor .....	223
9.	Afluencia turística en Chiltiupán .....	225
10.	Proyecciones de demanda .....	230
B.	MERCADO COMPETIDOR.....	232
1.	Antecedentes del mercado competidor .....	232
2.	Metodología de la investigación .....	233

3.	Diseño de la investigación del mercado competidor .....	234
4.	Perfil de los competidores .....	235
5.	Instrumentos de recolección de la información .....	236
6.	Identificación de la competencia .....	241
7.	Tabulación de investigación de campo y secundaria .....	245
C.	INSTITUCIONES DE APOYO Y SOPORTE AL TURISMO .....	342
1.	Metodología de la investigación .....	342
2.	Fuentes de información.....	343
3.	Definiciones del mercado.....	343
4.	Método de obtención de información .....	344
5.	Instituciones que apoyan el turismo en el salvador .....	345
6.	Investigación de campo .....	346
D.	MERCADO DISTRIBUIDOR .....	376
1.	Metodología de mercado distribuidor .....	376
2.	Fuentes de información.....	377
3.	Definiciones del mercado.....	377
4.	Identificación de los distribuidores .....	379
5.	Investigación de campo .....	381
CAPITULO IV: DIAGNOSTICO .....		388
A.	ESQUEMA DE DIAGNOSTICO.....	388
B.	ANÁLISIS DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE CHILTIUPÁN .....	389
C.	ANÁLISIS DE INVENTARIO TURÍSTICO .....	391
D.	ANÁLISIS DE MERCADOS .....	394
1.	Análisis de mercado consumidor.....	394
2.	Análisis de mercado competidor .....	396
3.	Análisis de instituciones de apoyo.....	399
4.	Análisis de mercado distribuidor.....	401
E.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	402
1.	Matriz de involucrados .....	402
2.	Árbol de problemas.....	407
3.	Descripción de causas de problemas.....	408
4.	Enunciado del problema .....	416
CAPITULO V: CONCEPTUALIZACION DEL DISEÑO .....		417
A.	GENERALIDADES DE LA PROPUESTA .....	417



B.	IDENTIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS VINCULADOS A LAS ÁREAS ESTRATÉGICAS.....	418
C.	SELECCIÓN DE LOS PROGRAMAS A DISEÑAR .....	420
D.	MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	423
1.	Importancia de los programas.....	427
2.	Importancia de los proyectos .....	427
E.	ESQUEMATIZACIÓN DE LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO .....	429
F.	DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS DEL PLAN DE DESARROLLO.....	430
1.	Programa de desarrollo de productos turísticos para su comercialización. ....	430
2.	Programa de diseño de un sistema de calidad turística .....	430
3.	Programa de formación y organización turística.....	430
4.	Programa de promoción y publicidad del municipio de Chiltiupán .....	431
5.	Gestión de cooperación .....	431
CAPITULO VI: DESARROLLO DEL PLAN TURISTICO.....		432
A.	PROGRAMA 1: DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA SU COMERCIALIZACIÓN.....	432
1.	Proyecto 1: Diseño de circuitos turísticos.....	432
2.	Proyecto 2: Señalización turística .....	481
3.	Proyecto 3: Infraestructura turística del municipio de Chiltiupán .....	493
4.	Proyecto 4: Museo municipal .....	515
B.	PROGRAMA 2: DISEÑO DE CALIDAD TURÍSTICA .....	522
1.	Proyecto 1: Buenas prácticas de turismo sostenible .....	523
2.	Proyecto 2: Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales .....	542
C.	PROGRAMA 3: FORMACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURÍSTICA .....	548
1.	Proyecto 1: Creación de Comité de Desarrollo Turístico Municipal (CDT).....	548
2.	Proyecto 2: Creación de Unidad de Turismo del Municipio de Chiltiupán.....	574
3.	Proyecto 3: Formación para emprendedores turísticos .....	581
D.	PROGRAMA 4: PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DEL MUNICIPIO DE CHILTIUPÁN .	585
1.	Proyecto 1: Creación de marca municipio de Chiltiupán .....	585
2.	Proyecto 2: Promoción del municipio de Chiltiupán.....	599
3.	Proyecto 3: Organización y participación de ferias y eventos.....	606
4.	Proyecto 4: Gestión de alianzas comerciales.....	610
E.	PROGRAMA 5: GESTIÓN DE COOPERACIÓN .....	613
1.	Proyecto 1: Financiamiento.....	613

2.	Proyecto 2: Capacitación turística .....	616
3.	Proyecto 3: cooperación en seguridad turística.....	622
F.	ESTRATEGIAS DE APOYO PARA IMPULSAR EL TURISMO EN CHILTIUPÁN .....	624
G.	INDICADORES PARA LA EVALUACION DEL PLAN .....	625
1.	Indicadores de impacto .....	625
2.	Indicadores de efecto.....	625
3.	Indicadores de resultado o producto .....	625
CAPITULO VII: EVALUACIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO .....		626
A.	METODOLOGIA DE LA ETAPA DE EVALUACIONES DEL PLAN.....	626
B.	INVERSIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO .....	627
1.	Metodología .....	627
2.	Inversión fija.....	627
3.	Inversión fija intangible.....	632
4.	Capital de trabajo.....	638
5.	Resumen de las inversiones .....	640
C.	FINANCIAMIENTO PARA IMPULSAR EL PLAN .....	641
1.	Financiamiento interno.....	642
2.	Financiamiento externo.....	644
D.	COSTOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.....	654
1.	Costos por proyecto .....	655
2.	Costos por programa .....	675
3.	Costos del plan de Desarrollo Turístico.....	678
4.	Costeo aplicando el método de Absorción .....	689
5.	Costeo anual aplicando el método de Absorción.....	692
6.	Costeo mensual para el año 1 aplicando el método de Absorción .....	695
E.	PRESUPUESTO DE INGRESOS - PUNTO DE EQUILIBRIO .....	701
1.	Determinación del precio de venta .....	701
2.	Margen de utilidad .....	703
3.	Ingresos pronosticados .....	703
4.	Punto de equilibrio .....	713
5.	Margen de seguridad .....	716
F.	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA.....	718
1.	Estado de resultados .....	719
2.	Estado de flujo de efectivo .....	721

3.	Balance general.....	724
G.	EVALUACION ECONOMICA.....	728
1.	Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).....	728
2.	Valor actual neto (VAN).....	730
3.	Tasa interna de retorno (TIR).....	732
4.	Relación beneficio costo (B/C).....	733
5.	Tiempo de Recuperación de la Inversión.....	734
6.	Conglomerado de evaluación económica.....	735
H.	EVALUACION FINANCIERA.....	736
1.	Metodología.....	736
2.	Razones financieras del plan.....	737
3.	Conglomerado de evaluación financiera.....	740
4.	Análisis horizontal de los estados financieros del proyecto.....	741
5.	Análisis vertical de los estados financieros del proyecto.....	744
6.	Análisis de sensibilidad.....	746
7.	Estrategias para el análisis de sensibilidad.....	752
I.	EVALUACION DE GÉNERO.....	753
1.	Situación de género a nivel nacional.....	753
2.	Situación de género de Chiltiupán.....	754
3.	Contribución del plan de desarrollo a la igualdad de género.....	755
4.	Beneficios del enfoque de género al plan de desarrollo turístico.....	755
J.	EVALUACION SOCIOECONOMICA.....	756
1.	Beneficios y costos del plan de desarrollo turístico.....	756
2.	Generación de fuentes de empleo.....	757
3.	Aspectos sociales del plan.....	758
4.	Impactos socioeconómicos del plan de desarrollo turístico.....	759
5.	Indicadores socioeconómicos del plan de desarrollo.....	760
K.	EVALUACION AMBIENTAL.....	763
1.	Metodología para la evaluación ambiental.....	763
2.	Tipos de acción que genera el cambio.....	764
3.	Desarrollo de la evaluación del impacto ambiental del plan de desarrollo.....	766
4.	Costos del impacto ambiental.....	771
L.	EVALUACION TECNICA DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	773

CAPITULO VIII: ADMINISTRACION DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE .....	776
A. ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO (EDT) .....	776
1. Descripción de los entregables .....	776
2. Descripción de los paquetes de trabajo .....	777
3. Descripción de las actividades .....	778
4. Matriz de precedencias .....	781
5. Red del plan de la implementación .....	784
6. Calendario de trabajo.....	786
B. COSTOS DE LA IMPLEMENTACION DEL PLAN DE DESARROLLO .....	788
1. Costos directos de los entregables .....	788
2. Costos variables para la implementación del plan de desarrollo .....	790
3. Salarios para la implementación del plan .....	791
4. Resumen de costos de la implementación del plan.....	791
5. Plan de desembolso para la implementación del plan.....	792
C. ORGANIZACIÓN DE LA ADMINISTRACION DEL PROYECTO .....	793
1. Estructura de la organización.....	793
2. Descripción del organigrama de la implementación .....	794
3. Manuales de organización para la implementación .....	794
CONCLUSIONES .....	819
RECOMENDACIONES .....	823
BIBLIOGRAFÍA .....	826
ANEXOS.....	830
GLOSARIO TÉCNICO .....	868

### INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Porcentaje de PIB respecto a turismo. ....	viii
Tabla 2 Clasificación de Turista y Turismo .....	6
Tabla 3. Clasificación de Recurso turístico.....	6
Tabla 4. Componentes de un análisis FODA.....	14
Tabla 5. Historia del turismo.....	20
Tabla 6. Periodos de historia del turismo .....	22
Tabla 7. Clasificación del Turismo.....	26
Tabla 8. Aspectos del turismo sostenible. ....	30
Tabla 9. Ingreso PIB por año respecto a turismo. ....	42
Tabla 10. Rutas turísticas .....	44

Tabla 11. Circuitos turísticos.....	63
Tabla 12. Proyectos de Turismos.....	67
Tabla 13. Playas de Ahuachapán, Sonsonante y La Libertad contempladas en el proyecto de surf city.....	70
Tabla 14. Playas de Usulután, La Paz, San Miguel y La Unión contempladas en el proyecto de surf city.....	70
Tabla 15. Recursos turísticos de los municipios que conforman costa el bálsamo.....	72
Tabla 16. Planta turística de los municipios que conforman la costa el bálsamo.....	73
Tabla 17. Actores y Asociatividad.....	74
Tabla 18. Composición de la ley de turismo.....	83
Tabla 19. Ejes de la policía nacional de turismo.....	85
Tabla 20. Distribución poblacional del municipio de Chiltiupán, La Libertad.....	89
Tabla 21. Población estudiantil por centro escolar.....	89
Tabla 22. Indicadores del nivel de escolaridad.....	91
Tabla 23. Indicadores básicos de educación del municipio de Chiltiupán.....	91
Tabla 24. Atención a la niñez y la adolescencia.....	93
Tabla 25. Atención al adulto mayor y servicios de apoyo.....	94
Tabla 26. Cargos de personal de la unidad de salud.....	94
Tabla 27. Conectividad del municipio de Chiltiupán.....	96
Tabla 28. Infraestructura y servicios básicos del municipio de Chiltiupán.....	97
Tabla 29. Concejo municipal de Chiltiupán.....	103
Tabla 30. Personal actual de la alcaldía de Chiltiupán.....	104
Tabla 31. Listado de atractivos y/o recursos turísticos de Chiltiupán.....	109
Tabla 32. Escala de asignación de valor para los criterios de priorización.....	114
Tabla 33. Priorización de recursos y/o atractivos de Chiltiupán.....	115
Tabla 34. Ficha de inventario de atractivos turísticos.....	117
Tabla 35. Ficha playa El Zonte.....	118
Tabla 36. Ficha Playa km 59.....	119
Tabla 37. Ficha Extracción de Bálsamo.....	120
Tabla 38. Ficha Poza El Letrero.....	121
Tabla 39. Ficha Poza Tres Chorros.....	122
Tabla 40. Ficha Cueva El Limón.....	123
Tabla 41. Ficha Cueva Los Ladrones.....	124
Tabla 42. Ficha Parroquia Santo Domingo.....	125
Tabla 43. Ficha Fiestas Patronales.....	126
Tabla 44. Ficha Túnel de La Litoral.....	127
Tabla 45. Ficha Cascada Santa Elena.....	128
Tabla 46. Ficha cascada las golondrinas.....	129
Tabla 47. Ficha Poza El Tecolote.....	130
Tabla 48. Ficha Pueblo Viejo.....	131
Tabla 49. Ficha Cerro Malacate.....	132
Tabla 50. Ficha Poza La Golondrina.....	133
Tabla 51. Ficha Poza de Pablo Alas.....	134
Tabla 52. Ficha Cascada los Números.....	135
Tabla 53. Ficha Cueva del Amor.....	136
Tabla 54. Ficha Cascada los Cuyos.....	137

Tabla 55. Ficha de Jerarquización .....	139
Tabla 56. Intervalos de jerarquización.....	140
Tabla 57. Jerarquización de Atractivos de Chiltiupán .....	141
Tabla 58. Jerarquización Playa El Zonte .....	142
Tabla 59. Jerarquización Playa km 59 .....	143
Tabla 60. Jerarquización Extracción de Bálsamo .....	144
Tabla 61. Jerarquización Poza El Letrero.....	145
Tabla 62. Jerarquización Poza Tres Chorros .....	146
Tabla 63. Jerarquización Cueva El Limón .....	147
Tabla 64. Jerarquización Cueva Los Ladrones .....	148
Tabla 65. Jerarquización Parroquia Santo Domingo .....	149
Tabla 66. Jerarquización Fiestas Patronales.....	150
Tabla 67. Jerarquización Túnel de La Litoral.....	151
Tabla 68. Jerarquización Cascada Santa Elena.....	152
Tabla 69. Jerarquización Cascada Las Golondrinas .....	153
Tabla 70. Jerarquización Poza El Tecolote .....	154
Tabla 71. Jerarquización Pueblo Viejo .....	155
Tabla 72. Jerarquización Cerro Malacate .....	156
Tabla 73. Jerarquización Poza La Golondrina.....	157
Tabla 74. Jerarquización Poza Pablo Alas .....	158
Tabla 75. Jerarquización Cascada Los Números .....	159
Tabla 76. Jerarquización Cueva del Amor.....	160
Tabla 77. Jerarquización Cascada Los Cuyos .....	161
Tabla 78. Ficha de inventario de la planta turística .....	162
Tabla 79. Ficha de hotel Puro Surf.....	163
Tabla 80. Ficha de hotel Palo Verde .....	164
Tabla 81. Ficha de hotel K59 Surf Camp.....	165
Tabla 82. Ficha de hotel Garten .....	166
Tabla 83. Ficha de Hostal Punta El Zonte .....	166
Tabla 84. Ficha La Casa de Frida Hostel .....	167
Tabla 85. Ficha Merendero El Teco .....	168
Tabla 86. Ficha Spanish School El Zonte.....	168
Tabla 87. Ficha Transporte publico Chiltiupán .....	169
Tabla 88. Fuentes de información mercado consumidor .....	171
Tabla 89. Tipo de investigación, técnicas y herramientas mercado consumidor.....	172
Tabla 90. Segmentos del mercado consumidor .....	173
Tabla 91. Variables del mercado consumidor.....	173
Tabla 92. Población del AMSS.....	174
Tabla 93. Población no pobre del AMSS.....	175
Tabla 94. Población económicamente activa del AMSS.....	176
Tabla 95. Sondeo de jóvenes del AMSS .....	176
Tabla 96. Distribución de la muestra en la población económicamente activa del AMSS.....	178
Tabla 97. N° de familias del AMSS. ....	179
Tabla 98. Sondeo de familias del AMSS. ....	179
Tabla 99. Distribución de la muestra en las familias del AMSS. ....	181
Tabla 100. Ficha técnica de consumidor final jóvenes .....	182

Tabla 101. Ficha técnica de consumidor final familias.....	182
Tabla 102. Tabulación del segmento jóvenes .....	183
Tabla 103. Tabulación del segmento familias.....	203
Tabla 104. Resultados segmento jóvenes.....	223
Tabla 105. Resultados segmento familias .....	223
Tabla 106. Resultados segmento extranjero .....	224
Tabla 107. Variables segmentos jóvenes AMSS .....	225
Tabla 108. Consumo de productos turísticos jóvenes .....	225
Tabla 109. Visitas mensuales del segmento jóvenes .....	226
Tabla 110. Variables segmento familias AMSS .....	227
Tabla 111. Consumo de productos turísticos familias .....	227
Tabla 112. Visitas mensuales del segmento familias .....	229
Tabla 113. Resumen de afluencia turística año 2021 .....	229
Tabla 114. Demanda de turismo nacional .....	230
Tabla 115. Demanda por mínimos cuadrados.....	230
Tabla 116. Demanda de turismo nacional proyecciones .....	231
Tabla 117. Tasa de crecimiento de turismo nacional.....	231
Tabla 118. Proyección por año de la afluencia turística del municipio de Chiltiupán .....	231
Tabla 119 Municipios competidores potenciales a estudiar .....	242
Tabla 120 Criterios para priorización de municipios competidores .....	242
Tabla 121 Municipios seleccionados para estudio de la competencia .....	243
Tabla 122 Municipios sujetos a análisis de competidor .....	243
Tabla 123 competidores directos .....	244
Tabla 124 Competidores Indirectos.....	244
Tabla 125 Competidores Sustitutos .....	244
Tabla 126. Check list municipio de Ataco.....	251
Tabla 127 Información acerca de turismo de acuerdo a Alcaldía de Ataco .....	252
Tabla 128 Check list municipio de Nahuizalco .....	260
Tabla 129 Check list municipio de Juayúa .....	267
Tabla 130 Check List municipio de La Libertad .....	277
Tabla 131 Check list municipio de Jayaque .....	286
Tabla 132 Check List municipio Tamanique .....	294
Tabla 133 Check list municipio de Comasagua.....	302
Tabla 134 Check list municipio de Conchagua.....	309
Tabla 135 Información acerca de turismo de acuerdo a Alcaldía de Conchagua .....	311
Tabla 136 Check list, municipio de Berlín.....	318
Tabla 137 Información acerca de turismo de acuerdo a la Alcaldía de Berlín.....	320
Tabla 138 Información acerca de turismo de acuerdo a Unidad de turismo de Berlín .....	321
Tabla 139 Check list municipio de Salcoatitán .....	330
Tabla 140 Check list municipio de Suchitoto .....	338
Tabla 141 Información acerca de turismo de acuerdo al CDT de Suchitoto .....	341
Tabla 142. Entrevista a ESCATUR .....	346
Tabla 143. Ficha de información CONAMYPE .....	347
Tabla 144. Ficha de información INSAFORP .....	350
Tabla 145. Ficha de información CORSATUR .....	352
Tabla 146. Entrevista POLITUR .....	354

Tabla 147. Ficha de información BANDESAL .....	356
Tabla 148. Ficha de información FONDEPRO .....	359
Tabla 149. Ficha de MITUR .....	363
Tabla 150. Entrevista AMUSDELI .....	363
Tabla 151. Ficha de OSN.....	366
Tabla 152. Entrevista al CAT .....	367
Tabla 153. Ficha de información CASATUR .....	370
Tabla 154. Información de Network Tours.....	381
Tabla 155. información de ASOTUR .....	382
Tabla 156. Entrevista a Tour Operadora Layantli .....	382
Tabla 157. Entrevista a Tour Operadora Cuzca Tours .....	383
Tabla 158. Entrevista a Tour Operadora Mundo Turista.....	384
Tabla 159. Entrevista a Tour Operadora TourBus.....	385
Tabla 160. Información de otras tours operadoras .....	386
Tabla 161. Análisis FODA del municipio de Chiltiupán.....	389
Tabla 162. Resultado del inventario turístico.....	391
Tabla 163. Análisis segmento jóvenes .....	394
Tabla 164. Análisis segmento familias .....	395
Tabla 165. Análisis segmento extranjero.....	396
Tabla 166. Fortalezas y debilidades analizadas en la competencia de Chiltiupán .....	397
Tabla 167 Matriz de involucrados.....	402
Tabla 168 Planta turística Chiltiupán.....	409
Tabla 169. Programas de las áreas estratégicas .....	418
Tabla 170. Problemáticas que se resuelven con los programas.....	421
Tabla 171. Resultados de selección de programas a desarrollar .....	422
Tabla 172. Matriz de consistencia de la conceptualización de diseño .....	423
Tabla 173. Relación del plan de desarrollo turístico con la estrategia nacional surf city. ....	425
Tabla 174. Porcentaje de importancia de los programas.....	427
Tabla 175: Importancia de los programas en función de resultados.....	427
Tabla 176. Ponderación de criterios de selección de atractivos .....	436
Tabla 177. Evaluación de recursos turístico .....	436
Tabla 178. Logística para brindar el servicio .....	439
Tabla 179. Actividades para la prestación del servicio del circuito Entre Playa y Montaña .....	440
Tabla 180. Itinerario de recorrido circuito Entre Playa y Montaña.....	441
Tabla 181. Ponderación de criterios de selección de atractivos .....	445
Tabla 182. Evaluación de recursos turísticos .....	446
Tabla 183. Logística para brindar el servicio .....	450
Tabla 184. Actividades para la prestación del servicio del circuito Historias de Chiltiupán .....	451
Tabla 185. Itinerario de recorrido circuito Historias de Chiltiupán .....	452
Tabla 186. Ponderación de criterios de selección de atractivos .....	456
Tabla 187. Evaluación de recursos turísticos .....	457
Tabla 188. Logística para brindar el servicio .....	460
Tabla 189. Actividades para la prestación del servicio del segmento extranjero .....	461
Tabla 190. Itinerario de recorrido circuito Aventuras en la Cordillera.....	462
Tabla 191. Grados de pendientes .....	468
Tabla 192. Capacidad de manejo.....	469



Tabla 193. Capacidades de carga circuito entre playa y montaña.....	470
Tabla 194. Capacidades de carga circuito Historias de Chiltiupán. ....	470
Tabla 195. Capacidades de carga circuito Aventuras en la Cordillera .....	471
Tabla 196. Pronóstico de ventas segmento joven, Circuito entre playa y montaña .....	472
Tabla 197. Pronóstico de ventas segmento familiar, Circuito Historias de Chiltiupán .....	472
Tabla 198. Planificación de servicios segmento joven, circuito entre playa y montaña.....	473
Tabla 199. Planificación de servicios segmento familiar, Historias de Chiltiupán .....	473
Tabla 200. Pronóstico de circuito entre playa y montaña .....	474
Tabla 201. Pronóstico de circuito historias de Chiltiupán .....	474
Tabla 202. Requerimientos de RRHH por recorrido .....	475
Tabla 203. Insumos por turistas .....	475
Tabla 204. Promedio de insumos por mes .....	476
Tabla 205. Insumos por recorrido.....	476
Tabla 206. Insumos necesarios por recorrido.....	477
Tabla 207. significado de los colores en señalización .....	482
Tabla 208 Especificaciones de medidas para rótulos.....	486
Tabla 209 Especificaciones de medidas para rotulo de marca municipio .....	486
Tabla 210 detalle de marcas sobre mapa de Chiltiupán .....	488
Tabla 211 Requerimientos señales informativas señales .....	489
Tabla 212 Requerimientos señales prohibitivas .....	490
Tabla 213 Requerimientos señales de advertencia .....	491
Tabla 214 Requerimientos señales de evacuación .....	491
Tabla 215 Requerimientos de señales de bienvenida .....	492
Tabla 216 Requerimientos de materiales, mano de obra para señalización .....	492
Tabla 217 Factores localización de comedor .....	507
Tabla 218 Criterios, localización de comedor .....	507
Tabla 219 Calificación de alternativas, localización de comedor .....	508
Tabla 220 Especificaciones de senderos de madera .....	511
Tabla 221 requerimientos de Áreas de descanso .....	512
Tabla 222 Requerimientos de Servicios Sanitarios .....	513
Tabla 223 Requerimientos de Vestideros.....	513
Tabla 224 Requerimientos mejora en mirador.....	513
Tabla 225 Requerimientos creación de mirador .....	513
Tabla 226 Requerimientos comedor municipal.....	513
Tabla 227 Requerimientos senderos y pasamanos de madera .....	514
Tabla 228 Requerimientos de pasamanos metálicos .....	514
Tabla 229 Requerimiento de Kiosko de información .....	514
Tabla 230. Fuentes de información primaria y secundaria para documentar.....	518
Tabla 231. Material para representar los temas o investigaciones. ....	518
Tabla 232. Recurso humano para el museo.....	521
Tabla 233. Instalaciones, mobiliario y equipo para el museo.....	521
Tabla 234. Rangos de calificación para determinar el nivel de calidad turística brindada.....	529
Tabla 235. Descripción y especificaciones de las capacitaciones .....	531
Tabla 236. Personal de apoyo para la gestión de la calidad.....	539
Tabla 237. Personal de apoyo para las instalaciones.....	540
Tabla 238. Requerimientos de mobiliario para la calidad de la Propuesta.....	540

Tabla 239. Requerimientos de equipo para la limpieza de las instalaciones. ....	541
Tabla 240. Diagnóstico de los patrimonios naturales y culturales del municipio de Chiltiupán. ....	544
Tabla 241. Tabla de frecuencia de evaluaciones .....	547
Tabla 242. Requerimientos de mobiliario y equipo para el proyecto propuesto .....	548
Tabla 243 Reglamento interno CDT .....	569
Tabla 244 Requerimientos para la creación del CDT .....	571
Tabla 245 Especificaciones de requerimiento CDT .....	572
Tabla 246 Unidad de Turismo .....	577
Tabla 247 Requerimientos para la creación de la Unidad de Turismo .....	580
Tabla 248 Especificaciones de requerimiento Unidad de turismo .....	580
Tabla 249. Módulos del proyecto de emprendedurismo .....	583
Tabla 250. Requerimientos para formación de emprendedores .....	584
Tabla 251. Pasos de registro de marca .....	588
Tabla 252. Requerimientos para la marca municipio .....	599
Tabla 253. Consideraciones para página de Facebook .....	601
Tabla 254. Requerimientos para la promoción del municipio .....	605
Tabla 255. Requerimientos para la organización y participación de ferias y eventos .....	609
Tabla 256. Paquete 1 de comercialización para temporada baja .....	611
Tabla 257. Paquete 2 de comercialización para temporada baja .....	611
Tabla 258. Paquete 3 de comercialización para temporada baja .....	612
Tabla 259. Requerimiento de RRHH por recorrido .....	612
Tabla 260. Insumos por turista .....	612
Tabla 261. Insumos por recorrido .....	612
Tabla 262. Instituciones para brindar apoyo de financiamiento .....	614
Tabla 263. Requerimiento para la gestión de financiamiento .....	615
Tabla 264. Temáticas a impartir para capacitación de guías turísticos ET1 .....	617
Tabla 265. Temáticas a impartir para capacitación de guías turísticos ET2 .....	618
Tabla 266. Ficha de evaluación de hojas de vida para la capacitación de guías turísticos .....	620
Tabla 267. Ficha de evaluación de entrevistas .....	620
Tabla 268. Ficha de evaluación del taller de guías turísticos .....	621
Tabla 269. Requerimientos para capacitación de guías turísticos .....	622
Tabla 270. Estrategias de apoyo para impulsar el turismo en Chiltiupán .....	624
Tabla 271. Inversión en terreno .....	628
Tabla 272. Inversión en Obra Civil .....	628
Tabla 273 Inversión en sistemas de apoyo .....	629
Tabla 274 Inversión en Mobiliario y Equipo .....	630
Tabla 275 Consolidado de Inversión Fija Tangible .....	631
Tabla 276 Costo de Inversión en estudio de Anteproyecto .....	632
Tabla 277 Costo de Inversión en estudio de Diagnostico .....	633
Tabla 278 Costo de Inversión en estudio de Diseño .....	633
Tabla 279 Costo de Inversión en estudio de Evaluaciones .....	634
Tabla 280 Consolidado de inversiones en estudios previos .....	635
Tabla 281 Costo de Inversión en formación de CDT .....	635
Tabla 282 Inversión en permisos de construcción .....	635
Tabla 283 Inversión en registro de marca municipio .....	636
Tabla 284 Inversión en Capacitaciones .....	636

Tabla 285 Inversión en administración de implementación .....	637
Tabla 286 Consolidado Inversiones Fijas Intangibles.....	637
Tabla 287 Costos de operación para el capital de trabajo .....	638
Tabla 288 Costos administrativos para el capital de trabajo .....	639
Tabla 289 Costos de comercialización para el capital de trabajo .....	639
Tabla 290 Consolidado Capital de Trabajo .....	639
Tabla 291 Consolidado de Inversión y Capital de Trabajo.....	640
Tabla 292. Plazos y periodos de gracia BANDESAL.....	644
Tabla 293. Tasas de interés de BANDESAL .....	644
Tabla 294 Tasas de interés Banco Hipotecario .....	645
Tabla 295 Contacto recaudemos.org .....	652
Tabla 296 monto a financiarse a como contrapartida .....	652
Tabla 297 Monto a Solicitarse a la IAF.....	653
Tabla 298 montos de financiamiento.....	653
Tabla 299 Costos variables de proyecto 1 diseño de circuitos turísticos en circuito n°1 .....	655
Tabla 300 Costos variables de proyecto 1 diseño de circuitos turísticos en circuito n°2 .....	656
Tabla 301 Costos totales circuito 1 entre playa y montaña.....	657
Tabla 302 Costos totales circuito 2 Historias de Chiltiupán .....	657
Tabla 303 Costos variables del proyecto señalización turística .....	658
Tabla 304 Costos totales del proyecto señalización turística.....	658
Tabla 305 Costos variables del proyecto Infraestructura turística .....	659
Tabla 306 Costos totales del proyecto infraestructura turística .....	659
Tabla 307 Costos fijos del proyecto Museo municipal .....	660
Tabla 308 Costos variable del proyecto Museo municipal .....	660
Tabla 309 Costos totales del proyecto museo municipal .....	661
Tabla 310 Costos fijos del proyecto: buenas prácticas de turismo sostenible.....	661
Tabla 311 Costos variables del proyecto buenas: prácticas de turismo sostenible.....	662
Tabla 312 Costos totales del proyecto buenas: prácticas de turismo sostenible .....	662
Tabla 313 Costos variables proyecto de conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales .....	663
Tabla 314 Costos totales del proyecto conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales. ....	663
Tabla 315 Costos variables del proyecto creación y funcionamiento de CDT.....	664
Tabla 316 Costos totales del proyecto creación y funcionamiento de CDT .....	664
Tabla 317 Costos variables del proyecto creación y funcionamiento de unidad de turismo del municipio de Chiltiupán .....	665
Tabla 318 Costos fijos del proyecto Creación y funcionamiento de Unidad de Turismo del municipio de Chiltiupán .....	665
Tabla 319 Costos totales del proyecto Creación y funcionamiento de Unidad de Turismo del municipio de Chiltiupán .....	666
Tabla 320 Costos variables proyecto formación de emprendedores .....	666
Tabla 321 Costos totales: Formación de emprendedores .....	667
Tabla 322 Costos fijos proyecto: Promoción del municipio.....	667
Tabla 323 Costos variables proyecto: Promoción del municipio .....	668
Tabla 324 Costos Variables proyecto: Promoción del municipio .....	668
Tabla 325 Costos totales proyecto: Promoción del municipio.....	669

Tabla 326 Costos variables proyecto: Organización y participación de ferias y eventos .....	669
Tabla 327 Costos totales proyecto: organización y participación de ferias y eventos .....	670
Tabla 328 Costos variables proyecto: Gestión de alianzas comerciales.....	671
Tabla 329 Costos totales proyecto: Gestión de alianzas comerciales .....	672
Tabla 330 Costos fijos proyecto: Gestión de financiamiento .....	672
Tabla 331 Costos variables proyecto: Gestión de financiamiento.....	673
Tabla 332 Costos totales proyecto: Gestión de financiamiento .....	673
Tabla 333 Costos variables proyecto Cooperación en Seguridad .....	674
Tabla 334 Costos totales proyecto: Cooperación en Seguridad .....	674
Tabla 335 Costos totales del programa de Productos Turísticos.....	675
Tabla 336 Costos totales del programa de Diseño de calidad turística.....	675
Tabla 337 Costos totales del programa de Formación y organización turística .....	676
Tabla 338 Costos totales del programa Promoción y publicidad del municipio de Chiltiupán ..	676
Tabla 339 Costos totales del programa Gestión de cooperación .....	677
Tabla 340. Consolidado de costos del plan de desarrollo turístico para el año 1.....	678
Tabla 341. Depreciación de mobiliario y equipo .....	680
Tabla 342. Depreciación de obra civil .....	682
Tabla 343. Amortización del terreno anual .....	683
Tabla 344. Amortización de registro de marca .....	683
Tabla 345. Amortización de estudios previos .....	683
Tabla 346. Activos intangibles a amortizar. ....	684
Tabla 347. Amortización de activos intangibles.....	684
Tabla 348. División de los proyectos por rubro.....	685
Tabla 349. Costos operativos del plan de desarrollo turístico.....	687
Tabla 350. Costo de comercialización del plan de desarrollo turístico.....	687
Tabla 351. Costos de Administración del plan de desarrollo turístico .....	687
Tabla 352. Costos financieros del plan de desarrollo turístico.....	688
Tabla 353. Consolidado de costos del plan de desarrollo turístico. ....	688
Tabla 354. Prorrrateo de costos para usuarios de circuitos y otros usuarios .....	689
Tabla 355. Costos totales para usuarios de circuitos. ....	689
Tabla 356. Costos totales para otros usuarios .....	689
Tabla 357. Criterio de Prorrrateo utilizado .....	689
Tabla 358. Costeo de Absorción Anual, año 1 .....	690
Tabla 359. Determinación de costo unitario variable unitaria. ....	691
Tabla 360. Determinación del Costo unitario variable anual.....	691
Tabla 361. Ecuaciones para determinar los costos anuales.....	692
Tabla 362. Costos operativos anuales de cada circuito.....	692
Tabla 363. Costos de comercialización anuales de cada circuito .....	692
Tabla 364. Costos de Administración anuales de cada circuito .....	693
Tabla 365. Costos anuales de cada circuito .....	693
Tabla 366. Costos operativos anuales .....	693
Tabla 367. Costos de comercialización anuales.....	694
Tabla 368. Costos de administración anuales .....	694
Tabla 369. Costos anuales.....	694
Tabla 370. Costos operativos mensuales para circuitos-año 1.....	695
Tabla 371. Costos de Comercialización mensuales para circuitos-año 1 .....	696

Tabla 372. Costos de administración mensuales para circuitos-año 1 .....	696
Tabla 373. Costos mensuales para circuitos año-1 .....	697
Tabla 374. Costos operativos mensuales.....	698
Tabla 375. Costos de comercialización mensuales .....	698
Tabla 376. Costos de administración mensuales .....	699
Tabla 377. Costos mensuales.....	700
Tabla 378. Gasto promedio segmento joven .....	701
Tabla 379. Gasto promedio segmento familiar .....	701
Tabla 380. Precios de referencia de los Tour Operadores .....	702
Tabla 381. Costos unitarios para el año uno de operación .....	702
Tabla 382. Precios de venta sugeridos .....	702
Tabla 383. Margen de contribución de circuitos turísticos .....	703
Tabla 384. Ingresos por circuitos año 1.....	703
Tabla 385. Ingresos por circuitos año 2.....	704
Tabla 386. Ingresos por circuitos año 3.....	704
Tabla 387. Ingresos por circuitos año 4.....	705
Tabla 388. Ingresos por circuitos año 5.....	705
Tabla 389. Ingresos por otros rubros año 1 .....	706
Tabla 390. Ingresos por otros rubros año 2.....	707
Tabla 391. Ingresos por otros rubros año 3.....	707
Tabla 392. Ingresos por otros rubros año 4.....	708
Tabla 393. Ingresos por otros rubros año 5.....	709
Tabla 394. Consolidado de ingresos año 1. ....	710
Tabla 395. Consolidado de ingresos año 2. ....	710
Tabla 396. Consolidado de ingresos año 3. ....	711
Tabla 397. Consolidado de ingresos año 4. ....	711
Tabla 398. Consolidado de ingresos año 5. ....	712
Tabla 399. Total, de ingresos anuales pronosticados.....	712
Tabla 400. Fórmulas para calcular el punto de equilibrio .....	713
Tabla 401. Variables para determinar punto de equilibrio.....	713
Tabla 402. Margen de contribución de los circuitos.....	714
Tabla 403. Margen de contribución ponderado .....	714
Tabla 404. Margen de contribución ponderado total .....	714
Tabla 405. Punto de equilibrio por servicio.....	715
Tabla 406. Punto de equilibrio en unidades monetarias .....	715
Tabla 407. Margen de seguridad del plan de desarrollo .....	716
Tabla 408. Margen de seguridad circuito Entre playa y montaña .....	717
Tabla 409. Margen de seguridad circuito Historias de Chiltiupán .....	717
Tabla 410. Estado de resultado anual.....	719
Tabla 411. Estado de resultado mensual, año 1 .....	719
Tabla 412. Estado de resultado mensual, año 1 .....	720
Tabla 413. Estado de flujo de efectivo anual.....	721
Tabla 414. Estado de flujo de efectivo mensual, año 1 .....	722
Tabla 415. Estado de flujo de efectivo mensual, año 1 .....	722
Tabla 416. Balance general anual.....	724
Tabla 417. Balance general mensual, año 1 .....	725

Tabla 418. Balance general mensual, año 1 .....	726
Tabla 419 Inflación histórica de El Salvador.....	729
Tabla 420 Porcentajes de premio al riesgo de acuerdo al tipo de iniciativa .....	730
Tabla 421 Criterios de decisión VAN.....	731
Tabla 422 Calculo de VAN del plan.....	731
Tabla 423 Criterio de comparación TIR y TMAR .....	732
Tabla 424 Razón B/C anual .....	734
Tabla 425 Consolidado razón B/C.....	734
Tabla 426 Consolidado de Evaluación Económica.....	735
Tabla 427. Rotación de activos totales.....	737
Tabla 428. Margen de utilidad neta .....	738
Tabla 429. Rendimiento sobre los activos.....	738
Tabla 430. Rendimiento sobre la inversión .....	739
Tabla 431. Conglomerado de evaluación financiera.....	740
Tabla 432. Índices relativos horizontales base año 1, cuentas de balance general .....	741
Tabla 433. Índices relativos horizontales base año 1, cuentas de estado de resultado .....	743
Tabla 434. Índices relativos verticales cuentas de balance general .....	744
Tabla 435. Estado de resultado para escenario 1. ....	746
Tabla 436. Cálculo de VAN para escenario 1.....	746
Tabla 437. Cálculo de Beneficio-Costo para escenario 1. ....	747
Tabla 438. Consolidado de Beneficio-Costo para escenario 1 .....	747
Tabla 439. Calculo del TRI para escenario 1.....	747
Tabla 440. Consolidado escenario 1.....	747
Tabla 441. Datos para préstamos para la inversión .....	748
Tabla 442. Cálculo de costos financieros.....	748
Tabla 443. Resumen de costos financieros anuales .....	748
Tabla 444. Estado de resultado escenario 2 .....	748
Tabla 445. Cálculo de VAN para escenario 2.....	749
Tabla 446. Cálculo de Beneficio-Costo para escenario 2. ....	749
Tabla 447. Consolidado de Beneficio-Costo para escenario 2 .....	749
Tabla 448. Cálculo del TRI para escenario 2.....	749
Tabla 449. Consolidado escenario 2.....	750
Tabla 450. Estado de resultado escenario 3 .....	750
Tabla 451. Cálculo de VAN para escenario 3.....	751
Tabla 452. Cálculo de Beneficio-Costo para escenario 3. ....	751
Tabla 453. Consolidado de Beneficio-Costo para escenario 3 .....	751
Tabla 454. Cálculo del TRI para escenario 3.....	751
Tabla 455. Consolidado escenario 3.....	751
Tabla 456. Estrategias sugeridas para los posibles escenarios .....	752
Tabla 457: Cuadro de población de Chiltiupán.....	754
Tabla 458: Tasas brutas de actividad económica urbana y rural de Chiltiupán .....	754
Tabla 459: Beneficios y costos sociales .....	756
Tabla 460: Empleos generados año 1 de operación .....	757
Tabla 461: Empleos indirectos del plan de desarrollo .....	758
Tabla 462: Ingresos del plan de desarrollo.....	761
Tabla 463: Costos fijos de la alcaldía.....	761

Tabla464: Factores de corrección social de mano de obra .....	762
Tabla465: Flujo neto efectivo social .....	762
Tabla466: Comparación de la VAN privada y social.....	763
Tabla 467: Valor cuantitativo de la intensidad de impacto ambiental.....	764
Tabla 468. Valor cuantitativo de la extensión de impacto ambiental.....	764
Tabla 469: Valor cuantitativo de la reversibilidad de impacto ambiental .....	764
Tabla 470: Valor cuantitativo de la reversibilidad de impacto ambiental .....	765
Tabla 471: Valor cuantitativo del riesgo de impacto ambiental .....	765
Tabla 472: Pesos relativos para Evaluación del impacto ambiental .....	766
Tabla 473: Significado o nivel de importancia del impacto ambiental .....	766
Tabla 474: Actividades con impactos en el medio ambiente .....	766
Tabla 475: Predicción de los impactos al medio ambiente .....	767
Tabla 476. Evaluación de los impactos ambientales generados por el plan de desarrollo.....	769
Tabla 477. Costos para minimizar impacto ambiental. ....	771
Tabla 478. Indicadores a evaluar .....	773
Tabla 479. Evaluación de indicadores.....	774
Tabla Tabla 480: Descripción de los paquetes de trabajo .....	777
Tabla 481: Actividades de entregable Aspecto Legal.....	778
Tabla 482: Actividades de entregable Infraestructura.....	779
Tabla483: Actividades de entregable Equipamiento .....	780
Tabla 484: Actividades de entregable Puesta en Marcha.....	781
Tabla485: Precedencias de entregable Aspecto Legal.....	782
Tabla486: Precedencias de entregable Infraestructura .....	782
Tabla 487: Precedencias de entregable Equipamiento .....	783
Tabla 488: Precedencias de entregable Puesta en Marcha .....	783
Tabla 489: Calendario de trabajo de la implementación del plan .....	786
Tabla 490: Costo de actividades entregable Aspecto Legal .....	788
Tabla 491: Costo de actividades entregable Equipamiento .....	789
Tabla 492: Costo de actividades entregable Puesta en Marcha.....	789
Tabla 493: Costos directos de la implementación del plan .....	790
Tabla 494: Costos variables de la implementación del plan .....	790
Tabla 495: Salarios para la implementación del plan .....	791
Tabla 496: Resumen de costos de implementación .....	791
Tabla 497: Plan de desembolsos .....	792
Tabla 498: Avance planificado de ejecución .....	792
Tabla 499: Descripción del organigrama .....	794
Tabla 500. Promedio de jóvenes que realizan turismo .....	848
Tabla 501 Porcentajes ISSS y AFP.....	849
Tabla 502 Fuente y proveedores cotizados.....	849
Tabla 503 Flujo de efectivo mensual para cálculo de capital de trabajo .....	860
Tabla 504 flujo de efectivo con caja iniciando con capital de trabajo equivalente a 1 mes .....	861
Tabla 505. Ingresos de la alcaldía de Chiltiupán .....	862

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Componentes principales del sistema turístico.....	5
Ilustración 2. Componentes de oferta turística. ....	12
Ilustración 3. Gasto y estadía promedio para los años 2017-2018 .....	41
Ilustración 4. Logo de pueblos vivos. ....	62
Ilustración 5. Municipio de Chilitupán .....	81
Ilustración 6. Flujograma del proceso de inscripción. ....	84
Ilustración 7. División política del Departamento de La Libertad.....	87
Ilustración 8. Rio El Zonte. ....	101
Ilustración 9. Cueva del Amor, Playa El Zonte. ....	101
Ilustración 10. Poza El Letrero. ....	101
Ilustración 11. Cueva los Ladrones. ....	102
Ilustración 12. Cerro del Malacate.....	102
Ilustración 13. Extracción del Bálsamo.....	102
Ilustración 14 metodología de análisis de la competencia.....	241
Ilustración 15 Ataco, Día de los farolitos .....	247
Ilustración 16 Ataco, Jardín de Celeste .....	248
Ilustración 17 Ataco, Termales de Santa Teresa .....	248
Ilustración 18 Ataco, Diconte Axul.....	249
Ilustración 19 Ataco, Piscinas de Atzumpa.....	249
Ilustración 20 Ataco, Cascadas de Don Juan .....	250
Ilustración 21 Ataco, artesanías y recuerdos.....	250
Ilustración 22 Nahuizalco, Cascada la golondrinera .....	256
Ilustración 23 Nahuizalco, Cascada El Salto .....	256
Ilustración 24 Nahuizalco, Río la vuelta.....	257
Ilustración 25 Nahuizalco, Parroquia San Juan Bautista .....	257
Ilustración 26 Nahuizalco, Museo Náhuat .....	258
Ilustración 27 Nahuizalco, Mariposario Ruta de las Flores .....	258
Ilustración 28 Nahuizalco, Tiendas de artesanías .....	259
Ilustración 29 Nahuizalco, Mirador de la Piedra viva .....	259
Ilustración 30 Juayúa Iglesia de Santa Lucía .....	264
Ilustración 31 Juayúa Conga bus .....	264
Ilustración 32 Juayúa Reptilandia.....	265
Ilustración 33 Juayúa Laguna de las ranas .....	265
Ilustración 34 Juayúa Chorros de la calera .....	265
Ilustración 35 Juayúa, Pueblo .....	266
Ilustración 36 Juayúa cafetales .....	266
Ilustración 37 Juayúa, Festival gastronómico .....	266
Ilustración 38 Malecon, Puerto de La Libertad .....	273
Ilustración 39 Antiguo Muelle Puerto de la Libertad.....	273
Ilustración 40 Playa las Flores, municipio de La Libertad .....	273
Ilustración 41 San Diego municipio de la libertad .....	274
Ilustración 42 Playa Punta Roca La Libertad.....	274
Ilustración 43 Playa el Obispo municipio de la libertad.....	275
Ilustración 44 Playa el Majahual, municipio de la libertad.....	275



Ilustración 45 Playa San Blas, municipio de la libertad.....	275
Ilustración 46 Playa conchalío municipio de la libertad.....	276
Ilustración 47 Parque acuático conchalío municipio de la libertad .....	276
Ilustración 48 Parque Walter Thilo Deininger municipio de La Libertad .....	276
Ilustración 49 FURESA, en municipio de Jayaque .....	281
Ilustración 50 Iglesia San Cristóbal en municipio de Jayaque .....	281
Ilustración 51 museo y casa de la cultura Xayacatepec, Jayaque .....	282
Ilustración 52 Mirador Michinoeki, Jayaque.....	282
Ilustración 53 Mirador los cielos, Jayaque .....	283
Ilustración 54 Finca El Carmel, Jayaque .....	283
Ilustración 55 Finca Santa Elena, Jayaque .....	284
Ilustración 56 Finca la Esperanza, Jayaque .....	284
Ilustración 57 Cumpas, Jayaque .....	284
Ilustración 58 Fiestas patronales, Jayaque .....	285
Ilustración 59 Plaza Turística, Jayaque .....	285
Ilustración 60 Playa el Tunco, Tamanique.....	289
Ilustración 61 Playa El Sunzal, Tamanique .....	289
Ilustración 62 Playa el Palmarcito, Tamanique.....	290
Ilustración 63 Cascadas de Tamanique, Tamanique.....	290
Ilustración 64 Sendero a la Cabaña, Tamanique.....	291
Ilustración 65 Moto Tour´s Tamanique .....	291
Ilustración 66 Parapentismo cerro la gloria, Tamanique .....	292
Ilustración 67 Caminata cerro la gloria, Tamanique.....	292
Ilustración 68 Cuevas de Tamanique .....	292
Ilustración 69 Iglesia parroquial, Tamanique .....	293
Ilustración 70 Fiestas patronales, Tamanique .....	293
Ilustración 71 Peñón de Comasagua .....	299
Ilustración 72 Taller arte en flor, Comasagua .....	300
Ilustración 73 Finca San Antonio, Comasagua.....	300
Ilustración 74 La piedra herrada, Comasagua.....	301
Ilustración 75 Restaurante y mirador brasas y leña, Comasagua.....	301
Ilustración 76 Cabañas bello atardecer, Comasagua .....	301
Ilustración 77 Iglesia colonial de Conchagua .....	305
Ilustración 78 Puposodromo, Conchagua.....	306
Ilustración 79 volcán de Conchagua .....	306
Ilustración 80 Mirador espíritu de la Montaña .....	307
Ilustración 81 Playa el Tamarindo, Conchagua .....	307
Ilustración 82 Playas negras, Conchagua .....	308
Ilustración 83 Fuente de los leones, Conchagua.....	308
Ilustración 84 Parque geo ambiental el tronador, Berlín .....	314
Ilustración 85 Altos de San Lorenzo, mirador, Berlín.....	314
Ilustración 86 Centro histórico, Berlín.....	315
Ilustración 87 Cerro La Cruz, Berlín .....	315
Ilustración 88 El Hoyon, Berlín .....	316
Ilustración 89 Nacimiento de agua San lorenzo, berlín.....	316
Ilustración 90 Museo Don Guille, Berlín .....	317

Ilustración 91 Iglesia San José, Berlín .....	317
Ilustración 92 Alfombras de Berlín.....	317
Ilustración 93 Iglesia Colonial San Miguel Arcángel, Salcoatitán .....	325
Ilustración 94 Río Monterrey, Salcoatitán .....	325
Ilustración 95 Restaurante Portal de la montaña, Salcoatitán .....	326
Ilustración 96 Arte Inédito, Salcoatitán .....	326
Ilustración 97 Artes creativos Quetzalcóatl, Salcoatitán .....	327
Ilustración 98 Parque central de Salcoatitán .....	327
Ilustración 99 Mirador siete volcanes, Salcoatitán .....	328
Ilustración 100 Finca Moros y cristianos, Salcoatitán .....	328
Ilustración 101 Restaurante y vivero los patios, Salcoatitán .....	329
Ilustración 102 Germinal museo de la imprenta, Salcoatitán .....	329
Ilustración 103 museo comunitario la memoria vive, Suchitoto .....	333
Ilustración 104 Museo de la Moneda, Suchitoto .....	334
Ilustración 105 Bosque Cinquera y Pepeishtenango, Suchitoto .....	334
Ilustración 106 Cerro Guazapa, Suchitoto.....	335
Ilustración 107 Iglesia Santa Lucía, Suchitoto .....	335
Ilustración 108 museo café, Suchitoto.....	336
Ilustración 109 Museo de los 1000 platos .....	336
Ilustración 110 Lago Suchitlán, Suchitoto.....	336
Ilustración 111 Cascada Los Tercios, Suchitoto.....	337
Ilustración 112 Casa de la Abuela, Suchitoto .....	337
Ilustración 113 Casa de los recuerdos Alejandro Cotto, Suchitoto .....	337
Ilustración 114. Tipos de proveedores .....	343
Ilustración 115. Entrevista semi-estructurada.....	344
Ilustración 116. Entrevista por correo.....	344
Ilustración 117. Instituciones que brindan capacitaciones turísticas .....	345
Ilustración 118. Instituciones que brindan seguridad turística.....	345
Ilustración 119. Instituciones que brindan soporte económico.....	345
Ilustración 120. Instituciones que brindan calidad turística .....	345
Ilustración 121. Logo de ESCATUR.....	346
Ilustración 122. Logo de CONAMYPE.....	347
Ilustración 123. Logo INSAFORP.....	350
Ilustración 124. Logo de CORSATUR .....	352
Ilustración 125. Logo de POLITUR.....	353
Ilustración 126. Logo BANDESAL.....	355
Ilustración 127. Logo FONDEPRO.....	358
Ilustración 128. Logo de MITUR.....	362
Ilustración 129. Logo de AMUSDELI.....	363
Ilustración 130. Logo de OSN .....	365
Ilustración 131. Logo CASATUR .....	370
Ilustración 132. Logo Universidad Dr. José Matías Delgado .....	371
Ilustración 133. Logo Universidad Don Bosco .....	372
Ilustración 134. Logo de UFG .....	373
Ilustración 135. Logo de UTEC .....	374
Ilustración 136. Logo de ITCA.....	374

Ilustración 137. Tipos de canales de distribución turística .....	378
Ilustración 138. Recorrido del circuito "Entre playa y montaña" .....	444
Ilustración 139. Recorrido del circuito Historias de Chilitupán .....	455
Ilustración 140. Recorrido del circuito Aventuras en la Cordillera .....	466
Ilustración 141. Botiquín tipo morral A.....	479
Ilustración 142. Camión para trasladar a los turistas .....	480
Ilustración 143 Diseño de rotulo de bienvenida .....	484
Ilustración 144 Diseño de rotulo de marca municipio .....	484
Ilustración 145 diseño de rotulo de mapa turístico .....	485
Ilustración 146 Diseño rotulo de circuitos turísticos .....	485
Ilustración 147 diseño rotulo de atractivos turísticos .....	486
Ilustración 148 Ubicación geográfica de rótulos zona de montaña .....	487
Ilustración 149. Ubicación geográfica de rótulos zona de playa .....	487
Ilustración 150 Diseño áreas de descanso .....	494
Ilustración 151 Diseño banco circular.....	495
Ilustración 152 Diseño mesa rectangular .....	495
Ilustración 153 Diseño mesa y banco.....	496
Ilustración 154 ubicación de áreas de descanso .....	496
Ilustración 155 Diseño servicios Sanitarios .....	497
Ilustración 156 Diseño sanitarios.....	498
Ilustración 157 Diseño baños con rampa .....	498
Ilustración 158 Diseño baños rampa .....	499
Ilustración 159 Diseño Baños.....	499
Ilustración 160Diseño de Vestideros .....	500
Ilustración 161 Diseño vestideros.....	500
Ilustración 162 Diseño Vestidero.....	501
Ilustración 163 Diseño de mejoras en Mirador .....	502
Ilustración 164 Diseño mejoras en mirador, área de descanso .....	502
Ilustración 165 Estado actual mirador cueva los ladrones .....	503
Ilustración 166 especificaciones área de descanso mirador.....	503
Ilustración 167 tubo para barrera en mirador .....	504
Ilustración 168 Zona prevista para construcción de mirador.....	504
Ilustración 169 mirador del túnel el litoral .....	505
Ilustración 170 Mirador del túnel el litoral1 .....	505
Ilustración 171 Especificaciones de diseño mirador .....	506
Ilustración 172 Diseño Comedor Municipal .....	508
Ilustración 173 Especificaciones diseño de comedor municipal .....	509
Ilustración 174 Diseño de kiosko de información para el turista .....	510
Ilustración 175 especificaciones diseño de kiosko .....	510
Ilustración 176 Diseño de senderos y pasamanos .....	511
Ilustración 177 referencia de pasamano metálico .....	512
Ilustración 178. Pasos para la creación del museo. ....	516
Ilustración 179. Distribución de las salas en el museo .....	519
Ilustración 180. Logo del museo cultural de Chilitupán.....	520
Ilustración 181. Buenas prácticas de turismo para el municipio de Chilitupán .....	524
Ilustración 182. Instrumento de grado de satisfacción del turista.....	526

Ilustración 183. Funcionamiento del plan de emergencia .....	532
Ilustración 184. Depósitos para desechos de residuos.....	536
Ilustración 185. Etapas para lograr conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales .....	542
Ilustración 186. Instrumento para determinar el estado del recurso natural.....	543
Ilustración 187. Instrumento para documentar el estado del patrimonio cultural.....	543
Ilustración 188. Instrumento para documentar anécdotas o leyendas del municipio de Chilitupán .....	544
Ilustración 189. Rótulos para los patrimonios naturales. ....	546
Ilustración 190. Rótulos para los patrimonios culturales.....	546
Ilustración 191 Organigrama CDT Chilitupán .....	553
Ilustración 192 Estructura organizacional de la Alcaldía de Chilitupán .....	575
Ilustración 193 estructura organizacional propuesta para la Alcaldía de Chilitupán.....	576
Ilustración 194 Turistas conociendo nuevas cosas .....	581
Ilustración 195. Idea de negocio .....	582
Ilustración 196. Servicios turísticos .....	582
Ilustración 197. Propuesta de Marca Municipio Chilitupán .....	590
Ilustración 198. Página de Facebook .....	602
Ilustración 199. Taza con la marca del municipio .....	602
Ilustración 200. Bolsa con la marca del municipio .....	602
Ilustración 201. Pin con la marca del municipio .....	602
Ilustración 202. Camisa con la marca del municipio .....	602
Ilustración 203. Brochures con la marca del municipio.....	603
Ilustración 204. Brochures con la representación de los atractivos .....	604
Ilustración 205 Kiosko Turista .....	605
Ilustración 206. Logo de POLITUR.....	623
Ilustración 2071 Inversión en capital de trabajo.....	638
Ilustración 208. Logo de BANDESAL .....	644
Ilustración 209. Logo de Banco Hipotecario. ....	645
Ilustración 210 plataforma recaudemos.org .....	651
Ilustración 211. Clasificación de los costos de la propuesta. ....	654
Ilustración 212 Indicadores económicos para el Plan.....	728
Ilustración 213. Organigrama de la implementación del plan .....	793
Ilustración 214 Base para medidas de mesas comedor municipal .....	849
Ilustración 215 Base para medidas de sillas comedor municipal.....	849

## **INDICE DE ESQUEMAS**

Esquema 1. Metodología de las etapas del trabajo .....	1
Esquema 2. Organización de la alcaldía de Chilitupán.....	104
Esquema 3. Metodología del inventario turístico .....	108
Esquema 4. Metodología mercado consumidor .....	171
Esquema 5. Metodología de la investigación .....	233
Esquema 6. Metodología para investigación de Instituciones de apoyo .....	342
Esquema 7. Metodología de mercado distribuidor .....	376

Esquema 8. Etapa de diagnostico.....	388
Esquema 9. Conceptualización del diseño.....	429
Esquema 10. Programa diseño de calidad turística.....	522
Esquema 11. Sistema de calidad turística del municipio de Chilitupán .....	525
Esquema 12. Realización de una feria turística.....	607
Esquema 13. Procedimiento para alianzas con tour operadores.....	610
Esquema 14. Metodología para la etapa de evaluaciones del plan .....	626
Esquema 15. Metodología Inversiones del Plan de Desarrollo.....	627
Esquema 16. Financiamiento del plan de desarrollo turístico .....	641
Esquema 17. Metodología Evaluación Financiera.....	736

### **INDICE DE ANEXOS**

Anexo 1. Entrevista a Alcaldía del municipio de Chilitupán .....	830
Anexo 2. Entrevista CDT El Zonte.....	833
Anexo 3. Clasificación de los recursos turísticos .....	836
Anexo 4. Cuestionario Familia .....	840
Anexo 5. Cuestionario Jóvenes.....	844
Anexo 6 Pregunta base para cálculo de la demanda .....	848
Anexo 7 Mesa Plástica plegable .....	849
Anexo 8 Silla Plástica Plegable.....	849
Anexo 9 Porcentajes de prestaciones laborales para el cálculo de salarios: .....	849
Anexo 10 Proveedores para consulta de costos .....	849
Anexo 11 Formato número 1 de solicitud de Donación IAF .....	851
Anexo 12 Formato número 2 para solicitud de Donación IAF.....	854
Anexo 13 Formato número 3 para solicitud de donación IAF .....	855
Anexo 14. Consumo de agua infraestructura turística .....	857
Anexo 15 Consumo de agua museo municipal .....	857
Anexo 16 Consumo de energía museo municipal .....	857
Anexo 17 Costos fijos de salarios para museo municipal .....	858
Anexo 18 costos fijos de salarios para unidad de turismo .....	858
Anexo 19. Costo fijo de salario encargado de promoción del municipio .....	859
Anexo 20 Flujo de efectivo mensual para establecer Capital de trabajo.....	860
Anexo 21. Ingresos de la Alcaldía de Chilitupán para el año 2020. ....	862
Anexo 22 Primera reunión con el alcalde de Chilitupán. ....	862
Anexo 23. Entrevista con alcalde de Chilitupán.....	863
Anexo 24. Entrevista con representante de AMUSDELI.....	863
Anexo 25. Entrevista con representante de AMUSDELI.....	864
Anexo 26. Visita a mirador la Peña con alcalde de Chilitupán .....	864
Anexo 27. Entrevista a representante de CAT, La Libertad.....	865
Anexo 28. Entrevista con chef de ESCATUR .....	865
Anexo 29. Entrevista con presidente del CDT de playa El Tunco.....	866
Anexo 30. Entrevista con presidente de CDT de playa El Zonte .....	866
Anexo 31. Entrevista con director de POLITUR .....	867

## INTRODUCCIÓN

En El Salvador, el tema de turismo en los últimos años ha experimentado crecimiento a tal punto que a la fecha es uno de los rubros que más ingresos genera para el país lo que permite que la economía sea más dinámica, se generen empleos y consecuentemente se presente un desarrollo socioeconómico en las áreas de influencia, pero este crecimiento se ha presentado de manera irregular en todo el país ya que existen zonas con más afluencia o reconocimiento de parte de los turistas que otras como es el caso aquellas zonas ubicadas en las costas del país, pero aquí es donde surge la pregunta ¿por qué no se conocen más zonas de turismo a excepción de las costas?, bueno esto se puede responder de la siguiente manera: cómo se puede tener conocimiento de algo que no está desarrollado. Pues bien, este es el dilema de muchos lugares de El Salvador, los cuales teniendo los recursos y todo el potencial necesario; no lo explotan o aprovechan. Este es el caso del municipio de Chiltiupán el cual se encuentra situado en el departamento de la libertad, departamento conocido por sus playas mas no así por su área de montaña, área donde se encuentra ubicado Chiltiupán.

El presente estudio tiene como objetivo el desarrollo y aprovechamiento de los recursos naturales con los que cuenta Chiltiupán, a fin de aumentar la afluencia de turistas al lugar y aprovechando la afluencia de turistas que se vive en la zona de playa. para lograr que el municipio de Chiltiupán sea reconocido se elaborará una propuesta de plan de desarrollo turístico que considere e integre las acciones del gobierno en pro del turismo como es el caso del programa Surf City en El Salvador.

El contenido del estudio a realizar estará comprendido por etapas dentro de las cuales se seguirá un curso de acción específico para aprovechar los recursos disponibles. Estas etapas serán presentadas en capítulos y consistirán en:

- Un estudio de Pre diagnóstico o perfil, que servirá para sentar las bases de la situación actual del municipio en el tema de turismo, realizando análisis interno y externo de este, inventarios de potencial turísticos existentes y la posición de involucrados en el turismo del municipio, dimensiones socioeconómicas entre otros puntos clave.
- Otro estudio que tomará lugar en el trabajo será el estudio de mercado el cual tendrá el fin de analizar cuales municipios aledaños son competidores de Chiltiupán en el tema turismo, cuáles serán los consumidores a los que apunta la propuesta y los distribuidores y abastecedores necesarios para brindar los servicios de turismo que se tienen en mente. Además, en esta etapa se validará o rechazará la problemática planteada en un inicio.
- El estudio relacionado al diseño del plan de desarrollo. El cual tendrá como fin establecer los programas y cursos de acción a seguir para que la propuesta se pueda llevar a cabo así como las estrategias de marketing y promoción para dar mayor realce al municipio y sus atractivos, también se abarcará la definición de las responsabilidades o funciones de cada persona o ente involucrado en la propuesta de plan de desarrollo otro punto que se abordará en este estudio serán las buenas prácticas en el tema de turismo que se deberán seguir, entre otros puntos.
- Para finalizar, se realizará un estudio sobre evaluaciones económicas de la propuesta, cuyo objetivo es determinar si la es viable o no lo que se plantea para el desarrollo del

municipio de Chilitupán, además de una evaluación financiera que involucrará el cálculo de razones financieras para determinar si la propuesta es o no sostenible en el tiempo, sin dejar de lado la evaluación del impacto ambiental y de género que todo proyecto debe considerar en su desarrollo pues son de gran importancia para su viabilidad. También en este estudio se incluye un apartado sobre la administración del proyecto global, determinando tiempos y actividades de ejecución y control.

De una manera global, presentando cada uno de los estudios previamente mencionados, se tendrá un profundo conocimiento del municipio de Chilitupán estableciendo una línea base sobre su posición turística de acuerdo a las personas, con el objetivo de visualizar el impacto de los cambios y beneficios relaciones al turismo que generaría la ejecución del plan de desarrollo Turístico del municipio por lo tanto, una vez terminado la lectura de este plan, se tendrá una visión clara de la importancia de lo aquí propuesto.

## **OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

### **A. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un plan de desarrollo turístico sostenible en el municipio de Chiltiupán, departamento de la Libertad, de manera que permita la promoción y el aprovechamiento de los recursos turísticos propios del municipio, apoyado en la estrategia gubernamental empleada para el desarrollo del turismo en El Salvador denominada “Surf City”.

### **B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un inventario turístico que sirva como herramienta para el diseño de un plan de desarrollo, donde la información de los diferentes atractivos pueda ser utilizada para generar un producto turístico.
- Analizar la oferta y la demanda de productos y servicios turísticos a través de estudios de mercado que determinen un público objetivo para el municipio de Chiltiupán.
- Diseñar productos turísticos que aprovechen los recursos con los que cuenta el municipio de Chiltiupán y responda a los intereses del mercado consumidor, incrementando las oportunidades de desarrollo turístico del municipio.
- Diseñar una propuesta de circuitos turísticos para el fortalecimiento de la oferta turística de Chiltiupán.
- Diseñar una propuesta de infraestructura turística y la señalización respectiva que se integre a los productos turísticos del municipio, facilitando el acceso y la permanencia de los turistas en los diferentes atractivos turísticos
- Proponer buenas prácticas de turismo sostenible que permitan la conservación de los recursos naturales involucrados en el desarrollo de actividades turísticas.
- Diseñar un instrumento que permita la conservación y rescate de recursos culturales y naturales con los que cuenta Chiltiupán.
- Diseñar un sistema de organización turística que permita el desarrollo del trabajo en pro del desarrollo del municipio; integrando a los sectores de este rubro.
- Diseñar un instrumento que rijan el actuar de los involucrados en la organización turística de Chiltiupán
- Desarrollar un programa de capacitación para emprendedores vinculados al turismo que permita el desarrollo de bienes y servicios para oferta turística de Chiltiupán.
- Crear una propuesta de marca municipio que represente las características identitarias del municipio; posicionándolo en mercado turístico nacional e internacional.



- Diseñar un programa de promoción y publicidad que promueva estratégicamente el posicionamiento del municipio de Chilitupán como un destino turístico.
- Diseñar la estructura de inversión y costos para la operación del plan de desarrollo turístico a partir de los requerimientos técnicos.
- Determinar el monto total de los costos e inversiones a realizar para el diseño propuesto del plan.
- Identificar las alternativas de financiamiento de las que puede hacer uso el plan de desarrollo turístico para su ejecución.
- Determinar el capital de trabajo con el que iniciará las operaciones el plan de desarrollo turístico, para garantizar la sostenibilidad en un su inicio de operaciones.
- Realizar una evaluación económica y financiera del plan, que sirve como base para la toma de decisiones en relación a la realización de del mismo.
- Analizar los impactos que el plan generará en la sociedad y Medio Ambiente y entidades encargas, a través de evaluaciones sociales, de género, ambientales, económicas y financieras.
- Realizar la evaluación socioeconómica que destacando beneficios y costos sociales del proyecto.
- Determinar indicadores a través de la evaluación socioeconómica por medio del beneficio costo.
- Presentar propuesta de la implementación del plan de desarrollo, en la cual se estimen costos y tiempo para la puesta en marcha.

## **ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **A. ALCANCES**

- El plan de desarrollo turístico abarcará el área geográfica del municipio de Chiltiupán en el departamento de La Libertad, analizando tanto el área urbana como el área rural perteneciente al municipio.
- El estudio no abarca la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico, solamente es el establecimiento de un plan de desarrollo turístico en el municipio de Chiltiupán.
- La elaboración de un plan de desarrollo turístico que permita generar propuestas de mejora para el municipio de Chiltiupán a fin de crear vínculos entre la costa y la montaña.
- Establecimiento de las líneas estratégicas necesarias para la implementación del plan de desarrollo turístico.
- La determinación de los planes de acción que permitan fortalecer los vínculos económicos que conlleven a un crecimiento y desarrollo equilibrado entre la zona de montaña y la zona costera del municipio de Chiltiupán.
- El enfoque estará orientado en el turismo de naturaleza, así como también en el turismo histórico por las características territoriales y los petrograbados que se tienen actualmente protegiendo ese factor diferencial sobre los municipios aledaños.
- El estudio está estructurado con un tiempo estimado de 7 meses de acuerdo al calendario del proceso de trabajos de graduación de la Universidad de El Salvador.

### **B. LIMITACIONES**

- Los datos estadísticos como censo de población y vivienda están desfasados, lo que puede proporcionar información inadecuada para el estudio, se acudirá a todos los respaldos necesarios para generar mayor seguridad en la información obtenida y con el trabajo de campo se recolectará esta información y se actualizará la que sea necesaria.
- La propuesta de plan de desarrollo ha sido elaborado, diseñado y dirigido en base a las características propias del municipio de Chiltiupán por tanto solo responde a sus necesidades.
- El aspecto de seguridad a nivel nacional representa una limitante al momento de realizar las visitas de campo ya que no se podrá acceder a ciertos lugares donde existen iniciativas que cuentan con los requisitos necesarios para ser sujetas de análisis, pero representen una amenaza a la integridad de los investigadores.
- Se dificulta el acceso al municipio de Chiltiupán, debido a la localización de éste, dado que se encuentra a una distancia de 43 km del departamento de San Salvador, la dificultad para acceder al municipio, limitan la frecuencia de realización de visitas por parte del grupo de trabajo, ya que dichas visitas deben ser planificadas y programadas previamente con los representantes del municipio.

## JUSTIFICACIÓN

El sector turístico en El Salvador está aumentando su relevancia económica y social directa e indirectamente, entre otros aspectos por lo que representa, complementa, diversifica y ayuda a la economía salvadoreña, además se ha convertido en un sector significativamente empleador de recursos humanos.

Por lo cual este sector se ha convertido en un importante pilar para el desarrollo de la sociedad aportando valores significativos en aspectos económicos, dado que los indicadores de gestión de turismo en El Salvador muestran el crecimiento en el nivel de ingreso, siendo el cierre del 2018 (\$ 1,532.61 millones de dólares) el cual se convirtió en el más alto en los últimos 14 años y en la llegada de visitantes 2,535.661 miles con incremento del 12.9% con respecto a 2017.

El valor del sector turismo en la economía nacional es muy importante tomando en cuenta que para el tercer trimestre del año 2018 del total del PIB le corresponde el 5.49% de una captación de \$356.26 millones. Teniendo un aumento significativo comparado con el 2.93% del PIB para el año 2009, año en que se dio la última crisis económica.

Estos aportes del PIB se reflejan tanto en la 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%.

El otro factor que incide fuertemente en la economía debido al sector turismo es el empleo, para el cual según datos Informe estadístico enero-diciembre 2018, El volumen de empleo en promedio al mes de noviembre en el año 2018 fue de 54,980 el cual 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%.

Por lo cual nuestro trabajo de grado está enfocado en desarrollar un plan de desarrollo turístico para el municipio Chiltiupán, departamento de La Libertad; que permita llevar desarrollo económico y social a los pobladores; aprovechando las características geográficas y climáticas; pues estos representan potenciales turísticos, entre los que destacan para realizar:

- Turismo de Sol y playa
- Turismo de montaña

Debido a la característica del municipio y el contar con zona costera en la que destacan playas a nivel nacional ha permitido desarrollar la actividad turística de sol y playa como su principal motor de la economía local, pero este desarrollo no ha sido posible ser trasladado a casi sus doce mil quinientos habitantes, siendo la zona costera la más desarrollada en aspectos económicos.

Tomando como referencia el desarrollo que han experimentado municipios que han hecho una apuesta fuerte al turismo como fuente generadora de desarrollo económico y social, lo cual se puede ver reflejado en las estadísticas del turismo interno del país, para lo cual en el 2018 dejaron \$274.92 millones a la economía salvadoreña, representando un incremento del 23.2% con relación a los ingresos percibidos en el 2017, según el MITUR.

Según el área de mercadeo de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) en los resultados de una encuesta anual para medir el turismo interno, elaborada por el MITUR y los empresarios de COSATUR, a través de la Dirección General de Estadísticas y Censos

(Digestyc). Los turistas salvadoreños incrementaron sus visitas al interior del país en 10.5% respecto al 2017, impulsados sobre todo por estrategias como pueblos vivos e iniciativas de turismo social.

A lo largo de 2018, los salvadoreños realizaron un total de 12.12 millones de viajes a centros turísticos nacionales, 1.15 millones más que los reportados en 2017, cuando los excursionistas hicieron 10.97 millones de viajes.

Con lo cual en el trabajo de grado se desarrollará un plan de desarrollo turístico para el municipio de Chiltiupán, que involucre el área de montaña como otra alternativa para poder desarrollar turismo, no solamente para los salvadoreños sino también para los turistas extranjeros, sin olvidar la zona costera sino más bien que sea este el ancla para poder llevar desarrollo a todo el municipio.

Cuando la Ingeniería Industrial es por convicción una herramienta interdisciplinar de conocimientos cuyo propósito es la integración de técnicas y tecnologías con miras a una producción y/o gestión competente, segura y calificada.

Para lo cual haremos uso de técnicas y herramientas de ingeniería industrial para el diseño del Plan de desarrollo turístico, para Chiltiupán, tales como:

- Gestión de la calidad
- Organización y Métodos
- Ingeniería económica
- Distribución en planta
- Formulación de proyectos
- Administración de proyectos
- Técnicas de programación de proyectos
- Organización y dirección industrial
- Seguridad y salud ocupacional
- Análisis de procesos

Así mismo como técnicas y herramientas complementarias a la ingeniería industrial como lo es Mercadeo, Evaluaciones de impacto ambiental.

Con lo que la ingeniería industrial se presenta como una alternativa para formular planes de desarrollo sostenibles en el ámbito turístico, aplicando una serie de técnicas que permitan el aprovechamiento óptimo de recursos turísticos, por medio de las cuales se logre el mejoramiento de una economía equitativa para los pobladores del municipio de Chiltiupán

## IMPORTANCIA

El que se lleve a cabo un plan de desarrollo turístico es de mucha importancia para los habitantes del Municipio de Chilitiupán, departamento de La Libertad, ya que con el desarrollo del turismo en este municipio abre diferentes fuentes de empleo permitiendo el crecimiento económico de los mismos.

El plan beneficiará de igual forma a la Alcaldía Municipal de Chilitiupán puesto que con el crecimiento del turismo existe mayor probabilidad de que más inversionistas lleguen al municipio, permitiendo un incremento en los ingresos provenientes de los impuestos y esto hará que se cuente con más recursos económicos para la implementación de programas sociales o para la realización de diferentes obras que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes.

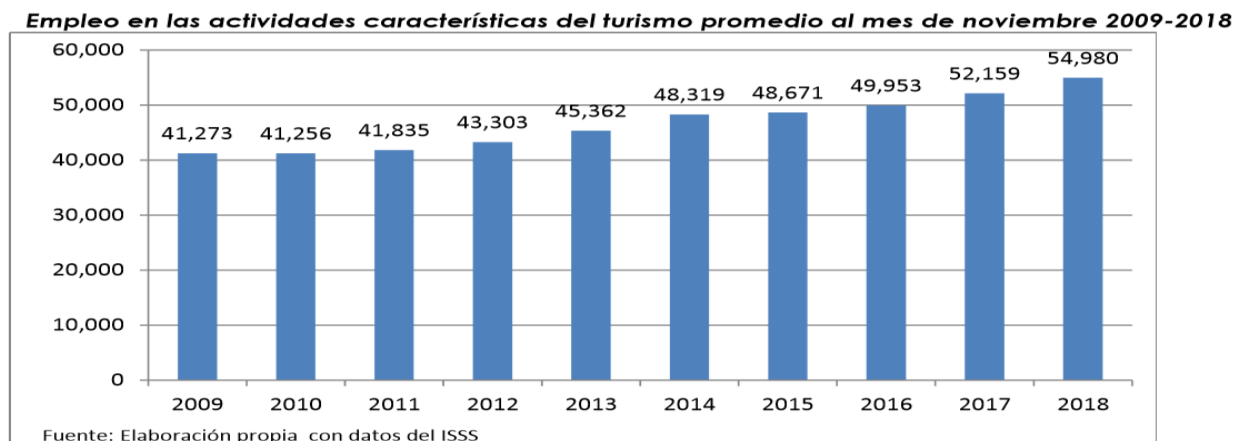
El peso que tiene el sector turismo en la economía nacional es sumamente importante, tomando en cuenta que para el tercer trimestre del año 2018 del total del PIB le corresponde el 5.49 %, debido a la captación de \$356.26 millones.

*Tabla 1. Porcentaje de PIB respecto a turismo.*

<b>Año</b>	<b>PIB (US \$ Millones)</b>	<b>TURISMO (US \$ Millones)</b>	<b>IT/ PIB %</b>
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°T 2017	5,952.95	280.11	4.71%
1°T 2018	6,246.63	373.89	5.99%
2°T 2017	6,245.44	299.67	4.80%
2°T 2018	6,589.36	346.01	5.25%
3°T 2017	6,144.24	319.45	5.20%
3°T 2018	6,484.48	356.26	5.49%

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%.

*Gráfico 1. Empleo en las actividades respecto a turismo de los años 2009-2018*



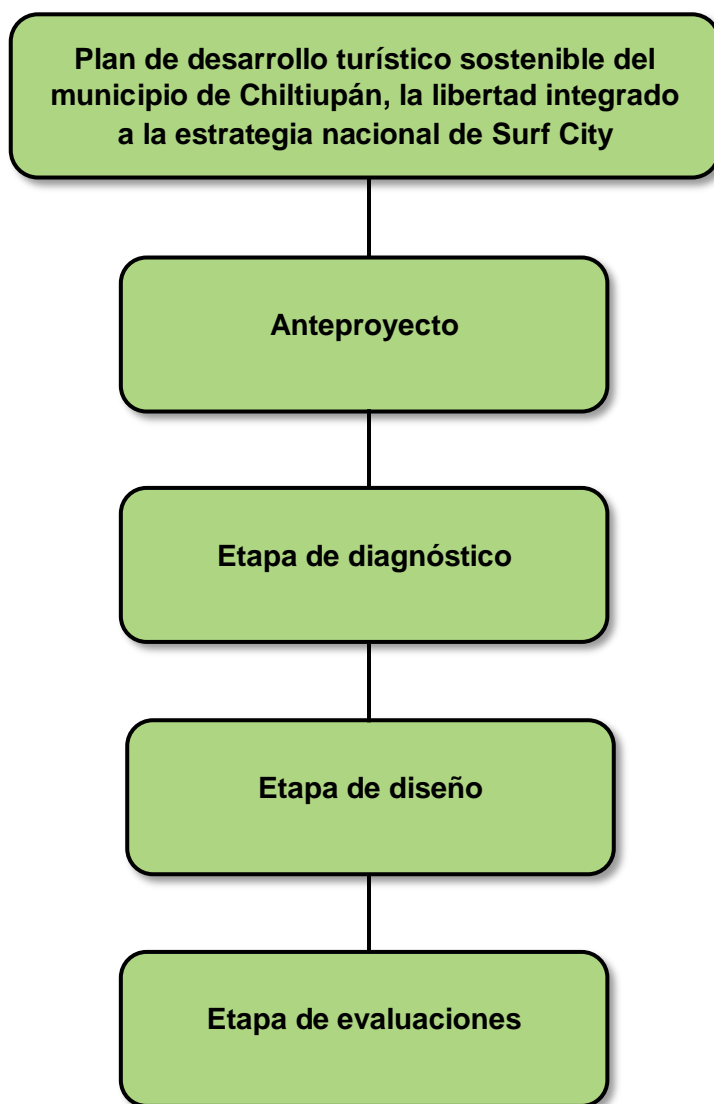
A pesar de los desafíos a los que se ha enfrentado, en especial los relativos a la seguridad a nivel nacional, los viajes internacionales siguen incrementándose hacia El Salvador, las llegadas de visitantes internacionales crecieron internacionales crecieron en 12.9% en comparación con el año 2017. Al alcanzar los 2, 535,661 para el acumulado enero-diciembre de 2018, debido a las estrategias de comercialización implementadas por CORSATUR y la conectividad continúa mejorando en muchos destinos, lo que facilita la diversificación de los mercados de origen.

Los datos anteriores muestran que El Salvador es frecuentado por turistas internacionales, los cuales forman parte de un mercado de consumidores potenciales de la oferta turística en el municipio de Chiltiupán.

## CAPITULO I: MARCO REFERENCIAL

### A. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

La elaboración de un plan de desarrollo o cualquier estudio que se realice en un trabajo es única, ya que dependerá del contenido de sus etapas. Es por eso que se hace necesario especificar el contenido que formara parte del trabajo a realizar, con el propósito de tener un panorama claro. La estructura de la metodología a seguir en el presente trabajo se muestra a continuación:



*Esquema 1. Metodología de las etapas del trabajo*

## **B. MARCO TEÓRICO**

### **1. Plan de desarrollo**

Un plan de desarrollo es una propuesta global que pretende alcanzar ciertos objetivos. El concepto de plan de desarrollo puede referirse a un gobernante, a un responsable de un área institucional o a un líder de una compañía. Se trata de una ruta de gobierno o de liderazgo que debe regir el conjunto de acciones que se van a realizar durante un periodo de tiempo.

#### Principales puntos de los planes de desarrollo

Un plan de desarrollo debe incorporar varias características a la hora de su formulación. En primer lugar, tiene que incorporar un componente participativo elevado, de tal manera que incluya a los especialistas específicos que van a ejecutar determinadas tareas (en el ámbito institucional de muchos países existen los llamados consejos consultivos, que están integrados por distintos miembros de la sociedad).

Otro aspecto a considerar es la transversalidad de los distintos temas que conforman el plan de desarrollo. Un elemento esencial es el marketing político o empresarial, a través del cual se comunica a la sociedad el contenido del plan de desarrollo. Para que un plan de desarrollo tenga fundamentos sólidos debe incorporar ejes claves (por ejemplo, en el gobierno de una nación estos ejes pueden ser la paz, la igualdad y la prosperidad).

Por último, en todo plan hay que establecer una serie de directrices claras y un presupuesto económico acorde con ellas. Y todo ello dentro del marco de la ley, ya sea en el ámbito privado como en el público.

El plan de desarrollo por lo tanto es una herramienta de gestión que promueve el desarrollo social en un determinado territorio. De esta manera, sienta las bases para atender las necesidades insatisfechas de la población y para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos.

#### Existen diversos tipos de planes de desarrollo.

Por ejemplo, podríamos citar los planes de desarrollo turístico que son establecidos por diversos organismos y entidades con el claro objetivo de impulsar esta actividad económica que, en muchos casos, se ha convertido en uno de los puntales básicos del estado financiero de una urbe o país.

En el caso de la mencionada clase de plan se suele sustentar en fines claramente delimitados como sería fortalecer el tejido empresarial dedicado a dicha actividad, el aumentar el número de visitantes extranjeros que llegan anualmente, el promocionar de manera mejor y más contundente los atractivos turísticos de un lugar o en incentivar lo que son nuevas actividades turísticas tales como las que se realizan al aire libre, las visitas guiadas o el turismo enológico.

Y todo ello sin olvidar tampoco que existe lo que se conoce como plan de desarrollo personal que es aquel que un individuo realiza con el claro propósito de conseguir el éxito y todas y cada una de las metas que se ha propuesto. Para ello lo que hace es definir los objetivos que desea hacer realidad, establecer qué significaría para él alcanzar el éxito, determinar el camino que



quiere seguir, analizar las ayudas que puede necesitar e ir celebrando los logros que vaya consiguiendo.

Para que todo ello, para que ese citado plan personal, tenga el resultado esperado es fundamental la autoestima, el autoconocimiento, la motivación y la ilusión para hacerlo realidad.

Todo esto nos permite establecer que un plan nacional de desarrollo es aquel instrumento que establece los pasos a seguir para lograr el desarrollo social de un país. Es un proyecto diseñado por las autoridades estatales, que delimita sus políticas y estrategias.

Por lo general, el plan nacional de desarrollo tiene una duración de más de un año, de modo tal que el gobierno tenga el tiempo suficiente para implementar las medidas que considera necesarias para el desarrollo social.

#### La intención de un plan de desarrollo

La intención es que las soluciones que ofrece logren mantenerse en el tiempo y ser sostenibles, para que la población no requiera de la asistencia social, sino que pueda mantenerse con sus propios medios. Por eso, los planes nacionales de desarrollo buscan promover la autosuficiencia de la gente.

Con los avances de la tecnología y un número mayor de herramientas a disposición de los usuarios, los planes de desarrollo cada vez pueden ofrecer mayores mejoras en su calidad de vida. La capacidad de compartir y divulgar información de un punto a otro del mundo sin apenas moverse, hace posible que todos los ciudadanos puedan hacer llegar a los gobiernos sus necesidades y éstos dispongan de manera más eficiente los programas para mejorar la vida de la sociedad a la que representan.

El Estado tiene la responsabilidad de pautar una serie de procedimientos y contenidos mínimos que faciliten la satisfacción de las necesidades y lo hacen a través de un programa de desarrollo estudiado y plasmado con un detenimiento especial.

Existe un sector de los funcionarios estatales que se encargan de calcular las cifras de educación, pobreza y salud de la población; lo hacen partiendo de censos en donde se recolecta la información y plasman la misma en diversos documentos, que deben ponerse a disposición de aquellos organismos que tienen la capacidad de mejorar las condiciones en las que vive la población.

Es fundamental señalar que el papel de los gobiernos es sumamente importante en la promoción del crecimiento en el territorio, por ende, deben realizar planes de desarrollo capaces de ofrecer nuevos caminos y asegurar el progreso para los ciudadanos y, por ende, la nación entera.

## 2. Plan de desarrollo turístico

### ¿Qué es?

Existen varias definiciones, de las cuales se pueden mencionar:

- Un plan de desarrollo turístico es una herramienta que brinda los lineamientos generales para la gestión turística de un determinado territorio, y que orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo. Por esto, dicha herramienta, elaborada de manera participativa en el territorio y que considera la multisectorialidad, ayuda a definir objetivos y metas comunes de todos los actores, con base en las características específicas del lugar. De esta forma no solamente se asegura que participen la mayoría de los actores del territorio, sino también se establece una planificación de corto, mediano y largo plazo, que puede facilitar la búsqueda de recursos para su implementación.<sup>1</sup>
- Un instrumento de gestión que contribuye a impulsar el desarrollo turístico, social y económico de un territorio. Además, permite la evaluación del potencial turístico de ese territorio y busca orientar las acciones que se deben llevar a cabo a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta factores tales como: la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y también las características o “vocación” del territorio. Asimismo, contiene un conjunto planificado de actividades, programas y proyectos, que, ejecutados, van a potenciar la actividad turística en el ámbito local seleccionado.<sup>2</sup>

### ¿Qué debe considerar?

Para llevar a cabo un plan de desarrollo turístico se debe considerar entre otros puntos, los siguientes:

- Delimitación geográfica de donde ejecutará el plan
- Conformación de CDT's
- Oferta y demanda
- Promoción turística
- Gestión turística local
- Inventario de recursos
- Desarrollo de productos turísticos
- Calidad
- Gestión Ambiental
- Normativa Turística
- Tecnología de la información

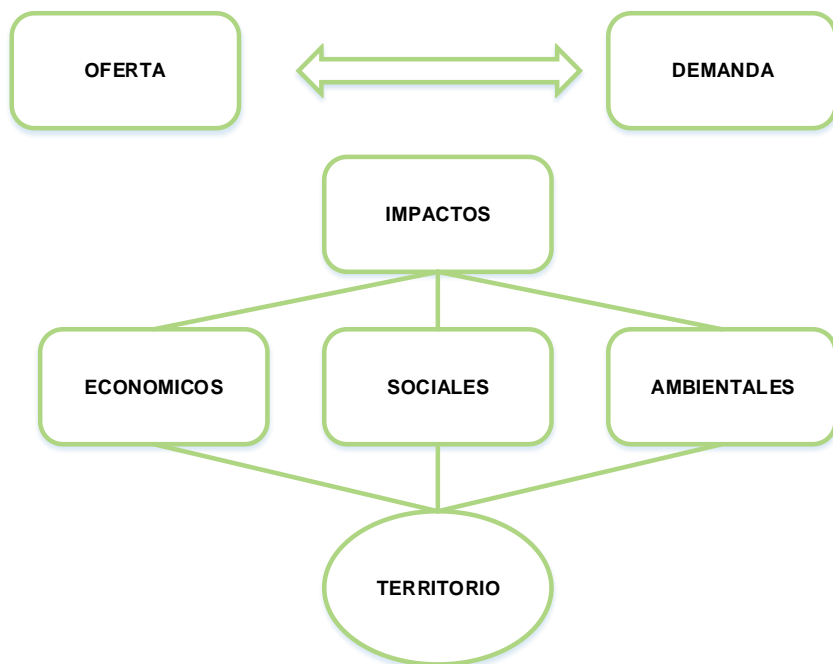
Por lo tanto, previamente, es necesario hacer una evaluación, lo que permitirá tener un diagnóstico, para luego proponer objetivos y estrategias, identificando a actores claves para su implementación.

---

<sup>1</sup> FAO

<sup>2</sup> Asesores en turismo Perú

En un plan de desarrollo turístico por lo tanto se debe considerar también la interacción del sistema turístico tal y como se muestra:



*Ilustración 1 Componentes principales del sistema turístico*

### 3. Turismo

El turismo se puede entender como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos de ocio, por negocios y otros motivos.<sup>3</sup>

Comprende 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, ya sea por negocios o con fines de ocio, pero nunca relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado

En “The Shorter Oxford English Dictionary” se citan, con fechas de 1800 y 1811, respectivamente los términos “tourist” y “tourism”, a los cuales se daban las acepciones siguientes:

---

<sup>3</sup> Fuente: OMT

Tabla 2 Clasificación de Turista y Turismo

<b>Turista</b>	Persona que hace una o más excursiones, especialmente a alguien que hace esto por recreación. Alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetivos de interés, paisaje, etc.
<b>Turismo</b>	La teoría y práctica de viajar, viajando por placer. En 1911, el austriaco Herman Schullern Jul Schratthofen, da la siguiente definición: "Turismo es el concepto que comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la influencia, permanencia y regreso del turismo hacia, en y fuera de un determinado municipio, estado o país".

#### 4. Recurso turístico

Los recursos turísticos de un destino turístico, son parte fundamental de la oferta turística. Son aquellos atractivos de tipo natural, cultural, histórico o monumental, que definen la identidad de la población. También se consideran recursos turísticos a aquellos que por su importancia o singularidad captan el interés de los turistas y los que dan soporte para el desarrollo de la actividad turística.

Tabla 3. Clasificación de Recurso turístico

<b>Según su tipología se pueden clasificar en:</b>	
<b>Recursos naturales</b>	Los relacionados con el agua (ríos, mares, etc.), o con la tierra y sus ecosistemas (paisajes, montañas, etc.).
<b>Recursos históricos</b>	Restos históricos y patrimonio cultural (iglesias, restos arqueológicos, etc.).
<b>Recursos relacionados con la cultura viva:</b>	Manifestaciones propias de la cultura de un territorio (formas de vida, folklore, etc.).
<b>Según la actividad que realice el turista se clasifican en:</b>	
<b>Recursos turísticos activos:</b>	Práctica de actividades deportivas, actividades socioculturales, etc.
<b>Recursos turísticos pasivos:</b>	Visitas a museos, ferias, etc.

## 5. Atractivo turístico

Atractivo Turístico: Son los conjuntos de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen en el interés de un visitante. Un atractivo es un bien intangible o tangible que provoca una motivación de visitar por parte de la demanda.

### Clasificación de atractivos turísticos

**Sitios naturales:** son aquellos creados por la naturaleza son que el hombre haya intervenido en ello. Entre estos tenemos:

1. Litorales
  - Rocas e islas
  - Playas
  - Acantilados
  - Desembocaduras de ríos
2. Lagunas y depósitos de agua
3. Corrientes de agua
  - Superficiales (Cañones y cascadas)
  - Subterráneas (Manantiales, grutas y cenotes)
4. Vulcanismo
  - Cráteres
  - Aguas termales y minerales
  - Geiser
5. Relieves
  - Montañas
  - Barrancas y cañones
  - Planicies
  - Dunas
6. Agrupaciones vegetales
  - Selvas
  - Bosques
7. Agrupaciones animales
  - Fauna silvestre
  - Zonas de caza

**Culturales:** Elementos en que intervienen o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o se han establecido por razones culturales o comerciales.

**Históricos:** Son obras que han dejado las civilizaciones y que son estudiadas por diferentes ramas de la ciencia. Entre los atractivos históricos tenemos:

- Zonas arqueológicas
- Arquitectura antigua
- Lugares históricos
- Poblados típicos
- Folklore
- Fiestas tradicionales

**Atractivos contemporáneos (no comerciales):** Son aquellas manifestaciones de un país o región que conservan y fomentan el patrimonio cultural. Entre ellos tenemos:

- Centro de convenciones
- Instituciones de enseñanza
- Bibliotecas
- Museos y pinturas murales
- Obras monumentales
- Invernaderos
- Zoológicos

**Atractivos contemporáneos (comerciales):** Son aquellas manifestaciones por agrupaciones públicas o privadas que, por lo general, tienen carácter temporal y se crean para atraer visitantes ofreciéndoles distracción, esparcimiento, mercancías, salud, etc.

- Parque de diversiones
- Balnearios
- Espectáculos culturales y deportivos
- Campos deportivos
- Exposiciones nacionales e internacionales
- Mercados de artesanías
- Comercios
- Centros de salud
- Ferias y carnavales
- Celebraciones religiosas
- Casinos
- Concursos y competencias

## 6. Producto turístico

Es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. El **producto turístico** es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral.

Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan.

Se distinguen dos niveles:

1. **Producto turístico global o integral:** está formado por los atractivos de la zona, sus infraestructuras, etc. Una de las características fundamentales de este producto es que debido a su complejidad no existe un único responsable, pues están implicados tanto el sector público como el privado.
2. **Producto turístico a nivel empresarial:** es el conjunto de componentes ofrecido por las distintas empresas turísticas a sus clientes.

Los elementos del producto turístico son:

1. **Recursos turísticos** del destino turístico.
2. **Servicios y equipamientos** turísticos.
3. **Accesibilidad:** es el desplazamiento del turista hacia el lugar que ha elegido y las condiciones de movilidad dentro de él, que incluye los siguientes aspectos: costo, comodidad y rapidez, los medios de transportes disponibles y confortables.
4. **Infraestructura:** carreteras, aeropuertos, estaciones de tren o de autobús, etc.}
5. **Tipos de transporte disponibles** (taxis, autobuses, trenes, aviones, etc.), rutas, frecuencias y precios.
6. **Imagen del destino turístico:** es clave en la decisión de un turista que visita un destino y representa el principal motivo de aceptación o rechazo. Imagen influenciada por lo que se publica o por comentarios de boca en boca.
7. **Precio de venta:** es lo que paga el turista por la suma de todos los servicios de alojamiento, transporte, manutención y disfrute de sus actividades de ocio y recreativas, durante su viaje.

## 7. Servicio turístico

Los Servicios Turísticos son prestaciones que una persona contrata cuando desea realizar turismo.

Según la OEA (1980), los Servicios Turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos.

Los Servicios Turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, etc.

**Tienen la consideración de servicios turísticos:**

- **Servicio de alojamiento,** cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de alimentación,** cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.

- **Servicio de guía**, cuando se preste servicios de guía turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- **Servicio de OPC**, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- **Servicio de información**, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de intermediación, Agencias de Viajes**, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- **Servicios de consultoría turística**, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.
- **Servicios de transporte**, ofrecido por la necesidad de movilización de los turistas.

## 8. Actividad turística

Actividad turística: es aquella que comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo cual esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento.

Clasificación de las actividades turísticas

1. Actividades turísticas de alojamiento: Estas actividades de alojamiento se clasifican en diferentes grupos de establecimientos:
  - Establecimientos hoteleros: Hoteles y hostales
  - Establecimientos de apartamentos turísticos y viviendas de uso turístico
  - Campamentos de turismo o camping
  - Casas rurales
  - Albergues turísticos y de peregrinos
2. Actividades turísticas de intermediación turística
  - Agencias de viajes
3. Actividades turísticas de restauración
4. Actividades de información turística
5. Actividades turísticas complementarias
6. Profesiones turísticas

## 9. Competitividad turística

La competitividad es un concepto que tiene múltiples y variadas interpretaciones, según el tipo y nivel de la actividad donde es empleado. Razón por la cual no se dispone todavía con una definición de carácter universal del término que cuente con una aceptación generalizada.

La competitividad Turística se puede definir como un concepto multidimensional que requiere la superioridad en varios aspectos. Es un concepto dinámico que genera un complejo proceso que presiona los destinos turísticos que desean mantenerse competitivos frente al mercado. (Dwyer y Kim, 2003)



## Factores que inciden en la competitividad de un destino

Tradicionalmente la visión que se tenía de la competitividad se limitaba a la relación calidad precio de los productos o servicios ofrecidos. Pero en las últimas décadas, como consecuencia de la globalización de los mercados en general y de la industria turística en particular, al incrementarse la competencia se ha ampliado dicha visión, permitiendo distinguir dos grupos de factores de distinta naturaleza que inciden en la competitividad: uno que reúne a los denominados *factores tangibles* de la competitividad, y otro a los factores intangibles.

Entre los factores tangibles de la competitividad se encuentran el producto que ofrece el destino y su precio; mientras que, entre los factores intangibles, los cuales han adquirido cada vez más importancia como elementos competitivos, se destacan la calidad integral del destino, la creatividad e innovación que tenga para el desarrollo de nuevas atracciones y productos, y la actitud competitiva que adopte el lugar en su gestión de marketing.

### 10. Oferta turística

Cualquier mercado representa un acto de intercambio entre los que venden y los que compran. El turismo es una actividad que funciona bajo esta misma premisa. Para que un lugar pueda participar en el mercado turístico y atraer el mayor número de visitantes, las características de su oferta turística deben ser únicas, muy especiales o suficientemente atractivas para diferenciarse o destacar sobre otros destinos.

Según Boullón la oferta es la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un período determinado.

Para que un servicio turístico se convierta en oferta turística es necesario que los clientes potenciales sepan que exista, por tanto, es importante saberlos comercializar no sólo para mantener los clientes con los que ya cuenta sino para atraer otros nuevos o potenciales.

Se podría decir que el objetivo de la oferta turística es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria del viaje, es decir, el éxito de una empresa turística depende de las características de la oferta turística (belleza, riqueza, importancia del precio, combinación de todo esto) y, en síntesis, diferenciación, diversificación y singularidad.

Este tipo de servicios son suministrados por las empresas turísticas pero los turistas pueden disfrutar de otros bienes no turísticos, comercializándose todo ellos mediante el sistema turístico. Teniendo en cuenta esto aparecen dos tipos de oferta turística:

1. **Básica:** servicios y bienes que son exclusivamente turísticos (agencias de viajes, alojamientos, transportes, etc.).
2. **Complementaria:** son aquellos bienes que no son sólo turísticos, pero son demandados por los turistas y completan el producto turístico final (restauración, ocio, comercio, etc.). Los elementos que la conforman son:
  - **Actividades de ocio y atracciones turísticas:** parques de atracciones, espectáculos, etc.

- **Servicios públicos:** hospitales, seguridad, etc.
- **Otros servicios:** dependiendo del lugar donde los adquiera el turista pueden ser:
  - a. **Servicios en origen:** financiación del viaje, seguros de viaje, etc.
  - b. **Servicios en destino:** servicio de información turística, etc.

Se debe tener un buen conocimiento de los recursos y atractivos de un destino turístico ya que la oferta turística constituye el capital o el activo principal de la empresa turística

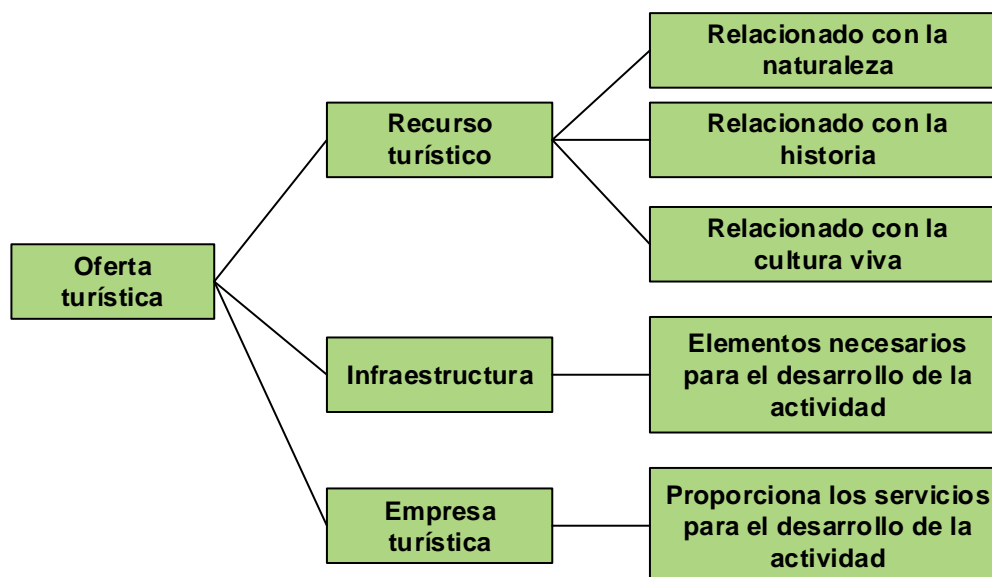


Ilustración 2. Componentes de oferta turística.

La oferta turística de un lugar, incluye:

- **Servicios:** hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportes, información, etc.
- **Equipamiento:** centro de salud, centrales de autobuses, parques, zonas recreativas, instalaciones deportivas, etc.
- **Infraestructura:** carreteras, suministro de agua, de energía eléctrica, alcantarillado, tratamiento de basuras, etc.
- **Transportes:** tren, barco, avión, etc.

La belleza de un lugar, es la materia prima del turismo, por eso sus recursos turísticos o atractivos, son el principal soporte de la oferta turística, pero estos recursos naturales, históricos o culturales, por muy espectaculares o interesantes que sean, no son el único elemento de una oferta capaz de impulsar el desarrollo del turismo, es decir, es importante conocer todas las posibilidades que ofrece un destino para que pueda llegar a ser atractivo turísticamente.

## **11. Calidad Turística**

El desarrollo del turismo requiere, no solamente la existencia de los atractivos, las actividades y los productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas; sino también de los servicios que permitan el acceso y la permanencia de los mismos, mediante la infraestructura y equipamientos necesarios para garantizar las mejores condiciones en su estadía.

La producción de servicios en el turismo se caracteriza por la capacidad de interrelación de los servicios y la calidad del servicio dentro del sistema turístico, imponiéndose dificultades en la especificación, evaluación, control y gestión de la calidad en el turismo.

Por lo cual, el concepto de calidad en el turismo es un proceso interrelación y holístico, ya que incluye todas las actividades asociadas con la cadena de los servicios de turismo, desde el transporte, el alojamiento, la restauración, hasta la recreación (Weiermair, 1996)

Calidad de un destino turístico se define como el “resultado de un proceso orientado a atender todas las necesidades de productos y servicios turísticos, los correspondientes requisitos y las expectativas del consumidor a un precio aceptable de conformidad con condiciones contractuales aceptadas mutuamente y con factores subyacentes implícitos como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y los servicios y comodidades públicos. También presenta aspectos relativos a la ética, la transparencia y el respeto del entorno humano, natural y cultural” (OMT, 2016).

Desde un enfoque económico se entiende que las empresas turísticas operan según las condiciones y reglas del juego del mercado, donde la calidad en los servicios turísticos se convierte en un elemento de competitividad y fortaleza intrínseca. No obstante, otras condiciones, de tipo sociocultural, operan en el accionar de las empresas e influyen en el modo que se prestan los servicios turísticos, incidiendo finalmente en la satisfacción del usuario.

## **12. Técnicas de diagnóstico**

El diagnóstico de una investigación constituye el elemento principal para realizar una investigación, sin él sería imposible llevar a buen término la investigación y con los resultados obtenidos desarrollar la mejora de una situación.

El diagnóstico nos acerca en primera instancia a la realidad y hace posible conocer el estado actual, de ahí la importancia de realizar un diagnóstico formal independientemente del tipo de investigación pues permite tener un acercamiento con la realidad y los factores que inciden en ella. El diagnóstico sea conceptualizado como un proceso fundamental para conocer las características y condiciones en las que se encuentra un grupo, un lugar o algún aspecto relacionado con la realización o logro, por lo que brinda conocimientos específicos y valiosos para la toma de decisiones.

Desde hace mucho tiempo se ha manejado el concepto de diagnóstico, aunque con diversas acepciones, por ejemplo, Yaque, Ballesteros y Nieto coinciden en mencionar algunas etapas históricas sobre el desarrollo del diagnóstico, partiendo del siglo XIX en donde hay un periodo no científico, es decir racionalista-especulativo.

Después se pasa al periodo de configuración y evolución que es entre 1870 y 1905, posteriormente de 1905 a 1920 pasa a constituirse el diagnóstico como una disciplina científica, después pasa por un periodo de expansión y difusión sobre los métodos que utiliza esto es entre 1920 y 1945 de ahí llega a un periodo de crisis y rechazo social entre 1945 y 1970, hasta llegar al periodo de 1970 a la fecha, en donde ha llegado a una revisión conceptual y de técnicas y también a nuevos modelos.

Existen diversas técnicas para realizar un diagnóstico entre las que se encuentran: la observación, el análisis de contenidos, el análisis documental, el grupo focal, Delphi, tormenta de ideas, diagrama de Pareto, FODA, campo de fuerzas, diagrama de árbol, diagrama de causa-efecto, diagrama de afinidad, entre otras.

Para desarrollar nuestra investigación haremos uso de las siguientes técnicas de diagnóstico:

- FODA
- Marco lógico
- Técnicas de inventarios turísticos
- Investigación de mercado

a) FODA

La técnica FODA se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades de la organización, así como las Oportunidades (aprovechadas y no aprovechadas) y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo.

*Tabla 4. Componentes de un análisis FODA.*

	Positivos	Negativos
Internos	Fortalezas	Debilidades
Externos	Oportunidades	Amenazas

Las Fortalezas y Debilidades se refieren a la organización y sus productos, mientras que las Oportunidades y Amenazas son factores externos sobre los cuales la organización no tiene control alguno. Por tanto, deben analizarse las condiciones del FODA Institucional en el siguiente orden:

- Fortalezas
- Oportunidades
- Amenazas
- Debilidades

Al detectar primero las amenazas que las debilidades, la organización tendrá que poner atención a las primeras y desarrollar las estrategias convenientes para contrarrestarlas, y con ello, ir disminuyendo el impacto de las debilidades. Al tener conciencia de las amenazas, la organización aprovechara de una manera más integral tanto sus fortalezas como sus oportunidades.

Las Fortalezas y Debilidades incluyen entre otros, los puntos fuertes y débiles de la organización y de sus productos, dado que éstos determinarán qué tanto éxito tendremos poniendo en marcha nuestro plan. Algunas de las oportunidades y amenazas se desarrollarán con base en las

fortalezas y debilidades de la organización y sus productos, pero la mayoría se derivarán del ambiente del mercado y de la competencia tanto presente como futura.

La técnica requiere del análisis de los diferentes elementos que forman parte del funcionamiento interno de la organización y que puedan tener implicaciones en su desarrollo, como pueden ser los tipos de productos o servicios que ofrece la organización, determinando en cuáles se tiene ventaja comparativa con relación a otros proveedores, ya sea debido a las técnicas desarrolladas, calidad, cobertura, costos, reconocimiento por parte de los clientes, etc.; la capacidad gerencial con relación a la función de dirección y liderazgo; así como los puntos fuertes y débiles de la organización en las áreas administrativas. Los ítems pueden incrementarse de acuerdo a las percepciones que se tengan del entorno organizacional por parte de quienes realicen el diagnóstico.

El análisis FODA, emplea los principales puntos del estudio del contexto e identifica aquellos que ofrecen oportunidades y los que representan amenazas u obstáculos para su operación. Por ejemplo, si la población no está satisfecha, esto representa una oportunidad al no haber explotado en su totalidad el potencial de los productos y mercados corrientes. Si el análisis del contexto identifica un nuevo producto como necesario, esta sería otra oportunidad. En cambio, si el producto ya llegó a su maduración, esto significa una amenaza para la supervivencia que debe tenerse en cuenta durante el proceso de planeación.

#### b) Marco lógico

El Enfoque de Marco Lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas.

Puede utilizarse en todas las etapas del proyecto: En la identificación y valoración de actividades que encajen en el marco de los programas, en la preparación del diseño de los proyectos de manera sistemática y lógica, en la valoración del diseño de los proyectos, en la implementación de los proyectos aprobados y en el monitoreo, revisión y evaluación del progreso y desempeño de los proyectos.

El método fue elaborado originalmente como respuesta a tres problemas comunes a proyectos:

- Planificación de proyectos carentes de precisión, con objetivos múltiples que no estaban claramente relacionados con las actividades del proyecto.
- Proyectos que no se ejecutaban exitosamente, y el alcance de la responsabilidad del gerente del proyecto no estaba claramente definida.
- Y no existía una imagen clara de cómo luciría el proyecto si tuviese éxito, y los evaluadores no tenían una base objetiva para comparar lo que se planeaba con lo que sucedía en la realidad.

El método del marco lógico encara estos problemas, y provee además una cantidad de ventajas sobre enfoques menos estructurados:

- Aporta una terminología uniforme que facilita la comunicación y que sirve para reducir ambigüedades.
- Aporta un formato para llegar a acuerdos precisos acerca de los objetivos, metas y riesgos del proyecto que comparten los diferentes actores relacionados con el proyecto.

- Suministra un temario analítico común que pueden utilizar los involucrados, los consultores y el equipo de proyecto para elaborar tanto el proyecto como el informe de proyecto, como también para la interpretación de éste.
- Enfoca el trabajo técnico en los aspectos críticos y puede acortar documentos de proyecto en forma considerable.

Es importante hacer una distinción entre lo que es conocido como Metodología de Marco Lógico y la Matriz de Marco Lógico. La Metodología contempla análisis del problema, análisis de los involucrados, jerarquía de objetivos y selección de una estrategia de implementación óptima. El producto de esta metodología analítica es la Matriz (el marco lógico), la cual resume lo que el proyecto pretende hacer y cómo, cuáles son los supuestos claves y cómo los insumos y productos del proyecto serán monitoreados y evaluados.

Cabe resaltar que la Metodología Marco Lógico es una “ayuda para pensar” y no un sustituto para el análisis creativo, es un instrumento que ayuda a dicho análisis y permite presentar sucintamente diferentes aspectos del proyecto y acompaña como guía, toda la evaluación de una intervención; sea ésta, proyecto o programa.

La metodología del marco lógico incorpora cuatro elementos analíticos importantes los cuales describen a continuación:

### **Análisis de involucrados**

El análisis de los involucrados es una herramienta imprescindible para elaborar las estrategias de implementación de cualquier proyecto. Entendiendo como proyecto, desde una decisión o una simple política hasta las más complejas obras que se nos pudieran ocurrir. Algunas definiciones de involucrados:

“Los INVOLUCRADOS son las personas o grupos que tienen intereses a favor o en contra de un proyecto y que, a través de sus actitudes o acciones, pueden influir para el éxito o el fracaso del mismo”

“Son individuos, grupos u organizaciones que tienen un interés particular en el proyecto y que pueden movilizar recursos para afectar sus resultados de alguna forma”

Es muy importante estudiar a cualquier persona o grupo, institución o empresa susceptible de tener un vínculo con un proyecto dado. El análisis de involucrados permite optimizar los beneficios sociales e institucionales del proyecto y limitar los impactos negativos. Al analizar sus intereses y expectativas se puede aprovechar y potenciar el apoyo de aquellos con intereses coincidentes o complementarios al proyecto, disminuir la oposición de aquellos con intereses opuestos al proyecto y conseguir el apoyo de los indiferentes. El análisis de involucrados implica:

- Identificar todos aquellos que pudieran tener interés o que se pudieran beneficiar directa e indirectamente (puede estar en varios niveles, por ejemplo, local, regional, nacional)
- Investigar sus roles, intereses, poder relativo y capacidad de participación.
- Identificar su posición, de cooperación o conflicto, frente al proyecto y entre ellos y diseñar estrategias con relación a dichos conflictos.
- Interpretar los resultados del análisis y definir cómo pueden ser incorporados en el diseño del proyecto.

## **Análisis de problemas**

Un árbol de problema consiste en desarrollar ideas creativas para identificar las posibles causas del conflicto, generando de forma organizada un modelo que explique las razones y consecuencias del problema. En similitud a un árbol, el problema principal representa el tronco, las raíces son las causas y las ramas los efectos, reflejando una interrelación entre todo el elemento.

Al preparar un proyecto, es necesario identificar el problema que se desea intervenir, así como sus causas y sus efectos. El procedimiento contempla los siguientes pasos:

- Analizar e identificar lo que se considere como problemas principales de la situación a abordar.
- A partir de una primera "lluvia de ideas" establecer el problema central que afecta a la comunidad, aplicando criterios de prioridad y selectividad.
- Definir los efectos más importantes del problema en cuestión, de esta forma se analiza y verifica su importancia.
- Anotar las causas del problema central detectado. Esto significa buscar qué elementos están o podrían estar provocando el problema.
- Una vez que tanto el problema central, como las causas y los efectos están identificados, se construye el árbol de problemas. El árbol de problemas da una imagen completa de la situación negativa existente.
- Revisar la validez e integridad del árbol dibujado, todas las veces que sea necesario. Esto es, asegurarse que las causas representen causas y los efectos representen efectos, que el problema central este correctamente definido y que las relaciones (causales) estén correctamente expresadas.

## **Análisis de objetivos**

El análisis de los objetivos permite describir la situación futura a la que se desea llegar una vez se han resuelto los problemas. Consiste en convertir los estados negativos del árbol de problemas en soluciones, expresadas en forma de estados positivos. De hecho, todos esos estados positivos son objetivos y se presentan en un diagrama de objetivos en el que se observa la jerarquía de los medios y de los fines. Este diagrama permite tener una visión global y clara de la situación positiva que se desea.

Una vez que se ha construido el árbol de objetivos es necesario examinar las relaciones de medios y fines que se han establecido para garantizar la validez e integridad del esquema de análisis.

### **c) Inventarios turísticos**

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 nacional.

Este inventario debe involucrar los escenarios naturales, culturales y recreativos, el patrimonio vivo, el patrimonio monumental, la gastronomía, las artesanías, los productos propios y las prácticas, costumbres y tradiciones de la comunidad.

Es importante mencionar que 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 que hacer turístico.

Es preciso destacar, que el procesamiento de la información para el inventario es un trabajo permanente, de tal manera que éste se encuentre actualizado.

Características

Todo inventario deberá presentar dos características fundamentales:

1. 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.
2. 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.

Objetivo general del inventario turístico

- Conocer de manera real, sistemática y ordenada los recursos turísticos del país o una comunidad, a fin de que sirva de base para el desarrollo de políticas y planes sectoriales

Algunas metodologías para realizar un inventario turístico tenemos:

- Método para el inventario del patrimonio turístico, OEA –CICATUR
- Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos, Ministerio de comercio, industria y turismo de Colombia.
- Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional, Ministerio de comercio exterior y turismo de Perú.

#### d) Investigación de mercado

La investigación de mercados es la aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos de marketing. Estas actividades incluyen la definición de oportunidades y problemas de marketing, la generación y evaluación de ideas, el monitoreo del desempeño y la comprensión del proceso de marketing. Dicha investigación es más que la mera aplicación de encuestas. Gibson, Lawrence D. (2000)

Este proceso incluye el desarrollo de ideas y teorías, la definición del problema, la búsqueda y acopio de información, el análisis de los datos, y la comunicación de las conclusiones y sus consecuencias.

Algo que la investigación de mercados puede hacer es vigilar el ambiente competitivo para detectar señales que indiquen una oportunidad de negocios. Una simple descripción de alguna actividad social o económica, como las tendencias en la conducta de compra de los consumidores, puede ayudar a los a reconocer problemas e identificar oportunidades para enriquecer los esfuerzos de marketing. En ciertos casos, esta investigación puede motivar a una



empresa a emprender acciones para atender los deseos de los consumidores en una forma que beneficie tanto a éstos, como a la empresa.

### **Tipos de investigación de mercados**

La investigación de mercados reduce la incertidumbre, y también ayuda a clarificar la toma de decisiones. Algunas veces los investigadores saben con exactitud cuáles son sus problemas de marketing y diseñan estudios cuidadosos para probar hipótesis específicas.

La investigación de mercados se clasifica con base en técnicas o propósitos. Los experimentos, encuestas y estudios de observación son algunas técnicas de investigación.

Clasificarla por sus propósitos muestra la forma en que la naturaleza de una situación influye en la metodología de la investigación, tres tipos de investigación de mercados que existen son las siguientes:

1. Exploratoria.
2. Descriptiva.
3. Causal.

**Investigación Exploratoria:** se realiza para aclarar situaciones ambiguas o descubrir ideas potenciales para oportunidades de negocios. No pretende aportar evidencia concluyente a partir de la cual se determine un curso de acción particular. En este sentido, no es un fin en sí misma. Por lo general, se conduce con la expectativa de que se requerirá investigar más para obtener evidencias concluyentes. Algunas veces, el uso de la investigación exploratoria también significa la diferencia para determinar la utilidad de otra investigación. La investigación exploratoria es de particular utilidad en el desarrollo de nuevos productos.

**Investigación descriptiva:** El propósito principal de la investigación descriptiva, como se deduce de su nombre, es describir las características de objetos, personas, grupos, organizaciones o entornos, es decir tratar de “pintar un cuadro” de una situación. Es frecuente que los gerentes de marketing necesiten determinar quién compra un producto, indagar el tamaño del mercado, identificar las acciones de sus competidores, etc. La investigación descriptiva se enfoca en las preguntas quién, qué, cuándo, dónde y cómo. A menudo la investigación descriptiva ayuda a mostrar el perfil de los segmentos de mercado.

**Investigación causal:** permite que se hagan inferencias causales, identifica las relaciones entre causa y efecto. Cuando algo causa un efecto, significa que lo genera o hace que suceda. La investigación exploratoria o descriptiva precede a la investigación causal, por lo que en los estudios causales el investigador ya tiene un buen conocimiento de los fenómenos a analizar. Por esta razón, la investigación puede hacer una predicción informada de las relaciones de causa y efecto que se someterán a prueba.

## C. MARCO CONTEXTUAL

### 1. Historia del turismo

En las diferentes épocas históricas por las que ha transitado la humanidad han ocurrido hechos que contribuyeron de cualquier forma al origen y desarrollo del turismo.

¿Por qué surgió el turismo?

Hace poco más de 50 años, se redujo la jornada laboral (¡ya no había que trabajar 12 horas seguidas!), y así quedó tiempo libre durante el día y los fines de semana. ¿Por qué no visitar atractivos parajes naturales y pasear por las ciudades llenas de monumentos? También se generalizaron las vacaciones de verano ¡pagadas! y los trabajadores de las ciudades se escapaban a las playas para descansar y disfrutar.

Al principio los afortunados fueron muy pocos (ricos y nobles), aunque en la actualidad son muchas las personas que disfrutan de viajes organizados al extranjero y fines de semana en paraísos naturales.

*Tabla 5. Historia del turismo.*

<b>EPOCA ANTIGUA</b>
En la época Antigua las motivaciones de los viajeros no se diferenciaban mucho de las actuales, pues se viajaba por: interés político, económico, religioso o curioso.
<b>EDAD MEDIA</b>
Durante la Edad Media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente. En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica, pero tanto el cristianismo como el islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el Camino de Santiago (desde el 814 en que se descubrió la tumba del santo), fueron continuas las peregrinaciones de toda Europa, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes). En el mundo Islámico el Hajj o peregrinación a La Meca es uno de los cinco Pilares del Islam obligando a todos los creyentes a esta peregrinación al menos una vez en la vida.
En esta época viajaban: Los Peregrinos: por devoción religiosa a los santuarios célebres del Oriente Medio. Los Mercaderes: Viajaban con sus mercancías a ferias famosas como Finlandia, Venecia, entre otras, utilizando rutas terrestres y marítimas. Los estudiantes: los jóvenes de familias adineradas viajaban para escuchar a los grandes maestros de las universidades de Oxford, Bolonia, París, Salamanca o el Cairo.
<b>EDAD MODERNA</b>
Las peregrinaciones continúan durante la Edad Moderna. En Roma mueren 1500 peregrinos a causa de una peste. Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el gran-tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc.

### **El turismo para la economía**

El estudio económico del turismo comienza poco antes de la Primera Guerra Mundial, cuando los economistas se dan cuenta que este fenómeno tenía importantes repercusiones en la balanza de pago de ciertos países. Ya en 1911 Schullern zu Schattenhofen publicó la obra Turismo y economía nacional, en la cual se define por primera vez al turismo, desde la óptica de la Economía, de la siguiente forma: "Turismo es el concepto que comprende todos los procesos, especialmente económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en y fuera de un determinado municipio, país o estado.

### **EDAD CONTEMPORANEA**

Es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del XIX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica, incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo.

Con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos.

El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Es aquí cuando el turismo experimenta un desarrollo cualitativo y cuantitativo, por las siguientes razones:

- La invención de la máquina de vapor por James Watt en 1769 revolucionó el concepto de transporte y fue George Stephenson (ingeniero e inventor británico) quien aplicó con éxito el invento de Watt a la locomotora. El 27 de septiembre de 1825, la máquina de vapor de Stephenson, llamada locomotora, realiza su primer viaje entre Darlington y el muelle de Stockton cubriendo una distancia de 20 kilómetros.
- La aplicación del vapor a la navegación tuvo sus efectos importantes en los viajes por cuanto las rutas se cubrían con mejor comodidad, mayor alcance y en menor tiempo de recorrido.
- El origen de la actividad turística moderna se presenta gracias a contribuciones realizadas en el siglo XIX por Thomas Cook, Henry Wells, William Fargo, Cesar Ritz, Kart Baedeker, George Mortimer Pullman, Kart Benz y Henry Ford.

## SIGLO XX

El lento y tímido crecimiento del turismo a principios del siglo XX se ve interrumpido por la Primera Guerra Mundial (1914-1918). Después de esta guerra mundial comienza el turismo a desarrollarse como un fenómeno ¿Qué significado esta época para el turismo? sin duda la fabricación del automóvil y el desplazamiento marítimo con mejores comodidades contribuyeron con este auge.

En el siglo XX, se produce un cambio en el turismo y este se convierte en un fenómeno social y generalizado especialmente a partir de la década del 50 cuando la burguesía media logra alcanzar la actividad que hasta este momento solo estaba reservado para la alta burguesía.

Los factores que permitieron esta generalización fueron de índole: económicas, políticas y sociales tales como:

- Aumento del nivel y la esperanza de vida
- Flexibilidad en los trámites de fronteras
- Desarrollo tecnológico del transporte y los medios de comunicación masiva
- El descanso retribuido
- Aumento del nivel cultural y mayor experiencia de viaje

Para este tiempo, en Europa se destacan los siguientes países como dinamizadores de la actividad turística: Suiza, Italia, Francia, Alemania e Inglaterra. En los primeros 50 años del siglo XX, la expansión del turismo se ve afectada por grandes hechos históricos que trastornaron la estabilidad mundial:

*Tabla 6. Periodos de historia del turismo*

### Periodo 1900 – 1914

Crecimiento tímido interrumpido bruscamente por la Primera Guerra Mundial (1914-1918). Son escasas las estadísticas nacionales e internacionales.

### La Primera Guerra Mundial (1914 – 1918)

Al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914 se considera que había aproximadamente 150.000 turistas americanos en Europa. Tras finalizar la guerra comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.

### Las crisis económicas de 1921 y 1929

La crisis del 1929 repercute negativamente en el sector turístico limitando su desarrollo hasta mediados de 1932. La quiebra de la Bolsa de Valores de Nueva York en 1929 produjo una grave crisis mundial, con repercusiones en la Balanza de Pagos de muchos países de Europa. Por ejemplo, Francia experimentó una caída del turismo de dos millones de visitantes en 1929 a 600 000 en 1935.

### Período 1933 – 1939

Nuevo ascenso hasta alcanzar el peak year 2 de 1937 (que no tiene reflejo en España, por la guerra civil de 1936-1939). La Crisis de 1938, que no llegó a tener resonancia por el estallido de la II Guerra Mundial en septiembre de 1939.

### **La segunda Guerra Mundial (1939 – 1945)**

Desde 1939 a 1945, significa una total paralización del Turismo. Tiene, además, un periodo de posguerra de unos cinco años de recuperación. La Segunda Guerra Mundial paraliza absolutamente el turismo a nivel mundial por los altos riesgos que implicaba viajar y sus efectos se extienden hasta el año 1949.

### **Período del boom**

Comprende cinco lustros<sup>3</sup> (de 1949 a 1973) de crecimiento sorprendente, por lo que se comienza a hablar del segundo boom turístico. Desde unos nueve millones de cruces fronterizos en la primera de las fechas citadas asciende ininterrumpidamente a doscientos millones, presentándose como un fenómeno social característico de la segunda mitad del siglo XX. Puede observarse un ligero estancamiento en los años 1967 y 1968.

El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época se comienza a legislar sobre el sector. La recuperación económica, especialmente de Alemania y Japón, fue asombrosa elevando los niveles de renta de estos países y haciendo surgir una clase media acomodada que se empieza a interesar por los viajes.

### **Los años “80” y “90”**

En los 80 el nivel de vida se vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Tupolev), trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos charter, hasta suponer un duro competidor para las compañías regulares que se ven obligadas a crear sus propias filiales charter.

En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hoteleras y del tour operadores, que buscan nuevas 12 formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud) y aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos.

La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida.

La década de los 90 incluye grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las Guerras yugoslavas, etc., que inciden de forma directa en la historia del turismo.

Se trata de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo, aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de monumentos, etc.), se diversifica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor).

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización, como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejora la formación desplegando planes

educativos especializados. El objetivo consiste en alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.

### **Finales del siglo XX e inicios del siglo XXI**

El “tercer boom turístico” se presenta a fines del siglo XX e inicios del siglo XXI, que enmarca el gigantesco desarrollo de la informática, las telecomunicaciones y los medios de transporte aéreo, marítimo y terrestre. Según la OMT para el 2010 se pronostican 100 millones de turista; e ingresos alrededor de los 1600 millones de dólares. Este boom es hijo de la globalización, con predominio absoluto del pequeño primer Mundo, altamente desarrollado.

Los años 2000 y 2001 fueron años excepcionales para el turismo. En el 2000, el turismo internacional crecía en cuarenta y cinco millones de llegadas, y alcanzaba cotas sin precedentes.

### **Crisis financiera mundial. Siglo XXI**

La crisis económica actual, teniendo como protagonista a los Estados Unidos de Norte América, indudablemente contamina a la economía mundial por su relación y su dependencia, aunque ésta fuera en forma indirecta, limita las inversiones en todos los niveles, haciendo imprescindible conocer cuál es el costo de las cosas y su prioridad en nuestras necesidades de consumo, para priorizar el gasto, eliminar el desperdicio y racionalizar las inversiones. En mayor o menor medida, el turismo se ve revolucionado por la crisis financiera internacional, y toca de diferentes formas a los países involucrados.

## **2. Turismo a nivel mundial**

En 2018, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron en todo el mundo cerca de 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que equivale prácticamente a la sexta parte de la población mundial. Esto no hace más que evidenciar la importancia global de una industria, la turística, que es responsable de la creación de más de 120 millones de empleos y cuya aportación directa al PIB mundial asciende desde el año 2013 a más de dos billones de dólares estadounidenses, como hizo público el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés). La actividad generada por los sectores de la hostelería, las agencias de viaje, el transporte de pasajeros y del ocio en general consigue atraer, además, una importante inversión pública y de capital privado.

La OMT estima que las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo (visitantes que pernoctan) aumentaron un 6% hasta 1.400 millones en 2018, claramente por encima del crecimiento del 3.7% de la economía mundial.

En términos relativos, Oriente Medio (+10%), África (+7%), Asia y el Pacífico y Europa (ambos con +6%) lideraron el crecimiento en 2018. Las llegadas a las Américas estuvieron por debajo del promedio mundial (+3%) se recibieron 217 millones de llegadas internacionales en 2018, con resultados mixtos en todos los destinos. El crecimiento fue liderado por América del Norte (+4%) y seguido por América del Sur (+3%), mientras que América Central y el Caribe (ambos -2%) obtuvieron resultados muy variados, este último reflejando el impacto de los huracanes de septiembre de 2017 Irma y María.

“El crecimiento del turismo en los últimos años confirma que el sector es hoy uno de los motores más poderosos de crecimiento y desarrollo económico a nivel global. La OMT está centrando el 2019 en la educación, las habilidades y la creación de empleo”

En base a las tendencias actuales, las perspectivas económicas y el índice de confianza de la OMT, se prevé que las llegadas internacionales crecerán entre un 3% y un 4% en el año 2019, más en línea con las tendencias históricas de crecimiento.

La estabilidad de los precios del combustible tiende a traducirse en viajes aéreos más asequibles, mientras que la conectividad aérea continúa mejorando en muchos destinos, lo que facilita la diversificación de los mercados de origen. Las tendencias también muestran más viajes desde mercados emergentes, especialmente India y Rusia, pero también desde mercados de origen árabe y asiático más pequeños.

En general, se espera que 2019 vea la consolidación entre los consumidores de tendencias emergentes como la búsqueda de “viajar para cambiar y mostrar”, “la búsqueda de opciones saludables” tales como caminar, de bienestar o el turismo deportivo, “viajes multigeneracionales” como resultado de cambios demográficos y viajes más responsables.

El número de llegadas de turistas —previsiblemente 18 por cada 100 habitantes en el mundo en 2020— y, especialmente, el gasto que estos realizan determina en gran medida la situación económica de muchos países receptores y a la vez sirven como indicadores de la coyuntura de los países emisores. A nivel mundial, prácticamente la mitad de las llegadas de turistas internacionales proceden de Europa y una cuarta parte tienen su origen en la región Asia-Pacífico. En cuanto a los principales emisores, China es el que más turistas envía fuera de sus fronteras por delante de Alemania y de Estados Unidos, posiciones que se repiten en el apartado de gasto turístico en el exterior. Los que más gastan per cápita, sin embargo, son los residentes en Singapur.

En lo que a destinos turísticos se refiere, Europa y la región Asia-Pacífico vuelven a aparecer en cabeza. A nivel de países es Francia la que se hace con la primera posición del ranking de receptores de turistas internacionales. El país galo recibe a más de 86 millones de extranjeros al año, por delante de España y Estados Unidos. Por otra parte, la clasificación de países en los que dichos turistas realizan un mayor gasto está liderada por Estados Unidos, con un margen considerable sobre España y Francia. Por último, si nos detenemos en las ciudades, Bangkok se lleva el título de la más visitada por delante de Londres, tercera en el apartado de gasto. En representación de España, Barcelona y Palma de Mallorca se cuelan en ambas listas.

#### a) Clasificación del turismo o modalidades

Existen diferentes clasificaciones de turismo, las cuales nacen de las experiencias que los turistas desean vivir y experimentar. Cada tipo de turismo es una manera de darle una denominación a un nuevo nicho que comercializa una experiencia distinta. A continuación, se presenta una clasificación variada del turismo.

Tabla 7. Clasificación del Turismo

<b>CLASIFICACIÓN BÁSICA</b>	
<b>Tipo de turismo</b>	<b>Descripción</b>
Turismo interno o nacional	Por turismo interno o nacional, denominado también turismo doméstico, se entiende a los desplazamientos que efectúan los residentes de un país, fuera de su lugar normal de domicilio, hacia otras áreas dentro del territorio de su propio país.
Turismo externo o internacional	Se relaciona exclusivamente con los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro país distinto y aquel en el cual tienen su domicilio habitual. Es decir, a los viajes que realizan los nacionales o los residentes de un determinado país hacia otro distinto del suyo, hagan o no desplazamientos por el interior del país visitado
<b>CLASIFICACIÓN SEGÚN EL TIPO DE VIAJE</b>	
Turismo independiente	Es donde el propio turista compra en forma directa, y además por separado, cada uno de los componentes que lo integran.
Turismo organizado o todo comprendido	Es donde el turista adquiere en un sólo acto de compra todos los servicios por un precio global
<b>CLASIFICACIÓN SEGÚN SU NATURALEZA</b>	
Turismo individual	Está organizado por la persona que va a realizar el viaje, para sí misma o para un grupo pequeño de allegados
Turismo de grupo	Está organizado para un grupo de personas
Turismo de masas	Este tipo de turismo se refiere generalmente a los grandes conglomerados o resorts turísticos alrededor del mundo; donde las empresas turísticas son propiedad de las grandes corporaciones transnacionales, en el cual se espera el mismo tipo de servicio tanto en América como en Europa.
Turismo alternativo	Este tipo de turismo se entiende como aquel que da énfasis al contacto y entendimiento entre las comunidades receptoras y el turista, incluyendo al medio ambiente. El turismo alternativo incluye sobre todo a la pequeña y mediana empresa, creada por familias o amigos
<b>CLASIFICACIÓN SEGÚN SU PERMANENCIA</b>	
Turismo itinerante	Se caracteriza por mantener una permanencia muy corta en el destino
turismo residencial, o de estadía	Se caracteriza por mantener una mayor permanencia en el lugar de destino y, generalmente, está asociado al uso de sistemas de alojamiento extra hoteleros.
<b>CLASIFICACIÓN SEGÚN TIPO DE OPERACION</b>	



Turismo receptivo	Se entiende como todo aquel turismo que llega al destino donde la empresa está afincada, y presta sus servicios, independientemente del punto de origen del visitante, el cual puede provenir del exterior, como de cualquier otro punto localizado en el propio territorio nacional
Turismos emisivos	Es el que tiene su origen en el lugar donde está establecida la empresa o situado en sus alrededores, y que tiene como destino cualquier punto del territorio nacional o del extranjero
<b>CLASIFICACIÓN SEGÚN LA MODALIDAD</b>	
Turismo convencional	Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan, son según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2005), la visita a playas y grandes destinos turístico o bien, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades
Turismo alternativo	Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Presupone que los organizadores están conscientes de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población local. Entran las categorías de ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural
<b>CLASIFICACIÓN SEGÚN SU MOTIVACION</b>	
Turismo convencional o de tipo vacacional	Es el que obedece motivaciones relacionadas con la educación, el placer, el descanso y la recreación. (Playa).
Turismo especializado	Es el que responde a motivaciones ligadas con las expectativas de emoción y aventura o con el interés científico. (Esquiar, escalar).
Turismo de afinidad o de interés común	Turismo de afinidad o de interés común
<b>CLASIFICACION SEGUN ACTIVIDADES DESARROLLADAS</b>	

Turismo de vacación, descanso y esparcimiento	Podemos decir que el turismo de vacación, descanso y esparcimiento es aquel que proporciona a los turistas un breve momento de relajación, además de que el mismo proporciona liberación de estrés, de tal manera que se disfrute lo que le ofrezca el lugar que haya decidido visitar
Turismo de sol y playa	Es un turismo de grandes dimensiones y el más masificado. Dependiendo del lugar donde se realiza puede ser una actividad anual, como serían las playas del Caribe o algunos países tropicales; o puede ser por temporadas, dependiendo del clima, como en algunos países europeos.
Turismo rural	Es aquel que se realiza en pequeñas localidades rurales, en las que se facilita el contacto con la naturaleza. Las caminatas por el campo, el contacto con la flora, la fauna y la belleza de los paisajes agrestes, forman parte de esta clasificación
Turismo ecológico	Turismo cuyo objetivo prioritario es visitar espacios naturales protegidos (parques naturales, parques nacionales, reservas...) y conocer la flora y la fauna de los países o comarcas visitadas
Turismo deportivo	Es el tipo de turismo que está constituido por actividades y programas que tienen como fin específico promover e incentivar las prácticas de deportes e incrementar las destrezas y habilidades tanto para personas aficionadas como para personas profesionales. El turismo deportivo está dirigido para los turistas que deseen explotar sus habilidades físicas en deportes.
Turismo de aventura	Este tipo de turismo está constituido por programas y actividades con connotación de desafíos y expediciones accidentadas el cual, la mayoría de las veces es para adultos por los riesgos que éste implica
Turismo gastronómico	Se trata de un tipo de turismo cuyos protagonistas son las comidas y bebidas típicas de un país o región; por ejemplo, en Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas, que atraen muchos visitantes
Turismo cultural o científico	Es el tipo de turismo constituido por personas que se desplazan con el objeto de auto educarse o ensanchar sus horizontes personales a través de la participación en acontecimientos o visitas de alto valor cultural.
Turismo arqueológico	Es una alternativa de turismo cultural, persigue promover la pasión por el pasado histórico arqueológico y la conservación del patrimonio histórico

Turismo de negocios	Está determinado por las personas se desplazan y viajan con el fin de intercambiar ideas con sus colegas, adquiriendo experiencia en dicho intercambio. El turismo de negocios no involucra diversión, sino que prácticamente se viaja con el fin de intercambiar ideas entre profesionales de industrias o empresas, para así llegar a un acuerdo y adquirir experiencias propias de sus oficios
Turismo de incentivo	En cuanto al turismo de incentivo, se puede decir que está dirigido a empresas y organizaciones (pueden ser nacionales o multinacional), que se decidan a motivar y premiar a sus funcionarios o todo su equipo de trabajo, a fin de alcanzar las metas de producción, o ventas establecidas
Turismo de bienestar	Este tipo de turismo es uno de los más recientes ya que, está constituido por programas y actividades encaminadas a mejorar o equilibrar las condiciones físicas y espirituales de un individuo o grupo de personas
Turismo de estudio	Este tipo de turismo generalmente está integrado por programas y actividades para el aprendizaje, prácticas o ampliación de conocimientos que han sido establecidas previamente según la agenda del paquete
Turismo profesional	En cuanto al turismo profesional se puede decir que está constituido por programas y actividades que permiten que las personas profesionales tengan un contacto directo mayor, en cuanto a la profesión a la cual se dedican y en el cual pueden ampliar e intercambiar sus conocimientos con otros profesionales

**Fuente:** Alfaro Cazares Carlos Isaac, Díaz Martínez Glenda Cristina, Sánchez Carlos De Jesús, Academia, 2010

### 3. Turismo sostenible

Turismo sostenible: Es aquel tipo de turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

## Características del turismo sostenible

- El turismo sostenible debe compatibilizar la industria turística con la protección del medio ambiente.
- El turismo sostenible ayuda tanto a conservar la diversidad biológica del entorno como a respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades autóctonas, conservando sus valores y tradiciones.
- Además de contribuir con el medio ambiente y su desarrollo, el turismo sostenible debe ofrecerle al turista una experiencia importante significativa, de modo tal que disfrute su vivencia y a su vez sea más consciente de los problemas ambientales y genere a futuro una respuesta y compromiso colectivo.
- Los beneficios que otorga el turismo sostenible deben repartirse ampliamente entre toda la sociedad implicada.

## Aspectos básicos de los pilares de sostenibilidad turística

Algunos aspectos básicos a considerar en cada uno de los pilares de la sostenibilidad turística son:

*Tabla 8. Aspectos del turismo sostenible.*

DIMENSIÓN	ASPECTOS BÁSICOS
<b>Ambiental</b>	El desarrollo turístico no debe causar daños o cambios irreversibles en los ecosistemas de los diferentes destinos
	Debe participar en la conservación de la diversidad biológica y en una correcta gestión de los recursos naturales llevando a cabo actuaciones que reduzcan la contaminación del aire, tierra y agua.
	Garantizar la propia continuación de la actividad turística en el largo plazo, al mantenerse las condiciones del destino que son objeto de demanda para los turistas.
<b>Económica</b>	Que asegure los niveles de ingresos que requiere el sector turístico para que sea viable.
	Inversión en mejoras y la continua innovación en las ofertas turísticas realizadas, mejorando la experiencia y nivel de satisfacción del turista.
	Debe atenderse a la necesidad de colaborar económicamente con las comunidades locales, que deben verse beneficiadas por la actividad turística
	Debe otorgarse especial cuidado a la necesidad de mantener la estructura económica del destino, permitiendo el desarrollo de actividades económicas tradicionales y diversas que, en buena medida, configuran su autenticidad y lo diferencian frente a los posibles competidores.

<b>Social</b>	<p>Respeto hacia las diferentes culturas, a los derechos humanos y a la igualdad de oportunidades para todos los miembros de la sociedad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reparto equitativo y justo de los beneficios, reduciendo, de este modo, la pobreza y evitando cualquier forma de explotación.</li> <li>• Debe tenerse especialmente en cuenta la importancia de la estructura social, las costumbres y tradiciones que hacen del destino un espacio único</li> </ul>
---------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### **Beneficios del turismo sostenible**

- Tiene un mínimo impacto ambiental, ya que se da un uso óptimo a los recursos medioambientales, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Se respeta a la autenticidad sociocultural de las comunidades locales conservando sus activos culturales y arquitectónicos, así como sus valores tradicionales y se contribuye al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- Integra las comunidades locales a las actividades turísticas.
- Genera empleo local, tanto directa como indirectamente. En concreto, por cada empleo directo generado se producen tres indirectos.
- Estimula el desarrollo de empresas turísticas (agencias de viajes, transportes, alojamiento, alimentación, recreativas y complementarias), así como también de empresas dedicadas a actividades suplidoras (ganadería, agricultura, comunicaciones, etc.)
- Genera divisas al Estado y suministra capitales a la economía local.
- El beneficio económico se destina a la conservación o al desarrollo local, distribuyéndose entre todos los agentes locales contribuyendo así, a la reducción de la pobreza.
- Induce a la planificación regional, beneficiando un desarrollo armónico e integral de todos los sectores de la economía.
- Genera consciencia de los problemas políticos, sociales y ambientales locales, favoreciendo el consumo responsable y el respeto al medioambiente.
- Para los turistas es una experiencia significativa que enriquece, y fomenta unas prácticas turísticas sostenibles en su propio entorno.

### **Destino turístico sostenible**

Según Organización Mundial de Turismo (OMT).

“Un **destino turístico local** es un espacio físico en el que el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atracciones y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en el día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen

su gestión a imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado. Los destinos locales incorporan a diversos grupos, entre los que se encuentran a menudo la comunidad anfitriona, y pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores”.

- **Destino turístico sostenible:** Destino que cumple con los requisitos ambientales, socioculturales y económicos establecidos en la Norma Técnica Salvadoreña de buenas prácticas de Turismo Sostenible.

### **Indicadores de turismo sostenible**

Los indicadores son conjuntos de información formalmente seleccionada que se utiliza con carácter regular en la medición de los cambios pertinentes para el desarrollo de la gestión del turismo. Pueden medir:

- a. Cambios en las propias estructuras turísticas y factores internos
- b. Cambios en los factores externos que afectan al turismo
- c. Las repercusiones del turismo.

En el contexto del desarrollo sostenible del turismo, los indicadores son series cronológicas de información estratégica para la sostenibilidad de un destino, sus activos, y en última instancia, el futuro del sector turístico.

En cualquier destino, los mejores indicadores son los que responden a los riesgos fundamentales respecto de la sostenibilidad del turismo, y facilitan información que puede ayudar a circunscribir problemas y evaluar respuestas.

### **Indicadores en diferentes niveles**

Los indicadores pueden sustentar la adopción de decisiones basadas en información en todos los niveles de la planificación y la gestión del turismo:

- Nivel Nacional
- Nivel Regional
- Destinos específicos
- **Sitios clave de uso turístico:** dentro de los destinos (por ejemplo, **áreas protegidas**, playas, distritos históricos dentro de las ciudades y zonas de especial interés) donde determinados indicadores pueden ser fundamentales para la adopción de decisiones sobre el control del sitio, la gestión y el futuro desarrollo de atracciones turísticas (por ejemplo, **parques nacionales y parques temáticos**).
- Empresas turísticas
- Establecimientos turísticos individuales

### **Como implementar el turismo sostenible**

Hacer del turismo sostenible una realidad, conlleva la adopción de “buenas prácticas”, que son aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión operación de las empresas turísticas.

Estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible, que se mejora la calidad del producto turístico, así como su imagen frente al turista. Para impulsar un desarrollo turístico basado en los principios de sustentabilidad, es decir, de permanencia y estabilidad a lo largo del tiempo, es preciso aclarar los conceptos que ayudan a su aplicación real. Estos conceptos son:

- a) La capacidad de carga turística
- b) La calidad turística
- c) Los impactos esperados o generados

### **La capacidad de carga turística**

La capacidad de carga es el límite de uso de un lugar de interés turístico, el punto hasta donde es posible controlar los efectos negativos producidos por la presión de visitantes.

Consiste en saber qué cantidad de turistas que puede absorber un lugar turístico para que no se vea masificado y pierda su atractivo, por ejemplo, un lago lleno de embarcaciones de paseos o deportivo no es un paisaje seductor, o unas zonas arqueológicas abarrotadas de visitantes pierden todo su encanto e interés, impidiendo apreciar su verdadero valor.

Determinar dicho límite de visitantes no es fácil, debido a que implica controlar y restringir dicha presión, sin embargo, una autoridad municipal alerta y preocupada por sus recursos turísticos, es capaz de detectar el riesgo de sobrecarga de un sitio y actuar con previsión evitando llegar a ese nivel.

Para conocer el límite de riesgo sobre el cual los efectos son dañinos en el patrimonio, hay que tener en cuenta las siguientes señales de alerta:

- **Físico:** un claro límite de riesgo es cuando se empieza a producir un proceso acelerado de deterioro de las instalaciones o del lugar, a un ritmo superior a su normal mantenimiento
- **Biológico:** corresponde a una sobreexplotación del recurso natural, por encima de los límites que impiden su regeneración.
- **Socio – cultural:** el riesgo se produce cuando la presión turística es capaz de alterar los valores culturales y hábitos tradicionales de la población local.
- **Psicológico:** un nivel indeseable se alcanza cuando los visitantes se sienten incómodos insatisfechos por una excesiva concentración de público, o por un espacio mal dimensionado

## **La calidad del Espacio Turístico**

El término calidad es muy amplio y puede ser aplicado a:

- El entorno en el que se desarrolla la actividad turística
- Los servicios de alojamiento, de comida, transportes, etc.
- Los profesionales dedicados a atender a los visitantes
- Las condiciones de vida de la población local
- Y en conjunto la oferta turística.

La calidad responde, al objetivo de obtener la mejor consideración del cliente o turista, sobre el lugar, sus servicios y su gente; calidad debe existir en todos los precios y niveles, ya que depende básicamente de la satisfacción del cliente, cuando esto se produce hablamos de una adecuada relación calidad - precio.

La calidad se resiente cuando algo falla, pues el turista ya no se sentirá completamente satisfecho. Por eso, es necesario controlar que los recursos turísticos estén conservados, que los servicios sean correctos y el precio el justo.

## **Los impactos esperados**

- Distribución más equitativa de los beneficios económicos, por eso la participación de la población local (micro empresas, capacitación laboral, etc.), son condiciones básicas para lograr la justicia social que predica.
- Es garantía para la protección de los recursos naturales y para su conservación a largo plazo.
- Se basa en la calidad del destino turístico, que asegura un mayor nivel educativo y un mayor poder adquisitivo de los visitantes.
- Contribuye a diversificar la economía turística, puesto que destaca los atractivos culturales y sociales, ampliando la oferta turística de un lugar (cultura, deportes, aventura, arqueología, etc.)
- Integra a la población local, como parte activa y creativa de dicha economía turística, a través de sus iniciativas particulares (hoteles, transportes y excursiones guiadas).
- Genera divisas porque atrae a más turistas, lo cual incide igualmente en la inyección de capital y fondos a la economía local.
- Aprovecha espacio tradicionalmente marginado o de escaso interés turístico, como zonas rurales o agrícolas, y grandes extensiones naturales de bosques, entre otros.
- Desarrolla oportunidades de progreso para levantar o dar impulso a la economía de lugares deprimidos, con graves problemas de actividades económicas.
- Impulsa el acondicionamiento de las infraestructuras y equipamiento básico, como



carreteras, alcantarillado, tratamiento de basuras, centros de capacitación, etc., en beneficio de la población local.

- Revalora el talento local de la comunidad, que ve apreciada y valorada su herencia cultural y su patrimonio histórico.
- Eleva los niveles de capacitación de la población local, como condición indispensable para el soporte de la actividad.
- Estrecha los lazos interinstitucionales, es un componente fundamental del éxito, es la capacidad de coordinación entre las diferentes instancias públicas, y de éstas respecto al sector privado.

#### **4. Turismo a nivel de Centroamérica**

El turismo se ha convertido en un destacado vector de desarrollo económico en la región centroamericana, si bien es cierto que la dinámica seguida por este sector ha sido más pausada en comparación con otras áreas próximas, tales como el Caribe o el sur mexicano, en parte se ha debido a la situación de inestabilidad vivida en la región durante los años ochenta. Fue en la siguiente década cuando el turismo empezó a experimentar un fuerte crecimiento, siendo Costa Rica y Panamá los países que abanderaron y lideran este proceso según muestra el índice de competitividad turística mundial (CCT, 2011).

Esta evolución al alza ha sido sostenida de año en año, como muestra el crecimiento promedio anual (+7%) en la región de las llegadas de turistas desde el año 2000 hasta la fecha, a excepción de la ralentización sufrida a finales de 2008 consecuencia de la crisis económica internacional. Este episodio tocó fondo en 2009 con una reducción del flujo de turistas en el mundo de 40 millones pero que pudo recuperarse en 2010 (945 millones) y que logró su récord en 2011 con 982 millones de turistas internacionales viajando por el mundo, según el informe anual 2011 de Organización Mundial de Turismo (OMT).

En su conjunto el sector turístico centroamericano está caracterizado por una alta dependencia (85%) del continente americano; el primer lugar lo ocupa el turismo intrarregional con un promedio del 42% en los últimos cinco años, seguido del turismo norteamericano con el 37% de las visitas, estadounidenses en su mayoría.

En el análisis de los países por separado, destacan los casos de Nicaragua y Panamá por su rápida tendencia de crecimiento actual, pero son Costa Rica y Guatemala los países que han tenido la mayor cantidad de visitantes en la última década.

Es en este contexto que los gobiernos centroamericanos observaron a principios de los años noventa el turismo como un sector estratégico en el marco de la XVIII Reunión de Presidentes centroamericanos. Si bien el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) fue creado en 1956, con una oficina permanente que se denomina Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), no fue hasta la Declaración de Montelimar (1996) cuando se propuso la integración turística regional, que permitiera unir los esfuerzos en este sector potenciando la promoción intrarregional, la colaboración con el sector privado, la comercialización de paquetes turísticos, la modernización del marco legislativo y los estímulos a la inversión extranjera. (Alba Sud, 2010).

Volviendo al escenario actual, el representante para las Américas de la OMT, Carlos Vojeler, ha manifestado en más de una ocasión que resolver el problema de la inseguridad ciudadana real y la percibida es el mayor desafío que afrontan los países centroamericanos para atraer a los turistas. Otros de los desafíos para la región en lo referente al sector del turismo son el desarrollo de infraestructura hotelera, comunicaciones viales, aeropuertos e interconectividad aérea, así como la calidad de la competitividad en precios.

### **Actualidad en Centroamérica**

El turismo es uno de los principales eslabones que mueve la economía en Centroamérica. Esta actividad representa en promedio un 5% del Producto Interno Bruto en la región, alrededor de 18 millones de turistas la visitan al año lo cual representa unos \$20 mil millones en divisas.

En la carrera por ganar protagonismo en esta industria cada uno de los países avanza de distintos modos. El Salvador, por ejemplo, está desarrollando diversos proyectos de infraestructura turística, apuesta por la llegada de más cruceros, así como el posicionamiento del país como destino de aventura especialmente para la práctica del surf.

Honduras invirtió en el último año \$350 millones para construir obras turísticas como el muelle de cruceros en Roatán y un hotel en San Pedro Sula, con el objetivo de aumentar la oferta y mejorar sus productos turísticos.

Costa Rica por su parte, con una fuerte reputación de destino ecoturístico, ahora dirige su mirada a proyectarse como un destino de Congresos y Convenciones, generando una estrecha relación entre el sector público y privado para incentivar proyectos que impulsen encadenamientos productivos.

Panamá por su parte, enfoca sus acciones hacia un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible que contempló por ejemplo la creación del circuito del café de Chiriquí. Así como su proyección como el destino ideal para hacer negocios.

Mientras que Guatemala apuesta por consolidarse como un destino cultural en un mercado dominado por pequeñas y medianas empresas; busca fortalecer el turismo sostenible y capacitar a las comunidades, por medio de una Red Nacional de Turismo Comunitario, aseguran en el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)

“La ventaja de Guatemala es que nuestros pueblos están llenos de expresiones culturales generadas por esa cultura viva y tenemos una gran biodiversidad, riqueza natural”, sostuvo Jorge Mario Chajón, director del INGUAT.

### **Distintas realidades en cada país de Centroamérica**

La realidad del turismo en Centroamérica es distinta en cada uno de sus países, así como el perfil de quienes lo visitan. Algunos de los destinos centran sus estrategias en el mercado regional, otros por el internacional.

En El Salvador el 58% de los visitantes que ingresaron al país provienen de Centroamérica, mientras que en Guatemala fue del 50% en el último año, de los cuales la gran mayoría son salvadoreños.

Según el INGUAT, en este 2019, seis de cada 10 visitantes provienen de Centroamérica, especialmente de El Salvador, le sigue en su orden Estados Unidos y Honduras. Las fronteras terrestres significaron el mayor flujo de turismo receptor, puesto que, de cada 10 visitantes, seis lo hicieron por esta vía. La aérea representó el 30%.

Con respecto al turismo internacional, El Salvador logró atraer un 35% de turismo norteamericano seducidos por su marca país: “El Salvador grande como su gente”.

Considerando que El Salvador tiene los costos aeroportuarios más altos de Latinoamérica, los acuerdos de bandera nacional con sus respectivos incentivos en 2018-19, con una aerolínea de ultra bajo costo, tendrá un impacto en el crecimiento del turismo de los salvadoreños residentes en Estados Unidos y en el de los estadounidenses, democratizando la aviación, reduciendo sensiblemente el precio de los boletos aéreos.

En Costa Rica, más de la mitad de los turistas que ingresan son norteamericanos y el turismo centroamericano fue del 23%. Para el primer semestre de 2019, la cantidad de turistas procedentes de Canadá, Estados Unidos y México, ascendió a 959.000, lo que equivale a un aumento de 5%. En el caso de los visitantes de los países centroamericanos, el número de turistas sumó 365.000.

A excepción de El Salvador y Guatemala, Centroamérica no ha logrado fortalecer su turismo intrarregional, lo que existe actualmente son viajes de negocios. Honduras por su parte, está realizando esfuerzos por desarrollar producto turístico dirigido al turismo interregional principalmente para temporadas festivas, como las fiestas agustinas. En la actualidad, Honduras es el país de la región que menos turistas recibió en el último año con tan solo 1% de crecimiento con respecto al periodo anterior.

Guatemala también se ha visto favorecido con su turismo de cruceros, el cual en el último año fue el más grande de la historia con 122 atraques, así como el establecimiento de tres nuevas líneas aéreas, incrementando con ello las frecuencias aéreas.

En El Salvador, el crecimiento del turismo también obedece con los servicios dentales, cirugías ambulatorias, tratamientos con células madres, cirugías bariátricas. Actualmente 16 empresas salvadoreñas pertenecen a la Red de Turismo Médico y están a la espera de ingresar, al menos seis empresas más.

El dinamismo del turismo en Panamá se sustenta en un atractivo entorno de negocios y una privilegiada posición geográfica, según un informe publicado por el Foro Económico Mundial. Además, cuenta con un importante sistema de conectividad. También están los cruceros y las fuertes inversiones en nuevos hoteles.

## 5. Turismo en El Salvador

Los indicadores de gestión de turismo en El Salvador muestran el crecimiento en el nivel de ingreso, siendo al cierre del 2018 (US\$ \$1,532.61 millones de dólares) el más alto en los últimos 14 años y en la llegada de visitantes 2, 535,661 miles con un crecimiento del 12.9 %, con respecto al 2017.

Los visitantes del año 2018, están representados por el 66.1% de turistas y el 33.9% de excursionistas. Los turistas tienen dos vías para ingresar a El Salvador, terrestre y aérea, siendo que el 57% vía terrestre y el 43% vía aérea. Para el caso de los visitantes de día (Excursionistas) entran por dos vías la terrestre (99.7%) y la marítima (0.3%).

Las regiones de donde se reciben más turistas son Centroamérica (57.3%), Norteamérica (36.2%), Suramérica (3%), Europa (2.5%), Caribe (0.3%) y Otros (1%).

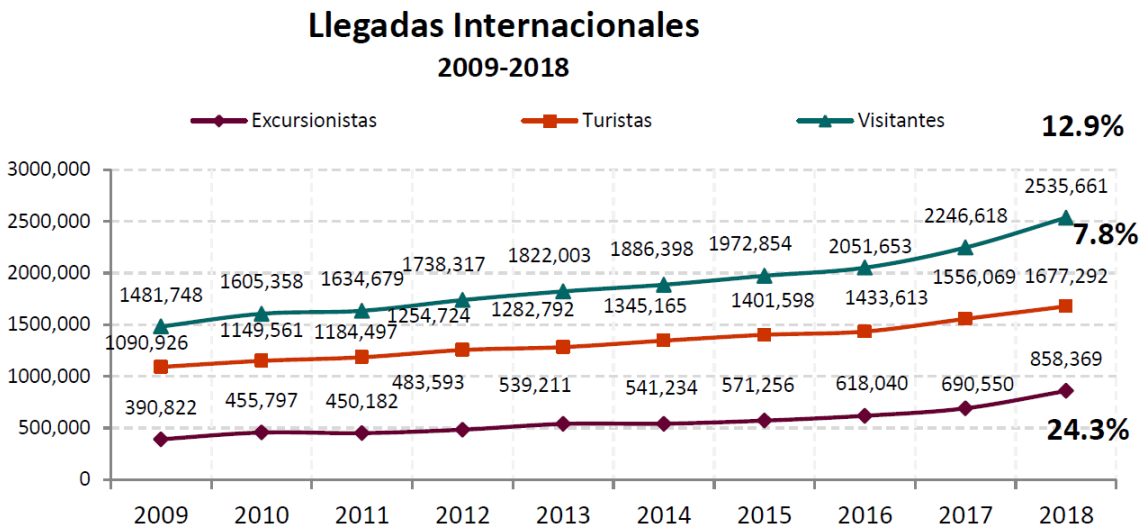
A continuación, se presentan gráficas comparativas del turismo receptor, emisor, ingreso monetario de turismo para el año 2018.

### Estadísticas del sector Turístico en El Salvador

- Turismo Receptor

Las llegadas de visitantes internacionales crecieron en 12.9% en comparación con el mismo período 2017. Al alcanzar los 2, 535,661 para el acumulado enero-diciembre de 2018, (Gráfico1) ello se debe a las estrategias de comercialización implementadas por CORSATUR y la conectividad continúa mejorando en muchos destinos, lo que facilita la diversificación de los mercados de origen.

Gráfico 2. Llegadas de turistas internacionales de los años 2009-2018.

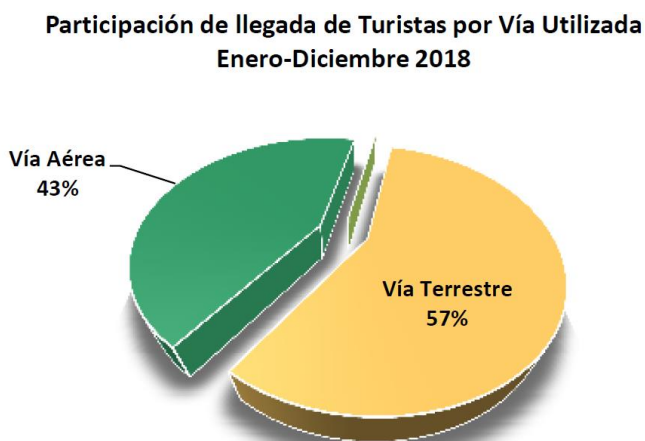


Fuente: Encuesta de Censos CORSATUR-ARALDI-IT CORNER, SPSS SA de CV y datos vía aérea de MIGRACION 2009-2018

- Llegada de visitantes por las principales fronteras. El turista internacional utiliza principalmente dos vías para entrar a El Salvador y de esta manera visitar los diferentes destinos turísticos.

El porcentaje de participación en la llegada de Turistas por vía terrestre y vía aérea corresponde al 57% y 43% respectivamente.

Gráfico 3. Llegada de turísticas internacionales por las vías áreas-terrestres.

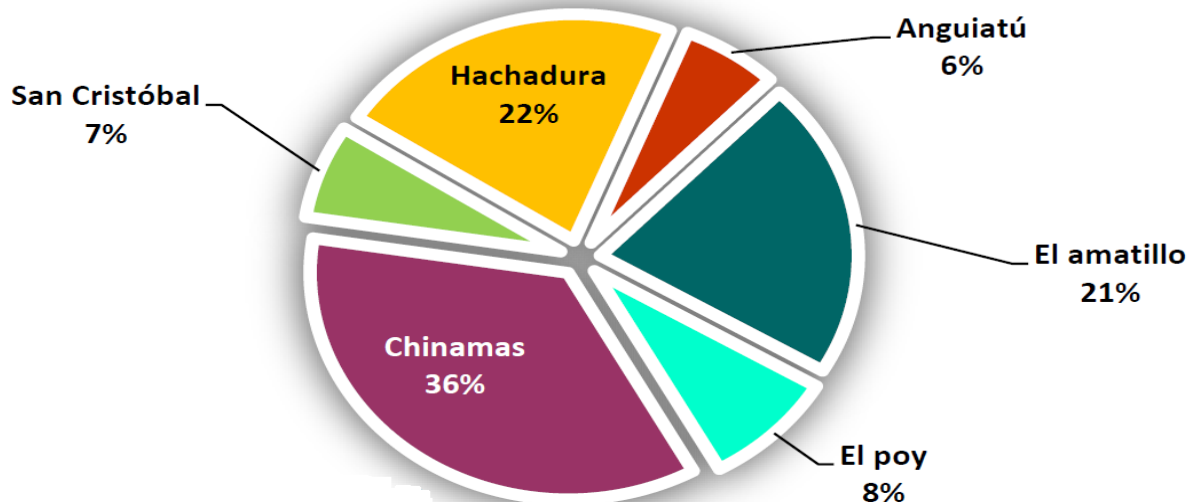


Fuente: Encuesta de Conteos CORSATUR- SPSS SA de CV y datos vía aérea de MIGRACION 2018

Con respecto a la vía terrestre, Las Chinamas, La Hachadura y el Amatillo; continúan siendo las principales fronteras por las que ingresan más turistas, con un porcentaje de participación de 36%, 22% y 21% respectivamente.

Gráfico 4. Llegada de turistas internacionales por las diferentes fronteras

**Vía Terrestre. Peso de llegada de Turistas por frontera  
Enero-Diciembre 2017--2018**



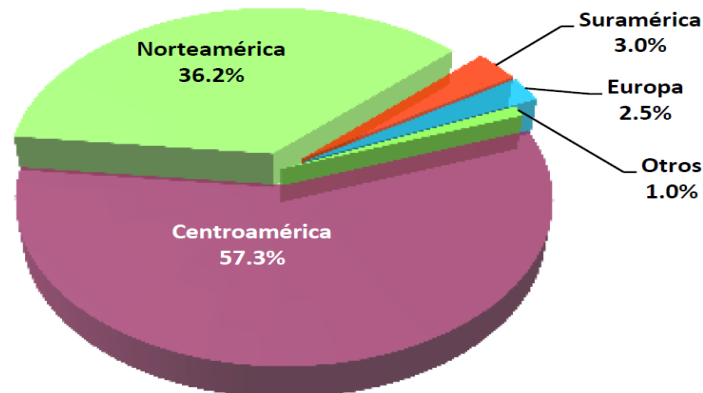
Fuente: Encuesta de Conteos CORSATUR- SPSS SV de CV 2018

- Llegada de turistas por principales regiones

El mercado emisor más importante continúa siendo Centroamérica, siendo el mercado más grande para El Salvador con (57.3%), seguido de Norteamérica (36.2%). Cabe destacar que las regiones de Europa se han mantenido y Suramérica ha disminuido levemente durante el año 2018 comparado con 2017.

Gráfico 5. Procedencia de los turistas internacionales

### Participación de Llegadas. Regiones de procedencia

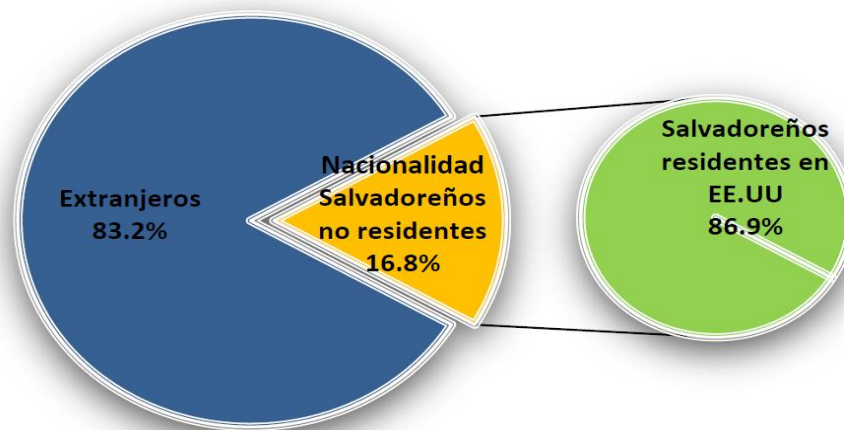


- Llegada de turistas por nacionalidad 2018

Un 83.2% representa la llegada de Turistas extranjeros y el 16.8% los salvadoreños residentes en el exterior. Es importante subrayar el 86.9% de los salvadoreños residentes en el exterior residen en Estados Unidos.

Gráfico 6. Llegada de turistas por nacionalidad.

### Llegada de turistas por nacionalidad 2018

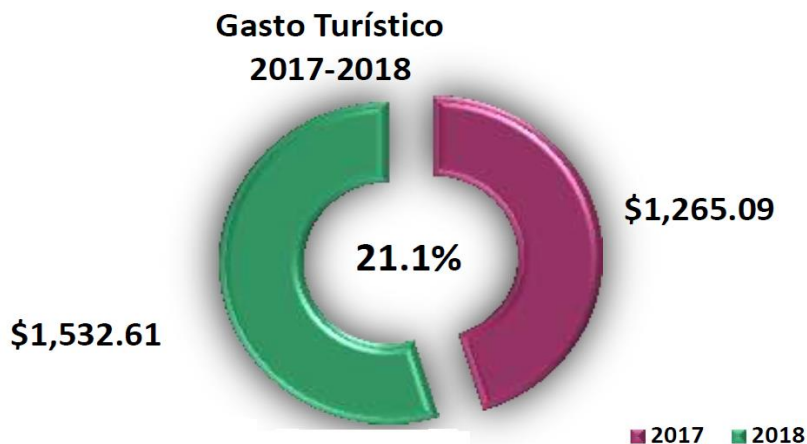


Fuente: Encuesta de Censos y perfil y gasto del visitante internacional 2018 CORSATUR- SPSS SA de CV y datos vía aérea de MIGRACION

## **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.

*Gráfico 7. Gasto turístico para los años 2017-2018.*

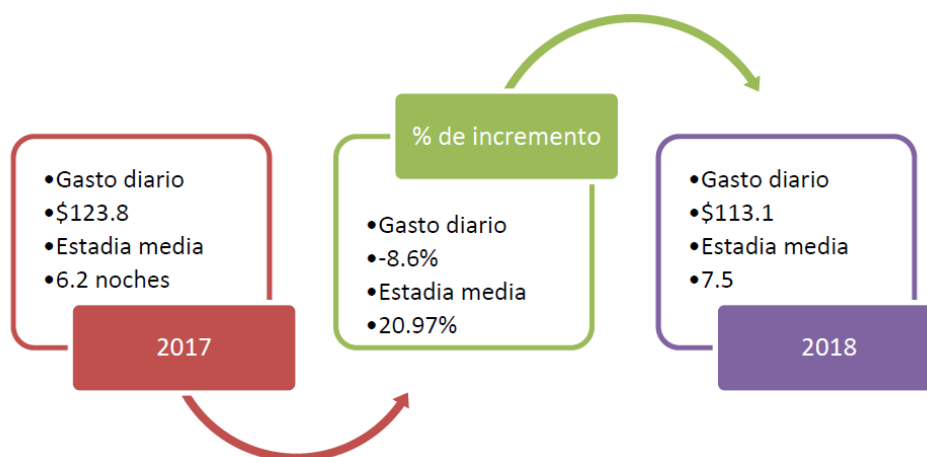


Fuente: Encuesta del perfil y gasto del visitante internacional CORSATUR - SPSS SA de CV

El comportamiento del gasto diario por persona de los turistas decreció en 8.6% con respecto al año 2017, pues paso de \$123.8 en el 2017 a \$113.1 en el año 2018.

Al analizar el comportamiento de la estadía media que realizan los turistas en El Salvador, se observa que paso de 6.2 a 7.5 noches un incremento del 20.97%.

### **Gasto diario y estadía media del turista en el año 2018.**



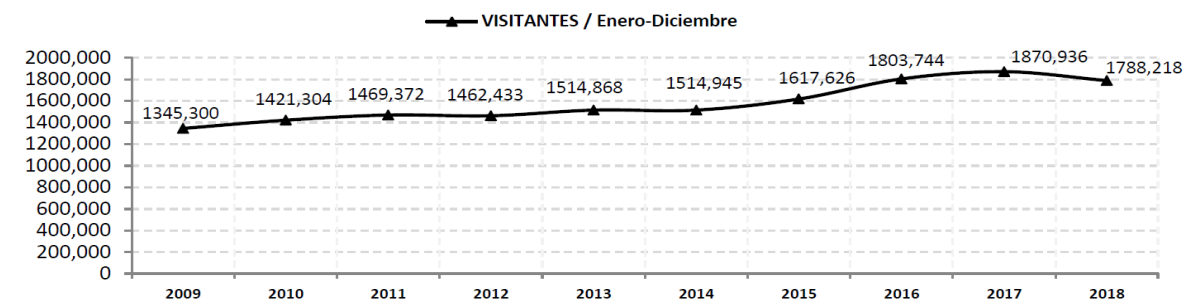
*Ilustración 3. Gasto y estadía promedio para los años 2017-2018*

## **Turismo Emisor**

El número de salvadoreños que realizaron viajes al exterior, en el acumulado a diciembre 2018 fue de 1788,218 visitantes, un 4.4% de decrecimiento con respecto al año anterior.

*Gráfico 8. Salida de Salvadoreños a otros países*

**Salida de salvadoreños hacia a otros destinos 2009 - 2018**



Fuente: Encuesta de conteos CORSATUR- ARALDI-IT-CORNER, SPSS SA de CV y datos vía aérea de MIGRACION

## **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.

*Tabla 9. Ingreso PIB por año respecto a turismo.*

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°T 2017	5,952.95	280.11	4.71%
1°T 2018	6,246.63	373.89	5.99%
2°T 2017	6,245.44	299.67	4.80%
2°T 2018	6,589.36	346.01	5.25%
3°T 2017	6,144.24	319.45	5.20%
3°T 2018	6,484.48	356.26	5.49%

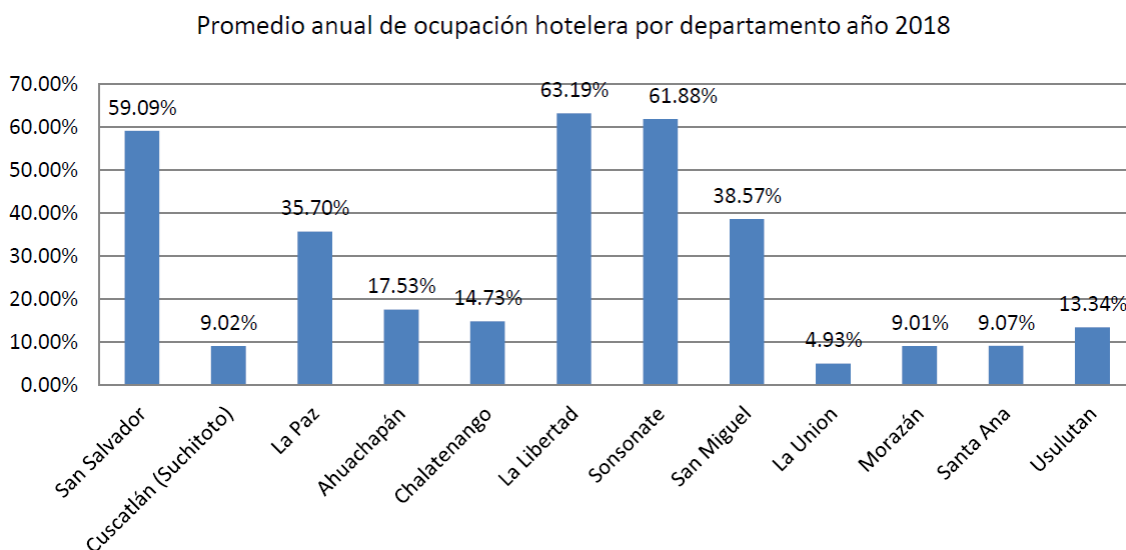
Fuente: CORSATUR/BCR PIB



## **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%.

*Gráfico 9. Promedio anual de ocupación hotelera año 2018*



### a) Rutas turísticas

El Salvador ha hecho grandes esfuerzos para promocionarse como destino turístico. Para facilitar el turismo para extranjeros y nacionales el Ministerio de Turismo ha propuesto diferentes rutas, las cuales son las siguientes:

Tabla 10. Rutas turísticas

## RUTA ARQUEOLÓGICA



- **Joya de Cerén**

Ubicado en el departamento de La Libertad, a unos 30 minutos de la capital, fue declarado Patrimonio de la humanidad por la UNESCO en 1993. Este sitio muestra la vida cotidiana de sus pobladores indígenas, interrumpida por la erupción del Volcán de Loma Caldera en el año 600 D.C aproximadamente. Joya de Cerén tiene 18 estructuras, diez de las cuales han sido excavadas, revelando pasillos, puertas, bancos, baños de vapor, cultivos de maíz y jardines caseros.

Aparentemente sus habitantes huyeron del fenómeno natural dejando prácticamente intactas sus pertenencias y hasta la comida que preparaban en ese momento. Su conservación se debe a más de 14 capas de ceniza que lo cubrieron durante más de 1,400 años hasta que fue descubierto en 1976.

- **San Andrés**

A 32 km de San Salvador, y a solo 8 km aproximadamente de distancia de Joya de Cerén, se encuentra este sitio arqueológico ceremonial. San Andrés constituyó un centro regional, ceremonial y administrativo entre los años 600 a 900 D.C. Ahí se encuentra un obraje de añil que data de la época colonial y que fue entre ellos, un centro religioso elaborado en pedernal. El complejo tiene un área de aproximadamente 35 hectáreas siendo uno de los centros prehispánicos más grandes de El Salvador.

- **Tazumal**

Ubicado en el corazón de Chalchuapa, en el departamento de Santa Ana, a 80 kilómetros al occidente de la capital. La ocupación de los mayas en el Tazumal existió alrededor de los años 100 -1,200 A.C. Dentro de su estructura de más de 24 m de altura se encontraron

tumbas con más de 116 vasijas, joyería de jade, espejos de pirita de hierro, artefactos de juego de pelota y cerámica con forma de lagarto.

Es notable la influencia que tuvo esta zona en otras épocas, por lo que es posible encontrar rastros de diferentes culturas como la Teotihuacana, la de Copán y la Tolteca, entre otras. La mezcla de estos rasgos culturales hizo de esta región un territorio notablemente rico en expresiones artísticas y arquitectónicas.

- **Casa Blanca**

Casa Blanca es un sitio arqueológico ubicado en la zona arqueológica de Chalchuapa, su ocupación fue entre el período preclásico (500 A.C. - 250 D.C.) Y el período clásico (250 D.C. - 900 D.C.). Su proximidad con Guatemala facilitó mucho el comercio de cerámica, obsidias y otros productos. El parque incluye 6 estructuras prehispánicas, con 3 pirámides y 3 estructuras menores. Además de un museo que exhibe 4 piedras talladas de más de un metro de altura y un taller de teñido de añil.

## RUTA ARTESANAL



- **Ilobasco**

Localizado a 54 km de San Salvador, en el departamento de Cabañas, su nombre en idioma náhuatl significa "Lugar de tortillas de Elote tierno". Ilobasco es considerado como uno de los principales centros alfareros y ceramistas de Centroamérica, y es cuna de la artesanía en El Salvador, remontándose la actividad cerámica a la época precolombina. Su artesanía en barro es muy variada y colorida, donde se pueden encontrar jarros, muñecas indias, adornos para el hogar, figuras de la mitología cuscatleca y las famosas "miniaturas", las cuales no son mayores de cinco centímetros; y las "sorpresas pícaras".

- **Suchitoto**

Es una hermosa ciudad con casas y calles de estilo colonial, conocida como la capital cultural de El Salvador. Su nombre en idioma náhuatl significa "Pájaro Flor". Su principal atractivo es la Iglesia de Santa Lucía la cual data de la época colonial y es parte del

Patrimonio Cultural. Otro destino el Lago de Suchitlán que se puede recorrer en lancha, haciendo paradas en sus diversas islas las cuales están llenas de leyendas.

- **San Sebastián**

San Sebastián es un municipio del departamento de San Vicente en la zona central del país. Los textiles son el principal patrimonio de esta localidad. Sus tejidos por medio de los telares artesanales son de distinta variedad ofreciendo manteles, tortilleros, hamacas, colchas individuales y matrimoniales, cortinas, telas para confeccionar trajes típicos, bolsos entre otros. El turista puede tener la experiencia de ver este proceso paso a paso, además de conocer otros atractivos como su iglesia.

- **La Palma**

Se encuentra a 84 km de San Salvador, en el departamento de Chalatenango, poseedor de un clima fresco, bellos paisajes y una amplia oferta de restaurantes y hoteles. Este municipio adquirió su fama gracias al ingenio del Sr. Fernando Llord quién enseñó a los pobladores a producir artesanías decorativas, utilizando la madera de pino, tela de manta y las semillas de Copinol como principales materias primas.

- **San Ignacio**

Este pequeño municipio posee talleres artesanales donde se trabaja principalmente la madera, sus creaciones se caracterizan por su color café oscuro decoradas con flores pintadas manualmente. San Ignacio también se ha caracterizado por ser un destino muy fresco donde se cultiva café de altura y una gran variedad de hortalizas. Además de ofrecer una diversidad de hoteles y restaurantes.

- **Citalá**

En lengua Maya Chorti significa "Río de Estrellas". Su iglesia de estilo colonial construida a finales del siglo XVII es una hermosa obra arquitectónica que vale la pena conocer

Citalá, es una población con alto fervor religioso y dedicado al trabajo, los pobladores de esta Villa viven en un ambiente de paz y tranquilidad.

## RUTA DE LA PAZ



Esta ruta está compuesta por sitios que en épocas pasadas fueron de la guerra y que ahora se transformaron en entornos apacibles llenos de belleza natural, con ríos cristalinos, cascadas y sitios ideales para hacer camping y bici-montaña. Aquí se mezclan la cultura de nuestros antepasados y sus tradiciones indígenas, con la historia reciente y la aventura de convivir directamente con la naturaleza; todo en un entorno donde se respira paz y tranquilidad.

- **Perquín**

Fundada por tribus Lenkas, mucho antes de la época de la Colonia, Perquín significa “Camino de Brasas” o “Camino de los Carbones Encendidos”, ya que en la antigüedad los indígenas mantenían sus fogatas encendidas permanentemente. La ciudad de Perquín está rodeada de verdes pinares y cafetales, lo que le proporciona un clima fresco y agradable, donde además se puede encontrar una gran oferta de restaurantes, alojamiento, tiendas de artesanías y transporte terrestre.

- **Atractivos Turísticos de Perquín**

**Museo de La Revolución:** Ubicado en el propio Perquín, este museo fue inaugurado el 13 de diciembre de 1992. En este lugar hay una exhibición permanente de armas, objetos, restos de aeronaves derribadas, imágenes, información y testimonios de momentos históricos relacionados con la guerra civil que vivió El Salvador durante la década de los años ochenta.

**Quebrada de Perquín:** Esta senda rodeada de pinares y de diversas especies de aves que habitan la zona, es accesible únicamente a pies y se encuentra a unos 25 minutos desde el casco urbano. Después de un gratificante recorrido en contacto con la naturaleza, se puede disfrutar de un refrescante chapuzón en alguna de las muchas pozas de aguas limpias que se encuentran en la zona, como la Poza del Indio y la Poza del Finado Adán.

**Villa del Rosario:** Esta villa recibe su nombre en honor a la Virgen del Rosario, patrona de sus habitantes. El Rosario es un típico pueblecito rural, cuyo principal atractivo es la

cascada del Río Araute, una caída de agua de 30 metros que se accede por escabrosas laderas, ideal para los amantes de la aventura y la naturaleza.

- **Arambala**

Municipio rico en recursos naturales para practicar ecoturismo: ríos, cerros, pozas y pinares que invitan a la exploración y la aventura. Arambala posee un clima fresco, lo que permite disfrutar sus atractivos en agradables caminatas o si prefiere, en vehículo todo terreno. En lengua lenca Arambala significa “Río de los Alacranes”.

- **Atractivos Turísticos de Arambala**

**Llano del Muerto:** Extensa área de pinares y praderas, con muchos nacimientos de agua que corren libremente sobre las imponentes formaciones rocosas y bajan hasta perderse en las profundidades de los Ríos Sapo y Guaco.

**Cerró el Perión:** Posee un pequeño bosque con carboles de roble, pino, manzana rosa y arbustos. Desde su cúspide se puede divisar el magnífico panorama del oriente salvadoreño, la costa pacífica, el Cerro Cacahuatique y los volcanes Conchagua y Chaparrastique. **Río Sapo:** Situado entre los municipios de Arambala y Joateca, el Río Sapo posee aguas limpias y con una característica coloración verde cristalina, haciendo de este paraje un verdadero descanso para aquellos que gustan de aguas frescas y relajantes.

- **Joateca**

Ubicado en el extremo norte del departamento de Morazán, su nombre significa “Valle de Los Ocotes”. Este pequeño y pintoresco pueblo conserva sus tradiciones y cultura ancestrales casi intactas. Uno de sus principales atractivos es su preciosa iglesia colonial que evoca la religión del pasado y que da la sensación de que el tiempo se detuvo en este rincón de El Salvador.

- **Cacaopera**

Su nombre significa “Huerta de Cacao”, nombre que hace alusión a la época de la Colonia en que abundaban las plantaciones de este preciado fruto. En este pueblo de origen precolombino, sus habitantes todavía conservan rasgos propios de los indígenas que poblaron la zona en la antigüedad.

- **Atractivos turísticos de Cacaopera**

**Cueva La Koquinca:** Una espaciosa cueva formada naturalmente en cuyo interior se encuentra una roca con petrograbados muy antiguos en colores rojo, verde y violeta. La gente del lugar asegura que en su interior se encuentra escondido un valioso tesoro esperando a ser descubierto.

**Museo de Winakirika:** El nombre de este museo significa “Lo de Nuestro Pueblo”, y ahí se exhiben las tradiciones de la población de Cacaopera a través de fotos, artesanías y objetos étnicos, culturales y religiosos. El Museo Winakirika forma parte de la red de Museos Comunitarios de América.

**Centro Histórico:** En la plaza principal de Cacaopera se encuentra la iglesia colonial construida en 1660, cuya estructura impresiona a los visitantes. Junto a este templo se encuentra el antiguo campanario con 3 grandes campanas de bronce que sonaron por primera vez en 1721.

- **Corinto**

Al visitar este pueblo hay que estar preparado para un verdadero encuentro con el pasado cultural y con la naturaleza. Este acogedor lugar es un importante centro de comercio, ligado a las principales rutas comerciales de la región, como son la Ruta Militar, San Miguel y Santa Rosa de Lima.

- **Atractivos turísticos de Corinto**

**Las Grutas del Espíritu Santo:** En estas grutas se encuentra la principal muestra de Arte Rupestre de El Salvador, con una serie de pinturas y petrograbados de 10 mil años de antigüedad aproximadamente. En el interior de la cueva de 39 metros de largo, pueden apreciarse las pinturas rupestres en bajorrelieves. Un parque reforestado rodea a esta joya arqueológica y al subir sobre las grutas, se descubre con deleites el paisaje del Corinto, caracterizado por pastos y formaciones rocosas. Fue declarado Monumento Nacional el 12 de julio de 1972.

- **Guatajiagua**

En lengua Lenca significa "Valle con cultivos de tabaco". Este pueblo habitado antiguamente por indígenas Lencas o Potones; es famoso por la producción de alfarería negra. Caminando por las calles de la ciudad, es común observar en los patios de las casas, a las mujeres elaborando comales, sartenes, ollas y tinajas que reciben un bello acabado negro a partir de un tinte natural de nacascolo. Este trabajo de alfarería se realiza con técnicas muy antiguas que heredaron de sus antepasados Lencas.

Existe un Centro de Desarrollo Artesanal que exhibe muestras de los productos de alfarería. Además, existe una asociación de indígenas Lencas que mantienen viva la danza tradicional de "Los Negritos" y "La Yegüita", que recuerdan las batallas de los indígenas contra los españoles durante el periodo de conquista.

- **Meanguera**

Es otra de las poblaciones de Morazán de descendencia Lenca. Su nombre significa "Lugar de los Chilchihuites". Según relatos de cronistas de la época colonial jugó un papel muy importante al mantener controlado y habilitado el paso del río Torola, para que se realizara el comercio entre lo que hoy son Honduras y El Salvador. Esta villa es muy conocida por la historia reciente, la del conflicto armado, pues en uno de sus caseríos se produjo uno de los genocidios más grandes cometidas por el ejército salvadoreño en nuestro país, la masacre del Mozote, donde cientos de personas, principalmente niños fueron asesinados.

Meanguera también es muy conocida por su asentamiento humano llamado, Comunidad Segundo Montes. Esta comunidad, mucho más grande que el mismo casco urbano de Meanguera, fue constituida por repobladores refugiados en Honduras, producto de la guerra civil.

- **Rosario**

Típico pueblo de la zona oriental salvadoreña, debido a su caluroso clima aún sobresalen algunas casas de amplios portales o corredores externos. Pueblo caracterizado por su limpieza, así como por su bellísima iglesia de estilo colonial construida a base de adobe en 1830, que domina la vista desde la plaza central.

Este municipio también se destaca por sus impresionantes recursos hídricos. El Rosario es uno de los municipios más pequeños del departamento de Morazán, y sus orígenes se remontan a una pequeña aldea llamada Araute, de origen lenca y que significa "Valle caído o valle de las cuatro casas".

Su principal atractivo es su río Araute ubicado a 20 minutos del pueblo con su impresionante cascada de 30 metros.

- **San Fernando**

El nombre de este pueblo es claramente español, en honor a los reyes católicos Fernando II y Fernando V. Los españoles reconocen la existencia de este pueblo en 1811 y mencionan que era habitado por un pequeño grupo de personas ladinas. Es poseedor de un clima agradable, producto de su altura y por los bellos y pintorescos bosques de pino, cipreses y robles que le rodean. Gracias a las importantes reservas naturales que posee, existe una enorme variedad de flora y fauna en este municipio. San Fernando en su vida diaria, ofrece un ambiente rural y campesino, determinado por las actividades agrícolas a las que se dedica la población. Desde su creación San Fernando ha sido un sitio de paso de y hacia los pueblos de Honduras, con los cuales se ha mantenido desde la época precolombina un importante intercambio comercial.

Entre sus atractivos turísticos encontramos el río Negro y un sitio natural llamado "El Chorrerón" en donde los turistas pueden disfrutar de un baño en sus frías aguas. Otro atractivo son las cascadas "El Diamante" y "Las Golondrinas" ubicadas en el río Cañaverales. Todos estos sitios se encuentran en estado cien por ciento natural.

- **Torola**

El pueblo de Torola por su elevación tiene un clima cálido, pero a causa de las colinas y montañas, es fresco al amanecer. Este municipio, como la mayoría en Morazán es de origen lenca y sus raíces indígenas aún permanecen. Torola significa "Las Tres Cabezas". Una de sus principales características es su gente amistosa, que aún mantienen muchas de sus antiguas tradiciones, entre ellas el trabajo de barro moldeado de color rojo.

En este municipio los visitantes pueden disfrutar de hermosos paisajes y puede encontrar sitios espectaculares. Cuenta con zonas rocosas muy interesantes, una gran extensión de rocas finas con formas caprichosas. Tiene una gran extensión de zonas montañosas y cursos de agua que enriquecen el área con múltiples colores y texturas. Su vegetación es muy variada. Hay pinos secos y zonas de bosques tropicales que se muestran hermosos durante el invierno. En su ruta de acceso se encuentra el sitio histórico "El Moscarrón", lugar



donde en 1982 sucedió una de las batallas más crueles de la guerra civil. Este municipio fue uno de los principales escenarios de la guerra civil y en sus ciudades y aldeas que se produjo una gran cantidad de eventos claves en el comienzo de la guerra.

- **Jocoatique**

Conocido como la “Ciudad de los Portales”, por sus amplios corredores exteriores al frente de las casas principales del pueblo, elemento arquitectónico que le distingue al norte de Morazán. El nombre original de este poblado es Yucuaytique que significa “Cerro en el pueblo del fuego”; ya que su existencia se remonta a la época anterior a la llegada de los conquistadores españoles.

Muchas de las calles de Jocoatique se conservan empedradas dándole un aire romántico de pueblo antiguo que se reafirma por su ambiente de gran tranquilidad. En su jurisdicción nace el río Araute rodeado de exuberante vegetación tropical, donde se puede observar variedad de mariposas y aves; al igual que practicar la natación en algunas de sus pozas

Otros sitios turísticos son: La Poza de La Huilisca, ubicada sobre la ribera del río La Joya y la cascada "Salto de Amaya" situada muy cerca del casco urbano.

Como la mayoría de los poblados del norte de Morazán, que quedaron desolados producto de la guerra civil de los años 80's, Jocoatique no fue la excepción, familias enteras huyeron con el objetivo de salvar sus vidas, y lo que fue un pueblo de floreciente comercio se convirtió en un lugar fantasma. Sin embargo, su gente emprendedora ha repoblado y le ha dado nuevamente vida a la “ciudad de los portales”.

## **RUTA DE LAS MIL CUMBRES**

Asciende desde la planicie costera oriental hasta la cumbre de la Sierra Tecapa. Esta zona del país ofrece maravillosos paisajes hacia la costa. Se puede encontrar fauna y flores muy propios de la región y se puede llegar a la Laguna de Alegría, a la que también se le llama “La Esmeralda de América” por sus bellos colores, que se deben a las emanaciones sulfurosas de su origen volcánico.

- **Bosque de Chaguantique**

Es una de las zonas protegidas de El Salvador y el hábitat natural del mono araña, una especie en peligro de extinción. Está ubicado en el municipio de Jiquilisco. Su nombre en idioma náhuatl significa “Lugar de hermosos Manantiales”.

- **Bahía de Jiquilisco**

Aquí se encuentran los manglares más grandes del país, donde existe abundancia de peces y es el hogar de cientos de aves exóticas; todo en un ambiente de sol y playa, mezclado con el delicioso y suave aroma a coco. Eso es la Bahía de Jiquilisco, uno de los ecosistemas marítimos más hermosos de El Salvador. Se encuentra ubicada en la zona costera del departamento de Usulután, en el municipio de Jiquilisco. Es la zona de manglar más grande y rica en recursos naturales de todo el país, donde se han identificado 54 especies de aves exóticas y curiosos reptiles como las masacuatas, boas, iguanas, tortugas

y cocodrilos. Es un exuberante paraíso natural costero, declarado como una importante reserva de la biosfera y hábitat de aves acuáticas por el convenio RAMSAR, relativo a los Humedales de Importancia Internacional.

- **Volcán de Tecapa y Laguna de Alegría**

En la Sierra de Chinameca se encuentra el Volcán Tecapa, en cuya cúspide se ubica una pequeña laguna crateriforme que reposa sobre mantos de azufre; a esta se le conoce como la Laguna de Alegría y es uno de los lugares más bellos del país. Posee fumarolas y fuentes termales, a las que se les atribuyen propiedades curativas por su alta concentración de azufre. Gracias a su belleza, la Laguna de Alegría fue bautizada como “La Esmeralda de América” por la poetisa chilena Gabriela Mistral, ganadora del premio Nobel.

- **Alegría**

La ciudad de alegría está ubicada en el departamento de Usulután, entre cerros, cafetales y el imponente volcán Tecapa, que cobija la ciudad con un clima fresco y agradable. Esta ciudad es un punto turístico muy interesante, pues conjuga la belleza natural con sus paisajes y con la riqueza de su gente. Desde sus calles se pueden observar los sencillos pero hermosos techos, decorados con una amplia variedad de flores de todos los colores. La mayoría de casas aún conservan la vieja estructura de barro y bahareque, lo que convierte a la ciudad en una pintoresca estampa de tierras salvadoreñas.

- **Berlín**

Es una ciudad con gran tradición cafetalera, ubicada a 700 metros sobre el nivel del mar, altura que le brinda al lugar fresco y agradable clima. Esta ciudad ofrece a sus visitantes una gran variedad de rutas turística, como las parcelas demostrativas, donde se siembran granos y hortalizas y estanques donde se práctica el cultivo de tilapias y camarón. Berlín ofrece también el Campo Geotérmico, cuyo principal atractivo lo constituye la generación de energía eléctrica mediante la transformación de la energía geotérmica, proceso que podrán explicarle los guías turísticos del lugar. En esta ciudad se pueden encontrar museos, piscinas termales, cafetería, senderos interpretativos, miradores y artesanías típicas berlineses tales como carpintería, puros, floristería, conservación de coco, cohetes de luces y de vara.

## 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.

Esta ruta es la única que considera un atractivo turístico del municipio de Chiltiupán objeto de estudio, la cual considera a la playa el zonte, playa que se ampliará más en sus productos turísticos que maneja, en su apartado específico.

Las playas que conforman esta ruta turística son:

- **La Bahía de Jiquilisco**

La Bahía de Jiquilisco es un área de manglares y bosques salados, refugio de aves como garzas y gaviotas. Las aguas de la bahía también son ideales para practicar deportes como ski, navegación y pesca. La Bahía de Jiquilisco es un destino muy apreciado tanto para la observación de aves como para la práctica del eco-turismo. Es un área protegida de categoría internacional, un sitio Ramsar de suma importancia para la biodiversidad y el eco-sistema. La Bahía de Jiquilisco se ubica en el departamento de Usulután.

- **Playa El Palmarcito**

Excelente playa para practicar el surf o el body surfing, ubicada en Tamanique, La Libertad. Para los visitantes hay un club que es una excelente opción porque además del servicio de alimentación, ofrece alojamiento y cómodas instalaciones que cuentan con piscinas artificiales, toboganes, piscinas de agua salada contiguas al mar y miradores.

- **Golfo de Fonseca**

Entre las fronteras de El Salvador, Honduras y Nicaragua, el Océano Pacífico forma el Golfo de Fonseca, el cual fue descubierto en 1522 por el piloto mayor Gil González de Ávila, los aborígenes llamaban a esta entrada de agua "Chorotega", pero su descubridor español le dio el actual nombre en homenaje a Fray Juan Rodríguez de Fonseca, antiguo obispo de burgos y presidente del real y supremo consejo de indias. Uno de los mejores puertos naturales del mundo, cubre una extensión de unos 3.200 km<sup>2</sup>. Entre los puertos

importantes se cuentan La Unión, en El Salvador; San Lorenzo, en Honduras; y Puerto Morazán, en Nicaragua.

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

Es la playa más extensa de El Salvador, con cerca de 15 km de extensión. Ubicada al sureste de San Salvador, la Costa del Sol ofrece la más variada infraestructura hotelera de playa. Este paraje conjuga la belleza del Estero Jaltepeque y las playas San Marcelino, los Blancos y la Costa del Sol, que son un codiciado escenario para presenciar increíbles puestas de sol. A sólo una hora de la capital, este es uno de los destinos favoritos de los vacacionistas. La arena de estas playas posee un matiz grisáceo más claro que la mayoría de playas salvadoreñas. Los hoteles con el máximo confort, muy apropiados para celebrar congresos y seminarios con el valor agregado de ofrecer a los visitantes un ambiente relajado y decenas de actividades de esparcimiento.

Así mismo el Estero de es uno de los parajes más preciosos del territorio salvadoreño. Tiene una extensión lineal de 28 Km. Es una de las zonas protegidas del país, bello entorno muy propicio para la observación de flora y fauna. Posee ricos recursos naturales, variedad de aves costeras y diversidad de moluscos cuyo hábitat son las raíces de los manglares.

- **Playa Los Cóbanos**

A 85 Km de San Salvador en el municipio de Acajutla del Departamento de Sonsonate está ubicado Los Cóbanos, una bellísima playa de arena blanca formada de arrecifes y está protegida por restos de acantilados que funcionan como rompe olas. Considerado un excelente destino para los amantes del buceo, ya que cuenta con el arrecife rocoso más grande del Pacífico Norte; santuario de variadas especies marinas como el coral de color naranja y una gran variedad de peces exóticos. En el área se encuentren dos naufragios de barcos de vapor y vela de finales de los años 1800. Por estar a sólo 35 pies de la superficie, son lugares favoritos para snorkeling y buceo de poca profundidad.

Los Cóbanos son un lugar de mucha riqueza, su gente, su comida, sus artesanías, sus playas de arena coralina, práctica de surf y remo, pesca deportiva con caña y los mejores lugares de buceo del país.

- **Playa El Sunzal**

Ubicada en el kilómetro 44 y medio de la carretera del Litoral. El Sunzal es parte del complejo de playas donde los surfistas se reúnen a retar la fuerza de las olas de estas enérgicas costas. Considerada por los medios especializados y los surfistas internacionales, como una de las 10 mejores playas del mundo para practicar el surf. Además sus aguas resultan excelentes para el snorkiling y buceo a poca profundidad, especialmente en verano cuando se puede observar especies marinas en su hábitat natural.

Esta playa goza de un lecho marino que es rocoso donde se observa el hábitat de ostras, langostas, y otros crustáceos a plena luz del día, en especial en los meses de verano (de noviembre a abril). Esta playa aloja una zona de restaurantes prestigiosos y también

pequeños negocios que ofrecen servicios de alimentación con frescos mariscos, áreas de parqueo con vigilancia y hostales con servicios de alojamiento con otros atractivos.

- **Playa El Cuco**

Ubicada a 35 Kilómetros de San Miguel y a 175 Kilómetros de San Salvador, Playa El Cuco es una hermosa playa de arena negra y gentil oleaje, ideal para un día de descanso completo, compartir en familia y desconectarse de la rutina.

Playa El Cuco es una cosa muy popular y frecuentada por los salvadoreños y turista del extranjero que les gusta disfrutar de la tranquilidad de sus aguas, las extensas áreas de arena negra y para practicar deportes como el fútbol, vóleibol, jogging, entre otras. También la bondad de su oleaje permite la natación, el surf y pesca, entre otras alternativas.

Así mismo podrá disfrutar de una gran oferta gastronómica ofrecida por los restaurantes y pequeños comedores de la zona, con especialidades de marisco recién extraído del mar a precios accesibles.

- **Playa El Espino**

Ubicada a 156 kilómetros de San Salvador en el departamento de Usulután, La Playa El Espino es uno de los atractivos preferidos por los turistas ya que cuenta con más de 10 kilómetros de playas ininterrumpidas, parajes de arena gris rodeada de un entorno natural y rústicas estancias elaboradas de palmera.

Como parte de su atractivo, los pescadores lugareños ofrecen mariscos recién extraídos del mar a precios accesibles. Como parte de su oferta podrá decidirse por paseos en lancha hacia las islas cercanas, también la encantadora Bahía de Jiquilisco, entre otras. Este rincón de Usulután escenifica increíbles atardeceres, oleajes delicados y calidez en su gente que con gusto espera atenderle en su visita.

- **Playa Metalío**

La playa de Metalío ubicada en el departamento de Sonsonate, es una playa de arenas negras. Su proximidad con El Puerto de Acajutla le proporciona mucho dinamismo a su comercio y oferta de mariscos, por su ubicación es sitio perfecto para observar los bellos colores del atardecer ya que el sol se contempla sobre el mar al ocultarse en cualquier época del año, lo cual la hace un destino excelente para fotógrafos.

En ciertas zonas de Metalío podrás disfrutar de “Manglares” que son muy interesantes por las diferentes especies de aves marinas que viven entre los árboles. Esta playa cuenta con muchos restaurantes y pequeños hoteles donde podrá disfrutar de los mariscos más frescos y deliciosos.

- **Playa Barra de Santiago**

Situada en el departamento de Ahuachapán, con una ubicación que permite el contacto con el océano y el estero. Aquí los visitantes pueden disfrutar de frescos y variados frutos del mar.

Playas con bellos paisajes naturales, en sus aguas tranquilas puede navegar y observar en su entorno un bosque de manglares y aves exóticas, también en las noches puedes encontrar tortugas marinas anidando en la playa. Comprende una amplia y bien conservada extensión de manglar (aproximadamente 2,000 hectáreas) donde se pueden apreciar siete especies de mangle, una gran variedad de aves nativas y migratorias.

En “La Barra” como es conocido localmente este territorio, se encuentra una gran cantidad de vida silvestre. Ten tu cámara lista para capturar toda la fauna marina, iguanas, garrobos, lagartos, curiles, tortugas marinas, cocodrilos y cangrejos azules.

- **Playa El Zonte**

✓ Ubicada en el departamento de La Libertad, pero perteneciente al municipio de Chiltiupán. Es una de las playas favoritas de los surfistas, pues además de que es reconocida internacionalmente, en ella se realizan las pruebas de surf para el ranking nacional.



✓ También se encuentra una escuela de surf que es dirigida por los deportistas del lugar, quienes participan constantemente en campeonatos internacionales. Esta playa es conocida por su ambiente bohemio. Tiene zonas rocosas con bellísimos paisajes.



✓ El Zonte goza de tener gran variedad de actividades diurnas y nocturnas, batucadas y eventos deportivos exclusivos para el surf a escala nacional e internacional.



- ✓ También existen eventos culturales y donde se hace referencia a lo nacional, como es el caso del Festival de Artesanías que toma lugar en ranchos locales, uno de ellos es el rancho el zonte. Este evento se lleva a cabo cada martes y miércoles de la semana santa, y es un punto donde emprendedores locales pueden asistir a mostrar sus productos al público.



- **Playa La Paz**

Esta playa ubicada en el departamento de La Libertad resulta especialmente excitante para los aficionados al surfing. Aquí se desarrollan importantes campeonatos a nivel nacional y latinoamericano. Además el visitante encontrara abundante y variada oferta de servicios turísticos como restaurantes, alojamiento e instructores de surfing y kayaking.

- **Playa El Tunco**

A tan sólo 42 kilómetros de San Salvador, en del departamento de La Libertad, la playa El Tunco se ha convertido en uno de los destinos preferidos de la Ruta Sol y Playa, en especial de los que disfrutan de la vida nocturna y las mejores olas para surfear.

Su característica imagen, una impresionante formación rocosa frente a una bocana y rodeada de surfistas de todas partes del mundo, es cada día más popular. La playa es muy conocida por sus fiestas todos los fines de semana, con música en vivo de diferentes géneros: desde conciertos de rock, reggae y salsa. Así como por sus bares y restaurantes.

Aparte de su belleza, El Tunco también se ha convertido en un importante destino para los surfistas de todo el mundo. La mejor temporada para surfear es entre abril y agosto, cuando el oleaje es el adecuado.

- **Playa San Diego**

Es una amplia playa con más de 7 kilómetros de extensión. Su oleaje suave la hace ideal para deportes como jogging, voleibol, football de playa, así como para realizar caminatas o simplemente para tomar el sol. Esta es una playa rodeada de ranchos privados pero el acceso a su costa es abierta a todo público. Dentro de esta zona podrá visitar el paradisíaco panorama que ofrece la Bocana de San Diego. Además podrá observar la actividad de los lugareños y pescadores en busca de mariscos entre los manglares. Desde este punto, podrá apreciar las montañas que rodean al departamento de La Libertad y el impresionante Volcán de San Vicente o Chinchontepic. A su alrededor hay mucha oferta de servicios y lugares donde puede disfrutar de la variedad de cocteles que los lugareños ofrecen a los visitantes.

- **La Playa Amatecampo**

La playa Amatecampo pertenece a la cadena costera de San Luis Talpa en el departamento de La Paz esta playa está rodeada de ranchos privados especialmente para descanso familiar y aunque la zona es un poco remota es un perfecto lugar para descansar. La playa

Amatecampo está rodeado de pequeños establecimientos de comida muy económica y tiendas donde puede comprar bebidas para refrescarse un poco. Esta playa es ideal para el descanso familiar y una estancia placentera alejada de los ruidos de la ciudad y la rutina.

- **Playa Conchalio**

Entre los destinos que alberga la Ruta Sol y Playa en el litoral de La Libertad, Conchalío es una de las playas más populares entre el público. Está rodeada de un complejo residencial privado y otra parte abierta al público, con varias opciones de restaurantes que ofrecen el más fresco marisco en platos especializados a precios accesibles. Conchalío es una excelente opción donde encontrará hoteles de primera con servicio de restaurantes, zonas de descanso, habitaciones, piscinas y otros servicios.

- **Puerto de La Libertad**

Antiguo puerto con mucha historia, lugar donde funcionó el primer puerto de la libertad en 1854, y ahora convertido en un moderno complejo turístico con mucha amenidad donde se celebran actividades artísticas, gastronómicas y deportivas en su anfiteatro.

Cuenta con un muelle artesanal donde se puede observar el zarpe y atraque de lanchas pesqueras y es una oportunidad para adquirir frescos productos del mar a su llegada, así mismo funcionan restaurantes, ventas de artesanías, cafeterías de comida típica, su playa es muy amigable, agradable temperatura de agua y superficie de arena bastante regular.

Fue fundado en 1824 fue anteriormente lugar de desembarco de Corsarios y Piratas. En 1869 se construyó el muelle de hierro para facilitar el comercio del añil y el café, con Europa y la Costa de EE.UU. Actualmente este muelle es uno de los lugares favoritos del turismo.

En la actualidad el puerto de la libertad ha remodelado su infraestructura con la construcción de un Malecon que es un mercado donde se reúnen una serie de restaurantes que ofrecen comida a base de productos marinos frescos.

- **Puerto de Acajutla**

La historia del Puerto de Acajutla se remonta hace mucho tiempo, primero mencionaremos que el lugar llamado "Acajutla" se menciona en escritos que datan de la primera mitad del siglo XVI. Tiempo después, el puerto fue tomando forma y se fue modernizando, prueba de ello es que en 1787 se construyeron las primeras bodegas y casi 25 años después, específicamente en 1801 se construyó un muelle de madera gracias a un inversionista y comerciante llamado Juan Bautista Irisarri.

El Puerto de Acajutla es uno de los principales puertos de El Salvador, y uno de sus principales atractivos es el muelle artesanal que surgió para facilitar la pesca en la zona.



## RUTA DE LAS FLORES



Es un agradable recorrido desde la ciudad de Sonsonate hasta Ahuachapán, que comprende 6 destinos: Salcoatitán, Nahuizalco, Juayúa, Apaneca, Concepción de Ataco y Ahuachapán. Todos ellos son lugares de belleza natural incomparable, de tradición cultural y donde se encuentra la más variada arquitectura, gastronomía y artesanías. A continuación, una breve descripción de cada uno de los municipios que componen esta ruta turística:

- **Nahuizalco**

Pueblo de tradición indígena, ubicada a 70 km de San Salvador. Su nombre en idioma Náhuat significa "Los 4 Izalcos", ya que se dice fue fundada por cuatro familias del pueblo de Izalco.

Uno de sus atractivos es el mercado nocturno, que se ubica en el centro del pueblo. Así que pueden adquirir artesanías y artículos típicos, así como comidas y bebidas propias del lugar. Además encontramos talleres donde se trabaja el mimbre, el tule (fibra natural) y la madera. Además de sus atractivos naturales como la cascada La Golondrinerá.

- **Salcoatitán**

Su nombre en idioma Náhuat significa "La ciudad de Quetzalcóatl", dios del viento y lucero de la aurora.

Salcoatitán es un pequeño pueblo cafetalero, cuyos principales atractivos son su iglesia colonial, ubicada frente al pintoresco parque central y su festival gastronómico ofertando su platillo estrella por el cual es muy conocido: "la yuca" además de los atoles, riguas, tamales, elotes locos, entre otros.

- **Juayúa**

Su nombre en Náhuat significa "Río de Orquídeas Moradas" Juayúa tiene un agradable clima, sitios de incomparable belleza natural y un festival gastronómico que se lleva a cabo todos los fin de semana frente a su iglesia, donde se venera al Cristo Negro.

Asimismo, se puede disfrutar de sus interesantes tours de café. Uno de sus mayores atractivos naturales es la cascada Los Chorros de La Calera, a 2 km de la ciudad.

- **Apaneca**

Su nombre en Náhuat significa "Río de Vientos", y no está por gusto su nombre, ya que por ser la ciudad más alta de El Salvador es poseedor de un clima muy helado. Es una zona cafetalera por excelencia, donde se cultivan cafés de la más alta calidad los cuales se exporta a nivel mundial. Además, posee parajes naturales muy hermosos como la Laguna Verde y la Laguna de las Ninfas entre otros atractivos.

- **Concepción de Ataco**

Fundado por tribus pipiles, se encuentra a 7 km de Apaneca, en dirección a Ahuachapán. Sus actividades económicas más importantes son el cultivo del café y la confección de textiles en telares manuales. Su nombre en Náhuat significa "Lugar de Elevados Manantiales".

Dentro de sus atractivos se encuentra su Iglesia en honor a la Inmaculada Concepción de María, mirador de la Cruz El Cielito Lindo, las Piscinas de Atzumpa, una amplia oferta de hoteles y restaurantes entre otros.

- **Ahuachapán**

Cabecera del departamento de Ahuachapán, cuenta con varios sitios naturales como Los Ausoles, Laguna el Espino, las Lagunas del Llano entre otros, cada uno llenos de aventura para el turista. Una de sus principales celebraciones es la de Los Farolitos, la cual se celebra año con año cada 07 de septiembre.

Al visitar este municipio se puede disfrutar de sus coloridos murales, la Iglesia de La Asunción de estilo colonial con más de 100 años de antigüedad, considerada una joya arquitectónica, la plaza mayor, una variedad de oferta hotelera y de restaurantes entre otras opciones.

## RUTA DEL CAFÉ



La Ruta del café es un abanico de opciones para que el visitante, turista conozca la cultura cafetalera en El Salvador. Las distintas actividades en las zonas cafetaleras incluyen el que puedan participar, según la época del año, en el proceso de la cosecha y colección del grano, la selección para el secado y tostado, su procesamiento y terminar disfrutando de una taza de café de la mejor calidad internacional.

Los municipios que están contemplados en la ruta del café son los siguientes:

- ✓ Jayaque
- ✓ Talnique
- ✓ San Julian
- ✓ Cuisnahuat
- ✓ Tepecoyo,
- ✓ Santa Isabel Ishuatan
- ✓ Comasagua
- ✓ Chiltiupan y
- ✓ Teotepeque

En las rutas turísticas con las que cuenta El Salvador, las rutas que involucran al Municipio de Chiltiupán son dos: 1. La Ruta Sol y Playa y 2. La Ruta del café. Mostrando claramente las dos áreas con las que cuenta el municipio como son el área de la costa y el área de montaña. En el área de montaña lo que se busca realzar son recursos turísticos como el café y el bálsamo, además de otros recursos como miradores naturales y pozas entre otros. Por otra parte, en la zona costera lo que le da realce al municipio son sus playas una de las cuales es el Zonte la cual es muy conocida por su actividad deportiva relacionada al Surf.

## b) Pueblos vivos

Pueblos vivos es una estrategia transversal de la política nacional de turismo que promueve en El Salvador el turismo interno. Ésta cuenta con un enfoque cuádruple que le ha permitido obtener un amplio alcance nacional y una gran permeabilidad de sus acciones enfatizando siempre la equidad de género y los principios de inclusión y pluralismo. La estrategia transversal de PUEBLOS VIVOS, hace operativa la relación con los territorios y específicamente con el fortalecimiento organizativo de asociaciones turísticas en el territorio. Dicha institucionalidad territorial es la clave de la sostenibilidad del proceso y más aún si va aunada a un cambio de actitud de la población hacia el sector turístico y una visión renovada. Pueblos vivos ha creado una cultura turística de base inexistente hasta el momento en el país.



*Ilustración 4. Logo de pueblos vivos.*

La implementación de esta estrategia trae consigo un involucramiento cada vez mayor de gobiernos locales, para que participen de manera más protagónica y activa en el desarrollo turístico, de forma que se logre una gobernanza municipal turística como un ejercicio real de descentralización del nivel central.

Buena parte del trabajo de la implementación de pueblos vivos está dirigido a crear alianzas estratégicas con las autoridades locales (alcaldes, concejo municipal, etc.), buscando generar acciones en diferentes áreas tales como:

- a. Desarrollo de capacidades institucionales al nivel local para fortalecer los programas y proyectos de desarrollo turístico, teniendo en consideración el objetivo de diversificar los atractivos turísticos a partir de las potencialidades particulares de cada territorio, así como el empoderamiento de las comunidades para la gestión y mantenimiento de los atractivos de su localidad.
- b. Desarrollo y mejora de infraestructura local de manera que cumpla con estándares mínimos requeridos por el sector turístico.
- c. Desarrollo del recurso humano con vista a generar oportunidades de empleo sostenible.
- d. Estrategias promocionales dirigidas a la creación de marcas territoriales, englobadas dentro de una marca reconocida a nivel nacional como "Pueblos Vivos".

Por otra parte, Pueblos Vivos ha contribuido a favorecer las dinámicas territoriales para la conformación de nuevas organizaciones como las Agencias de Desarrollo Económico Local (ADEL), las cuales son asociaciones de carácter público y privado que buscan mejorar la economía a escala local y, de esta forma, las condiciones de vida de la población en sus zonas de influencia.

### **Feria anual de pueblos vivos**

La feria se constituye como uno de los eventos más importante del certamen Pueblos Vivos y el que marca su cierre anual. El incremento participativo, cuantitativo y cualitativo, es un buen

termómetro de la sensibilización en cultura turística realizada año tras año. Así mismo el empoderamiento local se aprecia en las visitas que los mismos alcaldes realizan a la Feria.

El principal atractivo de la Feria es el espacio que cada Pueblo Vivo dedica a la promoción de sus productos turísticos. Cada municipio participante, por medio de su CDT, ha tenido su stand tipo boutique, dentro del segmento al que pertenece. Se encuentran también stand de gremiales turísticas, universidades y otras instituciones de apoyo y un espacio donde se recrean estampas de la identidad salvadoreña. Además, una galería de artesanías y otros puntos de interés artístico. Así como una Plaza Gastronómica que abre un espacio culinario para acercar los platillos típicos de los diferentes lugares del país.

El elemento clave y diferenciado de una feria de este tipo es la competencia sana generada entre los municipios participantes, siendo ésta mucho más intensa con el modelo de “segmentos” en función de la singularidad del municipio. Durante los días de la Feria se puede observar de una sola vez el impacto y el alcance que la asistencia técnica, la promoción y la planificación han tenido a lo largo del año.

#### c) Circuitos turísticos

Como parte de las estrategias para promover el turismo, el ministerio de turismo fomento la creación de diferentes circuitos turísticos en las 4 zonas del país, consiguiendo de dicha manera las alianzas entre municipios y pueblos.

Cada uno de los Circuitos turísticos poseen una temática que destaca sus atractivos turísticos y permite el desarrollo de los pueblos. A continuación, se enlistan los 52 circuitos que forman parte de las zonas centra, paracentral, oriental y occidental del país:

*Tabla 11. Circuitos turísticos.*

<b>Circuitos turísticos zona Occidental</b>			
1	Ruta de las flores	5	Fraternidad Trifinio
2	Ne Tiupan	6	El Paso del Torogoz
3	Ne Tutecus	7	Ciudades verdes
4	El Paseo del Jaguar, Chasca y Atonal	8	El Rincón Maya de El Salvador
<b>Circuitos turísticos zona Central</b>			
9	Ruta Fresca	16	Cumbres del mar
10	Circuito del encuentro	17	Tierra de cenizas
11	Pueblos Festivos	18	Senderos de la cumbre
12	Natural Artesanal	19	Destinos Modernos
13	Voces Históricas vivas	20	Los manantiales
14	Lempa Sur Chalatenango	21	Joyas del sur
15	Circuito Eramon	22	Encantos Escondidos
<b>Circuitos turísticos zona Paracentral</b>			
23	Rincones Coloniales entre lagos	29	Ruta Panorámica Lago de Ilopango
24	El misterio de Cuscatlán	30	Paraíso verde azul
25	Tierras Fascinantes	31	Senderos de los Tesoros
26	Pueblos Pintorescos de la fe y del sabor	32	Caminos de Arte y Tradición

27	Caminos hacia el mar	33	180 grados del Chinchomtepec
28	La Riqueza de los Nonualcos	34	Tierra de colores y sabores Artesanales
<b>Circuitos turísticos zona Oriental</b>			
35	Xiriualtique	44	Lagunas de Ríos y Oro
36	Valles y Cumbres	45	Historia y Artesanía
37	Senderos de café	46	Costa Oriental
38	Senderos de Naturaleza y Cultura	47	Cuna Ganadera de Oriente
39	Chinaguateque	48	Historia entre Montañas
40	Naturaleza Sur del Chaparrastique	49	Entre Historias, Ríos y Vaguadas
41	Lempa Torola	50	Pueblos Mágicos del Cacahuatique
42	San Romero	51	Raíces Lencas
43	Tierras de Carnaval	52	Huellas de Oro y Esperanza

**Fuente:** Catalogo de circuitos Turísticos MITUR 2017

De los 52 circuitos mostrados, el municipio de Chiltiupán se encuentra considerado en el circuito de la zona Central denominado “Cumbres del Mar” el cual involucra a los siguientes municipios

- La Libertad,
- Tamanique,
- Chiltiupán,
- Teotepeque
- Jicalapa

La riqueza de este circuito como de los demás está en sus tradiciones, panoramas pintorescos, amplia gastronomía, lugares emblemáticos llenos de historia y tradición, diversidad de playas, platillos típicos, ríos, artesanías y otros que sin duda son de gran atracción tanto para el turista local como extranjero. Los atractivos y recursos turísticos que se pueden mencionar principalmente en el circuito son:

- El Malecón del puerto de La Libertad
- Playa el Tunco
- Playa el Zonte
- Ferias del Bálsamo entre otros.

d) Comités de desarrollo turístico (CDT)

### ¿Que son los CDT?

Los CDT son grupos de participación, comunicación y coordinación de los actores claves (públicos y privados). Interrelacionados dentro del sector turístico de un lugar. Estos actores, organizados en una asamblea general y con su junta de dirección muestran una gran disposición a contribuir con el turismo que impulsan el desarrollo local a través de la generación de empleos e ingresos.

## ¿Cómo están organizados?

Los CDT son organizados para sus operaciones anuales en comisiones que son las encargadas de áreas específicas para el desarrollo de un lugar o municipio. La organización es la siguiente:

- Comisión de formación y disciplina (encargada de gestionar las capacitaciones y velar por la integridad del CDT)
- Comisión de proyectos y seguridad (encargada de coordinar acciones para mejorar la imagen del municipio en materia turística)
- Comisión de gastronomía y medio ambiente (encargada de coordinar festivales gastronómicos y jornadas de limpieza y reforestación)
- Comisión de promoción y relaciones públicas (encargada de promocionar cada una de las actividades y organizaciones para atender a los turistas y a los medios de comunicación)

Un elemento destacable es la dinámica de interlocución generada entre estas entidades, celebrando encuentros entre CDT, para garantizar su cohesión y generar una plataforma de intercambio de buenas prácticas más allá del nivel municipal y departamental.

### **Retroalimentación de CDT**

Una actividad de alto impacto que poseen los CDT es que suelen realizar encuentros anuales entre CDTs, antes era de carácter nacional, pero en años recientes se ha comenzado a realizar por regiones: occidental, central y oriental. El propósito de estas reuniones es la de compartir y retroalimentar a otros CDTs con las experiencias, buenas prácticas y casos de éxito de cada uno.

### **Chiltiupán y los CDT.**

Los CDT se forman en los lugares para el desarrollo de la localidad y uno de los requisitos es la participación ciudadana y no solo participación de un solo partido o grupo de personas. En el municipio de Chiltiupán se cuenta con la participación de un CDT, pero no se ha respetado o velado porque este compuesto por toda la población del municipio.

El CDT organizado en Chiltiupán se realizó a través de AMUSDELI ya que, ellos fueron los que impulsaron la creación del CDT, pero se centraron en la zona de playa, dejando a un lado la zona montañosa del municipio, trayendo como consecuencia que, no se considera la participación de todo el municipio en actividades de desarrollo de turismo y se centra más en el área de playa del Zonte.

El encargado del actual CDT en la zona de la playa el Zonte del municipio es: don Julio Martínez quien funge como presidente del CDT y propietario del merendero El Teko. Actualmente la relación entre la alcaldía del municipio y el CDT no es una de relación de apoyo en todos los sentidos, ya que muchas veces se cuenta con las ideas de desarrollo, pero no se cuenta con la iniciativa de la alcaldía para volverlas un hecho.

e) Planes y estrategias de gobierno para el turismo en el salvador

### **1. Plan 2020 de turismo**

Dentro de los planes del gobierno para el desarrollo del turismo en El Salvador tenemos el plan 2020 que aún sigue en vigencia el cual consiste en 3 prioridades como son las siguientes:

1. El empleo con crecimiento sostenido
2. Educación con inclusión social
3. Seguridad ciudadana efectiva

El Plan contiene ocho programas institucionales los cuales son denominados 8x8 con los cuales se pretende posicionar a El Salvador como un destino turístico sostenible, atractivo y competitivo, requiere de un trabajo coordinado entre sector público y privado, en diferentes acciones, programas y proyectos a continuación se mencionan los 8 programas que el Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo y el Instituto Salvadoreño de Turismo implementaran durante el quinquenio 2014 – 2020.

- 1- Programa Pueblos Vivos
- 2- Pueblos Encantadores
- 3- Vive Tu País
- 4- Marca Destino
- 5- PROASITUR
- 6- INVERTUR
- 7- FORMATURES
- 8- Cielos Abiertos.

El Plan de Gobierno además de contener los programas mencionados anteriormente también tiene proyectos complementarios los cuales son los siguientes:

- 1- Proyectos de Interés Turístico Nacional
- 2- Plan Trifinio
- 3- Cooperación Internacional
- 4- Relaciones Internacionales
- 5- Proyecto BID “Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina”
- 6- Parques Recreativos
- 7- Programa Internacional de MITUR

### **2. Plan Cuscatlán**

Este plan de gobierno consiste en una serie de equipos de gobierno que trabajaran coordinados para alcanzar el desarrollo en varias áreas, de todas las comunidades y población a lo largo del país. Los equipos consisten en:

- Equipo de bienestar social
- Equipo de seguridad
- Equipo de migración y trabajo
- Equipo Internacional
- Equipo de Industria, Producción y Tecnología
- Equipo de economía, beneficios sociales y Finanzas



- Equipo de fomento y obras publicas
- Equipo de desarrollo Territorial

Ahora bien, como todo el plan está dividido en programas y estos en proyectos, en su totalidad cuenta con 13 programas y 40 proyectos, pero los prioritarios relacionados al turismo se muestran a continuación:

*Tabla 12. Proyectos de Turismos*

<b>TURISMO DEPORTIVO</b>	
1	Mejoras en la infraestructura de estadios y canchas para la práctica de futbol playa en las zonas costero marina
2	Mejoras en la infraestructura de estadios y canchas para la práctica de voleibol de playa en las zonas costero marina
3	Articulación con ANDA en la mejora en infraestructura y servicios para la práctica del surf en Playa El Tunco
4	Articulación con ANDA en la mejora en infraestructura y servicios para la práctica de surf en Playa Punta Roca
5	Articulación con ANDA en la mejora en infraestructura y servicios para la práctica de surf en Playa El Zunzal
6	Articulación con ANDA en la mejora en infraestructura y servicios para la práctica de surf en Playa Mizata
7	Articulación con ANDA en la mejora en infraestructura y servicios para la práctica de surf en Playa El Palmarcito
8	Articulación con ANDA en la mejora en infraestructura y servicios para la práctica de surf en Playa Punta Mango
<b>TURISMO SOL Y PLAYA</b>	
1	Construcción del Bulevar Costa del Sol
2	Mejora en 4 km de playa de la Costa del Sol (carril para hacer ejercicio, carril para caminar, correr, patinar y otros; máquinas de ejercicios)
3	Creación de infraestructura en oriente (Playa El Espino, El Tamarindo y El Cuco), con la facilitación del gobierno y en asocio público privado.
4	Mejora en la infraestructura del turicentro del ISTU, en la Costa del Sol, Ichanmichen, Atecozol, Los Chorros y los parques en general.
5	Mejora en la infraestructura de servicios en las playas de mayor afluencia: sanitarios, duchas y torres para salva vidas
6	Construcción de muelles pequeños en lugares estratégicos con acceso a centros comerciales

<b>TURISMO MEDICO</b>	
1	Estímulo para la inversión privada en hospitales y clínicas especializadas, con su adecuada promoción en el exterior, con énfasis en EEUU
2	Coordinación con compañías de seguro para brindar cobertura a los turistas por una cantidad determinada (USD 500)
<b>TURISMO CONVENCIONES</b>	
1	Atracción de eventos internacionales tales como: seminarios, conferencias, foros, reuniones de organismos internacionales o regionales, asambleas generales de organismos internacionales, ferias y otros
<b>TURISMO MONTAÑAS Y LAGOS</b>	
1	Articulación de conjuntos de elementos atractivos tales como: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lago de Coatepeque con Cerro Verde; Volcán de Santa Ana e Izalco</li> <li>- Lago de Ilopango y su gastronomía, periférica con Cerro Las Pavas</li> <li>- Desarrollo de ruta panorámica del Lago de Ilopango.</li> <li>- El Pital con La Piedra de Cayaguanca y La Palma.</li> </ul>
<b>TURISMO CULTURAL Y ÉTNICO</b>	
1	Articulación y potencialización de la ruta de Centro Histórico de San Salvador con museos y el teatro
2	Restauración de los sitios arqueológicos y promoción nacional e internacional
3	Organización de eventos culturales de alto nivel: compañías de ballet, música sinfónica, grupos musicales
4	Implementación de sedes del Centro Nacional de Artes (CENAR) en cada departamento, lo cual permitirá recuperar espacios públicos y dinamizar el turismo
5	Festival de bandas de paz en el Mes de la Independencia a nivel nacional e internacional
<b>TURISMO RURAL</b>	
1	Articulación con las municipalidades de las rutas que incluyan los puntos estratégicos con potencial turísticos.
2	Identificación de fincas de café en donde se pueda promover y apoyar el desarrollo de oferta turística del proceso del café, así como otros servicios como cabalgata, restaurantes, etc.
<b>TURISMO RELIGIOSO</b>	
1	Articulación con la comunidad religiosa en el desarrollo de un espacio significativo para conmemorar la canonización de nuestro Primer Santo
2	Iglesias antiguas para promover las celebraciones de Semana Santa
<b>COORDINACION INTERINSTITUCIONAL CON GOBERNANZA Y GOBERNABILIDAD</b>	

1	Proyecto de integración del Comité Estratégico del Turismo (todos los actores a nivel de toma de decisiones)
2	Proyecto de integración de Comités Técnicos interinstitucionales para hacer labor analítica y propositiva de aspectos clave para la gestión del rubro
3	Proyecto de creación de Comité de Gremiales del sector (hoteles, transporte, restaurantes, agencias de viaje, turoperadores, otros)

Estos son algunos de los proyectos que el gobierno de El Salvador tratará de impulsar en el sector turismo y que pueden ser beneficiosos al plan de desarrollo de municipio de Chiltiupán, pues lo que buscan es mayor afluencia de visitantes, creación de productos turísticos y mejora de los recursos con los que cuenta el territorio nacional. Lo que puede derivar en mayor cantidad de afluencia para el municipio Chiltiupán si se saben aprovechar los recursos con los que cuenta.

### **3. Estrategia SURF CITY**

Actualmente, el gobierno de El Salvador está apostando al posicionamiento del recurso más invaluable que tiene el país, como son, sus playas y olas, esto a través de la inversión en infraestructura pública y recurso humano integral que permitirá al país ser atractivo no solo para los visitantes y que conozcan los destinos turísticos que posee el territorio nacional. Este desarrollo en el tema de turismo tendrá al que le apuesta el gobierno tendrá como nombre “Surf city”.

#### **¿En qué consiste?**

Pues bien, el proyecto Surf City consiste en la creación de un circuito de playas, desde el oriente hasta el occidente de la mano con el ordenamiento de las áreas turísticas prioritarias del país, por otra parte, Surf city, es un nombre comercial que se pensó para lograr atraer al turista de Estados Unidos o Europa, ya que va a ser más fácil traerlo con una marca reconocida mundialmente y puesto que el salvador está dentro del top 10 de mejores playas para el surf. El propósito es apuntar a que el turista entre al país por su potencial en el área de Surf, alargue su estancia y visite los otros atractivos turísticos con los que cuenta el país.

#### **¿Qué playas están contempladas?**

Las playas que contempla el proyecto para la formación del circuito son las siguientes:

Tabla 13. Playas de Ahuachapán, Sonsonante y La Libertad contempladas en el proyecto de surf city.

AHUACHAPAN	LA LIBERTAD		
Garita Palmera Barra de Santiago	El Zonte K59 y K61	San Blas Majahual	Frente al Muelle El Obispo
SONSONATE	La bocana	Conchalio	Mizata
Metalio	El cocal	Las Flores	Chalpa
Playa de Acajutla Pilsener	Punta Roca	San Diego	
Los Cobanos	El Sunzal	El Amatal	
Negrei	El Tunco	Toluca	

Tabla 14. Playas de Usulután, La Paz, San Miguel y La Unión contempladas en el proyecto de surf city.

USULUTAN	LA PAZ	LA UNION
Punta mango	El pimental	El Juaguey
La Vaca	Costa del Sol	Playas Negras
El Toro	SAN MIGUEL	El Tamarindo
La Ventana Punta Partida	Las Flores	
El Bongo	El Cuco	
Bocana Río Lempa		
La Bruja		
La Jucuarana		

### ¿Cómo será su desarrollo?

El proyecto Surf city se desarrollará en cinco fases de intervención. La primera en las playas de la libertad donde tendrá un mayor número de estas. La segunda en San Miguel, La Unión y Usulután, mientras que la tercera y cuarta será en Ahuachapán y Sonsonate. La última etapa se llevará a cabo en las playas de La Paz.

### Equipamiento

En cada fase en que se desarrolló el proyecto se tendrá equipamiento de vías turísticas, puntos de atención, parques ecológicos, centros de alto rendimiento, mercados, centros de atención médica, áreas de comercio entre otras.

### Infraestructura

Surf city está diseñado para que tenga una infraestructura con agua potable, cableado subterráneo, Internet y comunicaciones, sistemas de video vigilancia, sanitarios públicos y cajeros automáticos.

#### 4. Planes de ordenamiento territorial

Por lo tanto, para llevar a cabo el proyecto surf city se desarrollaron planes de ordenamiento territorial turístico los cuales servirán de base para el desarrollo de este. Los planes de ordenamiento irán separados por áreas territoriales las cuales son:

- Plan maestro de ordenamiento territorial de áreas turísticas prioritarias para la Costa del Bálsamo (que incluye Chiltiupán, Tamanique, La Libertad, Jayaque y Comasagua)
- Plan maestro de ordenamiento territorial de áreas turísticas prioritarias para la bahía de Jiquílisco (Jiquílisco, Usulután, San Dionisio y Puerto El Triunfo)
- Plan maestro de ordenamiento territorial de áreas turísticas prioritarias para Alegría y Berlín.
- plan de manejo turístico para la Laguna de Alegría.

Pues bien, el objetivo de estos planes por parte del gobierno será: facilitar y coordinar las actividades que inciden en el sector, fomentar y regular los diversos servicios turísticos, identificar oportunidades potenciales de inversión y, en suma, promover un desarrollo sostenible y de calidad.

El gobierno para controlar estos planes ha creado un gabinete especial de turismo, integrado por funcionarios como:

- Ministra de salud
- Ministro de desarrollo local
- Ministro de M.A.
- Ministra de turismo
- Presidente del CIFCO
- Ministro de economía
- Ministro de vivienda
- Ministro de gobernación
- Presidente de ANDA
- Presidente de BANDESAL

Los planes de ordenamiento territorial turístico, realizados como parte del “Programa de desarrollo turístico de la franja costero marina” es financiado por el **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**. Para el desarrollo de estos planes y con las acciones de algunas partes del gabinete de turismo, las primeras acciones que han comenzado a ejecutarse son:

- El presidente del Banco de Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL), Juan Pablo Durán, informó que la entidad ya tiene lista una línea de crédito de \$10 millones para las pequeñas y medianas empresas que se involucren en la zona costera. Los préstamos tendrán tasas de interés preferenciales de 6.5 % y no más de 7.5 %, con dos años de gracia, y el financiamiento será con plazos de 15 años para su pago.
- La Administración Nacional de Recursos y Alcantarillados (ANDA), por su parte, adelantó que ya presentó el proyecto para plantas de tratamiento de aguas negras y de agua potable en la franja costero marina del país, el acceso al agua y su tratamiento

en la zona es una de las prioridades. Este proyecto se ejecutará a través de ANDA y se estima tendrá una inversión de \$35 millones.

De los cuatro planes de ordenamiento, el que se detallará más en qué consistirá es el ubicado en la costa del bálsamo pues este abarca la zona de interés del estudio, el municipio de Chilitupán.

**1. Plan maestro de ordenamiento territorial de áreas turísticas prioritarias para la Costa del Bálsamo (que incluye Chilitupán, Tamanique, La Libertad, Jayaque y Comasagua)**

En el plan de ordenamiento territorial en la costa del bálsamo se hace necesario destacar lo correspondiente a recursos turísticos, planta turística y los actores y asociatividad de los municipios que forman parte de la costa del bálsamo.

**Recursos Turísticos**

*Tabla 15. Recursos turísticos de los municipios que conforman costa el bálsamo*

MUNICIPIO	RECURSO	MUNICIPIO	RECURSO
<b>Chilitupán</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Torre del antiguo reloj</li> <li>• Iglesia de Santo Domingo</li> <li>• Cooperativa del Bálsamo</li> <li>• Cerro El Malacate</li> <li>• Cerro El Peñón</li> <li>• La Cumbre</li> <li>• Árbol de amate</li> <li>• La cueva de los ladrones</li> <li>• El río Tranquilo</li> <li>• Cerro El Encanto</li> <li>• Pozas El Letrero</li> <li>• Poza la golondrina</li> <li>• Poza de los tres chorros</li> <li>• Playas</li> <li>• Festival gastronómico del Bálsamo</li> <li>• Festival del Marisco</li> </ul>	<b>Comasagua</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiestas patronales</li> <li>• Peñón de Comasagua</li> <li>• Cascadas del Sinchal 1 y 2</li> <li>• Cafetal</li> <li>• Centro histórico</li> <li>• Edificaciones con valor cultural</li> <li>• Petrograbados en la Piedra Rara</li> <li>• Artesanías de flores secas</li> <li>• Fiestas Gastronómicas</li> <li>• Ferias Artesanales</li> <li>• Trail Runners ESA</li> </ul>
<b>Jayaque</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mirador natural El Pinal</li> <li>• Mirador Los Ángeles</li> <li>• Mirador El Amatillo</li> <li>• Mirador Linda vista</li> <li>• Iglesia de San Cristobal</li> <li>• Artesanía en madera</li> <li>• Sitio arqueológico de Zinacantan</li> <li>• Museo histórico</li> </ul>	<b>La Libertad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Walter Thilo Deninger</li> <li>• Cascada el salto</li> <li>• Playas</li> <li>• Malecón del puerto de La Libertad</li> <li>• Plaza Marinera</li> <li>• Hacienda San Diego</li> <li>• Fiestas Patronales</li> <li>• Fiesta del maíz</li> <li>• Campeonatos de Surf</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomía (chaparro, chicaha, semita de café)</li> <li>• Fiestas Patronales</li> <li>• La topa de los cumpas</li> </ul>		
<b>Tamanique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Playas</li> <li>• Cerro La gloria</li> <li>• Cascada de Tamanique</li> <li>• Cuevas de Tamanique, Santa Lucia, El murciélago</li> <li>• Iglesia de Tamanique</li> <li>• Fiestas Patronales</li> <li>• Fiestas Gastronómica</li> </ul>		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de MITUR

### Planta turística

De acuerdo con los datos del inventario de recursos turísticos de los municipios incluidos dentro de Costa del Bálsamo, realizado por CORSATUR entre 2016 y 2017, existen un total de 180 empresas turísticas en el destino, entre alojamientos (hoteles, hostales, etc.), establecimientos de gastronomía (restaurantes) y otros servicios turísticos (artesanía, academias de surf, turoperadores locales, etc.). tal y como se muestran a continuación:

Tabla 16. Planta turística de los municipios que conforman la costa el bálsamo

	ALOJAMIENTO	GASTRONOMIA	OTROS SERVICIOS	TOTAL
La libertad	15	40	13	68
Tamanique	30	25	6	61
Chiltiupán	18	5	5	28
Jayaque	1	10	5	16
Comasagua	1	1	5	7
<b>TOTAL</b>	65	81	34	180

Fuente: CORSATUR

## Actores y Asociatividad

Tabla 17. Actores y Asociatividad.

Municipio	Denominación	Sector	Municipio	Denominación	Sector
Chilitupán	Alcaldía municipal	Sector publico	Jayaque	Alcaldía municipal	Sector publico
	Comité de desarrollo turístico (CDT) Playa el Zonte	Tercer sector		Comité de desarrollo turístico (CDT)	Tercer sector
	Comité de vecinos El Zonte	Tercer sector		Asociación turística Jayaque Tour del café	Tercer sector
	Asociación cooperativa El Bálsamo	Tercer sector		Fundación refugio Salvaje (FURESA)	Tercer sector
	Asociación cooperativa de producción agropecuaria Paraíso de vida	Tercer sector		Asociación cooperativa de producción agropecuaria Xayacatepec de R.L.	Tercer sector
Comsagua	Alcaldía municipal	Sector publico		Asociación comunitaria Unida por el agua y la Agricultura (ACUA)	Tercer sector
	Comité de desarrollo turístico (CDT)	Tercer sector		Asociación administradora de Agua Potable de Jayaque (ASAJAYAQUE)	Tercer sector
	Asociación de desarrollo comunal caserío Tres de Mayo ADCOTRESM	Tercer sector		Cooperativa "Martin Baró"	Tercer sector
	Comunidad Santa Adelaida	Tercer sector		Cooperativa de producción agropecuaria el Chaguite	Tercer sector



	Cooperativa agrícola " Canasta campesina"	Tercer sector		Agencia de desarrollo económico Local (ADEL)	Tercer sector
	Asociación de mujeres comasagüenses	Tercer sector	La Libertad	Alcaldía municipal	Sector publico
	Comité municipal de Comasagua	Tercer sector		Comité de desarrollo turístico (CDT)	Tercer sector
	Grupo de Artesanas Arte Comasagua	Tercer sector		Asociación para el desarrollo del turismo del Puerto de La Libertad	Tercer sector
Tamanique	Policía Turística de El Salvador (POLITUR) Alcaldía municipal Comité de desarrollo turístico (CDT) ADESCO Playa el Tunco	Sector público Sector Publico Tercer sector Tercer sector		ACOPPSEMDI	Tercer sector
				ACOOPPALL	Tercer sector
				Casa de la cultura del municipio de la Libertad	Sector publico

**Fuente:** Elaboración propia con base a datos de MITUR

## 6. Turismo en el departamento de La Libertad

El Departamento de La Libertad, compuesto por 22 municipios, se ubica en la zona central de El Salvador, junto al Departamento de San Salvador, y cuenta con una superficie de 1.652,88 km<sup>2</sup>. Según los datos de la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTyC) y el censo nacional de 2007, su población es de 843,500 habitantes. El Departamento de La Libertad se encuentra al lado del Departamento de San Salvador. Por el tamaño del país y la conectividad de las carreteras principales, algunos de sus municipios están prácticamente integrados al área metropolitana de San Salvador, conocida como Gran San Salvador.

El departamento atraviesa verticalmente a El Salvador, por lo que posee características naturales muy especiales. Su extensión territorial permite que sus municipios dispongan de una geografía rica y variada. Se extiende desde el mar, pasa por la zona montañosa, cruzan parte de la cadena volcánica central del país y abarca parte de la planicie central. En esa extensión se halla una gran diversidad de atractivos turísticos, algunos ya desarrollados y otros potenciales. La oferta turística de la zona se caracteriza como natural, rural, histórica, cultural, de aventura, surf y ecoturismo.

Entre las atracciones turísticas más importantes del departamento resaltan sitios arqueológicos de gran importancia, como las Pirámides de San Andrés y Joya de Cerén (declarada por la UNESCO en 1993 como Patrimonio de la Humanidad); el complejo del volcán de San Salvador y el parque nacional El Boquerón; las montañas de la Cordillera del Bálsamo; el parque nacional Walter Thilo Deininger; los principales puertos pesqueros del país, como La Libertad y, por supuesto, sus diversas playas. Otras fortalezas del territorio incluyen su localización geográfica costera con recursos naturales y paisajísticos, buenas condiciones climáticas durante todo el año y su cercanía a San Salvador.

Como parte de la visión estratégica nacional para el desarrollo económico y social del país, el Gobierno de El Salvador elaboró su «Estrategia para el Desarrollo Integral y Sostenible de la Franja Costero-Marina», en coordinación con la Secretaría Técnica de la Presidencia. Esta estrategia forma parte de un modelo de crecimiento y desarrollo integral, sustentable e inclusivo, en el que el sector turismo cumple una función central. El Departamento de La Libertad posee uno de los recursos turísticos más relevantes a nivel nacional, y las comunidades locales a lo largo de la zona costera y la zona montañosa pueden beneficiarse de las oportunidades que el sector turístico contiene en términos de la generación de ingresos y empleo, entre otras contribuciones para las micro, pequeñas y medianas empresas locales y la inclusión de grupos vulnerables.

La consolidación de la cadena de valor turística se revelaría un gran potencial de demanda de empleos para la provisión de bienes y servicios en proyectos hoteleros, la elaboración de artesanías y la regalaría construidas con materiales nativos, el abastecimiento de productos alimenticios locales y de servicios relacionados con el turismo, como guías, transportistas locales, meseros y bar tenders, entre otros. Se contemplan también la construcción de obras de infraestructura que aporten condiciones favorables para el incremento de la estadía y el gasto de los turistas en el Departamento de La Libertad y toda la Franja Costero-Marina.

Esta franja Costero-Marina se ve reflejada en la demanda de turismo de sol y playa el cual ha provocado un desarrollo sustancial en la zona con la construcción del anfiteatro, la ampliación de la carretera de acceso de San Salvador hacia La Libertad, la construcción de centros comerciales, el establecimiento de hoteles, hostales y restaurantes, entre otros.

Este crecimiento es un medio de desarrollo económico, social y cultural de la región, que permite la inversión de la empresa privada y así elevar el poder adquisitivo de los habitantes al mejorar su calidad de vida.

En consecuencia, el departamento de La Libertad es uno de los territorios del país que cuenta con una gran cantidad de atractivos turísticos disponibles y vinculados a una significativa oferta de servicios, susceptible de ser mejorada y fortalecida.

a) Municipios adyacentes al municipio de Chiltiupán

### **Municipio de La Libertad**

El municipio de La Libertad limita al norte con los municipios de Comasagua, Santa Tecla Zaragoza, San José Villanueva, Huizucar; Rosario de Mora y Panchimalco; al sur con el Océano Pacífico, al este con Santo Tomás, Olocuilta y San Luis Talpa, y al oeste con Tamanique. Los 10 cantones del municipio abarcan 37 caseríos. El 60% de los cantones se ubican al oriente de la ciudad, mientras que el restante 40% se halla hacia el norte y poniente de la ciudad. Según el censo de población más reciente, 35.997 personas habitan el municipio. La Libertad concentra la mayoría de su población (64,1%) en el casco urbano.

Ubicado a 35 km de San Salvador, se llega a él por varias vías: la carretera que va de Santa Tecla hacia el Puerto de La Libertad en dirección sur. La carretera que une a San Salvador con el Aeropuerto Internacional de Comalapa y la carretera Litoral, que corre paralela a la costa y atraviesa la cabecera municipal.

El municipio de La Libertad se ha convertido en uno de los destinos turísticos más demandados del país. El gobierno central y municipal han realizado una gran inversión en infraestructura para potenciar su desarrollo turístico en los últimos años. Esta zona registra numerosas visitas de turistas nacionales y extranjeros, que disfrutan de una gran variedad de hoteles y alojamientos de todas las categorías. Existen alojamientos para presupuestos bastante limitados, hasta hoteles que ofrecen servicios de alta calidad, de acuerdo con los estándares internacionales.

El Puerto de La Libertad es frecuentado por una cantidad elevada de visitantes durante los fines de semana y por una afluencia de turistas que rebasa la capacidad de carga del destino en tres temporadas vacacionales a nivel nacional. Se percibe un esfuerzo por parte de todos los responsables del desarrollo turístico por cubrir las necesidades tanto de los visitantes como de los pobladores.

En la actualidad, el Puerto de La Libertad es un sitio turístico reconocido mundialmente por muchos surfistas. El campo de acción son las principales playas, entre ellas: San Diego centro, San Diego Bocana, el Majahual, playa San Antonio, playa Toluca, hacienda San Diego, y Boca Poza. La playa Las Bocanitas, la playa La Paz y playa Las Flores son consideradas como sitios de recreación familiar. Destinadas a la conservación de tortugas marinas se hallan las playas de San Diego y San Blas. Las playas Amatal y Las Bocanitas no cuentan con la infraestructura para recibir turistas y están alejadas del centro turístico del Puerto de La Libertad.

Otro de los grandes atractivos del Puerto de La Libertad es su muelle, donde se puede observar la llegada y partida de los pescadores, así como adquirir directamente una gran variedad de pescados y mariscos frescos. De hecho, el Puerto de La Libertad es un punto clave de venta de una gran variedad de pescados y mariscos frescos en el país.

El malecón del Puerto de La Libertad y el Centro de Amigos del Turista (CAT) concentran la infraestructura turística en el municipio. Se cuenta con una oferta amplia de restaurantes, espacios para la venta de artesanías, un anfiteatro para espectáculos públicos y obras de música, y una costanera para caminar. También alberga las oficinas de la Fuerza Naval, de la dependencia de la Policía de Turismo y el CAT; este último está dotado de salas de capacitación y una oficina turística. Así se busca brindar al visitante (turista y/o excursionista) orientación e información sobre los servicios y atractivos y/o productos turísticos de la zona. El CAT de La Libertad se encarga de la información turística de los municipios de La Libertad, Tamanique, Chiltiupán, Teotepeque, Jicalapa, Santa Tecla y Jayaque.

### **Municipio de Jayaque**

A 40 minutos de San Salvador, en el departamento de La Libertad, se localiza Jayaque, una pequeña población de unos 48 kilómetros cuadrados, que alberga una enorme riqueza turística.

Poseedora de un agradable clima, dada su altura, sus calles de asfalto, piedra o adoquines, invitan a dar un paseo en el que se puede admirar coloridas casas, muchas de ellas de estilo colonial, construidas de adobe y bahareque y otras de sistema mixto. También hay otras con estilos de principios del siglo XX, es decir, con detalles de lámina y madera.

Jayaque posee dentro de sus límites, casas con estilos de principios del siglo XX, es decir lámina y madera. Las casas patronales en las fincas todavía se mantienen como si el tiempo se hubiera detenido, haciendo de estas un lugar donde descansar y disfrutar de la naturaleza, durante una pequeña caminata aún dentro de la ciudad podemos observar muchas variedades de mariposas y aves, sin faltar las vistas hacia el valle de San Andrés.

Jayaque le ofrece al turista diferentes tipos de turismo entre los que se encuentran:

**Agroturismo:** cuenta con muchas zonas que se presta para el agroturismo, en la región hay diferentes fincas que vinculan la agricultura y el turismo. En esta región se ha logrado explotar el sector agropecuario uno de los principales productos es el café, especies frutales (mandarina, naranja, banano, entre otros); así como hortalizas, árboles, plantas ornamentales. Hay además granjas avícolas y beneficios de café. El turista puede visitar al propietario y puede observar las actividades cotidianas que éste realiza, una interacción con el agroturismo puede ser realizar algunas de las tareas sencillas para familiarizarse como puede ser cortar café, observar y participara en algunas de los procesos por el cual pasa el producto, entre otros. Esta es una forma de poder experimentar Agroturismo alejándonos de lo que es nuestro día a día en la ciudad.

**Ecoturismo:** Es una forma que nos permite poder realizar actividades de recreación e interpretación que se realizan en áreas ecológicas interactuando con el medio ambiente. En las fincas Santa Elena y la finca El Carmel se tiene la oportunidad de estar en contacto con el medio ambiente, haciendo el recorrido con responsabilidad del cuidado preservación del mismo. El ecoturismo está ligado con el turismo rural, por las buenas prácticas de sostenibilidad con que se desarrolla y por el tipo de escenarios en los cuales se realiza.

**Turismo gastronómico:** Uno de los principales atractivos gastronómicos de Jayaque es el café, los sabrosos asados, sopas de patas de res, de gallina india, y sin faltar degustar el excelente

café Don Fila servido en pocillos de barro, uno de los mejores cafés de El Salvador, es algo que los turistas no pueden dejar de disfrutar en su visita por Jayaque.

Pero Jayaque no sólo es café. En el centro del pueblo se encuentra Delicias de Jayaque, una microempresa donde encontrará una extensa variedad de jaleas de tamarindo, nance, carao, arrayán, piña, mamey y mango entre otras frutas de temporada. Además, para complementar, el delicioso vino de Jamaica y el licor de café, producido en el mismo lugar por las manos de un grupo de mujeres emprendedoras y artesanas.

Turismo cultural: Tanto la historia como la cultura de este pueblo es algo que los lugareños tienen muy arraigado y tienen mucha motivación por darlos a conocer al turista. Se puede realizar turismo cultural para los turistas que se sienten motivados a saber más de la historia, así como también de la forma de vida y sostenibilidad del pueblo. El museo de Jayaque es una opción que ofrece al turista conocer más de la historia y patrimonio cultural del pueblo, aquí se pueden apreciar artesanías, objetos de antigüedad y propios del pueblo, esculturas culturales entre otros.

### **Municipio de Tamanique**

El municipio de Tamanique se constituyó inicialmente en 1740. Históricamente, la población se dedicaba al cultivo de maíz, algodón, cacao, bálsamo, y la crianza de gallinas. La población registrada por el censo de 2007 asciende a 13.544 personas, de las cuales 6.725 son hombres y 6.819 mujeres. El municipio se divide en seis cantones y 20 caseríos. Ubicado al sur del Departamento de La Libertad, limita al norte con Jayaque y Talnique, al este con Comasagua y La Libertad, al sur con el océano Pacífico y al oeste con Chiltiupán.

Su principal acceso es la carretera Litoral, que recorre el municipio por su zona baja y conecta a diversas comunidades y al casco urbano por medio de una carretera asfaltada de 15 kilómetros. Además, hay otras vías que desde la carretera litoral se dirigen al cantón San Alfonso, al desarrollo habitacional el Progreso y a la hacienda San Alfonso, al caserío El Sunzal, al Ranchón y a los barrios Palmar, El Palmarcito y La Lima hasta San Isidro y Acahuaspán, entre otras. Sus principales calles y avenidas están pavimentadas, en tanto que las vías de acceso cantonal son de tierra.

La oferta turística más famosa en el municipio de Tamanique es la playa El Tunco, situada en el km 42 de la carretera del litoral, en el tramo que conduce desde el Puerto de La Libertad hacia Acajutla. Es el destino turístico más visitado por turistas internacionales en El Salvador. La Playa El Tunco se caracteriza por su franja de arena negra y una singular e impresionante formación rocosa frente a la boca del río. Hay una amplia oferta de hoteles, restaurantes y bares en la playa. También se encuentran servicios de café, escuelas de surf, agencias de viaje y tiendas diversificadas que venden, entre otros productos, tablas de surf, ropa de playa o ropa casual, así como artesanía típica, y desarrollan otros servicios que complementan la actividad turística.

Según datos del MINEC, existen más de 60 sitios de interés para el visitante en la zona de la playa, comprendidos 17 hoteles, 13 restaurantes, un bar y tres discotecas. En El Tunco se disfruta la belleza de la playa durante el día, y la diversión de su música y fiestas durante la noche. El surf como actividad deportiva y su cultura, sobre todo en las playas El Tunco y El Sunzal, representan los principales atractivos turísticos. El point break La Punta Roca es uno de sus recursos turísticos más relevante y atrae a surfistas profesionales de todo el mundo.

La extensión del municipio abarca desde el mar hasta la Cordillera del Bálsamo, en la zona montañosa del territorio. Dado su diversa oferta de naturaleza, Tamanique está tratando de complementar la práctica del surf en el casco urbano con actividades de la montaña, en el casco urbano del municipio y de turismo rural y turismo comunitario. En la parte alta de Tamanique existen espacios naturales entre los que sobresalen cascadas muy frecuentadas por turistas internacionales. El turismo rural ya se halla estructurada por operadores locales en El Tunco, y está tomando impulso para enfocarlo especialmente en atraer a los turistas internacionales deseosos de conocer la diversidad del municipio.

### **Municipio de Comasagua**

Ubicado en la Cordillera del Bálsamo, Comasagua se localiza a 29 km de San Salvador, y de acuerdo con el censo de población y vivienda de 2007, su población suma 11.870 habitantes, con 49,9% de mujeres. La población urbana representa el 24% y la rural el 76%. El municipio cubre un área de 75,05 km<sup>2</sup>. En el municipio predominan las montañas y la cabecera se halla a una altitud de 1.070 metros sobre el nivel del mar. Esta villa limita al norte con Talnique y Nueva San Salvador; al este con Nueva San Salvador, al sur con La Libertad y al oeste con Talnique.

Comasagua ha sido y es una población de agricultores, cuyo producto ancestral fue el bálsamo, sustituido después por el cultivo del café, su principal actividad económica actual. La producción agropecuaria es variada y se cultivan principalmente los granos básicos. Hay crianza de ganado vacuno, porcino, equino, mular y aves de corral. Cabe destacar en el municipio, especialmente a nivel rural, una agroindustria muy artesanal emprendida por grupos familiares, así como niños y jóvenes. Se desarrolla con apoyo a la cooperación internacional, brindada a través de distintas organizaciones no gubernamentales (ONG).

Entre los atractivos turísticos del municipio se cuenta “**El Peñón**”, ubicado en el cantón del mismo nombre, aproximadamente 8 km al sur del casco urbano, con una altura aproximada de 108 metros, ubicado a 958 metros sobre el nivel del mar. Asimismo, en Comasagua existe un lugar conocido como “El Bosque”, situado a tres km al poniente del casco urbano. Contiguo a este espacio, se encuentra un condominio ecoturístico llamado “Pontresina”, cuyas viviendas están construidas al estilo suizo. También es posible visitar cafetales para conocer el proceso de cultivo y la cosecha. Entre las ofertas de lugares o atracciones turísticas, es llamativa La Piedra Herrada, conocida por las manifestaciones rupestres de diversas figuras, formas y diseños grabados en dos piedras. Las cascadas El Cinchal y El Chorrerón, dentro de la finca Santa Adelaida, son atractivos naturales muy interesantes. El casco urbano del municipio, con sus calles empedradas y sus pintorescas casas, conforma parte de su oferta turística principal. De manera complementaria, se distingue la artesanía local, muy característica por estar elaborada de flores secas.

## 7. Área de influencia

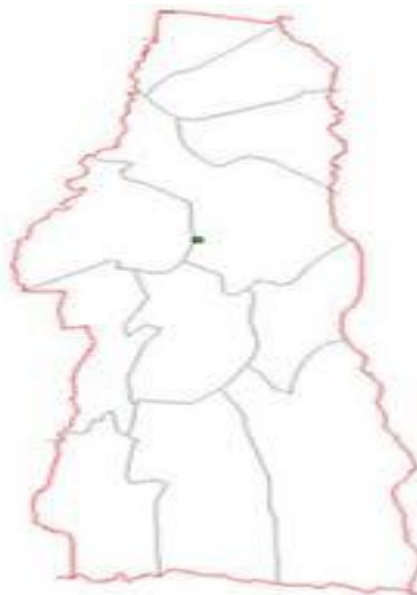
El área de influencia del proyecto se refiere a las zonas cuyos habitantes participan, perciben o sufren alguna modificación de su sistema de vida, producto de las actividades del proyecto puesto en marcha. Además, busca describir la zona geográfica en la que se encuentra el mercado meta al que va dirigido el proyecto, para poder tener una perspectiva amplia de las características de la población en cuanto a la localidad en la que viven o visitan.

### Área principal de influencia

Es el municipio de Chiltiupán ubicado en el departamento de La Libertad, por lo que sus pobladores serían los que se encuentran directamente bajo los impactos sociales, económicos y ambientales que pueda generar el plan de desarrollo turístico.

- División política

El municipio de Chiltiupán está limitado, al norte, por el municipio de Jayaque; al oriente, por el municipio de Tamanique; al sur, por el océano Pacífico; y al poniente, por los municipios de Jicalapa y Teotepeque. Se encuentra ubicado entre las coordenadas geográficas siguientes: 13 grados 39 19" LN (extremo septentrional) y 13 29 34" LN (extremo meridional); 89 25 54 LWG (extremo oriental) y 89 29 52 LWG (extremo occidental). El área total del municipio se calcula en 96.7 km<sup>2</sup>, lo que representa un 5,9% el área total del departamento de La Libertad (Domínguez, Morales, Benítez & Reyes Martínez, 2010).



*Ilustración 5. Municipio de Chiltiupán*

El municipio está dividido en once cantones y treinta y siete caseríos; los barrios Santo Domingo y San Marcos y colonias en sus alrededores. Siendo sus cantones: Cuervo Abajo, Cuervo Arriba, El Tecolote, El Zonte, Julupe, Las Flores, Las Termópilas, El Regadío, Santa Lucía, Siberia, Taquillo.

- Turismo en el municipio

El municipio posee 4 playas donde la principal es la playa El Zonte que es una atracción turística en el sur de La Libertad.

Otra atracción turística es la Poza del Letrero, una poza ubicada en el Río de El Zonte, donde se ubica una pared de piedra la cual tiene grabados jeroglíficos indígenas de los cuales se desconoce su significado, al igual posee la poza de las golondrinas y la poza los tres chorros.

También se encuentran muchos sitios atractivos para hacer turismo como por ejemplo salir a caminar por las hermosas montañas que posee el municipio de Chiltiupán entre ellas se puede mencionar el cerro Malacate y el cerro Encantado, en el cerro Malacate, a 9 km al SO, se encuentran vestigios de construcciones antiguas y profusos ídolos y objetos de barro, o simplemente disfrutar de la hermosa vista que puede observarse desde el mirador que se encuentra construido en la famosa "cueva de los ladrones".

#### **D. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL**

##### **Normas leyes y reglamentos de apoyo al sector turismo**

Las normas pretenden responder a intereses colectivos y comunes del sector con total orientación al mercado. A continuación, se citan las normativas y/o reglamentos aplicados al sector turismo de cada una de las instituciones normalizadoras en el país, partiendo del hecho de que la calidad es uno de los puntales de la competitividad.

La aplicación de la norma, lleva implícito, el favorecer la competencia del sector, pudiendo incentivar la diferenciación entre establecimientos, y mejorando las experiencias de atención y servicio al cliente.

##### **a) Ley de Turismo**

La Ley de Turismo de El Salvador entró en vigencia en el año 2006, y tiene por objetivo fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales y extranjeras (Art. 1 de la Ley). En base a esto es importante que los empresarios del sector, formales e informales, conozcan los beneficios de dicha ley, así como el Reglamento General de la Ley de Turismo

La ley consta de 10 Capítulos y 41 artículos, con los que se busca apoyar por medio del turismo, al desarrollo económico y social del país, tomando en cuenta los beneficios que la actividad genera en cuanto a fuentes de trabajo, ingresos a la economía nacional e inversión. A continuación, se presenta un cuadro resumen donde se muestra los diferentes capítulos que contempla la ley junto con los artículos correspondientes para cada uno.



## Composición de la ley de turismo de El Salvador

Tabla 18. Composición de la ley de turismo.

CAPÍTULOS DE COMPOSICIÓN DE LA LEY DE TURISMO	ARTÍCULOS
Capítulo I: Objeto y definiciones	Art. 1 a art 3
Capítulo II :Competencias en materia de turismo	Art. 4 a art 8
Capítulo III Del registro nacional de turismo	Art. 9
Capítulo IV De las obligaciones de las personas inscritas en el registro	Art. 10 a art. 15
Capítulo V De los ingresos para la promoción turística	Art.16 a art. 19
Capítulo VI Fomento a la industria turística Sección A De los Beneficios e Incentivos	Art.20 y art. 21
Sección B Condiciones y Regulaciones para el otorgamiento de los Incentivos	Art.22 a art. 24
Capítulo VII De las infracciones y sanciones	Art.25 y art. 28
Capítulo VIII Procedimiento sancionador	Art. 29 a art.35
Capítulo IX Disposiciones transitorias	Art. 36 y art. 37
Capítulo X Disposiciones finales, derogatorias y vigencia	Art. 38 a art. 41

### b) Ley de Medio Ambiente

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

Según el art 2 de esta ley, la política nacional del medio ambiente, se fundamenta en diferentes principios los cuales hacen referencia desde:

a) Todos los habitantes tienen derecho a un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado. Es obligación del Estado tutelar, promover y defender este derecho de forma activa y sistemática, como requisito para asegurar la armonía entre los seres humanos y la naturaleza;

Hasta:

m) La educación ambiental se orientará a fomentar la cultura ambientalista a fin de concientizar a la población sobre la protección, conservación, preservación y restauración del medio ambiente.

En su artículo 4 reza lo siguiente:

Art. 4.- Se declara de interés social la protección y mejoramiento del medio ambiente. Las instituciones públicas o municipales, están obligadas a incluir, de forma prioritaria en todas sus acciones, planes y programas, el componente ambiental. El Gobierno es responsable de introducir medidas que den una valoración económica adecuada al medio ambiente acorde con el valor real de los recursos naturales, asignado los derechos de explotación de los mismos de forma tal que el ciudadano al adquirirlos, los use con responsabilidad y de forma sostenible.

c) Registro nacional de turismo

El Registro Nacional de Turismo-RNT: es un registro público administrado por la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), donde se inscriben Empresas Turísticas, nacionales o extranjeras, así como sus titulares, ya sean personas naturales o jurídicas que exploten actividades turísticas. Las empresas que se consideran para inscribirse son las siguientes de acuerdo al Art. 10 del Reglamento General de la Ley de Turismo: Alojamiento, Alimentación, Información, Recreación y Transporte

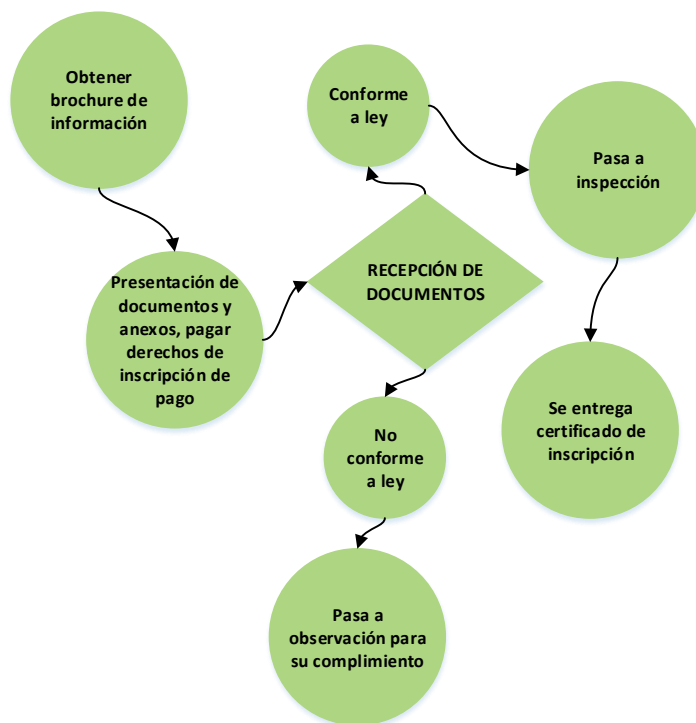


Ilustración 6. Flujograma del proceso de inscripción.

Fuente: Guía informativa para inscripción en RNT

d) Ley de protección especial al patrimonio cultural

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.

e) Código municipal

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

**CODIGO MUNICIPAL: TITULO II: CONCEPTOS GENERALES: CAPITULO UNICO**

Art. 4.- Compete a los Municipios:

- La promoción y desarrollo de programas de salud, como saneamiento ambiental, prevención y combate de enfermedades;
- El impulso del turismo interno y externo y la regulación del uso y explotación turística y deportiva de lagos, ríos, islas, bahías, playas y demás sitios propios del municipio;
- La regulación del transporte local y del funcionamiento de terminales de transporte de pasajeros y de carga;
- La promoción y organización de ferias y festividades populares;

f) Política Nacional de Turismo

La Política Nacional de Turismo establece 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. Esta política tiene como objetivo posicionar al turismo como prioridad nacional en función de su potencial para coadyuvar a resolver los grandes retos del país y 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. La Política Nacional de Turismo de El Salvador, está conformada por 10 ejes en los que se organizan los lineamientos que conforman el ámbito operativo del turismo, que, al articularse entre sí, potencian los impactos positivos de la actividad en la economía, la sociedad y el medio ambiente del país y fortalecen su posición competitiva en los mercados nacionales, regionales e internacionales

*Tabla 19. Ejes de la policía nacional de turismo.*

EJE	OBJETIVO
Turismo y Gobernanza	Proporcionar una gestión institucional eficaz y eficiente para impulsar el desarrollo sostenible del país a través del turismo estableciendo directrices y estrategias de trabajo que desarrollen, la acción responsable y participativa de los actores y sectores que inciden en el turismo bajo principios de respeto a los derechos humanos y la inclusión social.
Turismo y Planificación para el Desarrollo Sostenible	Establecer mecanismos de planificación que posicionen al sector turístico como un promotor central del desarrollo

	económico y social para el disfrute y beneficio de los salvadoreños y como un atractivo internacional altamente competitivo
Turismo y desarrollo Local	Impulsar el desarrollo local mediante la articulación de cadenas de valor que amplifiquen la distribución del ingreso turístico, fortalezcan la calidad de la oferta local, proporcionen la
Turismo y seguridad	Contribuir al desarrollo de una estructura de seguridad que permita fortalecer las capacidades de los sectores públicos, privados y sociales para prevenir potenciales riesgos y amenazas a la seguridad del visitante, de los prestadores de servicios turísticos y la población de los destinos turísticos.
Turismo y Cielos Abiertos	Promover la apertura del espacio aéreo salvadoreño para incentivar el flujo del turismo hacia el país, incrementar los beneficios hacia industrias relacionadas y de la ciudadanía en general.
Turismo y Alojamiento	Impulsar la competitividad de los servicios de alojamiento turístico para mejorar la experiencia de los turistas; brindar certidumbre, incrementar la calidad de la oferta y lograr evolución constante del sector hacia la sustentabilidad
Turismo y Artesanías	Revalorizar al sector artesanal salvadoreño mediante la vinculación sostenible y responsable con la actividad turística, generando una propuesta integral de las cadenas productivas locales con potenciales beneficios económicos, sociales y culturales de los pobladores de los destinos turísticos del país.
Turismo Y Gastronomía	Estimular la producción agrícola y el desarrollo gastronómico del país a través del turismo y el fortalecimiento de experiencias culinarias creativas y significativas accesibles para los visitantes y las comunidades locales, que se desarrollen bajo criterios de sustentabilidad
Operación y Manejo de Visitantes	Generar mecanismos operativos para influir en el movimiento y comportamiento de los visitantes durante sus viajes en El Salvador para aumentar su satisfacción y el valor de los beneficios de su visita entre las comunidades locales
Turismo y Marca País	Promover la valoración de la marca país de El Salvador entre los actores turísticos y los mercados meta para apoyar el posicionamiento competitivo de la imagen del país sólida y consistente ante los salvadoreños y el mundo.

## CAPITULO II: INVENTARIO TURÍSTICO DE CHILTIUPÁN

### A. MUNICIPIO DE CHILTIUPÁN

#### 1. Caracterización del municipio

##### a) Ubicación geográfica

El municipio de Chiltiupán está limitado, al norte, por el municipio de Jayaque; al oriente, por el municipio de Tamanique; al sur, por el océano Pacífico; y al poniente, por los municipios de Jicalapa y Teotepeque. Se encuentra ubicado entre las coordenadas geográficas siguientes: 13 grados 39 19" LN (extremo septentrional) y 13 29 34" LN (extremo meridional); 89 25 54 LWG (extremo oriental) y 89 29 52 LWG (extremo occidental). El área total del municipio se calcula en 96.7 km<sup>2</sup>, lo que representa un 5,9% el área total del departamento de La Libertad (Domínguez, Morales, Benítez & Reyes Martínez, 2010).

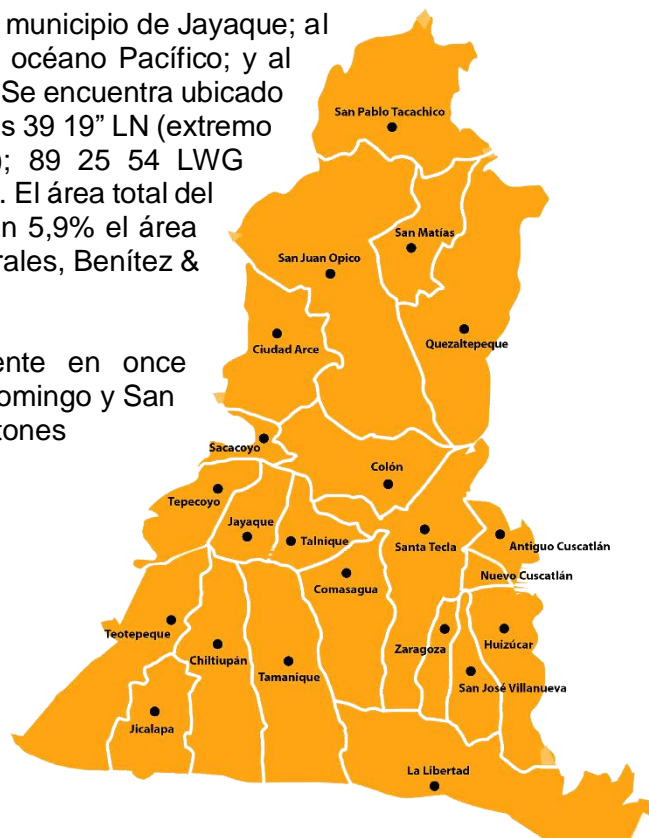
El municipio está dividido político-administrativamente en once cantones y treinta y siete caseríos; los barrios Santo Domingo y San Marcos y colonias en sus alrededores. Siendo sus cantones

- Cuervo Abajo
- Cuervo Arriba
- El Tecolote
- El Zonte
- Julupe
- Las Flores
- Las Termópilas
- El Regadío
- Santa Lucía
- Siberia
- Taquillo

##### b) Historia del municipio de Chiltiupán

El origen de Chiltiupán como asentamiento humano data de tiempos extremadamente anteriores a la colonización española. Algunos datos históricos hablan del año 1000 D.C. para aproximarse al tiempo en que los primeros pipiles descendieron desde las mesetas mexicanas. Los artefactos en barro y los símbolos tallados en piedra que han sido encontrados en la zona dan muestra del legado que aún se conserva.

Las locaciones como el Pueblo Viejo son el centro de anécdotas y leyendas de los lugareños que vinculan la tradición agrícola de los pobladores con el hallazgo de reliquias lencas o con la existencia de malos espíritus, brujos y espantos. El municipio de Chiltiupán es una cumbre que se extiende en la Cordillera del Bálsamo, donde subsiste un mundo mitológico y de elementos que condicionan en gran medida la identidad de su gente.



*Ilustración 7. División política del Departamento de La Libertad.*

A partir del 28 de enero de 1865, Chiltiupán es pueblo distrito de Nueva San Salvador, que en la actualidad este se conoce como Santa Tecla, del departamento de La Libertad.

Santo Domingo Chiltiupán, pueblo precolombino, perteneció en 1770 al Curato de Ateos; en 1785 perteneció al Partido de Opico, y después, hasta 1835, al departamento de San Salvador; luego fue anexado al departamento de Cuscatlán en el distrito de Opico; y el 5 de abril de 1842, de nuevo es incorporado al departamento de San Salvador. Desde el 28 de enero de 1865 pertenece al distrito de Nueva San Salvador, en el departamento de La Libertad; y en 1553 le fue extendido el título de sus tierras ejidales.

El topónimo nahuatl chilticteupan o chiltiktiupan significa “el templo rojo”, “la ciudad de Dios”; proviene de las voces: chil, chiltic (rojo, colorado), tiupán, teopán (templo, santuario), Teot (Dios), Pan (ciudad, en, sobre, lugar). De acuerdo con la opinión de varios historiadores, a Chiltiupán también se le conocía con los nombres de: Chupeupán, Santo Domingo Chilteupán y Chittiupa.

En cuanto a la presencia de religiosidad en el municipio dentro de las principales tradiciones religiosas del municipio están la fiesta patronal en honor a San Marcos Evangelista, que se celebra del 17 al 25 de abril, y la fiesta en honor a Santo Domingo de Guzmán, que se celebra del 1 al 4 de agosto.

#### c) Climatología

La mejor época para viajar a Chiltiupán es de enero hasta septiembre, y noviembre y diciembre, donde se tiene un clima cálido o clima caluroso y apenas hasta moderado precipitación. La temperatura máxima promedio en Chiltiupán es 33°C en marzo y de 29°C en octubre.

Chiltiupán tiene el clima tropical de sabana. Hace calor todos los meses, tanto en la estación seca como en la húmeda. La temperatura media anual en Chiltiupán es 31° y la precipitación media anual es 739 mm. No llueve durante 176 días por año, la humedad media es del 73% y el Índice UV es 6.

#### d) Recursos naturales o turísticos

El municipio posee 4 playas donde la principal es la playa El Zonte que es una atracción turística en el sur de La Libertad.

Otra atracción turística es la Poza del Letrero, una poza ubicada en el Río de El Zonte, donde se ubica una pared de piedra la cual tiene grabados jeroglíficos indígenas de los cuales se desconoce su significado, al igual posee la poza de las golondrinas y la poza los tres chorros.

También se encuentran muchos sitios atractivos para hacer turismo como por ejemplo salir a caminar por las hermosas montañas que posee el municipio de Chiltiupán entre ellas se puede mencionar el cerro Malacate y el cerro Encantado, en el cerro Malacate, a 9 km al SO, se encuentran vestigios de construcciones antiguas y profusos ídolos y objetos de barro, o simplemente disfrutar de la hermosa vista que puede observarse desde el mirador que se encuentra construido en la famosa "cueva de los ladrones".

e) Población

De acuerdo con el censo de población oficial realizado en el 2007, la población del municipio era de 10.897 habitantes, de los cuales 5.413 (50 %) son mujeres y 5.484 (50 %) son hombres. El 7 % de la población se concentra en la zona urbana y el 93 % en la zona rural; el 43 % se encuentra en edad económicamente productiva.

En cuanto a la distribución poblacional del municipio, cabe destacar el alto porcentaje de la población que habita en la zona rural, como se muestra a continuación:

*Tabla 20. Distribución poblacional del municipio de Chiltiupán, La Libertad.*

Género de la población			Zona			Rango de edades			
Masculino	Femenino	Total	Urbana	Rural	Total	0-17 años	18-59 años	60 más	total
5484	5413	10897	777	10120	10897	5384	4667	846	10897
50.33%	49.7%	100%	7.1%	92.9%	100%	49.4%	42.8%	7.8%	100%

Fuente: Domínguez, Morales, Benítez, & Reyes Martínez (2010).

f) Educación

El municipio cuenta con diecisiete centros educativos, tanto en la zona alta como baja del municipio; a continuación, se presentan datos de población estudiantil a nivel de todos los centros escolares que existen en el municipio, con matrícula del año 2009

*Tabla 21. Población estudiantil por centro escolar.*

Población estudiantil por Centro Escolar y sexo-Año 2009.			
Centro Escolar	Alumnado		Total
	M	F	
C.E. Caserío Hacienda. Shutia, Cantón. Taquillo	156	115	271
C.E. "José Simeón Cañas" Julupe	110	101	211
C.E. Cantón. Cuervo Arriba	96	80	176
C.E. Cantón. Santa. Marta	54	52	106
C.E. Cantón. Santa. Lucia	86	73	159
C.E. Cs. San Luis, Cantón Siberia	80	60	140
C.E. "Armando Criado Fernández, Cantón Termópilas	28	23	51

C.E. Cs. Valle Nuevo, Cantón Santa. Lucia.	18	12	30
C.E. Cs. Corinto, Cantón. Termópilas	147	98	245
C.E. Cantón El Regadío	101	118	219
C.E. Cantón Julupe	32	26	58
C.E. Colonia El Coco	167	171	338
Comp. Educativo. Católico "Santo Domingo"	335	323	658
C.E. Cantón Siberia	86	72	158
C.E. Cantón Cuervo Abajo	55	46	101
C.E. Cantón Las Flores	42	30	72
C.E. Cantón El Zonte	176	175	351
<b>TOTAL</b>	<b>1769</b>	<b>1575</b>	<b>3,344</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>53%</b>	<b>47%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Asesor Pedagógico del MINED, Departamento de La Libertad, 2009

Los Centros Educativos del municipio, son atendidos por 84 maestros y maestras, de ellos el 63% son mujeres y 37% son hombres.

La cobertura en educación es la siguiente: En el nivel de bachillerato existen 3 Centros Educativos, de parvularia a 9º grado funcionan 8 centros educativos, de parvularia a 7º grado solamente 1 centro escolar, de parvularia a 8º grado 1 centro escolar y de parvularia a 6º grado 3 centros educativos. Lo que demuestra que la cobertura en educación del municipio en los niveles de parvularia a 9º, es muy buena.

El nivel de parvularia, primer y segundo ciclo está garantizado 100% en el municipio, de los 15 Centros Escolares del Municipio 10, cuentan con tercer ciclo, lo que representa el 67%. La cobertura en bachillerato es muy limitada, ya que sólo 2 centros educativos – Casco Urbano y Julupe- ofrecen estos niveles, mostrando que el nivel de cobertura en el nivel medio representa el 13%, quedando en evidencia la falta de oportunidades que los jóvenes tienen para poder continuar sus estudios.

De los 17 centros escolares con los que el municipio cuenta, 13 funcionan con la metodología de aulas integradas, lo que representa el 76% de la cobertura; esto da la pauta para reflexionar sobre la aplicación de esta metodología por parte de los maestros y maestras, ya que el liderazgo



considera que no está dando los resultados satisfactorios, de allí que mencionan que sus hijos e hijas reciben una educación deficiente, sobre todo en la zona rural del municipio.

De igual manera se observa una baja cobertura en cuanto a bachillerato, ya que sólo hay 3 centros que ofrecen este servicio a la población de jóvenes aptos para este nivel, también existe una baja calidad y cantidad de maestros en los diferentes centros educativos que puedan brindar un mejor servicio.

A continuación, se presentan los datos de indicadores del nivel de escolaridad de la población mayor de 15, para establecer la comparación de la cifra nacional, departamental y municipal

*Tabla 22. Indicadores del nivel de escolaridad*

<b>Años de escolaridad de Población mayor de 15 años</b>			
	<b>Total</b>	<b>Urbana</b>	<b>Rural</b>
Nacional	7.0	8.7	4.5
Departamental	6.1	6.9	4.1
Chiltiupán	3.9	4.5	3.8

Fuente: Informe 262, PNUD, 2005

*Tabla 23. Indicadores básicos de educación del municipio de Chiltiupán*

<b>Indicadores Básicos de Educación Municipio de Chiltiupán</b>					
Alfabetismo	Escolaridad Promedio (años)	Brecha Alfabetismo (años)	Tasa de Bruta de escolaridad Parvularia	Tasa de Bruta de escolaridad Básico	Tasa de Bruta de escolaridad Bachillerato
<b>74.0</b>	<b>3.9</b>	<b>0.74</b>	<b>53.8</b>	<b>90.2</b>	<b>24.5</b>

Fuente: Informe 262, PNUD, 2005

El Censo de población realizado el 2007 indica que, el municipio de Chiltiupán tiene una población de 10,897 habitantes y según los indicadores básicos de Educación publicados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -Informe 262 PNUD- de cada 100 habitantes mayores de 15 años en adelante, en el municipio 74 saben leer y escribir, y su nivel promedio de formación es casi de 4 años. La tasa de matriculación bruta en el nivel parvulario, indica que los niños y niñas en edad de asistir a parvularia, solamente asisten 53 de cada 100. La Tasa Bruta de escolaridad en el nivel básico es de 90.2, lo que significa que de cada 100 jóvenes (hombre o mujer), aptos para este nivel, 90 asisten al nivel básico. Con relación a la Tasa Bruta de

escolaridad en el nivel de bachillerato, se puede observar que, de 100 jóvenes aptos para este nivel, 24 terminan.

Es claro determinar que gran parte de los jóvenes, estudian el nivel básico; luego se nota una disminución en el nivel de bachillerato, y esto está determinado en parte, por las distancias a la que se encuentran los dos centros escolares que ofrecen el nivel de bachillerato, además el mal estado de las calles que de la zona rural conducen al casco urbano, las condiciones económicas de las familias, son los factores que presentan esta situación.

#### g) Contexto económico

La economía del municipio se basa en la agricultura, los productos que más se cultivan son: maíz, frijol, maicillo, café, hortalizas y frutas. La actividad pecuaria se dedica a la crianza de ganado vacuno y porcino, a pequeña escala; además de las aves de corral. Entre las actividades industriales que sobresalen: el procesamiento del café, la explotación del bálsamo y la elaboración de productos lácteos. En el comercio local existen: farmacias, ferreterías, agroservicio, panaderías, bazares y otros pequeños negocios como tiendas y pupuserías. Los centros de comercio se encuentran en las cabeceras municipales vecinas, siendo la más importante El Puerto de La Libertad.

La actividad de la pesca artesanal se da en el cantón El Zonte y la mayor parte de la producción se comercializa en El Puerto de La Libertad y en los diferentes hoteles y casas de huéspedes del lugar.

La actividad Turística se encuentra en el cantón El Zonte ya que cuentan con una porción del océano pacífico como recurso natural, donde se dan actividades como competencias del Surf, entre otros.

#### **Ingresos**

Una parte de la población se dedica a trabajar fuera del municipio, tanto mujeres como hombres, trabajan en actividades diversas, como: oficios domésticos, seguridad, agrícolas, etc. Existen profesionales y obreros cuyos trabajos se encuentran fuera del municipio.

El ingreso por remesa familiares es considerable, aunque no se tiene un dato exacto; pero una regular cantidad de hogares reciben remesas.

El bálsamo es una especie de árbol del bosque húmedo tropical de El Salvador y crece en las zonas entre los departamentos de Sonsonate y La Libertad. Generalmente los terrenos donde dicho árbol se encuentra son con pendientes del más del 50° en suelos de textura franca, arenosa-limosa y pedregosidad abundante. El uso del producto del árbol de bálsamo es variado y es más usado entre otros, como:

- Materia prima para elaboración de perfumes, jabones y barnices.
- Preparación de óleos en algunas congregaciones religiosas, y predominantemente en la católica.
- Como base para la producción de cremas para lavar y acondicionar el cabello.
- Entre otros.

h) Salud

La cobertura de Salud en el municipio, es atendida por dos Unidades de Salud que se encuentran ubicadas en el casco urbano de Chilitupán y el Cantón Taquillo, donde se prestan los siguientes servicios:

*Tabla 24. Atención a la niñez y la adolescencia*

<b>Atención Integral a la Niñez</b>	<b>Atención Integral a Adolescentes</b>
Crecimiento y desarrollo	Crecimiento y desarrollo
Vigilancia nutricional	Vacunación
Vacunación	Atención Pre Natal y Post Natal
Lactancia materna	Planificación familiar
Atención de la morbilidad: Prevención y Control de Enfermedades Diarreicas, Prevención y Control de Infecciones Respiratorias Agudas.	Vigilancia nutricional
	Vigilancia y control de infecciones de transmisión sexual (VIH-SIDA)
	Atención por morbilidad
<b>Atención integral a la mujer</b>	<b>Atención integral al adulto masculino</b>
Atención Pre Natal y Puerperio	Atención a la Morbilidad.
Atención a la morbilidad	Vigilancia Nutricional
Vacunación	Consulta Medico-Odontológica
Planificación familiar	Vacunación.
Detección precoz del cáncer Cérvico-Uterino y de Mama	Detección del Cáncer de Próstata.
Vigilancia y Control de Infecciones de Transmisión Sexual (VIH-SIDA).	Planificación Familiar.

Vigilancia y Control de Enfermedades Crónicas	Vigilancia y Control de Infecciones de Transmisión Sexual (VIH-SIDA..
-----------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------

Fuente: Unidad de Salud del municipio de Chiltiupán

Tabla 25. Atención al adulto mayor y servicios de apoyo

Atención Al Adulto Mayor	Servicios de Apoyo:
Atención a la morbilidad	Salud Oral.
Vigilancia Nutricional.	Estrategia PAL.
Vacunación: Esquema nacional de vacunación Campañas de inmunización humana, canina y felina	Curaciones
Detección del Cáncer de Próstata.	Pequeñas Cirugías.
Planificación Familiar.	Inyecciones.
Vigilancia y Control de Infecciones de Transmisión Sexual (VIH-SIDA)	Programa de Visitas Domiciliarias.
Vigilancia y Control de Enfermedades Crónicas	Programa de Vigilancia Epidemiológica.
Terapia Ocupacional.	Programa Educación en Salud.

Fuente: Unidad de Salud del municipio de Chiltiupán

La prestación de los servicios de la Unidad de Salud del Casco Urbano, les da cobertura a los siguientes cantones: Julupe, Santa Lucía, Santa Marta, Las Termópilas, Cuervo Arriba, Siberia, Las Flores, Cuervo Abajo y el Casco Urbano. Además, la cobertura es ampliada por la atención que los promotores de salud brindan en los respectivos cantones, el Inspector de Saneamiento Ambiental\* distribuye su tiempo para ambas Unidades de Salud.

Tabla 26. Cargos de personal de la unidad de salud

Cargo	Cantidad
Médico General	2
Enfermera graduada	1
Enfermera auxiliar	1
Odontólogo	1

Inspector de Saneamiento Ambiental	1
Encargado de Almacén y Farmacia	1
Encargado de Archivo	1
Encargado de Servicios Varios	1
Promotores de Salud	5
Parteras capacitadas	4
Voluntarias Comunitarias	3

Fuente: Unidad de Salud del municipio de Chiltiupán

Según recomendación del Ministerio de Salud, un Promotor de Salud puede atender favorablemente de 100 a 300 familias por cantón, actualmente el municipio es atendido por 8 promotores de salud, distribuidos en los 11 cantones, según los datos de población en la zona rural existen 1842 familias, de ellas los promotores de salud atienden entre 200 a 250 familias, siendo un balance aceptable, es de resaltar que el Cantón Taquillo cuenta con 389 familias una cantidad por encima de lo establecido, esto se refleja en la baja cobertura y la calidad de la atención que se da a la familias del cantón. Si bien es cierto que los Promotores atienden un número de familias por debajo del recomendado, también es cierto que la población no recibe la atención que de ellos se esperan, la falta de atención está concentrada en el casco urbano, como los servicios especializados, medicamentos, entre otros.

#### i) Asociatividad

La municipalidad de Chiltiupán, pertenece a la “Asociación de Municipios de la Región La Libertad (AMUSDELI), la cual está conformada por los municipios siguientes: Nuevo Cuscatlán, Comasagua, Huizúcar, Jicalapa, La Libertad, San José Villanueva, Tamanique, Teotepeque, Zaragoza, Panchimalco y Rosario de Mora. La estructura organizativa de AMUSDELI, la compone una Asamblea General la cual está conformada por el Alcalde y siete Concejales de los Municipios miembros, de allí son electos seis miembros que forman el Consejo Directivo, los cuales son electos por un período de dos años, pudiendo ser reelectos. La administración está a cargo de una Gerencia. La Asociación de Municipios de la Región La Libertad, es creada mediante acuerdo municipal de fecha 23 noviembre del 2006, publicado en el Diario Oficial, Tomo Nº 375, de fecha 17 de Abril de 2007, con el objetivo de: promover el desarrollo integral y sostenible de la Región La Libertad, a través de procesos de planificación y gestión territorial de la región y de los municipios asociados, ampliamente participativos; así como resolver los problemas comunes de los Municipios, encaminados a mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Esta Asociación tiene su domicilio en el Municipio de Zaragoza departamento de La Libertad y se constituye por tiempo indefinido. El municipio para poder formar parte de esta asociatividad aportó una cuota inicial de \$300.00 y una cuota mensual de \$300.00, que sirve para financiar todos los gastos que se realicen.

j) Conectividad

Tabla 27. Conectividad del municipio de Chiltiupán

LUGAR DESDE Chiltiupán	HASTA EL CANTON	DISTANCIA	TIPO DE CALLE
Casco Urbano	Santa Lucia	3.5 Kms.	Calle empedrada y suelo natural, transitable en verano e invierno.
Casco Urbano	Santa Marta	8 Kms.	Calle de suelo natural, transitable en verano y con muchas dificultades en el invierno.
Casco Urbano	Taquillo	14 Kms	Carretera pavimentada
Casco Urbano	Las Flores	4 Kms.	Calle de suelo balastro, transitable en verano e invierno.
Casco Urbano	Cuervo Arriba	4 Kms.	2 kms de tierra de barro intransitable en invierno y 2 Kms de calle de suelo balastro.
Casco Urbano	Cuervo Abajo	13.5 Kms.	5.5 Kms de calle de tierra y barro intransitable en el invierno y 8 Kms calle de suelo balastro.
Casco Urbano	Siberia	21 Kms.	13 Kms de pavimento, por la Litoral y 8 Kms. De calle de tierra transitable en el verano y con dificultades en el invierno.
Casco Urbano	Las Termópilas	4 Kms.	3 Kms de calle pavimentada y 1 Km. De calle empedrada. transitable en invierno y verano
Casco Urbano	El Regadío	18 Kms.	13 Kms calle pavimentada por la litoral y 5 Kms de calle de tierra transitable en verano e invierno.
Casco Urbano	Julupe	11 Kms.	Pavimentada completamente
Casco Urbano	El Zonte	13 Kms.	Pavimentada completa

Fuente: PLAN ESTRATEGICO PARTICIPATIVO DEL MUNICIPIO DE CHILTIUPAN


La conectividad del casco urbano de Chiltiupán a distintos puntos del departamento es la siguiente: Hasta la cabecera departamental Santa Tecla es de 29 Kms de carretera pavimentada, vía litoral, la otra vía alterna es desde Chiltiupán a Jayaque por medio de calle de tierra de 11 Kms y desde Jayaque a Santa Tecla por calle pavimentada de 20 Kms, a Tamanique 60 Kms



por calle de tierra y pavimentada; a Teotepeque 23 Kms por carretera pavimentada vía litoral y a Jicalapa 26 Kms por carretera pavimentada vía litoral. El pueblo de Chiltiupán se une por carretera pavimentada con las ciudades de Santa Tecla y San Salvador; otro ramal de carretera pavimentada une al pueblo con la carretera litoral (CA2).


Se cuenta con una red vial interna que une y comunica a la mayoría de cantones y caseríos. Mayoritariamente esta red vial son calles de tierra, transitables en verano y con mucha dificultad durante el invierno. El mal estado de estas vías rurales afecta el desarrollo de las comunidades, ya que incide en el transporte de los productos agrícolas y de los insumos para su cosecha, de la misma manera, afecta la movilización de las personas y la prestación de servicios.

k) Infraestructura y servicios básicos



*Tabla 28. Infraestructura y servicios básicos del municipio de Chiltiupán*



Servicios	Situación
	<p><b>Cobertura en Vivienda del municipio</b></p> <p>De las 1991 viviendas en el municipio, el 46% son construidas de ladrillo/block, siendo estas 911 en total; y el 37% de viviendas son viviendas que no llenan las condiciones seguras, para habitar, siendo estas 742; que el 15% son viviendas construidas de bahareque, las cuales son 296 del total del municipio y finalmente 42 de ellas son construidas de adobe, representando el 2%. De esto concluimos que el municipio cuenta con un déficit del 13%, representando 299 familias que no tienen viviendas. Del 46% de las viviendas que son de ladrillo/block, 657 (72%) viviendas están concentradas en el Casco Urbano, Cantón Taquillo y El Zonte. La población de 8 comunidades viven en viviendas con condiciones desfavorables.</p>


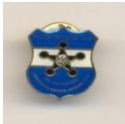

	<p><b>Cobertura en Agua Potable del municipio</b></p> <p>De las 1991 viviendas con las que cuenta el municipio, 1503 cuentan con el servicio de agua potable, lo que representa el 75%. Esto significa que, de cada 100 viviendas, 75 de ellas cuentan con la cobertura de agua potable. Teniendo un déficit del 25%. Es necesario aclarar que la cobertura se da más en el Casco Urbano con 372 servicios domiciliarios, seguido del Cantón Taquillo con 356 servicios y El Cantón El Zonte con 254 servicios. El servicio de abastecimiento de agua potable es suministrado por la Alcaldía Municipal y por algunas ADESCO y Comités de Agua. En el verano los nacimientos de agua disminuyen su caudal, esto genera que la cantidad de agua disminuya y el abastecimiento sea deficiente, especialmente en la zona rural; no así en el casco urbano. También es de mencionar que existen 2 cantones que no poseen dicho servicio y son el Cantón El Regadío, que cuenta con 93 viviendas y el Cantón Cuervo Abajo con 50 viviendas; familias que se abastecen en su mayoría del río y manantiales, sin ningún tipo de tratamiento. De nuevo podemos observar que los lugares con mejor cobertura son el Casco Urbano y los Cantones: El Zonte y Taquillo. La municipalidad subsidia en un 100% este servicio en los Cantones Siberia, Santa Marta y los Caseríos Corinto y San Lázaro (Cantón Las Termópilas); y en los Cantones Taquillo, Las Flores y Cuervo Arriba, se cobra \$2.00 para el mantenimiento.</p>
	<p><b>Cobertura en energía eléctrica del municipio</b></p> <p>De las 1991 viviendas con las que el municipio cuenta, solamente 1500 viviendas, cuentan con el servicio de energía eléctrica. Lo que representa el 75%. Esta significa, que, de cada 100 viviendas, 75 cuentan con la cobertura de energía eléctrica. El déficit mayor en cobertura de energía eléctrica, se da en los siguientes Cantones: Santa Lucia, Cuervo Arriba, Cuervo Abajo y Siberia. El Cantón Santa Marta posee 56 viviendas y carece de esta vital servicio.</p>

Servicios	Situación
	<p><b>Cobertura en telefonía fija o móvil</b></p> <p>De las 2290 familias del municipio, el 10% cuentan con servicio de telefonía fija, es decir 228 familias. En cuanto a la telefonía móvil, un 72% cuentan con este servicio, lo que significa que 1657 familias tienen algún teléfono celular. Es de mencionar que 405 familias no cuentan con ningún servicio de telefonía, lo que representa el 18%. La cobertura de este servicio, la brindan las compañías trasnacionales de telefonía instaladas en el país; como lo son: Digicel, Telemóvil, en gran mayoría por Telefónica y Claro</p>



	<p><b>Cobertura en Saneamiento</b></p> <p>De las 1991 viviendas con las que cuenta el municipio, solamente 1501 viviendas cuenta con letrinas, lo que representa el 75% de la cobertura, teniendo un déficit del 25%, lo cual representan 490 viviendas que no cuentan con este servicio. El déficit mayor se encuentra en los cantones Siberia, Cuervo Arriba, El Regadío y Julupe. Es necesario mencionar que en esta cobertura predominan las letrinas de fosa con 992, de las cuales el casco urbano tiene 240, seguido del Cantón Taquillo con 142, Cuervo Arriba con 134 y Santa Lucia con 111. Las letrinas de lavar se ubican en el Cantón El Zonte con 162, seguido del casco urbano con 119. Nuevamente observamos que el Casco Urbano es el que tiene mayor cobertura con 359 letrinas, seguidos de los Cantones Taquillo y El Zonte.</p>
	<p><b>Cobertura en Recolección de Desechos Sólidos</b></p> <p>Existe un servicio de recolección de desechos, en donde la cobertura es de un 100% en el Casco Urbano (Colonia y Caseríos) y en el Cantón El Zonte, así como en los Centro Escolares de El Coco, Corinto, Julupe y El Zonte, los horarios son de las 7:30 a.m. en adelante los días: lunes, miércoles y viernes, la disposición de estos desechos la realizan en el botadero de Cuisnahuat, las cantidades que se maneja aproximadamente por mes, son las siguientes: 46.24 toneladas. (datos de julio del 2009, proporcionado por Alcaldía Municipal del municipio), el cobro por este servicio es de: \$ 10.00 para los Centros Escolares, \$2.10 para las viviendas, las tiendas \$4.00, Restaurantes \$10.00 y las instituciones de gobierno \$10.00. El servicio de barrido de calle, es uno de los servicios que la municipalidad subsidia.</p>

Servicios	Situación
	<p><b>Transporte Público</b></p> <p>En el municipio existen 7 rutas de buses que prestan el servicio a la población de municipio, desde el Casco Urbano hasta San Salvador pasando por la cabecera departamental Santa Tecla, y El Puerto de La Libertad, los horarios del servicio son desde las 4:00 am. Hasta las 8:00 pm. De los 8 buses, 5 cubren la ruta a San Salvador, con 2 viajes cada uno, cobrando la cantidad de \$1.50 y el resto los hace hasta el Puerto de La Libertad, con 4 viajes cada uno, con el cobro de \$0.65</p>
	<p><b>Infraestructura recreativa</b></p> <p>El municipio cuenta con 12 cancha de fútbol, en la cual se realizan torneos. A nivel del Casco Urbano, existe 1 cancha de Futbol y 1 de basketbol la cual fue construida recientemente, y en ella se puede jugar fútbol macho, también el municipio cuenta con un pequeño pero bello parque, en el cual los lugareños y visitantes, aprovechan para un feliz descanso y compartir con familiares y</p>

	<p>amigos. En la zona rural se cuenta con 11 canchas de futbol. El único cantón que no posee cancha de Fútbol es Cuervo Arriba.</p>
	<p><b>Cobertura de Alumbrado Público</b> De las 372 viviendas que existen en el casco urbano, 354 de ellas cuentan con este servicio, lo que representa el 95%, y es suministrada por la Empresa Eléctrica Del Sur, teniendo un déficit del 5%.</p>
	<p><b>Seguridad Pública</b> El municipio cuenta en esta área con 1 Juzgado de Paz y 1 Puesto de la Policía Nacional Civil, quienes se encargan, uno de aplicar las incorrecciones en las leyes penales, y para ello cuentan con el siguiente personal 1 Juez de Paz, una Secretaria, un auxiliar y una ordenanza, y el otro de brindar la seguridad a los habitantes del municipio, para ello cuentan con 1 Sargento Jefe del Puesto y 9 agentes policiales, y equipos de apoyo, destinados a brindar acciones de seguridad en el municipio.</p>
	<p><b>Cementerio</b> El municipio cuenta con dos predios destinados para cementerio uno en el casco Urbano, con una extensión de 9.5 tareas, no cuenta con administrador, sino con una persona que se encarga de cuidar. El otro predio está ubicado en el Cantón Julupe.</p>

Fuente: PLAN ESTRATEGICO PARTICIPATIVO DEL MUNICIPIO DE CHILTIUPAN

## 2. Turismo en el municipio de Chilitupán

EL municipio de Chilitupán cuenta con diversos recursos turísticos, como lo son:

Rio El Zonte



*Ilustración 8. Rio El Zonte.*

Poza El Letrero



*Ilustración 10. Poza El Letrero.*

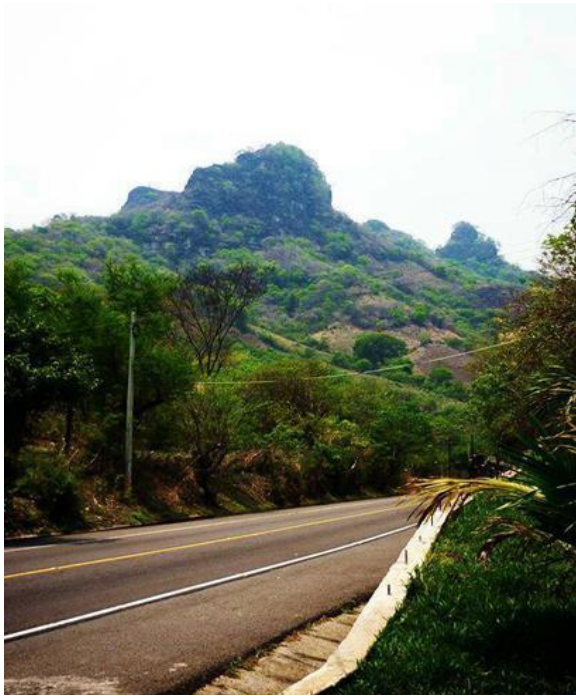
Cueva del Amor, Playa El Zonte



*Ilustración 9. Cueva del Amor, Playa El Zonte.*



## Cerro Malacate



*Ilustración 12. Cerro del Malacate.*

## Extracción de Bálsamo



*Ilustración 11. Cueva los Ladrones.*

## Pueblo viejo (sitio arqueológico)

- Cueva El Limón
- Poza las golondrinas
- Cascada los números
- Peña montada
- Cascada los cuyos
- Poza de Pablo Alas
- Posa el Tecolote
- Cueva de Siberia
- Poza la esperanza
- Puentes de Hamaca
- Parroquia Santo Domingo
- Poza Las Golondrinas
- Cascada Las Golondrinas
- Extracción de Bálsamo
- Cultivo de café



*Ilustración 13. Extracción del Bálsamo.*

### 3. Actores principales del municipio

La situación actual de la organización turística en el municipio de Chiltiupán es la siguiente:

- **Alcaldía:** El municipio de Chiltiupán está gobernado por un Concejo Municipal que fue electo en elecciones populares, que estará administrando el municipio durante el período y cuya composición es la siguiente:

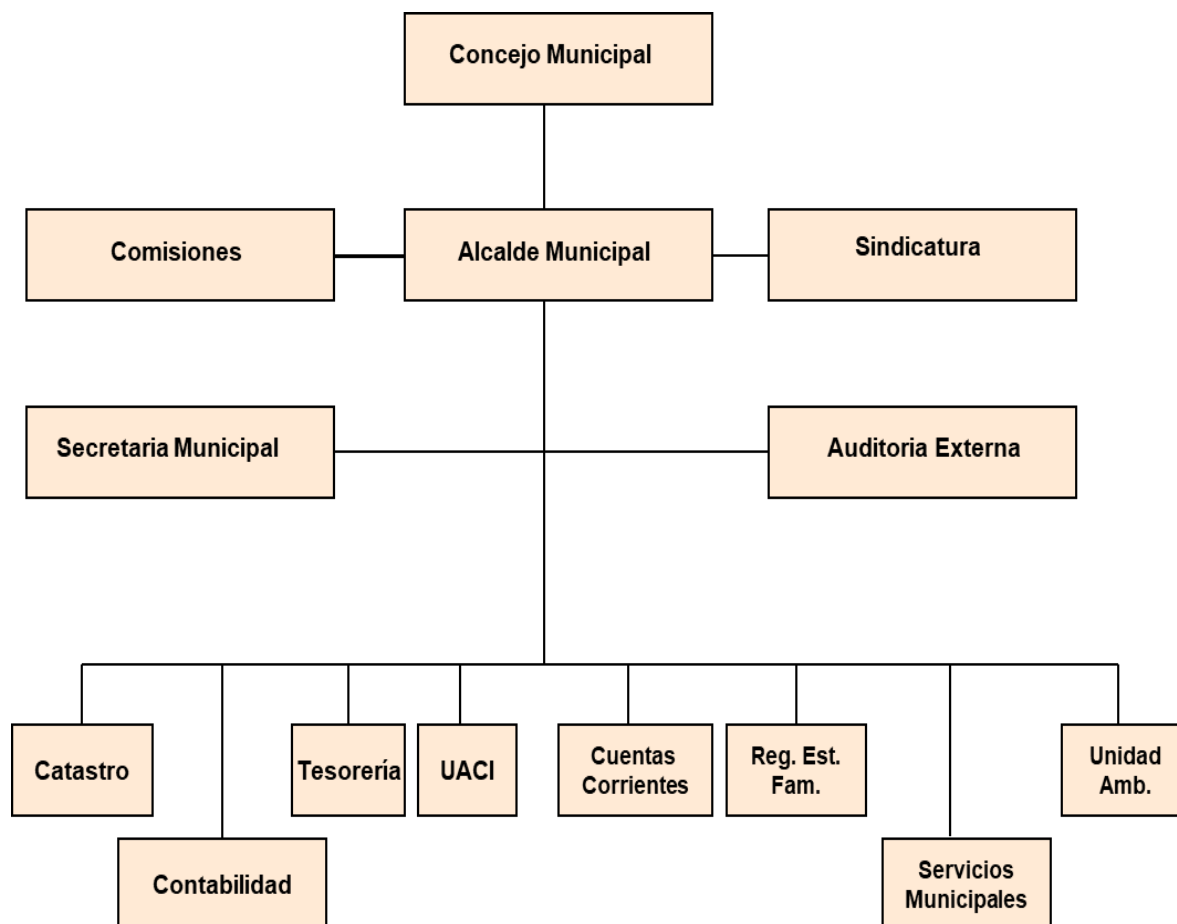
*Tabla 29. Concejo municipal de Chiltiupán*

<b>Concejo Municipal de Chiltiupán</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>
Jorge Luis Díaz Morales	<b>Alcalde</b>
Rafael Edgar Iraheta Navidad	<b>Síndico</b>
Jaime Obdulio Meléndez Barrios	<b>1ª Regidor</b>
José Reynaldo Reyes Larreynaga	<b>2do Regidor</b>
Pedro Fuentes Oporto	<b>3er Regidor</b>
Víctor Manuel Martínez	<b>4to Regidor</b>
Bladimir Morán Reyes	<b>5to Regidor</b>
Miguel Ángel López Flores	<b>6to Regidor</b>
Pablo Amaya	<b>1er Suplente</b>
Salvador Figueroa Rodríguez	<b>2do Suplente</b>
Elmer Noé Navidad	<b>3er Suplente</b>
Santos Antonio Hernández Badío	<b>4to Suplente</b>

Fuente: Alcaldía Municipal de Chiltiupán

Para efectos de la administración del municipio la Alcaldía Municipal está estructurada de la siguiente manera:

### Organigrama de la Alcaldía Municipal



Esquema 2. Organización de la alcaldía de Chiltiupán

Tabla 30. Personal actual de la alcaldía de Chiltiupán

Personal Actual de la Alcaldía de Chiltiupán	
NOMBRE	CARGO
Nora del Carmen León de Iraheta	<b>Secretaria Municipal.</b>
Dagoberto Alas Fernández	<b>Contador</b>
Gustavo Adolfo Gámez Rodezno	<b>Jefe U.A.C.I.</b>

Irene del Carmen Serrano Rafael	<b>Colectora y Encargada de Proyectos.</b>
Juan Cartagena Alvarado	<b>Cuentas Corrientes y Aux. del Registro del Estado Familiar.</b>
Enoc Navarro Ortiz	<b>Auxiliar de Contabilidad</b>
Gladys Elsa Castillo Saldaña	<b>Jefe Registro y Estado Familiar</b>
Macario Castellanos Coreas	<b>Ordenanza y Encargado de Bodega</b>
Héctor Manuel Torres Mancía	<b>Ordenanza y Atención al Público</b>
Mario Quijada	<b>Policía Municipal</b>
Aquiles Díaz Martínez	<b>Fontanero</b>
Alberto Díaz García	<b>Promotor Social</b>

Fuente: Alcaldía Municipal de Chiltiupán

- **CDT:** en el municipio de Chiltiupán, cuentan con un CDT en la zona costera, pero este está más enfocado al desarrollo de la costa ya que cuando se originó, a través de la colaboración de AMUSDELI para su creación, no se consideró la inclusión de actores de la zona alta del municipio en el CDT.
- **Área de Turismo en la Alcaldía:** La alcaldía del municipio de Chiltiupán actualmente no cuenta con un encargado o un área específica que se encargue de lo relacionado al desarrollo del turismo en el municipio, y esta función se ejerce de manera general por parte del alcalde quien se encarga de asignar un presupuesto para tareas de turismo, pero no existen avances continuos en lo relacionado al turismo como: inventarios turísticos del municipio, estadísticas de afluencia, desarrollo de planes de mejora entre otros.
- **CAT:** el departamento de La Libertad, donde se encuentra ubicado el municipio de Chiltiupán cuenta con un centro de alcance al Turista quien es el encargado de manejar información de orientación a los turistas que se encuentran de visita en los municipios del departamento, pero debido a que el municipio de Chiltiupán no se encuentra desarrollado como punto turístico, a excepción de playas como el zonte, no existen brochures que contengan información de rutas turísticas del municipio o atractivos existentes que motiven al turista a visitarlo.

- **CASA DE LA CULTURA:** una realidad con la que se encuentra el municipio de Chiltiupán es la inexistencia de una casa de la cultura que trabaje para fomentar la cultura del municipio y su transmisión, y en consecuencia una institución equivalente que ejerce funciones similares es la casa de encuentro con la que cuenta el Municipio de Chiltiupán.
- **RED DE EMPRENDEDORES LOCALES:** la realidad con los emprendedores del municipio es la siguiente: existe una división de emprendedores en las dos zonas con las que cuenta el municipio 1. La zona de la costa y 2. La zona alta o de montaña. En la zona costera se presenta un ambiente más dinámico y organizado de los emprendedores e inversionistas, pero en la zona alta los emprendimientos que se viven están enfocados a gastronomía y actualmente no existe organización entre los emprendedores.

**MESA INTERSECCIONAL:** Mesa de trabajo que posibilita la discusión de forma presencial de programas, proyectos, metas y plan de acción que articule el trabajo de personas instituciones y sectores relacionados con un tema específico. Actualmente Chiltiupán no cuenta con una mesa de trabajo definida, pero si trabajan en conjunto cuando es necesario.

## **B. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO**

La realización del Plan de desarrollo turístico conlleva a realizar una serie de estrategias enfocadas a cierto tipo de turismo, esto debido a las características de los recursos y atractivos con los que cuenta el municipio; entre los tipos de turismo que puede ofertar Chiltiupán tenemos:

- Turismo de sol y playa
- Turismo de aventura
- Turismo cultural

### **1. Turismo de sol y playa**

Turismo de sol y playa es el más demandado de todos, especialmente, en aquellas zonas del litoral que gozan de una climatología favorable, este segmento del turismo suele asociarse con el ocio, así como con los términos descanso, diversión y entretenimiento. Además, este segmento se ha caracterizado desde siempre por ser el producto estrella dentro del destino turístico. Aunque este tipo de turismo puede estar asociado a otros segmentos del turismo, por regla general, se trata de un segmento que puede subsistir por sí mismo.

El municipio de Chiltiupán posee entre sus recursos 5 playas las cuales son:

- Taquillo
- Escondida
- El Arco
- La 59
- El Zonte

Siendo playa el Zonte la que por sus características se ha logrado desarrollar, a través del Surf uno de sus principales atractivos por la naturaleza de las olas, lo cual genera una gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros para practicarlo.



## **2. Turismo de aventura**

Es una actividad donde el turista participa, se informa, se interesa y disfruta de la naturaleza, asumiendo para ello cierto elemento de riesgo, o más bien, "de riesgo percibido o aparente", ya que usualmente son los guías, adecuadamente entrenados, los que controlan las situaciones aparentemente peligrosas. El mundo está cada vez más explorado y existen menos destinos nuevos que descubrir, el placer de a viajar a una alta montaña es uno de ellos.

Clasificación:

De forma general se divide en aventura "dura", aventura "suave" y ecoturismo. Subdivididos en:

- Observación de la naturaleza
- Aventuras acuáticas
- Aventuras aéreas
- Aventuras terrestres
- Aventuras de invierno
- Crucero

En aspectos de turismo de aventura, Chilitupán cuenta con una serie de alternativas para disfrutar de la naturaleza, esto en la zona alta del municipio donde se pueden encontrar:

- Ríos
- Pozas
- Cascadas
- Cuevas

## **3. Turismo cultural**

Esta modalidad de turismo hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. En los últimos años ha cobrado cierta relevancia en aquellas zonas que han visto limitados otros tipos de turismo: sol y playa, deportivo, etc. Este tipo de turismo precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo.

El turismo cultural se ha convertido en una de las industrias más importantes a nivel mundial, sobre todo en los países en vías de desarrollo hay enormes expectativas por lo que este mercado pueda aportar.

Se adopta este tipo de turismo para el municipio de Chilitupán, debido a que cuenta con características y recursos con una connotación cultural, entre los que destacan:

- Pueblo viejo, siendo este el primer asentamiento pipil de Chilitupán el cual guarda una riqueza muy valiosa.
- Pasa el Letrero, donde se encuentran petrograbados de los cuales se desconoce su significado

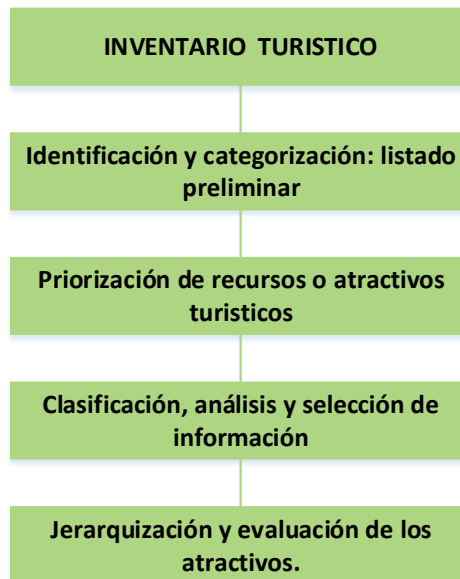
## C. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

### 1. Metodología del inventario

La elaboración del inventario de atractivos turísticos es un proceso sistemático que comprende 4 etapas fundamentales interdependientes y que en algunos casos se retroalimentan para ajustar la información que es “vaciada” a la ficha de inventario de atractivos turísticos específicamente diseñada con este propósito.

Objetivo del inventario turístico

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



*Esquema 3. Metodología del inventario turístico*

### 2. Identificación y categorización: listado preliminar

Esta etapa comienza con la identificación de los sitios, monumentos o hechos naturales y socioculturales que se constituyen o pueden constituirse en atractivos turísticos, para ello es importante revisar las características físicas, flora, fauna, historia, costumbres, fiestas, etc., del municipio de Chiltiupán.

Con base en esta información se elabora un primer listado de atractivos turísticos, que será enriquecido en el proceso del trabajo, el listado está ordenado en función de la categoría, tipo y en lo posible subtipo, esta categorización será revisada y ajustada en función a la información que se obtenga en los siguientes pasos del proceso. La categorización de los atractivos turísticos se ha desarrollado en base a la metodología propuesta por OEA-CICATUR.

Para ver la categorización junto a la clasificación completa propuesta por OEA-CICATUR ver el Anexo 3.

Listado preliminar de Atractivos y/o recursos turísticos de Chiltiupán

Tabla 31. Listado de atractivos y/o recursos turísticos de Chiltiupán

N.	Atractivo y/o Recurso	Categoría
1	<p>Pueblo viejo Considerado un sitio arqueológico dado la trascendencia de ser el primer asentamiento indígena de pipiles del municipio, en cual la historia relata que debido a la escasez de agua se vieron obligados a buscar nuevos lugares para habitar. En la actualidad aún se conservan algunos objetos de los antepasados, así mismo se han desarrollado leyendas propias del lugar.</p>	<p>Categoría: Patrimonio urbano arquitectónico Tipo: Asentamientos humanos y arquitectura viva Subtipo: Lugares de interés histórico</p>
2	<p>Poza de Pablo Alas Ubicada sobre el río el Zonte entre el cantón Cuervo Arriba y Cuervo Abajo. El nombre es debido a que en la zona solo vivía esa persona, ya que anteriormente se llamaba Poza el Tigre. En la actualidad parte de la poza esta soterrada por los terremotos; pero se puede observar paisajismo.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales Tipo: Ríos y caídas de agua Subtipo: Riachuelo o arroyo</p>
3	<p>Poza el Tecolote También llamada poza el Plafón, ubicado a 2.5 km en el Caserío el Progreso del cantón Cuervo Arriba sobre el río del mismo nombre. Rodeado de peñascos, mesetas y montaña, ideal para la práctica de turismo rural.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales Tipo: Ríos y caídas de agua Subtipo: Riachuelo o arroyo</p>
4	<p>Poza la Esperanza Ubicada en la Finca la Esperanza, sobre el río Sunzacuapa, en medio de abundante naturaleza ideal para el desarrollo de actividades de senderismo y ecoturismo.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales Tipo: Ríos y caídas de agua Subtipo: Riachuelo o arroyo</p>
5	<p>Poza la Golondrina Rodeado de naturaleza y peñascos, entre cantón Cuervo Abajo y Cuervo Arriba, a 3 km del área urbana del pueblo, sobre el río el Zonte.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales Tipo: Ríos y caídas de agua Subtipo: Riachuelo o arroyo</p>
6	<p>Poza las Golondrinas Ubicado en el río el Zonte, rodeado de abundante naturaleza, ideal para realizar turismo rural y de montaña. Su nombre es debido a la gran cantidad de</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales Tipo: Ríos y caídas de agua</p>

	aves Golondrinas que utilizan esa área como hábitat. Además, cerca esta poza se puede encontrar unas bellas cascadas del mismo nombre que embellecen más el lugar.	Subtipo: Riachuelo o arroyo
7	<b>Poza el Letrero</b> Ubicada en el río el Zonte, considerada como una de las reliquias debido a que en sus cercanías con unas rocas las cuales poseen petrograbados indígenas de los cuales se desconoce su significado. Es decir, en conjunto la poza y las rocas hacen unos de los atractivos turísticos con más trascendencia para el municipio, debido a su importancia cultural y natural.	Categoría: Sitios Naturales Tipo: Ríos y caídas de agua Subtipo: Riachuelo o arroyo
8	<b>Tres Chorros</b> Un lugar natural formado por una poza sobre el río el Zonte, que cuyas características es los tres chorros es forma de deslizaderos que caen sobre la poza, la cual tiene una gran profundidad. Así mismo se tiene un espacio ideal para realizar deporte extremo como el rapel.	Categoría: Sitios Naturales Tipo: Ríos y caídas de agua Subtipo: Riachuelo o arroyo
9	<b>Cascada los números</b> Ubicada en el río del mismo nombre, en el cantón Cuervo arriba; a 3 km del área urbana del municipio, siendo necesaria una caminata de 30 minutos, donde se puede apreciar montaña y peñascos, además de magueyes montañoses, así como fauna de la zona.	Categoría: Sitios Naturales Tipo: Caídas de agua Subtipo: Cataratas o cascadas
10	<b>Cascada los cuyos</b> Ubicada en Valle Nuevo, Cantón Santa Lucía; a 4 km del área urbana, con una caminata de 30 minutos, llamada así por el sonido característico de un animal que habitaba la zona, ideal para apreciar la naturaleza donde destacan peñascos, montaña que tiempo atrás fueron cafetales.	Categoría: Sitios Naturales Tipo: Caídas de agua Subtipo: Cataratas o cascadas
11	<b>Cascada las Golondrinas</b> Rodeado de montañas hermosas, paisajes increíbles. Con una caminata de aproximadamente 30 minutos siguiendo un camino ya marcado por los lugareños, el río que conforma la cascada esta alimentado por varios ríos.	Categoría: Sitios Naturales Tipo: Caídas de agua Subtipo: Cataratas o cascadas
12	<b>Cascada Santa Elena</b> Entre los cantones Cuervo Arriba y Cuervo Abajo; a 3 km del área urbana, rodeado de peñascos y montaña, sobre el río el Zonte, se encuentran estas cascadas de donde se toma el agua potable para que ANDA la distribuya en el municipio.	Categoría: Sitios Naturales Tipo: Caídas de agua Subtipo: Cataratas o cascadas

13	<p>Cueva el Limón</p> <p>Rodeada de montaña con un clima fresco, se dice que personas la utilizaron como lugar para vivir. Ubicada en finca los Ángeles, Cantón Cuervo Abajo, a 40 minutos desde el pueblo.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales</p> <p>Tipo: Fenómenos cársticos</p> <p>Subtipo: Cuevas</p>
14	<p>Cueva de Siberia</p> <p>Sobre la Riviera del río el Zonte, una impresionante formación cárstica en medio de la naturaleza, con un impresionante paisajismo, ideal para realizar senderismo y actividades de turismo de aventura.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales</p> <p>Tipo: Fenómenos cársticos</p> <p>Subtipo: Cuevas</p>
15	<p>Cueva los Ladrones</p> <p>En el lugar conocido como La Cumbre al norte de municipio, se encuentra la famosa cueva de los Ladrones, formado en la parte inferior de una roca, en donde se aprecian espectaculares vistas a la costa y a la cordillera.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales</p> <p>Tipo: Fenómenos cársticos</p> <p>Subtipo: Cuevas</p>
16	<p>Cueva del Amor</p> <p>Sobre la playa El Zonte se puede disfrutar de un fenómeno cárstico sobre en un acantilado, dicha cueva se puede disfrutar cuando la marea es baja.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales</p> <p>Tipo: Fenómenos cársticos</p> <p>Subtipo: Cuevas</p>
17	<p>Parroquia Santo Domingo</p> <p>Se dice que el lugar donde actualmente está construida la Iglesia de Santo Domingo de Guzmán en Chiltiupán era un antiguo cementerio indígena.</p>	<p>Categoría: Manifestaciones culturales</p> <p>Tipo: Arquitectura y espacios urbanos</p> <p>Subtipo: Iglesia</p>
18	<p>Fiestas Patronales</p> <p>Celebradas del 17 al 25 de abril, en honor a San Marcos Evangelista y del 1 al 4 de agosto en Honor a Santo Domingo de Guzmán.</p>	<p>Categoría: Acontecimientos programados</p> <p>Tipo: Artísticos</p> <p>Subtipo: Fiestas populares y religiosas</p>
19	<p>El Bálsamo</p> <p>La extracción de bálsamo es característica del municipio aprovechando la gran cantidad de árboles, donde muchos de los habitantes se dedican a este oficio, obteniendo una diversidad de productos.</p>	<p>Categoría: Etnografía y folklore</p> <p>Tipo: Folklore espiritual mental</p> <p>Subtipo: Medicina popular</p>

20	<p>Playa el Zonte</p> <p>Considerada una de las mejores playas para la práctica de surf, lo cual la convierte en una las playas más visitadas del país; así mismo por la gran amplia oferta de hoteles, hostales y restaurantes. Ubicada en el km 53 de la carretera del Litoral.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales</p> <p>Tipo: Costas</p> <p>Subtipo: Playa</p>
21	<p>Playa km 59</p> <p>Conocida como Playa Shutia, una zona rocosa de difícil acceso desde la carretera del Litoral, pero es un lugar muy tranquilo, solo hay un par habitaciones disponibles pero la playa es ideal para practicar surf.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales</p> <p>Tipo: Costas</p> <p>Subtipo: Playa</p>
22	<p>Playa el Arco</p> <p>Una pequeña playa con las características ideales para realizar surf, con muy poco renombre en el país.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales</p> <p>Tipo: Costas</p> <p>Subtipo: Playa</p>
23	<p>Playa Escondida</p> <p>Con características para la práctica de surf, playa con las características ideales para realizar surf, es una playa que por su acceso no es muy conocida en el país.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales</p> <p>Tipo: Costas</p> <p>Subtipo: Playa</p>
24	<p>Túneles de la Litoral</p> <p>La carretera del Litoral posee 5 túneles, de los cuales el túnel conocido como el túnel de la playa el Zonte o el primer túnel, pertenece al municipio de Chilitupán, permitiendo observar espectaculares vistas de la playa por medio de acantilados.</p>	<p>Categoría: Realizaciones técnicas científicas</p> <p>Tipo: Obras de ingeniería</p> <p>Subtipo: Túneles</p>
25	<p>Peña Montada</p> <p>Ubicada en el Caserío el Progreso frente al río Tecolote, se encuentra una enorme peña la cual esta sostenida en un punto de apoyo, por lo que a pesar de los terremotos y demás fenómenos naturales, no ha sufrido derrumbe de la misma.</p>	<p>Categoría: Sitios Naturales</p> <p>Tipo: Fenómenos cársticos</p> <p>Subtipo: Cuevas</p>

Fuente: Elaboración Propia

### 3. Priorización de los recursos o atractivos turísticos

En esta etapa del inventario es importante priorizar los recursos y/o atractivos que han sido identificados en el listado preliminar, por medio de criterios con la finalidad de poder determinar por medio de una metodología cuantitativa aquellos más representativos y que tengan el mayor potencial de aprovechamiento para municipio de Chilitupán, para poder formar parte de circuitos turísticos.

#### a) Criterios de priorización

Para la priorización se toman en cuenta los criterios descritos a continuación:

- **Singularidad (S):** A través de este criterio se evaluaron los diferentes recursos por las características y el vínculo existente entre estos y el territorio. Se consideró el grado de exclusividad del recurso en relación a otros lugares con recursos similares y la vocación de uso del recurso de acuerdo al potencial identificado del municipio.
- **Atractivo (A):** Con este criterio se pretende evaluar los recursos, considerando el potencial natural o artificial que los distingue con el objeto de generar un desarrollo de estos, en tanto se podría mejorar su calidad e incrementar su demanda pública.
- **Estado de conservación (EC):** A través de este criterio se quiere evaluar los recursos en su forma actual de acuerdo con las propiedades y características originales de estos. En este sentido, el impacto y la protección de los recursos en razón de su uso, se constituyen en elementos importantes.
- **Accesibilidad y acondicionamiento (AA):** con este criterio se pretende evaluar los recursos a partir de las necesidades para el acceso y el acondicionamiento, aspectos como las condiciones de llegada, entorno, la señalización la seguridad y los requerimientos para ampliar el número de visitantes.
- **Grado de aprovechamiento (GA):** este criterio pretende calificar los recursos de acuerdo al interés y a la capacidad de los pobladores para desarrollar sobre ellos determinadas actividades que permiten su explotación comercial.

Para la evaluación de manera cuantitativa de los criterios se utiliza una escala de asignación del 1 al 5, como se cómo se presenta en la tabla siguiente:

Tabla 32. Escala de asignación de valor para los criterios de priorización

Nivel	Justificación	Valor
Excepcional	Son recursos que por sí solos son capaces de motivar a un gran número de turistas internacionales.	5
Muy bueno	Son recursos que por sí solos son capaces de atraer al mercado nacional.	4
Bueno	Son recursos que motivan básicamente a un mercado turístico local o regional.	3
Normal	Son recursos que se pueden considerar como patrimonio, sin tener la capacidad de un mercado definido.	2
Aceptable	Son recursos que están presentes en el territorio sin embargo por sus características son de muy difícil desarrollo en el corto y mediano plazo, siendo por si solos incapaces de atraer turistas.	1

Fuente: Arana y Parra (2009)

La asignación de valor a cada uno de los criterios permite calcular la representatividad (R) y el potencial de aprovechamiento (PA), de la siguiente manera:

$$R = S + A$$

$$PA = EC + AA + GA$$

La obtención de estas variables a través de la priorización de los recursos del municipio de acuerdo a los criterios propuestos, servirán como filtro para categorizar los recursos como recursos estratégicos, recursos a impulsar a mediano plazo, recursos sin diferenciación y recursos de salida. La definición de las categorías mencionadas y la estrategia genérica para cada cuadrante en la matriz propuesta se muestran a continuación.

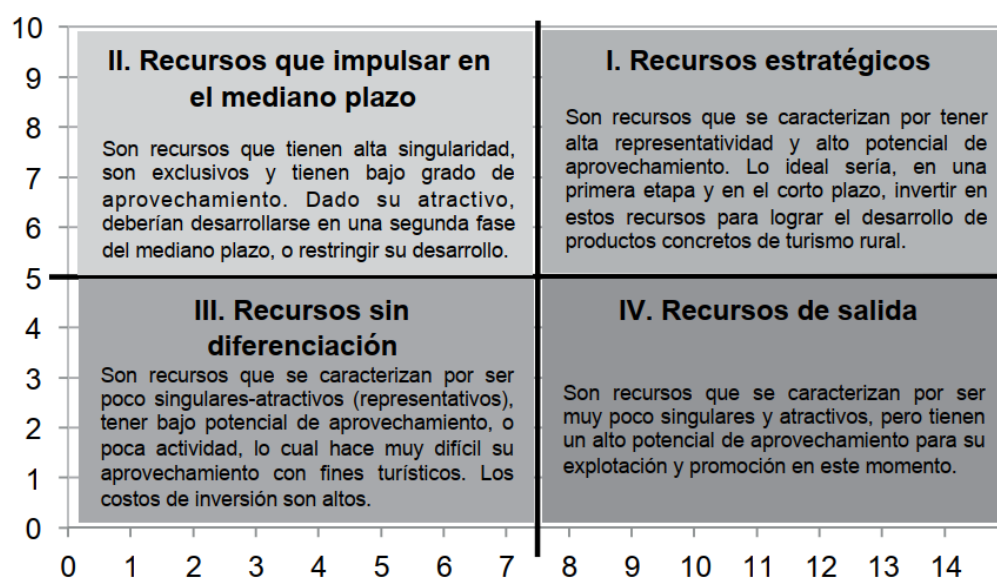


Gráfico 10. Interpretación de los recursos de acuerdo a su priorización

Fuente: Arana y Parra (2009)



b) Priorización de los recursos y/o atractivos de Chilitupán

Para realizar la priorización de los atractivos, se recurrió a la ayuda del señor Oscar Amílcar Fuentes Solís, poblador originario del municipio de Chilitupán y conocedor de muchos de los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio, con la finalidad de tener un panorama más certero de los mismos.

En la tabla siguiente se presenta la priorización de los atractivos descritos en el listado preliminar.

Tabla 33. Priorización de recursos y/o atractivos de Chilitupán

Recurso/Atractivo	Factores						
	S	A	EC	AA	GA	R	PA
Pueblo viejo	2	2	3	2	2	4	7
Poza de Pablo Alas	2	1	1	3	3	3	7
Poza el Tecolote	3	2	1	3	3	5	7
Poza la Esperanza	0	0	0	0	0	0	0
Poza la Golondrina	2	1	1	2	1	3	4
Poza el Letrero	4	3	2	2	1	7	5
Tres Chorros	2	4	4	3	3	6	10
Cascada los números	2	1	2	3	3	3	8
Cascada los Cuyos	3	3	3	2	3	6	8
Cascada las Golondrinas	2	4	3	2	2	6	7
Cueva el Limón	3	2	2	3	3	5	8
Cueva de los Ladrones	3	4	2	5	4	7	11
Cueva del amor	2	3	3	3	3	5	9
Parroquia Santo Domingo	5	5	5	5	5	10	15
Fiestas patronales	5	5	5	4	5	10	14
Extracción de Bálsamo	5	5	4	4	4	10	12
Playa el Zonte	5	5	5	5	5	10	15
Playa 59	4	4	4	5	3	8	12
Playa el Arco	4	4	5	5	3	8	13
Playa Escondida	4	4	5	5	3	8	13
Playa Taquillo	4	4	5	5	3	8	13
Túneles de la Litoral	4	5	4	5	2	9	11
Cascada Santa Elena	3	4	3	2	2	7	7
Peña montada	2	3	3	2	2	5	7

Fuente: Elaboración propia

Con la priorización de los atractivos y/o recursos se han obtenido los resultados siguientes que categorizan en función del grado de aprovechamiento que pueden representar en el tiempo como lo explica el Grafico 00.

➤ **Recursos Estratégicos**

- Playa El Zonte
- Playa km 59 o Shutia
- Extracción de Bálsamo
- Poza El Letrero
- Poza Tres Chorros
- Cueva El Limón
- Cueva Los Ladrones
- Parroquia Santo Domingo
- Fiestas Patronales
- Túnel de la Litoral
- Cascada Santa Elena
- Cascada Los Cuyos

➤ **Recursos a impulsar a mediano plazo**

- Cascadas Las Golondrinas
- Cascada Los Números
- Poza El Tecolote

➤ **Recursos sin diferenciación**

- Pueblo Viejo
- Cerro Malacate
- Poza La Golondrina
- Poza de Pablo Alas

➤ **Recursos de salida**

- Cascada Los Números
- Cueva del Amor

La priorización nos deja dentro de los recursos estratégicos una diversidad de atractivos, que han sido muy característicos del municipio, destacando las playas, así como la extracción del Bálsamo, en los recursos para implementar a corto plazo destacan dos, ambos son sitios naturales teniendo un mayor aprovechamiento turístico la Cascada las Golondrinas.

Es de mencionar que los recursos como Pueblo Viejo y Cerro Malacate si bien representan un alto valor cultural e histórico para el municipio y para la región, pero su ubicación y acceso representan un alto nivel de inversión, pero representa un muy bajo aprovechamiento como fines turísticos y en los recursos de salida destaca otra cascada, pero es la cueva del amor la que en la actualidad tiene un mayor aprovechamiento por estar ubicada en playa El Zonte.

#### 4. **Clasificación, análisis y selección de información**

Con toda la información disponible se procederá al llenado de la ficha de inventario; la información de los elementos relevantes que le otorgan interés turístico al atractivo deben ser claramente descritos en la ficha de inventario.

En esta etapa se debe revisar la clasificación inicial otorgada al atractivo para su registro definitivo. Para los atractivos identificados en la etapa de verificación, se deberá conseguir la información complementaria necesaria para el llenado de la ficha correspondiente.

a) Diseño de ficha de inventario turístico

Para la documentación de la información de los atractivos y/o recursos con vocación turística se diseña una ficha de inventario, donde se refleje de manera ordenada la información de estos.

Tabla 34. Ficha de inventario de atractivos turísticos

ATRACTIVO		Jerarquía
Categoría:		
Tipo:		
Subtipo:		
<b>UBICACIÓN:</b>		
Departamento	La Libertad	
Municipio	Chiltiupán	
Cantón		
Distancia desde el área urbana		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>		
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>		
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACIÓN TURÍSTICA</b>		
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURÍSTICO</b>		
<b>RELACIÓN CON OTROS RECURSOS</b>		

b) Llenado de ficha de inventario

Tabla 35. Ficha playa El Zonte

RECURSO		PLAYA EL ZONTE	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Costas		
Subtipo:	Playas		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chilitupán		
Cantón	El Zonte		
Distancia desde el área urbana	13 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Ubicada en el kilómetro 53 de la carretera del Litoral, característica por encontrar paisajes con ambiente bohemio y aislado, con áreas rocosas y otras muy cómodas para caminar y nadar. Es una playa muy atractiva, las zonas rocosas resaltan entre las aguas y hacen que se presencie un paisaje imponente y llamativo. Aunado a un oleaje impresionante, que pueden disfrutar todos los surfistas que acudan al lugar. Es un sitio retirado de la ciudad, pero a cambio ofrece un espectáculo de árboles y montañas que compiten con las palmeras y el ruido de las olas.</p>			
<p><b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>                      El grado de aprovechamiento es excelente pues se pueden considerar como la zona más importante económicamente para el municipio, pero no se ha logrado aprovechar el potencial que tiene para trasladarlos al resto de recursos y atractivos con los que cuenta el municipio.</p>			
<p><b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>                      Siendo el principal recurso turístico y el más aprovechado, aun así, existe la posibilidad de aumentar la explotación turística, siendo este una especie de “gancho” para potenciar el resto de atractivos.</p>			
<p><b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>                      Si bien la infraestructura vial se encuentra en buen estado, ya en la playa, es necesaria la remodelación de las calles de acceso, agua potable, tuberías de agua negras, parqueo y un sistema de tratamiento de los desechos sólidos.</p>			
<p><b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>                      Se tiene relación por su cercanía con las demás playas del municipio, una relación directa con cueva del amor y con el túnel 1 de la litoral.</p>			

Tabla 36. Ficha Playa km 59

RECURSO		PLAYA km 59	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Costas		
Subtipo:	Playas		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Shutia		
Distancia desde el área urbana	16 km		
DESCRIPCION DEL RECURSO			
<p>También conocida como Playa Shutia, ubicada en el km 59 de la carretera del Litoral, a 29 km de la ciudad del Puerto de La Libertad. La playa es una zona rocosa durante la temporada de lluvia separada de un rivermouth en un lado hace que la popular ola y mancha de K59 y en el otro lado k61, el difícil acceso desde la carretera del Litoral haga que este lugar sea muy tranquilo y no se agote la mayor parte del tiempo, solo hay un par habitaciones disponibles enfrente del spot de surf con todo el servicio inclusivo.</p>			
<p><b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>                      El grado de aprovechamiento es excelente pues se pueden considerar como la zona más importante económicamente para el municipio, pero no se ha logrado aprovechar el potencial que tiene para trasladarlos al resto de recursos y atractivos con los que cuenta el municipio.</p>			
<p><b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>                      Siendo el principal recurso turístico y el más aprovechado, aun así, existe la posibilidad de aumentar la explotación turística, siendo este una especie de “gancho” para potenciar el resto de atractivos.</p>			
<p><b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>                      Si bien la infraestructura vial se encuentra en buen estado, ya en la playa, es necesaria la remodelación de las calles de acceso, agua potable, tuberías de agua negras, parqueo y un sistema de tratamiento de los desechos sólidos.</p>			
<p><b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>                      Se tiene relación por su cercanía con las demás playas del municipio, una relación directa con cueva del amor y con el túnel 1 de la litoral.</p>			

Tabla 37. Ficha Extracción de Bálsamo

ATRATIVO		EXTRACCIÓN DE BALSAMO	Jerarquía
Categoría:	Etnografía y folklore		
Tipo:	Folklore espiritual mental		
Subtipo:	Medicina popular		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Cuervo Arriba, Cuervo Abajo, Las Flores		
Distancia desde el área urbana	4 km 13.5 km 4 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>La extracción de Bálsamo es muy característico del municipio, la cual se realiza desde varias décadas atrás, siendo una actividad económica uno de los motivos de la realización; lo que lo hace particular es que la población asegura tener la forma artesanal más antigua para la obtención de la resina de bálsamo, además de darle valor agrado, dado que el bálsamo se procesa y se purifica para la elaboración productos derivados como shampoo, jabones, gotas medicinales aprovechando las propiedades curativas con las que cuenta; todos estos productos son elaborados artesanalmente, teniendo los turistas la oportunidad de presenciar el proceso. Es importante mencionar que en tiempos precolombinos fue considerada como la ciudad religiosa de la cordillera El Bálsamo.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>Si bien esta actividad representa mucho para los pobladores como una actividad económica; no se ha logrado aprovechar turísticamente dado el potencial que presenta.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>El ser una actividad de tradición desde hace décadas atrás, presenta una alta posibilidad turística, además el hecho de ser un recurso estratégico aumenta esa posibilidad.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>En capacitación técnica para los pobladores para aprovechar en su totalidad los productos derivados del bálsamo.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>Siendo los cantones Cuervo Arriba, Cuervo Abajo y Las Flores donde existe la mayor cantidad de árboles de bálsamo y siendo estos donde están la mayoría de recursos y atractivos turísticos hace que exista una relación muy directa con ellos.</p>			



Tabla 38. Ficha Poza El Letrero

RECURSO		POZA EL LETRERO	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Ríos y caída de agua		
Subtipo:	Riachuelo o arroyo		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Cuervo Abajo		
Distancia desde el área urbana	9 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Un lugar de abundante naturaleza, formado entre lajas y rocas en el Rio el Zonte, entre las características del atractivo es que el lugar posee potencial paisajístico dado la caminata que se realiza, observando una diversidad de árboles donde destaca el árbol de bálsamo y a la vez se observa como es la extracción de forma artesanal de la resina. De igual forma se aprecia la calidad de agua con la que cuenta el rio el Zonte, la flora y fauna. El letrero considerado un sitio arqueológico ubicado en la Finca Guadalupe, a 400 msnm, es un sitio arte rupestre el cual está conformado por una concentración de manifestaciones gráfico rupestres sobre una roca. Los petrograbados abarcan un área de 3m de largo y 2 m de alto, y presentan un estilo abstracto, destacando en su mayoría figuras geométricas; así como una concentración de cúpulas. Aunque en menor porcentaje, se lograron registrar figuras antropomorfas y zoomorfas. Sin embargo, el petrograbado más relevante es la representación estilizada de un Tláloc.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>El aprovechamiento es aceptable, si bien la mayoría de visitantes son locales; se ha podido dar a conocer el recurso logrando la visita de turistas.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>Dada la importancia cultural e histórica y la riqueza natural con la que cuenta el atractivo, se puede considerar con una alta posibilidad para la explotación turística a futuro, aprovechando que es uno de los atractivos de mayor renombre del municipio.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>Por las condiciones de accesibilidad del lugar al estar en una zona rural, las intervenciones de mayor necesidad, son en las vías de acceso y la respectiva señalización turística, pero la intervención de mayor relevancia sería un proyecto de mantenimiento y recuperación de roca con los letreros, pues se encuentra en mal estado debido a que las incisiones de los petrograbados han sido pintadas con tiza y algunos petrograbados presentan daños de fractura.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>El atractivo está muy relacionado con la extracción de bálsamo, actividad característica de la población de Chiltiupán.</p>			

Tabla 39. Ficha Poza Tres Chorros

ATRACTIVO		POZA TRES CHORROS	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Ríos y caída de agua		
Subtipo:	Riachuelo o arroyo		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Siberia		
Distancia desde el área urbana	15 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Una poza ubicada en el río El Zonte, con unas características peculiares dado que sobre la poza convergen 3 pequeñas cascadas, llamadas chorros por los lugareños, por sus caudales de agua cristalina; rodeada de mucha vegetación y con paisajismo que van desde la apreciación de montañas, así como de peñascos.</p> <p>Un lugar, amplio con una enorme roca a un para llegar al lugar es necesario transportarse con vehículo de doble tracción por las condiciones del terreno y luego emprender una pequeña caminata.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>El aprovechamiento es bueno, pues atrae turistas locales que han decidido hasta realizar pequeños reportajes del lugar.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>Por la impresionante naturaleza que posee y con características para realizar actividades extremas; posee una muy alta posibilidad de explotación turista, a esto agregando que es un recurso estratégico del municipio.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>La principal intervención son los caminos de acceso, así como la señalización turística y el poder desarrollar infraestructura para servicios básicos.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>El atractivo que está más relacionado es la cueva de Siberia.</p>			



Tabla 40. Ficha Cueva El Limón

ATRACTIVO		CUEVA EL LIMON	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Fenómenos cársticos		
Subtipo:	Cuevas		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Cuervo Abajo		
Distancia desde el área urbana	8 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Es una depresión del terreno producida por acción de la naturaleza, cueva el Limón es un lugar particular por sus dimensiones, por lo cual fue utilizada como vivienda o un refugio, algo que fue habitual en la prehistoria. Dentro la historia conocida por los pobladores de Chiltiupán se evidencia que personas la utilizaron como vivienda. Además por la zona donde está ubicada el paisajismo es característico del atractivo, siendo el cantón Cuervo Abajo de las zonas de mayor montaña del municipio, permitiendo la creación de senderos de recorrido y observar la conformación geológica.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>El aprovechamiento según la priorización es bueno, por estar ubicada en una finca permite un mayor control del atractivo.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>Por su importancia natural y su ubicación se considera con un atractivo con una alta posibilidad de explotación turística.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>Por las condiciones de accesibilidad del lugar al estar en una zona rural, las intervenciones de mayor necesidad, son en las vías de acceso y la respectiva señalización turística</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>El atractivo está muy relacionado con otros atractivos pues el cantón Cuervo Abajo tiene una variedad atractivos como pozas, cascadas.</p>			

Tabla 41. Ficha Cueva Los Ladrones


RECURSO		CUEVA LOS LADRONES	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Fenómenos cársticos		
Subtipo:	Cuevas		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Las Flores		
Distancia desde el área urbana	4 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Es una depresión del terreno producida por acción de la naturaleza, con la característica de tener una enorme roca a orilla de la carretera, ideal para observar el océano pacífico, así como la cordillera El Bálsamo, además cuenta con bonito mirador. Llamada cuevas los ladrones por una historia propia del municipio, pero en la actualidad suele llamarse cueva el mirador o simplemente el mirador.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>El aprovechamiento según la priorización es muy bueno, por ser estar en una ubicación estratégica por estar en la entrada al municipio.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>Por su importancia estratégica de la ubicación, con una alta posibilidad de explotación turística dado que es un recurso estratégico</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>Estando a orilla de la carretera el acceso es muy bueno, no así la señalización e infraestructura por lo cual es importante priorizar en ellas.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>El atractivo no se relaciona en si con otros atractivos o recursos de forma directa, esto porque la mayoría de los atractivos están en zonas rurales.</p>			

Tabla 42. Ficha Parroquia Santo Domingo

ATRACTIVO		PARROQUIA SANTO DOMINGO	Jerarquía
Categoría:	Manifestaciones culturales		
Tipo:	Arquitectura y espacios urbanos.		
Subtipo:	Iglesias		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Barrio	Santo Domingo		
Distancia desde el área urbana	---		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Construida sobre un antiguo cementerio indígena, la Iglesia de Santo Domingo de Guzmán, desde su construcción ha sufrido tres modificaciones, de la estructura original se tiene conocimiento ser pequeña y de madera proveniente de la cordillera. Luego con la llegada de las Hermanas Dominicanas de la Anunciata en 1973 se realizó la segunda modificación, se termina de construir en 1976. Cuenta con una torre de 20 m que sirve como campanario. Y la última modificación se da a causa de los terremotos del 2001. En las instalaciones el paisajismo que se puede apreciar incluye el océano pacífico y parte de la zona montañosa, pero siendo el turismo religioso lo principal del atractivo.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>El aprovechamiento según la priorización es de los atractivos que mayor aprovechamiento posee, teniendo muchas visitas por parte de turistas.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>Dada la importancia que representa para la población, es un atractivo que puede tener una alta posibilidad de explotación turística, a pesar que se tiene un buen aprovechamiento.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>Por las características que poseen la infraestructura vial del municipio será importante buscar alternativas para parqueo de los visitantes dado que las calles son muy pequeñas, además es de realizar mejorar en servicios.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>La iglesia por encontrarse en el área urbana está en relación con atractivos como el parque municipal, además es un buen punto de reunión para visitar los atractivos del municipio.</p>			

Tabla 43. Ficha Fiestas Patronales

RECURSO		FIESTAS PATRONALES	Jerarquía
Categoría:	Acontecimientos programados		
Tipo:	Artísticos		
Subtipo:	Fiestas populares y religiosas		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Las fiestas patronales de Chiltiupán se celebran en honor a San Marcos Evangelista del 18 al 25 de abril de cada año. La celebración está a cargo de la alcaldía municipal y organizada por medio de un comité de festejos. Suele dar inicio con colorido desfile bufo; también llamado desfile del correo donde jóvenes de la localidad ponen su mayor esfuerzo en desarrollado en atractivos atuendos; también se desarrolla una actividad dedicada a la niñez con quiebra de piñatas y repartición de juguetes; además se elige a la reina Miss Chiquitita. También se realizan tradicionales carreras de cinta. El 24 de abril suele desarrollarse una alborada a las 3:00 am; se realiza la tradicional actividad del palo encebado con premio en efectivo, por la noche se realiza quema de pólvora y el baile tradicional. El 25 de abril es dedicado para las actividades religiosas de la iglesia católica, se realiza la misa en honor a San Marcos Evangelista, se realizan bautizos, casamientos.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>El ser festividades de mucha tradición tiene un aprovechamiento muy bueno para el municipio, pues muchos de las personas que no residen en el municipio regresan a su tierra para poder disfrutar de las tradiciones, así como turistas de otros municipios. Además es una buena forma de dar a conocer sus costumbres y tradiciones</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>El contar con muchas tradiciones e historia propia como municipio permite poder tener una alta posibilidad de una explotación turística, pues son festividades estratégicas de municipio.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>La principal intervención sería enriquecer de más aspectos culturales e históricos las fiestas que permitan potenciar la cultura de la población.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>Debido que esta festividad tiene un potencial muy alto para atraer turistas estos se pueden relacionar con la mayoría de recursos y atractivos, así poder desarrollar turismo interno.</p>			

Tabla 44. Ficha Túnel de La Litoral


RECURSO		TUNEL DE LA LITORAL	Jerarquía
Categoría:	Realizaciones técnicas científicas		
Tipo:	Obras de ingeniería		
Subtipo:	Túneles		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Taquillo		
Distancia desde el área urbana	14 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Los túneles de carretera son obras de ingeniería colosales, una de las grandes conquistas del hombre en su afán por conquistar y dominar la naturaleza. La carretera del Litoral es desde hace mucho tiempo una de las más importantes vías para atravesar de Poniente a Oriente y viceversa El Salvador. Por lo cual el poseer dentro de su territorio un túnel de carretera, hace formar parte de la historia de El Salvador, es aspectos de ingeniería debido a la época y las condiciones en que fue construida la obra. Chiltiupán posee un túnel de 332 metros de longitud, siendo el primer túnel de la carretera, el cual su construcción inicio en el año 1950 y su inauguración fue en 1959.</p> <p>Esta obra por estar uno de los lugares con una parte de la costa salvadoreña más rica en diversidad de naturaleza le permite al turista disfrutar de espectaculares paisajes donde se aprecian acantilados, una zona montañosa con variedad de flora, así como una impresionante vista al océano pacífico.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>En la actualidad en materia turística el aprovechamiento es muy bajo, pues a pesar de las condiciones con las que cuenta, no se ha logrado generar condiciones atractivas para los turistas.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>Conociendo la riqueza histórica y la majestuosidad de la obra y generando condiciones atractivas, existe una alta posibilidad de explotación turística.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>La principal intervención debería de ser en infraestructura que lo vuelva no solo un lugar de paso, si no que permita la estadía en el lugar, es importante una intervención en materia de seguridad, debido a estar en una carretera genera desconfianza a las personas.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>El túnel 1 de la Litoral tiene una fuerte relación con las playas de Chiltiupán por la cercanía, además se encuentra en una de las principales vías de acceso para el municipio.</p>			



Tabla 45. Ficha Cascada Santa Elena

RECURSO		CASCADA SANTA ELENA	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Caídas de agua		
Subtipo:	Cataratas o cascadas		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Entre Cuervo Arriba y Cuervo Abajo		
Distancia desde el área urbana	5 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Sobre el río el Zonte, entre los límites de los Cantones Cuervo Arriba y Cuervo Abajo se encuentra ubicada la Cascada Santa Elena, un lugar muy significativo para el municipio, no solamente por la riqueza natural de flora y fauna, que permite un paisajismo espectacular permitiendo la visualización de peñascos, sino que además es la donde se obtiene un agua el agua potable del municipio que es distribuida por la ANDA, por lo que es muy importante no solo turísticamente.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>Según la priorización el aprovechamiento es normal, dado que se reciben turistas y por el tipo de recurso puede atraer turistas que no pertenezcan a un segmento de mercado definido.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>El atraer turistas que no pertenezcan a un mercado turístico definido, permite una alta posibilidad de explotación turística; además el ser considerado como un recurso estratégico para ser desarrollado en el corto plazo.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>Las principales intervenciones deberán ser en vías de acceso, especialmente en el mejoramiento de las calles, además de la señalización turística, así como en infraestructura para servicios básicos.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>Estar entre los cantones Cuervo Abajo y Cuervo Arriba permite tener relación con otros atractivos, como Poza de Pablo Alas, Poza el Tecolote, Poza la Golondrina.</p>			

Tabla 46. Ficha cascada las golondrinas

RECURSO		CASCADA LAS GOLONDRINAS	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Caídas de agua		
Subtipo:	Cataratas o cascadas		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Siberia		
Distancia desde el área urbana	10 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Ubicada sobre el río El Zonte, en medio de una impresionante naturaleza donde el paisajismo es muy característico, ideal para desarrollar senderismo con un grado de dificultad alto, pues por las condiciones del terreno hay que llegar por medio de riberas del río, pero una actividad muy satisfactoria. Además se puede observar el encuentro de otros ríos en lugar así como una serie de pozas donde disfrutar, siendo un lugar atractivo singular para el municipio.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>A pesar de ser un atractivo con abundante riqueza natural el aprovechamiento turístico, en base a la priorización es considerado normal, pero ha tenido la visita de muchos turistas.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>Por las características del atractivo, se puede considerar un atractivo con potencial alto para ser desarrollado en el mediano plazo.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>Las intervenciones deberán realizarse en vías de acceso, señalización turística, así como en infraestructura para servicios básicos.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>Estas cascadas tiene como recurso relacionado la poza Tres Chorros.</p>			

Tabla 47. Ficha Poza El Tecolote

RECURSOS		POZA EL TECOLOTE	Jerarquía	
Categoría:	Sitios naturales			
Tipo:	Ríos y caída de agua			
Subtipo:	Riachuelo o arroyo			
<b>UBICACIÓN:</b>				
Departamento	La Libertad			
Municipio	Chiltiupán			
Cantón	Cuervo Arriba			
Distancia desde el área urbana	2.5 km			
DESCRIPCION DEL RECURSO				
<p>En el Caserío el Progreso, sobre el río El Tecolote en una ambiente de mucha naturaleza, rodeado de montaña, peñascos, mesetas y características para realizar senderismo y convivir con la vida rural del municipio, además observar el paisajismo característico del lugar.</p>				
<p><b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b> Basado en la priorización se considera como un atractivo con un aprovechamiento bueno, que motiva al turista local.</p>				
<p><b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b> Por estar en una comunidad y el poder realizar varias actividades se considera con una alta posibilidad de una explotación en el mediano plazo.</p>				
<p><b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b> Las intervenciones se centran en mejoramiento de accesos, señalización turística e infraestructura para servicios básicos.</p>				
<p><b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b> El estar ubicado en el cantón Cuervo Arriba le permite tener relación con los siguientes atractivos; Cascada Santa Elena, Poza de Pablo Alas, Extracción de Bálsamo.</p>				



Tabla 48. Ficha Pueblo Viejo

RECURSO		PUEBLO VIEJO	Jerarquía
Categoría:	Patrimonio urbano arquitectónico		
Tipo:	Asentamientos humanos y arquitectura viva		
Subtipo:	Lugares de interés histórico		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Santa Marta		
Distancia desde el área urbana	20 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Pueblo viejo se ha convertido en un sitio histórico y cultural para Chiltiupán debido a que es el lugar del primer asentamiento humano de los pipiles, donde en la actualidad se pueden apreciar vestigios, dando lugar a la conservación de algunos objetos de barro. Se dice; según pobladores, que se puede apreciar en el lugar una imagen de San Antonio del Monte.</p> <p>Un destino con áreas de abundante vegetación donde se pueden apreciar diversidad de fauna, pero ya el pueblo viejo es un área de tierra árida, el cual fue motivo según la historia de buscar un mejor lugar para el pueblo, debido a la escasez de agua, para llegar hay que pasar por caminos pedregosos y por senderos, lo cual lo vuelve un viaje agotador. Además es un lugar con una gran cantidad de leyendas propias del lugar.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>A pesar del gran potencial histórico y cultural es de los recursos con menor aprovechamiento turístico del municipio, convirtiéndose en un recurso sin diferenciación actualmente.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>El ser un recurso sin diferenciación y debido a que necesita una alta inversión para poder desarrollarlo, lo vuelve un recurso con baja posibilidad de explotación turística.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>Debido a las condiciones de infraestructura, el mejorar los accesos como calles y senderos, así proyectos que se enfoque en la conservación de los vestigios que aún se encuentran, serían las intervenciones a realizar de mayor relevancia.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>Pueblo viejo por la distancia los diferentes atractivos no tienen relación con más recursos o atractivos.</p>			

Tabla 49. Ficha Cerro Malacate


ATRACTIVO		CERRO MALACATE	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Montañas y cordilleras		
Subtipo:	Lomas o colinas		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Shutia		
Distancia desde el área urbana	20 Km		
DESCRIPCION DEL RECURSO			
<p>Este cerro es una de las elevaciones con más arraigo cultural para el Municipio de Chiltiupán. La mayoría de personas consultadas aseguran que las historias sobre el cerro vienen desde los tiempos en que el Pueblo Viejo era considerado en centro de Chiltiupán una de las creencias que mitifican la existencia del cerro es que está encantado para proteger los tesoros que esconde en él. Se dice que es difícil de escalar tal cerro completamente pocas personas llegan a la cima. Algunas versiones aseguran que este tipo de maleficios es para ahuyentar a la gente del cerro eran orquestados por brujos que encontraban refugio en el cerro. Este cerró está situado, a varias horas de la carretera principal, con una altitud de 206 metros y puede ser observado desde ciertos puntos del casco urbano en dirección poniente, limita al suroeste con Jicalapa y al oeste con la Loma del Bautisterio.</p>			
<p><b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>                      Por lo retirado que se encuentra y las altas temperatura, es un recurso que tiene un aprovechamiento muy bajo, además lo difícil de escalar no tiene una gran cantidad de turistas interesados.</p>			
<p><b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>                      La posibilidad de explotación se vuelve es baja a pesar que tiene un potencial cultural, es necesario una inversión elevada para su desarrollo.</p>			
<p><b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>                      La principal intervención sería accesos en mejores condiciones así como señalización turística.</p>			
<p><b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>                      Por aspectos históricos y culturales además por cercanía es Pueblo Viejo el recurso con mayor relación.</p>			

Tabla 50. Ficha Poza La Golondrina


RECURSO		POZA LA GOLONDRINA	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Ríos y caída de agua		
Subtipo:	Riachuelo o arroyo		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Cuervo Abajo		
Distancia desde el área urbana	6 km		
DESCRIPCION DEL RECURSO			
<p>Ubicado en el río El Zonte donde se aprecia agua cristalina, rodeado de abundante naturaleza con un majestuoso paisajismo, así como la apreciación de peñascos, por las condiciones es ideal para realizar senderismo, además se puede apreciar pobladores cerca de sus riberas, permitiendo un turismo rural más vivencial.</p>			
<p><b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b> Según la priorización el aprovechamiento es aceptable, dado que se reciben turistas de diferentes lugares.</p>			
<p><b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b> Por las características y los tipos de turismo que se pueden realizar, tiene una alta posibilidad de explotación turística, además la cercanía al área urbana permite una mayor explotación.</p>			
<p><b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b> Las principales intervenciones deberán ser en vías de acceso, especialmente en el mejoramiento de las calles, además de la señalización turística, así como en infraestructura para servicios básicos.</p>			
<p><b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b> El estará ubicado en el cantón Cuervo Abajo siendo este uno de los cantones con mayor cantidad de atractivos por lo cual tiene relación con los siguientes atractivos, poza de Pablo Alas, Cascada Santa Elena y Cueva el Limón.</p>			

Tabla 51. Ficha Poza de Pablo Alas

RECURSO		POZA DE PABLO ALAS O EL TIGRE	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Ríos y caída de agua		
Subtipo:	Riachuelo o arroyo		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Entre Cuervo Arriba y Cuervo Abajo		
Distancia desde el área urbana	7 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>En el rio El Zonte con agua cristalina, rodeado de abundante flora y fauna, se puede disfrutar de paisajismo, como imponentes peñascos, a pesar que sufrió derrumbamientos debido a los terremotos del 2001, se puede disfrutar de un gratificante senderismo por áreas verdes.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>Por la ubicación se tiene un aprovechamiento bueno, que motiva turistas locales.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>Por el tipo de turismo y la experiencia que se puede disfrutar, se considera un atractivo con buena posibilidad de explotación turística en el largo plazo.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>Las intervenciones principales deberán ser en vías de acceso, además de la señalización turística, así como en infraestructura para servicios básicos.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>El estará ubicado entre el cantón Cuervo Arriba y Cuervo Abajo, estando en ellos una buena cantidad de atractivos y recursos por lo cual tiene relación con los siguientes atractivos, poza La Golondrina, Cascada Santa Elena y Extracción de Bálsamo</p>			

Tabla 52. Ficha Cascada los Números

RECURSOS		CASCADA LOS NUMEROS	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Caídas de agua		
Subtipo:	Cataratas o cascadas		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Cuervo Abajo		
Distancia desde el área urbana	6 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Ubicada en rio Los Números, según su historia un señor de las riberas del rio decidió grabar números en la zona, y es de allí de donde proviene el nombre del rio; para llegar al destino es necesario realizar una caminata de unos 30 minutos por senderos en medio zonas montañosas, siendo muy característico de la zona la vistosidad de magueyes montañoses, además de abundante flora y fauna, siendo un lugar donde se aprecian torogoces y con un poco de suerte se podrán ver venados.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>Tomando de base la priorización de recursos el grado de aprovechamiento es considerado normal, pero ha tenido la visita de turistas locales.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>Siendo las cascadas recursos que atraen turistas, incluso sin que estos pertenezcan a un segmento definido se tiene una posibilidad alta de explotación turística.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>Las intervenciones necesarias son vías de acceso, señalización turística, así como en infraestructura para servicios básicos.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>Estas cascadas tienen como recurso relacionado, poza El Letrero, Cueva El Limón, Cascada Santa Elena, Poza La Golondrina. Poza de Pablo Alas y la extracción del bálsamo.</p>			



Tabla 53. Ficha Cueva del Amor

RECURSOS		CUEVA DEL AMOR	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Fenómenos cársticos		
Subtipo:	Cuevas		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	El Zonte		
Distancia desde el área urbana	13 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Ubicado en la playa El Zonte, formada en la parte inferior del acantilado pero se logra apreciar y disfrutar de ella cuando baja la marea debido a que se llena por completo cuando esta es alta, lo cual se vuelve aún más atractiva a la playa en sí.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
<p>Por la ubicación en un recurso de mucha importancia es un atractivo con un alto nivel de aprovechamiento.</p>			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
<p>Por la ubicación a pesar de tener una fuerte explotación, aun se puede mejorar no solo promocionando la playa, si no darle un mayor realce.</p>			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
<p>El estar ubicada en la playa el zonte, para un mayor aprovechamiento de este recurso se debe realizar en las vías de acceso a la playa, así como en servicios básicos como agua potable.</p>			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
<p>El atractivo se relaciona con la playa el Zonte de manera directa y con las demás playas del municipio.</p>			

Tabla 54. Ficha Cascada los Cuyos

RECURSO		CASCADA LOS CUYOS	Jerarquía
Categoría:	Sitios naturales		
Tipo:	Caídas de agua		
Subtipo:	Cataratas o cascadas		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Santa Lucia		
Distancia desde el área urbana	7 km		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>			
<p>Ubicada sobre el rio Cuyo, en Valle Nuevo se encuentra una pequeña cascada rodeada de mucha vegetación ideal para realizar senderismo de montaña, disfrutar de un bello paisajismo, la zona fue cafetalera durante mucho tiempo. El nombre de Cuyo es debido a que hace mucho tiempo se escuchaba un sonido muy peculiar, realizado por una animal de nombre cuyo.</p>			
<b>GRADO DE APROVECHAMIENTO ACTUAL</b>			
Actualmente posee un buen aprovechamiento turístico.			
<b>POSIBILIDAD DE EXPLOTACION TURISTICA</b>			
Por ser considerado un atractivo estratégico y esto agregar que las cascadas atraen una muy buena cantidad de turistas, lo cual tiene una gran posibilidad de explotación turística.			
<b>INTERVENCIONES NECESARIAS PARA SU APROVECHAMIENTO TURISTICO</b>			
Las intervenciones deberán realizarse en vías de acceso, señalización turística, así como en infraestructura para servicios básicos.			
<b>RELACION CON OTROS RECURSOS</b>			
Estas cascadas tiene relación con los recursos del cantón Cuervo Abajo, debido a su cercanía			

## 5. Jerarquización: evaluación de los atractivos

Una vez realizado el llenado de la ficha con la identificación del atractivo, es importante proceder a la jerarquización de los atractivos, para lo cual se tiene una metodología y ficha específica elaborada para tal efecto.

Previamente a la jerarquización se evalúan los atractivos o recursos para establecer su interés turístico, sobre bases objetivas y comparables, que permitan asignar la correspondiente jerarquía. Para lo cual es necesario definir variables y factores que serán evaluados en base a apreciaciones personales por el grupo de trabajo; para ello se procede a hallar el “valor medio” de las cifras obtenidas para cada factor, esto mediante la suma horizontal de dichas cifras y ese resultado se divide entre el número de personas evaluadoras.

### a) Definición de variables y factores

Para la evaluación y posterior jerarquización es necesario definir las variables con sus respectivos factores que nos permitan obtener una evaluación objetiva, a continuación, se describen brevemente estas variables con los factores:

**a) Calidad:** Expresa la característica belleza y poder de atracción que tiene un atractivo y/o recurso.

- **El valor intrínseco:** Significa el valor en sí del atractivo de acuerdo a su naturaleza, es decir que es inherente a él (natural, cultural, científico, artístico, etc.)
- **El valor extrínseco:** es el valor del atractivo vinculado a su magnitud, majestuosidad, monumentalidad
- **El entorno:** Se refiere al ambiente físico, biológico y socio-cultural que rodea al atractivo, el mismo que es susceptible a mejoramiento.
- **El estado de conservación:** significa el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo tanto desde el punto de vista de su situación original como a partir de posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del atractivo.
- **Diversidad de actividades que pueden practicarse:** son las condiciones que tiene un atractivo y que son susceptibles a ser aprovechadas para la realización y práctica de diversas actividades recreacionales, culturales, etc.

**b) Apoyo:** son las condiciones de infraestructura básica y turística, accesos y servicios que complementan el atractivo para contribuir a su difusión y puesta efectiva en el mercado.

- **El acceso:** es la infraestructura, medios de comunicación y de transporte, y la calidad de los mismos, que permitan la llegada al atractivo.
- **Los servicios:** comprenden tanto la infraestructura y equipamiento básico como agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, atención médica, comunicaciones, etc. Y las facilidades turísticas como alojamiento, alimentación, etc.



- **Asociación con otros atractivos:** permite medir el grado de complementariedad de un atractivo con otros afines o no, hecho que determina la creación de circuitos turísticos y su promoción en el mercado.
- c) **Significado:** es la importancia o relevancia de un atractivo en función del área territorial donde es conocido y divulgado.
- **Local:** grado de reconocimiento del atractivo del área municipal
  - **Regional:** grado de reconocimiento del atractivo de un área de uno o más departamentos.
  - **Nacional:** grado de reconocimiento del atractivo dentro del país.
  - **Internacional:** grado de reconocimiento que está más allá de las fronteras.
- d) **Valor del recurso para la comunidad local:** significa el valor que representa para el municipio en particular

b) Diseño de ficha de jerarquización

Tabla 55. Ficha de Jerarquización

Nombre del atractivo:						
Categoría:						
Jerarquía:						
Variables	Puntaje	Puntaje asignado				Valor medio
Calidad del atractivo turístico	40	Eval. No. 1	Eval. No. 2	Eval. No. 3	Eval. No. 4	
Valor intrínseco	10					
Valor extrínseco	10					
Entorno	8					
Grado de conservación	7					
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5					
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12					
Servicios	12					
Asociación con otros atractivos	6					
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4					
Local	0					
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7					
Medio	3					
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>					

Los resultados se tabulan con la tabla de jerarquización que es la última instancia y es la que otorga el rango del atractivo.

*Tabla 56. Intervalos de jerarquización*

INTERVALOS	JERARQUIZACION
1-21	I
22-41	II
42-61	III
62-81	IV
80-100	V

**Intervalos:** son los espacios numéricos en los que se debe ubicar el puntaje obtenido de la sumatoria final de la ficha de evaluación.

**Jerarquía:** es la calificación o grado final obtenido por el atractivo turístico al finalizar el proceso de evaluación y se denomina de mayor a menor jerarquía V, IV, III, II, I.

- **Jerarquía V:** atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país o de algún mercado específico.
- **Jerarquía IV:** atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de la jerarquía V, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos cercanos.
- **Jerarquía III:** atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales).
- **Jerarquía II:** atractivos con un radio de influencia mayor pero no lo suficiente para motivar por sí solos al viaje turístico, funcionan si se complementan con otros de mayor jerarquía, implican pernocte en forma excepcional.

**Jerarquía I:** atractivos sin méritos, que por sus atributos sólo son conocidos a nivel local, o implica pernocte. Pueden complementarse con atractivos turísticos de mayor jerarquía.

c) Jerarquización de atractivos de Chiltiupán

Llenada la ficha mediante la evaluación cada uno de los atractivos considerados, se obtiene la siguiente jerarquización, en base a la metodología propuesta por OEA-CICATUR.

*Tabla 57. Jerarquización de Atractivos de Chiltiupán*

<b>ATRACTIVO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>JERARQUIA</b>
Playa El Zonte	85,75	V
Cueva del Amor	71	IV
Extracción de Bálsamo	69	IV
Fiestas Patronales	65,25	IV
Túnel de la Litoral	65,25	IV
Parroquia Santo Domingo	63,75	IV
Playa km 59	56,75	III
Poza Tres Chorros	56,75	III
Cascadas Las Golondrinas	53,25	III
Cueva Los Ladrones	53	III
Cascada Santa Elena	51	III
Cascada Los Números	48,75	III
Pueblo Viejo	48	III
Poza El Letrero	47,25	III
Cerro Malacate	47,25	III
Cascada Los Cuyos	46,75	III
Cueva El Limón	46,75	III
Poza La Golondrina	45,25	III
Poza Pablo Alas	42,75	II
Poza El Tecolote	40,75	II

En la jerarquización obtenida destaca únicamente Playa El Zonte como recurso con la jerarquía más alta esto porque en la actualidad es el único recurso que tiene un gran significado en el mercado internacional, pero también destacan cinco recursos o atractivos con jerarquía IV los cuales tienen potencial de visitantes del mercado interno o externo pero en menor porcentaje que los de la jerarquía V, también se posicionan once atractivos con jerarquía III capaces de atraer turistas locales, ideales para promocionar turismo interno y por último se encuentran se encuentra dos atractivos dentro de la categoría II los cuales por sus características poseen influencias pero no son capaces de generar en el turista el deseo de viajar.

Se presentan los resultados en las tablas siguientes, la jerarquización para cada uno de los atractivos o recursos con vocación turística de Chiltiupán

Tabla 58. Jerarquización Playa El Zonte


<b>Nombre del atractivo:</b>						
Playa El Zonte						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
V						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	8	9	8	8	8,25
Valor extrínseco	10	8	8	7	9	8
Entorno	8	7	7	7	8	7,25
Grado de conservación	7	7	7	6	7	6,75
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	4	5	3	4	4
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	11	11	10	10	10,5
Servicios	12	10	9	11	11	10,25
Asociación con otros atractivos	6	4	5	3	3	3,75
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10	20	20	20	20	20
Nacional	6					
Regional	4					
Local	0					
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7	7	7	7	7	7
Medio	3					
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>86</b>	<b>88</b>	<b>82</b>	<b>87</b>	<b>85,75</b>

Tabla 59. Jerarquización Playa km 59

<b>Nombre del atractivo:</b>						
Playa km 59 o Playa Shutia						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
III						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	7	6	7	6	6,5
Valor extrínseco	10	7	7	7	7	7
Entorno	8	7	6	6	5	6
Grado de conservación	7	6	4	5	5	5
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	4	3	2	3	3
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	9	9	10	7	8,75
Servicios	12	9	7	8	6	7,5
Asociación con otros atractivos	6	4	5	3	4	4
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6				12	12
Regional	4	4	4	4		
Local	0					
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7					
Medio	3	3	3	3	3	3
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	60	54	55	58	<b>56,75</b>

Tabla 60. Jerarquización Extracción de Bálsamo


<b>Nombre del atractivo:</b>						
Extracción de Bálsamo						
<b>Categoría:</b>						
Etnografía y folklore						
<b>Jerarquía:</b>						
IV						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	9	8	8	9	8,5
Valor extrínseco	10	8	7	8	9	8
Entorno	8	7	7	7	8	7,25
Grado de conservación	7	7	6	7	6	6,5
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	3	3	3	2	2,75
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	8	8	9	9	8,5
Servicios	12	6	4	5	5	5
Asociación con otros atractivos	6	3	2	4	5	3,5
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6	12	12	12	12	12
Regional	4					
Local	0					
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7	7	7	7	7	7
Medio	3					
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>64</b>	<b>70</b>	<b>72</b>	<b>69</b>

Tabla 61. Jerarquización Poza El Letrero


<b>Nombre del atractivo:</b>						
Poza El Letrero						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
III						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	7	9	8	9	8,25
Valor extrínseco	10	8	7	8	8	7,75
Entorno	8	6	6	5	7	6
Grado de conservación	7	6	6	5	4	5,25
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	3	2	3	3	2,75
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	4	4	3	6	4,25
Servicios	12	5	2	3	3	3,25
Asociación con otros atractivos	6	3	4	3	4	3,5
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4	4	4	4	4	4
Local	0					
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>		1			
Alto	7					
Medio	3	3	3	3		3
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	49	47	45	48	<b>47,25</b>

Tabla 62. Jerarquización Poza Tres Chorros

Nombre del atractivo						
Poza Tres Chorros						
Categoría:						
Sitios Naturales						
Jerarquía:						
III						
Variables	Puntaje	Puntaje asignado				Valor medio
Calidad del atractivo turístico	40	Eval. No.1	Eval. No.2	Eval. No.3	Eval. No.4	
Valor intrínseco	10	9	9	9	8	8,75
Valor extrínseco	10	9	9	8	9	8,75
Entorno	8	5	6	5	6	5,5
Grado de conservación	7	6	7	6	5	6
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	4	4	4	4	4
Apoyo	30					
Acceso	12	7	8	6	5	6,5
Servicios	12	5	4	5	4	4,5
Asociación con otros atractivos	6	3	5	4	3	3,75
Significado	20					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4	4	4	4	4	4
Local	0					
Valor del recurso para la comunidad local	10					
Alto	7	7	7			7
Medio	3			3	3	3
Ninguno	0					
TOTAL	100	59	63	54	51	56,75



Tabla 63. Jerarquización Cueva El Limón

<b>Nombre del atractivo:</b>						
Cueva El Limón						
<b>Categoría:</b>						
Cueva El Limón						
<b>Jerarquía:</b>						
III						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	8	6	8	6	7
Valor extrínseco	10	7	6	8	8	7,25
Entorno	8	5	4	6	7	5,5
Grado de conservación	7	6	6	6	6	6
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	3	3	3	3	3
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	5	6	7	8	6,5
Servicios	12	4	3	3	4	3,5
Asociación con otros atractivos	6	4	4	3	5	4
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4					
Local	0	0	0	0	0	0
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7			7		7
Medio	3	3	3		3	3
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>41</b>	<b>51</b>	<b>50</b>	<b>46,75</b>

Tabla 64. Jerarquización Cueva Los Ladrones


<b>Nombre del atractivo:</b>						
Cueva Los Ladrones						
<b>Categoría:</b>						
Sitos Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
III						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	8	7	9	8	8
Valor extrínseco	10	8	7	9	7	7,75
Entorno	8	5	5	6	6	5,5
Grado de conservación	7	5	5	6	5	5,25
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	3	3	4	2	3
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	10	9	11	10	10
Servicios	12	5	7	5	3	5
Asociación con otros atractivos	6	4	6	4	4	4,5
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4					
Local	0	0	0	0	0	0
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7			7		7
Medio	3	3	3		3	3
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>51</b>	<b>52</b>	<b>61</b>	<b>48</b>	<b>53</b>

Tabla 65. Jerarquización Parroquia Santo Domingo


<b>Nombre del atractivo:</b>							
Parroquia Santo Domingo							
<b>Categoría:</b>							
Manifestaciones Culturales							
<b>Jerarquía:</b>							
IV							
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>	
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>		
Valor intrínseco	10	8	8	9	10	8,75	
Valor extrínseco	10	9	7	8	9	8,25	
Entorno	8	6	6	5	7	6	
Grado de conservación	7	7	6	6	6	6,25	
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	2	2	3	2	2,25	
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>						
Acceso	12	11	10	11	10	10,5	
Servicios	12	7	8	7	9	7,75	
Asociación con otros atractivos	6	4	4	3	5	4	
<b>Significado</b>	<b>20</b>						
Internacional	10						
Nacional	6						
Regional	4	4	4	4	4	4	
Local	0						
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>						
Alto	7	7	7		7	7	
Medio	3			3		3	
Ninguno	0						
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>65</b>	<b>62</b>	<b>59</b>	<b>69</b>	<b>63,75</b>	

Tabla 66. Jerarquización Fiestas Patronales

Nombre del atractivo:						
Fiestas Patronales						
Categoría:						
Acontecimientos programados						
Jerarquía:						
IV						
Variables	Puntaje	Puntaje asignado				Valor medio
Calidad del atractivo turístico	40	Eval. No.1	Eval. No.2	Eval. No.3	Eval. No.4	
Valor intrínseco	10	8	8	7	9	8
Valor extrínseco	10	8	8	7	7	7,5
Entorno	8	6	6	5	5	5,5
Grado de conservación	7	6	6	7	6	6,25
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	4	4	4	4	4
Apoyo	30					
Acceso	12	11	11	10	10	10,5
Servicios	12	9	9	8	9	8,75
Asociación con otros atractivos	6	4	4	3	4	3,75
Significado	20					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4	4	4	4	4	4
Local	0					
Valor del recurso para la comunidad local	10					
Alto	7	7	7	7	7	7
Medio	3					
Ninguno	0					
TOTAL	100	67	67	62	65	65,25

Tabla 67. Jerarquización Túnel de La Litoral


<b>Nombre del atractivo:</b>						
Túnel de la Litoral						
<b>Categoría:</b>						
Realizaciones Técnicas Científicas						
<b>Jerarquía:</b>						
IV						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	7	6	8	9	7,5
Valor extrínseco	10	7	8	8	8	7,75
Entorno	8	5	5	6	6	5,5
Grado de conservación	7	7	7	6	6	6,5
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	3	2	2	2	2,25
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	11	11	12	10	11
Servicios	12	8	7	6	5	6,5
Asociación con otros atractivos	6	4	4	3	2	3,25
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6	12		12	12	12
Regional	4		4			4
Local	0					
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7	7			7	7
Medio	3		3	3		3
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>71</b>	<b>57</b>	<b>66</b>	<b>67</b>	<b>65,25</b>

Tabla 68. Jerarquización Cascada Santa Elena

<b>Nombre del atractivo:</b>						
Cascada Santa Elena						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
III						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	8	9	8	9	8,5
Valor extrínseco	10	7	9	8	8	8
Entorno	8	5	6	6	7	6
Grado de conservación	7	6	5	6	7	6
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	3	3	3	3	3
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	5	6	6	6	5,75
Servicios	12	5	4	5	4	4,5
Asociación con otros atractivos	6	3	5	4	5	4,25
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4				4	4
Local	0	0	0	0		0
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7				7	7
Medio	3	3	3	3		3
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>50</b>	<b>49</b>	<b>60</b>	<b>51</b>

Tabla 69. Jerarquización Cascada Las Golondrinas


<b>Nombre del atractivo:</b>						
Cascadas Las Golondrinas						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
III						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	8	8	9	8	8,25
Valor extrínseco	10	8	9	9	7	8,25
Entorno	8	7	6	6	6	6,25
Grado de conservación	7	6	5	6	5	5,5
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	4	3	3	4	3,5
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	6	6	7	6	6,25
Servicios	12	5	4	5	5	4,75
Asociación con otros atractivos	6	5	5	4	4	4,5
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4			4	4	4
Local	0	0	0			0
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7			7		7
Medio	3	3	3		3	3
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>52</b>	<b>49</b>	<b>60</b>	<b>52</b>	<b>53,25</b>

Tabla 70. Jerarquización Poza El Tecolote

<b>Nombre del atractivo:</b>						
Poza El Tecolote						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
II						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	8	7	7	6	7
Valor extrínseco	10	7	8	7	4	6,5
Entorno	8	5	4	6	5	5
Grado de conservación	7	6	4	5	5	5
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	4	3	3	3	3,25
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	5	5	6	4	5
Servicios	12	3	3	5	3	3,5
Asociación con otros atractivos	6	3	4	3	3	3,25
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4					
Local	0	0	0	0	0	0
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7					
Medio	3	3	3	3		3
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>41</b>	<b>45</b>	<b>33</b>	<b>40,75</b>



Tabla 71. Jerarquización Pueblo Viejo

<b>Nombre del atractivo:</b>						
Pueblo Viejo						
<b>Categoría:</b>						
Patrimonio urbano arquitectónico						
<b>Jerarquía:</b>						
III						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	8	8	8	8	8
Valor extrínseco	10	8	8	7	7	7,5
Entorno	8	7	4	5	5	5,25
Grado de conservación	7	6	4	5	4	4,75
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	3	2	3	2	2,5
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	5	5	4	3	4,25
Servicios	12	5	4	4	3	4
Asociación con otros atractivos	6	3	2	3	3	2,75
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4	4	4	4	4	4
Local	0					
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7	7	7			7
Medio	3			3	3	3
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>56</b>	<b>48</b>	<b>46</b>	<b>42</b>	<b>48</b>

Tabla 72. Jerarquización Cerro Malacate


<b>Nombre del atractivo:</b>						
Cerro Malacate						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
III						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	7	7	8	6	7
Valor extrínseco	10	8	8	8	7	7,75
Entorno	8	7	6	5	6	6
Grado de conservación	7	6	5	5	5	5,25
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	3	4	3	3	3,25
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	5	6	5	4	5
Servicios	12	3	2	4	2	2,75
Asociación con otros atractivos	6	3	4	3	3	3,25
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4	4	4	4	4	4
Local	0					
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7					
Medio	3	3	3	3	3	3
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>48</b>	<b>43</b>	<b>47,25</b>

Tabla 73. Jerarquización Poza La Golondrina

<b>Nombre del atractivo:</b>						
Poza La Golondrina						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
III						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	7	7	8	6	7
Valor extrínseco	10	8	8	7	7	7,5
Entorno	8	7	6	6	6	6,25
Grado de conservación	7	6	6	6	5	5,75
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	4	3	3	3	3,25
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	6	5	6	4	5,25
Servicios	12	6	4	4	4	4,5
Asociación con otros atractivos	6	4	3	3	4	3,5
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4					
Local	0	0	0	0	0	0
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7					
Medio	3	3	3	3		3
Ninguno	0				0	0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>51</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>39</b>	<b>45,25</b>

Tabla 74. Jerarquización Poza Pablo Alas


<b>Nombre del atractivo:</b>						
Poza de Pablo Alas						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
II						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	8	7	6	7	7
Valor extrínseco	10	8	7	6	5	6,5
Entorno	8	6	5	5	5	5,25
Grado de conservación	7	6	5	6	4	5,25
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	4	3	4	3	3,5
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	6	5	6	5	5,5
Servicios	12	5	4	4	3	4
Asociación con otros atractivos	6	4	3	3	4	3,5
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4					
Local	0	0	0	0	0	0
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7					
Medio	3	3	3	3		3
Ninguno	0				0	0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>42</b>	<b>43</b>	<b>36</b>	<b>42,75</b>

Tabla 75. Jerarquización Cascada Los Números

<b>Nombre del atractivo:</b>						
Cascada Los Números						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
III						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	8	8	9	7	8
Valor extrínseco	10	8	9	9	6	8
Entorno	8	6	5	6	7	6
Grado de conservación	7	6	5	6	5	5,5
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	4	4	3	3	3,5
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	7	6	8	5	6,5
Servicios	12	5	5	4	3	4,25
Asociación con otros atractivos	6	4	4	5	2	3,75
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4					
Local	0	0	0	0	0	0
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7			7		7
Medio	3	3	3			3
Ninguno	0				0	0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>51</b>	<b>49</b>	<b>57</b>	<b>38</b>	<b>48,75</b>

Tabla 76. Jerarquización Cueva del Amor



<b>Nombre del atractivo:</b>						
Cueva del Amor						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
IV						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No.1</b>	<b>Eval. No.2</b>	<b>Eval. No.3</b>	<b>Eval. No.4</b>	
Valor intrínseco	10	9	9	9	8	8,75
Valor extrínseco	10	9	9	9	8	8,75
Entorno	8	7	6	8	7	7
Grado de conservación	7	7	6	7	6	6,5
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	3	4	4	4	3,75
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	10	10	11	9	10
Servicios	12	9	8	10	10	9,25
Asociación con otros atractivos	6	5	6	5	4	5
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6			12		12
Regional	4	4	4		4	4
Local	0					
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7	7	7	7		7
Medio	3				3	3
Ninguno	0					
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>69</b>	<b>82</b>	<b>63</b>	<b>71</b>

Tabla 77. Jerarquización Cascada Los Cuyos

<b>Nombre del atractivo:</b>						
Cascada Los Cuyos						
<b>Categoría:</b>						
Sitios Naturales						
<b>Jerarquía:</b>						
III						
<b>Variables</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puntaje asignado</b>				<b>Valor medio</b>
<b>Calidad del atractivo turístico</b>	<b>40</b>	<b>Eval. No. 1</b>	<b>Eval. No. 2</b>	<b>Eval. No. 3</b>	<b>Eval. No. 4</b>	
Valor intrínseco	10	7	8	7	9	7,75
Valor extrínseco	10	6	7	8	8	7,25
Entorno	8	6	5	7	6	6
Grado de conservación	7	5	6	6	5	5,5
Diversidad de actividades que pueden practicarse	5	4	3	3	4	3,5
<b>Apoyo</b>	<b>30</b>					
Acceso	12	6	7	5	6	6
Servicios	12	5	4	5	4	4,5
Asociación con otros atractivos	6	3	4	4	5	4
<b>Significado</b>	<b>20</b>					
Internacional	10					
Nacional	6					
Regional	4					
Local	0	0	0	0	0	0
<b>Valor del recurso para la comunidad local</b>	<b>10</b>					
Alto	7					
Medio	3	3	3		3	3
Ninguno	0			0		0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>47</b>	<b>45</b>	<b>50</b>	<b>46,75</b>

## D. INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA

Una vez la actividad turística permita el aprovechamiento económico de los atractivos turísticos, se logra establecer un proceso productivo alrededor de estos; lo cual es una combinación de bienes y servicios que forman la planta turística, esta constituye otro aspecto de los recursos disponibles para ofrecerlos a quienes los demanden.

Por lo cual la Planta Turística, está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido, sus componentes son los siguientes: Transporte, Alojamiento, Alimentación, Recreación y Servicios de Apoyo.

### 1. Diseño de ficha para inventario de planta turística

Para la documentación de la información de los elementos que conforman la planta turística es importante desarrollar una ficha de inventario, donde se refleje de manera ordenada la información de estos. Donde se incluye la categorización de los elementos para lo cual se utiliza la propuesta de la metodología de OEA-CICATUR.

Tabla 78. Ficha de inventario de la planta turística

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	
Categoría:	
Tipo:	
Subtipo:	
UBICACIÓN:	
Departamento	
Municipio	
Cantón	
Distancia a San Salvador	
Direccional aeropuerto	
DESCRIPCION DEL ESTABLECIMIENTO	



## 2. Llenado de ficha de planta turística

Tabla 79. Ficha de hotel Puro Surf

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		PURO SURF HOTEL	
Categoría:	Alojamiento		
Tipo:	Hotelero		
Subtipo:	Hoteles		
UBICACIÓN:			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	El Zonte		
Km 52 carretera CA2, Lote 14,15 y 39			
Distancia a San Salvador	49 km		
Direccional aeropuerto	50 km		
DESCRIPCION DEL ESTABLECIMIENTO			
<p>Puro surf no es solo un hotel familiar con las instalaciones más exclusivas en la popular playa el zonte, también es una academia de surf de alto rendimiento, con un concepto único en el país, Puro surf viene a revolucionar totalmente la idea de un surf camp o escuela de surf en el país.</p> <p>Las instalaciones cuentan con 9 suites y habitaciones con vista al mar, aire acondicionado, baño privado, asegurando el mayor confort para sus invitados. También un gran restaurante con un menú variado que incluye platos tradicionales, mariscos y vegetarianos, sus amplios jardines y piscina con una de las mejores vistas de la playa.</p> <p>Capacidad Instalada: 13 habitaciones            Servicios complementarios: Academia de Surf                                                      Área de Yoga                                                      Área de masajes                                                      Excursiones al interior del país                                                      Gimnasio</p> <p>Precios de habitaciones: desde \$56 a \$300</p>			

Tabla 80. Ficha de hotel Palo Verde

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		PALO VERDE	
Categoría:	Alojamiento		
Tipo:	Hotelero		
Subtipo:	Hotel		
UBICACIÓN:			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	El Zonte		
km. 53.5 carretera CA2			
Distancia a San Salvador	49 km		
Direccional aeropuerto	50 km		
DESCRIPCION DEL ESTABLECIMIENTO			
<p>Palo Verde es un hotel tipo boutique que se encuentra justo en la playa, en el corazón de una pequeña ciudad de surf de El Zonte, este hotel tiene como objetivo de llevar el concepto de lujo sostenible a la playa, el hotel cuenta con impresionantes vistas del océano pacífico, diseñado con un compromiso tanto con la sostenibilidad ambiental como con la responsabilidad de la comunidad, Palo Verde se esfuerza por ser un tipo diferente de hotel, dando un ejemplo para un desarrollo reflexivo y centrado localmente. El nombre Palo Verde insinúa la dedicación a preservar la belleza y la salud del océano.</p> <p>Lo visitan por lo general tres tipos de turistas: el 75% son nacionales y salvadoreños residentes en el extranjero, 20% son centroamericanos y resto de Estados Unidos y Canadá.</p> <p>Capacidad Instalada: 12 habitaciones con capacidad de 35 personas</p> <p>Servicios complementarios: Clases de Yoga  Área de masajes  Clases de español  Excursiones al interior del país  Bar</p> <p>Precios de habitaciones: desde \$129 habitación individual  \$225 habitación para cinco personas.</p>			


Tabla 81. Ficha de hotel K59 Surf Camp

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		K59 SURF CAMP	
Categoría:	Alojamiento		
Tipo:	Hotelero		
Subtipo:	Hotel		
UBICACIÓN:			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	Shutia		
km. 59 carretera CA2			
Distancia a San Salvador			
Direccional aeropuerto	42.1 km		
DESCRIPCION DEL ESTABLECIMIENTO			
<p>Es un pequeño hotel cuyo objetivo es proporcionar a los amantes del surf una experiencia relajante, tranquila y sobre todo privada, mientras disfrutan del entorno de surf de clase mundial. K59 está situado en una comunidad cerrada con acceso público limitado para mantener la privacidad y la comodidad de los propietarios e invitados de K59. La configuración está diseñada para mantener las multitudes al mínimo.</p> <p>K59surfhouse, te ofrece dos amplias habitaciones en las que disfrutarás desde la comodidad de tu cama de las increíbles vistas del lugar y las olas. Cada habitación está amueblada con dos camas y una cama extra si es necesario, baño privado, aire acondicionado y todas las comodidades que ofrece una casa: sala y comedor, terraza, todas con vista al mar. La propiedad cuenta con grandes jardines alrededor de la casa, que le permiten ver todos los colores diferentes de flores, cocoteros y un área de jardín verde, bungalow hecho en madera con artesanía hecha a mano por la gente local, hamacas, tumbonas y una bonita piscina. que le dará la oportunidad de aprovechar una estadía excepcional</p> <p>Capacidad Instalada: 2 habitaciones, máximo 6 personas            Precios de habitaciones: desde \$930 para una persona para 6 noches-7días            \$528 para seis personas por 6 noches-7días</p>			

Tabla 82. Ficha de hotel Garten

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		HOTEL GARTEN	
Categoría:	Alojamiento		
Tipo:	Hotelero		
Subtipo:	Hotel		
UBICACIÓN:			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	El Zonte, Avenida del Mar		
km. 53 carretera CA2. Lote 1			
Distancia a San Salvador			
Distancia al aeropuerto	42.1 km		
DESCRIPCION DEL ESTABLECIMIENTO			
<p>Es un hotel que llena las expectativas de un turista de primer mundo, con un diseño y línea arquitectónica que mezcla lo moderno con elementos marroquíes, ofreciendo un alojamiento empresarial. El edificio respeta los lineamientos ambientales, se encuentra sobre un farallón de roca natural, el cual no está intervenido y se ha dejado intacto. Con acceso directo a la playa y vistas al océano.</p> <p>Capacidad Instalada: 9 habitaciones</p> <p>Servicios complementarios: Área de Yoga Salones para Eventos Salón de belleza Centro de Spa Gimnasio</p> <p>Precios de habitaciones: desde \$250 por noche</p>			

Tabla 83. Ficha de Hostal Punta El Zonte

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		HOSTAL PUNTA EL ZONTE	
Categoría:	Alojamiento		
Tipo:	Hotelero		
Subtipo:	Hostal		
UBICACIÓN:			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
Cantón	El Zonte		
km. 53 carretera CA2			
Distancia a San Salvador			



Direccional aeropuerto	50 km	
<b>DESCRIPCION DEL ESTABLECIMIENTO</b>		
<p>Hostal Punta El Zonte, es un pequeño alojamiento, ubicado frente a la playa El Zonte ofrece un jardín y una zona de playa privada, con habitaciones familiares y terraza, dispone de una recepción de 24 horas, posee cocina compartida.</p> <p>Capacidad Instalada: 7 habitaciones  Servicios complementarios: Clases de cocina  Tours o clases sobre la cultura local  Tours en bicicleta  Instalaciones para deportes acuáticos  Pesca</p> <p>Precios de habitaciones: desde \$20 habitación por noche</p>		

Tabla 84. Ficha La Casa de Frida Hostel

<b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b>		<b>LA CASA DE FRIDA HOSTEL</b>
Categoría:	Alojamiento	
Tipo:	Hotelero	
Subtipo:	Hostel	
<b>UBICACIÓN:</b>		
Departamento	La Libertad	
Municipio	Chiltiupán	
Cantón	El Zonte	
km. 53 1/2 carretera CA2		
Distancia a San Salvador	35 km	
Direccional aeropuerto	50 km	
<b>DESCRIPCION DEL ESTABLECIMIENTO</b>		
<p>Un pequeño alojamiento con un concepto bohemio, justo frente a la playa El Zonte, La Casa de Frida te permite disfrutar de un ambiente familiar, perfecto para pasarla entre amigos, disfrutar de la bella playa El Zonte y practicar el surf. Las habitaciones incluyen baño privado, camas matrimoniales, ventilador de techo, lámpara y mesa de noche.</p> <p>Servicios complementarios: Restaurante  Bar</p> <p>Precios de habitaciones: desde \$25 a \$40 habitación por noche</p>		

Tabla 85. Ficha Merendero El Teco

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		MERENDERO EL TECO
Categoría:	Alimentación	
Tipo:	Restaurante	
Subtipo:		
UBICACIÓN:		
Departamento	La Libertad	
Municipio	Chiltiupán	
Cantón	El Zonte	
km. 53 carretera CA2		
Distancia a San Salvador	35 km	
Distancia al aeropuerto	50 km	
DESCRIPCION DEL ESTABLECIMIENTO		
<p>Un pequeño merendero administrado por la familia Martínez con especialidad en mariscos y gallina india a precios muy económicos, con una y exquisita vista al mar y a la playa, además se aprecia toda la majestuosa infraestructura de los hoteles de lujo de la playa el Zonte.</p> <p>Merendero el Teco también ofrece un pequeño hostel con precios muy accesibles.</p> <p>Capacidad instalada: 100 personas                      Servicios complementarios: Hostel                      Precios de habitaciones: desde \$15 a \$20 por noche en temporada normal \$25 a \$30 en temporada alta.</p>		

Tabla 86. Ficha Spanish School El Zonte


NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		SPANISH SCHOOL EL ZONTE
Categoría:		
Tipo:		
Subtipo:		
UBICACIÓN:		
Departamento	La Libertad	
Municipio	Chiltiupán	
Cantón	El Zonte	
km. 53 carretera CA2		
Distancia a San Salvador	35 km	
Distancia al aeropuerto	50 km	

### DESCRIPCION DEL ESTABLECIMIENTO

Es una pequeña academia de español pensada en los turistas extranjeros de norte América y Europa, con lecciones individuales variadas y comunicativas. Se personalizan las clases de acuerdo a las necesidades de cada alumno. Ofrece lecciones de español de alta calidad, donde los profesores siguen un plan de estudio del Instituto Cervantes y las directrices europeas para las lenguas detalladas.

Servicios complementarios: Tours al interior del país, destacando Las Cascadas de Tamanique, Juayua y Las Ruta de Las Flores

Tabla 87. Ficha Transporte publico Chiltiupán

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		TRANSPORTE PUBLICO	
Categoría:	Transporte		
Tipo:	Terrestre		
Subtipo:	Servicios de transporte público		
<b>UBICACIÓN:</b>			
Departamento	La Libertad		
Municipio	Chiltiupán		
DESCRIPCION DELSERVICIO			
<p>El municipio de Chiltiupán cuenta con una serie de rutas de transporte público las cuales tienen diferentes puntos de abordaje, entre las rutas se tienen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruta 192 la cual hace su recorrido desde el Puerto de La Libertad a la playa el Zonte</li> <li>• Ruta 192-A que hace el recorrido desde San Salvador al municipio de Chiltiupán, es de mencionar que esta ruta tiene pocas unidades.</li> <li>• Ruta 192-B si bien esta ruta no tiene como principal destino el municipio de Chiltiupán, si hace una pequeña parada en playa el Zonte, pues su destino es Teotepeque – Jicalapa.</li> <li>• Ruta 663 que hace su recorrido de Santa Tecla al Chiltiupán, ingresando por la cumbre.</li> <li>• Ruta 102 este es un servicio especial brindado por la empresa ASTRALL que hace su recorrido de San Salvador a playa el Zonte vía carretera Puerto de La Libertad, con un valor de \$1.50</li> </ul>			

## **CAPITULO III: INVESTIGACIÓN DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS**

### **A. MERCADO CONSUMIDOR**

#### **1. Antecedentes del mercado consumidor**

El mercado de consumo, es un término utilizado para referirse a un segmento particular o a la propia población económicamente activa de un país que comprar o utilizar productos de empresas específicas. Esto significa que todas las personas que tienen un poder adquisitivo.

En los últimos años, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo en El Salvador guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Como sabemos el mercado turístico es un mercado estacional, no hay que olvidar que el consumo de productos turísticos, en un elevado número de casos, se trata de un consumo estacional, es decir que quizás el 80% del total anual de la facturación de la empresa se produce durante los 2 o 3 meses de temporada alta de verano o de invierno dependiendo de la tipología de turismo a la que se dediquen, sol y playa o turismo de esquí, por ejemplo. Este es uno de los grandes problemas del mercado turístico ya que lo que interesa a las empresas es tener una continuidad en el tiempo, o sea por ejemplo que el hotel este lo más lleno posible durante todo el año.

Este mercado está compuesto por aquellas, personas, grupos de personas que adquieren un bien o servicio con el objetivo de satisfacer una necesidad.

Para el caso de estudio, el servicio es turístico en el Municipio de Chiltiupán proporcionando servicios de naturaleza, cultura y complementarios como alojamiento, restaurante etc. Se ha delimitado como mercado objetivo a los viajeros nacionales por representar el mayor porcentaje de afluencia, los segmentos particulares a investigar son: El turista joven y las familias del área metropolitana de San Salvador.



## 2. Metodología de la investigación

Para la consecución de resultados para el mercado consumidor se llevará a cabo la siguiente secuencia de pasos:



Esquema 4. Metodología mercado consumidor

### Fuentes de información

Para el desarrollo del presente mercado, será necesario combinar fuentes de información de tipo primario y secundario, donde las primeras servirán para dar respuesta a variables de interés como municipios que visita, tipo de turismo que realiza, con quienes realiza turismo, estimaciones de demanda, entre otros de acuerdo al área de análisis seleccionada; por su parte, las secundarias proporcionarán antecedentes del mercado. Esto se desglosa de la siguiente manera:

Tabla 88. Fuentes de información mercado consumidor

Fuente de información	Información requerida	Método de obtención
Primaria	Toda aquella información obtenida mediante el trabajo de campo para lo cual se aplican técnicas como la encuestas y observación de los segmentos identificados como objetivo de estudio	*Entrevistas *Encuestas de Opinión a los Consumidores del Sector Turismo

Secundaria	Informes y reportes de turismo en particular del sector hotelero, estadísticas y censos de la población y turismo, así como otros estudios relacionados	*Libros de Texto *Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2018, DIGESTIC.
------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

### **Tipo de investigación, técnicas y herramientas**

*Tabla 89. Tipo de investigación, técnicas y herramientas mercado consumidor*

Tipo de investigación	El diseño de investigación que mejor se adapta al estudio del mercado consumidor es: Diseño descriptivo concluyente.	
	Este tipo de investigación brinda información que ayuda a evaluar y seleccionar un curso de acción (estrategias). Esta investigación nos permitirá identificar que buscan los consumidores al hacer turismo.	
Técnicas y herramientas	Encuesta	El medio más utilizado para obtener información de campo. Este se desarrolla para obtener percepciones de los consumidores de los diferentes segmentos con respecto a sus hábitos y motivos de consumo de los servicios turístico.
	Entrevistas	Es un método que sigue la pauta con preguntas específicas. El orden y la duración de las preguntas depende del desarrollo de la entrevista. Es importante que esta sea lo más natural y fluida posible.  El guion debe estructurarse con base en la hipótesis y los objetivos de la investigación. Es importante que los entrevistados tengan claro que toda la información que se obtenga se analizará con atención y cuidado, siempre teniendo en cuenta en todo momento la confidencialidad de la información obtenida.

Fuente: Elaboración propia

### 3. Segmentación del mercado

Para la recolección de información relacionada a consumidores finales, se plantearán 2 marcos muestrales, esto entendiéndose que cada uno posee comportamientos distintos ante estímulos de marketing de acuerdo a sus zonas geográficas y demográficas en el área metropolitana de San Salvador.

Por lo tanto, a fin de que se reproduzcan las características del universo en calidad y cantidad, se realizarán análisis separados para cada segmento en un principio, y posteriormente se harán inferencias de manera integral.

Segmentos de mercado identificados:

Tabla 90. Segmentos del mercado consumidor

<b>Área Metropolitana de SS</b>
Jóvenes
Familias
<b>Turista extranjero</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 91. Variables del mercado consumidor

<b>VARIABLES DEMOGRÁFICAS</b>		
Permiten definir el perfil del consumidor desde un punto de vista objetivo, ya que son las únicas susceptibles de medirse y de las cuales existen datos estadísticos.		
<b>Criterio</b>	<b>Universo 1: Jóvenes</b>	<b>Universo 2: Familias</b>
<b>Edad</b>	16-35 años, por tener la libertad y capacidad de realizar actividades turísticas de manera individual o grupos.	26-69 años, que el jefe de familia tenga la posibilidad de movilizarse para llevar a cabo actividades turísticas.
<b>Sexo</b>	Indiferente tanto para los segmentos jóvenes como para las familias	
<b>Nivel académico</b>	La preparación académica no incide en la conducta que sigue el consumidor al realizar turismo.	
<b>Nivel socioeconómico</b>	Para el segmento joven no se toma un nivel de ingresos mínimo como factor determinante para que realicen actividades turísticas.	Para el segmento de familias se considera que el ingreso mensual del núcleo familiar sean mayores al salario mínimo establecido por la ley de \$300.00
<b>VARIABLES GEOGRÁFICAS</b>		
Junto con las variables demográficas las variables geográficas empiezan a dejar claro el mercado meta. Es necesario conocer las características geográficas de las zonas donde se quieren vender el producto turístico, sólo de esa manera es posible determinar claramente si las personas que allí viven tienen las características necesarias para visitar el municipio.		
<b>Criterio</b>	<b>Universo 1: Jóvenes</b>	<b>Universo 2: Familias</b>
<b>Zona Urbana</b>	Área Metropolitana de San Salvador	Área Metropolitana de San Salvador

<b>VARIABLES DE POSICIÓN DEL USUARIO O DE USO</b>		
Permiten determinar la actitud que mantiene el usuario respecto a nuestro producto; esto quiere decir que permitirán determinar si dentro del mercado existen consumidores fieles, si son potenciales, si prefieren los productos de la competencia, entre otros.		
<b>Criterio</b>	<b>Universo 1: Jóvenes</b>	<b>Universo 2: Familias</b>
Ocasión de uso	Vacacionar y uso de tiempo libre	Vacacionar y uso de tiempo libre

Fuente: Elaboración propia

#### 4. Determinación del tamaño de la muestra

Unidad muestral área Metropolitana de San Salvador

- Para los jóvenes, se considerará a las personas naturales, mayores a 16 años y menores a 35 años, hombre o mujer, habitantes de la zona metropolitana de San Salvador.
- Para las familias, se considerará personas naturales jefes de familia mayores a 26 años y menores a 69 años, hombre o mujer, habitantes de la zona metropolitana de San Salvador.

Para la investigación de la demanda se considerará una población finita, y nuestro universo se determina a partir de las estadísticas nacionales específicamente en “LA ENCUESTA DE HOGARES DE PROPÓSITOS MÚLTIPLES (EHPM 2018)” (DIGESTYC). El cual nos proporciona información del número de habitantes por departamento, su composición por sexo y edades, así como su distribución por área.

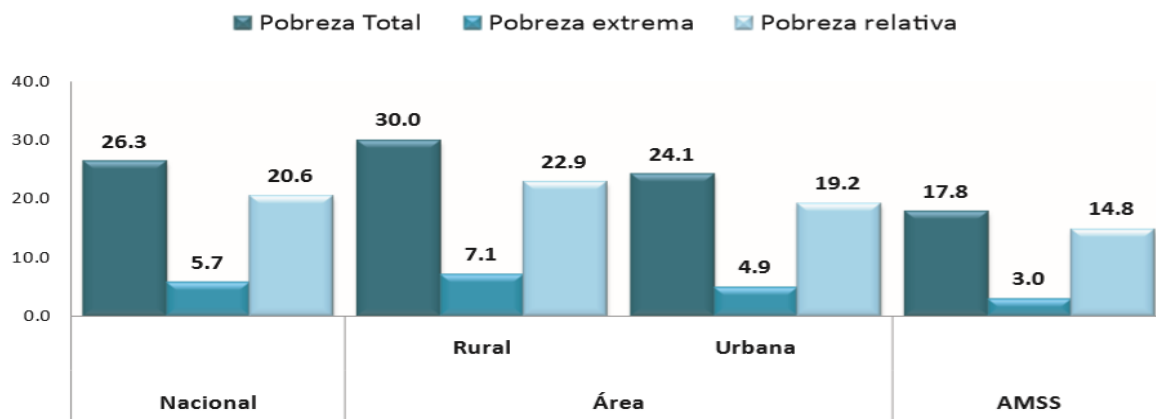
Para este segmento se han utilizado los cuadros de población total por área de residencia y sexo, según municipio y edad de la encuesta de 2018, tomando los datos de población urbana para los municipios de interés que pertenecieran al rango de interés.

Tabla 92. Población del AMSS.

<b>Municipio</b>	<b>Población</b>
Cuscatancingo	78,196
Soyapango	284,488
Mejicanos	168,897
San Marcos	72,590
Ayutuxtepeque	40,001
San Salvador	340,686
Cuidad Delgado	145,505
Ilopango	113,920
Apopa	151,424
Antiguo Cuscatlán	35,259
San Martín	87,931
Tonacatepeque	105,417
Santa Tecla	138,368
Nejapa	34,343
<b>Total</b>	<b>1,797,025</b>

Fuente: LA ENCUESTA DE HOGARES DE PROPÓSITOS MÚLTIPLES (EHPM 2018)” (DIGESTYC).

## El Salvador: Porcentaje de hogares por condición de pobreza, según área geográfica de residencia EHPM - 2018



*Gráfico 11. Porcentaje de hogares por condición de pobreza*

El AMSS cuenta con el menor número de pobres, el 17.8% de hogares está en esta situación; el 3.0% se encuentra en pobreza extrema; el 14.8% está en pobreza relativa.

A partir de estos datos obtenemos la tabla a continuación, a continuación:

*Tabla 93. Población no pobre del AMSS*

Municipio	Población	Tasa no pobre	Población no pobre
Cuscatancingo	78,196	82.2%	64,277
Soyapango	284,488	82.2%	233,849
Mejicanos	168,897	82.2%	138,833
San Marcos	72,590	82.2%	59,669
Ayutuxtepeque	40,001	82.2%	32,881
San Salvador	340,686	82.2%	280,044
Cuidad Delgado	145,505	82.2%	119,605
Ilopango	113,920	82.2%	93,642
Apopa	151,424	82.2%	124,471
Antiguo Cuscatlán	35,259	82.2%	28,983
San Martín	87,931	82.2%	72,279
Tonacatepeque	105,417	82.2%	86,653
Santa Tecla	138,368	82.2%	113,738
Nejapa	34,343	82.2%	28,230
<b>Total</b>	<b>1,797,025</b>		<b>1,477,155</b>

Fuente: LA ENCUESTA DE HOGARES DE PROPÓSITOS MÚLTIPLES (EHPM 2018)" (DIGESTYC).

a) Para los jóvenes

Al analizar la Población económicamente activa (PEA) por rangos de edad se observa que el 55.1% se encuentra en el rango de 16 a 35 años, es decir, en el rango de edad más productiva.

Con lo anterior se determina nuestro universo para el estudio:

Tabla 94. Población económicamente activa del AMSS.

Municipio	Población no pobre	Porcentaje PEA*	Población económicamente activa
Cuscatancingo	64,277	55.10%	35,417
Soyapango	233,849	55.10%	128,851
Mejicanos	138,833	55.10%	76,497
San Marcos	59,669	55.10%	32,878
Ayutuxtepeque	32,881	55.10%	18,117
San Salvador	280,044	55.10%	154,304
Ciudad Delgado	119,605	55.10%	65,902
Ilopango	93,642	55.10%	51,597
Apopa	124,471	55.10%	68,583
Antiguo Cuscatlán	28,983	55.10%	15,970
San Martín	72,279	55.10%	39,826
Tonacatepeque	86,653	55.10%	47,746
Santa Tecla	113,738	55.10%	62,670
Nejapa	28,230	55.10%	15,555
<b>Total</b>	<b>1,477,155</b>		<b>813,912</b>

Fuente: \*PEA. ENCUESTA DE HOGARES DE PROPÓSITOS MÚLTIPLES (EHPM 2018).

El universo será de **813,912 jóvenes** del área metropolitana de San Salvador.

#### Determinación de P para jóvenes de 16 a 35 años

P es el porcentaje que representa un elemento cualquiera con relación al total de elementos a analizar en el estudio.

Tabla 95. Sondeo de jóvenes del AMSS

Tipo de Turismo	Frecuencia
Turismo en parques y reservas naturales	11
Sol y playa	10
Turismo cultural	5
Turismo gastronómico	5
Turismo de aventura	6
Turismo de pueblos	8
Turismo en granjas y establos	0
Turismo deportivo	3
Ciclo turismo	0

Turismo de montaña	5
Turismo religioso	2
Turismo de camping	4
Necro turismo	0
Turismo arqueológico	4
<b>Total</b>	<b>63</b>

Fuente: Elaboración propia

De las cuales se consideran como casos favorables por ser las posibles ofertas dentro del municipio de Chiltiupán las siguientes:

- Sol y playa
- Cultural
- Aventura
- Montaña
- Pueblos
- Deportivo
- Arqueológico

$$\text{Probabilidad de éxito} = \frac{41}{63}$$

$$\text{Probabilidad de éxito (p)} = 0.65$$

Probabilidad de fracaso se calcula con:  $q = 1 - p$

$$\text{Probabilidad de fracaso (q)} = 0.35$$

#### Determinación de la Muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra, se considera que el tipo de población es finita, por lo cual se utiliza la siguiente fórmula

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

- n es el tamaño de la muestra: la cual analizaremos, se establece el tamaño de la muestra de personas a analizar. El dato que obtengamos nos ayudará a proyectar los resultados obtenidos al total de la población objetivo.

- Z es el nivel de confianza, se considerará 93% que corresponde a un valor de 1.81. este valor es un parámetro con el cual se puede realizar inferencias sobre la población en estudio, indicando que se está un 93% seguro que las personas de interés serán tomadas en cuenta.
- p es la variabilidad positiva, Se considera con este valor los turistas interesados en visitar Chiltiupán, con base a los datos obtenidos por el sondeo realizado previamente se obtuvo un 65% el cual no indica si el plan será o no un fracaso, se refiere a que la probabilidad de que un sujeto que formará parte del muestreo ha realizado un tipo de turismo ofertado por el Municipio.
- q es la variabilidad negativa, Se considera el valor de 35%
- N es el tamaño de la población, el total de familias es de 813,912.
- e es el error tolerable, para este estudio se considerará un 7%. El cual me indicará que los datos obtenidos en el desarrollo del estudio pueden estar un 7% arriba o un 7% debajo de los que se obtendrán.

$$n = \frac{1.81^2 * 813912 * 0.65 * 0.35}{(0.07)^2 * (813912 - 1) + 1.81^2 * 0.65 * 0.35} = 152$$

Tabla 96. Distribución de la muestra en la población económicamente activa del AMSS.

Municipio	Población económicamente activa	Encuestas a jóvenes
Cuscatancingo	35,417	7
Soyapango	128,851	24
Mejicanos	76,497	14
San Marcos	32,878	6
Ayutuxtepeque	18,117	3
San Salvador	154,304	29
Ciudad Delgado	65,902	12
Ilopango	51,597	10
Apopa	68,583	13
Antiguo Cuscatlán	15,970	3
San Martín	39,826	7
Tonacatepeque	47,746	9
Santa Tecla	62,670	12
Nejapa	15,555	3
<b>Total</b>	<b>813,912</b>	<b>152</b>

Fuente: Elaboración propia

La muestra será de 152 encuestas que se les pasaran a jóvenes del área metropolitana de San Salvador.



b) Para familias

Se retoma la tabla 74 donde nos da la población no pobre del AMSS, donde se ocupa el promedio de personas por vivienda.

Tabla 97. N° de familias del AMSS.

Municipio	Población no pobre	Promedio de personas por hogar**	N° de Familias
Cuscatancingo	64,277	3.55	18,106
Soyapango	233,849	3.55	65,873
Mejicanos	138,833	3.55	39,108
San Marcos	59,669	3.55	16,808
Ayutuxtepeque	32,881	3.55	9,262
San Salvador	280,044	3.55	78,886
Ciudad Delgado	119,605	3.55	33,692
Ilopango	93,642	3.55	26,378
Apopa	124,471	3.55	35,062
Antiguo Cuscatlán	28,983	3.55	8,164
San Martín	72,279	3.55	20,360
Tonacatepeque	86,653	3.55	24,409
Santa Tecla	113,738	3.55	32,039
Nejapa	28,230	3.55	7,952
<b>Total</b>	<b>1,477,155</b>		<b>416,100</b>

Fuente: \*\*ENCUESTA DE HOGARES DE PROPÓSITOS MÚLTIPLES (EHPM 2018)

El universo será de **416,100 familias** del área metropolitana de San Salvador.

Determinación de P para familias

P es el porcentaje que representa un elemento cualquiera con relación al total de elementos a analizar en el estudio.

Tabla 98. Sondeo de familias del AMSS.

Tipo de Turismo	Frecuencia
Turismo en parques y reservas naturales	12
Sol y playa	13
Turismo cultural	3
Turismo gastronómico	8
Turismo de aventura	0
Turismo de pueblos	11
Turismo en granjas y establos	0
Turismo deportivo	2
Ciclo turismo	0
Turismo de montaña	3
Turismo religioso	3
Turismo de camping	2
Necro turismo	0

Turismo arqueológico	6
<b>Total</b>	<b>63</b>

De las cuales se consideran como casos favorables por ser las posibles ofertas dentro del municipio de Chiltiupán las siguientes:

- Sol y playa
- Cultural
- Aventura
- Montaña
- Pueblos
- Deportivo
- Arqueológico

$$\text{Probabilidad de éxito} = \frac{38}{63}$$

$$\text{Probabilidad de éxito } (p) = 0.60$$

Probabilidad de fracaso se calcula con:  $q = 1 - p$

$$\text{Probabilidad de fracaso } (q) = 0.40$$

#### Determinación de la Muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra, se considera que el tipo de población es finita, por lo cual se utiliza la siguiente fórmula

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

- $n$  es el tamaño de la muestra: la cual analizaremos, se establece el tamaño de la muestra de personas a analizar. El dato que obtengamos nos ayudará a proyectar los resultados obtenidos al total de la población objetivo.
- $Z$  es el nivel de confianza, se considerará 93% que corresponde a un valor de 1.81.
- $p$  es la variabilidad positiva, Se considera con este valor los turistas interesados en visitar Chiltiupán con los servicios turísticos a ofertar, en base a los datos obtenidos por el sondeo realizado previamente es del 60%.

- q es la variabilidad negativa, Se considera el valor de 40%
- N es el tamaño de la población, el total de familias es de 416,100.
- e es el error tolerable, para este estudio se considerará un 7%.

$$n = \frac{1.81^2 * 416100 * 0.6 * 0.4}{(0.07)^2 * (416100 - 1) + 1.81^2 * 0.6 * 0.4} = 160$$

Tabla 99. Distribución de la muestra en las familias del AMSS.

Municipio	N° de Familias	Encuestas por familia
Cuscatancingo	18,106	7
Soyapango	65,873	25
Mejicanos	39,108	15
San Marcos	16,808	6
Ayutuxtepeque	9,262	4
San Salvador	78,886	30
Ciudad Delgado	33,692	13
Ilopango	26,378	10
Apopa	35,062	13
Antiguo Cuscatlán	8,164	3
San Martín	20,360	8
Tonacatepeque	24,409	9
Santa Tecla	32,039	12
Nejapa	7,952	3
<b>Total</b>	<b>416,100</b>	<b>160</b>

Fuente: Elaboración propia

La muestra será de 160 encuestas que se les pasaran a las familias del área metropolitana de San Salvador.

#### c) Turista extranjero

Para el perfil del consumidor Internacional no se segmentará, debido a que en este se desarrollará una investigación bibliográfica donde se conocerán las características demográficas, actividades que prefiere, elementos que prefiere, medio de comunicación, entre otros y no se requiere de una muestra.

## 5. Diseño del instrumento

Los instrumentos de recolección de datos se encuentran en el anexo 4 y 5 respectivamente.

## 6. Fichas técnicas

### a) Segmento joven, zona metropolitana de san salvador

*Tabla 100. Ficha técnica de consumidor final jóvenes*

<b>FICHA TÉCNICA DE CONSUMIDORES FINALES – SEGMENTO JOVENES</b>	
<b>Universo:</b>	Personas entre 16 y 35 años, hombres o mujeres, sin distinción de ingresos que habiten en el casco urbano
<b>Marco muestral:</b>	ENCUESTA DE HOGARES DE PROPÓSITOS MÚLTIPLES (EHPM 2018) <b>813,912 Jóvenes</b>
<b>Elemento muestral:</b>	Jóvenes económicamente activos
<b>Tipo de muestra:</b>	Aleatoria simple y distribución estratificada por municipio para encuestas
<b>Tamaño de la muestra:</b>	152
<b>Error máximo</b>	±7%
<b>Nivel de confianza:</b>	93%
<b>Técnica de recolección:</b>	Encuestas en línea
<b>Municipios:</b>	Cuscatancingo, Soyapango, Mejicanos, San Marcos, Ayutuxtepeque, San Salvador, Ciudad Delgado, Ilopango, Apopa, Antiguo Cuscatlán, San Martín, Tonacatepeque, Santa Tecla, Nejapa.
<b>Fecha de campo:</b>	Del 31 de marzo al 1 de abril de 2020

Fuente: Elaboración propia

### b) Segmento familiar, zona metropolitana de san salvador

*Tabla 101. Ficha técnica de consumidor final familias*

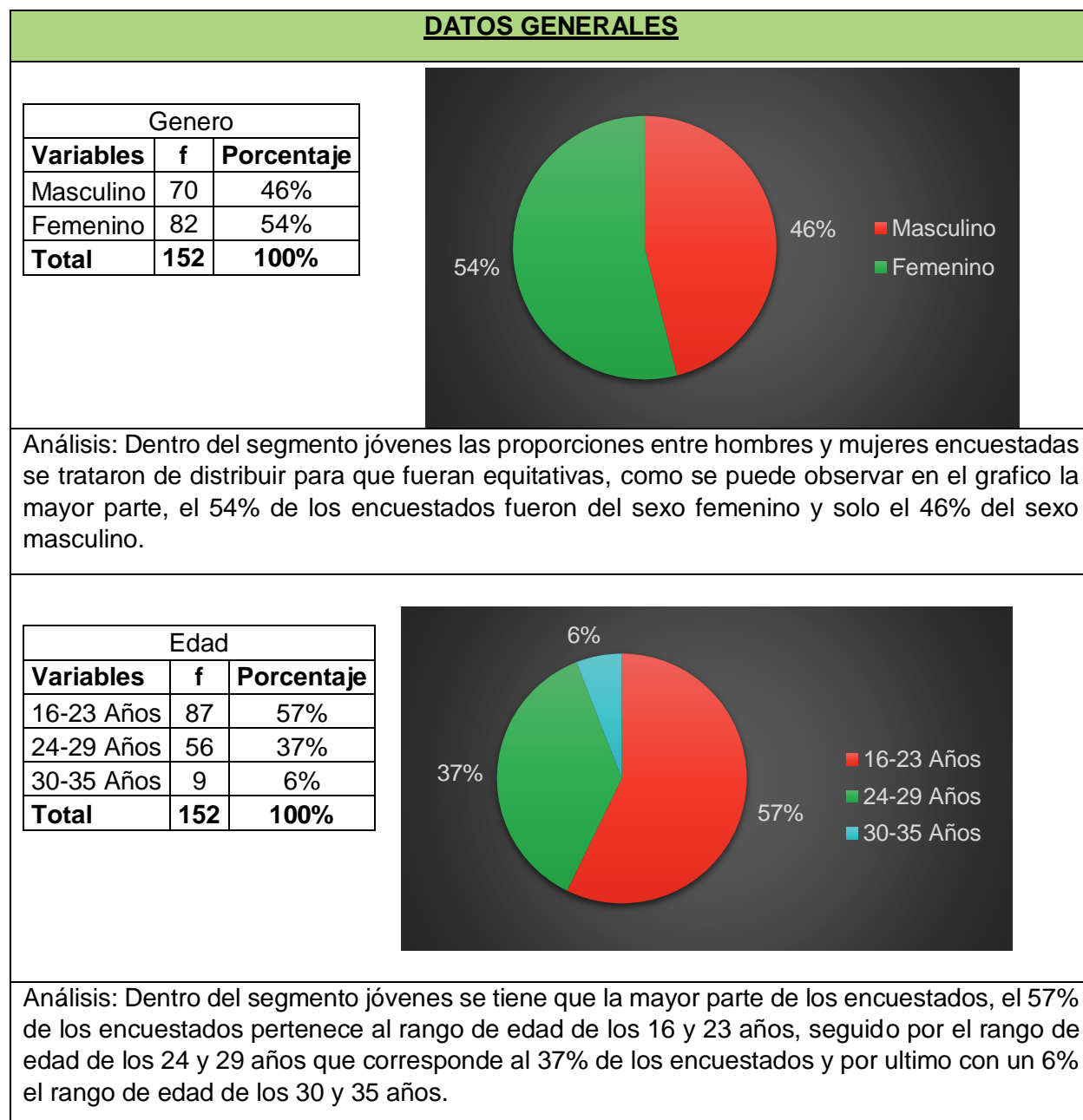
<b>FICHA TÉCNICA DE CONSUMIDORES FINALES – SEGMENTO FAMILIAS</b>	
<b>Universo:</b>	Personas mayores a 26 años, hombres o mujeres, sin distinción de ingresos que habiten en el casco urbano
<b>Marco muestral:</b>	ENCUESTA DE HOGARES DE PROPÓSITOS MÚLTIPLES (EHPM 2018) <b>416,100 familias</b>
<b>Elemento muestral:</b>	Jefes de familia
<b>Tipo de muestra:</b>	Aleatoria simple y distribución estratificada por municipio para encuestas
<b>Tamaño de la muestra:</b>	160
<b>Error máximo</b>	±7%
<b>Nivel de confianza:</b>	93%
<b>Técnica de recolección:</b>	Encuestas en línea
<b>Municipios:</b>	Cuscatancingo, Soyapango, Mejicanos, San Marcos, Ayutuxtepeque, San Salvador, Ciudad Delgado, Ilopango, Apopa, Antiguo Cuscatlán, San Martín, Tonacatepeque, Santa Tecla, Nejapa.
<b>Fecha de campo:</b>	Del 1 de abril al 5 de mayo de 2020

## 7. Tabulación de información

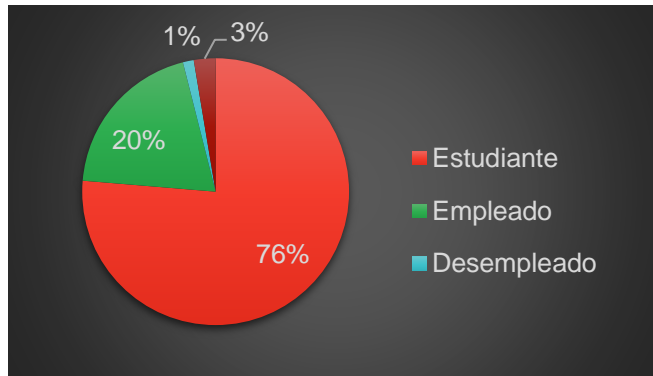
a) Tabulación de información para el segmento jóvenes

### Datos generales

Tabla 102. Tabulación del segmento jóvenes



Ocupación		
VARIABLES	f	Porcentaje
Estudiante	116	76%
Empleado	30	20%
Desempleado	2	1%
Negocio Propio	4	3%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>



Análisis: Dentro del segmento jóvenes se obtuvo que la mayor parte de los encuestados son estudiantes con un 76%, seguido con un 20% por lo jóvenes que poseen un empleo, para culminar con un 3% posee un negocio propio y solo el 1% no posee un empleo, la mayoría de jóvenes se encuentra en la etapa de realización de sus estudios.

## PREGUNTAS GENERALES DE LA ENCUESTA

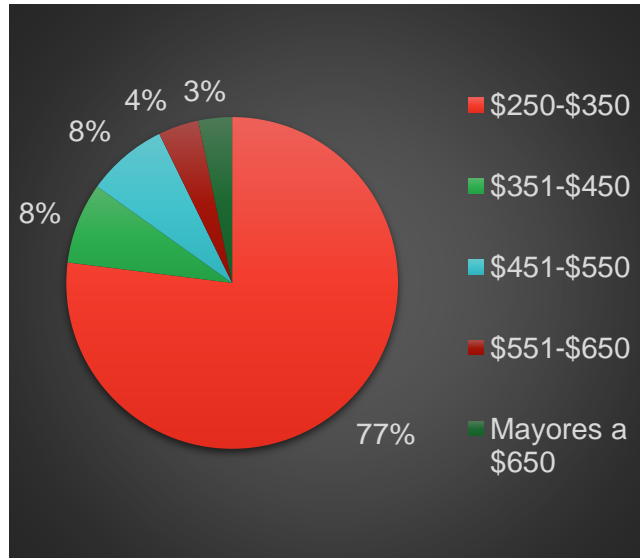
### 1. Ingresos mensuales propios

**Objetivo:** Conocer cuál es el ingreso promedio en los jóvenes

**Variable:** Ingresos promedio de los jóvenes

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

VARIABLES	f	Porcentaje
\$250-\$350	117	77%
\$351-\$450	12	8%
\$451-\$550	12	8%
\$551-\$650	6	4%
Mayores a \$650	5	3%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>



Análisis:

Se obtuvo que el 77% de los jóvenes tiene unos ingresos mensuales entre los \$250 y \$350, esto se debe a que la mayoría de jóvenes encuestados son estudiantes, obteniendo que un 8% de los jóvenes perciben ingresos mensuales entre \$351 y \$450, al igual que otro 8% de jóvenes percibe entre \$451 y \$550, un 4% dijo que percibía ingresos entre \$551 y \$650 y solo un 3% percibe ingresos mayores a \$650, por lo tanto, el ingreso promedio de un joven es de \$300.

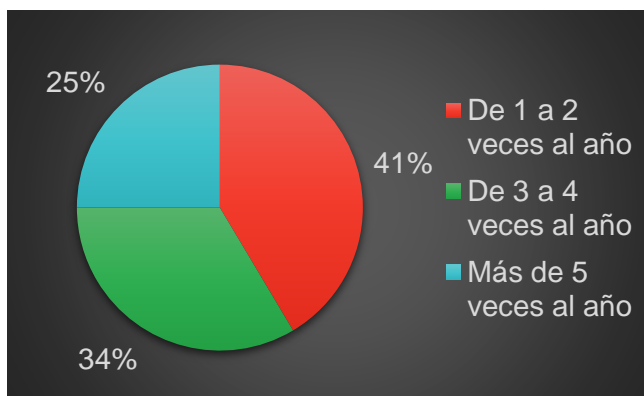
## 2. ¿Con que frecuencia realiza turismo?

**Objetivo:** Conocer con qué frecuencia hacen turismo los jóvenes

**Variable:** frecuencia con que realizan turismo los jóvenes

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f	Porcentaje
De 1 a 2 veces al año	63	41%
De 3 a 4 veces al año	51	34%
Más de 5 veces al año	38	25%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>



Análisis:

Se obtuvo que el 41% de los jóvenes realizan turismo de 1 a 2 veces al año, seguido con un 34% que realizan turismo de 3 a 4 veces al año y por último el 25% dijo que realizaba turismo más de 5 veces al año, por lo que mínimo los jóvenes realizan turismo 1 a 2 veces en el año.

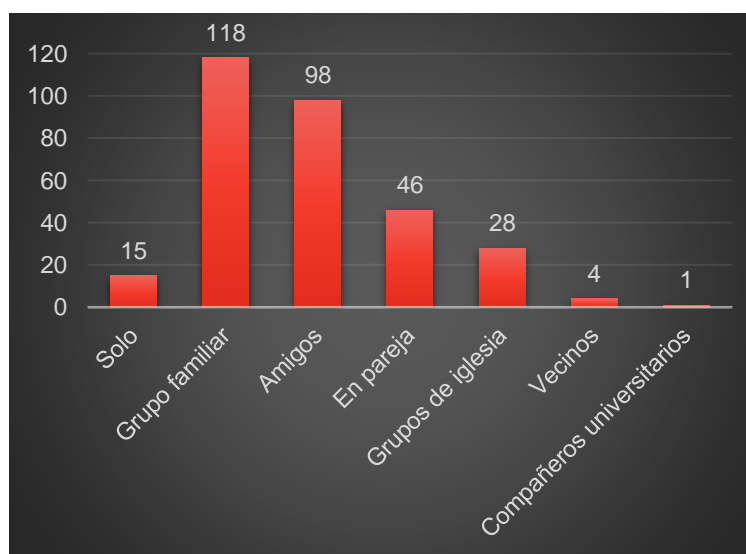
## 3. ¿Con quién realiza actividades turísticas?

**Objetivo:** Conocer con quien le gusta realizar actividades turística a los jóvenes

**Variable:** Personas con quien realizan actividades turísticas los jóvenes

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f
Solo	15
Grupo familiar	118
Amigos	98
En pareja	46
Grupos de iglesia	28
Vecinos	4
Compañeros universitarios	1
<b>Total</b>	<b>310</b>



Análisis: Los jóvenes presentan una tendencia marcada siendo la familia su principal compañía al momento de realizar actividades turísticas con 118 opiniones, pero muy de cerca está que les gusta realizar actividades turísticas con sus amigos con 98 opiniones y ya como tercera opción con su pareja con 46 opiniones, por lo tanto, los jóvenes con quien más realizan actividades turísticas con su familia.

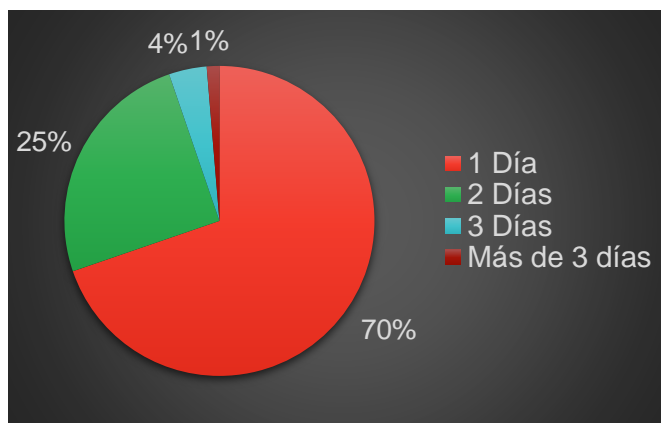
**4. ¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?**

**Objetivo:** Conocer la duración de los paseos turísticos que realizan los jóvenes

**Variable:** Duración promedio de los paseos turísticos de los jóvenes

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f	Porcentaje
1 Día	106	70%
2 Días	38	25%
3 Días	6	4%
Más de 3 días	2	1%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>



Análisis:

En los resultados se tiene una tendencia por lo jóvenes ya que el 70% dijo que la duración de sus paseos turísticos es de un 1 día en el interior del país, y un 25% dijo que la duración de sus paseos turísticos es de 2 días, por lo que en promedio lo paseos de los jóvenes serán de un día y rara vez será de más días.

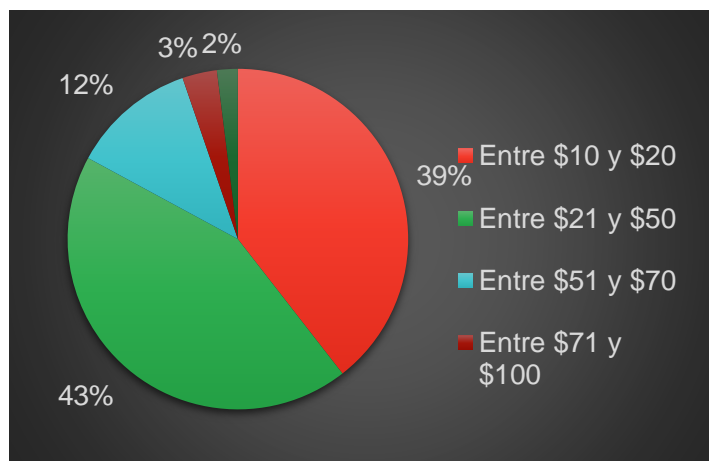
**5. Al realizar actividades turísticas ¿Cuál es el gasto promedio diario individual?**

**Objetivo:** conocer cuál es el gasto promedio que hacen los jóvenes cuando realizan actividades turísticas

**Variable:** Gasto promedio de los jóvenes que realizan actividades turísticas

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f	Porcentaje
Entre \$10 y \$20	60	39%
Entre \$21 y \$50	66	43%
Entre \$51 y \$70	18	12%
Entre \$71 y \$100	5	3%
Más de \$100	3	2%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>



Análisis: Para los jóvenes su gasto promedio al realizar actividades turísticas con un 43% es de \$21 y \$50, seguido con 39% por el gasto promedio de \$10 y \$20, por lo tanto, los jóvenes al realizar actividades turísticas su gasto promedio es de \$20 diarios.



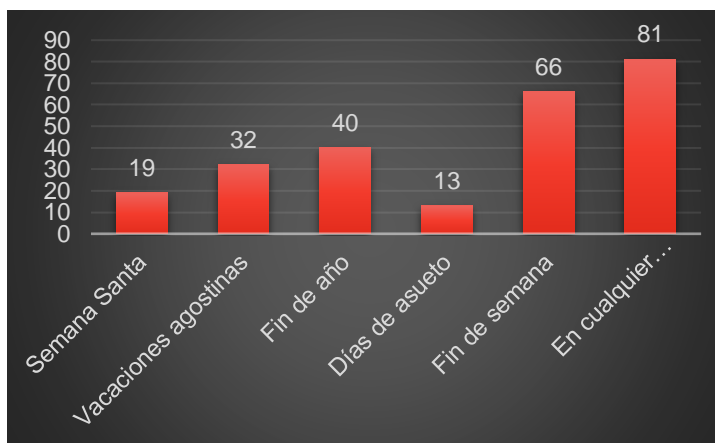
## 6. ¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?

**Objetivo:** Conocer en que temporada del año prefieren realizar turismo los jóvenes

**Variable:** Temporada del año en que hacen turismo los jóvenes

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

VARIABLES	f
Semana Santa	19
Vacaciones agostinas	32
Fin de año	40
Días de asueto	13
Fin de semana	66
En cualquier temporada	81
<b>Total</b>	<b>251</b>



**Análisis:** Los jóvenes no tienen preferencias para realizar turismo, la opción que se sobrepone es cualquier temporada del año con 81 opiniones, seguida de los fines de semana con unas 66 opiniones, por lo tanto, los jóvenes no tienen una época especial para hacer turismo.

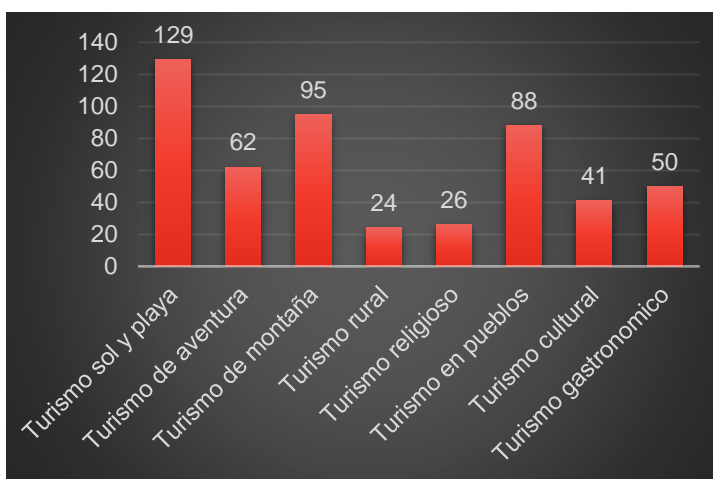
## 7. ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

**Objetivo:** Conocer qué tipo de turismo prefieren realizar los jóvenes

**Variable:** Turismo que realizan los jóvenes

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

VARIABLES	f
Turismo sol y playa	129
Turismo de aventura	62
Turismo de montaña	95
Turismo rural	24
Turismo religioso	26
Turismo en pueblos	88
Turismo cultural	41
Turismo gastronómico	50
<b>Total</b>	<b>515</b>



**Análisis:** El turismo que prefieren realizar los jóvenes es un turismo de sol y playa que tiene 129 opiniones, seguido por turismo de montaña con 95 opiniones y muy de cerca turismo en pueblos con 88 opiniones, por lo que estos 3 tipos de turismo son lo que más realizan los jóvenes.

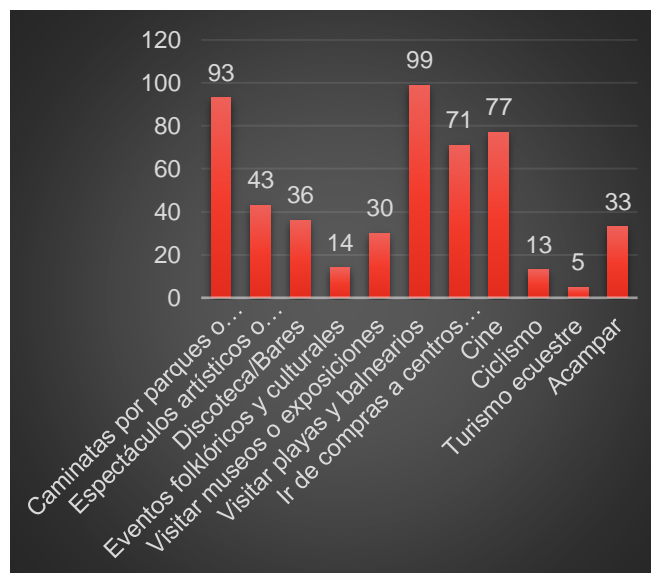
### 8. ¿Qué actividades realiza con frecuencia?

**Objetivo:** Conocer qué tipo de actividades realizan los jóvenes con frecuencia

**Variable:** Actividades que realizan los jóvenes frecuentemente

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f
Caminatas por parques o montañas	93
Espectáculos artísticos o deportivos	43
Discoteca/Bares	36
Eventos folklóricos y culturales	14
Visitar museos o exposiciones	30
Visitar playas y balnearios	99
Ir de compras a centros comerciales	71
Cine	77
Ciclismo	13
Turismo ecuestre	5
Acampar	33
<b>Total</b>	<b>514</b>



Análisis: Las actividades que más realizan con frecuencia los jóvenes son visitar playas y balnearios con 99 de las opiniones, seguido con hacer caminatas por parques o montañas con 93 de las opiniones y por ultimo ir al cine con 77 de las opiniones, los jóvenes prefieren hacer actividades de esparcimiento en algún lugar, ya sea la playa, balneario, parque o montaña.

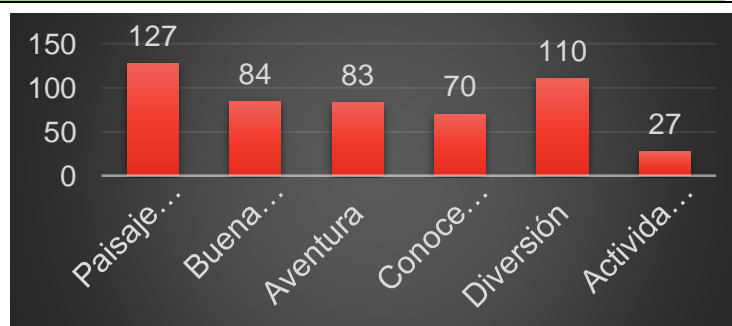
### 9. ¿Qué busca cuando realiza turismo?

**Objetivo:** Conocer que busca los jóvenes cuando realizan turismo

**Variable:** Que les gusta a los jóvenes cuando hacen turismo

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f
Paisajes naturales	127
Buena gastronomía	84
Aventura	83
Conocer la cultura del lugar por visitar	70
Diversión	110
Actividades deportivas	27
<b>Total</b>	<b>501</b>



Análisis: En los resultados obtenidos se puede ver que los jóvenes al realizar turismo buscan que tenga paisajes naturales con 127 opiniones, seguido por la diversión con 110 opiniones y por ultimo buena gastronomía con 84 opiniones, esto quiere decir que los jóvenes al realizar

turismo buscan que los lugares tengan bonitos paisajes, se puedan divertir y que tenga una buena gastronomía.

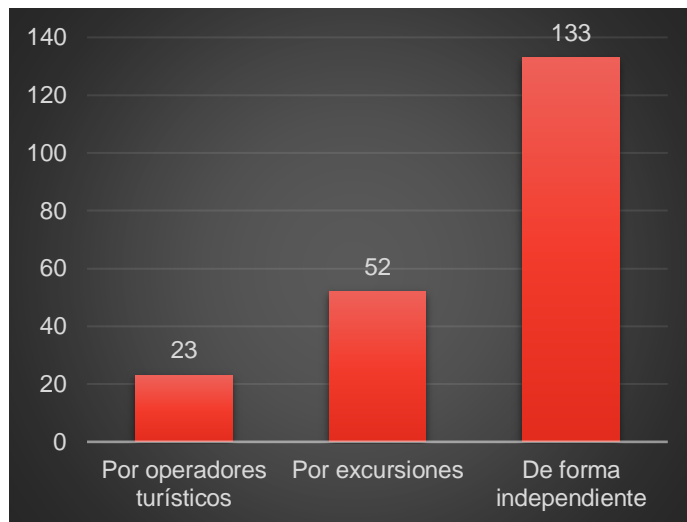
### 10. ¿De qué forma realiza turismo?

**Objetivo:** Conocer de qué forma hacen turismo los jóvenes

**Variable:** Como realizan turismo los jóvenes

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f
Por operadores turísticos	23
Por excursiones	52
De forma independiente	133
<b>Total</b>	<b>208</b>



Análisis: La mayoría de jóvenes realizan turismo de forma independiente con 133 opiniones seguido por excursiones con 52 opiniones, por lo tanto, los jóvenes deciden de forma independiente cómo hacer turismo y que lugares visitar.

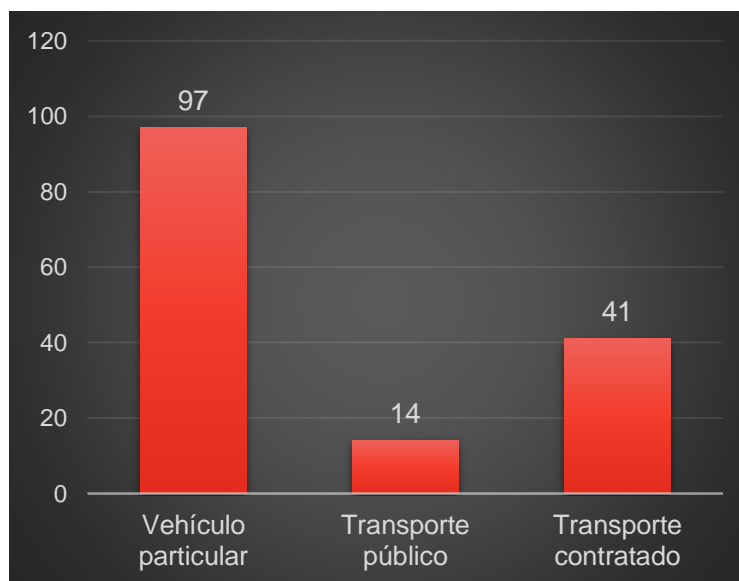
### 11. ¿Qué medio de transporte utiliza cuando realiza turismo?

**Objetivo:** Conocer por qué medio de transporte realizan turismo los jóvenes

**Variable:** Medio de transporte utilizado por los jóvenes para realizar turismo

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f
Vehículo particular	97
Transporte público	14
Transporte contratado	41
<b>Total</b>	<b>152</b>



Análisis: Como anteriormente vimos que los jóvenes hacen turismo de forma independiente por lo que utiliza vehículo particular para realizar turismo con 97 opiniones, y con 41 opiniones transporte contratado, en su mayoría los jóvenes utilizan el vehículo particular para hacer turismo que se asume como el carro familiar o el de los amigos.

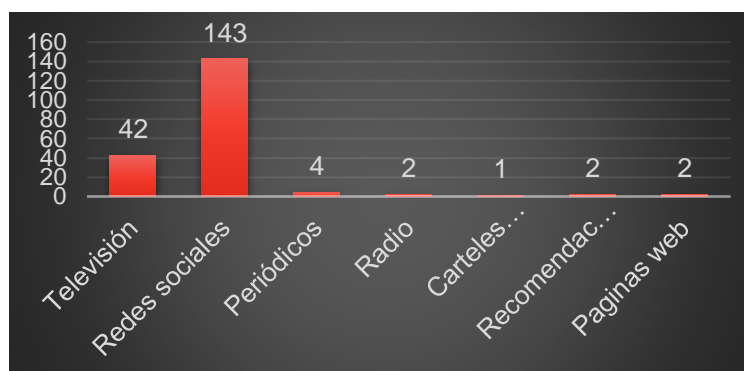
## 12. ¿Por qué medio se informan de los destinos turísticos a visitar?

**Objetivo: Conocer por qué medio se informan de los destinos turísticos a visitar los jóvenes**

**Variable: Medio que prefieren informarse los jóvenes para visitar destinos turísticos**

**Énfasis: Jóvenes económicamente activos**

Variabes	f
Televisión	42
Redes sociales	143
Periódicos	4
Radio	2
Carteles fuera del iglesia	1
Recomendación de amigos	2
Páginas web	2
<b>Total</b>	<b>196</b>



Análisis: Como ya es un hecho los jóvenes están muy familiarizados con las redes sociales, por lo que 143 de las opiniones de los jóvenes indican que se informa de los destinos turísticos por redes sociales convirtiéndose así en obligatorio para cualquier destino turístico realizar publicidad en ellas para que los jóvenes se informen de los servicios o productos turísticos que se ofrecen.

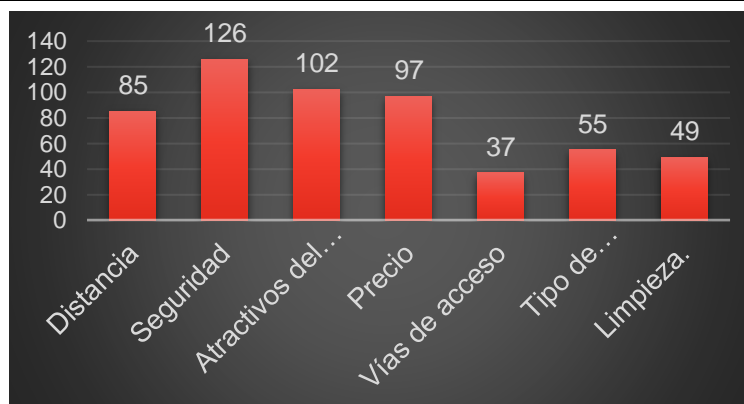
## 13. Al momento de elegir un destino turístico ¿Qué factores influyen en su decisión?

**Objetivo: Conocer qué factores influyen en los jóvenes al elegir un destino turístico**

**Variable: Factores que influyen en los jóvenes al visitar un destino turístico**

**Énfasis: Jóvenes económicamente activos**

Variabes	f
Distancia	85
Seguridad	126
Atractivos del lugar	102
Precio	97
Vías de acceso	37
Tipo de turismo que oferta del lugar	55
Limpieza.	49
<b>Total</b>	<b>551</b>



Análisis: Uno de los factores muy importantes para los jóvenes es la seguridad por lo que tiene 126 opiniones, seguido por los atractivos del destino turístico con 102 opiniones y por último el precio con 97 opiniones, por lo tanto, para los jóvenes es muy importante que el destino turístico que visiten les brinde seguridad y tenga muy buenos atractivos turísticos.

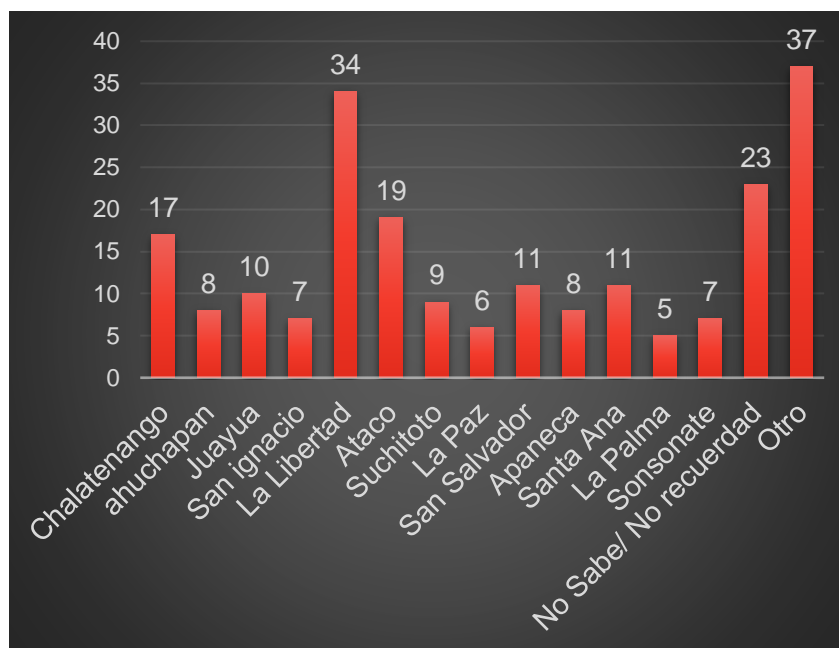
#### 14. ¿Qué municipios prefiere para realizar turismo?

**Objetivo:** Conocer que municipios prefieren lo jóvenes para realizar turismo

**Variable:** Municipios que prefieren los jóvenes para realizar turismo

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variable	f
Chalatenango	17
Ahuachapán	8
Juayúa	10
San Ignacio	7
La Libertad	34
Ataco	19
Suchitoto	9
La Paz	6
San Salvador	11
Apaneca	8
Santa Ana	11
La Palma	5
Sonsonate	7
No Sabe/ No recuerda	23
Otro	37
<b>Total</b>	<b>212</b>



Análisis: Los jóvenes prefieren el municipio de la libertad para realizar turismo con 34 opiniones seguido por ataco con 19 opiniones, los municipios son potenciales para entrar en nuestro análisis del mercado competidor, ya que son los preferidos por los jóvenes.

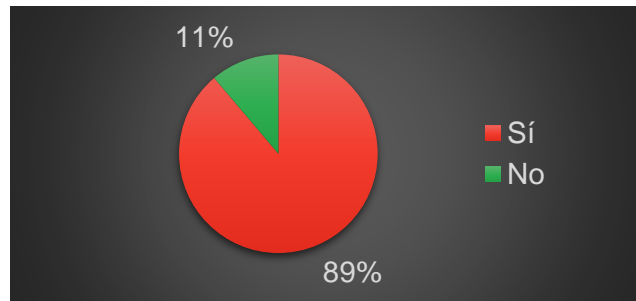
#### 15. ¿Ha realizado turismo en algún municipio del departamento de La Libertad?

**Objetivo:** Conocer si los jóvenes hacen turismo en los municipios del departamento de La Libertad

**Variable:** Realizan los jóvenes turismo en los municipios del departamento de La Libertad

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f	Porcentaje
Sí	135	89%
No	17	11%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>



Análisis: Con los resultados obtenidos se determina que el 89% de los jóvenes ha realizado turismo en algún municipio de La Libertad, sabemos que los jóvenes tienden a realizar turismo en los municipios del departamento de La Libertad, siendo una gran oportunidad para que estos visiten el municipio de Chiltiupán.

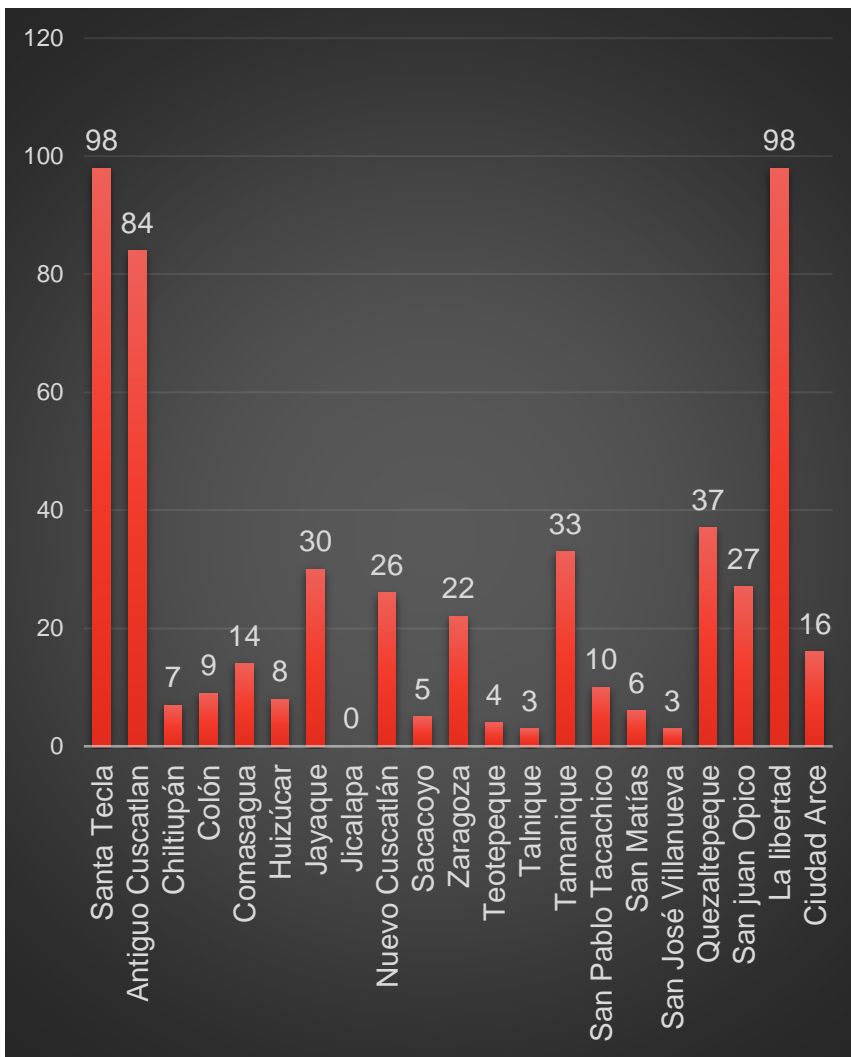
**16. ¿En cuáles municipios del departamento de La Libertad ha realizado turismo?**

**Objetivo:** Conocer en cuales municipios de la libertad realizan turismo los jóvenes

**Variable:** Municipios de La Libertad donde realizan turismo los jóvenes

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f
Santa Tecla	98
Antiguo Cuscatlán	84
Chiltiupán	7
Colón	9
Comasagua	14
Huizúcar	8
Jayaque	30
Jicalapa	0
Nuevo Cuscatlán	26
Sacacoyo	5
Zaragoza	22
Teotepeque	4
Talnique	3
Tamanique	33
San Pablo Tacachico	10
San Matías	6
San José Villanueva	3
Quezaltepeque	37
San Juan Opico	27
La libertad	98
Ciudad Arce	16
<b>Total</b>	<b>540</b>



**Análisis:**

En los resultados obtenidos los municipios que han hecho turismo los jóvenes del departamento de La Libertad son Santa Tecla y La Libertad con 98 opiniones cada una, al igual que tenemos 7 opiniones de jóvenes que han visitado el municipio de Chiltiupán, es muy baja respecto a las de mayores opiniones.

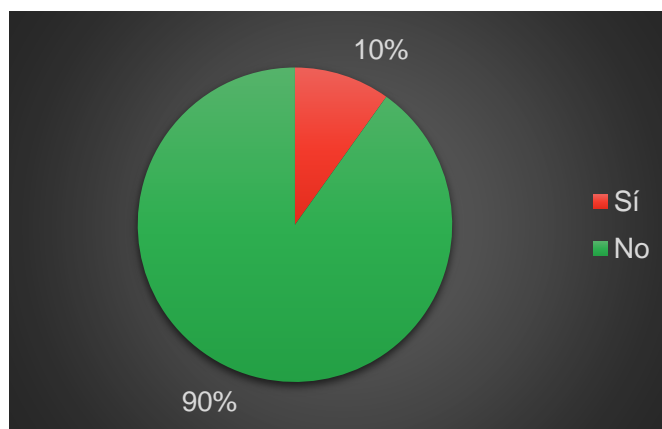
### 17. ¿Ha visitado alguna vez el municipio de Chiltiupán?

**Objetivo:** Conocer si los jóvenes han visitado el municipio de Chiltiupán

**Variable:** Jóvenes que han visitado el municipio de Chiltiupán

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f	Porcentaje
Sí	15	10%
No	137	90%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>



Análisis: Es muy clara la tendencia que se muestra ya que un 90% de los jóvenes nunca ha visitado el municipio de Chiltiupán, por lo tanto, se debe hacer un énfasis grande en esta parte para que el municipio sea conocido y de esta manera se genere la intención de visitarlo y el 10% de los jóvenes ha visitado será un dato muy importante para establecer nuestra demanda potencial, ya que al ser jóvenes que han visitado el municipio hay una mayor probabilidad que lo vuelvan hacer.

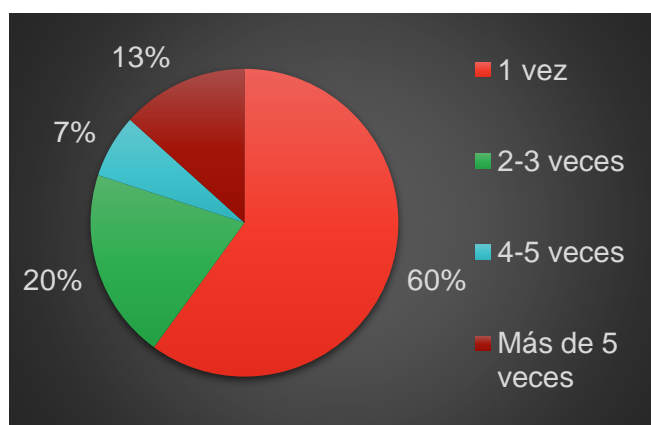
### 18. ¿Cuántas veces ha visitado el municipio de Chiltiupán?

**Objetivo:** Conocer cuántas visitas han realizado los jóvenes al municipio de Chiltiupán

**Variable:** Visitas realizadas por los jóvenes al municipio de Chiltiupán

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f	Porcentaje
1 vez	9	60%
2-3 veces	3	20%
4-5 veces	1	7%
Más de 5 veces	2	13%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>



Análisis: El 60% de los jóvenes que ya ha visitado el municipio de Chiltiupán afirma haberlo visitado solo una vez, mientras que un 20% afirma haber visitado el municipio de dos a tres veces, se debe buscar la manera más correcta para motivar al turista a que siga visitando el municipio de Chiltiupán.



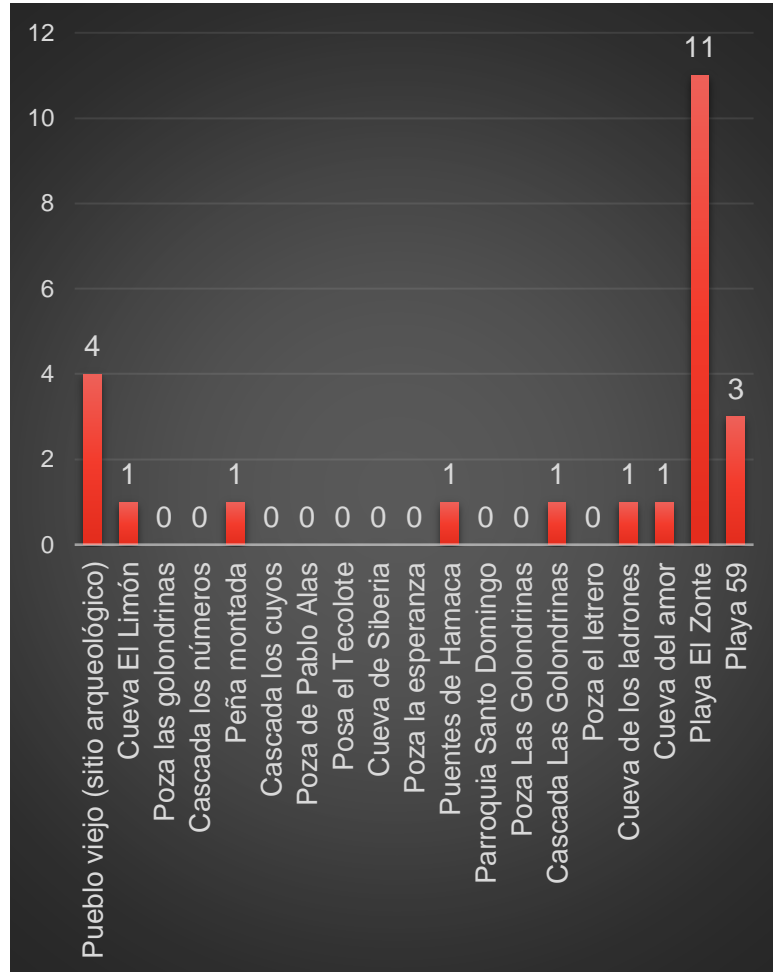
**19. De los siguientes sitios turísticos con los que cuenta Chilitupán ¿Cuáles visitó?**

**Objetivo: Conocer cuales sitios turísticos visitaron los jóvenes en el municipio de Chilitupán**

**Variable: Sitios turísticos visitados por los jóvenes en el municipio de Chilitupán**

**Énfasis: Jóvenes económicamente activos**

<b>Variables</b>	<b>f</b>
Pueblo viejo (sitio arqueológico)	4
Cueva El Limón	1
Poza las golondrinas	0
Cascada los números	0
Peña montada	1
Cascada los cuyos	0
Poza de Pablo Alas	0
Posa el Tecolote	0
Cueva de Siberia	0
Poza la esperanza	0
Puentes de Hamaca	1
Parroquia Santo Domingo	0
Poza Las Golondrinas	0
Cascada Las Golondrinas	1
Poza el letrero	0
Cueva de los ladrones	1
Cueva del amor	1
Playa El Zonte	11
Playa 59	3
<b>Total</b>	<b>24</b>



**Análisis:**

Se puede observar según los datos obtenidos que en su mayoría han visitado playa el Zonte con 11 opiniones un ancla sumamente importante para el municipio de Chilitupán y con el cual se deberían establecer estrategias para ganar - ganar, el municipio ganaría turistas y la playa el zonte ganaría más turista.

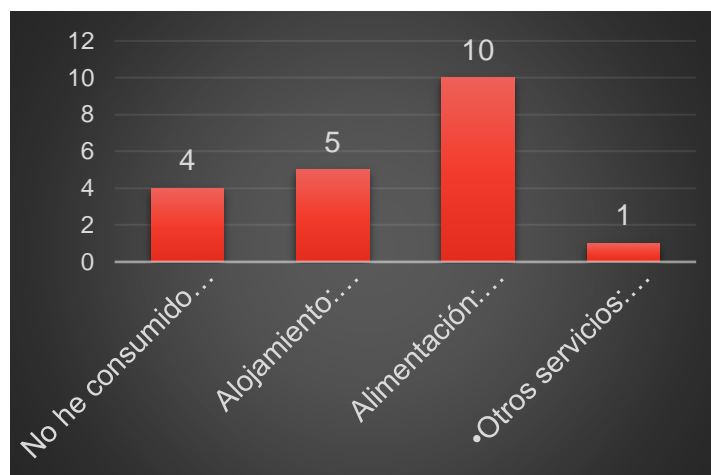
## 20. ¿Qué servicios turísticos ha consumido en su/s visita/s a Chilitupán?

**Objetivo:** Conocer que servicios turísticos consumieron los jóvenes en su visita al municipio de Chilitupán

**Variable:** Servicios turísticos adquiridos por los jóvenes en el municipio de Chilitupán

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f
No he consumido ningún servicio turístico	4
Alojamiento: Hostales y casa de huéspedes	5
Alimentación: Restaurantes, pupuserías, cafeterías y bar	10
•Otros servicios: Tiendas de artesanías, antojitos	1
<b>Total</b>	<b>20</b>



Análisis: Con 10 opiniones los jóvenes que han visitado el municipio de Chilitupán han hecho uso del servicio alimentación esto incluye consumir en restaurantes, pupuserías o cafeterías, por el contrario solo 5 opiniones indican haber hecho uso de alojamientos esto incluye el uso de hostales, cabañas entre otros.

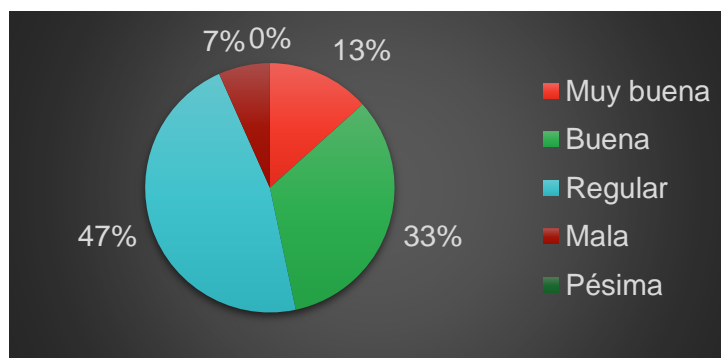
## 21. Cómo considera usted que se encuentra la infraestructura vial del municipio de Chilitupán

**Objetivo:** Cómo ven los jóvenes la infraestructura vial del municipio de Chilitupán

**Variable:** Clasificación de la infraestructura vial del municipio de Chilitupán

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

Variables	f	Porcentaje
Muy buena	2	13%
Buena	5	33%
Regular	7	47%
Mala	1	7%
Pésima	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>



Análisis: El 47% de los jóvenes que visitaron el municipio de Chilitupán, consideran que la infraestructura vial del municipio se encuentra regular y el 33% en buena condición, por lo tanto se puede considerar que el municipio de Chilitupán tiene una estructura vial no muy adecuada

para sus turistas y segmento potencial de turistas por lo que debería invertir un poco en la adecuación de su infraestructura vial.

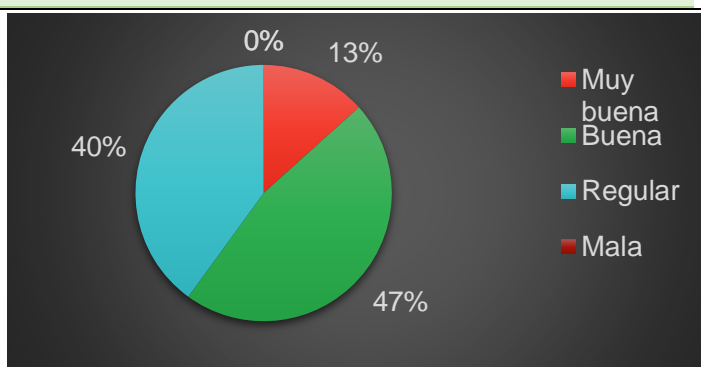
**22. ¿Cómo considera usted que es la señalización turística con la que cuenta el municipio de Chiltiupán?**

**Objetivo: Cómo ven los jóvenes la señalización turística del municipio de Chiltiupán**

**Variable: Clasificación de la señalización turística del municipio de Chiltiupán**

**Énfasis: Jóvenes económicamente activos**

Variables	f	Porcentaje
Muy buena	2	13%
Buena	7	47%
Regular	6	40%
Mala	0	0%
Pésima	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>



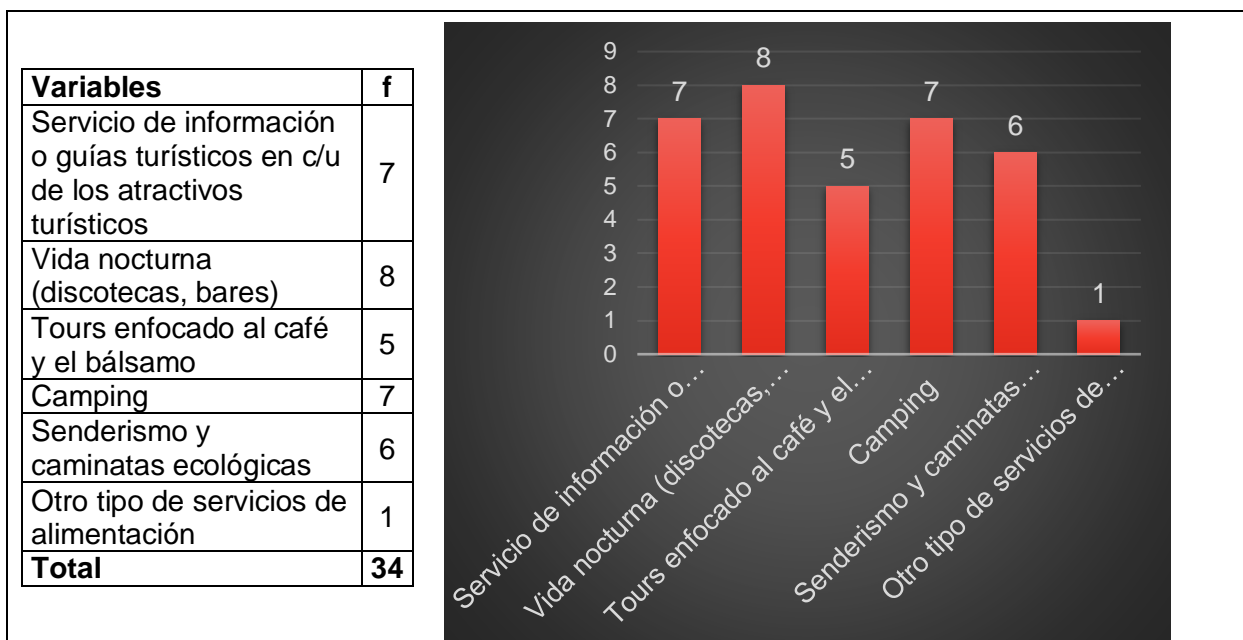
Análisis: Un 47% afirmó que la señalización turística con la cual cuenta el municipio de Chiltiupán es buena, seguido de un 40% que lo cataloga como regular y un 13% como muy buena, esto hace ver que aún hay mucho que trabajar con respecto a la señalización del municipio y así evitar que los turistas potenciales al momento de visitar el municipio se encuentren con inconvenientes de dónde están los atractivos turísticos y es una estrategia que se puede proponer en el plan de desarrollo turístico.

**23. ¿Qué otro tipo de actividades o servicios le gustaría encontrar y disfrutar en el municipio de Chiltiupán?**

**Objetivo: Conocer que otro tipo de actividades o servicios les gustaría encontrar a los jóvenes en el municipio de Chiltiupán**

**Variable: Actividades o servicios que les gustaría a los jóvenes en el municipio de Chiltiupán**

**Énfasis: Jóvenes económicamente activos**



**Análisis:**

De los jóvenes que han visitado el municipio de Chilitupán consideran que este debe poseer una vida nocturna como bares o discotecas para cautivar a más jóvenes y para que estos mismos puedan disfrutar aún más del municipio, además que se brinde mayor información del municipio y de los atractivos turísticos con guías, al igual que se puedan realizar actividades de camping, senderismo, caminatas ecológicas o tours enfocados al café o bálsamo, cada una de estas sugerencias serán tomadas en cuenta al momento de desarrollar el plan turístico para el municipio todo con el fin de satisfacer los gustos y necesidades de los jóvenes turistas y que esto de igual manera beneficie al municipio.

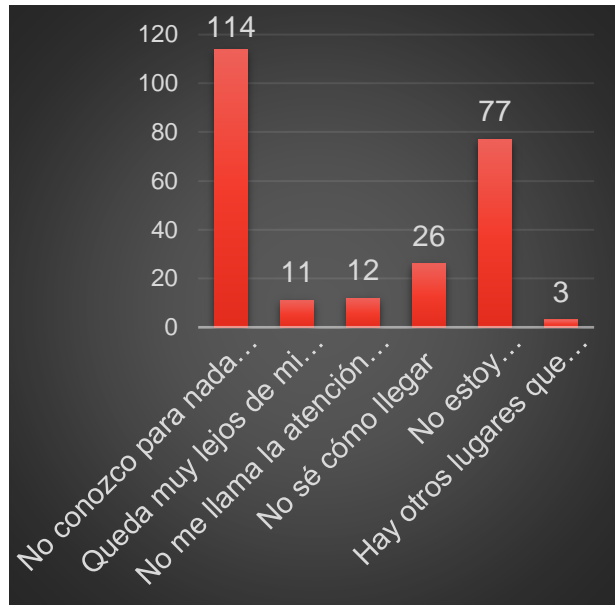
**24. ¿Por qué motivos no ha visitado el municipio de Chilitupán?**

**Objetivo:** Conocer por qué motivos los jóvenes no han visitado el municipio de Chilitupán

**Variable:** Motivos porque los jóvenes no han visitado el municipio de Chilitupán

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

<b>VARIABLES</b>	<b>f</b>
No conozco para nada el municipio	114
Queda muy lejos de mi lugar de residencia	11
No me llama la atención por el momento	12
No sé cómo llegar	26
No estoy suficientemente informado de los atractivos y servicios turísticos	77
Hay otros lugares que son más atractivos	3
<b>Total</b>	<b>243</b>



Análisis: De los jóvenes turistas y que indicaron nunca haber visitado el municipio de Chiltiupán afirmaron no conocerlo para nada con 114 opiniones, mientras 77 opiniones afirmaron no estar suficientemente informado de los atractivos y servicios turísticos del municipio, por lo cual se debe trabajar en las estrategias del plan de desarrollo que el municipio se dé a conocer aún más junto a sus atractivos turísticos.

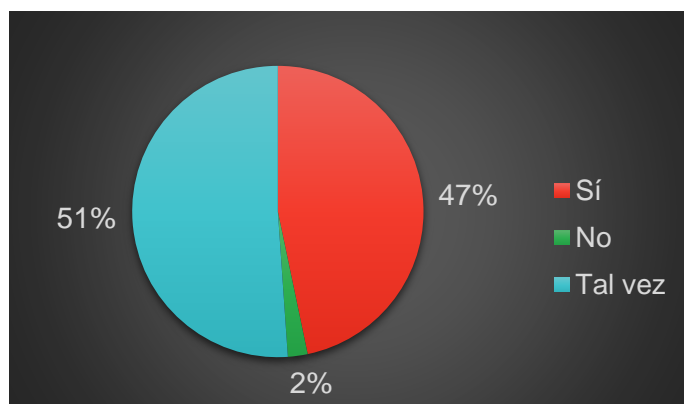
**25. ¿Le gustaría visitar el municipio de Chiltiupán?**

**Objetivo: Conocer si a los jóvenes les gustaría visitar el municipio de Chiltiupán**

**Variable: Jóvenes que les gustaría visitar el municipio de Chiltiupán**

**Énfasis: Jóvenes económicamente activos**

Variables	f	Porcentaje
Sí	64	47%
No	3	2%
Tal vez	70	51%
<b>Total</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>



Análisis: Un 47% de los encuestados y que nunca han visitado el municipio de Chiltiupán afirmaron estar interesados en conocerlo, mientras que un 51% dijo tal vez le gustaría visitarlo, este dato es una oportunidad favorable para el municipio ya que se trabajaría para atraer la atención del este mercado de consumo potencial.

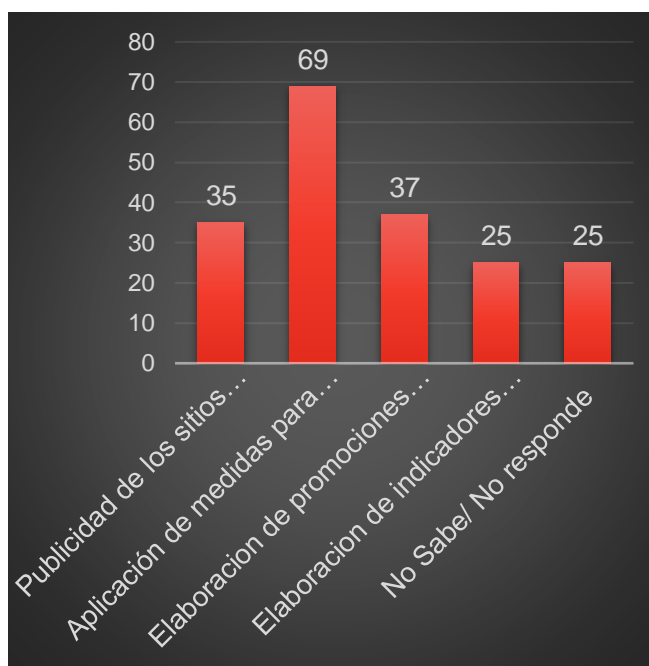
**26. ¿Que sugiere para los sitios turísticos al terminar la emergencia por COVID-19?**

**Objetivo: Conocer que sugiere los jóvenes para los sitios turísticos al terminar la emergencia**

**Variable: Sugerencias para los sitios turísticos al terminar la emergencia**

**Énfasis: Jóvenes económicamente activos**

Variables	f
Publicidad de los sitios turísticos	35
Aplicación de medidas para controlar el flujo de turistas, medidas higiénicas y medidas de seguridad	69
Elaboración de promociones de servicios turísticos	37
Elaboración de indicadores de calidad y satisfacción del turista	25
No Sabe/ No responde	25
<b>Total</b>	<b>191</b>



**Análisis:**

Los jóvenes al pasar la emergencia por COVID-19 recomienda a los sitios turísticos tomar medidas de higiene y seguridad, al igual que controlar el flujo de turistas para evitar aglomeraciones y provocar un nuevo brote de contagios, que estos cuenten con alcohol gel, que todos usen mascarillas para evitar enfermedades y hagan limpieza constantemente en los lugares, para que así que los jóvenes se sientan seguros al visitar los sitios turísticos y no tengan miedo de contagiarse, también piden que se haga promociones de algunos servicios turísticos ya que la economía estará mal, así los sitios turísticos reciben visitantes y van incrementando su afluencia a como era antes de la emergencia, al igual que se haga mucha publicidad de los sitios turísticos que puede visitar termina la emergencia.

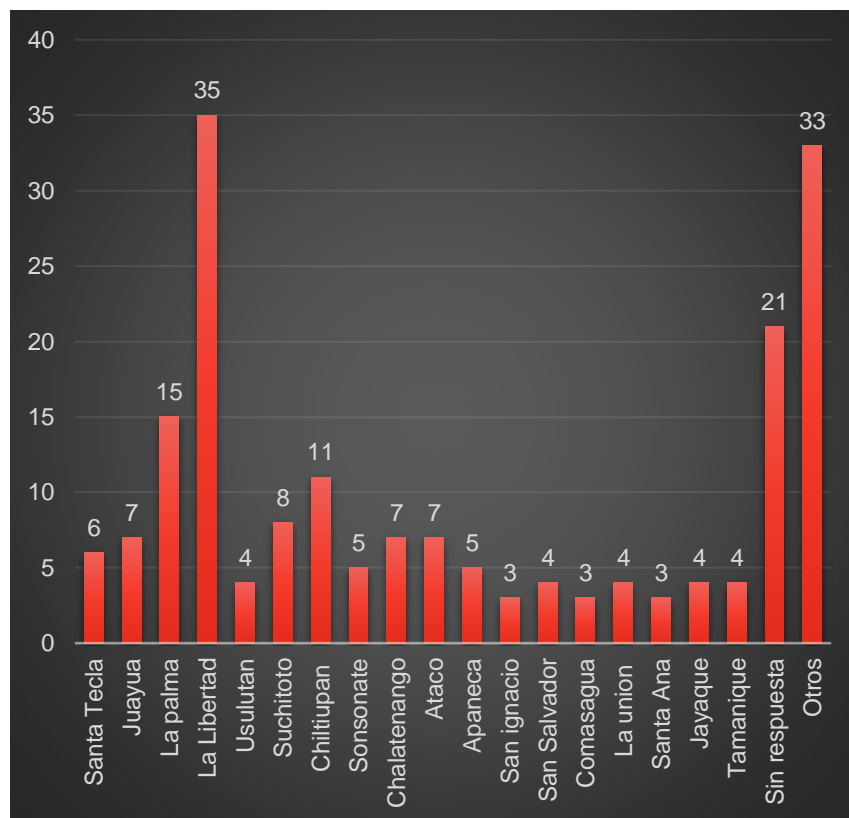
**27. Pasada la emergencia por COVID-19, ¿qué municipios desearía visitar?**

**Objetivo:** Conocer que municipios visitarán los jóvenes al terminar la emergencia

**Variable:** Municipios que visitarán los jóvenes al terminar la emergencia

**Énfasis:** Jóvenes económicamente activos

<b>Variables</b>	<b>f</b>
Santa Tecla	6
Juayúa	7
La palma	15
La Libertad	35
Usulután	4
Suchitoto	8
Chiltiupán	11
Sonsonate	5
Chalatenango	7
Ataco	7
Apaneca	5
San Ignacio	3
San Salvador	4
Comasagua	3
La unión	4
Santa Ana	3
Jayaque	4
Tamanique	4
Sin respuesta	21
Otros	33
<b>Total</b>	<b>189</b>



Análisis: Los jóvenes al terminar la emergencia desean visitar el municipio de La Libertad esto es porque a los jóvenes les gusta mucho el turismo de sol y playa, entonces es al primer lugar donde desean ir una vez finalizada la emergencia de COVID-19, al igual que hay muchos jóvenes que comentaron que esperarían un tiempo prudente para volver hacer turismo por lo que no brindaron una respuesta de que municipio visitarían, y ya por último el municipio de La Palma que se podrían convertir en potencial competidor en el estudio.

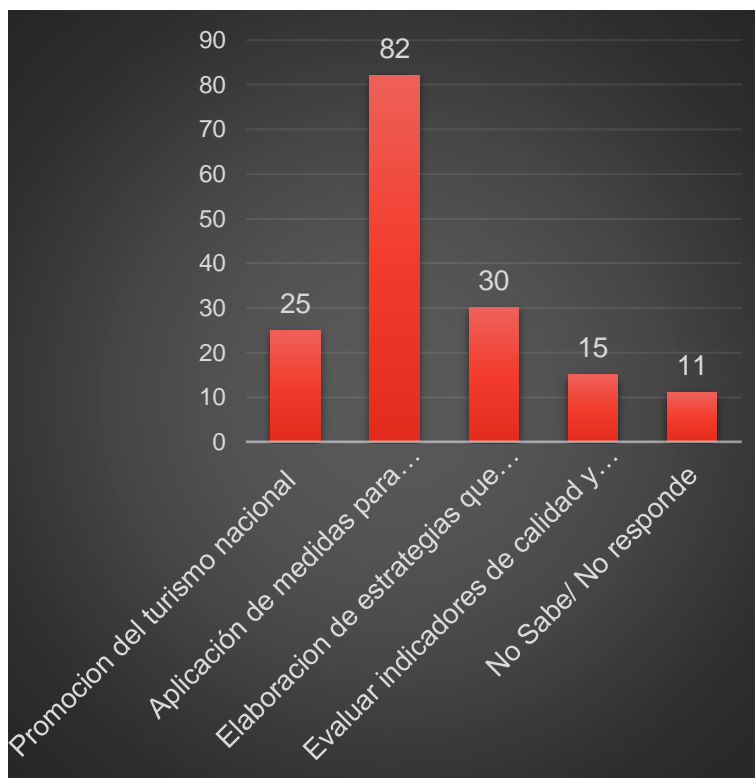
## 28. ¿Qué medidas espera tomen las autoridades para el sector turismo luego de la emergencia del COVID-19?

**Objetivo: Conocer qué medidas esperan los jóvenes que tomen la autoridades en el sector turismo al terminar la emergencia**

**Variable: Medidas para que realicen las autoridades en el sector turismo al terminar la emergencia**

**Énfasis: Jóvenes económicamente activos**

Variables	f
Promoción del turismo nacional	25
Aplicación de medidas para controlar el flujo de turistas, medidas higiénicas y medidas de seguridad	82
Elaboración de estrategias que ayuden a los emprendedores de servicios turísticos	30
Evaluar indicadores de calidad y satisfacción del turista	15
No Sabe/ No responde	11
<b>Total</b>	<b>163</b>



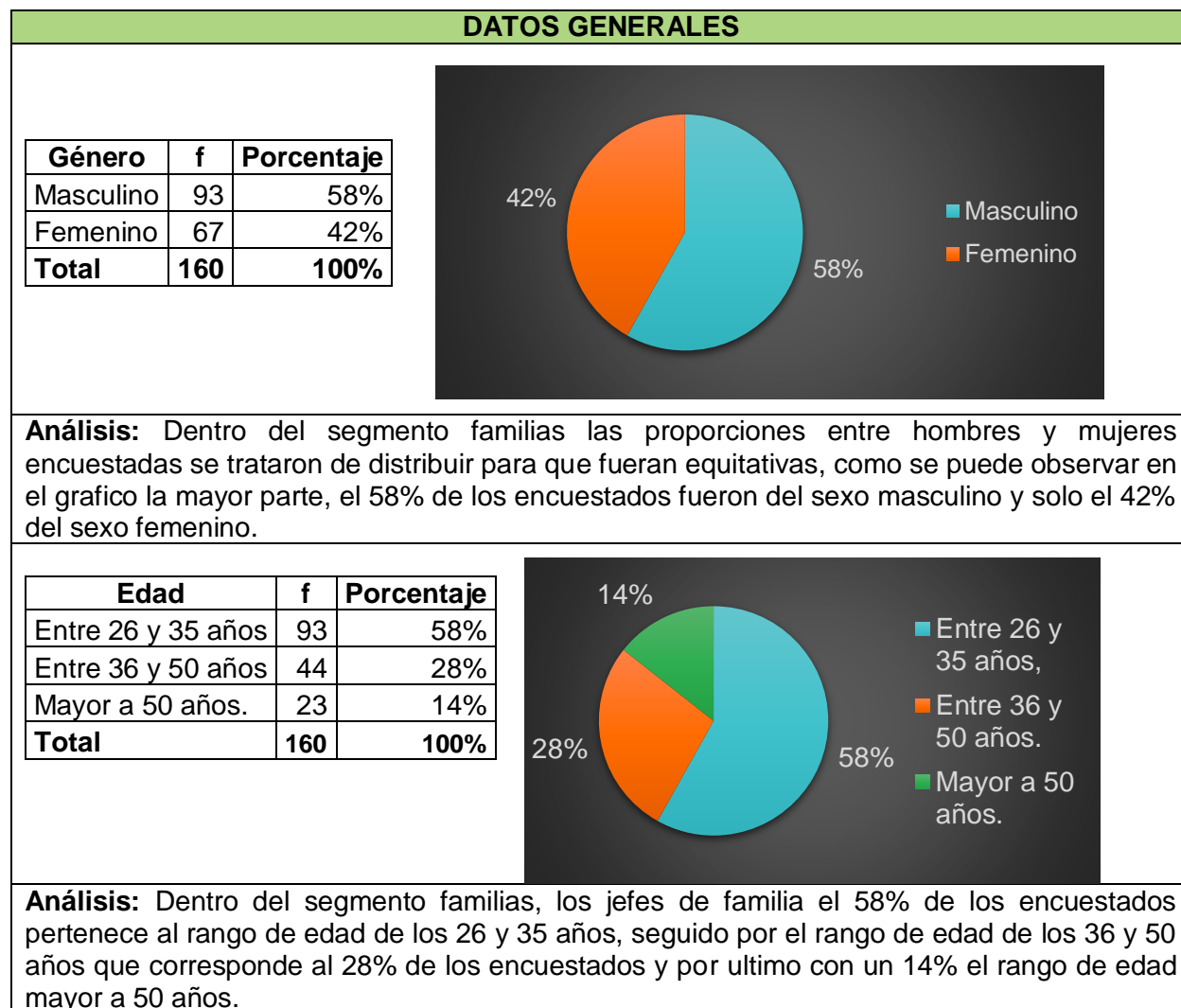
Análisis: Los jóvenes piden a las autoridades del sector turismo que tomen medidas de seguridad e higiene en cada uno de los sitios turísticos, una limpieza general para evitar cualquier posible contagio al visitar los sitios turísticos y que se controle el flujo de turistas que pongan un límite permitido de personas así no se hagan aglomeraciones de personas y evitar posibles contagios, que elaboren estrategias para ayudar a los emprendedores de servicios turísticos ya que han salido muy afectados con esta emergencia y así puedan volver a retomar ya que del turismo depende mucho la economía del país, al igual piden que hagan más publicidad de que lugares pueden visitar a nivel nacional y así que las personas hagan más turismo interno y esto ayuda a los emprendedores del rubro de turismo.



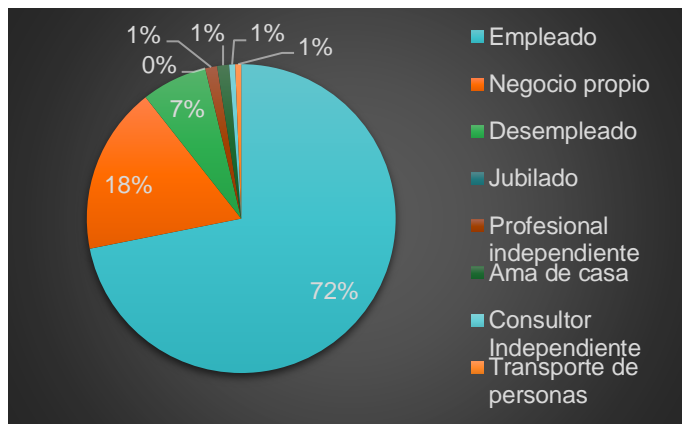
b) Tabulación de información para el segmento familias

**Datos Generales**

Tabla 103. Tabulación del segmento familias



Ocupación	f	Porcentaje
Empleado	115	72%
Negocio propio	28	18%
Desempleado	11	7%
Jubilado	0	0%
Profesional independiente	2	1%
Ama de casa	2	1%
Consultor Independiente	1	1%
Transporte de personas	1	1%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>



**Análisis:** En su mayoría los encuestados pertenecen al 72% de personas que actualmente cuentan con un empleo, mientras que un 18% afirma tener un negocio propio y un 7% están desempleados, el 1% de los que indicaron otro tipo profesión entre ellos consultor independiente, amas de casa o transporte de personal, para la toma de la muestra no se hizo ningún tipo de excepción por lo cual entra a estudio cualquier individuo que sea miembro de familia.

### PREGUNTAS GENERALES

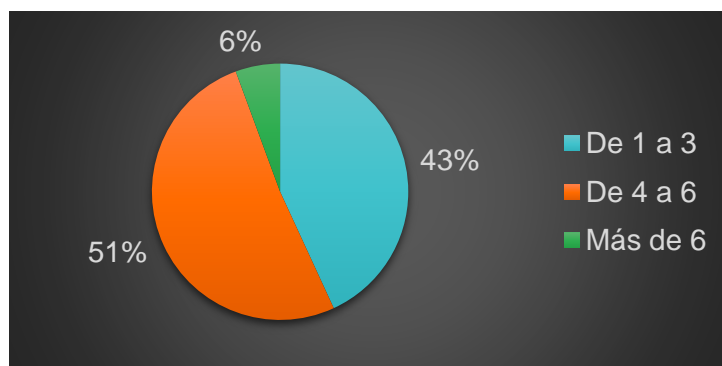
**1. ¿Cuántas personas forman parte de su núcleo familiar?**

**Objetivo:** Conocer cuántas personas conforman núcleo familiar

**Variable:** personas que conforman el núcleo familiar

**Énfasis:** Jefes de familia

Variabes	f	Porcentaje
De 1 a 3	69	43%
De 4 a 6	82	51%
Más de 6	9	6%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>



**Análisis:**

De los resultados obtenidos el 51% dijo que su familia tenía de 4 a 6 miembros, y con 43% dijo que tenía de 1 a 3 miembros, y solo un 6% afirmó tener más de 6 miembros en su familia, por lo que en promedio se tomara que hay 4 miembros por cada familia.

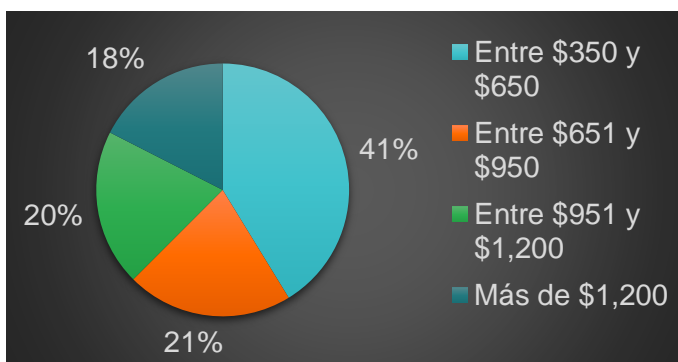
## 2. Ingresos mensuales de su núcleo familiar

**Objetivo:** Conocer cuáles son los ingresos mensuales en las familias

**Variable:** Promedio de ingresos mensuales de las familias

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f	Porcentaje
Entre \$350 y \$650	66	41%
Entre \$651 y \$950	34	21%
Entre \$951 y \$1,200	32	20%
Más de \$1,200	28	18%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>



**Análisis:** Un 41% de los encuestados afirmaron poseer ingresos económicos de \$350 a \$650 en cambio un 21% afirmó que sus ingresos económicos entre los \$651 a \$950, esto nos hace ver que en el área metropolitana de San Salvador poseen un poder adquisitivo entre los \$350 y \$950, por lo tanto se puede diseñar un plan de desarrollo turístico que vaya ajustado a los ingresos económicos del mercado de consumo potencial.

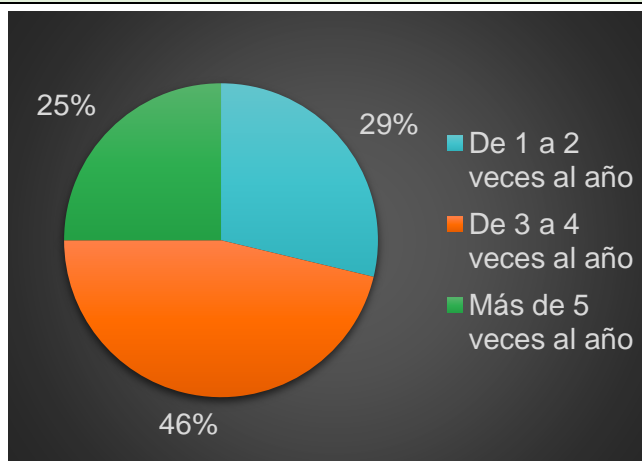
## 3. ¿Con qué frecuencia realiza turismo?

**Objetivo:** Conocer con qué frecuencia hacen turismo las familias

**Variable:** frecuencia con que realizan turismo las familias

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f	Porcentaje
De 1 a 2 veces al año	46	29%
De 3 a 4 veces al año	74	46%
Más de 5 veces al año	40	25%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>



**Análisis:** Se obtuvo que el 46% de las familias realizan turismo de 3 a 4 veces al año, seguido con un 29% que realizan turismo de 1 a 2 veces al año y por último el 25% dijo que realizaba turismo más de 5 veces al año, por lo que mínimo las familias realizan turismo 3 a 4 veces en el año.

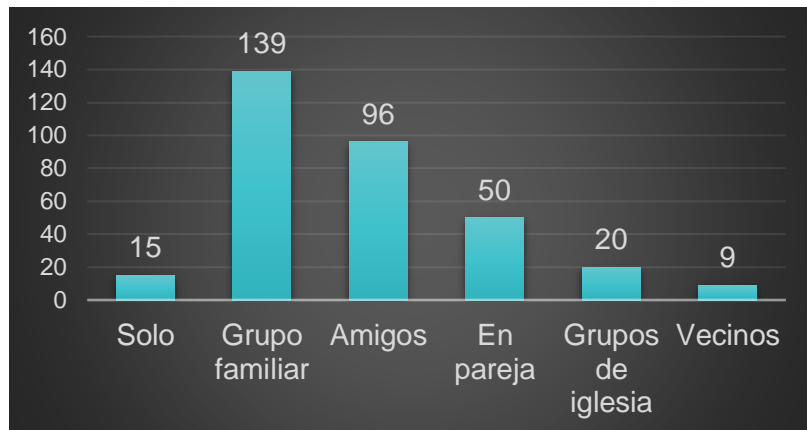
#### 4. ¿Con quién realiza actividades turísticas?

**Objetivo:** Conocer con quien le gusta realizar actividades turística los jefes de familias

**Variable:** Personas con quien realizan actividades turísticas los jefes de familia

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f
Solo	15
Grupo familiar	139
Amigos	96
En pareja	50
Grupos de iglesia	20
Vecinos	9
<b>Total</b>	<b>329</b>



**Análisis:** Los jefes de familia presentan una tendencia marcada siendo la familia su principal compañía al momento de realizar actividades turísticas con 139 opiniones, pero muy de cerca está que les gusta realizar actividades turísticas con sus amigos con 96 opiniones y ya como tercera opción con su pareja con 50 opiniones, por lo tanto, los jefes de familia con quien más realizan actividades turísticas con su familia.

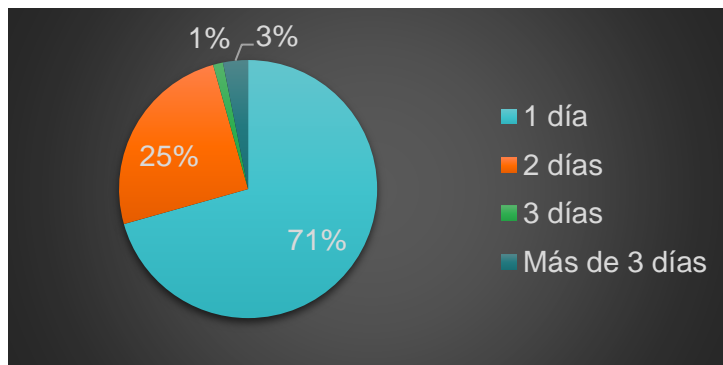
#### 5. ¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?

**Objetivo:** Conocer la duración de los paseos turísticos que realizan las familias

**Variable:** Duración promedio de los paseos turísticos de las familias

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f	Porcentaje
1 día	113	71%
2 días	40	25%
3 días	2	1%
Más de 3 días	5	3%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>



**Análisis:** En los resultados su mayoría indicaron que sus visitas a sitios turísticos lo hacen como viaje de día con un 71%, pero el resto afirmó utilizar de dos a más días, se tiene una tendencia por las familias que en promedio los paseos turísticos serán de un día y rara vez será de más días.

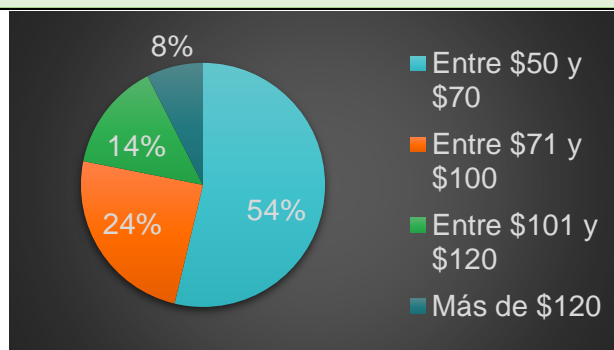
## 6. Al realizar actividades turísticas ¿Cuál es el gasto promedio diario individual?

**Objetivo:** Conocer cuál es el gasto promedio que hacen las familias cuando realizan actividades turísticas

**Variable:** Gasto promedio de las familias que realizan actividades turísticas

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f	Porcentaje
Entre \$50 y \$70	86	54%
Entre \$71 y \$100	39	24%
Entre \$101 y \$120	23	14%
Más de \$120	12	8%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>



**Análisis:** Un 54% de los pertenecientes a la muestra indicaron que en sus visitas turísticas gastan alrededor de \$50 a \$70, otra parte de la muestra indicaron gastar entre \$71 a \$100, con estos estimados se pueden tomar en cuenta al momento de fijar precios ya que así se podrían colocarse en un rango en el cuál no estén sobre valorados ni poco valorados pero que estén al alcance de todos los visitantes.

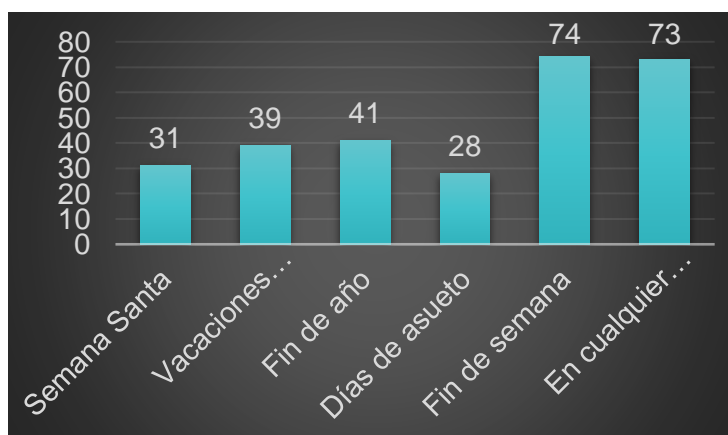
## 7. ¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?

**Objetivo:** Conocer en que temporada del año prefieren realizar turismo las familias

**Variable:** Temporada del año en que hacen turismo las familias

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f
Semana Santa	31
Vacaciones agostinas	39
Fin de año	41
Días de asueto	28
Fin de semana	74
En cualquier temporada	73
<b>Total</b>	<b>286</b>



### **Análisis:**

Las familias realizan más turismo los fines de semana con 74 de las opiniones, seguido por que no tienen preferencias para realizar turismo con 73 opiniones, por lo tanto, las familias no tienen una época especial para hacer turismo, lo hacen cuando ellos consideren pertinente y los miembros de su familia tengan un tiempo libre.

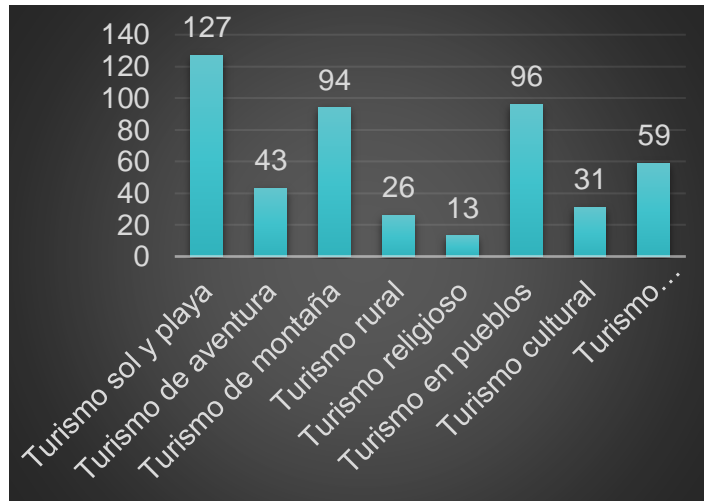
### 8. ¿Qué tipo de turismo prefieren realizar?

**Objetivo:** Conocer qué tipo de turismo prefieren realizar las familias

**Variable:** Turismo que realizan las familias

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f
Turismo sol y playa	127
Turismo de aventura	43
Turismo de montaña	94
Turismo rural	26
Turismo religioso	13
Turismo en pueblos	96
Turismo cultural	31
Turismo gastronómico	59
<b>Total</b>	<b>489</b>



#### Análisis:

El turismo que prefieren realizar las familias es un turismo de sol y playa que tiene 127 opiniones, seguido por turismos de pueblos con 96 opiniones y muy de cerca turismo en montañas con 94 opiniones, por lo que estos 3 tipos de turismo son lo que más realizan las familias.

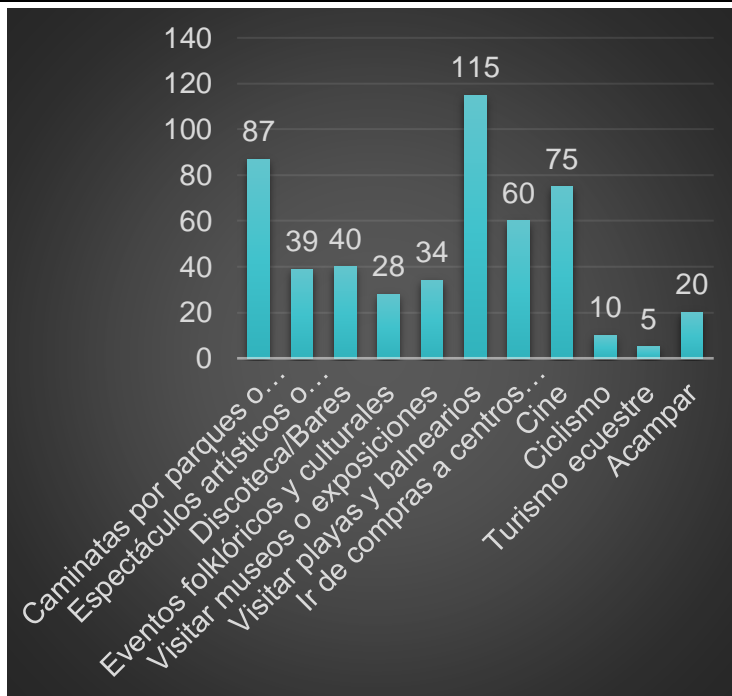
### 9. ¿Qué actividades realiza con frecuencia?

**Objetivo:** Conocer qué tipo de actividades realizan las familias con frecuencia

**Variable:** Actividades que realizan las familias frecuentemente

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f
Caminatas por parques o montañas	87
Espectáculos artísticos o deportivos	39
Discoteca/Bares	40
Eventos folklóricos y culturales	28
Visitar museos o exposiciones	34
Visitar playas y balnearios	115
Ir de compras a centros comerciales	60
Cine	75
Ciclismo	10
Turismo ecuestre	5
Acampar	20
<b>Total</b>	<b>513</b>



#### Análisis:

Las actividades que más realizan con frecuencia las familias son visitar playas y balnearios con 115 de las opiniones, seguido con hacer caminatas por parques o montañas con 87 de las opiniones y por ultimo ir al cine con 75 de las opiniones, las familias prefieren hacer actividades de esparcimiento en algún lugar, ya sea la playa, balneario, parque o montaña.

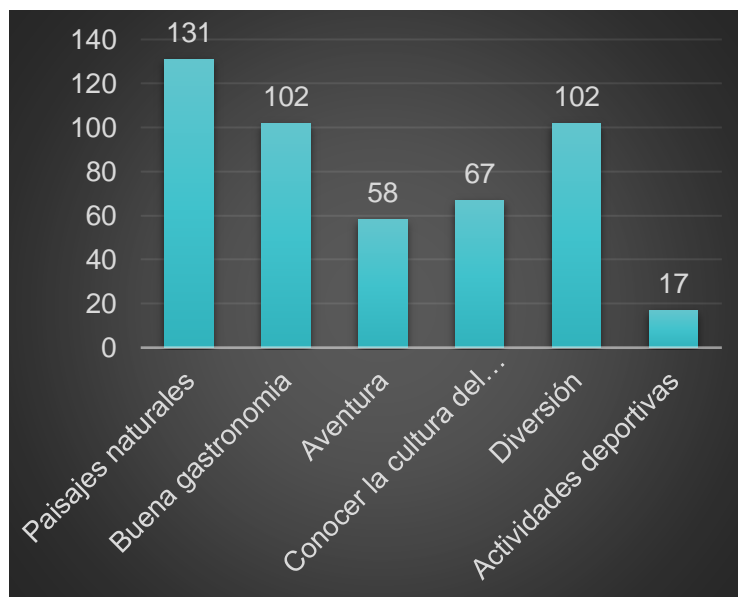
#### 10. ¿Qué busca cuando realiza turismo?

**Objetivo: Conocer que busca las familias cuando realizan turismo**

**Variable: Que les gusta a las familias cuando hacen turismo**

**Énfasis: Jefes de familia**

Variable	f
Paisajes naturales	131
Buena gastronomía	102
Aventura	58
Conocer la cultura del lugar por visitar	67
Diversión	102
Actividades deportivas	17
<b>Total</b>	<b>477</b>



Análisis: En los resultados obtenidos se puede ver que las familias al realizar turismo buscan que tenga paisajes naturales con 131 opiniones, seguido por la diversión con 102 opiniones y por ultimo buena gastronomía con 102 opiniones, esto quiere decir que las familias al realizar turismo buscan que los lugares tengan bonitos paisajes, se puedan divertir y que tenga una buena gastronomía.

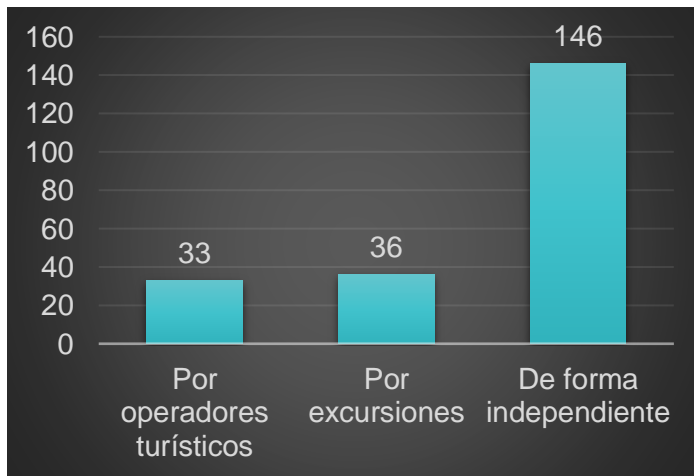
### 11. ¿De qué forma realiza turismo?

**Objetivo: Conocer de qué forma hacen turismo las familias**

**Variable: Como realizan turismo las familias**

**Énfasis: Jefes de familia**

Variable	f
Por operadores turísticos	33
Por excursiones	36
De forma independiente	146
<b>Total</b>	<b>215</b>



Análisis: La mayoría de familias realizan turismo de forma independiente con 146 opiniones seguido por excursiones con 36 opiniones, por lo tanto, las familias deciden de forma independiente cómo hacer turismo y que lugares visitar.

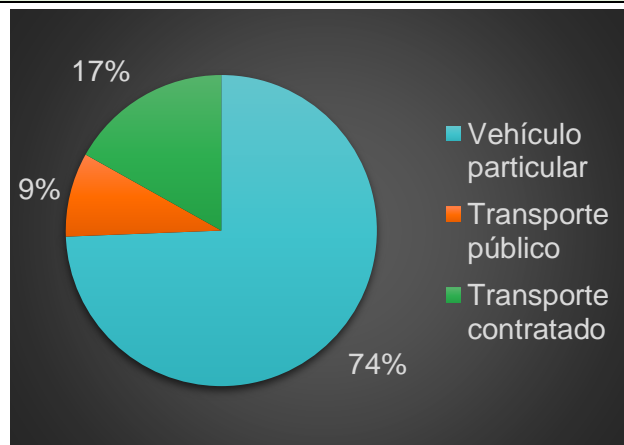
### 12. ¿Qué medio de transporte utiliza cuando realiza turismo?

**Objetivo: Conocer por qué medio de transporte realizan turismo las familias**

**Variable: Medio de transporte utilizado por las familias para realizar turismo**

**Énfasis: Jefes de familia**

Variable	f	Porcentaje
Vehículo particular	119	74%
Transporte público	14	9%
Transporte contratado	27	17%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>





Análisis: El 74% indico que el medio de transporte que más utilizan es en vehículo particular, seguido de transporte contratado con un 17%, posteriormente con un 9% están los que utilizan transporte público, en su mayoría las familias poseen un vehículo propio para llegar hasta su sitio turístico de preferencia. Esto hace pensar en generar una buena señalización hacia el municipio de Chilitupán.

### 13. ¿Por qué medio se informan de los destinos turísticos a visitar?

**Objetivo:** Conocer por qué medio se informan de los destinos turísticos a visitar las familias

**Variable:** Medio que prefieren informarse las familias para visitar destinos turísticos

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f
Televisión	53
Redes sociales	151
Periódicos	10
Radio	7
Recomendaciones Familiar o compañeras	6
Recomendaciones de amigos	2
Páginas web	1
<b>Total</b>	<b>230</b>



Análisis: Como ya es un hecho todos los miembros de la familia están conectados con las redes sociales, por lo que 151 de las opiniones de jefes de familia indican que se informa de los destinos turísticos por redes sociales convirtiéndose así en obligatorio para cualquier destino turístico realizar publicidad en ellas para que las familias se informen de los servicios o productos turísticos que se ofrecen.

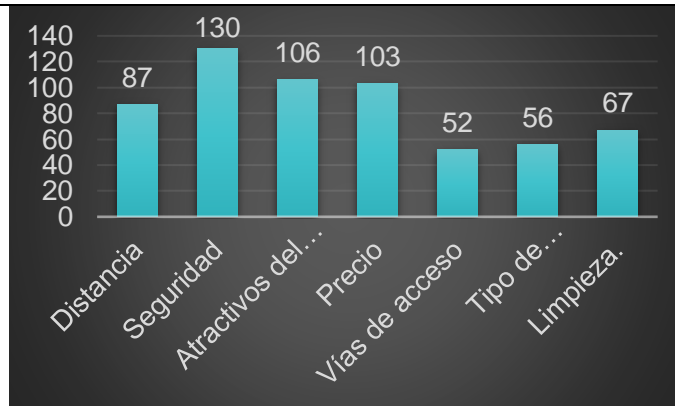
### 14. Al momento de elegir un destino turístico ¿Qué factores influyen en su decisión?

**Objetivo:** Conocer qué factores influyen en las familias al elegir un destino turístico

**Variable:** Factores que influyen en las familias al visitar un destino turístico

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f
Distancia	87
Seguridad	130
Atractivos del lugar	106
Precio	103
Vías de acceso	52
Tipo de turismo que oferta del lugar	56
Limpieza.	67
<b>Total</b>	<b>601</b>



Análisis: Uno de los factores muy importantes para las familias es la seguridad por lo que tiene 130 opiniones, seguido por los atractivos del destino turístico con 106 opiniones y por último el precio con 103 opiniones, por lo tanto, para las familias es muy importante que el destino turístico que visiten les brinde seguridad, tenga muy buenos atractivos turísticos y se ajuste a la economía de la familia con sus precios.

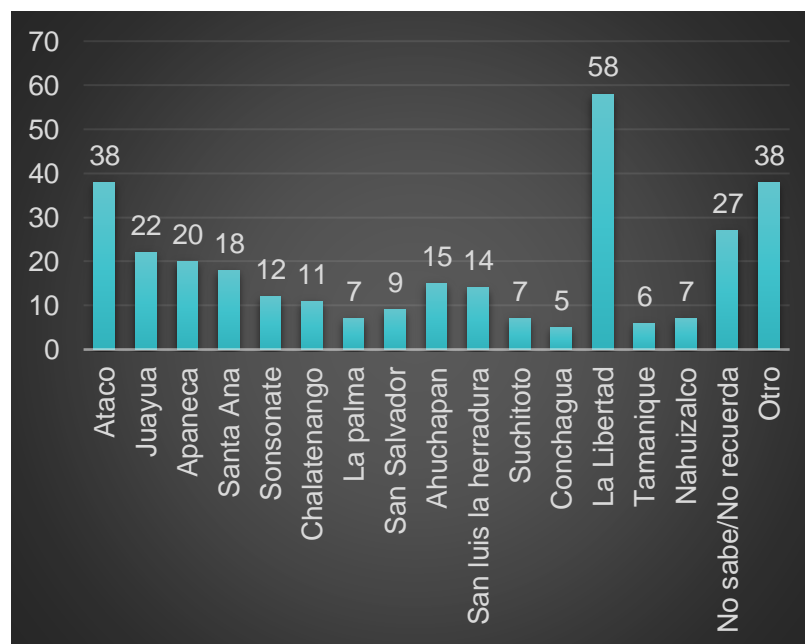
### 15. ¿Qué municipios prefiere para realizar turismo?

**Objetivo: Conocer que municipios prefieren las familias para realizar turismo**

**Variable: Municipios que prefieren las familias para realizar turismo**

**Énfasis: Jefes de familia**

Variable	f
Ataco	38
Juayúa	22
Apaneca	20
Santa Ana	18
Sonsonate	12
Chalatenango	11
La palma	7
San Salvador	9
Ahuachapán	15
San Luis la herradura	14
Suchitoto	7
Conchagua	5
La Libertad	58
Tamanique	6
Nahuizalco	7
No sabe/No recuerda	27
Otro	38
<b>Total</b>	<b>314</b>



Análisis: Las familias prefieren el municipio de la libertad para realizar turismo con 58 opiniones seguido por ataco con 38 opiniones, los municipios son potenciales para entrar en nuestro

análisis del mercado competidor, ya que son los preferidos por los familias porque en ellos se da un ambiente familiar y agradable que las personas disfrutan mucho al visitarlos.

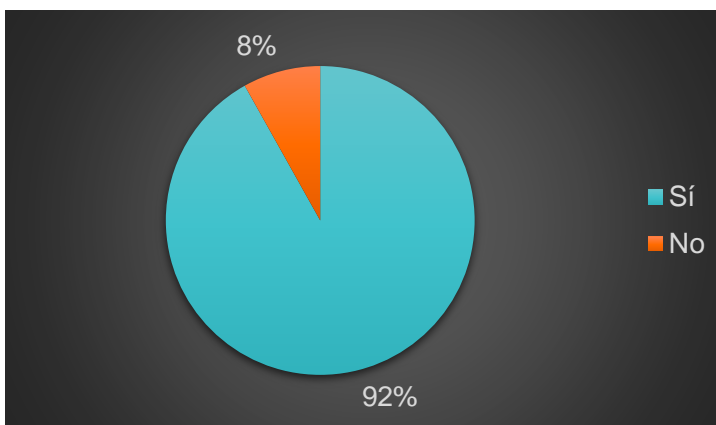
**16. ¿Ha realizado turismo en algún municipio del departamento de La Libertad?**

**Objetivo:** Conocer si las familias hacen turismo en los municipios del departamento de La Libertad

**Variable:** Realizan las familias turismo en los municipios del departamento de La Libertad

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f	Porcentaje
Sí	147	92%
No	13	8%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>



Análisis: Con los resultados obtenidos se determina que el 92% de las familias ha realizado turismo en algún municipio de La Libertad, sabemos que las familias tienden a realizar turismo en los municipios del departamento de La Libertad, siendo una gran oportunidad para que estos visiten el municipio de Chiltiupán.

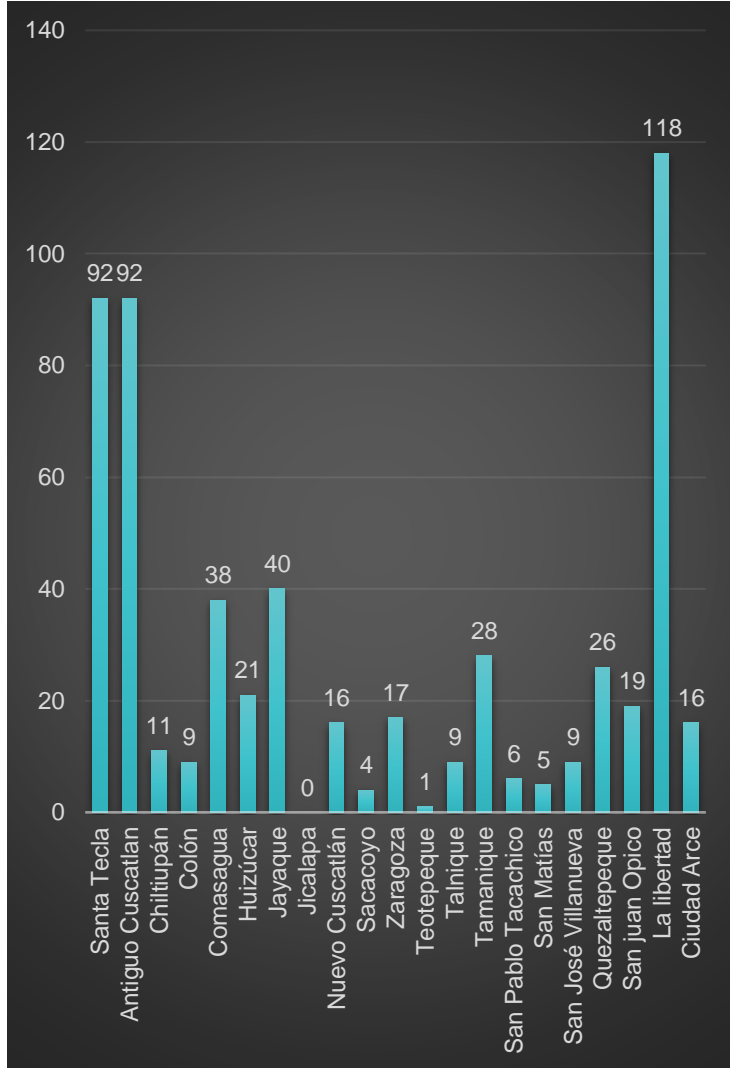
**17. ¿En cuáles municipios del departamento de La Libertad ha realizado turismo?**

**Objetivo:** Conocer en cuales municipios de la libertad realizan turismo las familias

**Variable:** Municipios de La Libertad donde realizan turismo las familias

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f
Santa Tecla	92
Antiguo Cuscatlán	92
Chiltiupán	11
Colón	9
Comasagua	38
Huizúcar	21
Jayaque	40
Jicalapa	0
Nuevo Cuscatlán	16
Sacacoyo	4
Zaragoza	17
Teotepeque	1
Talnique	9
Tamanique	28
San Pablo Tacachico	6
San Matías	5
San José Villanueva	9
Quezaltepeque	26
San Juan Opico	19
La libertad	118
Ciudad Arce	16
<b>Total</b>	<b>577</b>



Analisis:

En los resultados obtenidos los municipios que han hecho turismo las familias del departamento de La Libertad son La Libertad con 118 opiniones, seguido por Santa Tecla y Antiguo Cuscatlán con 92 opiniones cada una, al igual que tenemos 11 opiniones de jóvenes que han visitado el municipio de Chiltiupán, es muy baja respecto a las de mayores opiniones.

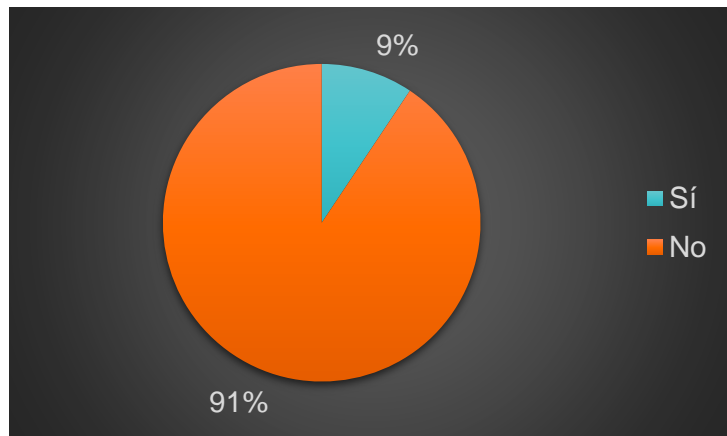
**18. ¿Ha visitado alguna vez el municipio de Chiltiupán?**

**Objetivo:** Conocer si las familias han visitado el municipio de Chiltiupán

**Variable:** Familias que han visitado el municipio de Chiltiupán

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f	Porcentaje
Sí	15	9%
No	145	91%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>



Análisis: Es muy clara la tendencia que se muestra ya que un 91% de las familias nunca ha visitado el municipio de Chiltiupán, por lo tanto, se debe hacer un énfasis grande en esta parte para que el municipio sea conocido y de esta manera se genere la intención de visitarlo y el 9% de las familias ha visitado será un dato muy importante para establecer nuestra demanda potencial, ya que al ser familias que han visitado el municipio hay una mayor probabilidad que lo vuelvan hacer.

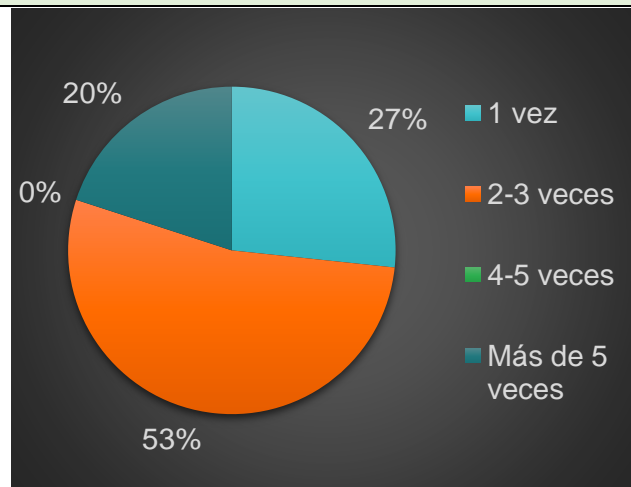
#### 19. ¿Cuántas veces ha visitado el municipio de Chiltiupán?

**Objetivo:** Conocer cuántas visitas han realizado las familias al municipio de Chiltiupán

**Variable:** Visitas realizadas por las familias al municipio de Chiltiupán

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f	Porcentaje
1 vez	4	27%
2-3 veces	8	53%
4-5 veces	0	0%
Más de 5 veces	3	20%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>



Análisis: El 53% de las familias que ya ha visitado el municipio de Chiltiupán afirma haberlo visitado de 2 a 3 veces, mientras que un 27% afirma haber visitado el municipio una vez, se debe buscar la manera más correcta para motivar al turista a que siga visitando el municipio de Chiltiupán.

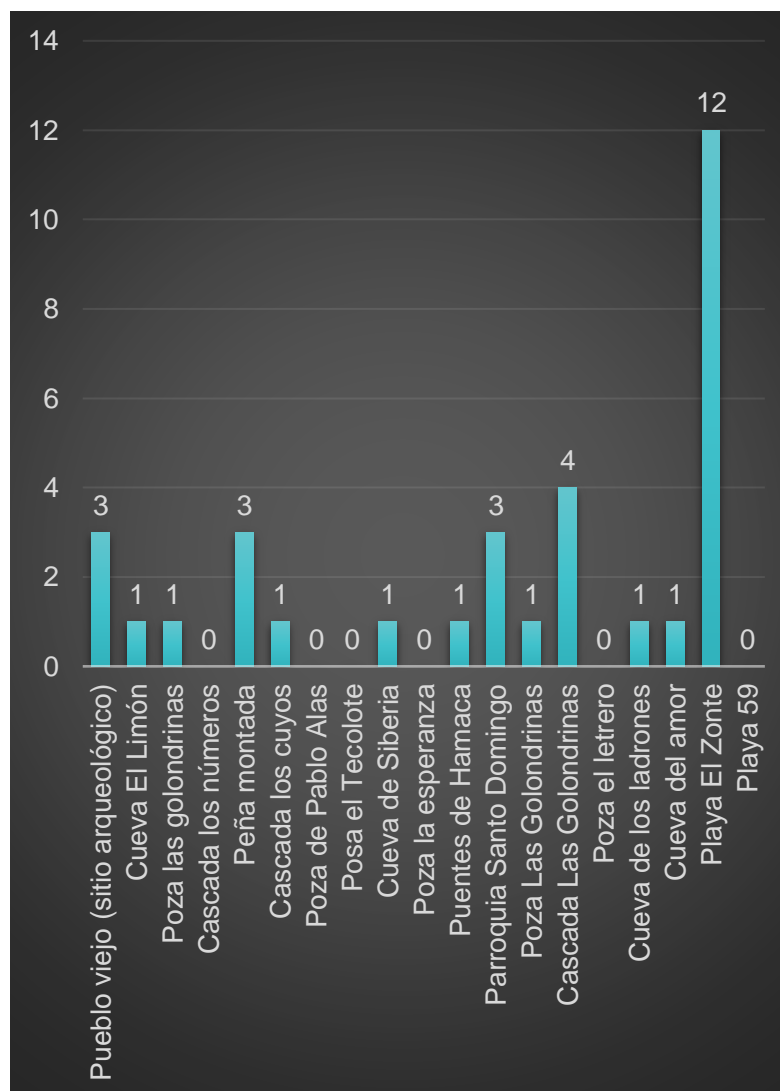
**20. De los siguientes sitios turísticos con los que cuenta Chiltiupán ¿Cuáles visitó?**

**Objetivo: Conocer cuales sitios turísticos visitaron las familias en el municipio de Chiltiupán**

**Variable: Sitios turísticos visitados por las familias en el municipio de Chiltiupán**

**Énfasis: Jefes de familia**

Variable	f
Pueblo viejo (sitio arqueológico)	3
Cueva El Limón	1
Poza las golondrinas	1
Cascada los números	0
Peña montada	3
Cascada los cuyos	1
Poza de Pablo Alas	0
Posa el Tecolote	0
Cueva de Siberia	1
Poza la esperanza	0
Puentes de Hamaca	1
Parroquia Santo Domingo	3
Poza Las Golondrinas	1
Cascada Las Golondrinas	4
Poza el letrero	0
Cueva de los ladrones	1
Cueva del amor	1
Playa El Zonte	12
Playa 59	0
<b>Total</b>	<b>33</b>



**Análisis:**

Se puede observar según los datos obtenidos que en su mayoría han visitado playa el Zonte con 12 opiniones un ancla sumamente importante para el municipio de Chiltiupán y con el cual se deberían establecer estrategias para ganar - ganar, el municipio ganaría turistas y la playa el zonte ganaría más turista.

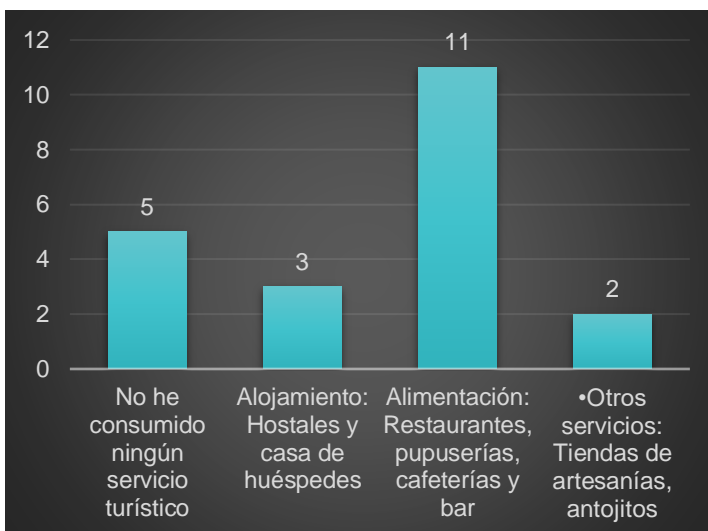
## 21. ¿Qué servicios turísticos ha consumido en su/s visita/s a Chiltiupán?

**Objetivo:** Conocer que servicios turísticos consumieron las familias en su visita al municipio de Chiltiupán

**Variable:** Servicios turísticos adquiridos por las familias en el municipio de Chiltiupán

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f
No he consumido ningún servicio turístico	5
Alojamiento: Hostales y casa de huéspedes	3
Alimentación: Restaurantes, pupuserías, cafeterías y bar	11
•Otros servicios: Tiendas de artesanías, antojitos	2
<b>Total</b>	<b>21</b>



**Análisis:** Con 11 opiniones las familias que han visitado el municipio de Chiltiupán han hecho uso del servicio alimentación esto incluye consumir en restaurantes, pupuserías o cafeterías, por el contrario solo 5 opiniones indicaron no haber hecho uso de servicio turístico, esto hace ver que se debe entrar a la mente del consumidor para que este se encuentre interesado en hacer uso de hostales, cabañas o tiendas locales.

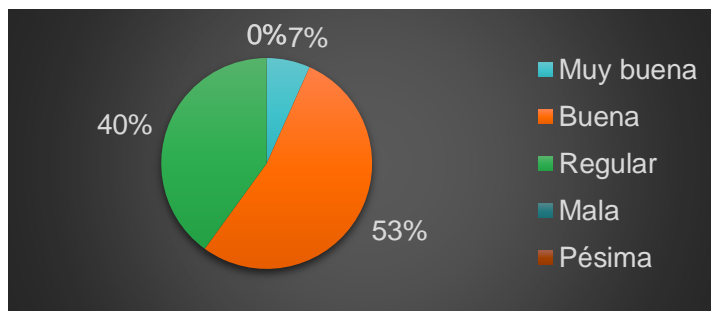
## 22. Cómo considera usted que se encuentra la infraestructura vial del municipio de Chiltiupán

**Objetivo:** Cómo ven las familias la infraestructura vial del municipio de Chiltiupán

**Variable:** Clasificación de la infraestructura vial del municipio de Chiltiupán

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f	Porcentaje
Muy buena	1	7%
Buena	8	53%
Regular	6	40%
Mala	0	0%
Pésima	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>



**Análisis:** El 53% de las familias que visitaron el municipio de Chiltiupán, consideran que la infraestructura vial del municipio se encuentra buena y el 40% regular, por lo tanto se puede considerar que el municipio de Chiltiupán tiene una estructura vial no muy

adecuada para sus turistas y segmento potencial de turistas por lo que debería invertir un poco en la adecuación de su infraestructura vial.

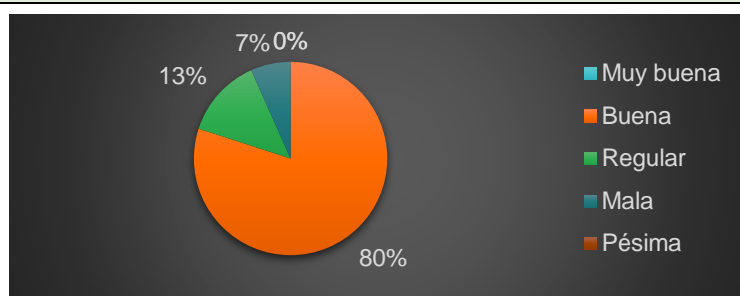
### 23. ¿Cómo considera usted que es la señalización turística con la que cuenta el municipio de Chiltiupán?

**Objetivo:** Cómo ven las familias la señalización turística del municipio de Chiltiupán

**Variable:** Clasificación de la señalización turística del municipio de Chiltiupán

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f	Porcentaje
Muy buena	0	0%
Buena	12	80%
Regular	2	13%
Mala	1	7%
Pésima	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>



Análisis: Un 80% afirmó que la señalización turística con la cual cuenta el municipio de Chiltiupán es buena, seguido de un 13% que lo cataloga como regular y un 7% como mala, esto hace ver que aún hay mucho que trabajar con respecto a la señalización del municipio y así evitar que los turistas potenciales al momento de visitar el municipio se encuentren con inconvenientes de dónde están los atractivos turísticos y es una estrategia que se puede proponer en el plan de desarrollo turístico.

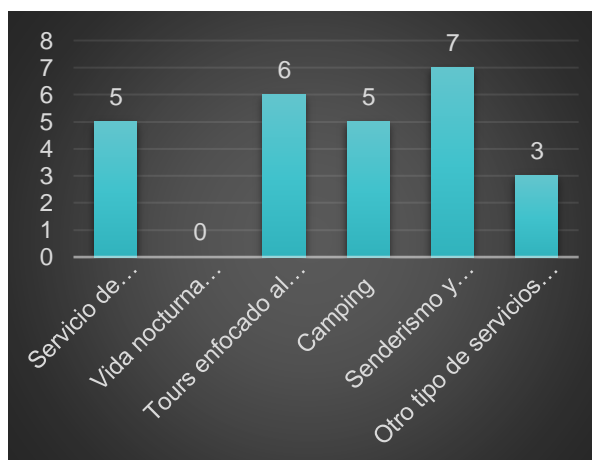
### 24. ¿Qué otro tipo de actividades o servicios le gustaría encontrar y disfrutar en el municipio de Chiltiupán?

**Objetivo:** Conocer que otro tipo de actividades o servicios les gustaría encontrar a las familias en el municipio de Chiltiupán

**Variable:** Actividades o servicios que les gustaría a las familias en el municipio de Chiltiupán

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f
Servicio de información o guías turísticos en c/u de los atractivos turísticos	5
Vida nocturna (discotecas, bares)	0
Tours enfocado al café y el bálsamo	6
Camping	5
Senderismo y caminatas ecológicas	7
Otro tipo de servicios de alimentación	3
<b>Total</b>	<b>26</b>





Análisis: De las familias que han visitado el municipio de Chiltiupán consideran que este debe poseer senderismo y caminatas ecológicas para que estos mismos puedan disfrutar aún más del municipio, además que se hagan tours enfocados al café o bálsamo, que brinde mayor información del municipio y de los atractivos turísticos con guías, al igual que se puedan realizar actividades de camping, cada una de estas sugerencias serán tomadas en cuenta al momento de desarrollar el plan turístico para el municipio todo con el fin de satisfacer los gustos y necesidades de las familias turistas y que esto de igual manera beneficie al municipio.

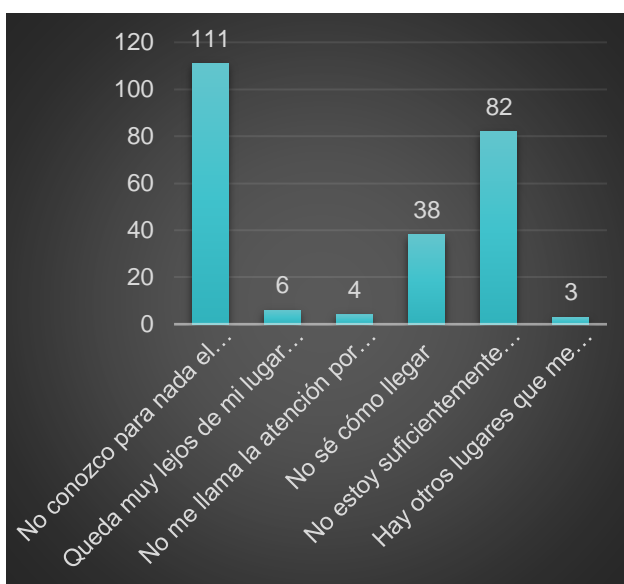
## 25. ¿Por qué motivos no ha visitado el municipio de Chiltiupán?

**Objetivo: Conocer por qué motivos las familias no han visitado el municipio de Chiltiupán**

**Variable: Motivos porque las familias no han visitado el municipio de Chiltiupán**

**Énfasis: Jefes de familia**

Variable	f
No conozco para nada el municipio	111
Queda muy lejos de mi lugar de residencia	6
No me llama la atención por el momento	4
No sé cómo llegar	38
No estoy suficientemente informado de los atractivos y servicios turísticos	82
Hay otros lugares que son más atractivos	3
<b>Total</b>	<b>244</b>



Análisis: De los familias turistas y que indicaron nunca haber visitado el municipio de Chiltiupán afirmaron no conocerlo para nada con 111 opiniones, mientras 82 opiniones afirmaron no estar suficientemente informado de los atractivos y servicios turísticos del municipio, por lo cual se debe trabajar en las estrategias del plan de desarrollo que el municipio se dé a conocer aún más junto a sus atractivos turísticos.

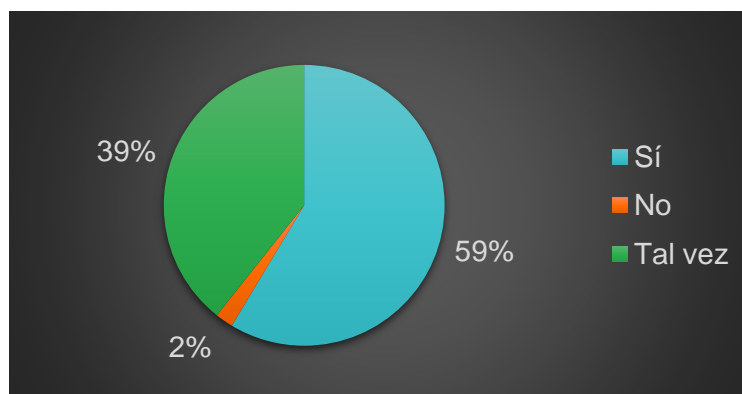
## 26. ¿Le gustaría visitar el municipio de Chiltiupán?

**Objetivo:** Conocer si a las familias les gustaría visitar el municipio de Chiltiupán

**Variable:** Familias que les gustaría visitar el municipio de Chiltiupán

**Énfasis:** Jefes de familia

Variable	f	Porcentaje
Sí	85	59%
No	3	2%
Tal vez	57	39%
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>100%</b>



**Análisis:**

Un 59% de los encuestados y que nunca han visitado el municipio de Chiltiupán afirmaron estar interesados en conocerlo, mientras que un 39% dijo tal vez le gustaría visitarlo, este dato es una oportunidad favorable para el municipio ya que se trabajaría para atraer la atención del este mercado de consumo potencial.

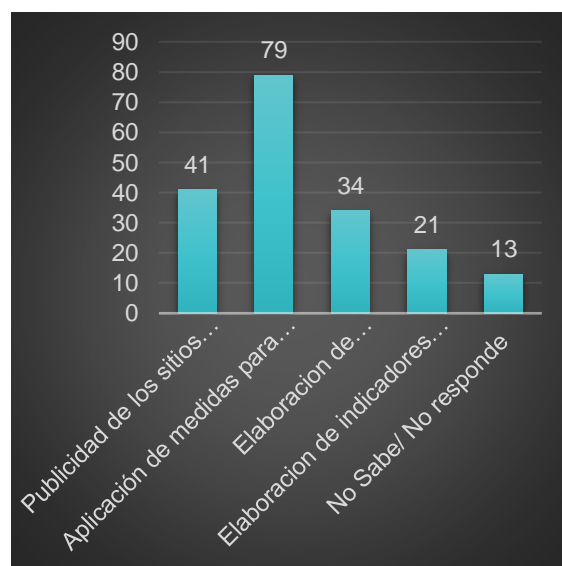
## 27. ¿Que sugiere para los sitios turísticos al terminar la emergencia por COVID-19?

**Objetivo:** Conocer que sugiere las familias para los sitios turísticos al terminar la emergencia

**Variable:** Sugerencias para los sitios turísticos al terminar la emergencia

**Énfasis:** Jefes de familia

Variables	f
Publicidad de los sitios turísticos	41
Aplicación de medidas para controlar el flujo de turistas, medidas higiénicas y medidas de seguridad	79
Elaboración de promociones de servicios turísticos	34
Elaboración de indicadores de calidad y satisfacción del turista	21
No Sabe/ No responde	13
<b>Total</b>	<b>188</b>



Análisis:

Las familias al pasar la emergencia por COVID-19 recomienda a los sitios turisticos tomar medidas de higiene y seguridad, al igual que controlar el flujo de turistas para evitar aglomeraciones y provocar un nuevo brote de contagios, que estos cuenten con alcohol gel, que todos usen mascarillas para evitar enfermedades y hagan limpieza constantemente en los lugares, para que asi que las familias se sientan seguros al visitar los sitios turisticos y no tengan miedo de contagiarse, tambien piden que se que se haga mucha publicidad de los sitios turisticos que puede visitar terminando la emergencia, ya que necesitaran salir a distraerse y que haga promociones de algunos servicios turisticos ya que la economia estara mal, asi los sitios turisticos reciben visitantes y van incrementando su afluencia a como era antes de la emergencia.

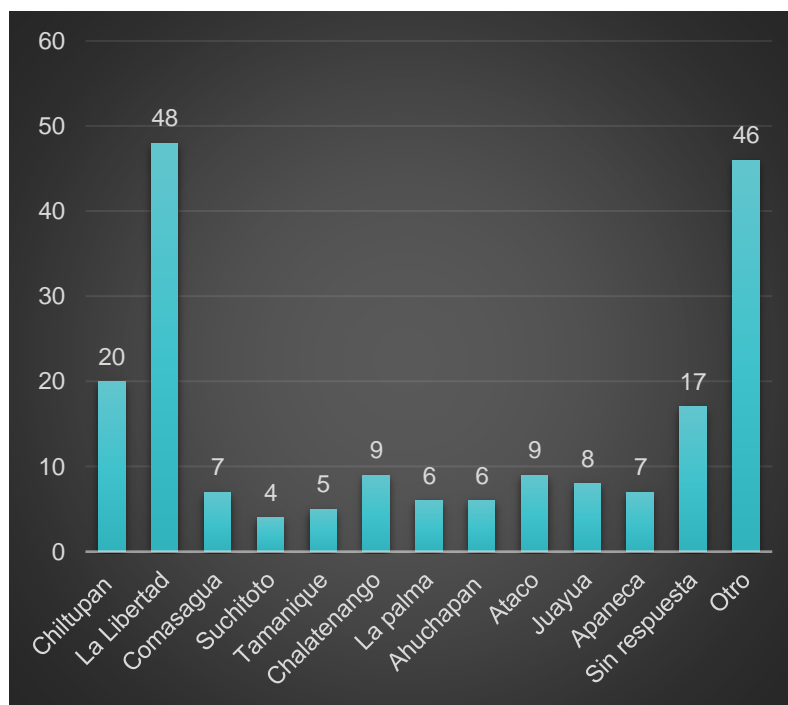
## 28. Pasada la emergencia por COVID-19, ¿qué municipios desearía visitar?

**Objetivo: Conocer que municipios visitaran las familias al terminar la emergencia**

**Variable: Municipios que visitaran las familias al terminar la emergencia**

**Énfasis: Jefes de familia**

Variables	f
Chiltiupán	20
La Libertad	48
Comasagua	7
Suchitoto	4
Tamanique	5
Chalatenango	9
La palma	6
Ahuachapán	6
Ataco	9
Juayúa	8
Apaneca	7
Sin respuesta	17
Otro	46
<b>Total</b>	<b>192</b>



Análisis: Las familias al terminar la emergencia desean visitar el municipio de La Libertad esto es porque a las familias les gusta mucho el turismo de sol y playa, entonces es al primer lugar donde desean ir una vez finalizada la emergencia de COVID-19, al igual que hay muchas familias que comentaron que visitarían otros municipios, debe que visitaran a sus familiares que residen en otros municipios antes de hacer turismo y ya por último el municipio de Chiltiupán este dato es una oportunidad favorable para el municipio, ya que son posibles consumidores potenciales.

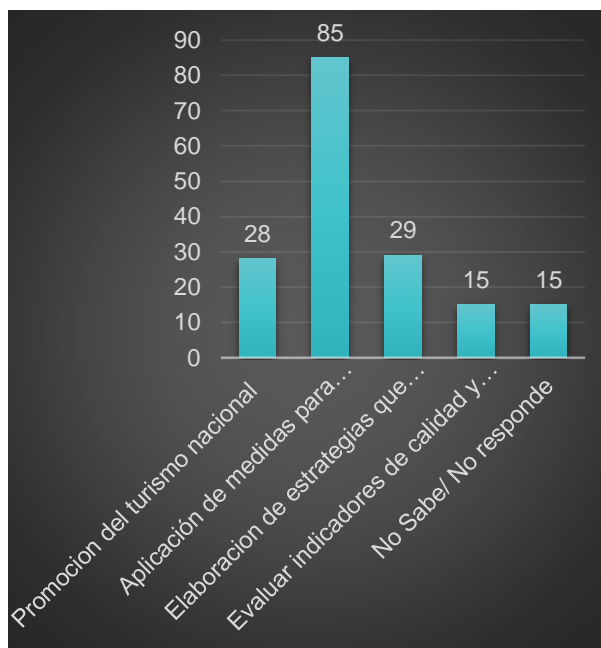
**29. ¿Qué medidas espera tomen las autoridades para el sector turismo luego de la emergencia del COVID-19?**

**Objetivo: Conocer qué medidas esperan las familias que tomen la autoridades en el sector turismo al terminar la emergencia**

**Variable: Medidas para que realicen las autoridades en el sector turismo al terminar la emergencia**

**Énfasis: Jefes de familia**

<b>Variables</b>	<b>f</b>
Promoción del turismo nacional	28
Aplicación de medidas para controlar el flujo de turistas, medidas higiénicas y medidas de seguridad	85
Elaboración de estrategias que ayuden a los emprendedores de servicios turísticos	29
Evaluar indicadores de calidad y satisfacción del turista	15
No Sabe/ No responde	15
<b>Total</b>	<b>172</b>



**Análisis:**

Las familias piden a las autoridades del sector turismo que tomen medidas de seguridad e higiene en cada uno de los sitios turísticos, una limpieza general para evitar cualquier posible contagio al visitar los sitios turísticos y que se controle el flujo de turistas que pongan un límite permitido de personas así no se hagan aglomeraciones de personas y evitar posibles contagios, que elaboren estrategias para ayudar a los emprendedores de servicios turísticos ya que han salido muy afectados con esta emergencia y así puedan volver a retomar ya que del turismo depende mucho la economía del país, al igual piden que hagan más publicidad de que lugares pueden visitar a nivel nacional y así que las personas hagan más turismo interno y esto ayuda a los emprendedores del rubro de turismo.

## 8. Resultados de mercado consumidor

### a) RESULTADOS SEGMENTO JÓVENES

Tabla 104. Resultados segmento jóvenes

<b>Segmento</b>	Jóvenes, Zona metropolitana de San Salvador
<b>Variables Socioeconómicas</b>	Edad: 16 a 35 años Género: Indiferente Ocupación: Indiferente Ingreso: Indiferente
<b>Variables Geográficas</b>	Los 14 municipios que componen el área metropolitana de San Salvador
<b>Motivación para realizar actividades turísticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sus intereses al realizar turismo es que tenga bonitos paisajes, diversión y buena gastronomía.</li> <li>• El motivo para decidir donde realizar sus actividades turísticas son la seguridad, los atractivos del lugar y los precios</li> </ul>
<b>Características, preferencias y otros aspectos generales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hace turismo con su grupo familiar y amigos.</li> <li>• Realiza viajes de 1 a 2 veces al año, en cualquier temporada del año.</li> <li>• Duración de las visitas generalmente es de un día</li> <li>• Interés por las playas, montañas y pueblos coloniales</li> <li>• El uso de redes sociales como principal medio para informarse de los destinos a visitar</li> <li>• Realizan turismo de forma independiente.</li> </ul>
<b>Servicios complementarios</b>	Los servicios complementarios que desean que tenga un destino son bares y discotecas, servicios de información o guías en los atractivos del lugar y camping

Fuente: Elaboración propia

### b) RESULTADOS SEGMENTO FAMILIAS

Tabla 105. Resultados segmento familias

<b>Segmento</b>	Familias, Zona metropolitana de San Salvador
<b>Variables Socioeconómicas</b>	Edad: 26 años en adelante Género: Indiferente Ocupación: Indiferente Ingreso: Indiferente
<b>Variables Geográficas</b>	Los 14 municipios que componen el área metropolitana de San Salvador
<b>Motivación para realizar actividades turísticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sus intereses al realizar turismo es que tenga bonitos paisajes, diversión y buena gastronomía.</li> <li>• El motivo para decidir donde realizar sus actividades turísticas son la seguridad, los atractivos del lugar y los precios</li> </ul>
<b>Características, preferencias y</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hace turismo con su grupo familiar y amigos.</li> <li>• Realiza viajes de 3 a 4 veces al año, los fines de semana o en cualquier temporada del año.</li> </ul>

<b>otros aspectos generales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duración de las visitas generalmente es de un día</li> <li>• Interés por las playas, montañas y pueblos coloniales</li> <li>• El uso de redes sociales como principal medio para informarse de los destinos a visitar</li> <li>• Realizan turismo de forma independiente.</li> </ul>
<b>Servicios complementarios</b>	Los servicios complementarios que desean que tenga un destino son senderismo y caminatas ecológicas, Tours enfocados al café o el bálsamo, servicios de información o guías en los atractivos del lugar y camping

Fuente: Elaboración propia

### c) RESULTADOS SEGMENTO EXTRANJERO

*Tabla 106. Resultados segmento extranjero*

<b>Segmento</b>	Turista extranjero que visita el país
<b>Características demográficas</b>	Personas entre los 18 y 35 años
<b>Actividades que prefiere</b>	Conocer las cultura y tradiciones, interactuar con las comunidades indígenas, conocer gastronomía típica
<b>Elementos importantes al elegir un lugar turístico</b>	Seguridad, precios accesibles, atractivos del lugar
<b>Medio de comunicación por el cual se entera de lugar turísticos</b>	Redes sociales
<b>Otra información</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viaja por turismo y visita familiar</li> <li>• Practica turismo en cualquier temporada del año sobre todos los fines de año</li> <li>• Duración de paseos de 2 a 3 días</li> <li>• Vehículo particular</li> <li>• Preferencias por turismo cultural, sol y playa, montañas.</li> </ul>

Fuente: Propuesta para el Desarrollo Turístico Sostenible de la Ruta Náhuat Pipil en el departamento de Sonsonate, El Salvador.

## 9. Afluencia turística en Chiltiupán

En el municipio de Chiltiupán no se cuentan con estadísticas de la afluencia turística, para calcular la demanda turística se hará uso de la información recolectada en las encuestas.

### a) Segmento jóvenes zona metropolitana

A continuación, se determinará un aproximado de la demanda turística para el municipio de Chiltiupán del segmento Joven del área metropolitana de San Salvador. Tomando como bases variables recolectadas durante la encuesta y la investigación.

Tabla 107. Variables segmentos jóvenes AMSS

Pregunta	Categoría de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
¿Ha visitado alguna vez el municipio de Chiltiupán?	Sí	15	10%
	No	137	90%
¿Con que frecuencia realiza turismo?	De 1 a 2 veces al año	63	41%
	De 3 a 4 veces al año	51	34%
	Más de 5 veces al año	38	25%
¿Le gustaría visitar el municipio de Chiltiupán?	Sí	64	47%
	No	3	2%
	Tal vez	70	51%

Fuente: Elaboración propia

Como primer paso se determina el consumo de productos turísticos, como los datos están agrupados en clase, se calcula el valor medio de la clase "X" y la frecuencia "F", se obtiene el producto de ambos "X\*F" y la sumatoria de este producto se divide entre el número de Jóvenes totales, que es de 152, de la siguiente manera:

Tabla 108. Consumo de productos turísticos jóvenes

Frecuencia	F	X	X*F
De 1 a 2 veces al año	0.0055	63	0.3452
De 3 a 4 veces al año	0.0110	51	0.5589
Más de 5 veces al año	0.0137	38	0.5205
<b>Total</b>			<b>1.4247</b>

Fuente: Elaboración propia

El valor promedio de consumo de los productos turísticos, se obtiene de la siguiente manera:

$$c = \frac{\sum X*F}{n} = \frac{1.4247}{152} = 0.009373$$

Ahora se calcula la demanda total por año, la cual la definimos como el número de visitas turísticas de un joven por mes. Multiplicado por la frecuencia de visitas de la siguiente manera:

$$Q = n \times p \times q \times c$$

Donde “Q” es la demanda total del mercado objetivo, “n” es la población, definidas en la etapa de muestreo, “p” es el parámetro de consumo, “q” es el parámetro de población que esté dispuestos a adquirirlo y “c” es el parámetro de visitas.

$$Q = 813,912 \times 0.10 \times 0.98 \times 0.009373$$

$$Q = 748 \text{ Jóvenes Anualmente}$$

De los 748 jóvenes tenemos que el 61% realiza turismo con otros jóvenes y el 39% realiza turismo con su familia, donde el 61% de jóvenes determinó que en promedio suelen estar acompañados de 3.5 jóvenes.

$$\text{Demanda total} = Q \times \% \text{ jóvenes} \times \text{promedio de jóvenes}$$

$$\text{Demanda total} = 748 \times 0.61 \times 3.5$$

$$\text{Demanda total} = 1,597 \text{ Jóvenes}$$

La demanda total anual por el segmento jóvenes será de 1,597 personas y la distribución de las 1,597 personas a lo largo de los meses se desglosará de la siguiente manera:

Tabla 109. Visitas mensuales del segmento jóvenes

Meses	Porcentaje mensual	Visitas
Enero	7.20%	115
Febrero	3.70%	59
Marzo	5.30%	85
Abril	23.20%	371
Mayo	3.60%	57
Junio	2.70%	43
Julio	5.60%	89
Agosto	14.80%	236
Septiembre	3.20%	51
Octubre	3.20%	51
Noviembre	4.30%	69
Diciembre	23.20%	371
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,597</b>

Fuente: estadísticas mensuales de turismo interno obtenidas en el Boletín estadístico de 2015

Para la distribución de la demanda anual por cada mes, se utilizaron estadísticas mensuales de turismo interno obtenidas en el Boletín estadístico de 2015 para prorratear ese porcentaje de acuerdo a la estacionalidad de la demanda.



b) Segmento familia zona metropolitana

A continuación, se determinará un aproximado de la demanda turística para el municipio de Chiltiupán del segmento familias del área metropolitana de San Salvador. Tomando como bases variables recolectadas durante la encuesta y la investigación.

Tabla 110. Variables segmento familias AMSS

Pregunta	Categoría de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
¿Ha visitado alguna vez el municipio de Chiltiupán?	Sí	15	9%
	No	145	91%
¿Con que frecuencia realiza turismo?	De 1 a 2 veces al año	46	29%
	De 3 a 4 veces al año	74	46%
	Más de 5 veces al año	40	25%
¿Le gustaría visitar el municipio de Chiltiupán?	Sí	85	59%
	No	3	2%
	Tal vez	57	39%

Fuente: Elaboración propia

Como primer paso se determina el consumo de productos turísticos, como los datos están agrupados en clase, se calcula el valor medio de la clase "X" y la frecuencia "F", se obtiene el producto de ambos "X\*F" y la sumatoria de este producto se divide entre el número de Jóvenes totales, que es de 160, de la siguiente manera:

Tabla 111. Consumo de productos turísticos familias

Frecuencia	F	X	X*F
De 1 a 2 veces al año	0.0055	46	0.2521
De 3 a 4 veces al año	0.0110	74	0.8110
Más de 5 veces al año	0.0137	40	0.5479
<b>Total</b>			<b>1.6110</b>

Fuente: Elaboración propia

El valor promedio de consumo de los productos turísticos, se obtiene de la siguiente manera:

$$c = \frac{\sum X*F}{n} = \frac{1.6110}{160} = 0.010068$$

Ahora se calcula la demanda total por año, la cual la definimos como el número de visitas turísticas de una familia por mes. Multiplicado por la frecuencia de visitas de la siguiente manera:

$$Q = n \times p \times q \times c$$

Donde "Q" es la demanda total del mercado objetivo, "n" es la población, definidas en la etapa de muestreo, "p" es el parámetro de consumo, "q" es el parámetro de población que esté dispuestos a adquirirlo y "c" es el parámetro de visitas.

$$Q = 416,100 \times 0.09 \times 0.98 \times 0.010068$$

$$Q = 370 \text{ familias Anualmente}$$

En las encuestas se solicitó la información necesaria para determinar cuántas personas forman parte de su núcleo familiar, para determinar la población total del segmento y se pudo determinar que en promedio son 4 miembros por cada familia.

$$\text{Demanda Total} = Q * \text{Promedio miembros por familia}$$

$$\text{Demanda Total de familia} = 370 * 4$$

$$\text{Demanda Total de familia} = 1,480 \text{ personas}$$

La demanda total anual por el segmento familias será de 1,480 personas, pero a esta demanda hay que restarle demanda de jóvenes por que como sabemos en la familia están incluido personas mayores, adultos, jóvenes y niños.

$$\text{Demanda Total de personas} = \text{demanda total de familias} - \text{demanda total de jovenes}$$

$$\text{Demanda Total de personas} = 1,480 - 748$$

$$\text{Demanda Total de personas} = 732 \text{ personas}$$

Pero a este dato hay que sumarle el porcentaje de jóvenes que realiza turismo con su familia el cual es el 39% de los jóvenes por lo cual la demanda total de familias será la siguiente:

$$\text{Demanda Total de personas} = \text{demanda total de familias} + \text{demanda de jovenes}$$

$$\text{Demanda Total de personas} = 732 + 292$$

la distribución de las 1,024 personas a lo largo de los meses se desglosará de la siguiente manera:

Tabla 112. Visitas mensuales del segmento familias

Meses	Porcentaje mensual	Visitas
Enero	7.20%	74
Febrero	3.70%	38
Marzo	5.30%	54
Abril	23.20%	238
Mayo	3.60%	37
Junio	2.70%	28
Julio	5.60%	57
Agosto	14.80%	152
Septiembre	3.20%	33
Octubre	3.20%	33
Noviembre	4.30%	44
Diciembre	23.20%	238
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>1024</b>

Fuente: estadísticas mensuales de turismo interno obtenidas en el Boletín estadístico de 2015

Para la distribución de la demanda anual por cada mes, se utilizaron estadísticas mensuales de turismo interno obtenidas en el Boletín estadístico de 2015 para prorratear ese porcentaje de acuerdo a la estacionalidad de la demanda.

c) Resumen de la afluencia turística año 2021

Tabla 113. Resumen de afluencia turística año 2021

Mes	Jóvenes	Familias	Total
Enero	115	74	189
Febrero	59	38	97
Marzo	85	54	139
Abril	371	238	608
Mayo	57	37	94
Junio	43	28	71
Julio	89	57	147
Agosto	236	152	388
Septiembre	51	33	84
Octubre	51	33	84
Noviembre	69	44	113
Diciembre	371	238	608
<b>Total</b>	<b>1,597</b>	<b>1,024</b>	<b>2,621</b>

Fuente: Elaboración propia

## 10. Proyecciones de demanda

Para la elaboración de pronósticos, se utilizará la metodología de pronósticos basados en una tendencia lineal, se utilizará para ello el método de los mínimos cuadrados, que ajusta los datos a una ecuación de línea recta, esto porque los datos con que se realiza el experimento no son numerosos, y porque los datos iniciales de la demanda tienen una tendencia lineal. La fórmula básica de los mínimos cuadrados es entonces la de una línea recta.

Tabla 114. Demanda de turismo nacional

Años	Demanda
2011	1,173,275
2012	1,129,766
2013	1,933,762
2014	1,926,516
2015	2,463,885
<b>Total</b>	<b>8,627,204</b>

Fuente: Encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños Dentro del Territorio Nacional DIGESTYC - CORSATUR 2011 – 2015 con datos preliminares

Esto es:

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{N}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Tabla 115. Demanda por mínimos cuadrados

Años	Demanda(y)	x	x*y	x <sup>2</sup>
2011	1,173,275	-2	-2,346,550	4
2012	1,129,766	-1	-1,129,766	1
2013	1,933,762	0	0	0
2014	1,926,516	1	1,926,516	1
2015	2,463,885	2	4,927,770	4
<b>Total</b>	<b>8,627,204</b>	<b>0</b>	<b>3,377,970</b>	<b>10</b>

Fuente: Elaboración propia

$$a = \frac{8,627,204}{5} = 1,725,440.80$$

$$b = \frac{3,377,970}{10} = 337,797$$

Por lo tanto:

$$Y = 1,725,440.8 + 337,797x$$

De acuerdo a los datos oficiales presentados por el MITUR, y basándose únicamente en datos estadísticos, a continuación, se presentan proyecciones de crecimiento de la demanda con la ecuación se procede a encontrar las proyecciones de los siguientes años, los números en Rojo corresponden a las proyecciones.

Tabla 116. Demanda de turismo nacional proyecciones

Año	N° de turistas	Datos
2011	1,173,275	Estadísticos
2012	1,129,766	
2013	1,933,762	
2014	1,926,516	
2015	2,463,885	
2016	2,738,832	Proyecciones
2017	3,076,629	
2018	3,414,426	
2019	3,752,223	
2020	4,090,020	
2021	4,427,817	
2022	4,765,614	
2023	5,103,411	
2024	5,441,208	
2025	5,779,005	

Fuente: Encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños Dentro del Territorio Nacional DIGESTYC - CORSATUR 2011 – 2015 con datos preliminares

Tabla 117. Tasa de crecimiento de turismo nacional

Año	N° de turistas	Tasa de crecimiento
2022	4,765,614	7.63%
2023	5,103,411	7.09%
2024	5,441,208	6.62%
2025	5,779,005	6.21%

Fuente: Elaboración propia en base a las proyecciones obtenidas por Encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños Dentro del Territorio Nacional DIGESTYC - CORSATUR 2011 – 2015 con datos preliminares

La proyección anual del municipio de Chiltiupán para los próximos cinco años se puede resumir a continuación:

Tabla 118. Proyección por año de la afluencia turística del municipio de Chiltiupán

Año	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda de personas	2,621	2,821	3,021	3,221	3,421

Fuente: Elaboración propia

## **B. MERCADO COMPETIDOR**

### **1. Antecedentes del mercado competidor**

El turismo a lo largo del tiempo se ha venido fortaleciendo como uno de las principales industrias para el desarrollo económico a nivel mundial, El Salvador no es exento a dicho desarrollo. Esto se debió a la riqueza natural que posee el país, como lo son sus playas, la diversidad en climas, la arqueología, así como hechos coloniales y precolombinos. Lo cual ha permitido al país el desarrollo de una importante oferta turística tanto a nivel nacional, así como a niveles internacionales.

Por lo cual un estudio de mercado competidor debe involucrar examinar las características de los eventuales rivales existentes o los que se habrá de enfrentar, así como las particularidades de los productos o servicios que éstos ofrecen, es la esencia de un análisis de competencia, y el cual constituye un elemento fundamental para poder determinar la viabilidad comercial de un nuevo negocio o emprendimiento.

El identificar las características del entorno de competencia, va más allá de hacer el estudio y análisis de los competidores, para posteriormente tomar las decisiones o diseñar estrategias que permitan competir adecuadamente con ellos. Evaluar a los competidores, sus productos o servicios y las relaciones entre ellos, busca analizar los aspectos específicos de dónde y cómo se venden éstos, tales como: estructura de la distribución, el potencial de mercado, las tendencias, las fuerzas o elementos externos que influyen o pueden influir en el ámbito de competitividad.

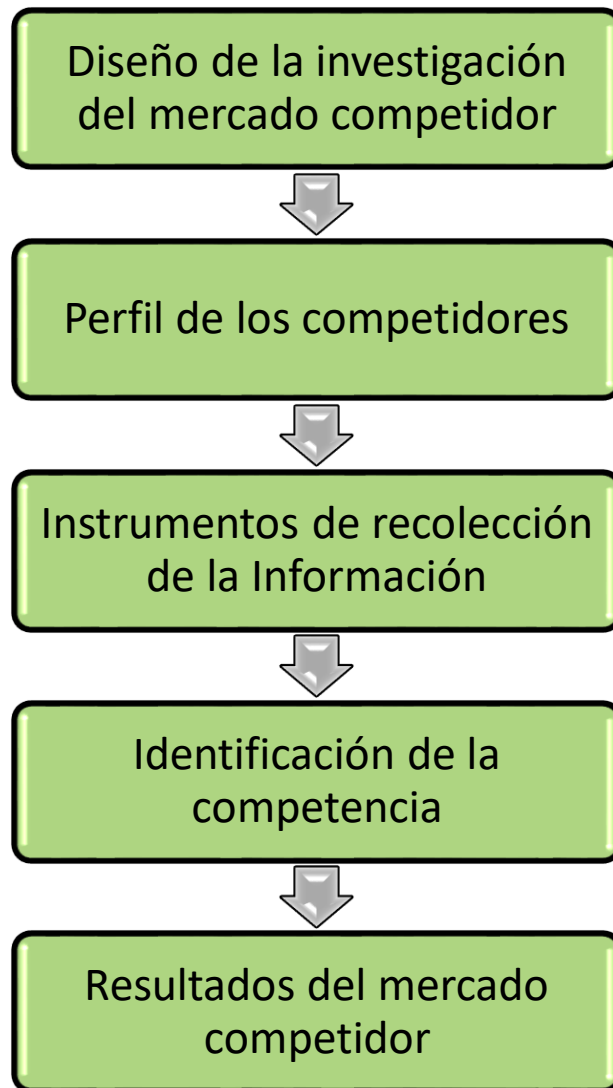
El municipio de Chiltiupán con una caracterización especial sobre una gran mayoría de municipios con un éxito turístico, debido su riqueza natural al contar con zona costera y ser parte de la cordillera del Bálsamo, lo convierte en un municipio con gran potencial turístico que aún no se encuentra desarrollado.

El mercado competidor para el plan de desarrollo turístico de Chiltiupán, estará conformado por un conjunto de municipios que cumplan con las características turísticas y tengan la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas, siendo los municipios aledaños por su característica geográfica los considerados como competidores directos.

Además, es importante considerar los municipios con éxito turístico como parte del mercado competidor, esto debido a que ofrecen una oferta turística con productos similares o sustitutos, quienes constituyen los competidores indirectos. El propósito es determinar a cuáles de ellos se les aventaja y en qué producto turístico, así como los aspectos en los cuales se presentan desventajas competitivas.

## 2. Metodología de la investigación

Con el propósito de facilitar la recolección de información sobre los municipios que se pueden considerar competencia ya sea directa, indirecta y sustituta, en lo relacionado al sector turismo con respecto al municipio de Chilitiupán, se presenta el siguiente esquema metodológico a ser abordado.



*Esquema 5. Metodología de la investigación*

### **3. Diseño de la investigación del mercado competidor**

Como parte esencial del estudio se hace necesario realizar el diseño de la investigación en el cual, se deben definir elementos claves, partiendo de cuál será el tipo de investigación que se ocupará en el estudio de la competencia del municipio de Chilitupán, de cuáles fuentes de información se hará uso y finalmente técnicas y herramientas para la recolección de información y el método a seguir.

#### **Tipo de investigación**

Ya que el objetivo del estudio de la competencia es recabar la mayor cantidad de información posible sobre los competidores con el objeto de formular perfiles de competidores para establecer estrategias competitivas. Se hará uso de una investigación exploratoria que servirá para tener un punto de partida con la información existente relevante al turismo de otros municipios.

#### **Fuentes de información**

Las fuentes de información a utilizar en el estudio de competidores del municipio de Chilitupán serán del tipo secundaria y primaria tal y como se detalla a continuación:

- **Fuentes primarias**

Es la información considerada de primera mano relativa al fenómeno o tema investigado que será obtenida a través de investigación de campo o por medios que satisfacen las necesidades inmediatas del estudio. Para el presente estudio se refieren a entrevistas y encuestas a encargados de CDT de municipios considerados competencia en algún aspecto o considerados de éxito en turismo, autoridades locales (alcaldías), empresarios o inversionistas, instituciones nacionales relacionadas al turismo entre otras.

- **Fuentes secundarias**

Se definen de esta manera a aquella fuente cuya información ha sido recolectada previamente con otros objetivos por algún ente o individuo. Para el estudio se hará uso de fuentes como sitios web, blogs, redes sociales, información derivada de instituciones como MITUR, CORSATUR, entre otras.

#### **Técnicas y Herramientas**

- **Entrevistas**

La realización de entrevistas con el objetivo de recopilar información de primera mano de personas, instituciones o actores involucrados en el sector turismo en los municipios considerador competidores de Chilitupán en sus ofertas turísticas.

- **Entrevistas en línea**

Realizadas como apoyo a las entrevistas físicas, cuando por razones fuera de los alcances de una investigación se presentan limitantes las cuales se pueden cubrir con este medio, permitiendo obtener información específica en lo relacionado a la competencia turística.



- **Check-list**

Utilizados con el propósito de identificar servicios turísticos con los que cuentan los municipios considerados competencia, de manera ordenada y sistemática.

### **Método**

Se procederá a seleccionar los municipios considerados como posibles competencias del municipio de Chilitupán en sector turismo, se gestionarán contactos para la realización de visitas a los municipios y obtener información a través de las entrevistas y check list y frente a circunstancias adversas que se presentasen se utilizarán entrevistas en línea a los actores, instituciones y otras organizaciones pertenecientes a los municipios y que están relacionados al turismo de dichos municipios.

## **4. Perfil de los competidores**

El identificar los principales competidores es importante, debido a que esta identificación servirá para poder establecer junto al estudio de mercado consumidor un segmento bien definido, que pueda brindar un éxito al momento de implementar el "Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chilitupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional surf city", entre los tipos de competidores a investigar tenemos:

### a) Competidor directo

El poder determinar la competencia directa nos permite no solo diferenciar quienes ofrecen al mercado que nos dirigimos un producto o servicio con las mismas características que el nuestro, independientemente sea mejor o peor, pero tienen el mismo objetivo; satisfacer una misma necesidad o un mismo deseo en nuestro target.

Para competidores directos será importante que se pueda desarrollar el total o la mayoría de tipos de turismo que se puede desarrollar en el municipio de Chilitupán; así como las diferentes actividades, entre los que destacan:

**Turismo de sol y playa:** debido a que la principal actividad turística se debe a la impresionante playa el Zonte, la cual por las características ideales para la práctica de surf lo cual la convierte en un atractivo para turista internacional. Por lo cual los municipios que cuenta con este tipo de turismo y donde se pueda realizar turismo de aventura, será considerado competidor directo, esto debido a que el Chilitupán en la actualidad basa su economía turística en el turismo de playa.

**Turismo de aventura:** teniendo en cuenta los diferentes recursos turísticos con los que cuenta Chilitupán, este reúne las características para desarrollar turismo de aventura, en donde destaca la observación de la naturaleza, aventuras terrestres como caminatas o senderismo. Para la realización de estas actividades se cuenta con atractivos turísticos como Cascadas y una serie de pozas para las cuales es necesario realizar caminatas para llegar a los destinos.

**Turismo rural:** dada la parte montañosa con la que cuenta permite desarrollar una variedad de actividades que comprende el turismo rural, como es la interacción con una comunidad rural en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.

**Turismo cultural:** definido como aquel viaje turístico motivado por conocer comprender y disfrutar rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales y afectivos que caracterizan a una sociedad, Chiltiupán al poseer atractivos como pueblo viejo o la poza el letrero donde se pueden observar Petro grabados, permite observa un poco de la cultura, esto añadimos la infinidad de leyendas propias con las que cuenta la población.

b) Competidor indirecto

Se considerará competidor indirecto aquellos que intervienen de forma lateral en el enfoque de mercado que tenemos planteado con nuestro producto o servicio, a diferencia del competidor directo **se excluye el turismo de sol y playa, manteniendo el turismo de aventura, rural y cultural;** en los cuales se satisfacen aquellas necesidades o deseos del público objetivo mediante algún producto o servicio. El competidor indirecto no reúne las características más significativas de los atractivos turísticos de Chiltiupán, pero tienen un papel muy importante en la oferta y demanda turística nacional.

c) Competidor sustituto

Este competidor por lo general tiene un target completamente diferente lo cual suele pasarse desapercibido. Pero dentro de la industria turística es importante analizarlo debido a que día con día los turistas buscan nuevos productos o servicios; por lo cual puede representar una oportunidad para posicionarse como municipio en el mercado turístico, ofreciendo una diversidad de productos o servicios que a su vez puedan potenciar, sirviendo como complemento al target principal, entre los servicios que más destacan en este competidor tenemos:

**Servicios de hospedaje**  
**Servicios de restaurantes**  
**Servicios de entretenimiento**

## 5. Instrumentos de recolección de la información

Para la realización del estudio se procederá a elaborar instrumentos cuyo objetivo es la recolección organizada y sistémica de información sobre el sector turismo en los municipios considerados potenciales competidores, esto mediante entrevistas mixta o semiestructurada y dirigidas a autoridades locales de los municipios como son los alcaldes, comités de desarrollo turística (CDT), actores locales en pro del turismo como son empresarios vinculados al sector turismo, que permitan obtener un panorama claro de los factores de éxito, experiencias, y fracasos de proyectos dentro de los municipios que han traído beneficios al turismo local, para poder replicar y mejorar aquellas buenas prácticas dentro del plan de desarrollo turístico del municipio de Chiltiupán y posteriormente crear estrategias que permitan sobresalir y posicionar a Chiltiupán como atractivo turístico. Otro recurso que se hace de mucha utilidad al momento de la investigación de la competencia son los check list los cuales ayudan a la verificación rápida de recursos, atractivos y productos turísticos de los municipios de interés dentro de la competencia potencial. Los instrumentos se mostrarán a continuación:



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



**GUIA DE ENTREVISTA A ALCADES O REPRESENTANTES OFICIALES**

**Objetivo:** Indagar acerca de la organización y planificación de alcaldías de municipios considerados competencia del municipio de Chiltiupán, en el tema de desarrollo del turismo.

Datos Generales	
<b>Municipio:</b>	
<b>Nombre del alcalde o representante oficial:</b>	
<b>Fecha de entrevista:</b>	

1. ¿Existe una unidad o departamento especializado para el área del turismo del municipio?
2. ¿Existen planes o han existido planes de desarrollo municipales del turismo?
3. ¿Posee el municipio un CDT?
4. ¿Cómo es el rol de la alcaldía en el CDT o con la comunidad en el área de turismo?  
¿brindan recursos, de que tipo?
5. ¿Poseen programas de formación a emprendedores locales?
6. ¿Cuáles son los atractivos turísticos (recursos naturales) que más afluencia o visitas tiene el municipio?
7. ¿Cuentan con otras actividades o productos propios del municipio que generen visitas de turistas al municipio? (cultural, religioso, histórico, gastronómico)
8. ¿cuentan con un circuito o ruta turística propiamente del municipio, que englobe los atractivos más visitados?
9. ¿existen trabajos a corto plazo (1 año) que se pretenden impulsar o crear en el municipio para aumentar la afluencia turística?
10. ¿manejan estadísticas de cuantos turistas visitan el municipio o los lugares turísticos?  
¿Cómo miden ese número de turistas?
11. ¿cuentan con un presupuesto base para la aplicación en turismo en el municipio?
12. ¿han recibido o reciben apoyo del gobierno para el desarrollo del turismo en el municipio?  
¿en qué sentido o en recursos han apoyado?
13. ¿existe temporada de mayor afluencia de turistas al municipio o es uniforme?
14. ¿Cómo garantizan la protección de la naturaleza donde existen atractivos turísticos?
15. ¿qué pasos debe realizar un empresario individual que quiera invertir en infraestructura que ayude a mejorar el desarrollo del turismo del municipio?
16. ¿existe apoyo o programas de parte de la policía nacional civil para la protección del turista?
17. ¿Cuentan con atractivos turísticos donde se deba pasar por propiedades privadas?  
¿existe un acuerdo o permiso escrito para ello?
18. ¿Invierten en publicidad para dar a conocer el municipio y aumentar las visitas de turistas?
19. ¿Cómo se logró desarrollo turístico en el municipio? ¿invirtiendo o apostando a qué?
20. ¿Quiénes consideran que son sus mayores competidores como municipio?



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL  
GUIA DE ENTREVISTA A REPRESENTANTE DE CDT**



**Objetivo:** Conocer cuáles son las funciones, organización y beneficios de contar con un CDT en los municipios para el desarrollo del turismo.

<b>Datos Generales</b>	
<b>Municipio:</b>	
<b>Nombre del representante del CDT:</b>	
<b>Fecha de entrevista:</b>	

1. ¿Cuál es la estructura organizativa del CDT?
2. ¿Cuál es la función principal que el CDT realiza para apoyar e impulsar al turismo del municipio? ¿gestionan capacitaciones?
3. ¿Cuentan con apoyo de la alcaldía, u organizaciones privadas o gubernamentales en algún sentido? ¿qué clase de apoyo?
4. ¿Apoyan a emprendedores locales? ¿qué clase de apoyo les brindan?
5. ¿según su perspectiva que municipio es más atractivo turísticamente?
6. ¿Qué medidas implementan para la protección del medio ambiente?
7. ¿Trabaja con tour operadores?, ¿Qué estrategias implementan con tour operadores?
8. ¿Qué actividades coordina el CDT para promocionar el municipio?
9. ¿Cómo se logró desarrollo turístico en el municipio?
10. ¿Según su punto de vista, que deberían realizar los municipios que aún no han sido desarrollados turísticamente?
11. Dada la situación de emergencia que se vive a nivel mundial, ¿Qué medidas adoptaran como CDT pasada la emergencia, para reactivar las actividades turísticas?



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA**  
**ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL**  
**GUIA DE ENTREVISTA A EMPRENDEDOR/EMPRESARIO**



**Objetivo:** Conocer la perspectiva de personas involucradas de primera mano con el desarrollo turístico, a través de las experiencias propias relacionadas al apoyo recibido por las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

<b>Datos Generales</b>	
<b>Municipio:</b>	
<b>Nombre del empresario/ emprendedor:</b>	
<b>Destino:</b>	
<b>Fecha de entrevista:</b>	

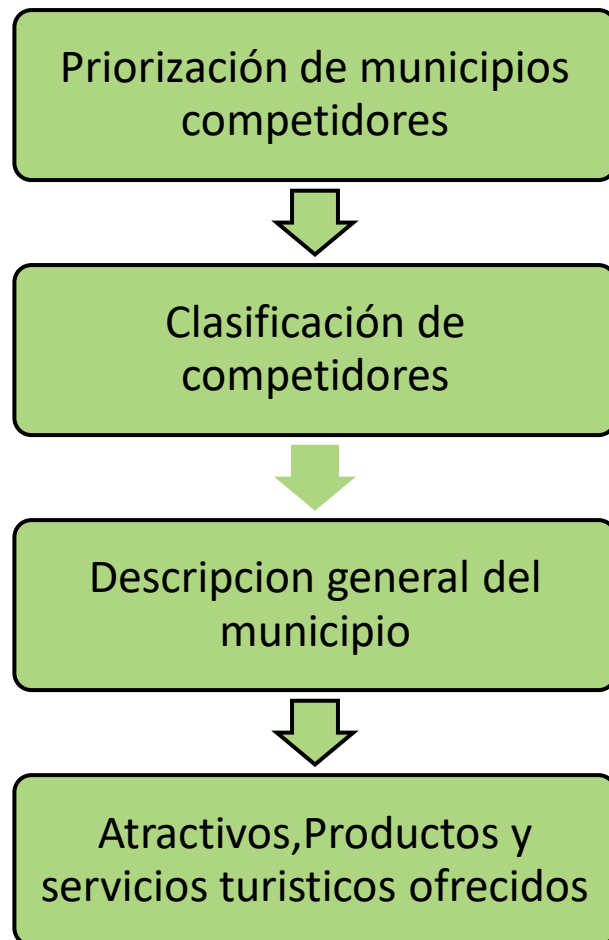
1. ¿los emprendedores o empresarios de la zona cuentan con apoyo de parte del Alcaldía, CDT u otra organización no gubernamental? ¿qué tipo de apoyo les brindan?
2. ¿existe algún plan turístico que este ejecutando la municipalidad o CDT que tome en cuenta a los emprendedores o empresarios?
3. ¿Cómo involucran a los emprendedores o empresarios en iniciativas de desarrollo turístico en el municipio?
4. ¿según su punto de vista, en qué debería invertir el municipio para desarrollar al turismo del municipio?
5. ¿reciben capacitaciones en temas relacionados a turismo?
6. ¿En qué temporada considera que existe más afluencia turística al municipio?
7. ¿Están considerados en algún programa de seguridad municipal?
8. ¿cuenta con estadísticas de turistas que lo visitan ya sea semanal, mensual, o anual?
9. ¿Qué permisos debe tramitar una persona que desee invertir en el municipio?
10. ¿se realizan reuniones con los empresarios y emprendedores locales? ¿qué puntos tratan?
11. ¿sus locales reciben la visita del MINSAL u otra organización de supervisión?
12. ¿Qué consumen más los turistas?
13. ¿Cuál es el gasto promedio del turista?
14. ¿Qué producto considera que el turista demanda y no se cuenta con la oferta de dicho producto?
15. ¿Cuentan con otras actividades o productos propios del municipio que generen visitas de turistas al municipio? (cultural, religioso, histórico, gastronómico)
16. ¿Cómo se logró desarrollo turístico en el municipio? ¿Invirtiendo o apostando a qué?
17. ¿Quiénes consideran que son sus mayores competidores como municipio?

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO:</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores		
Canopy		
Senderismo		
Caminatas y/o escalada		
Cuerdas altas		
Cascadas		
Pozas		
Iglesias históricas		
Playas		
Productos de procesamiento natural		
Cerros		
<b>Otro, especificar:</b>		

## 6. Identificación de la competencia

Para identificar de manera más completa a la competencia que tendrá el municipio de Chilitiupán al implementar el plan de desarrollo sostenible, se analizarán las ofertas turísticas de diversos municipios del país, tomándose en cuenta los diferentes tipos de turismo que se encuentran en el país y los que puede ofrecer el municipio de Chilitiupán (Turismo de sol y playa, turismo de aventura y turismo cultural). De esta manera los que tengan características similares a los servicios turísticos que puede ofrecer Chilitiupán se considerarán competencia directa, además se hace necesario abordar aquellos que han sido exitosos en el sector turismo y que se obtuvieron como resultado del estudio del mercado consumidor, ya que pueden considerarse como sustitutos o competidores indirectos de no presentar características similares.

Para abordar todo lo expuesto con anterioridad se hará uso de la siguiente metodología:



*Ilustración 14 metodología de análisis de la competencia*

a) Priorización de municipios competidores

Los municipios que se listarán han sido tomados de la preferencia mostrada hacia ellos en el estudio del mercado consumidor y aquellos conocidos por poseer características similares al municipio de Chiltiupán y proximidad, se procederá a ordenarlos de acuerdo a la zona donde pertenezcan, existiendo zona occidental, zona central y zona oriental del territorio nacional.

ZONA OCCIDENTAL	ZONA CENTRAL	ZONA ORIENTAL
Ataco	La Libertad	Alegría
Nahuizalco	Jayaque	Conchagua
Juayúa	Tamanique	Puerto el Triunfo
Apaneca	Comasagua	San Luis la Herradura
Salcoatitán	Santa Tecla	Perquín
	Talnique	Berlín
	Suchitoto	

Tabla 119 Municipios competidores potenciales a estudiar

Una vez listados todos los potenciales municipios que pueden considerarse competencias preliminarmente con los atractivos del municipio de Chiltiupán, se deben priorizar aquellos que, de acuerdo a criterios definidos, pueden servir de mejor referencia para la implantación del plan de desarrollo en el municipio de Chiltiupán. Teniendo en consideración lo anterior, se procede a listar los criterios a utilizar y las ponderaciones que se utilizarán para cada uno.

Tabla 120 Criterios para priorización de municipios competidores

CRITERIO	CODIGO	PORCENTAJE (%)	NOTA
Cercanía al municipio de Chiltiupán	CMC	35	Zona occidental
			Zona central
			Zona oriental
			5-10
Servicios similares a Chiltiupán	SSC	45	Turismo Sol y Playa
			Turismo de Aventura
			Turismo Cultural
			5-10
Considerados municipios exitosos	CME	20	0-10

La explicación de las notas a colocar es como sigue:

Para el criterio de cercanía al municipio de Chiltiupán, la nota variará de acuerdo a la zona donde se ubique el municipio evaluado, considerando que tendrá mayor ponderación aquella zona donde se encuentra el municipio de Chiltiupán. Para este criterio se utilizará una nota de 5 a 10.

El criterio de Servicios similares al municipio de Chiltiupán basa su asignación de nota de acuerdo a si el municipio evaluado cuenta con al turísticos que Chiltiupán puede ofrecer de acuerdo a sus características (turismo de sol y playa, aventura, rural y cultural). La escala a utilizar será de 5 a 10.

El criterio de municipios exitosos la nota que será asignada puede variar de acuerdo a una escala de 0 a 10. De los municipios listados, los criterios y la nota a asignar se obtiene la siguiente tabla:



Tabla 121 Municipios seleccionados para estudio de la competencia

MUNICIPIO	CMC			SSC			CME			NOTA TOTAL
	NOTA	%	TOTAL	NOTA	%	TOTAL	NOTA	%	TOTAL	
ATACO	6	35%	2.1	7	45%	3.15	9	20%	1.8	7.05
NAHUIZALCO	7	35%	2.45	7	45%	3.15	8	20%	1.6	7.2
JUAYUA	7	35%	2.45	7	45%	3.15	8	20%	1.6	7.2
APANECA	6	35%	2.1	5	45%	2.25	7	20%	1.4	5.75
SALCOATITAN	7	35%	2.45	7	45%	3.15	8	20%	1.6	7.2
LA LIBERTAD	10	35%	3.5	8	45%	3.6	7	20%	1.4	8.5
JAYAQUE	10	35%	3.5	7	45%	3.15	8	20%	1.6	8.25
TAMANIQUE	10	35%	3.5	9	45%	4.05	6	20%	1.2	8.75
COMASAGUA	10	35%	3.5	8	45%	3.6	6	20%	1.2	8.3
SANTA TECLA	7	35%	2.45	6	45%	2.7	7	20%	1.4	6.55
TALNIQUE	8	35%	2.8	5	45%	2.25	4	20%	0.8	5.85
SUCHITOTO	7	35%	2.45	7	45%	3.15	8	20%	1.6	7.2
ALEGRIA	5	35%	1.75	7	45%	3.15	6	20%	1.2	6.1
CONCHAGUA	5	35%	1.75	8	45%	3.6	7	20%	1.4	6.75
PUERTO EL TRIUNFO	5	35%	1.75	7	45%	3.15	5	20%	1	5.9
SAN LUIS LA HERRADURA	5	35%	1.75	7	45%	3.15	6	20%	1.2	6.1
PERQUIN	5	35%	1.75	6	45%	2.7	5	20%	1	5.45
BERLIN	5	35%	1.75	8	45%	3.6	6	20%	1.2	6.55

Los municipios resultantes para la realizar su análisis son:

Tabla 122 Municipios sujetos a análisis de competidor

ZONA OCCIDENTAL	ZONA CENTRAL	ZONA ORIENTAL	PUEBLOS ENCANTADORES
Ataco Nahuizalco Juayúa	La Libertad Jayaque Tamanique Comasagua	Conchagua Berlín	Salcoatitán Suchitoto

La selección se basó en tomar los dos primeros municipios en nota lograda, de la zona occidental y oriental y adicional adicionar Salcoatitán y Suchitoto por formar parte de pueblos encantadores y de éxito en el sector turismo. En el caso de la zona central la selección de los municipios se realizó de acuerdo a similitud y cercanía a Chiltiupán en términos de atractivos turísticos y tomando de referencia la micro región cumbres del mar y de acuerdo a la información disponible de cada municipio.

b) Clasificación de municipios competidores

De acuerdo a los perfiles de competidores definidos con anterioridad y habiendo priorizado y seleccionado los municipios que serán abordados en el estudio de la competencia se procede a clasificarlos como competidor directo, competidor indirecto y competidor sustituto.

*Tabla 123 competidores directos*

<b>Competidores directos</b>
Como el perfil elaborado para este tipo de competidor lo menciona, el factor principal para que un municipio quedara en esta clasificación será si posee Turismo de sol y playa, distintivo del municipio de Chilitupán. Y teniendo en consideración si cumple con los otros tipos de turismo seleccionados como: Turismo de aventura, Turismo rural, Turismo cultural.
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>La Libertad</b></li><li>• <b>Tamanique</b></li><li>• <b>Conchagua</b></li><li>• <b>Salcoatitán</b></li><li>• <b>Suchitoto</b></li></ul>

*Tabla 124 Competidores Indirectos*

<b>Competidores Indirectos</b>
En esta clasificación se encuentran aquellos municipios que si bien no cuentan con turismo de sol y playa si poseen uno o más de los tipos de turismo considerados para el municipio de Chilitupán de acuerdo a sus características y que son: Turismo de aventura, Turismo rural, Turismo cultural.
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Ataco</b></li><li>• <b>Nahuizalco</b></li><li>• <b>Juayúa</b></li><li>• <b>Berlín</b></li></ul>

*Tabla 125 Competidores Sustitutos*

<b>Competidores Indirectos</b>
En esta clasificación se encuentran aquellos municipios que tal y como se definió en el perfil de competidores sustitos destacan servicios de hospedaje, restaurante y entretenimiento.
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Jayaque</b></li><li>• <b>Comasagua</b></li></ul>

## 7. Tabulación de investigación de campo y secundaria

Con el listado de competidores, se procederá a la realización de la descripción general de los municipios competidores.

### Descripción general de los municipios competidores

#### MUNICIPIO DE ATACO

Generalidades			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División Política
Ahuachapán	61.06 km <sup>2</sup>	18 101 hab.	11 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Temperatura	Asentamiento Indígena
106 km	296,54 hab/km <sup>2</sup>	25°C	Yaquis o Pipiles

#### Datos del municipio

##### Historia

El municipio de Concepción de Ataco, es un municipio del departamento de Ahuachapán, El Salvador. Su población es de origen precolombino y fue fundada por indios yaquis o pipiles en el corazón de la sierra de Apaneca con posterioridad al undécimo siglo de la Era Vulgar. En idioma náhuat este toponímico significa "lugar de elevados manantiales", ya que proviene de "at", agua, manantial; "aeu", elevado, alto; y "co", sufijo locativo.

##### Ubicación, extensión y población.

El municipio se encuentra a una distancia de 106 Km del departamento de San Salvador y cuenta con una extensión de territorio de 61,06 km<sup>2</sup>, una altura de 1275 msnm y una población de 18,101 habitantes. Está dividido en 11 cantones, nombrados de la siguiente manera: El Arco, El Limo, El Naranjito, El Tronconal, La Ceiba, La Joya de los Apantes, Los Tablones, San José, Shucutitán y Texusín Chirizo.

##### Actividad económica

En la actividad económica sobresalen la producción de café, y la producción de textiles además se ha destacado por su fuerte oferta de artesanías dentro de las que podemos mencionar: esculturas, adornos, tejidos, bordados, llaveros y velas de café.

##### Costumbres y tradiciones

- **Semana santa**

La Semana Santa es la conmemoración anual cristiana de la Pasión, Muerte y Resurrección de Jesús de Nazaret. Por eso, es un período de intensa actividad litúrgica dentro de las diversas confesiones cristianas. Da comienzo con el Domingo de Ramos y finaliza el Domingo de Resurrección, aunque su celebración suele iniciarse en varios lugares el viernes de Dolores. La fecha de la celebración es variable (entre marzo y abril según el año) ya que depende del

calendario lunar. En Concepción de Ataco la Cuaresma y Semana Santa se vive de una manera muy especial con procesiones, vigiliias y otras actividades.

- **El Toro Lucero**

Se celebra en el marco de celebración de las fiestas patronales de Concepción de Ataco del 11 al 15 de diciembre en honor a la virgen de Concepción. El mayordomo saca la carta de venta del semoviente para darle lectura antes del baile luego le ponen el fierro del administrador general y representante por la Virgen de la Inmaculada Concepción.

- **Procesión del Niño Dios y bailes típicos**

Cada 25 de diciembre parte desde la Cofradía de la Virgen la procesión del niño Dios que recorre las principales calles de la ciudad cargado en brazos por el Sr. Alcalde Municipal, acompañado de mariachis, bandas musicales y bailes típicos como la danza de Herodes y el baile del toro lucero. Esta tradición se había perdido a través de los años hasta la iniciativa que tuvo el Sr. Alcalde Municipal de rescatar y promover las tradiciones de nuestro pueblo.

- **Baile del Rey Herodes y Baile de los Reyes**

Este baile es religioso-cultural en donde hay una participación comprometida de cada miembro que rondan entre los 25 y 30 miembros que son: 8 vasallos (soldados), el singo (mayordomo), el Rey, la sibila (mujer), la virgen, un ángel, un mico, el diablo, la muerte y 8 músicos que acompañan el baile; todo esto daba vida a la historia bíblica sobre el acto cruel que hizo el rey Herodes en aquellos tiempos.

- **Fiestas Patronales en honor a la Inmaculada Concepción de María**

Celebradas del 11 al 15 de diciembre de cada año, Concepción de Ataco se viste de gala para celebrar a la patrona de la ciudad, coloridos desfiles, presentaciones artísticas, actividades religiosas y el carnaval municipal son diferentes atractivos que Concepción de Ataco ofrece a sus visitantes. Sus principales días son 14 y 15 de diciembre, en estos días las actividades se realizan en la Cofradía de la Virgen y en la iglesia central, quema de pólvora, rezos, alboradas y mucho colorido le esperan en la verdadera sucursal del cielo, Concepción de Ataco.

- **Día de los Farolitos**

Los Farolitos es una tradición de Concepción de Ataco. Desde el año 1850, cada 7 de septiembre se celebra el Día de los Farolitos en la ciudad, según la tradición católica, para conmemorar la víspera del nacimiento de la Virgen María.

- **Fiestas co-Patronales en honor a San Lucas**

El día de San Lucas es celebrado cada 17 de octubre, este día podemos encontrar quema de pólvora, rezos, bailes típicos, música de marimba y muchas actividades más en la Cofradía de San Lucas.

## Atractivos, Productos y Servicios turísticos ofrecidos

### Los Farolitos

Actualmente, el Día de los Farolitos es una festividad que llena de luz y color las empedradas calles de Ataco, una fiesta en la que los habitantes colocan miles de farolitos en la iglesia, puertas y ventanas de sus casas, La fiesta celebra la víspera del resultado de la Inmaculada Concepción, es una tradición que ha permanecido viva durante más de 200 años en el pueblo y no solamente eso, con el objetivo de que los turistas disfruten más, la ciudad se prepara con marimbas, concurso de cantos, misas y procesiones.



*Ilustración 15 Ataco, Día de los farolitos*

### Jardín de Celeste

El jardín de celeste es un alojamiento que consta de cabañas donde se puede vivir de primera mano un ambiente entre naturaleza ya que se encuentra rodeado de cafetales, transmite la tradición y la herencia de municipios. En él se pueden realizar actividades en contacto con la naturaleza como visita a viveros, jardines, caminatas entre la naturaleza entre otros. Ahora bien, este este producto. Los precios por este servicio turístico rondan desde los \$45 dólares hasta los \$71 dólares por cabaña.

El jardín se encuentra ubicado en CA-8, Km. 94 Ruta de las Flores, Entre Apaneca y Ataco. Ahuachapán, El Salvador.



*Ilustración 16 Ataco, Jardín de Celeste*

### **El parque de Santa Teresa (Termales)**

El parque de Santa Teresa ofrece la oportunidad de apreciar el Ausol Santa Teresa, el Ausol más grande de C.A., el sendero de los laguitos, la piscina mágica, la piscina romántica y la laguna azul, que en conjunto vuelven a Termales Santa Teresa un referente en destino turístico en el Occidente de El Salvador. Adicional cuenta con el sendero de los cafetales que permite gozar de un paseo ya sea a pie, en moto o en bicicleta. En Santa Teresa también existe la oportunidad para la realización de alpinismo, así como turismo natural con una magnífica vista panorámica de las montañas de Apaneca y el volcán Chingo.



*Ilustración 17 Ataco, Termales de Santa Teresa*

### **Diconte Axul**

Ya que una de las actividades económicas del municipio es la producción de Artesanías, Ataco cuenta con una de las tiendas famosas en la fabricación de artesanías y telares de pedal. Dicha tienda se caracteriza por estar ubicadas en una esquina del municipio la cual esta sobresale por su colorido y llamativo factor diferenciador que le da vida al pueblo de Ataco. Los propietarios de tal producto turístico son Álvaro Aguirre y Cristina Faguoli.





*Ilustración 18 Ataco, Diconte Axul*

### **Piscinas de Atzumpa**

Nombre de origen náhuatl, cuyo significado es “lugar de zompopos acuáticos”. Este sitio goza de un clima fresco con tres piscinas de aguas cristalinas procedentes de los cerros aledaños. Este es un balneario popular donde muchas familias se acercan para disfrutar de un refrescante baño y cambiar de rutina. Se encuentra ubicado sobre el desvío de Concepción de Ataco y es un atractivo del municipio muy reconocido.



*Ilustración 19 Ataco, Piscinas de Atzumpa*

### **Las cascadas de Don Juan**

Como su nombre lo indica son un atractivo turístico con que cuenta el municipio de ataco y las cuales tienen una caída de agua de aproximadamente 25 metros de altura.



*Ilustración 20 Ataco, Cascadas de Don Juan*

### **Tiendas de Recuerdos y Artesanías**

En Concepción de Ataco se pueden encontrar tiendas que venden artesanías, con una gran variedad de esculturas, adornos, tejidos, bordados, llaveros y velas de café. La población nativa de Ataco aún conserva muchas de las costumbres y tradiciones de sus abuelos, que va de generación en generación a través de la tradición oral, resguardando, hasta ahora, un poco de nuestra cultura náhuatl.



*Ilustración 21 Ataco, artesanías y recuerdos*



Tabla 126. Check list municipio de Ataco

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO: ATACO</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores	✓	
Canopy	✓	
Senderismo	✓	
Caminatas y/o escalada	✓	
Cuerdas altas		✓
Cascadas	✓	
Pozas	✓	
Iglesias históricas	✓	
Playas		✓
Productos de procesamiento natural	✓	
Cerros	✓	
<b>Otro, especificar: Artesanías, Aguas Termales</b>		

## Organización turística del municipio de Ataco

### Actores en pro del turismo

- ✓ El municipio de ataco cuenta con ciertas organizaciones que apoyan al desarrollo turístico del municipio, de las cuales podemos mencionar, La alcaldía municipal y organizaciones gubernamentales como el CAT y MITUR. Sin embargo, no cuenta con un comité de desarrollo turístico.

### Aspectos positivos

- ✓ Ataco cuenta con recursos naturales que han sido muy bien potenciados y desarrollados, logrando así, la descentralización de los atractivos turísticos del municipio con lo que el turismo no se concentra en un solo atractivo.
- ✓ Cuenta con buen mantenimiento y señalización de vías de acceso y ha logrado brindar a la municipalidad capacitaciones en temas de tratamiento de desechos sólidos y como garantizar la calidad de servicios brindados.

### Aspectos negativos

- ✓ El municipio cuenta con un problema de organización en el tema de estacionamiento de vehículos de visitantes al municipio, así como la mala señalización y los servicios básicos.
- ✓ Ataco cuenta con una gran cantidad de negocios, pero el problema recae en que no existe diversidad en su oferta a los turistas.

*Tabla 127 Información acerca de turismo de acuerdo a Alcaldía de Ataco*

### Información relacionada al turismo de acuerdo a actores locales

A continuación, se hará mención a información<sup>4</sup> proveniente de la Alcaldía municipal de Ataco con el objetivo de conocer si existen iniciativas municipales, externas, visión y desarrollo de turismo en el municipio competidor.

- De acuerdo a la alcaldía de Ataco en el año 2019 el municipio ha logrado potenciar el turismo a través de la inversión en cultura, calles, aceras y seguridad municipal, pero sin el apoyo de organizaciones privadas o gubernamentales.
- Dentro de la oferta del municipio, Ataco se ha dedicado a impulsar la gastronomía propia y el café, y a raíz de la ausencia de un CDT, la organización entre las partes interesadas en turismo ha sido una relación lineal entre alcaldía, emprendedor y comercio.
- Dentro de las medidas que la municipalidad ha tomado para la conservación del entorno y medio ambiente han sido no talar árboles, campañas de reforestación, y limpieza constante a través de barrenderos y tren de aseo.
- Para motivar a los nuevos emprendedores turísticos la alcaldía de Ataco, les brinda la posibilidad de solicitar un espacio público para exponer sus proyectos.

<sup>4</sup> Fuente: Trabajo de grado, Plan de desarrollo Turístico sostenible en el municipio de Berlín, departamento de Usulután.

## MUNICIPIO DE NAHUIZALCO

### Generalidades

Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División Política
Sonsonate	34.32 km <sup>2</sup>	49,081 hab.	15 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Temperatura Promedio	Asentamiento Indígena
69 km	1,430.1 hab/km <sup>2</sup>	24.1°C	Pipiles

### Datos del Municipio

#### Historia

El municipio de Nahuizalco pertenece al departamento de Sonsonate, Poblado de la época prehispánica, habitado originalmente por los pipiles, existiendo aún vestigios de esa cultura en El Salvador. Es la única etnia que habla su antiguo idioma (Náhuatl). Sus raíces se remontan en los pueblos precolombinos, desde la colonización maya quiché.

#### Ubicación, Extensión y Población

El municipio fue fundado el 11 de febrero de 1859 y se encuentra a una distancia de 69 Km del departamento de San Salvador y cuenta con una extensión de territorio de 34.32 km<sup>2</sup>, una altitud de 545 msnm con un clima tropical, oscilando entre 27 y 28 grados centígrados y una población de 4981. Está dividido en 15 cantones, nombrados de la siguiente manera:

Anal Abajo, Anal Arriba, Cusamaluco, El Arenal, El Carrizal, El Canelo, El Cerrito, El Chaparrón, La Guacamaya, La Pushtán, Sabana Grande, Sabana San Juan Abajo, Sabana San Juan Arriba, Sisimetepet, Tajcuilujlan.

#### Actividad Económica

Dentro de su actividad económica destacan la venta de artesanías las cuales resaltan por su alto grado en el valor agregado como parte cultural, resultando gratificante mencionar que el producto es elaborado por manos indígenas y con calidad. Otra fuente importante dentro de la economía es su gastronomía, muy peculiar en nombres como lo son: el tayuyo, los ticucos, tamales de yuca, arroz de bautizo entre otros.

En cuanto a su producción, se basa fundamentalmente en granos básicos, el municipio cuenta con tres importantes plantas de beneficios de café. Tienen importantes crianzas de ganado vacuno, porcino, caballar y mular.

## Costumbres y Tradiciones

- **Miércoles de Ceniza**

Se celebra una misa para adultos y otra para niños, el padre les pone la ceniza en la frente, también es tradición de un año anterior guardar las palmas benditas para el siguiente año quemarlas y así en la Santa misa de ese año, con la ceniza que se ha quemado, colocar la respectiva cruz en la frente.

- **Día de la Cruz**

Se coloca una cruz en el patio de la casa, un día antes del 3 de mayo o el mismo día de la celebración, se colocan flores bellas naturales con mucho color y muy frescas, además se coloca papel de china de colores cortado para darle más realce a la cruz y luego se coloca la fruta. Para comer una fruta de la cruz, se persigna y luego se reza un padrenuestro. Se dice que cuando no se coloca la cruz, llega a bailar el diablo.

- **Entierro de Los Niños**

Antes de levantar la caja en donde está el niño o niña, se les canta los Parabienes, en donde se hace mención del nombre del fallecido, fecha de nacimiento y el pecado original. A la caja se le ponen gallardetes rosado para niña y celeste para niño.

- **Arbolitos del 7 de septiembre**

Se colocan ramos en las afueras de la casa de las personas que se llaman Mercedes y se colocan en los arbolitos, también velitas encendidas y luego las personas salen a la calle.

- **Fiestas Patronales**

En Nahuizalco como todas las poblaciones del departamento, la celebración de las fiestas patronales constituye una tradición muy importante y estas están dedicadas a San Juan Bautista. Se realizan del 19 al 25 de junio, según el programa general que todos los años edita la Alcaldía Municipal, los actos populares más sobresalientes en dichas festividades son: el día 19 paseo del “correo”, que consiste en una mascarada, música de bandas, cohertería y reparto de los programas anunciando el inicio de los festejos.

- **Las Cofradías**

Íntimamente ligadas con las festividades religiosas funcionan las cofradías, estas son asociaciones o hermandades de personas que le profesan de vocación a determinado santo y cooperan todos para realizar la celebración de la fecha dedicada a esa imagen, según el calendario estipulado por la iglesia católica.

- **Prácticas Mortuorias**

En el cementerio de Nahuizalco se observan las tumbas de los “Naturales” y los “Los Ladinos”, que se encuentran en sitios diferentes. Las primeras en el extremo de la derecha y en las orillas; las segundas en el núcleo Central y un poco a la izquierda.

Los Naturales no tienen tumbas con mausoleos, generalmente solo levantan un túmulo de un metro aproximado de altura con tierra bien apelmazada, lo blanquean con cal, a veces con mezcla de cal arena cemento, o casi siempre lo dejan sin ningún otro acabado. Las cruces son de madera, pintadas, con el nombre y la fecha en que falleció el difunto.

Las personas Ladinas usan traje negro, blanco o medio luto para visitar el cementerio; los naturales visten sus trajes habituales.

- **Baile de las “Chichimecas”**

Es interpretado por un grupo de niñas naturales que visten el traje típico de la región y se adornan con flores se dividen en dos grupos colocados en fila una en frente y la otra danza en puntilla dando pequeños brincos.

- **Los Canshuleros**

Le llamaban así a un grupo de personas compuesto principalmente por niños y jovencitos que se organizan en noviembre, el día de los difuntos (primero de noviembre), y salen todos de casa en casa, portando una imagen religiosa en demanda de limosna.

- Dentro de sus costumbres también encontramos su variedad en mitología de las cuales se pueden mencionar:

- **La leyenda de la “piedraviva”.** Cuenta la leyenda que esta piedra se mueve de un lado a otro porque en ella vive el alma de una princesa maya. Nadie sabe exactamente desde cuando está por esta zona, pero dicen que antes la habían visto cerca de Juayúa. Ahora la piedraviva está ubicada en el Cantón La Guacamaya, en Nahuizalco, Sonsonate y está en una calle llamada Techical. La calle es más bien un pasillo natural o hecho por el hombre con gradas que recuerdan los escalones de las pirámides mayas. Ahí se encuentra una especie de balcón natural, es una pequeña caverna saliente donde estuvo la Piedraviva por mucho tiempo.

- **La cofradía de la virgen del rosario.** Empezó por una plaga, una pesque que entró en Nahuizalco. Ya son alrededor de 189 años desde que la peste llegó a Nahuizalco y que, en el lapso de dos o tres meses, cada día morían de cinco a diez personas. En ese entonces no había medicina para controlar el cólera. Entonces toda la población se fue a la iglesia a suplicarle a la virgen del rosario, se dice que la plaga terminó, ya nadie murió, pasaron quinde días y nadie murió, pasó el mes y ya nadie murió, se quitó. En agradecimiento, se hizo la tradición de que todos los años se le hiciera misa a la virgen, eso fue en los primeros años, luego dijeron “no, hay que celebrar bien a la virgen”. Invitaron al pueblo para que llegarán y le ofreciera ofrendas.

- **Los micodioses** se deriva de comentarios que afirman que habían unos brujos y dicen que esos brujos les gustaban asustar a los niños en el tiempo de la navidad. Entonces Dios los castigó convirtiéndolos en micos. Dicen que estos señores, se transformaban para asustar a la gente, no era para algo bueno. Ellos bailaban (en pastorelas) y se encargaban de asustar a los pastorcitos. Entonces dicen que cuando Dios vio eso, no le gusto, los dejó convertidos en micos, y por eso les dicen micodioses.

## Atractivos, Productos y Servicios turísticos ofrecidos

### Cascada La Golondrinera

Es una cascada de aproximadamente 70 metros de altura y de impresionante belleza. Rodeada de grandes paredes de piedra en las que a su vez hay otras pequeñas caídas de agua. Un lugar de gran exuberancia que exhibe abundante flora y fauna. Escondida entre las montañas de Nahuizalco se encuentra este destino turístico de gran belleza. La distancia desde San Salvador es de aproximadamente 73km y por sus características se coloca dentro del turismo ecológico ofreciendo naturaleza con un entorno rodeado por flora, fauna y cascada.



*Ilustración 22 Nahuizalco, Cascada la golondrinera*

### Cascada El Salto (Malacatiupan)

La cascada El Salto ofrece aventura con una caminata hasta llegar a esta caída. Esta cascada es de agua fresca en el cantón de su mismo nombre, El Salto. Está localizada a 5km del centro histórico de Nahuizalco y a 76 km de San Salvador. Cuenta con un camino boscoso propio del lugar observando árboles como ceibas, pinos, entre otros. Por las características que presenta se puede catalogar en turismo de aventura con un entorno lleno de vegetación, aves y cascadas.



*Ilustración 23 Nahuizalco, Cascada El Salto*

### **Rio la Vuelta o Sensunapan**

Este es un atractivo natural ubicado a un par de kilómetros del casco urbano en donde se pueden apreciar cascadas, al sitio se puede llegar por medio de caminatas organizadas que cuentan con la presencia de POLITUR si se solicita y por medio de mototaxis las cuales se pueden encontrar en las afueras de la iglesia central. Por sus características la clase de turismo que brinda es un turismo de aventura del tipo natural. La distancia desde San Salvador es de aproximadamente 72 km.



*Ilustración 24 Nahuizalco, Río la vuelta*

### **Parroquia San Juan Bautista**

Dentro del municipio de Nahuizalco podemos encontrar La iglesia San Juan Bautista la cual celebra sus fiestas del 20 al 25 de junio en honor a su patrono San Juan Bautista, la iglesia es colonial y fue construida en 1800, y fue dañada en el terremoto del 2001. Cuenta la historia que en 1857 el párroco Cristian Salazar asistió a las comunidades que eran víctimas de una epidemia de cólera, la cual lo mató, los habitantes que se salvaron de la epidemia dieron a este hecho “El milagro de Nahuizalco” pues consideraron que fue la intersección de la Virgen del Rosario la que curó a la gente de la epidemia, desde ese momento existe la cofradía de la Virgen del Rosario, que se celebran en este municipio. Por sus características la parroquia forma parte de atractivos cultural religioso.



*Ilustración 25 Nahuizalco, Parroquia San Juan Bautista*

### **Museo Náhuat, Pipil**

El museo comunitario Náhuat Pipil alberga muchos elementos de la historia de Nahuizalco. Visitarlo es importante para comprender y conocer mejor su pasado. El museo lo sumerge en la época colonial, y en él podrá observar cómo vivían los pipiles durante esta época de la historia de El Salvador. En este lugar se exponen utensilios que ellos usaban, figuras que hacían para entretener a sus niños, su vestimenta, las herramientas de siembra y caza, etc. Por sus características el museo forma parte de los atractivos culturales de municipio.



*Ilustración 26 Nahuizalco, Museo Náhuat*

### **Mariposario Ruta de Las Flores**

Este es un Mariposario que además cuenta con un vivero, y es de singular belleza. En él se reproducen una gran diversidad de especies de mariposas, entre las que se encuentran la morpho azul, morpho blanca y morpho polyphemus. El lugar recibe turistas y visitantes en un entorno que ofrece flora, fauna, y estudios científicos. Por las características mostradas se considera un tipo de atractivo científico y técnico.



*Ilustración 27 Nahuizalco, Mariposario Ruta de las Flores*



### **Tiendas de Artesanías**

Las tiendas de artesanías se encuentran concentradas en la Avenida El Calvario, que es la calle principal de Nahuizalco. Las tiendas le dan un colorido especial y la bienvenida a los turistas, ya que las artesanías están expuestas de una forma muy vistosa afuera de las tiendas. Recorriendo la avenida el turista podrá encontrar variedad de piezas artesanales entre las que destacan: las de mimbre y tule, muebles de madera, canastos y petates.



*Ilustración 28 Nahuizalco, Tiendas de artesanías*

### **Mirador de La Piedra Viva**

El mirador de la Piedra Viva es un lugar desde donde se tiene una vista panorámica de la Cordillera Apaneca-Ilamatepec. Está ubicado al final del camino en el que se encuentra una piedra de mediano tamaño llamada “La Piedra Viva”, según cuenta la leyenda esta piedra se mueve misteriosamente apareciendo en diferente lugar. Se cree que sobre la piedra sacrificaron a una princesa Náhuatl Pipil, y desde entonces la piedra tomo vida y la piedra se mueve por la madrugada rodando por el callejón.



*Ilustración 29 Nahuizalco, Mirador de la Piedra viva*

Tabla 128 Check list municipio de Nahuizalco

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO: NAHUIZALCO</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores	✓	
Canopy	✓	
Senderismo	✓	
Caminatas y/o escalada	✓	
Cuerdas altas		✓
Cascadas	✓	
Pozas	✓	
Iglesias históricas	✓	
Playas		✓
Productos de procesamiento natural	✓	
Cerros	✓	
<b>Otro, especificar: Artesanías, Mariposario,</b>		

## **Organización turística del municipio de Nahuizalco.**

### **Actores en pro del turismo**

- ✓ El municipio de Nahuizalco cuenta con el apoyo de organizaciones dedicadas al desarrollo turístico del municipio, dentro de las cuales podemos mencionar, La alcaldía municipal de Nahuizalco, organizaciones locales como el Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART) y la Casa de la Cultura Náhuatl Pipil. Al formar parte de la Ruta de las Flores también cuenta con el apoyo constante del MITUR. Además, Nahuizalco cuenta con un comité de turismo de la Alcaldía.

### **Aspectos positivos**

- ✓ El municipio de Nahuizalco posee la ventaja que actualmente forma parte de 2 Rutas Turísticas muy reconocidas de El Salvador, La Ruta de Las Flores y La Ruta Náhuatl Pipil. Por lo cual el municipio es muy reconocido y sobresalen aspectos culturales, en relación a sus tradiciones indígenas.
- ✓ El municipio de Nahuizalco entre toda su oferta turística cuenta con una gran variedad (diferentes recursos naturales, actividad agroindustrial, artesanales, gastronómicas, actividades culturales, entre otros), no está limitado.
- ✓ Lo que ayuda al desarrollo del municipio es que la Alcaldía Municipal promueve activamente el desarrollo del sector, junto a diferentes actores que participan en varias temáticas y áreas de acción.
- ✓ Existen algunas actividades de promoción y publicidad del municipio e iniciativas turísticas, tal es el caso de la “Feria de Pueblos Vivos” que se realiza anualmente.
- ✓ Infraestructura de servicio turístico relativamente nueva tal es caso de la creación de la nueva plaza en el casco urbano y remodelación del parque del municipio.
- ✓ Otro aspecto de gran relevancia es la percepción favorable de las comunidades sobre la existencia de iniciativas turísticas y para brindar un servicio turístico de calidad cuenta con el servicio básico de agua potable.

### **Aspectos negativos**

- ✓ Si bien Nahuizalco cuenta con un conocimiento general como municipio, este tiene poco reconocimiento de los recursos turísticos con los que cuenta.
- ✓ Un factor que es marcapable al momento de elegir un destino turístico son sus vías de acceso y en Nahuizalco, las vías de acceso principales se encuentran en mal estado hacia la mayoría iniciativas turísticas.
- ✓ El municipio de Nahuizalco carece de una organización Intersectorial que dinamice el sector turismo.
- ✓ Otro aspecto resaltable al momento de hablar de turismo son los servicios complementarios como alojamiento y alimentación, en el municipio de Nahuizalco la infraestructura turística que combine estas dos es inexistentes.
- ✓ Para el desarrollo comunal aprovechando la afluencia turística, no existe organización de los habitantes para el desarrollo del comercio agroindustrial.
- ✓ El municipio de Nahuizalco cuenta con la problemática de inaccesibilidad de algunas zonas en ciertos periodos de invierno lo que limita la entrada de turistas al municipio.

## MUNICIPIO DE JUAYUA

### Generalidades

Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División Política
Sonsonate	103.06 km <sup>2</sup>	24,465 hab.	10 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Temperatura Promedio	Asentamiento Indígena
85.6 km	237,4 /km <sup>2</sup>	21.5°C	Precolombino Náhua

### Datos del municipio

#### Historia

Juayua es un pueblo precolombino de origen náhuatl que significa Rio de las orquídeas moradas, Su toponímico en náhuatl proviene de las raíces "Cahuit": Arbol y "Hua": que posee, significa "Donde hay árboles" o "En la Arboleda". su fundación fue en el año de 1543, para el año de 1550 se estimaba que ya contaba con una población de 300 habitantes. La zona urbana de Juayúa está asentada en un territorio relativamente plano, pero rodeada por pendientes fuertes, la zona de la ciudad más afectada por relieve es el norte y noreste del casco urbano. El elemento físico natural más notable cercano al casco urbano es el río Santa Lucía que corre en sentido norte – sur por el lado este del núcleo. El municipio de Juayúa posee un porcentaje de planicies muy bajo; comparativamente con la Región que se encuentra en una zona "muy montañoso". Las zonas de planicies en Juayúa alcanzan una superficie aproximada de 482 ha, y están dispersas en tres pequeñas porciones dentro del municipio.

#### Ubicación, Extensión y Población

El municipio de Juayúa se encuentra ubicado en el departamento de Sonsonate y cuenta con una extensión de 103.06 km<sup>2</sup>. Este municipio cuenta con una división política administrativa presidida por su alcalde y su consejo municipal y que cuenta con 10 cantones: Buenos Aires, La Puente, La Unión, Los Apantes, Los Cañales, Los Naranjos, Ojo de Agua, San José La Majada, San Juan de Dios, Valle Nuevo. Juayúa posee una población de 24,465 habitantes de los cuales casi el 32% de su población habita en áreas urbanas.

#### Actividad Económica

En lo relacionado a la principal actividad económica del municipio de Juayúa se puede mencionar que el desarrollo económico está enfocado en los cultivos fundamentales los cuales son granos básicos como el café, hortalizas y frutas, adicionalmente se consideran puntos fuertes la producción de vestimenta artesanal y artesanías.

## **Costumbres y Tradiciones**

- **Fiestas Patronales**

Son celebradas del 1 de enero al 15 de enero en honor al cristo negro de Esquipulas dentro de las actividades que sobresalen en sus fiestas es el festival gastronómico que ha tenido una aceptación muy grande en los turistas.

- **Fiesta Gastronómica**

La feria gastronómica inicio en el año de 1997 junto con el turismo en Juayúa. con el conflicto armado en El Salvador comenzó a caer el precio del café. Fue por esta razón que la ciudad se comenzó a preocupar por los recursos económicos, precisamente en esa época llegaron unos extranjeros del país de China al lugar, lo hicieron con el objetivo de dar cursos y charlas sobre economía al pueblo, también les dieron indicaciones de como formar una micro empresa.

Cuatro habitantes del pueblo captaron la idea y decidieron ponerla en práctica realizando la construcción de un restaurante cada uno, preparando comida para los habitantes y turistas una vez al mes, al ver el interés de las personas y los recursos que generaba decidieron duplicar su realización. En la fiesta preparan platillos muy deliciosos como: Tepescuintle, uno de los más populares y de precio más elevado. Otros platillos son platos de costilla de cerdo y carne de vaca y carne de pollo tanto de engorde como indio. Dentro de las bebidas comercializadas y más famosas se encuentra la chicha y el chaparro.

- **Vestimenta artesanal**

Sus productos se basan generalmente en ropa hecha de manta y son muy caracterizados por ser de muy buena calidad. Entre la oferta de vestimenta artesanal están camisas, faldas o vestidos pintados con añil, además de ropa se encuentra accesorios para damas, los cuales estaban hechos a base de semilla u otros materiales reciclados.

- **Artesanías**

Las artesanías son un atractivo indispensable en la ciudad de Juayúa, las cuales son muy reconocidas según los ciudadanos y artesanos por la fineza con la que son elaborados y se encuentra una gran variedad de artesanías como son llaveros, recuerdos de barro entre otros.

- **Paseo en burro y a caballo**

Esta costumbre ha venido a resaltar el turismo ya que es una experiencia ofrecida a aquellos que visitan el municipio. Esta costumbre tiene lugar en el centro de la ciudad dando un paseo ya sea a caballo o por medio de burros.

## **Atractivos, Productos y Servicios turísticos ofrecidos**

### **Iglesia de Santa Lucía**

La iglesia parroquial de Santa Lucía o de Juayúa es una completa belleza arquitectónica. Su construcción se llevó a cabo entre los años de 1953 y 1956. Es muy popular y muy visitada durante la Semana Santa ya que está dedicada al Cristo Negro.



*Ilustración 30 Juayúa Iglesia de Santa Lucía*

### **La conga bus, trencitos alegres y viaje en carruaje**

Además de realizar caminatas y la visita al pueblo, es posible viajar en la Conga Bus, los trencitos alegres y carruajes tirados por caballos. En el que se hace un recorrido completo de la Ruta de Las Flores en la Conga Bus que hace un tour que dura una hora y media. Es un autobús de dos niveles y cuenta con música, pista de baile, dinámicas con los pasajeros, bar y show de entretenimiento en su interior. Todo un viaje divertido para disfrutar. Los trencitos alegres hacen un recorrido de 20 minutos. Proporcionan información de la historia de la ciudad mientras recorren las calles principales. Los carruajes son tirados por caballos y te brindan viajes de 15 minutos en el centro de la ciudad.



*Ilustración 31 Juayúa Conga bus*

### **Reptilandia**

Se trata de Reptilandia, un lugar exótico que se ha convertido en el santuario de reptiles, cuyo concepto es único en la zona. Esta idea surgió por la pasión que siente su propietario, Carlos Velasco, por estos animales desde hace siete años, cuando por primera vez tuvo su primer encuentro cercano con una Boa Constrictora Emperador, popularmente conocida en nuestro país como "Masacuata". El lugar cuenta con ya más de 12 años de existencia.





*Ilustración 32 Juayúa Reptilandia*

### **Laguna de las ranas**

La laguna de las ranas también conocida como laguna seca es ideal para realizar recorridos a caballo o en Cuadrimotos.



*Ilustración 33 Juayúa Laguna de las ranas*

### **Los chorros de la calera**

Son tres hermosas cascadas ubicadas a dos kilómetros del municipio de Juayúa. Si lo prefieres puedes caminar hasta el lugar y disfrutar de la naturaleza que se destaca en la zona. De lo contrario, encontrarás moto taxis que te pueden llevar directamente a los Chorros.



*Ilustración 34 Juayúa Chorros de la calera*

### **Pueblo colorido**

El municipio de Juayúa también es muy reconocido y oferta su pueblo para realizar caminatas en sus coloridos paisajes y a través de negocios de artesanías.



*Ilustración 35 Juayúa, Pueblo*

### **Cafetales de Juayúa**

Juayúa se caracteriza por estar rodeado de cafetales. La zona es ideal para su cultivo. Se puede disfrutar de caminatas en senderos programados para conocer el proceso de cultivo y corta del grado. Además, puedes deleitarse y degustar de una deliciosa taza de café producido en la zona.



*Ilustración 36 Juayúa cafetales*

### **Festival Gastronómico**

Todos los sábados y domingos del año se desarrolla en el parque central de Juayúa el Festival Gastronómico, que consiste en pequeños puestos de comida típica, local e internacional que son ofrecidos a precios bastante accesibles.



*Ilustración 37 Juayúa, Festival gastronómico*



Tabla 129 Check list municipio de Juayúa

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO: JUAYUA</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores	✓	
Canopy	✓	
Senderismo	✓	
Caminatas y/o escalada	✓	
Cuerdas altas	✓	
Cascadas	✓	
Pozas	✓	
Iglesias históricas	✓	
Playas		✓
Productos de procesamiento natural	✓	
Cerros	✓	
<b>Otro, especificar: Casa de reptiles (Reptilandia), Artesanías</b>		

## Organización turística del municipio de Juayúa

### Actores en pro del turismo

- ✓ El municipio de Juayúa forma parte del programa de pueblos vivos por tal razón cuenta con el apoyo de ciertas organizaciones que apoyan al desarrollo turístico del municipio, de las cuales podemos mencionar, La alcaldía municipal, la oficina municipal de turismo de Juayúa encantador, cuenta con el apoyo de su Comité de Desarrollo Turístico (CDT- Juayúa encantador), el centro de amigos del turista (CAT) y organizaciones gubernamentales como el MITUR.

### Aspectos positivos

- ✓ Juayúa cuenta con recursos naturales que han sido muy bien potenciados y desarrollados, como resultado, la descentralización de los atractivos turísticos del municipio con lo que el turismo no se concentra en un solo atractivo.
- ✓ La Municipalidad, oficina de turismo y CDT se encuentran con buenas relaciones y trabajan en conjunto para el desarrollo del turismo en el municipio.
- ✓ Cuenta con buen mantenimiento y señalización de vías de acceso y servicios básicos que son indispensables para el turismo. Adicional se brindan las capacitaciones necesarias para controlar la recolección de desechos sólidos y mantener la calidad de los servicios.
- ✓ La municipalidad fomenta a las iniciativas locales es por eso que brinda apoyo sólido para empresas privadas del municipio

### Aspectos negativos

- ✓ El municipio de Juayúa cuenta con el problema de que muchos negocios informales muestran desinterés en el mantenimiento de la inocuidad alimentaria en la prestación de sus servicios, aspecto importante a tratar en el turismo para mantener una buena satisfacción del turista.
- ✓ Ya que hay muchas iniciativas locales como ventas ambulantes por sus festivales gastronómicos se encuentra un débil ordenamiento de dichos negocios informales en el municipio.

### Información relacionada al turismo de acuerdo a actores locales

A continuación, se hará mención a información<sup>5</sup> proveniente del comité de desarrollo turístico (CDT) del municipio de Juayúa para ampliar sobre la situación actual y la visión turística del CDT y en consecuencia del municipio.

- De acuerdo al CDT de Juayúa el turismo ha llegado a potenciarse a través de su historia, sus festivales gastronómicos y los servicios complementarios que deben prestar en temas turísticos. Adicionalmente en el municipio existe el apoyo de MITUR CAT y constantemente existen capacitaciones con CONAMYPE e INSAFORT.
- Para el CDT un área que debe mejorar el municipio de Juayúa para potencializar aún más el turismo es el reordenamiento de las ventas en los fines de semana, puede ser a través de un mercado nuevo.

<sup>5</sup> Fuente: Trabajo de grado, Plan de desarrollo Turístico sostenible en el municipio de Berlín, departamento de Usulután.

- Dentro de las medidas que la municipalidad ha tomado para la conservación del entorno y medio ambiente es la creación de una unidad medioambiental que vela por garantizar la preservación de la naturaleza.
- Para saber un aproximado estadístico de afluencia turística en el municipio se hace un control de visitas con base a las personas que entran a oficina municipal de turismo y cuentan con un estimado de 1000 a 2000 personas por día en época festiva y de 2000 a 3000 personas los fines de semana.

## ENTREVISTA CDT JUAYUA



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



**Objetivo:** Conocer el funcionamiento de los comités de desarrollo turístico de municipios exitosos en el sector.

<b>Datos Generales</b>	
<b>Municipio:</b>	Juayúa
<b>Nombre del representante del CDT:</b>	Jonathan Varela Reyes
<b>Nombre del CDT</b>	Comité de desarrollo turístico de Juayúa
<b>Fecha de entrevista:</b>	9 de mayo de 2020

1. ¿Cuál es la estructura organizativa del CDT?

La estructura fundamental son los empresarios representados por la directiva la cual ésta conformada por:

- **Presidente**
- **Vicepresidente**
- **Secretario**
- **Sindico**
- **Vocales**

2. ¿Cuál es la función principal que el CDT realiza para apoyar e impulsar al turismo del municipio? ¿gestionan capacitaciones?

**Buscar más impulsos al desarrollo económico turístico, buscando un bienestar para el CDT, así como para el mismo público. A través de medidas de desarrollo por medio de mejoramiento de calles e iluminación.**

3. ¿Cuentan con apoyo de la alcaldía, u organizaciones privadas o gubernamentales en algún sentido? ¿qué clase de apoyo?

**Si, se cuenta con el apoyo de la municipalidad, la cual ofrece respaldo al CDT así también un trabajo en conjunto.**

**La municipalidad cuenta con un presupuesto, el cual se maneja para impulsar el turismo, por medio de eventos impulsados por la alcaldía.**

**Además, ayuda económicamente al CDT para que impulsen sus propias iniciativas**

4. ¿Apoyan a emprendedores locales? ¿qué clase de apoyo les brindan?

**El apoyo a emprendedores es un poco débil como CDT, pero es la municipalidad quien los apoya a través de la inclusión brindándoles espacios para que puedan comercializar sus productos.**

5. ¿Según su perspectiva que municipio es más atractivo turísticamente?

**En ruta de las Flores Juayúa siendo referente con su gastronomía**

**Además, se Nahuizalco, pues han realizado el mejoramiento de su infraestructura la cual es de admirar, en la actualidad le apuesta fuertemente al turismo, innovando constantemente para el desarrollo, también el municipio de Suchitoto es un municipio muy atractivo.**

6. ¿Qué medidas implementan para la protección del medio ambiente?

**Las medidas básicas como barrido de calles, recolección de desechos sólidos, tienen horarios flexibles para evitar acumulaciones de basura.**

7. ¿Trabaja con tour operadores?, ¿Qué estrategias implementan con tour operadores?

**No, no existe un trabajo con tours operadores, pero con la unidad de turismo hacen el contacto directo, realizando enlaces con guías locales y tener un trato directo, con lo cual ya se ayuda la economía local.**

8. ¿Qué actividades coordina el CDT para promocionar el municipio?

**Actividades como tal, no coordina el CDT, pero en conjunto con la municipalidad a través de la unidad de turismo, si coordinan actividades donde el apoyo del CDT consiste por lo general en la logística.**

9. ¿Cómo se logró desarrollo turístico en el municipio?

**Por medio de una iniciativa del señor Jaime Salguero en 1994 a través del festival gastronómico que con el tiempo se fue potenciando hasta convertirlo en el motor del desarrollo turístico del municipio, además apostándole a atractivos que revoluciones la actividad turística del lugar, en Juayúa se le apostó a la conga bus como un atractivo de ese tipo, que al final dio resultados positivos.**

10. ¿Según su punto de vista, que deberían realizar los municipios que aún no han sido desarrollados turísticamente?

**Lo principal es el apoyo de la municipalidad, porque hay municipios que tienen el territorio y los atractivos, pero no se cuentan con accesos y con seguridad.  
CDT deberá gestionar con entidades y organizaciones que impulsan el turismo.  
El apoyo de los empresarios haciendo inversiones a largo plazo.**

11. Dada la situación de emergencia que se vive a nivel mundial, ¿Qué medidas adoptaran como CDT pasada la emergencia, para reactivar las actividades turísticas?

- **Impulsar el turismo interno**
- **Ofrecer un buen servicio**
- **Ofrecer entretenimiento, con grupos de música o funciones de teatro.**

## MUNICIPIO DE LA LIBERTAD

### Generalidades

Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División Política
La Libertad	162 km <sup>2</sup>	35 997 hab.	10 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Temperatura Promedio	Asentamiento Indígena
32 km	316 hab /km <sup>2</sup>	31°C	

### Datos del Municipio

#### Historia

La Libertad es un municipio del departamento de La Libertad en El Salvador. Limita al sur con el Océano Pacífico; al norte con Zaragoza; San José Villa Nueva; al este con San Luis Talpa y al oeste con Tamanique. Su nombre proviene del náhuatl Tepeagua, tepehuac significa Cerro de los encinos o robles, lugar que tiene agua del cerro, proviene de las raíces Tepe, tepec=cerro, montaña, localidad ahua=encino, roble, At=agua, Hua=posesión y Co=lugar.

#### Ubicación, Extensión y Población

El municipio de La Libertad se encuentra ubicado en el departamento de la Libertad y cuenta con una extensión de 162 km<sup>2</sup>. Este municipio cuenta con una división política administrativa presidida por su alcalde y su consejo municipal y que cuenta con 10 cantones: Cangrejera El Cimarrón, El Maja, Melara, San Alfredo, San Diego, Santa Cruz, San Rafael, Tepuagua, Toluca. Juayúa posee una población de 35,997 habitantes y 59 caseríos.

#### Actividad Económica

La economía de la población está basada en la agricultura y, en mayor medida, en el sector servicios y la pesca pues se destaca por ser uno de los lugares de ocio y diversión playera más preferidos en El Salvador.

#### Costumbres y Tradiciones

##### La pesca

En el puerto de la libertad los pescadores tienen por costumbre celebrar cada año el día de la pesca, pero más que una costumbre es el diario vivir de ellos. En este día hay mucha fiesta acompañada de mucha comida, bailes y otras actividades. La pesca artesanal es ya por tradición una actividad importante. Se tienen registros de que la zona se dedica a este rubro desde la década de 1950.

##### El baile de los cumpas

la realizan cada 25 de julio en conmemoración de san Cristóbal patrono del pueblo. Este santo es "cumpa" (compadre de san Lucas evangelista), ambos se invitan como huéspedes de honor a sus respectivas fiestas. Todo comienza cuando san Cristóbal espera a su cumpa san Lucas evangelista dos cuadras fuera de la población de los caseríos vecinos mozos y mozas y

algunos viejos alegres. El cura las autoridades todos acompañados de la banda de “cuero” música de pito y tambor.

### **Feria y fiestas Patronales**

Las fiestas patronales de La Libertad se celebran del 1 al 8 de diciembre en honor a la Inmaculada Concepción de María.

## **Atractivos, Productos y Servicios turísticos ofrecidos**

### **Puerto de la Libertad**

El Puerto de La Libertad es uno de los destinos turísticos más representativos de este país. Posee un Complejo Turístico que incluye un malecón, restaurantes y anfiteatro, aparte del pequeño comercio de mariscos y artesanías ubicados en el viejo muelle.



*Ilustración 39 Antigo Muelle Puerto de la Libertad*



*Ilustración 38 Malecón, Puerto de La Libertad*

### **Playa las Flores**

La Playa Las Flores se caracteriza por ser un espacio recreativo amplio, con un clima cálido tropical. Su extensión es ideal para acampar y reunirse con la familia frente a las aguas del mar, sus atractivos son impresionantes. En pocas palabras, es una de las playas de El Salvador que tiene mucho para ofrecer.



*Ilustración 40 Playa las Flores, municipio de La Libertad*

### **Playa San Diego**

Es una playa de más de 7 kilómetros de extensión es ideal para practicar diferentes deportes como el fútbol y el vóley. Asimismo, les permite tener cierta privacidad para ciertos visitantes si se desea. Además, cuentan con la oportunidad de realizar acampadas en cualquier momento para poder aprovechar las áreas.



*Ilustración 41 San Diego municipio de la libertad*

### **Playa La Paz (Punta Roca)**

Sus espectaculares olas hacen de esta playa la sede de importantes campeonatos de surfing a nivel regional e internacional ubicada frente al muelle artesanal de la ciudad, en su entorno hay abundante y variada oferta de servicios turísticos como restaurantes y alojamientos, además de los servicios propios de la ciudad como bancos, supermercados, centros comerciales y estaciones de servicio entre otros. Por su cercanía al muelle de la Libertad desde esta playa se pueden tomar tours en lanchas en compañía de pescadores artesanales del lugar.



*Ilustración 42 Playa Punta Roca La Libertad*

### **Playa el Obispo**

Ubicada justo frente a la entrada de la Ciudad Puerto de La Libertad, su nombre es en honor a un obispo que solía visitar esta zona y que muriese precisamente en esta playa al ser arrastrado por un fuerte oleaje. Cuando su marea es baja se puede observar a lo lejos sus piedras corales, y al fondo el muelle artesanal de la ciudad.





*Ilustración 43 Playa el Obispo municipio de la libertad*

### **Playa El Majahual**

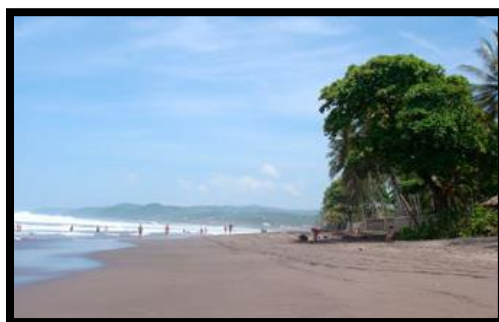
El Majahual, en La Libertad, es una de las más populares del país debido a su cercanía con la capital donde muchas familias se acercan para sacar provecho de su oleaje amigable y gentil abierta a todo el público. Como una de las más visitadas por los turistas locales.



*Ilustración 44 Playa el Majahual, municipio de la libertad*

### **Playa San Blas**

Situada en el kilómetro 39 y medio de la Carretera del Litoral, la playa San Blas está rodeada de un complejo residencial privado y otra parte abierta al público, con varias opciones de restaurantes que ofrecen el más fresco marisco en platos especializados a precios accesibles.



*Ilustración 45 Playa San Blas, municipio de la libertad*

### **Playa Conchalío**

Es una Playa con un ambiente familiar con olas muy agradables y un ambiente relajado, esta playa está dividida en dos partes interconectadas por el Boulevard Conchalío que la atraviesa completamente y facilita su acceso vehicular, cuenta con un precioso y amplio “parque acuático denominado conchalío la libertad”.



*Ilustración 47 Parque acuático conchalío municipio de la libertad*



*Ilustración 46 Playa conchalío municipio de la libertad*

### **Parque Walter Thilo Deininger**

Una de las joyas más impresionantes de Centroamérica está ubicada a tan solo 39 kilómetros de la capital San Salvador se encuentra el Parque Walter Thilo Deininger. Al ser un parque natural protegido no es de acceso libre al público, tienes que solicitar previamente un permiso. Cuenta con una extensión de 1,047 manzanas, 732 Hectáreas y su característica principal es ser un área natural protegida. El parque es una isla biológica en la cual se encuentran remanentes de la primera vegetación de El Salvador. Contiene 3 tipos de bosque: bosque de galería, seco caducifolio y secundario.



*Ilustración 48 Parque Walter Thilo Deininger municipio de La Libertad*

Tabla 130 Check List municipio de La Libertad

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO: LA LIBERTAD</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores	✓	
Canopy	✓	
Senderismo	✓	
Caminatas y/o escalada	✓	
Cuerdas altas	✓	
Cascadas	✓	
Pozas	✓	
Iglesias históricas	✓	
Playas	✓	
Productos de procesamiento natural	✓	
Cerros	✓	
<b>Otro, especificar: Parque Natural Protegido</b>		

## Organización turística del municipio de La Libertad

### Actores en pro del turismo

- ✓ El municipio de La Libertad para el desarrollo del turismo municipal cuenta con actores claves como son El centro de amigos del turista CAT ubicado en el malecón del puerto de la libertad y cuya función es la de brindar información de los atractivos turísticos del municipio de la región a los turistas que visitan el lugar. Además, cuentan con el apoyo de la alcaldía y de instituciones gubernamentales como son MITUR, CORSATUR y apoyo del gobierno central ya que es un punto de referencia del El Salvador en el tema turístico y autoridades locales como la POLITUR.

### Aspectos positivos

- ✓ La Libertad cuenta con recursos naturales bien potenciados y desarrollados, como resultado, en su mayor oferta turística que son las playas el turismo no se centra en una sola playa y todas ellas tienen afluencia turística.
- ✓ La Municipalidad, y el CAT se encuentran con buenas relaciones y trabajan en conjunto para el desarrollo del turismo en el municipio, actualizando sus datos para brindarle información acertada a los turistas.
- ✓ Cuenta con buen mantenimiento y señalización de vías de acceso y servicios básicos que son indispensables para el turismo.
- ✓ Cuenta con modernas instalaciones en su zona principal de afluencia turística, el malecón y puerto de la Libertad. Con un adecuado ordenamiento de los negocios informales lo que lo hace atractivo hacia los turistas.
- ✓ Información al alcance de turistas en el CAT del municipio.

### Aspectos negativos

- ✓ El municipio de La Libertad cuenta con el problema de desinterés en el mantenimiento de la inocuidad alimentaria en la prestación de sus servicios, en especial en negocios informales o no ubicados en el área central del malecón de la libertad.
- ✓ Poca diversificación de oferta turística en el municipio, y poco aprovechamiento de los recursos naturales como son sus playas para crear nuevos atractivos turísticos.

## MUNICIPIO DE JAYAQUE

### Generalidades

Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División Política
La Libertad	47.53 km <sup>2</sup>	11,058 hab.	4 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Temperatura Promedio	Asentamiento Indígena
38 km	232.7hab /km <sup>2</sup>	31°C	Náhuat- Pipil

### Datos del Municipio

#### Historia

Esta es una de las muchas poblaciones precolombinas de El Salvador. Su nombre autóctono actual, Jayaque, es corrupción de Xayacatepec, toponímico que en idioma náhuat significa "cerro de los enmascarados", de xayacat, faz fisonomía, cara, enmascarado, y tepec, cerro, montaña, localidad. En 1550 tenía unos 500 habitantes. Jayaque es una ciudad de mucho turismo, principalmente por su altura; su agradable clima, ideal para el cultivo del café, sus calles son rectas, de asfalto, piedra o adoquines, con muchas pendientes, posee casas con mucho colorido, varias de estilo colonial, algunas de adobe y bahareque y otras de sistema mixto, su plaza central se constituye por un parque, diversas oficinas municipales y su imponente Iglesia colonial.

El municipio tiene presencia de población indígena náhuat pipil. Sin embargo, actualmente no se han identificado comunidades autodenominadas, o reconocidas por otros, como tal. Es probable que la población mantenga una fuerte ascendencia indígena, especialmente en las zonas rurales, pero los elementos culturales que les afirmaban con dicha identidad, se han desvanecido

#### Ubicación, Extensión y Población

Jayaque es un municipio del departamento de La Libertad en El Salvador. Limita al norte con Sacacoyo y Colón; al este con Talnique; al sur con Tamanique, Chiltiupán y Teotepeque y al oeste con Tepecoyo. Jayaque tiene una extensión territorial de 47.53 kilómetros cuadrados, tiene una población de más de 11 mil habitantes y se encuentra a 1,000 metros de altura sobre el nivel del mar. Posee el título de Ciudad, concedido en 1926 y se encuentra a una distancia de 38 kilómetros de San Salvador.

#### Actividad Económica

La base económica de Jayaque se apoya en la producción agrícola y pecuaria. En las actividades agrícolas se destacan las producciones de granos básicos, hortalizas, legumbres, frutas, café y bálsamo.

La producción industrial, las actividades comerciales y de servicio tienen un papel importante en la generación de empleo en el Municipio de Jayaque. Se identifican 270 establecimientos, entre Página | 62 agroindustriales (1), industriales (55), de comercio (184), de servicio (29) y de transporte (1) que mantienen a 2,083 personas ocupadas según la DYGESTYC para el año 2005.

## **Costumbres y Tradiciones**

### **El encuentro de lo cumpas**

Este encuentro se trata de una peregrinación ancestral entre los municipios de Jayaque y Cuisnahuat, que convergen en la cueva de los Cumpas, que coincide con las fiestas patronales y bailes tradicionales desde la época de la colonia en cada uno de estos pueblos.

Cada 23 de julio los pobladores llenos de vestuarios coloridos, bebidas de maíz (Chicha) y gastronomía tradicional, observan y acompañan a los santos por veredas, los que son cargados por hombres y mujeres indígenas de la zona.

### **La Fiesta de San Sebastián Mártir**

del 15 al 20 de enero. Las fiestas patronales tienen la característica de mezclar actividades religiosas con actividades lúdicas y sociales. Inicia con el desfile del correo, el cual lleva el mensaje a toda la población que ha iniciado la fiesta, esta actividad es encabezada por autoridades municipales, eclesiásticas y militares, aprovechan a entregar impreso el programa de las fiestas; se acompaña con música de banda, desfile de carros llevando a las candidatas, cohetes, payasos y mascarada. Esta última consiste en muchachos disfrazados de personajes mitológicos tales como la ciguanaba, el cipitío, el diablo, o como viejos; usan máscaras que ayudan a caracterizar mejor a los personajes y les protege su identidad, dándoles mayor libertad de actuación y baile.

### **Las Posadas de la Virgen**

durante el mes de mayo. Todos los días se trasladaba a la Virgen María de una casa a otra, donde permanecería 24 horas de posada, se rezaba el rosario y luego se compartía un refrigerio, por lo general tamales y café. Esta actividad se mantiene, pero la participación en ella ya no es masiva.

### **Las Rogaciones**

A mediados del mes de mayo, cuando no llovía, se hacía una peregrinación hasta la cima del cerro pidiendo la lluvia y buenas cosechas, se llevaba una cruz rústica y se sembraba en la punta del cerro. Hace algunos años que ya no se realiza.

### **Día de San Antonio**

En Jayaque el 13 de junio era costumbre celebrar ese día consiguiendo un torete, se hacía la sopa y se repartía con pancito después de la misa. De esta celebración sólo se mantiene la misa.

### **Las demandas**

comienzan el primer domingo de mayo y continúan todos los domingos hasta el domingo anterior a la celebración del Santo Patrono. Consisten en que el mayordomo, los padrinos y sus feligreses acompañados por un tambor, insignias y una pareja de canastos, hacen un recorrido por las calles y casas de la ciudad, haciendo una colecta de víveres, aportes económicos y todo aquello que pueda servir para celebrar la fiesta

## Atractivos, Productos y Servicios turísticos ofrecidos

### Fundación Refugio Salvaje de El Salvador (FURESA)

La Fundación Refugio Salvaje, tiene la misión de cuidar ejemplares en peligro de extinción, ofreciéndoles un programa de nutrición balanceado, atención médica y odontológica, y, sobre todo, un ambiente similar al de su hábitat natural para su óptimo bienestar. Asimismo, FURESA busca crear conciencia en los visitantes del parque sobre la importancia del cuidado y conservación de la flora y fauna local e internacional.

FURESA alberga más de 100 ejemplares de 31 especies en peligro de extinción, cuidando a los ejemplares ofreciéndoles un ambiente similar al de su hábitat natural para su óptimo bienestar. Es una Fundación sin fines de lucro y puede emitir recibos por donaciones que son sujetas a deducción para efectos fiscales



*Ilustración 49 FURESA, en municipio de Jayaque*

### Iglesia San Cristóbal

Es uno de los atractivos más emblemáticos ya que por su infraestructura de estilo barroco ha sido considerada como patrimonio nacional. Su constitución data de principios de 1900 y en ella los turistas pueden dar un paseo.



*Ilustración 50 Iglesia San Cristóbal en municipio de Jayaque*



### **Museo y Casa de la cultura Xayacatepec**

Cuenta con tres salas: la del café, la del bálsamo y la de los “cumpas”. La sala muestra el encuentro entre San Lucas Apóstol, patrono de Cuisnahuat, y San Cristóbal, patrono de Jayaque, y refleja el momento en que ambos personajes se saludan y pasan a ser compadres (cumpas). El museo también expone fotografías de las cortas de café y del proceso de la extracción del bálsamo, así como valiosos objetos antiguos.



*Ilustración 51 museo y casa de la cultura Xayacatepec, Jayaque*

### **Mirador Michinoeki**

Se construyó la primera “Tienda Estación de Carretera” del país con el objetivo de promocionar y comercializar los productos identitarios de la región



*Ilustración 52 Mirador Michinoeki, Jayaque*

### **Mirador Los Cielos**

Uno de los miradores más impresionantes ubicados en la parte más alta de Jayaque, sobre la Carretera que conduce a Comasagua, idóneo para tomar fotografías y con acceso a la cueva de la ciguanaba.

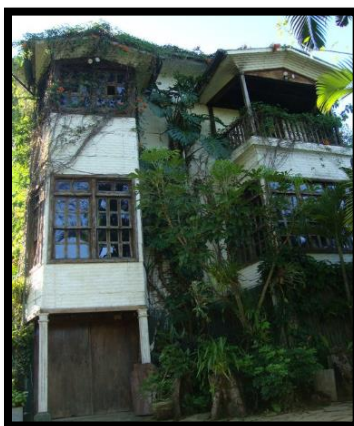




*Ilustración 53 Mirador los cielos, Jayaque*

### **Finca El Carmel**

Finca que posee un vasto y amplio terreno con mucha vegetación pero que destaca por su casa de más de cien años, la cual ha sido declarada Patrimonio Nacional por CONCULTURA. Construida en la época de principios del siglo XIX con una lámina troquelada traída de Bélgica. Esta histórica casa ofrece la degustación del café gourmet de la zona, el cual puede ser acompañado con quesadilla.



*Ilustración 54 Finca El Carmel, Jayaque*

### **Finca Santa Elena**

Hermoso lugar para relajarse, disfrutar en familia y con amigos de la preciosa vista, clima y vegetación. Degustar deliciosos platillos elaborados artesanalmente y la finísima atención de Don Fila hacen de este lugar un rincón mágico muy recomendable.



*Ilustración 55 Finca Santa Elena, Jayaque*

### **Finca La Esperanza**

Finca La Esperanza es un rincón verde rodeado de cafetales y vegetación que proporciona un clima fresco y agradable a todo visitante a 1,100 metros sobre el nivel del mar. En este lugar se podrá hacer de su jornada un momento de descanso y relajación.



*Ilustración 56 Finca la Esperanza, Jayaque*

### **Topa de los cumpas**

La fiesta tradicional consiste en que los habitantes de Cuisnahuat y Jayaque, realizan una peregrinación desde sus municipios hasta Tepecoyo para visitar a sus compadres e intercambiar regalos.

Cada 22 de julio, los feligreses se reúnen para celebrar la visita de ambos “compadres”. Iniciando la travesía en Cuisnahuat, luego en Tepecoyo y finalizando en Jayaque. En el recorrido, las imágenes de los “cumpas” son cargadas en hombros hasta llegar a su destino final.



*Ilustración 57 Cumpas, Jayaque*

## **Fiestas Patronales**

Las fiestas patronales se celebran los días 18 al 25 de enero en honor a San Sebastián Mártir, siendo esta la primera fiesta de Jayaque.



*Ilustración 58 Fiestas patronales, Jayaque*

## **Plaza Turística**

Espacio que brinda la oportunidad a los micro – empresarios la comercialización de sus productos, combinando los recorridos turísticos, eventos culturales y la gastronomía de la zona.



*Ilustración 59 Plaza Turística, Jayaque*

Tabla 131 Check list municipio de Jayaque

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO: JAYAQUE</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores	✓	
Canopy	✓	
Senderismo	✓	
Caminatas y/o escalada	✓	
Cuerdas altas		✓
Cascadas		✓
Pozas		✓
Iglesias históricas	✓	
Playas		✓
Productos de procesamiento natural	✓	
Cerros	✓	
<b>Otro, especificar: Plaza Turística, Refugio Salvaje</b>		

## Organización turística del municipio de Jayaque

### Actores en pro del turismo

- ✓ El municipio de Jayaque cuenta con las siguientes organizaciones y actores que están coordinando acciones para el desarrollo turístico del municipio:

#### Locales

- Alcaldía del municipio
- Agencia de desarrollo económico Local (ADEL)
- Oficina de Turismo de Jayaque
- Casa de la Cultura de Jayaque
- Palacio Municipal de Jayaque
- ADESCO-Jayaque
- Unidad de Saludo de Jaque Dr. Francisco Antonio Lima

#### Nacionales

- MITUR

### Aspectos positivos

- ✓ Cuenta con buena infraestructura vial, mantenimiento, pero baja señalización.
- ✓ Cuentan con un atractivo turístico nacional que es un ancla y que es muy visitado como es su refugio Salvaje (FURESA) el cual representa una oportunidad para seguir ampliando la oferta que puede ofrecer el municipio a los turistas que llegan con la finalidad de visitar FURESA.

### Aspectos negativos

- ✓ El municipio de Jayaque cuenta con una gran cantidad de actores clave tanto públicos como privados, que poseen las condiciones técnicas y económicas para la potenciación del turismo en el municipio, sin embargo, los esfuerzos realizados por estos, no han dado los resultados esperados.
- ✓ Actualmente el municipio cuenta con un potencial turístico cultural y natural no explotado, lo que supone una necesidad de diseño de estrategias encaminadas a fortalecer el turismo en mención.
- ✓ Si bien existe una ADESCO en Jayaque, esta no aporta estrategias para desarrollar en gran medida el turismo, a causa de que existe una diferencia de opiniones a la hora de decidir el curso de acción a seguir para potencializar el turismo y no se llegan a soluciones concretas y que sean efectivas.

## MUNICIPIO DE TAMANIQUE

### Generalidades

Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División Política
La Libertad	101.02 km <sup>2</sup>	15,119 hab.	12 Cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Temperatura Promedio	Asentamiento Indígena
37.5 km	229,4 /km <sup>2</sup>	25.5°C	Maya y Pipil

### Datos del municipio

#### Historia

El origen de la población de Tamanique, se remonta a la época precolombina. Se dice que posiblemente fue fundada originalmente por pueblos Pokomanes, del grupo Maya-Quichés y que posteriormente fue conquistado por tribus Yaquis o Pipiles del grupo Nohoa o Yuco-Aztecas. Después de la conquista, Tamanique se conoció con el nombre de Santiago Tamanique, y contaba con unos 120 habitantes que se dedicaban al cultivo del maíz. Tamanique es más antiguo que la República de El Salvador, pues sus documentos ejidales están sellados con el sello que hace alusión a la confederación centroamericana, cuando el Salvador era un estado de la confederación.

#### Ubicación, Extensión y Población

Tamanique está limitado de la siguiente forma: al norte, por los municipios de Jayaque y Talnique; al este, por los municipios de Comasagua y La Libertad; al sur, por el Océano Pacífico; y al oeste, por el municipio de Chiltiupán. Se encuentra ubicado entre las coordenadas geográficas siguientes: 13° 39' 12" LN (extremo septentrional) y 13° 29' 27" LN (extremo meridional); 89° 22' 04" LWG (extremo oriental) y 89° 27' 18" LWG (extremo occidental). El área del municipio es de 101.02 kilómetros cuadrados, y un total de 15,119 habitantes para el año 2013 dando como resultado una densidad demográfica de 230 habitantes por kilómetros cuadrado.

Para su administración Tamanique se encuentra dividido en 12 cantones los cuales son: Buenos Aires, El Cuervo, El Palmar, El Pinal, El Sunzal, San Alfonso, San Benito, San Emilio, San Isidro, Santa Lucía, Tarpeya, San Antonio.

#### Actividad Económica

La actividad económica predominante para el municipio de Tamanique es la agropecuaria, sus mayores cultivos son cultivo de granos básicos, café, maicillo, maíz, frijol, hortalizas y frutas además existe la crianza de ganado vacuno se fomenta la apicultura y la crianza de aves de corral.

Existen además actividades relacionadas a la pequeña industria, y el comercio. Entre estas sobresalen las industrias del procesamiento del café, la explotación del bálsamo, la elaboración de productos lácteos, la fabricación de ladrillos y tejas de barro. En el comercio

local existe un merendero, tiendas, comedores, pupuserías, salones de belleza, bazares, entre otros.

También se tiene una base económica en el turismo, donde se pueden encontrar extranjeros residiendo en las playas por temporadas y restaurantes para el público, escuelas de surf y hoteles; siendo todos estos lugares fuentes de empleo en las playas para atención de los turistas. Se encuentra gran proporción de personas sobre todo la población masculina que trabaja en el puerto de la libertad, Santa Tecla y hasta en otros departamentos

### **Atractivos, Productos y Servicios turísticos ofrecidos**

- **Playa el tunco**

Es un sitio muy hermoso y visitado por turistas nacionales y extranjeros por sus famosas olas ideales para practicar el deporte surf. Para el aprovechamiento de este sitio natural es importante tener en cuenta la conservación y preservación, ya que al ser utilizado turísticamente puede llegar a deteriorarse este hermoso sitio natural.



*Ilustración 60 Playa el Tunco, Tamanique*

- **Playa El Sunzal**

El Sunzal se encuentra en el kilómetro 44, en el departamento La Libertad. Corresponde a uno de los más preciosos complejos de playas de El Salvador, donde los surfistas se reúnen para disfrutar de las mágicas olas. Esta contigua a la famosa y también hermosa playa El Tunco.



*Ilustración 61 Playa El Sunzal, Tamanique*



- **Playa el Palmarcito**

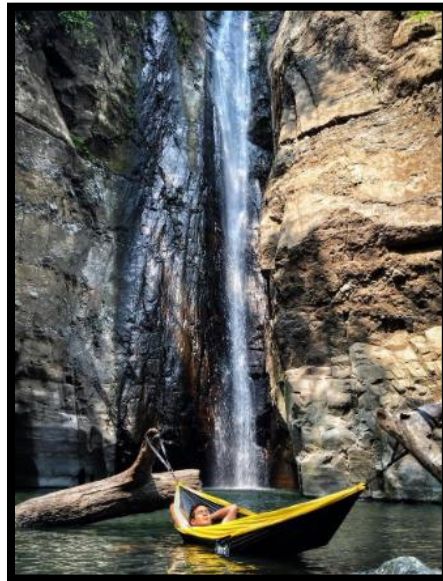
La playa El Palmarcito es un lugar ideal para disfrutar del sol, el mar y la arena. Constituida netamente de arena volcánica y una explanada en ella que permite la práctica de deportes como el fútbol. Rodeada por arrecifes rocosos, imponentes formaciones que facilitan la vista del mar desde otra perspectiva. Esto, en caso que desees observar el panorama que nos ha regalado la madre naturaleza.



*Ilustración 62 Playa el Palmarcito, Tamanique*

- **Cascadas de Tamanique**

Son un lugar donde se puede maravillar a los turistas tanto nacionales como extranjeros con las refrescantes aguas cristalinas que invitan a nadar y quedarse en sus pozas para relajarse.



*Ilustración 63 Cascadas de Tamanique, Tamanique*



- **Sendero a la Cabaña**

En el cual se pueden vivir de primera mano el contacto con la naturaleza a través de recorridos extensos, para llegar se debe atravesar calle empedrada la cual da acceso a las fincas donde se encuentra el famoso sendero.



*Ilustración 64 Sendero a la Cabaña, Tamanique*

- **Caminos para practicar moto Tour**

Se trata de sitio construido y pavimentado que cuenta con un extenso recorrido, en el que se aprovechan las cuestas altas características de la zona para practicar moto tour como actividad de aventura, se inicia principalmente con la enseñanza para la utilización de motocicletas y cuádrimotos; posteriormente, se brindan recorridos que comprenden diversas rutas de Tamanique y sus alrededores.



*Ilustración 65 Moto Tour's Tamanique*

- **Cerro La Gloria**

En el cerro durante las épocas de Octubre/Noviembre, se desarrollan actividades de Parapentismo, el cual hasta la fecha ha sido practicado únicamente por turistas alemanes que han visitado el municipio en esas temporadas del año.

También se puede realizar las caminatas desde el cerro a las cascadas donde los turistas son dirigidos por un guía que es proporcionado por la alcaldía, disfrutan del medio ambiente, flora, fauna y clima hasta llegar a las cascadas, donde se deleitan de las aguas frescas del municipio.



*Ilustración 66 Parapentismo cerro la gloria, Tamanique*



*Ilustración 67 Caminata cerro la gloria, Tamanique*

- **Cuevas de Tamanique**

Ubicadas en la zona norte del municipio, son un sitio natural cálido e inmerso en los cerros, presentan difícil acceso y se debe realizar una caminata para observar este atractivo natural.



*Ilustración 68 Cuevas de Tamanique*

- **Iglesia Parroquial**

Ésta ubicada en el casco urbano de Tamanique y es parte de los bienes culturales con los que cuenta el municipio. Es una iglesia pequeña donde el párroco se encarga de organizar las actividades religiosas que definen gran parte de la cultura de Tamanique.



*Ilustración 69 Iglesia parroquial, Tamanique*

- **Fiestas patronales**

En ellas se celebran a Santa Lucía la cual se realiza en los últimos 3 días del mes de febrero y La celebración en honor a la Virgen de la Paz la cual se desarrolla en las fechas del 18 al 23 de noviembre. Adicional dentro de las actividades más relevantes se encuentran las tradicionales cofradías.



*Ilustración 70 Fiestas patronales, Tamanique*

Tabla 132 Check List municipio Tamanique

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO: TAMANIQUE</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores	✓	
Canopy		✓
Senderismo	✓	
Caminatas y/o escalada	✓	
Cuerdas altas		✓
Cascadas	✓	
Pozas	✓	
Iglesias históricas	✓	
Playas	✓	
Productos de procesamiento natural	✓	
Cerros	✓	
<b>Otro, especificar:</b> Cuevas, Parapentismo, Cabañas		

## **Organización turística del municipio de Tamanique**

### **Actores en pro del turismo**

- ✓ El municipio de Tamanique cuenta con las siguientes organizaciones y actores que están coordinando acciones para el desarrollo turístico del municipio:

#### **Locales**

- Alcaldía del municipio, la cual contribuye al desarrollo local del municipio.
- Cuentan con un Comité de Desarrollo Turístico (CDT) el cual se encuentra muy activo impulsando y creando estrategias en el área de la Playa el Tunco, creando planes de acción para lo que dura la gestión del presidente del CDT.
- CAT (La libertad), quienes apoyan promoviendo la visita a Tamanique a los turistas que se acercan a solicitar información de destinos turísticos.
- ADESCO-Tamanique, en playa el tunco quienes ayudan a estimar la afluencia turística y mejoras de la comunidad para atraer al turista.

#### **Nacionales**

- MITUR, que impulsa proyectos relacionados a turismo en especial en la zona de playa.
- POLITUR, la cual se encuentra de manera permanente brindando apoyo en la zona de playa

#### **Aspectos positivos**

- ✓ El municipio cuenta con un excelente escenario para la práctica de deportes como rapell, canopy, parapente entre otros.
- ✓ Las vías de acceso que conducen al municipio se encuentran en buen estado y señalizadas.
- ✓ Variedad de recursos naturales que pueden aprovechar para generar mayor afluencia turística (cascadas, ríos, cerros, caídas de agua, reserva natural)
- ✓ El municipio forma parte del programa de pueblos vivos lo cual genera mayor conocimiento de este.
- ✓ La mayor parte de los atractivos naturales con los que cuenta Tamanique se encuentran conservados.
- ✓ Buena organización y desarrollo por parte del CDT del tunco.

#### **Aspectos negativos**

- ✓ El municipio cuenta con una ausencia de capacitaciones en ámbitos como turismo, ambiente, agricultura, entre otras que son necesarias para mantener el desarrollo turístico y del municipio.
- ✓ Los pequeños y medianos emprendedores no cuentan con facilidades o apoyo en tema de financiamiento.
- ✓ El municipio de Tamanique también cuenta con el desaprovechamiento de las características turísticas que posee la zona para ampliar su oferta turística como aprovechar para realizar deportes de adrenalina (canopy). Así como el desaprovechamiento de los cultivos de frutas y café en la zona con los cuales se podría realizar tour como lo hacen municipios similares.



## ENTREVISTA CDT DEL TUNCO (TAMANIQUE)



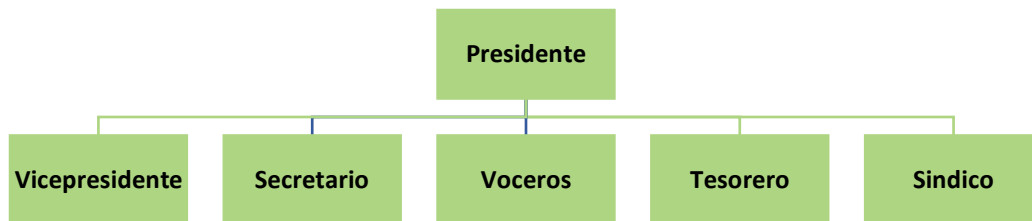
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL  
GUIA DE ENTREVISTA A REPRESENTANTE DE CDT

**Objetivo:** Conocer cuáles son las funciones, organización y beneficios de contar con un CDT en los municipios para el desarrollo del turismo.

Datos Generales	
Municipio:	TAMANIQUE
Nombre del representante del CDT:	
Fecha de entrevista:	13 de marzo de 2020

1. ¿Cuál es la estructura organizativa del CDT?

**Presidente, vicepresidente, tesorero, sindico, secretario y 5 voceros**



2. ¿Cuál es la función principal que el CDT realiza para apoyar e impulsar al turismo del municipio? ¿gestionan capacitaciones?

**Se tiene un plan estratégico el cual cuenta con objetivos, el cual cada uno de estos objetivos ayuda a promover el turismo en playa el tunco, capacitaciones como tal no, pero si apoyo para un nuevo empresario que quiera brindar un nuevo producto turístico.**

3. ¿Cuentan con apoyo de la alcaldía, u organizaciones privadas o gubernamentales en algún sentido? ¿qué clase de apoyo?

**No, el apoyo que recibe de la alcaldía es bien poco, ya que argumenta que la municipalidad no entiende el turismo, ya que la visión es totalmente diferente de la municipalidad con respecto al turismo, se tiene reuniones con el consejo municipal, se solicita ayuda, pero no siempre se da. El CDT representa a la empresa privada, microempresarios o empresa turística privada, por lo tanto, recibe apoyo de los empresarios de PET, apoyo monetario. De parte del gobierno si se tiene una mayor colaboración para promover el turismo.**

4. ¿Apoyan a emprendedores locales? ¿qué clase de apoyo les brindan?

**Se le brinda información por si un nuevo empresario quiere brindar un nuevo producto turístico, se hacen ferias para que los comerciantes muestren sus productos.**

5. ¿según su perspectiva que municipio es más atractivo turísticamente?

**Playa el Tunco, No Tamanique como municipio.**

6. ¿Qué medidas implementan para la protección del medio ambiente?

**No existen programas o medidas oficiales, pero se está trabajando en planes para ayudar al medio ambiente, por ejemplo, reforestación del manglar otro es una campaña cero plásticos esto si se busca que sea a nivel de municipio.**

7. ¿Trabaja con tour operadores?, ¿Qué estrategias implementan con tour operadores?

**No, el CDT como tal no, ya que es neutro.**

8. ¿Qué actividades coordina el CDT para promocionar el municipio?

**Manejo de redes sociales, revistas internacionales, con el ministerio de cultura que un sábado al atardecer llegue a tocar la sinfónica, entre otras actividades.**

9. ¿Cómo se logró desarrollo turístico en el municipio?

**Invirtiéndose en nuevos negocios, para tener más productos turísticos y así tener más afluencia turística.**

10. ¿Según su punto de vista, que deberían realizar los municipios que aún no han sido desarrollados turísticamente?

**Pues en mejorar los atractivos turísticos que posee, limpiar el acceso a la cascada de Tamanique para cuando llegue el turista vea limpio y agradable, repintar la iglesia para que se vea más bonita y el pueblo se vea más atractivo, invertir en más producto turístico, en la zona alta, poner guías mejorar mucho en materia turística, ya que no hay una conexión.**

11. Dada la situación de emergencia que se vive a nivel mundial, ¿Qué medidas adoptaran como CDT pasada la emergencia, para reactivar las actividades turísticas?

## MUNICIPIO DE COMASAGUA

### Generalidades

Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División Política
La Libertad	75.05 km <sup>2</sup>	12,839 habitantes	9 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Temperatura Promedio	Asentamiento Indígena
129.4 km	289.83, hab/ km <sup>2</sup>		Yanquis o Pipiles

### Datos del municipio

#### Historia

Población de origen precolombino pipil. Su nombre autóctono, en el idioma náhuatl, significa "la ciudad de los mazahuas", pues proviene del prefijo locativo eo y del vocablo compuesto mazahua que es el nombre de una importante tribu nahoa. A su vez mazahua quiere decir: "los poseedores de venados", pues procede de mazat, venado; y hua, el que tiene o posee algo. Los mazahuas eran pueblos pastores que criaban rebaños de venados blancos (iztacmazat).

#### Ubicación, Extensión y Población

Ubicado en la Cordillera del Bálsamo, Comasagua es un municipio del departamento de La Libertad ubicado a 29.4 Km de San Salvador; el municipio cubre un área de 75,05 km<sup>2</sup> de los cuales, 0.30 km<sup>2</sup> corresponden al área urbana y 75.05 km<sup>2</sup> corresponden al área rural; la cabecera tiene una altitud de 1,070 msnm. Esta villa se encuentra limitada al Norte por Talnique y Nueva San Salvador; al Este por Nueva San Salvador, al Sur por La Libertad y al Oeste por Talnique.

Para su administración Comasagua se encuentra dividido en 9 cantones y 59 caseríos. Siendo sus cantones: El Conacaste El Faro, El Matazano, El Peñón, El Rosario, La Shila, San Antonio, San Francisco, El Potreró, y San José El Porvenir.

#### Actividad Económica

Comasagua ha sido y es una población de agricultores, cuyo producto ancestral fue el Bálsamo que después fue sustituido por el cultivo del café, siendo éste su principal actividad económica actual; la producción agropecuaria es variada siendo los productos de mayor cultivo: los granos básicos, las plantas hortensas y frutícolas. Hay crianza de ganado vacuno, porcino, caballo, mular y aves de corral.

#### Costumbres y tradiciones

- **Fiestas Patronales:**

Las fiestas patronales de Comasagua se celebran del 15 al 21 de septiembre, en honor de San Mateo Apóstol.

- **Curiosidades**

Entre las joyas escultóricas de la iglesia parroquial de Comasagua figura un retablo que representa a la Virgen del Carmen salvando a las ánimas del Purgatorio, esculpido en madera y en altorrelieve, con exquisito gusto artístico. Las almas, según se afirman, representan a las



altas dignidades eclesiásticas de la época. Se refiere que ese estético retablo lo pretendió comprar por la cantidad de quinientos pesos el ex-Presidente de la República doctor Rafael Zaldívar, pero sin éxito alguno, pues los feligreses se opusieron tenazmente. A 6 k. al Sur de la población se encuentra el peñón denominado "Kepi salvadoreño" o "Piedra de Santiago".

### **Atractivos, Productos y Servicios turísticos ofrecidos**

#### **Peñón de Comasagua**

Cuenta con una elevación de más de 900 m.s.n.m., el acceso a la cima no es tan dificultosa, primero se camina a través de senderos, hasta llegar a donde se encuentra la elevación, una vez ahí se encuentran unas gradas que llegan hasta el punto más alto del Peñón. Desde su altura se pueden apreciar unos bellos paisajes, que sin duda reflejan que ha valido la pena caminar hasta dicho lugar. Ofrece un entorno de naturaleza, vegetación y fauna.



*Ilustración 71 Peñón de Comasagua*

#### **Taller arte en flor**

Este arte con flores, son creaciones hechas, en su mayoría, por mujeres que trabajan diferentes productos en las que plasman la belleza natural del municipio. Haciendo de Comasagua un lugar reconocido por este tipo de artesanías con flores, un delicado trabajo que atrae a los turistas nacionales y extranjeros.



*Ilustración 72 Taller arte en flor, Comasagua*

### **Finca San Ernesto**

Es un ambiente relajado en un entorno rural resaltando las bondades de la naturaleza como decoración permanente. La antigua casa patronal ha sido restaurada conservando sus detalles originales (piso de alfombra, cielo falso, corredores, estilo rural, etc.) y también tuvo renovaciones (piscina, jardinería, barbacoa, etc.) donde se respira un ambiente tranquilo dentro de un entorno natural en La Cordillera del Bálsamo.

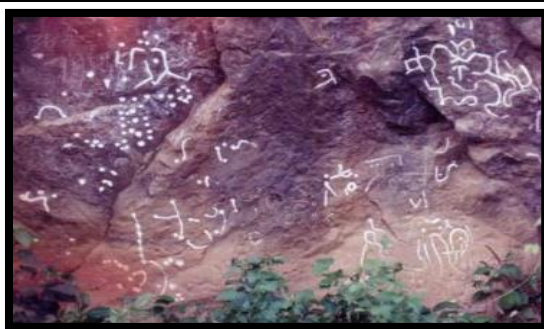


*Ilustración 73 Finca San Antonio, Comasagua*

### **La piedra Herrada**

En el Cantón El Peñón, existen dos piedras con manifestaciones rupestres en dos piedras de aproximadamente 7 metros de altura cada una, y son denominadas Roca Norte y Roca Sur. Los petrograbados que se encuentran en las rocas, tienen diversas figuras, formas y diseños utilizando diferentes tipos de tallado.

Las rocas se encuentran alineadas a una distancia de 100 metros aproximadamente. Actualmente el terreno es utilizado para la siembra de maíz.



*Ilustración 74 La piedra herrada, Comasagua*

### **Restaurante y Mirador “Brasas y Leña”**

En el municipio también se encuentra un atractivo restaurante especializado en carnes con un nuevo concepto rustico para que el turista pueda disfrutar de aire puro, y con el complemento de un mirador en sus instalaciones.



*Ilustración 75 Restaurante y mirador brasas y leña, Comasagua*

### **Cabañas Bello Atardecer**

Es un lugar paradisíaco ubicado a solo media hora de San Salvador, con acceso totalmente pavimentado. El contacto con la naturaleza donde se podrá, Situadas en la cordillera del Bálsamo, en Comasagua, a 1250 mts sobre el nivel del mar; zona que se caracteriza por la presencia de vegetación, aire refrescante, hermosas vistas de la naturaleza, sin salir lejos del área metropolitana. El complejo está formado por 2 cabañas.



*Ilustración 76 Cabañas bello atardecer, Comasagua*

Tabla 133 Check list municipio de Comasagua

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO: COMASAGUA</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores	✓	
Canopy		✓
Senderismo	✓	
Caminatas y/o escalada	✓	
Cuerdas altas		✓
Cascadas	✓	
Pozas	✓	
Iglesias históricas	✓	
Playas		✓
Productos de procesamiento natural	✓	
Cerros	✓	
<b>Otro, especificar:</b> Cabañas, Fincas, Bosque		

## Organización turística del municipio de Comasagua

### Actores en pro del turismo

- ✓ El municipio de Tamanique cuenta con las siguientes organizaciones y actores que están coordinando acciones para el desarrollo turístico del municipio:

#### Locales

- Alcaldía municipal, la cual contribuye al desarrollo local del municipio.
- Cuentan con un Comité de Desarrollo Turístico (CDT), creando planes de acción para el desarrollo del turismo.
- Asociación de Desarrollo Comunal Caserío Tres de Mayo ADCOTRESM.
- Asociación de mujeres Comasaguenses.
- Comité Municipal de Comasagua.
- Grupo de Artesanas Arte Comasagua.
- CAT (La libertad), quienes apoyan promoviendo la visita a Comasagua a los turistas que se acercan a solicitar información de destinos turísticos.

#### Nacionales

- MITUR, que impulsa proyectos relacionados a turismo.

#### Aspectos positivos

- ✓ Las vías de acceso que conducen al municipio se encuentran en buen estado y señalizadas y en especial en el municipio de Comasagua estos factores juegan un papel importante ya que la mayoría de visitas se concentran hacia los restaurantes ubicados en la carretera de acceso. Y con buena accesibilidad se puede llegar en vehículo y autobús desde Santa Tecla y San Salvador, representa una ventaja que puede facilitar la llegada de más turistas.

#### Aspectos negativos

- ✓ En el municipio de Comasagua aún no existe una oferta turística bien estructurada, en la que el turista pueda fácilmente identificar las actividades que puede desarrollar y los destinos que puede visitar, el tiempo de la estadía del visitante en Comasagua se vuelve relativamente corto.
- ✓ No existe un recorrido turístico diseñado para visitar el municipio de Comasagua, por lo que al turista le es difícil por cuenta propia conocer los lugares de interés, solamente puede hacerlo asesorado por guías locales puede enriquecer su experiencia en el lugar.

## MUNICIPIO DE CONCHAGUA

### Generalidades

Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División Política
La Unión	200. 64 km <sup>2</sup>	37 362 hab.	15 Cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Temperatura Promedio	Asentamiento Indígena
184 km	186,21 hab/km <sup>2</sup>	24°C a 33°C	Lenca

### Datos del municipio

#### Historia

La población original de Conchagua es lenca, donde los conchaguas o comixaguas vivían originalmente en las islas del golfo de Fonseca, más específicamente en la que hoy se conoce como "Conchagüita", compartían estas tierras con otras tribus llamadas "Los Tecas", en 1522 una expedición mandada por Gil Gonzáles Dávila bajo el mando de Andrés Niño, descubrió el golfo de Fonseca con sus islas, Meangola (hoy Meanguera del Golfo) y que Andrés Niño la bautizó con el nombre de "Petronila" y Conchagüita, para esas fechas los nativos de dichas islas formaban una cantidad ya considerable de personas; también existía en tierra firme otros pueblos conocidos como "Los Amapalas" cuyo asentamiento estuvo en el lugar que actualmente se conoce como Pueblo Viejo a pocos kilómetros al oriente de la ciudad de La Unión. El patrimonio cultural arquitectónico de mayor relevancia es la iglesia parroquial, dedicada a Santiago Apóstol, considerada como la iglesia más antigua de El Salvador, construida en 1693.

#### Ubicación, Extensión y Población

Conchagua es un municipio del departamento de La Unión en El Salvador. Limita al norte con La Unión y la Bahía de La Unión; al este con La Unión y el Golfo de Fonseca; al sur con el Golfo de Fonseca y el Océano Pacífico; al oeste con Intipucá y El Carmen. Conchagua tiene una extensión territorial de 200.64 kilómetros cuadrados, tiene una población de 37,362 habitantes y se encuentra a 220 metros de altura sobre el nivel del mar. Posee el título de Ciudad, concedido en 2001 y se encuentra a una distancia de 184 kilómetros de San Salvador.

Para su administración Conchagua se encuentra dividido en 15 cantones y 76 caseríos. Siendo sus cantones: Cerro El Jiote, Conchaguita, El Cacao, El Ciprés, El Faro, El Pilón, El Tamarindo, Huisquil, Los Ángeles, Llano de los Patos, Maquigue, Piedra Blanca, Piedra Rayada, Playas Negras y Yologua.

#### Actividad Económica

La principal actividad económica es la agricultura de granos básicos ya que el municipio produce granos básicos: maíz, frijol y arroz, así como cultivos permanentes, además la ganadería, la pesca, la industria manufacturera, el comercio y el turismo. Hay crianza de ganado vacuno, caballar y mular, y de aves de corral.



## Costumbres y tradiciones

### Fiestas patronales

Se realizan dos fiestas al año, la titular y la patronal. La titular es del 16 al 20 de enero en honor a San Sebastián Mártir y la segunda que es la patronal, del 22 al 25 de julio, en honor a Santiago Apóstol.

### Gastronomía

Todos los domingos se realiza un festival gastronómico en la Plaza Central, donde se ofrece comidas típicas, entre la que figuran las pupusas, los pasteles y empanadas, el tiste, el pozol, y la chicha.

### Folclore

Se llevan a cabo danzas folclóricas en las fiestas patronales y otras festividades. Además, se fabrican productos de artesanía en madera y el fruto del morro.

## Atractivos, Productos y Servicios turísticos ofrecidos

### Iglesia colonial de Conchagua

Uno de los atractivos turísticos del municipio de Conchagua es su iglesia colonial, conocida como la más antigua de El Salvador. Se terminó de construir en 1693 por Wenceslao Ramírez. Para su elaboración se utilizó un material llamado calicanto, que es una mezcla de arena, cal, piedra y claras de huevo. Consta de dos torres (campanarios) y la nave principal.



*Ilustración 77 Iglesia colonial de Conchagua*

### Pupusodromo de Conchagua

Un lugar donde se concentran las personas a degustar platillos nacionales ésta ubicado a un costado del parque central y es conocido como el pupusódromo, cuenta con más de 10 pupuserías que ofrecen también platos típicos, refrescos naturales y otras opciones como el atol de semilla de marañón a precios bajos.



*Ilustración 78 Puposodromo, Conchagua*

### **Volcán de Conchagua**

En el volcán de Conchagua se halla un parque ecológico desde el que pueden observarse algunas islas del Golfo de Fonseca como Meanguera, Meanguerita y Amapala razón por la cual es muy visitado por los turistas. Presenta actividad sísmica, fumarólica y fuentes termales, pero no se conoce registro histórico de erupciones. Tipo de volcán estratovolcán y la Andesita Hiperstena es el tipo de roca predominante.



*Ilustración 79 volcán de Conchagua*



### **Mirador espíritu de la Montaña**

El Espíritu de la Montaña es un mirador privado el cual se encuentra en el volcán de Conchagua, la Unión. Tiene una de las mejores vistas hacia el Golfo de Fonseca. Podrás ver una gran variedad de islas de El Salvador, Honduras y Nicaragua. Se encuentra dentro del parque ecológico.



*Ilustración 80 Mirador espíritu de la Montaña*

### **Playa el Tamarindo**

La playa es un dechado de virtudes a las que se puede acudir cuando se quiera descansar sin muchas preocupaciones bajo el intenso calor del sol. Sus características son similares a las de un estero, por lo que es bastante segura.



*Ilustración 81 Playa el Tamarindo, Conchagua*

### **Playa Negra**

Un lugar que brinda gran atracción y reconocimiento por los turistas es Playas Negras que es un que como su nombre lo indica, es producto del color de su arena un tanto oscuro, similar al carbón.



*Ilustración 82 Playas negras, Conchagua*

### **Fuente de los Leones**

El parque central cuenta con una pila de Los Leones, construida un 17 de octubre de 1909, fue un regalo del Ejército de Honduras, luego que El Salvador le apoyó en la lucha contra piratas, durante la invasión de éstos a Nicaragua.

La pila fue un regalo del coronel e ingeniero Benito Montoya, y representa el arduo trabajo que hicieron los antepasados para instalar el sistema de tuberías, ellos cargaron a hombros los tubos de metal que pesaban más de 250 libras y caminaron muchos kilómetros para lograr encausar el agua desde la fuente, ubica en la parte alta del volcán.



*Ilustración 83 Fuente de los leones, Conchagua*

Tabla 134 Check list municipio de Conchagua

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO: CONCHAGUA</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores	✓	
Canopy		✓
Senderismo	✓	
Caminatas y/o escalada	✓	
Cuerdas altas		✓
Cascadas		✓
Pozas		✓
Iglesias históricas	✓	
Playas	✓	
Productos de procesamiento natural	✓	
Cerros		✓
<b>Otro, especificar:</b> volcán, aguas termales, Puposodromo		

## **Organización turística del municipio de Conchagua**

### **Actores en pro del turismo**

- ✓ El municipio de Conchagua cuenta con las siguientes organizaciones y actores que están coordinando acciones para el desarrollo turístico del municipio:

#### **Locales**

- Alcaldía municipal, la cual contribuye al desarrollo local del municipio de Conchagua, brindando facilidades a emprendedores.
- Cuentan con un Comité de Desarrollo Turístico (CDT), el cual ésta muy dinamico para velar por el desarrollo del turismo y del municipio
- El municipio cuenta con una Oficina de información al turista y una Oficina de turismo, que dan orientación a los turistas y motivan al conocimiento del municipio.

#### **Nacionales**

- MITUR, que impulsa proyectos relacionados a turismo.

### **Aspectos positivos**

- ✓ Conchagua han logrado trabajar por un objetivo en común, desarrollo turístico para generar utilidades en especial en la zona del volcán de Conchagua.
- ✓ Los recursos naturales con los que cuenta el municipio de Conchagua han sabido ser muy bien desarrollados.
- ✓ El nivel de promoción de sus atractivos turísticos ha jugado un papel importante para el municipio ya que venden muy bien atractivos como el mirador de la montaña para realizar turismo.
- ✓ Otro punto importante de resaltar es el buen estado de las vías de acceso y servicios básicos con los que cuenta el municipio de Conchagua, que claramente son ventajas competitivas al momento de hablar de turismo.
- ✓ Buena relación de empresarios con la alcaldía ya que esta brinda apoyo sólido, además de programas de mantenimiento a recursos turísticos.

### **Aspectos negativos**

- ✓ Si bien el municipio cuenta con atractivos de renombre, la oferta turística que se encuentra es poca.
- ✓ Las vías de acceso al municipio se encuentran en buen estado, sin embargo, las vías de acceso a recursos turísticos principales están en mal estado y se requiere de transporte especial.

Tabla 135 Información acerca de turismo de acuerdo a Alcaldía de Conchagua

### Información relacionada al turismo de acuerdo a actores locales

A continuación, se hará mención a información<sup>6</sup> proveniente de la Alcaldía municipal de Conchagua con el objetivo de ampliar y abordar aspectos relacionados al éxito o fracaso del turismo del municipio

- De acuerdo a la alcaldía de Conchagua en el 2019, el municipio ha logrado potenciar el turismo a través de la inversión en promoción en redes sociales.
- En el municipio existen organizaciones privadas o gubernamentales que apoyan al desarrollo turístico del municipio y estas están formadas por asociaciones de comerciantes, residentes en el extranjero y que son originarios de Conchagua y la comuna en su labor diario.
- Un aspecto interesante que muchos otros municipios no tienen es un plan de índole turística, Conchagua si cuenta con uno. Y la comuna con las partes interesadas han logrado coincidir y trabajar por objetivos que tienen en común. Y uno de los apoyos que brinda la comuna a los emprendedores turísticos es la facilidad en papeleos y permisos.
- Para generar potencialización del turismo las áreas de mejora a las que apunta Conchagua según su comuna son el comercio, tour operadoras y mejoras de vías de acceso hacia el volcán de Conchagua. Así también, para garantizar la conservación del medio ambiente se realizan campañas de limpieza en la zona costera del municipio.

<sup>6</sup> Fuente: Trabajo de grado, Plan de desarrollo Turístico sostenible en el municipio de Berlín, departamento de Usulután.

## MUNICIPIO DE BERLIN

Generalidades			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División Política
Usulután	146.96 km <sup>2</sup>	17,787 habitantes	16 Cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Temperatura Promedio	Asentamiento Indígena
112.8km	121.03 hab/ km <sup>2</sup>	17°C a 30°C	Lencas y Pipiles

### Datos del municipio

#### Historia

El Valle de Agua Caliente, en jurisdicción de la ciudad de Tecapa (hoy Alegría), se erigió en pueblo, con el nombre europeo de Berlín, por Decreto expedido el 31 de octubre de 1885 por el Supremo Gobierno Provisional, que presidía el general Francisco Menéndez Valdivieso. Al nuevo municipio se le agregaron, en concepto de cantones, los valles de Cañales, Montañita, Loma Alta, Delicias y San Lorenzo, desmembrados de la misma jurisdicción de Tecapa.

Fundada por los habitantes del entonces Valle "Gramalón" o "Agua Caliente" y por un alemán de nombre Serafín Brennen, quien había llegado a establecerse en el lugar, después de supuestamente haber sobrevivido a un naufragio frente a las costas salvadoreñas.

#### Ubicación, Extensión y Población

Berlín está situado en el Departamento de Usulután; se encuentra a 112.8 kilómetros de la ciudad Capital de San Salvador y a 34 Kms de la ciudad de Usulután, La ciudad de Berlín está situada en la Sierra Tecapa-Chinameca, en la zona montañosa del norte de Usulután. Y presenta una extensión del territorio municipal de 146.96 km<sup>2</sup>.

El Municipio está limitado al Norte por los municipios de: San Vicente y Mercedes Umaña; al Nor-Este por los Municipios de Mercedes Umaña; al Este por los municipios de Alegría y Mercedes Umaña y al Sur-Este por el Municipio de Tecapán; al Sur por los Municipios de San Francisco Javier y Tecapán; al Sur Oeste, y al Oeste por el Municipio de San Agustín; al Nor-Oeste por los Municipios de San Vicente y San Agustín.

Para su administración Berlín se encuentra dividido en 16 cantones y 62 caseríos. Siendo sus cantones: Colón, Concepción, El Corozal, El Tablón, La Unión, Las Delicias, Las Piletas, Los Talpetates, San Felipe, San Francisco, San Isidro, San José, San Juan Loma Alta, San Lorenzo, Santa Cruz, Virginia, La unión.

#### Actividad Económica

Las actividades económicas del municipio de Berlín tienen como característica la de diversificarse en pocos rubros. Su economía se basa en forma predominante en el sector primario, la población del municipio se dedica predominantemente al sector Agrícola y actividades agropecuarias combinadas. El 85 % de la población se dedica a esta actividad

primaria y la actividad terciaria que constituye la actividad comercial y los servicios constituyen el 15 % restante, en el casco urbano.

Dentro de la actividad agrícola es sumamente importante en el municipio el desarrollo de la caficultura y la producción de cereales, y hortalizas en menor escala. los granos básicos como el maíz y el frijol son: de los principales productos de agricultura en el municipio y forman una fuente de ingresos para los agricultores. Cabe mencionar que el añil y la fabricación de camisetas, vestidos, bufandas entre otros también es una fuente de ingreso en el municipio.

### **Costumbres y tradiciones**

#### **Fiestas Patronales**

Celebradas del 15 al 20 de marzo en honor a San José. Siendo su principal celebración el 19 de marzo. Entre sus folklores tenemos El Torito Pinto, Los Viejos, La Reina, El Rey, La Siguanaba, El Cipitio, El Justo Juez De La Noche, El Diablo Y Los Monarcas; que salen desde el 3 hasta el 10 de mayo, bailando y colocando una cruz con ofrendas frente a las casas rezando la siguiente oración: “Afuera Satanás porque de mí nada sacarás por que el día de la cruz dice Jesús, Jesús, Jesús”.

Algunos moradores del lugar cuentan que un túnel ubicado entre los cerros de Berlín, sale el Partideño que salía a robar y lo repartía entre los pobres. También decían que a través de ese túnel se encuentra un atajo en el cual se puede llegar al volcán de Tecapán.

#### **Festival gastronómico**

Donde los turistas nacionales y extranjeros pueden disfrutar de los platos típicos como sopa de pata y ventas de artesanías y ornamentales en los festivales gastronómicos y culturales que se realizan el fin de semana de cada mes.

#### **Otros**

En el municipio también se llevan a cabo como costumbres el festival del café, festival del maíz, Festival los negritos, Festival de danza y bandas, concurso de alfombras y Celebración Corpus Cristi entre otros.

### **Atractivos, Productos y Servicios turísticos ofrecidos**

#### **Parque Geo Ambiental El Tronador**

El parque tiene una extensión de 20 manzanas, cuenta con una piscina, una pequeña piscina de agua termal, saunas, espacios para picnic y un pequeño zoológico. Cerca del área de piscina y saunas, pueden observarse pequeñas fumarolas. Los saunas no funcionan directamente con el vapor que emana la tierra, pero es ésta quien calienta el agua que circula por éstos. Se encuentra dentro de la clase de turismo ecológico, y aventura.



*Ilustración 84 Parque geo ambiental el tronador, Berlín*

### **Altos de San Lorenzo**

En este lugar se puede apreciar hermosas vistas desde lo alto además de disfrutar de un excelente clima y posee una diversidad de flora y fauna.



*Ilustración 85 Altos de San Lorenzo, mirador, Berlín*

### **Centro histórico**

Es el núcleo urbano original de planeamiento y construcción del área urbana, que se caracteriza por contener los bienes vinculados con la historia de la ciudad de Berlín, a partir de la cultura que le dio origen, y de conformidad en los términos de la declaratoria respectiva. Es el lugar de mayor atracción social, económica, política y cultural de la ciudad de Berlín.

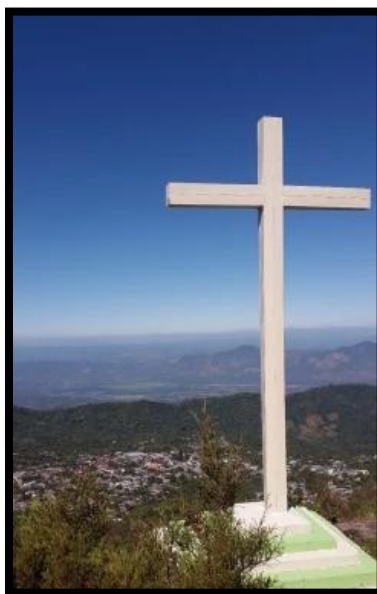




*Ilustración 86 Centro histórico, Berlín*

### **Cerro La Cruz**

El cerro la cruz se encuentra a 1,600 metros sobre el nivel del mar, donde los turistas pueden disfrutar de un exquisito clima fresco y una vista panorámica del volcán de San Vicente, río Lempa y otros paisajes de la zona paracentral. Posee un monumento de la cruz la cual está llena de mucha historia. Indicado para apreciar las mejores estampas desde lo más alto.



*Ilustración 87 Cerro La Cruz, Berlín*

### **El Hoyon**

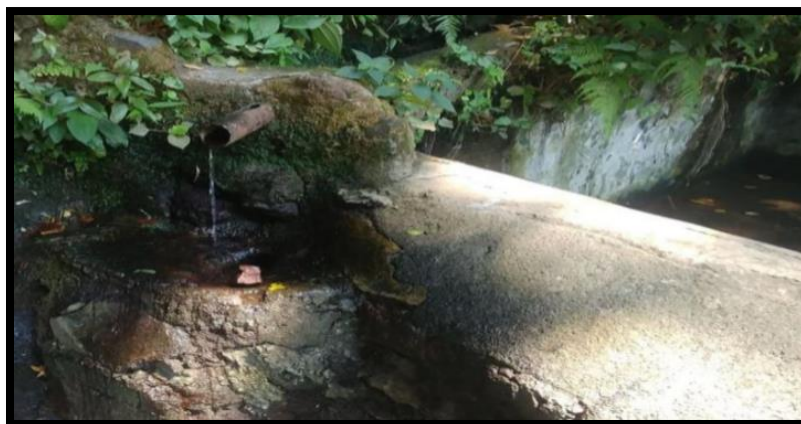
Consiste en un cráter en el cual se puede observar la emanación de gases, humo y agua con temperaturas que permite que esta se encuentre hirviendo de forma continua. Contiene formaciones rocosas de gran tamaño.



*Ilustración 88 El Hoyon, Berlín*

### **Nacimiento de agua San Lorenzo**

Pequeño nacimiento de agua natural rodeado de vegetación. Se encuentra ubicado dentro de una finca cafetalera para llegar a él se debe caminar por senderos. Además de la plantación de café, la finca contiene numerosos árboles antiguos (mescalones, etc) y una diversidad de plantas entre las que se pueden mencionar: caña de cristo, orquídeas, etc. La comunidad ha construido una serie de lavaderos y pilas para recoger el agua naciente.



*Ilustración 89 Nacimiento de agua San lorenzo, berlín*

### **Museo Don Guille**

El museo está construido con lamina y el piso es de cemento. Se cuenta con energía eléctrica, y agua la cual por sus escasas se refuerza con tanques.El museo contiene:

Colección de monedas nacionales y extranjeras

Colección de fichas de finca

Colección de cerámica preclásica

Piezas antiguas (teléfonos, planchas, tocadiscos, radios, etc.)

Se cuenta con dos habitaciones las cuales son rentadas a las personas que deseen quedarse.

Se tiene acceso a un pequeño vivero con plantas ornamentales y hortalizas



*Ilustración 90 Museo Don Guille, Berlín*

### **Iglesia San José**

La iglesia "San José" de la ciudad de Berlín es el principal punto focal ya que es uno de los iconos arquitectónicos que nos ofrece la ciudad, es de religión católica. Se sabe que el cambio de cúpulas a torre de la Iglesia, se hizo entre los años 1939 y 1940, esto por deterioro de la misma a causa de diferentes acontecimientos a lo largo de la historia y la primera modificación del altar mayor fue en 1961. Una particularidad son las campanas de provenientes de Bélgica.



*Ilustración 91 Iglesia San José, Berlín*

### **Concurso de Alfombras Berlín**

Cada año se realiza el concurso de alfombras donde participan los habitantes de la comunidad donde ponen de manifiesto su arte.



*Ilustración 92 Alfombras de Berlín*

Tabla 136 Check list, municipio de Berlín

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO: BERLIN</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores	✓	
Canopy		✓
Senderismo	✓	
Caminatas y/o escalada	✓	
Cuerdas altas		✓
Cascadas		✓
Pozas		✓
Iglesias históricas	✓	
Playas		✓
Productos de procesamiento natural	✓	
Cerros		✓
<b>Otro, especificar:</b> Parque Geo-ambiental, Cráter		

## Organización turística del municipio de Berlín

### Actores en pro del turismo

- ✓ El municipio de Berlín cuenta con las siguientes organizaciones y actores que están coordinando acciones para el desarrollo turístico del municipio:

#### Locales

- Alcaldía municipal, la cual contribuye al desarrollo local del municipio y en la ejecución y gestión de planes de turismo a través de la unidad de turismo.
- Cuentan con una unidad destinada a turismo de parte de la alcaldía que es el vínculo entre CDT, comunidad, empresarios y la Alcaldía.
- Cuentan con un Comité de Desarrollo Turístico (CDT), pero no se encuentra muy comprometido a la mejora.
- El municipio cuenta con una asociación integral de desarrollo turístico de Berlín (ATUBERLIN) cuyo objetivo es promover la gastronomía y artesanía del municipio de Berlín realizando ferias turísticas en fechas vacacionales promoviéndolas en municipios cercanos para dar a conocer parte de la oferta turística del municipio.
- Cooperativa de caficultores de Berlín, que apoya a pequeños caficultores en la gestión de financiamiento y créditos, colaborando con emprendimientos para generar comercio en la zona.

#### Nacionales

- MITUR, que impulsa proyectos relacionados a turismo a nivel nacional.

### Aspectos positivos<sup>7</sup>

- ✓ Existe una unidad de turismo en el municipio.
- ✓ La municipalidad le apuesta grandemente al desarrollo turístico del municipio
- ✓ Existen organizaciones con fines enfocados al desarrollo turístico integrados por pequeños empresarios y algunos actores principales del municipio.
- ✓ Interés por parte de las empresas privadas, cooperativas, emprendedores para contribuir al desarrollo del turismo.
- ✓ Festividades reconocidas a nivel nacional el cual atrae un gran número de turistas durante los eventos.
- ✓ Zona rural del municipio bien organizada para velar por el desarrollo local.

### Aspectos negativos

- ✓ Comité de Desarrollo Turístico estancado.
- ✓ Indiferencia de algunos empresarios para integrarse u organizarse.
- ✓ Estancamiento en el historial de iniciativas de índole turística en los últimos años
- ✓ Desconfianza en las decisiones e iniciativas de la municipalidad por parte de los habitantes
- ✓ Carencia de planes para reordenamiento de negocios informales y emprendedores.
- ✓ Carencia de capacitaciones para la calidad de los servicios.
- ✓ Poca efectividad en el cumplimiento de las ordenanzas municipales

---

<sup>7</sup> Fuente: Trabajo de grado, Plan de desarrollo Turístico sostenible en el municipio de Berlín, departamento de Usulután.

- ✓ Carencia de promoción del municipio y su oferta turística.
- ✓ Desconocimiento de información del flujo turístico actual para realizar proyecciones y estrategias
- ✓ No hay planes de desarrollo técnico con estrategias de ordenamiento vial, planes de negocios para empresarios y emprendedor.
- ✓ Problemas de cantidad de basura, personas indigentes, perros callejeros y personas con problemas alcohólicos.
- ✓ Servicio de agua deficiente en el municipio.

*Tabla 137 Información acerca de turismo de acuerdo a la Alcaldía de Berlín*

<b>Información relacionada al turismo de acuerdo a la Alcaldía de Berlín (2019)<sup>8</sup></b>
<p>A continuación, se hará mención a información proveniente del alcalde de Berlín con el objetivo de ampliar y abordar aspectos relacionados al éxito o fracaso y visión del turismo del municipio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El municipio de Berlín a través de la alcaldía se compromete a la preservación del medio ambiente a través de leyes que ejecutan la unidad ambiental que posee la comuna y solicitudes que llegan a la comuna.</li> <li>• La alcaldía de Berlín si cuenta con plan de índole turístico que proviene del plan de desarrollo turístico de la unidad de turismo, proyectos ambientales, infraestructura, presupuesto. Y para mejorar el turismo en el municipio se sugiere apuntar al centro histórico en la imagen del parque, nomenclatura, estructuración de casas y portales.</li> <li>• Un aspecto interesante es los requerimientos para registrar y autorizar una iniciativa turística en el municipio lo cuál de acuerdo al alcalde del municipio, depende del tipo de legalización, si es necesario que la alcaldía apoye se apoya, como por ejemplo una asociación no requiere nada de la alcaldía para funcionar.</li> <li>• La alcaldía de Berlín no cuenta con metodología a seguir para el desarrollo de iniciativas turísticas ni un estimado de la afluencia turística en el municipio, nada específico o concreto de acuerdo al alcalde.</li> </ul>

<sup>8</sup> Fuente: Trabajo de grado, Plan de desarrollo Turístico sostenible en el municipio de Berlín, departamento de Usulután (2019).

Tabla 138 Información acerca de turismo de acuerdo a Unidad de turismo de Berlín

**Información relacionada al turismo de acuerdo a Unidad de Turismo de Berlín (2019)<sup>9</sup>**

A continuación, se hará mención a información proveniente de la Unidad de turismo de Berlín con el objetivo de ampliar y abordar aspectos relacionados al éxito o fracaso y visión del turismo del municipio.

- De acuerdo a la unidad de turismo de Berlín el municipio cuenta con un CDT. Pero adicional la unidad lo que hace en función de turismo es hacer presupuestos que se pasan al consejo municipal y al alcalde del municipio con el fin de avalar o denegar los recursos monetarios. Además, la unidad es quien gestiona con MOP, FOVIAL, MITUR entre otras para mejoras del municipio.
- En el municipio sí cuentan con una base de datos sobre turismo ya que es necesario para realizar las evaluaciones de cada periodo de la municipalidad. Y se afirma que si cuentan con apoyo del ministerio de turismo en el municipio.
- Un aspecto interesante es la participación de la comunidad en la parte de turismo, que necesita ser mejorado para realzar el turismo en el municipio ya que el problema de la basura tirada a calles es normal en el municipio. La comunidad debe tener conciencia en ese aspecto ya que turismo no es política turismo es todo el municipio.

**Información relacionada al turismo de acuerdo al Presidente de ATUBERLIN (2019)**

A continuación, se hará mención a información proveniente de la asociación de desarrollo turístico Berlín (ATUBERLIN) con el objetivo de conocer la situación y contexto actual en tema turístico a través de una organización clave del municipio.

- De acuerdo a ATUBERLIN, el municipio no es una principal opción de destino turístico porque No hay una buena calidad en los servicios existentes, no hay un programa de marketing para la oferta existente, el turista que viene por primera vez a Berlín no se va sorprendido como para volver emocionado por la primera experiencia. El factor organización juega un papel muy importante que es el que menos se ha trabajado en los últimos años en el municipio.
- En el municipio necesita implementar proyectos de desarrollo turístico como lo son: un proyecto de diseño y adecuación de nuevos productos turísticos, así como también la metodología de visita a estos, un proyecto completo de marketing para la oferta turística y también proyecto y modelo de organización para coordinar esfuerzos dispersos.
- De acuerdo al representante de ATUBERLIN también se necesitan proyectos para mejorar imagen del municipio como murales, señalización turística, temas de organización entre los diferentes actores del municipio y el diseño de nuevos productos turísticos, con la finalidad de contribuir al desarrollo turístico de Berlín.

<sup>9</sup> Fuente: Trabajo de grado, Plan de desarrollo Turístico sostenible en el municipio de Berlín, departamento de Usulután (2019).



## ENTREVISTA CDT DE BERLIN

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL  
GUIA DE ENTREVISTA A REPRESENTANTE DE CDT**



**Objetivo:** Conocer cuáles son las funciones, organización y beneficios de contar con un CDT en los municipios para el desarrollo del turismo.



<b>Datos Generales</b>	
<b>Municipio:</b>	<b>BERLIN</b>
<b>Nombre del representante del CDT:</b>	DIEGO JOSE PORTILLO GUERRERO
<b>Fecha de entrevista:</b>	08 de Mayo de 2020

1. ¿Cuál es la estructura organizativa del CDT?

**Presidente, Vicepresidente, secretario, tesorero, síndico, vocal 1, vocal 2 y vocal 3**

2. ¿Cuál es la función principal que el CDT realiza para apoyar e impulsar al turismo del municipio? ¿gestionan capacitaciones?

**Gestionar ayudas, coordinar eventos, solucionar problemas que afectan el desarrollo turístico de Berlín, si se gestionan capacitaciones para todos los involucrados desde los micro hasta los grandes empresarios.**

3. ¿Cuentan con apoyo de la alcaldía, u organizaciones privadas o gubernamentales en algún sentido? ¿qué clase de apoyo?

**Contamos con el apoyo de la unidad de turismo de la alcaldía municipal, ya que ellos ésta en contacto directo con el ministerio de turismo, se gestionan ayudas como equipos para ferias turísticas, promoción, y charlas de información.**

4. ¿Apoyan a emprendedores locales? ¿qué clase de apoyo les brindan?

**Si se apoya a la empresa local, con capacitaciones, charlas de inocuidad alimenticia, manejo del dinero, montaje de ferias locales, espacios de comercialización.**

5. ¿según su perspectiva que municipio es más atractivo turísticamente?

**Municipio de Suchitoto**

6. ¿Qué medidas implementan para la protección del medio ambiente?

**Clasificación de basura, reforestación del municipio, protección de fauna y flora en los alrededores del municipio.**

7. ¿Trabaja con tour operadores?, ¿Qué estrategias implementan con tour operadores?

**Hasta el momento no tenemos contacto directo con ningún tour operadora, pero si se tienen planes de trabajar con algunas.**



8. ¿Qué actividades coordina el CDT para promocionar el municipio?

**Programas de televisión de la zona, promoción en redes sociales, y volantes en municipios aledaños.**

9. ¿Cómo se logró desarrollo turístico en el municipio?

**Lograr articular al micro empresario y los empresarios de mayor tamaño logrando cubrir necesidades grandes y pequeñas, incluir y trabajar en conjunto con la alcaldía municipal.**

10. ¿Según su punto de vista, que deberían realizar los municipios que aún no han sido desarrollados turísticamente?

**Enfocarse y direccionar el rumbo del municipio en un solo sentido, de acuerdo a sus características el tipo de turismo es el que debe ofertar.**

11. Dada la situación de emergencia que se vive a nivel mundial, ¿Qué medidas adoptaran como CDT pasada la emergencia, para reactivar las actividades turísticas?

**Aprovechar el lado bueno de la situación, publicidad con sentido de salir a conocer después de estar por largo tiempo en sus casas, no olvidar seguir con acciones de seguridad e higiene.**

## MUNICIPIO DE SALCOATITAN

### Generalidades

Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División Política
Sonsonate	18.61 km <sup>2</sup>	5,484 habitantes	2 Cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Temperatura Promedio	Asentamiento Indígena
81 km	432 hab/km <sup>2</sup>	22°C	Pipiles

### Datos del municipio

#### Historia

Salcoatitán fue fundado por una familia de aborígenes del pueblo de Jujutla en el año 1859. En 1753, midió las tierras ejidales de dicho pueblo el agrimensor real don Juan Antonio del Bosque y Arteaga. Durante toda la colonia fue municipio de la provincia de los Izalco y fue incluido el 12 de junio de 1824 en la nómina de pueblos del distrito y departamento de Sonsonate. El nombre del municipio en el idioma náhuatl significa "la ciudad de Quetzalcóatl" (dios viento y lucero de la Aurora). El municipio se desglosa en tres zonas fundamentales que son: Zona Centro (Área Urbana Centro), Zona Sur (Río Monterrey) y Zona Norte (Cerro Los Alpes).

La población se compone de 144 casas pajizas y seis de teja". Fue segregado del distrito de Sonsonate e incorporado en el distrito de Juayúa, por Decreto Legislativo de 22 de abril de 1896 Salcoatitán. Es la población que más ha sufrido con el temblor.

Este posee uno de los cuarenta cerros más destacados de la Región de Sonsonate (mayores de 500 msnm) Cerro de Oro (1,528 msnm) es cual se ubica en el extremo noroeste del territorio municipal. Otros elementos físicos que posee son la quebrada El Manzano, al sur, quebrada San José o El Conacaste ubicada al este, y la quebrada La Gloria que pasa al norte del centro urbano

#### Ubicación, Extensión y Población

Salcoatitán. Es un Municipio del Departamento de Sonsonate, El Salvador. Se encuentra a una distancia de 81 km de San Salvador. limita al norte y este con Juayúa, al oeste con Santa Catarina Masahuat, al sur con Santa Catarina Mazahuat y Nahuizalco. Tiene una extensión territorial de 18,61 km<sup>2</sup> y una altitud sobre el nivel del mar de 1.040 msnm. Cuenta con dos cantones (Anizales, El Puente) y cuatro caseríos.

#### Actividad Económica

Su economía se basa en el cultivo de café por su clima fresco. Las oportunidades laborales son bajas ya que solo se cuenta con la agricultura y maquilas, emigrando así las personas profesionales a la capital o a ciudades más grandes. La delincuencia en Salcoatitán es baja. Este municipio se caracteriza por la fabricación de muebles en madera, talleres artesanales de artículo de mimbre, y plantaciones de café que forman parte del atractivo con el que cuenta el municipio. Alrededor del parque central se encuentran tiendas artesanales, galerías de arte autóctono y restaurantes en los que se ofrece comida típica por encontrarse sobre la ruta de las flores. Además, se pueden apreciar viveros y jardines que predominan en la zona.

### **Costumbres y tradiciones**

Salcoatitán celebra sus fiestas patronales la primera semana del mes de noviembre en honor a San Miguel Arcángel, su Iglesia, aunque un lugar pequeño es la más pura expresión de la arquitectura religiosa colonial junto con sus costumbres religiosas.

### **Atractivos, Productos y Servicios turísticos ofrecidos**

#### **Iglesia Colonial San Miguel Arcángel**

La Iglesia Colonial San Miguel Arcángel fue construida en 1824 se encuentra ubicada a 12 Km. Al norte de Sonsonate. Dedicada a San Miguel arcángel patrono de Salcoatitán. En la actualidad se encuentra fuera de uso por haber sido dañada en los últimos terremotos ocurridos de 2001 en nuestro país. Se está construyendo una réplica a la par de la iglesia antigua, para evitar que los feligreses corran peligro en la antigua iglesia de adobe. Esta iglesia constituye uno de los atractivos de la denominada ruta de Las Flores.



*Ilustración 93 Iglesia Colonial San Miguel Arcángel, Salcoatitán*

#### **Río Monterrey**

Río Monterrey cuenta con una bella cascada donde se puede disfrutar de un baño con agua fresca, áreas naturales o boscosas, en esta zona también se encuentran unas pilas públicas que son utilizadas por los visitantes y por los pobladores del lugar.



*Ilustración 94 Río Monterrey, Salcoatitán*

### **Restaurante Portal de la montaña**

Restaurante Portal de la Montaña, un bello lugar hecho de madera, muy acogedor con su acceso de piedra y vegetación a ambos costados, en su exterior podemos encontrar juegos para niños hecho de madera, pasar un rato agradable mientras se disfruta de su clima, en su interior con sus paredes de piedra, columnas de madera, pérgolas sobre las mesas y detalles en puertas y muebles de madera, un excelente lugar con diseño de casa de campo, ubicado sobre la carretera principal del municipio.



*Ilustración 95 Restaurante Portal de la montaña, Salcoatitán*

### **Arte Inédito**

Artes Inédito, Salcoatitán podemos encontrar una diversidad de artesanías, desde cuadro, adornos, sala, espejos decorados, alcancías, adornos con formas de frutas o pintados en puertas de madera, repujado en madera, entre otras creativas artesanías



*Ilustración 96 Arte Inédito, Salcoatitán*

### **Artes Creativos Quetzalcóatl**

Artes Creativos Quetzalcóatl, este lugar atendido por su propietaria Sra. Doris de Alarcón se puede adquirir artesanías de la zona, todo tipo de accesorio elaborado de una diversidad de material en su mayoría madera.



*Ilustración 97 Artes creativos Quetzalcóatl, Salcoatitán*

### **Parque Central de Salcoatitán**

Parque central de Salcoatitán, se encuentra ubicado al paso de la ruta de Las Flores. Los fines de semana colocan ventas a sus alrededores de comida y artesanías. La alcaldía promueve este tipo de actividades colocando sonido y un ambiente festivo, en donde se puede descansar y pasar un momento agradable. El parque cuenta con vegetación en su mayoría palmeras y ficus, este parque es famoso por la venta de su plato típico yuca con chicharrón.



*Ilustración 98 Parque central de Salcoatitán*

### **Mirador siete volcanes**

El mirador está ubicado sobre la carretera CA-8 en el tramo de la ruta de las Flores entre Salcoatitán y Nahuizalco, su nombre es mirador siete volcanes y como este lo indica tiene vista a dichos volcanes.





*Ilustración 99 Mirador siete volcanes, Salcoatitán*

### **Finca Moros y cristianos**

La Finca Moros y cristianos está ubicada a la salida de Salcoatitán, en la carretera para Apaneca. Y allí, entre árboles y montañas hay un mundo de fantasía. Su propietario el Dr. Ricardo Olmedo Baratta. La finca tiene un hermoso anfiteatro que permite apreciar en su totalidad un amplio escenario, en cuyo fondo se luce el escudo que explica el nombre de la propiedad: Moros y Cristianos: la media luna y la cruz. Además de un bonito restaurante con gran variedad de comida típica.



*Ilustración 100 Finca Moros y cristianos, Salcoatitán*

### **Restaurante y Vivero Los Patios**

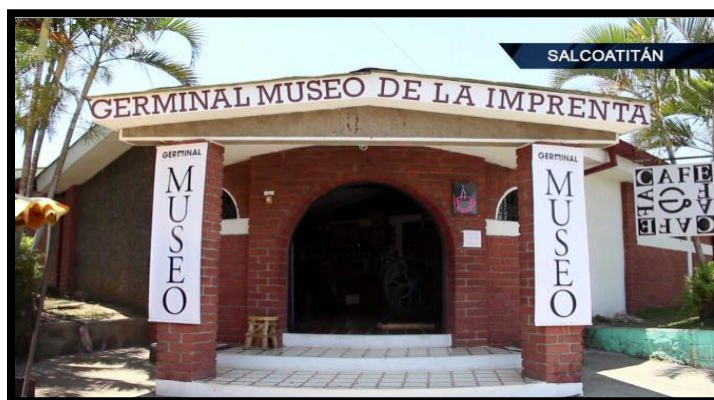
Restaurante y Vivero los Patios, como su nombre lo indica un lugar donde se puede disfrutar de una rica comida, disfrutar de su entorno, con mucha vegetación que se puede adquirir en su vivero, cuenta con exposición y venta de pinturas, con patios en donde en un momento se trabajó el café y con una capilla.



*Ilustración 101 Restaurante y vivero los patios, Salcoatitán*

### **Germinal Museo La Imprenta**

Germinal Museo de la imprenta está ubicado en hermosa ciudad de Salcoatitán, cuenta con máquinas antiguas que datan desde 1530, historia sobre el uso que se les daban en el país y diferentes reconocimientos de los impresores de antaño. Además de naves industrial decorada con elementos de las tipografías y más. También cuenta con salas de artesanías novedosas y cafetería para descansar en un ambiente agradable junto a su amplio jardín.



*Ilustración 102 Germinal museo de la imprenta, Salcoatitán*

Tabla 139 Check list municipio de Salcoatitán

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO: SALCOATITAN</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores	✓	
Canopy		✓
Senderismo	✓	
Caminatas y/o escalada	✓	
Cuerdas altas		✓
Cascadas	✓	
Pozas	✓	
Iglesias históricas	✓	
Playas		✓
Productos de procesamiento natural	✓	
Cerros		✓
<b>Otro, especificar:</b> Talleres de artesanías, Museo Imprenta		



## **Organización turística del municipio de Salcoatitán**

### **Actores en pro del turismo**

- ✓ El municipio de Salcoatitán cuenta con las siguientes organizaciones y actores coordinando acciones para el desarrollo turístico del municipio:

#### **Locales**

- Alcaldía municipal, la cual contribuye al desarrollo local del municipio, en especial de acciones que los pobladores gestionan como festivales gastronómicos.

#### **Nacionales**

- MITUR, que impulsa proyectos relacionados a turismo a nivel nacional.

### **Aspectos positivos**

- ✓ Todos los fines de semana el municipio de Salcoatitán organiza y realiza festivales gastronómicos, lo que atrae a turistas a visitar el municipio.
- ✓ La alcaldía de Salcoatitán brinda apoyo a las actividades culturales que se organizan en el municipio y en las fiestas patronales. Cabe recalcar el que en Salcoatitán existe variedad de emprendimientos como artesanías y otros que resaltan la cultura.
- ✓ En esta zona se cuenta ya con dos argumentos reconocidos por el mercado turístico: la Ruta de las Flores y el Complejo de los Volcanes.

### **Aspectos negativos**

- ✓ En el municipio de Salcoatitán no existe o se realiza ningún tipo de publicidad para promover y llamar la atención de los turistas, tampoco existe una entidad que brinde algún tipo de información impresa a los turistas que visitan el lugar.
- ✓ El municipio no cuenta con un departamento o área de turismo que vele por el desarrollo del mismo.
- ✓ El municipio cuenta con recursos turísticos que pueden ser explotados, pero existe falta de recursos, organización y accesibilidad para poder explotarlos.
- ✓ Salcoatitán recibe menor número de visitantes que los dos municipios entre los que se sitúa, por lo general es un punto de paso, aun cuando recientemente ha aumentado la oferta de restaurantes y galerías.

## MUNICIPIO DE SUCHITOTO

Generalidades			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División Política
Cuscatlán	329.9 km <sup>2</sup>	24,786 habitantes	27 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Temperatura Promedio	Asentamiento Indígena
46km	75,3 /km <sup>2</sup>	26°C a 39°C	

### Datos del municipio

#### Historia

Suchitoto es un Pueblo Vivo con un encanto colonial; su historia, arquitectura característica, tradiciones y riquezas culturales lo convierten en una excelente opción turística.

Suchitoto es un municipio en el departamento de Cuscatlán, El Salvador, que ha sido habitado por humanos durante mucho tiempo antes de la colonización española. Dentro de su territorio municipal, Suchitoto posee el sitio de la fundación original de la Villa de San Salvador en 1528 que existió por un corto tiempo antes de que el sitio fuera abandonado.

En tiempos más recientes, el municipio ha prosperado incluso después de los graves efectos de la guerra civil en El Salvador, que duró entre 1980 y 1992, y la población de Suchitoto disminuyó de 34,101 personas en 1971 a 13,850 en 1992. Se ha convertido en un importante destino turístico, en parte debido a su arquitectura colonial bien conservada y sus calles empedradas que proporcionan un sentido de la vida colonial española. Este aumento en el turismo ha atraído a las empresas del sector servicios a abrirse en la pequeña ciudad, incluidos albergues, restaurantes y pintorescas cafeterías. Como resultado del turismo, se han abierto muchos espacios artísticos y culturales en Suchitoto que también brindan oportunidades alternativas positivas para los jóvenes de la comunidad.

Obtuvo el título de ciudad el 15 de julio de 1858 y fue cabecera del departamento de Cuscatlán hasta el 12 de noviembre de 1861. En el lago de Suchitlán se pescan guapotes, mojarra, bagres, pepescas de varias especies y se puede realizar recorridos turísticos por sus islas "De Las Aves" y "Del Ermitaño".

#### Ubicación, Extensión y Población

El Municipio de Suchitoto pertenece al departamento de Cuscatlán, Se localiza en la zona paracentral del país a 46 kilómetros al norte de San Salvador, entre las coordenadas geográficas 14°04'08" y 13°50'32" (LN) y 88°56'39" y 89°10'07" (LWG), a una altitud promedio de 332 msnm. Con una extensión territorial de 329.9 km<sup>2</sup>, siendo uno de los municipios más grandes del territorio nacional, con un gran predominio del sector rural y donde sobresale la actividad agropecuaria.

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

Para su administración el Municipio se divide de la siguiente forma: el área urbana está conformada por 6 barrios y el área rural se divide en 27 cantones que se subdividen en 77 comunidades. Para efectos de ordenamiento territorial la Municipalidad ha definido 8 zonas denominadas así: Zona 1 Colima, Zona 2 San Francisco, Zona 3 La Mora, Zona 4 El Bario, Zona 5 Área Rural Suchitoto (área urbana y sus áreas de crecimiento inmediatas), Zona 6 La Bermuda, Zona 7 Montepeque y Zona 8 Copapayo.

### **Actividad Económica**

Las importantes actividades económicas del municipio son: agropecuarias, granos básicos, caña de azúcar fruta, turismo, pesca artesanal, y remesas comerciales.

### **Costumbres y tradiciones**

#### **Fiestas religiosas y populares**

Las fiestas patronales se celebran en el mes de diciembre en honor a Santa Lucía. Para esa ocasión, en Suchitoto se desarrollan diversas manifestaciones religiosas y populares como procesión católica, presentaciones musicales, feria ganadera, quema de pólvora, elección de la reina de las fiestas, degustación de comida tradicional, bailes y ferias comerciales.

#### **Festival del maíz**

en el mes de agosto, el cual inició después de la celebración de los Acuerdos de Paz de Chapultepec, y el cual incluye la promoción de artesanías y alimentos a partir de ese grano.

#### **Festival Permanente de Arte y Cultura**

Establecido por iniciativa de Alejandro Cotto el año de 1991, el festival tiene lugar en el mes de febrero en el Teatro de las Ruinas, y cuenta con la participación de artistas nacionales e internacionales, que muestran su arte en orquestas sinfónicas, música, ópera, danza, teatro, lecturas de poemas, o cantos gregorianos.

#### **Otras festividades**

Dentro de otras festividades del municipio se tienen la feria del añil en el mes de noviembre,

### **Atractivos, Productos y Servicios turísticos ofrecidos**

#### **Museo comunitario la memoria vive**

Fue inaugurado en septiembre de 2010. Este museo exhibe cinco áreas para conocer la historia y las tradiciones de Suchitoto y de las comunidades que lo habitan.



*Ilustración 103 museo comunitario la memoria vive, Suchitoto*

### **Museo de la moneda**

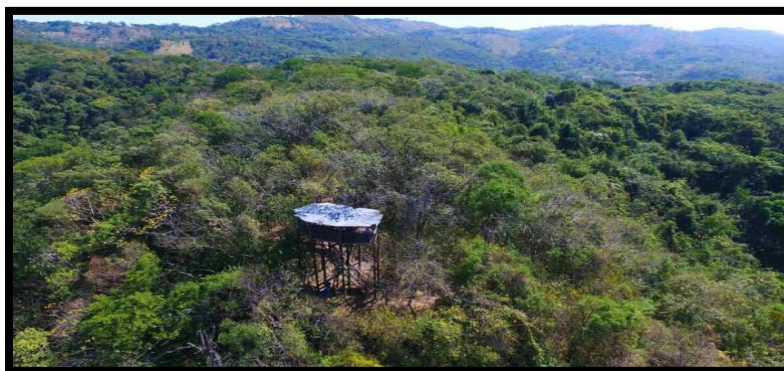
Inaugurado en junio de 2011, dispone de cinco salas de exposiciones. Algunas de ellas muestran imágenes de carácter religioso y algunos objetos curiosos. Una de ellas está dedicada exclusivamente a billetes y monedas de El Salvador; las otras dos a diferentes monedas del resto del mundo, entre las que está un tetradracma, que es la más antigua del museo.



*Ilustración 104 Museo de la Moneda, Suchitoto*

### **Bosque Cinquera y Pepeishtenango**

Las actividades que se realizan son la bienvenida e información acerca del bosque, caminatas por los senderos, visitas a fosas de añil, cocina Vietnamita, campamento hospital, la peña del zope (anidamiento de Zopes), miradores, avistamiento de aves migratorias, dos lugares para nadar, hay zona para acampar, se puede solicitar el servicio de cuenta historias ( historiadores de la zona), charlas acerca de historia o biología, grupo de teatro que escenifica situaciones de la vida diaria relacionadas con la guerra, el medio ambiente o lo que se les solicite.



*Ilustración 105 Bosque Cinquera y Pepeishtenango, Suchitoto*

### **Cerro de Guazapa**

Donde se pueden realizar las siguientes actividades: caminata o cabalgata con visita a primer campamento guerrillero en las faldas del cerro, Cuevas naturales, tatus, casco de la hacienda antigua, Obrajes coloniales de añil, río las pacayas, nacimientos de agua, cocina Vietnamita (donde se cocinaba con un método de filtración para no hacer humo), casa destruida designada para capilla, mirador al norte del país, almuerzo y cenas (cena si se hace campamento), arriba en el cerro, historia de la guerra.



*Ilustración 106 Cerro Guazapa, Suchitoto*

### **Iglesia Santa Lucía**

La primera iglesia que existió en Suchitoto fue de paja y debido a un siniestro del siglo XVII, fue construida de nuevo, esta vez con tejas y calicanto. El templo parroquial comenzó a levantarse en 1853. Su estructura posee seis columnas jónicas y arcos de medio punto. Dos torres se levantan en ambos lados; en medio de éstas hay un frontón triangular que está coronado por una pequeña torre. Algo peculiar son los platos de porcelana que dan adorno a las cúpulas. El templo fue declarado Monumento Nacional en el año 1978.



*Ilustración 107 Iglesia Santa Lucía, Suchitoto*

### **Museo Café**

El Museo Café nace con la finalidad de brindar servicio de alimentación a particulares, grupos y Delegaciones que visitan las instalaciones de Centro Arte para la Paz. Se sirven desayunos, almuerzos, cenas y variedad de sándwich y paninis y bebidas frías y calientes.





*Ilustración 108 museo café, Suchitoto*

### **Museo de los 1000 platos**

Se refiere a un singular museo de los 1000 platos que como su nombre lo indica es una colección de platos estampados que tapizan las paredes de acuerdo con motivos.



*Ilustración 109 Museo de los 1000 platos*

### **Lago Suchitlán**

Es un lago artificial de El Salvador. El lugar ofrece a los turistas, múltiples opciones para recrearse las aguas de este lago son un excelente sitio para quienes gustan de pescar, observar aves o deseen pasear en lancha o kayak entre las ninfas y las garzas que adornan sus aguas y en ciertos meses del año vemos aves migratorias que descansan en este lugar antes de seguir su vuelo hacia Sur América.



*Ilustración 110 Lago Suchitlán, Suchitoto*

### **Cascada los Tercios**

Es una escultura tallada perfectamente, creada por la madre naturaleza; Su interés radica en la espectacular composición de la pared vertical de la cascada formada por bloques hexagonales de piedra fina tallada, que conforman el fondo de la cascada. La altura del salto puede superar los 10 metros y si bien en la temporada seca forma una imagen singular, es en la temporada de lluvias cuando el agua desciende por los bloques que alcanza su mayor esplendor y belleza paisajística.



*Ilustración 111 Cascada Los Tercios, Suchitoto*

### **Casa de la Abuela**

Se trata de un centro de exhibición de arte y venta de artesanías y souvenirs. Esta casa albergó a los investigadores de Ciudad Vieja y después a la Galería Soto. Fue inaugurada en el 2008.



*Ilustración 112 Casa de la Abuela, Suchitoto*

### **Casa de los recuerdos de Alejandro Cotto**

Se trata de la casa del cineasta y escritor Alejandro Cotto. Posee muchos objetos de valor tanto cultural como histórico, algunos de hasta 400 años de antigüedad. Su colección comprende pinturas, fotografías, muebles, hemeroteca y filmoteca. La vivienda está adornada por fuentes, jardines y una hermosa vista al Lago Suchitlán.



*Ilustración 113 Casa de los recuerdos Alejandro Cotto, Suchitoto*

Tabla 140 Check list municipio de Suchitoto

<b>CHECK LIST-COMPETIDORES</b>		
<b>MUNICIPIO: SUCHITOTO</b>		
<b>Atractivo o Producto turístico</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Miradores	✓	
Canopy	✓	
Senderismo	✓	
Caminatas y/o escalada	✓	
Cuerdas altas		✓
Cascadas	✓	
Pozas	✓	
Iglesias históricas	✓	
Playas		✓
Productos de procesamiento natural	✓	
Cerros	✓	
<b>Otro, especificar:</b> Lagos, Museos, Bosque		



## Organización turística del municipio de Suchitoto<sup>10</sup>

### Actores en pro del turismo

- ✓ El municipio de Suchitoto cuenta con las siguientes organizaciones y actores todos y cada de uno de ellos se convierten en aliados estratégicos para desarrollar acciones, cuyo objetivo principal es la mejora de la actividad turística y potencializar al municipio a nivel nacional e internacional:

#### Locales

- Centro de Amigos del Turista (CAT), realiza acciones para hacer de la zona un destino turístico sostenible y competitivo, en coordinación con los diferentes actores locales del quehacer turístico.
- Oficina Municipal de Turismo, se encarga de la promoción del destino a través de la marca de Suchitoto y tiene el compromiso de promover la zona rural, brindar capacitaciones a los diferentes actores, crear y promover las actividades artísticas, culturales.
- Comité de Desarrollo Turístico (CDT), vela por el interés de los diferentes empresarios del municipio, desarrollan un plan de trabajo para promover las actividades turísticas (culturales y artísticas) dentro de cada uno de los negocios.
- Sector de empresarios, artesanos, grupos de mujeres, se encargan del cumplimiento de las diferentes ordenanzas municipales, el cuidado de los lugares de interés y de la infraestructura colonial del municipio.
- Alcaldía Municipal, quien es la principal reguladora e interesada en el desarrollo del municipio.

#### Nacionales

- MITUR, que impulsa proyectos relacionados a turismo a nivel nacional.
- Fundación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador (CORDES)

#### Aspectos positivos

- ✓ Suchitoto es considerado un municipio con turismo sostenible por trabajar responsablemente en armonía con los cuatro pilares fundamentales de sostenibilidad: medio ambiente, social, cultural y económico.
- ✓ En materia de Medio ambiente realizan un tratamiento de desechos sólidos separando lo orgánico de lo inorgánico. El recolector de basura cuenta con una planificación establecida por días, en este sentido brinda servicios de recolección de basura orgánica los días lunes, miércoles y viernes, mientras que los martes, jueves, sábado y domingo recoge los desechos inorgánicos.
- ✓ El municipio posee una planta procesadora, de la cual se obtiene abono orgánico. También existen dos plantas de tratamiento de vertidos para las aguas negras y grises, que luego desembocan en el lago Suchitlán. Se cuenta con una Ordenanza para la Conservación y Protección de los Bosques, con la cual buscan proteger los recursos naturales del municipio como, el Cerro de Guazapa, evitando así la tala ilegal.

---

<sup>10</sup> Fuente: Plan Maestro para el desarrollo turístico municipal Suchitoto

- ✓ En cuanto a lo social, cuenta con un área denominada Unidad Técnica de Plan Maestro que posee dos tipos de planes: uno dirigido al área urbana y el otro al área rural; los cuales establecen que no se puede brindar un espacio en el mercado o algún lugar público a personas que no sean del municipio o que no vivan en este.
- ✓ En el área cultural, posee un Plan de Ordenamiento y Protección de Recursos Culturales que vela por el cuidado y protección de la infraestructura de interés, este Plan establece una paleta de colores para los inmuebles, el tipo de estructura que debe tener, entre otros. También se promueve el Festival Permanente de Arte y Cultura que se desarrolla en el mes de febrero, que tiene por objetivo mostrar todas las expresiones culturales, artísticas, recitales y conciertos de otros países.
- ✓ Cuenta con Infraestructura Turística (alojamiento, gastronomía, artesanías, etc.) (Alcaldía, MITUR, ONG´S, entre otros y recurso humano local) así como espacios para el desarrollo de la cultura y el arte y una diversidad de artesanías que ofrecer al turista.

#### **Aspectos negativos**

- ✓ Dentro de los puntos negativos que se deben mencionar en el municipio de Suchitoto es la poca organización y empoderamiento entre los diferentes actores locales(coordinación).
- ✓ Hay poca publicidad y promoción, así como poca inversión turística privada a nivel local.
- ✓ Si bien si cuenta con algún tipo de señalización, esta no es señalización turística estratégica.
- ✓ La vinculación entre el área urbana y rural es poca y existe poca inversión gubernamental local.
- ✓ Al ser un municipio con gran cantidad de turistas debe haber seguridad adecuada en el municipio, existe falta de personal de POLITUR y recursos.

Tabla 141 Información acerca de turismo de acuerdo al CDT de Suchitoto

**Información relacionada al turismo de acuerdo a entrevista a CDT de Suchitoto (2019)<sup>11</sup>**

A continuación, se hará mención a información proveniente del CDT del municipio de Suchitoto para conocer el apoyo que brindan a iniciativas de turismo y la visión de turismo para el municipio.

- El municipio de Suchitoto de ha potencializado en el sector turismo apostándole a la infraestructura de sus casas, iglesias, primera capital de el salvador, historia y cultura, promoción de redes, buenas vías de acceso.
- En el municipio si existen organizaciones privadas o gubernamentales que brindan apoyo al desarrollo turístico del municipio, entre ellas están ONG'S: historia, cultura, arte (música pintura) talleres a jóvenes, centro de arte para la paz, es artes , casa clementina.
- En el municipio de Suchitoto los atractivos turísticos más visitados son: la iglesia, plaza central, turicentro san juan, casa de recuerdo, teatro. Adicional a ellos el municipio tienen iniciativas para que la afluencia de turistas sea mayor como es "Guazapa tour".
- En el municipio, se cuenta aún con el plan maestro de desarrollo turístico en Suchitoto del año 2016. Otro punto a resaltar es que la municipalidad se preocupa por la conservación del medio ambiente a través de una unidad de medio ambiente, centro de acopio y capacitaciones sobre desechos.

---

<sup>11</sup> Trabajo de grado, Plan de desarrollo Turístico sostenible en el municipio de Berlín, departamento de Usulután (2019).

## C. INSTITUCIONES DE APOYO Y SOPORTE AL TURISMO

Para conocer las oportunidades del sector turismo, se presentarán instituciones que brindan apoyo económico y económico a iniciativas del sector, que podrían ser de apoyo al plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán.

### 1. Metodología de la investigación



Esquema 6. Metodología para investigación de Instituciones de apoyo

Fuente: Elaboración propia

- **Identificación de las fuentes de información**

Se determinarán las fuentes de información necesarias para la realización de la investigación de las instituciones que brindan apoyo al sector turismo. Dicha información se obtendrá de fuentes primarias y secundarias.

- **Definiciones del mercado**

Se definirán los tipos de apoyo que brindan las instituciones al sector turismo.

- **Método de obtención de información**

Se definirán las técnicas e instrumentos que se utilizarán para la obtención de datos provenientes de fuentes primarias y se diseñarán para la recopilación de dicha información.

- **Identificación de instituciones que apoyan al sector turismo**

Se determinarán información de los servicios que ofrecen las instituciones que brindan apoyo técnico, instituciones que brindan apoyo financiero e instituciones que brindan apoyo técnico y financiero, tanto de instituciones públicas como privadas a nivel nacional.

## 2. Fuentes de información

Para el análisis del mercado abastecedor o instituciones que apoyan al sector turismo se hizo uso de fuentes de información primaria y secundaria

- **Información Primaria:**

La información primaria se obtendrá a través de investigación de campo, a través de la implementación de instrumentos de recolección de datos. La fuente de información primaria para la investigación de instituciones que brindan apoyo al sector turismo serán:

- Entrevistas a encargados de instituciones de apoyo, con el objetivo de conocer los servicios que estos ofrecen y que beneficien el desarrollo turístico del municipio de Chilitupán.

- **Información Secundarias**

Búsqueda de información sobre servicios que ofrecen las instituciones en páginas oficiales, y redes sociales.

## 3. Definiciones del mercado

- **Abastecimiento:**

**El abastecimiento** o aprovisionamiento es el conjunto de actividades que permite identificar y adquirir los bienes y servicios que una organización requiere para su operación adecuada y eficiente, ya sea de fuentes internas o externas.

- **Tipos de proveedores**

Determinar las clases de abastecedores que existen es esencial porque así se puede elegir con argumentos cuáles son los que necesitamos para el óptimo funcionamiento de las actividades. Entre ellos tenemos:



Ilustración 114. Tipos de proveedores

- **Proveedores de productos o bienes:** Son los que proporcionan un artículo o productos que tienen un valor monetario; además satisfacen una necesidad tangible del mercado.

- **Proveedores de servicios:** Son los que distribuyen servicios, estos servicios son intangible, pero necesitan la confluencia de otros tangibles para poder producirles.
- **Proveedores de recursos:** Son los que satisfacen las necesidades de fuentes de carácter económico de una empresa, es decir de créditos, socios o capital.

#### 4. Método de obtención de información

Para obtener información primaria sobre instituciones que brindan apoyo al sector turismo se harpa uso de la técnica de entrevista.

Se hará uso de dos tipos de entrevista para realizar la investigación las cuales son:

- **Entrevista semi estructurada:** Se utilizará esta técnica ya que debido a su flexibilidad el entrevistador, podrá optar por preguntas predeterminadas o espontaneas durante el desarrollo de esta, permitiendo que se obtenga la mayor información posible.



*Ilustración 115. Entrevista semi-estructurada*

- **Entrevista por correo:** Se utilizará esta técnica de entrevistas en línea, las cuales serán enviadas por correo electrónico institucionales a las instituciones correspondientes.



*Ilustración 116. Entrevista por correo*

## 5. Instituciones que apoyan el turismo en el salvador

En el mercado de apoyo y soporte se presentan aquellas instituciones u organizaciones que están en la disposición de brindar la ayuda necesaria para fortalecer el desarrollo turístico, entre estas se encuentran:



*Ilustración 117. Instituciones que brindan capacitaciones turísticas*

- Instituciones que brindan capacitaciones turísticas

Tiene como objetivo fortalecer al sector turístico mejorando las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos del talento humano para la ejecución eficiente de actividades, tareas y funciones que realizan en el día a día, mejorando los estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos y de esa forma generando una mayor competitividad sistémica del sector.



*Ilustración 118. Instituciones que brindan seguridad turística*

- Instituciones que brindan servicio de seguridad turística

Entendemos por seguridad turística la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras.



*Ilustración 119. Instituciones que brindan soporte económico*

- Instituciones que brindan soporte económico

Involucra a las instituciones u organizaciones que facilitan ayudas o prestamos económicos en materia de turismo para el fortalecimiento del mismo.



*Ilustración 120. Instituciones que brindan calidad turística*

- Instituciones que brindan soporte de calidad

Involucra a las instituciones que brindan capacitaciones para garantizar la plena satisfacción de los clientes en la prestación de servicios, tanto internos como externos, ésta satisfacción es importante para que los clientes continúen consumiendo el producto o servicio ofrecido y no solo eso, que recomienden a otros clientes.

## 6. Investigación de campo

### a) Instituciones que brindan capacitaciones turísticas

Se presentan los servicios que ofrecen instituciones que brindan capacitaciones turísticas:

- **ESCUELA DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA (ESCATUR)**

La escuela de formación turística ECATUR, fundada por la Cámara Salvadoreña de Turismo, con el apoyo del ministerio de turismo y cooperación internacional; está ubicado en el Puerto de La Libertad, el principal destino turístico de El Salvador. ESCATUR representa un modelo exitoso de enseñanza integral que aplica la metodología del aprendizaje haciendo; está orientado a la capacitación del personal operativo en las siguientes áreas: gastronomía, barman, camareras, habilidades para la vida y el trabajo, cultura turística, inglés y ciencias de la computación.



Ilustración 121. Logo de ESCATUR

Su objetivo principal es contribuir a mantener la calidad en los servicios turísticos y elevar las habilidades y capacidades del capital humano del Puerto de la Libertad y sus alrededores. Lugares como Zaragoza, Teotepeque, Talnique, Tamanique, San Luis Talpa, San Pablo Tacachico, San José Villanueva, San Matías, Jicalapa, Nuevo Cuscatlán, Jayaque y Chiltiupán, El Palmarcito, El tunco, El Sunzal, El Zonte, San Blas, El Majahual, Punta Roca, entre otros, son parte de este proyecto.

Todo esto se hace bajo la visión de ofrecer a los visitantes un personal altamente capacitado, intentando brindar un excelente servicio y lograr una estadía placentera.

Tabla 142. Entrevista a ESCATUR

DATOS GENERALES			
<b>Entrevistadores</b>	Noé Alberto Pérez Mártir		
	Rodrigo Efraín Castaneda Hernández		
	Karla Patricia Velásquez Callejas		
<b>Entrevistado</b>	Chef Reynaldo Flores	<b>Cargo</b>	Director de escuela.
<b>Institución</b>	Escuela de capacitación turística ESCATUR		

<b>ESCATUR</b>	<b>Escuela de capacitación turística, imparte clases de meseros, bartender, cocina, recamarera, recepcionista, cultura turística, inglés, computación, entre otros, la capacitación dura un año</b>
<b>Tipo de apoyo que brindad</b>	
<b>Apoyo externo</b>	La escuela cuenta con apoyo de instituciones como Cámara Salvadoreña de Turismo, INSAFORP, FEPADE, , USAID, entre otros.
<b>Requisitos de beneficiarios</b>	La escuela es inclusiva, por lo que no exige un nivel académico específico, únicamente los



	interesados deben presentar DUI, NIT, y no hay límite de edad.
<b>Al existir un plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, ¿Existe la posibilidad de apoyo a los jóvenes residentes del este, para su capacitación en términos turísticos?</b>	Se brindaría apoyo incondicional a todos los jóvenes residentes del municipio de Chiltiupán que estén interesados en aprender de las de las diferentes áreas que se ven involucradas en el sector turismo,

Según la información que se obtuvo mediante la entrevista realizada al director de la Escuela de capacitación turística ESCATUR sobre el apoyo que ofrece se infiere que presta servicios de capacitación en diferentes áreas del turismo.

- **CONAMYPE LA LIBERTAD. (COMISIÓN NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA)**

- Paquetes Empresariales para la formalización de las empresas
- Asesoría en trámites empresariales
- Trámites para la formalización de empresas
- Apoyo al sector artesanal para ferias



*Ilustración 122. Logo de CONAMYPE*

*Tabla 143. Ficha de información CONAMYPE*

DATOS GENERALES	
<b>Ubicación</b>	Barrio Belén, Av. Manuel Gallardo 2-4 Santa Tecla, La Libertad.
<b>Teléfono</b>	(503) 2592-9021 y 2592-9048
SERVICIOS	
<b>Juventud emprende</b>	<p>En el marco de la implementación de la política nacional de emprendimiento, CONAMIPE implementa el programa de Juventud emprende, con el propósito de generar acelerar y consolidar negocios emergentes en el segmento de las micro y pequeñas empresas, el programa ofrece: Asistencia Técnica para crear empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación Emprendedora</li> <li>• Desarrollo de Redes</li> <li>• Gestión de Financiamiento.</li> </ul> <p><u>Requisitos para obtener el servicio:</u></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas jóvenes prioritariamente entre las edades de 18 a 35 años.</li> <li>• Con idea de negocio en mente y/o negocio en marcha.</li> <li>• Con conocimiento del sector, servicio o producto que ofrece.</li> <li>• Con la disponibilidad y disposición de formarse como emprendedor/a.</li> <li>• Que sean del departamento de La libertad</li> </ul>
<b>Asesoría sobre programas de CONAMYPE.</b>	Servicio de acceso a información sobre los diferentes programas de CONAMYPE, compras públicas, mujer y negocio, desarrollo artesanal, CDMYPE.
<b>Asesoría en trámites empresariales</b>	<p>Servicio de asesoría sobre cada uno de los trámites para la formalización de empresas, que permiten al empresario identificar las ventajas e implicaciones de legalizar su negocio.</p> <p><u>Requisitos para obtener el servicio:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser empresario/a o querer iniciar un negocio</li> <li>• Que su empresa esté ubicada en el departamento de La Libertad</li> <li>• Presentarse con su DUI y NIT para la asesoría</li> </ul>
<b>Trámites para la formalización</b>	<p>A través de la Oficina de CONAMYPE, las empresarias y empresarios, pueden realizar los siguientes trámites:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inscripción de NIT,</li> <li>• Inscripción de IVA,</li> <li>• Inscripción de Balance Inicial,</li> <li>• Matrícula de Empresa,</li> <li>• Registro de Marcas y Patentes</li> </ul> <p><u>Requisitos para obtener el servicio</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener una micro o pequeña empresa</li> <li>• Que su empresa esté ubicada en el departamento de La Libertad.</li> <li>• Para cada uno de los trámites deberá cumplir con los requisitos estipulados por cada institución responsable.</li> </ul>
<b>PROGRAMAS</b>	
<b>Programa nacional de emprendimiento “juventud emprende”</b>	<p><u>¿Porque participar en juventud emprende?</u></p> <p>Porque ha sido preparado especialmente para personas emprendedoras ofreciendo un espacio para la co-creación de ideas de negocio, para desarrollar capacidades emprendedoras y empresariales, y compartir ideas creativas.</p>

	<p>En Juventud Emprende, también podrás conformar equipos de trabajo, crear redes, hacer trabajo colaborativo, aprenderás metodologías para desarrollar clientes y fomentar la cultura emprendedora.</p> <p><u>El programa ofrece:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acompañamiento para crear empresas.</li> <li>• Formación Emprendedora.</li> <li>• Desarrollo de Redes</li> <li>• Gestión de Financiamiento</li> </ul> <p><u>¿Quiénes pueden participar?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas emprendedoras entre las edades de 18 a 35 años preferentemente.</li> <li>• Con idea de negocio en mente y/o negocio en marcha no mayor a los tres años; orientados a la generación de valor agregado y enfoque de innovación en el mercado.</li> <li>• Con conocimiento del sector, servicio o producto que ofrece y formación académica de bachiller como mínimo.</li> <li>• Con la disponibilidad de formarse como emprendedor/a</li> <li>• Pertenecer a los sectores económicos priorizados: Industria de la manufactura textil y confección, papel y cartón, plásticos, química farmacéutica y cosmética natural, artesanías, alimentos y bebidas, calzado, agroindustria, turismo, servicios empresariales a distancia, logísticos y aeronáutica.</li> </ul> <p><u>Estrategias</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimientos por Oportunidad</li> <li>• Emprendimiento en JovenES con Todo</li> <li>• Emprendimientos Juveniles en Prevención de Violencia</li> <li>• Emprendimientos en Corredores Productivos</li> <li>• Emprendimientos de Personas Retornados</li> </ul>
<p><b>Desarrollo artesanal</b></p>	<p>Estrategia que tiene por objeto potenciar el desarrollo del sector artesanal del país, ubicándolo en mejores posiciones en los mercados nacionales e internacionales; una estrategia de la que se deriva un programa que tiene como especial fin el resguardar tradiciones artesanales identitarias e impulsar el sector artesanal mediante el fomento de la inventiva, innovación y el desarrollo de capacidades técnicas y empresariales que permitan un mejor desarrollo del mismo a través de la diversificación tecnológica y metodologías innovadoras acordes al sector.</p> <p><u>Ejes transversales de la estrategia:</u></p> <p>Con el objeto de dinamizar los procesos para una atención hacia el desarrollo integral del sector artesanal consideramos trascendente transversalizar cuatro elementos de alta importancia para la institución,</p>

	<p>impulsando en cualquiera de las líneas de acción los siguientes componentes:</p> <p>Enfoque y Equidad de Género. Promover y enfocar las acciones partiendo de un enfoque de género.</p> <p>Innovación. Promover el factor innovador en todas las líneas del trabajo con el sector.</p> <p>Promoción y Difusión. Generar estímulos que faciliten la dignificación del sector mediante la toma de conciencia de su valor identitario, patrimonial y los derechos culturales de la población.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

• **INSAFORP INSTITUTO SALVADOREÑO DE FORMACIÓN PROFESIONAL**

El INSAFORP tiene como objeto satisfacer las necesidades de recursos humanos calificados que requiere el desarrollo económico y social del país y propiciar el mejoramiento de las condiciones de vida del trabajador y su grupo familiar.



Tabla 144. Ficha de información INSAFORP

DATOS GENERALES	
<b>Ubicación</b>	Parque industrial santa Elena, Final calle siemens, Edificio INSAFORP, Antiguo Cuscatlán, La libertad.
<b>Teléfono</b>	2522-7300
PROGRAMAS	
<b>Formación para jóvenes.</b>	<p>Los programas para jóvenes generan oportunidades de inclusión social y laboral, a través de acciones integrales, que les permitan elevar el perfil profesional, realizar experiencias de formación y prácticas en ambientes de trabajo reales para posteriormente insertarse en un empleo o generar sus propias iniciativas de negocio.</p> <p><b><u>¿Quiénes pueden participar en los programas de formación?</u></b></p> <p>Jóvenes entre 16 y 25 años de edad, desempleados, dispuestos a formarse para su primer empleo</p> <p><b><u>¿Cuáles son los requisitos que deben cumplir los participantes?</u></b></p> <p>Los diferentes programas y capacitaciones son incluyentes, en cuanto a género, para que todos los jóvenes tengan las mismas posibilidades de capacitarse; sin embargo, cada uno de los programas tiene sus propios perfiles ocupacionales por lo que los requisitos de participación varían.</p>

	<p><u>¿Cuáles son las áreas de formación que se atienden?</u></p> <p>La formación se desarrolla mediante la ejecución de cursos y carreras en distintos temas técnicos y administrativos, agrupados en las siguientes áreas de formación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración</li> <li>• Informática</li> <li>• Comercio</li> <li>• Confección industrial</li> <li>• Electricidad</li> <li>• Hoteles y restaurantes</li> <li>• Mecánica automotriz</li> <li>• Mecánica industria</li> </ul>
<p><b>Formación para Trabajadores de Empresas</b></p>	<p>Las capacitaciones a los trabajadores se desarrollan a través de diferentes programas, de acuerdo a las distintas necesidades y oportunidades de contribuir a la productividad y competitividad.</p> <p><u>¿Quiénes pueden participar en las capacitaciones?</u></p> <p>Trabajadores de empresas de los diferentes niveles organizacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Directores, Gerentes, Jefes.</li> <li>• Mandos medios y Supervisores</li> <li>• Personal administrativo: Auxiliares, asistentes, secretarias, entre otros.</li> <li>• Personal operativo: Operarios, obreros, personal de mantenimiento, entre otros.</li> </ul> <p><u>¿Cuáles son los requisitos que deben cumplir los participantes?</u></p> <p>Los diferentes programas y capacitaciones son incluyentes, en cuanto a género, niveles de escolaridad, edad, para que todos los trabajadores tengan las mismas posibilidades de capacitarse, sin embargo, cada uno de los programas tienen sus propios requisitos de participación.</p> <p><u>¿Cuáles son las áreas de capacitación que se atienden?</u></p> <p>Las capacitaciones se desarrollan mediante la ejecución de cursos en distintos temas técnicos y administrativos, agrupados en las siguientes áreas de capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración y desarrollo gerencial</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad, procesos y producción</li> <li>• Mercadeo y ventas</li> <li>• Finanzas, contabilidad y auditoría</li> <li>• Desarrollo humano</li> <li>• Recursos humanos</li> <li>• Exportaciones e importaciones</li> <li>• Desarrollo de instructores y supervisores</li> <li>• Idiomas</li> <li>• Informática</li> <li>• Tecnologías, técnicas y sus aplicaciones</li> </ul>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

• **CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO CORSATUR**

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) 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.

Es una Institución autónoma con personalidad jurídica y patrimonio propio, con plenas facultades para ejercer derechos y contraer obligaciones. Realiza su gestión administrativa con absoluta independencia, ateniéndose a las decisiones de su Junta Directiva, que la toma de acuerdo a las Leyes de la República y es responsable de su gestión en forma total. Se relaciona con cualquier entidad pública a través del Ministerio de Turismo.



Ilustración 124. Logo de CORSATUR

Tabla 145. Ficha de información CORSATUR

DATOS GENERALES	
<b>Ubicación</b>	<b>Edificio Century Tower, Nivel 10 y 11 #243 Col. San Benito San Salvador CP, 1101</b>
<b>Teléfono</b>	<b>2201-4000 / 2243-7835</b>
SERVICIOS	
<b>Asistencias técnicas y capacitaciones</b>	
PROGRAMA	
<b>Programa de fortalecimiento y</b>	El programa de actualización está diseñado para re-carnetizar a los guías turísticos que en algún momento tomaron el curso de

<p><b>actualización de guías turísticos carnetizados</b></p>	<p>guiado nacional o local con CORSATUR, y que tienen su carnet vencido; en donde se deberá completar documentación requerida y posteriormente someterse al proceso de capacitación, donde se desarrollaran 4 temas y dos salidas de campo, todo ello con una duración aproximada de 64 horas (teóricas y prácticas).</p> <p><u>Requisitos del participante:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseer carnet de guiado nacional o local emitido por CORSATUR, vencido o por vencerse a junio 2019</li> <li>• Ser salvadoreño o extranjero residente que cumpla la normativa laboral aplicable.</li> <li>• Copia ampliada de DUI de ambos lados</li> <li>• Curriculum Vitae actualizado con fotografía</li> <li>• Ser mayor de edad.</li> <li>• Presentar Solvencia Policial (reciente de 2019 y en original)</li> <li>• Presentar Solvencia de Antecedentes Penales. (reciente de 2019 y en original)</li> <li>• Presentar 3 constancias de trabajos realizados de guiado turístico. (realizados durante la vigencia del carnet. Las constancias deberán contar con Nombre y firma de quien contrato el servicio, así como números, y correo de contacto)</li> <li>• Completar Carta de Interés del participante.</li> </ul>
<p><b>Formature</b></p>	<p>Conjunto de capacitaciones que CORSATUR brinda; entre las más solicitadas están para guías turísticos, para microempresas (finanzas, marketing, inocuidad, etc.), Idiomas, tour operadoras y certificados de cruceros para tour operadoras y guías turísticos.</p>

b) Instituciones que brindan seguridad turística

Se presentan los servicios que ofrecen instituciones que brindan seguridad turística:

- **POLICIA DE TURISMO DE EL SALVADOR POLITUR**

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



Ilustración 125. Logo de POLITUR

### Objetivo general

Garantizar la seguridad, apoyo y orientación al turista, protegiendo el patrimonio cultural y turístico de El Salvador.

Tabla 146. Entrevista POLITUR

DATOS GENERALES			
<b>Entrevistadores</b>	Rodrigo Efraín Castaneda Hernández		
	Daniel Ernesto Sánchez Moz		
	Karla Patricia Velásquez Callejas		
<b>Entrevistado</b>	Vladimir Alberto Cáceres Rivas	<b>Cargo</b>	Jefe División Policía de Turismo
<b>Institución</b>	Policía Nacional Civil División Policía de Turismo		

DATOS GENERALES	
<b>Ubicación</b>	Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo Edificio y Pasaje Carbonel No 1 Col. Roma, Locales 4 y 7 San Salvador, El Salvador C. A.
<b>Teléfono</b>	(503) 2511-8311
<b>POLITUR</b>	Es una división de la Policía Nacional Civil especializada en seguridad turística su misión es garantizar la seguridad, la asistencia y la orientación al turista nacional o extranjeros y proteger el patrimonio cultural y turístico de El Salvador. Visión ser un referente para la región en calidad de servicio
<b>Programas</b>	Se suma como un actor clave en un sistema de seguridad turística y que buscar asistir, orientar y garantizar la seguridad a los turistas y busca proteger aquellos sitios de interés turístico, identificados por el hacedor de la política de turismo (MITUR), desarrolla todo ese esquema de seguridad y se enfoca en los lugares de mayor afluencia de turistas o productos turísticos, un sistema de seguridad turística
<b>¿Cómo capacitan a sus elementos en materia turística?</b>	En base a la demanda de productos turísticos se capacitan en brindar seguridad y orientación a los turistas nacionales o extranjeros, rescate acuático, subacuático, rescate de montaña, altura todas en función de la demanda de productos turísticos,



	como guías turísticos nacionales, locales. En historia, en cultura turística, en atención al turista.
<b>¿Cómo la POLITUR integra su trabajo con las demás instituciones que velan por desarrollo del turismo en el país?</b>	Es un actor clave para brindar seguridad turística que capacita a sus elementos como guías y brindarles seguridad para que el turista pueda hacer turismo de manera segura y sin dañar el patrimonio cultural y turístico.
<b>Entre sus atribuciones son el brindar seguridad a los turistas, pero:</b>  <b>¿Cómo se gestiona esa seguridad y que requisitos son necesarios presentar para poder recibir el servicio?</b>	Ente público por lo tanto puede solicitarlo cualquiera solo que debe poseer una demanda alta de turistas para que la POLITUR brinde seguridad y sea reconocido por el MITUR.
<b>¿Qué recomendaría al municipio de Chiltiupán para mejorar el turismo?</b>	Aprovechar su clima, sus paisajes, el bálsamo, hacer su inventario turístico, para que sea más folklórico, hacer artesanías.

c) Instituciones que brindan soporte económico

Se presentan los servicios que ofrecen instituciones que brindan soporte económico:

- **BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR BANDESAL**

La Banca de Desarrollo 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.



**BANDESAL**  
BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR

Cuenta con:

- **CRÉDITO DIRECTO:** Financia proyectos de inversión desde \$10.5 millones
- **CRÉDITO INDIRECTO:** ofreciendo líneas de financiamiento a través de 45 Instituciones Financieras intermediarias que permitan la

*Ilustración 126. Logo BANDESAL*

ejecución de proyectos productivos viables y rentables en El Salvador, enfocado principalmente en la micro pequeña y mediana empresa.

- FONDO DE DESARROLLO ECONÓMICO Otorga créditos directos a personas empresarias de la pequeña y mediana empresa con la finalidad de promover el desarrollo de proyectos viables y rentables de los sectores productivos del país

Tabla 147. Ficha de información BANDESAL

DATOS GENERALES	
<b>Ubicación</b>	<p>Calle El Mirador y 89 avenida norte, Edificio World Trade Center II, Nivel 4, Col. Escalón, San Salvador.</p> <p>Av. Franklin Delano Roosevelt #51 Av. Sur, Edif. 2707</p>
<b>Teléfono</b>	2592-1100
PROGRAMAS	
<b>Banca emprenES</b>	<p>Financiamiento directo a emprendedores de la micro y pequeña empresa interesados en iniciar o desarrollar productivos, los cuales incluyan inversión en formación de capital, gastos corrientes o capital de trabajo y prestación de servicios, entre otros.</p> <p><u>Monto:</u> créditos desde \$1,000.00 hasta \$25,000.00</p> <p>Este crédito debe ser utilizado para adquisición de maquinaria, equipo u otros activos mobiliarios, incluyendo gasto de internación, impuestos por importación, instalación, así como remodelaciones necesarias para la instalación de la maquinaria y el equipo.</p> <p><u>Requisitos para personas naturales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitud de Crédito</li> <li>• Solicitud de Co-deudor</li> <li>• Carta de compartir Información deudor y co-deudor</li> <li>• DUI a 150% (deudor y co-deudor)</li> <li>• NIT a 150% (deudor y co-deudor)</li> <li>• Plan de negocios (de acuerdo a la guía entregada)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificación como emprendedor</li> <li>• Permisos que ya posee y los que están en trámite (actividad propia de la empresa)</li> <li>• Ficha de Conformación de Grupos Económicos</li> <li>• Respaldo y comprobantes de garantía a ofrecer</li> </ul> <p><u>Requisitos para personería jurídica</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitud de Crédito</li> <li>• Solicitud de Co-deudor</li> <li>• Carta de compartir Información deudor y co-deudor</li> <li>• NIT y tarjeta de IVA de la sociedad</li> <li>• DUI a 150% Representante legal y socios</li> <li>• NIT a 150% Representante legal y socios</li> <li>• Plan de negocios (de acuerdo a la guía entregada)</li> <li>• Certificación como emprendedor</li> <li>• Renta 2 últimos ejercicios fiscales (caso aplique)</li> <li>• Declaraciones de IVA y pago a cuenta del año en curso (caso aplique)</li> <li>• Estados financieros últimos dos ejercicios fiscales (caso aplique)</li> <li>• Balance de comprobación firmado y sellado (no más de tres meses de antigüedad, caso aplique)</li> <li>• Permisos que ya posee y los que están en trámite (actividad propia de la empresa)</li> <li>• Ficha para Junta Directa</li> <li>• Ficha para accionista</li> <li>• Ficha de Conformación de grupos Económicos</li> <li>• Respaldo y comprobantes y garantía a ofrecer</li> </ul>
<p><b>Banca Mujer</b></p>	<p>El Programa Banca Mujer fue creado en octubre del 2014 con el objetivo de Promover la autonomía económica e inclusión financiera de las mujeres empresarias, facilitándoles líneas de crédito, líneas de garantía y fortalecimiento de las capacidades a través de capacitación y asistencia técnica.</p> <p><u>Destinos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición de inmuebles asociados a proyectos productivos.</li> <li>• Construcciones, remodelaciones, ampliación de instalaciones e infraestructura física de inmuebles productivos.</li> <li>• Adquisición de maquinaria, equipo u otros activos mobiliarios, que incluyen gastos de internación e instalación.</li> <li>• Capital de trabajo</li> </ul>

	<p><u>Requisitos para personas naturales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitud de Crédito y Solicitud de Co-deudor</li> <li>• Carta de compartir Información deudor y co-deudor</li> <li>• DUI a 150% (deudor y co-deudor)</li> <li>• NIT a 150% (deudor y co-deudor)</li> <li>• Recibo de agua o luz (deudor casa y negocio)</li> <li>• Respaldo y comprobantes de garantía a ofrecer</li> </ul> <p><u>Requisitos para personería jurídica</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitud de Crédito y Solicitud de Co-deudor</li> <li>• Carta de compartir Información, (Representante Legal y socios)</li> <li>• NIT y tarjeta de IVA de la sociedad</li> <li>• DUI a 150% Representante Legal y socios</li> <li>• NIT a 150% Representante legal y socios</li> <li>• Recibo de agua o luz deudor y co-deudor</li> <li>• Renta 2 últimos ejercicios fiscales (caso aplique)</li> <li>• Declaraciones de IVA y pago a cuenta del año en curso (caso aplique)</li> <li>• Estados Financieros últimos dos ejercicios fiscales (caso aplique)</li> <li>• Balance de comprobación firmado y sellado (no más de tres meses de antigüedad, caso aplique)</li> <li>• Permisos que ya posee y los que están en trámite (actividad propia de la empresa)</li> <li>• Ficha para Junta Directiva</li> <li>• Ficha para accionistas</li> <li>• Ficha de Conformación de Grupos Económicos</li> <li>• Respaldo y comprobantes de garantía a ofrecer</li> </ul>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

• **FONDE DE DESARROLLO PRODUCTIVO FONDEPRO**

Es un fondo financiero para otorgar **cofinanciamiento no reembolsable**, para la micro, pequeña y mediana empresa, a fin de fortalecer la competitividad y generar impacto económico



*Ilustración 127. Logo FONDEPRO*

El objetivo de FONDEPRO es contribuir a mejorar la productividad y la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) que operan en el país, a través del

apoyo a la ejecución de sus proyectos mediante el mecanismo de cofinanciamiento no reembolsable a fin de mejorar la calidad de sus productos y procesos, aumentar la creación de valor agregado, promover la innovación, impulsar los encadenamientos productivos, aumentar la producción nacional y las exportaciones, que conlleven a la generación de mayores y mejores empleos e incrementos en el nivel de ingreso de la población salvadoreña.

Los pilares de FONDEPRO son:

- **Cofinanciamiento:** Aporte financiero hecho por el Fondo para que la MIPYME desarrolle su iniciativa o proyecto, el aporte restante lo hace el empresario. El cofinanciamiento es de 60% del valor de la iniciativa para empresas dentro de la AMSS, 75% para las empresas ubicadas fuera del AMSS y 90% para proyectos de Emprendimiento Dinámico.
- **No reembolsable:** significa que los recursos financieros recibidos por parte del Fondo no deben ser retornados monetariamente. A cambio la MIPYME debe generar impacto económico, el cual se mide a través de más empleos, más ventas, nuevos mercados y nuevos productos, entre otros.
- **Iniciativa:** se refiere a un proyecto o a una actividad puntual de rápida ejecución (Fast Track).
- **Modalidad de ejecución del cofinanciamiento:** el empresario inicialmente ejecuta la iniciativa aprobada con sus propios recursos. Luego solicita al Fondo el reembolso hasta en el porcentaje y monto de cofinanciamiento aprobado.

Tabla 148. Ficha de información FONDEPRO

DATOS GENERALES	
<b>Ubicación</b>	Alameda Juan Pablo II y Calle Guadalupe, Edificio C-1, Segundo Nivel,
<b>Teléfono</b>	2590-5871
FINANCIAMIENTO	
<b>Para acceder a financiamiento</b>	<p><u>Requisitos para aplicar al fondo</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser una empresa salvadoreña legalmente establecida</li> <li>• Ubicada en cualquier parte del territorio salvadoreño.</li> <li>• Contar con contabilidad formal como persona natural o jurídica</li> <li>• Contar con información legal actualizada</li> <li>• Estados financieros de 1 año cerrado como mínimo para apoyarlo con una actividad y 2 años para en varias actividades (auditados)</li> </ul>

- Capacidad financiera para ejecutar las actividades estratégicas solicitadas (apoyo vía reembolso)
- Que estén al día con sus obligaciones laborales(solventes) y operar de conformidad con lo establecido en el Código de Comercio\*
- Contar con ventas de al menos \$100,000 al año e inferiores a \$US15,000,000 anuales.

Es importante dar cumplimiento a los artículos 437 y 474 del Código de Comercio, en lo referente a lo siguiente:

- Empresas con activos menores a \$12,000.00, llevarán contabilidad por sí mismos, en este caso, la empresa puede presentar su informe de ventas.
- Empresas con activos igual o mayor a \$12,000.00, están obligados a llevar su contabilidad por medio de contadores o empresas legalmente autorizadas. Los Estados Financieros deberán ser firmados por el propietario o representante legal y por el contador con su número de acreditación.
- Empresas con activos igual o superior a \$34,000.00, los Estados Financieros, además de ser firmados por las personas descritas en el literal anterior, deberán certificarse por auditor externo.

¿Cuáles son las modalidades para aplicar al co-financiamiento del fondo?

- **Ventanilla Abierta:** Dentro de la ventanilla abierta tenemos dos formas de apoyar a las empresas
- **Fast Track o Actividad puntual de rápida ejecución:** se refiere a que el empresario puede solicitar al Fondo cofinanciamiento para realizar un máximo de una actividad puntual que sea parte de la estrategia de la empresa, cuya ejecución no sobrepase los tres meses.
- **Proyecto** está integrado por más de dos actividades. Se apoya un grupo de actividades, resultado de un plan de negocios resumido, con el propósito de mejorar la posición competitiva de la empresa.
- **Concursos** es el cofinanciamiento para promover una amplia participación de iniciativas empresariales, emprendedoras en diferentes líneas y espacios territoriales. Se podrán realizar llamados a concurso para acceder a los recursos de este instrumento o servicio, los que serán oportunamente informados. En esta modalidad los participantes serán atendidos de acuerdo a como se establezca en los términos de referencia o bases de

concurso correspondiente. (Bajo esta modalidad los recursos pueden ser asignados vía anticipo, según lo establezcan las bases del concurso).

¿Cuáles son los pasos para aplicar al Fondo?

- Establecer contacto telefónico con técnico analista del fondo (503) 2590-5832 o (503)2590-5809, o 2590-5871 o puede visitarnos obteniendo una cita previa en las oficinas en el Ministerio de Economía, Edificio C-1, 2 nivel
- Enviar la información y documentación que respalden su iniciativa, junto con documentos legales, financieros y técnicos de la empresa. (presentar originales y copias)
- Completar en el sistema la solicitud y pre-registro de la empresa y su iniciativa.
- El fondo realiza una calificación a nivel técnico, legal y financiero sobre la solicitud que se ha hecho.
- Se formula la iniciativa y se aprueba y/o rechaza.
- Aprobada la iniciativa, se firma convenio, empresario ejecuta las actividades con sus fondos, luego solicita el reembolso.

Líneas de apoyo

- **Calidad:** Apoyo en el proceso de cumplimiento de normas aplicables al mercado nacional e internacional
- **Producción más limpia:** Apoya la reducción de costos de producción, realizando diagnósticos e implementando procesos de producción más limpia, eficiencia energética y energía renovable
- **Innovación y tecnología:** Apoya la innovación, mediante la adopción y la transferencia tecnológica en procesos productivos
- **Productividad:** Contribuir a la mejora de la productividad y la eficiencia empresarial, a través de asistencias técnicas y la incorporación de tecnologías
- **Desarrollo de mercado:** Apoyar la puesta en marcha del plan de comercialización o de exportación

¿Quiénes no pueden aplicar al Fondo?

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas que no tengan al día su contabilidad formal y no estén al día con sus obligaciones laborales (AFP y Seguro Social).</li> <li>• Empresas individuales o asociativas que hayan sido beneficiadas por FONDEPRO y que no cumplieron con los términos de ejecución del presupuesto aprobado en sus proyectos.</li> <li>• Empresas a las que FONDEPRO haya apoyado con alguna inversión, que tenga algún problema (siniestro) en donde se pierda total o parcialmente la inversión y la empresa no haya restituido el equipo comprado en el proyecto o un equipo similar en valor y en capacidades, en su defecto reintegrado a FONDEPRO el valor dado por FONDEPRO en forma proporcional al tiempo de uso del equipo</li> <li>• Empresas que no hayan respetado el código de conducta de FONDEPRO</li> <li>• Empresas que manufacturen, comercialicen y/o distribuyan directa o indirectamente drogas ilegales o armas.</li> <li>• Empresas maquiladoras puras, entendiéndose como empresas que únicamente ensamblan piezas y las reexportan, no incluyendo valor agregado como diseño y/o desarrollo de marcas.</li> <li>• Empresas que se dediquen exclusivamente a la importación de productos fabricados en el exterior, salvo que el apoyo solicitado sea para fabricar algún producto en el país,</li> <li>• Gremiales Empresariales.</li> <li>• Empresas subsidiarias o afiliadas de empresas extranjeras exceptuando los casos que el modelo de negocio sea creado recientemente y con fines para la exportación.</li> <li>• Empresas quebradas</li> <li>• Asociaciones y/o fundaciones de beneficencia y asistencia social en especial las que reciben recursos del Gobierno Central.</li> </ul>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

d) Otras instituciones

- **MINISTERIO DE TURISMO (MITUR)**

En junio de 2004, se creó el Ministerio de Turismo, el que, a su vez, asumió la responsabilidad de la conducción de dos instituciones ya existentes, el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).

Su Misión consiste en “Convertirse en el dinamizador de la economía nacional, el promotor del desarrollo humano y comunitario y el impulsador de la convivencia pacífica, estabilidad y gobernabilidad, a través de la facilitación de la creación, el desarrollo y la promoción de productos y servicios turísticos de calidad”.



*Ilustración 128. Logo de MITUR*



Entre sus Objetivos principales se encuentran:

- Posicionar al país como destino Turístico.
- Lograr la competitividad a nivel Nacional. Regional e Internacional.
- Aumentar el nivel de derrama económica, permanencia y fidelidad del consumidor turístico

Tabla 149. Ficha de MITUR

DATOS GENERALES	
<b>Ubicación</b>	Edificio Century Tower 11º Nivel, Boulevard Sergio Vieira De Mello #243, Colonia San Benito, San Salvador, El Salvador.
<b>Teléfono</b>	(503) 2241-3200

• **ASOCIACION DE MUNICIPIOS DE LA LIBERTAD “AMUSDELI”**

La Asociación de municipios de la región La Libertad (AMUSDELI): Es una entidad de utilidad pública, apolítica, sin fines de lucro, no religiosa, con el objeto de promover el desarrollo integral y sostenible de la Región de La Libertad, a través de procesos de planificación y gestión territorial de la región y de los municipios asociados, ampliamente participativos; así como resolver los problemas comunes de los municipios, encaminados a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Cuenta con una Oficina de planificación de los municipios de la región La Libertad (OPAMUR): Organismo encargado de velar por el control de la ocupación y uso de suelo en el ámbito territorial de los municipios asociados AMUSDELI, ubicada en Residencial Vía del Mar, Nuevo Cuscatlán, La Libertad.



Ilustración 129. Logo de AMUSDELI.

Este organismo otorga las licencias y permisos correspondientes para urbanizar, parcelar y de construcción. Otorgados a través de la factibilidad de proyectos la licencia que define los usos del suelo y las actuaciones en los territorios de los municipios asociados que cuentan con su respectiva ordenanza reguladora de uso de suelo,

Tabla 150. Entrevista AMUSDELI

DATOS GENERALES	
<b>Entrevistadores</b>	Noé Alberto Pérez Mártir
	Rodrigo Efraín Castaneda Hernández
	Karla Patricia Velásquez Callejas

<b>Entrevistado</b>	Lic. Mario García	<b>Cargo</b>	Director de AMUSDELI
<b>Institución</b>	<b>AMUSDELI</b>		
<b>APOYO</b>			
<b>AMUSDELI</b>	<p>Es una asociación de municipios del Departamento de La Libertad, municipios que se asociaron para lograr objetivos de manera común y la correcta gestión del territorio.</p> <p>Es una oficina de planificación, que se encargar de gestionar los usos del suelo en los territorios asociados.</p> <p>Otra actividad es darles soporte técnico a las municipalidades respecto a turismo.</p>		
<b>¿Cuál es el apoyo que brindan como AMUSDELI a las municipalidades?</b>	<p>Capacitar a personas que poseen negocios de las municipalidades asociadas en tema de turismo y desarrollo económico local, se hizo un diagnóstico de cómo estaban las municipalidades respecto a turismo como se encuentra los atractivos y trabajar mucho con las personas respecto al tema turismo.</p> <p>Implementar el plan de desarrollo territorial, desarrollar los municipios miembros, la competitividad y desarrollo regional, fomentar y cuidar el medio ambiente, promover y fomentar el aprovechamiento de los recursos turísticos, recreativos, históricos y culturales, planificación del territorio, dar capacitaciones al personal técnico de las municipalidades.</p>		
<b>Ventajas a municipalidades asociadas</b>	<p>La principal ventaja es la economía de escala, toda la asesoría técnica que se les puede brindar</p>		
<b>¿Cómo se desarrollan las labores de AMUSDELI con las municipalidades y como es su relación con respecto al municipio de Chiltiupán?</b>	<p>Se desarrollan muy bien ya que se les ofrece asesoría técnica sobre todo en la gestión del territorio y si necesitan las municipalidades necesitan ayuda en otros temas se gestiona con otras entidades para brindarles la ayuda por el ejemplo en medio ambiente se habla con el MARN para que brinde ayuda, la relación con el municipio de Chiltiupán es bastante buena ya que el alcalde es bastante abierto y si considera que hay cosas que van a beneficiar a su municipio las acepta</p>		

<p><b>¿Cuáles son las expectativas respecto a la estrategia de gobierno de SURF CITY?</b></p>	<p>Pues está bien, ya que la persona que reside en los municipios donde se implementara el plan va mejorar su calidad de vida, pero sería de investigar más en que línea va ese proyecto porque sería bueno que fuera especialmente para los microempresarios o empresarios pequeños y no para los grandes</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- **ORGANISMO SALVADOREÑO DE NORMALIZACION (OSN)**

Ante la creciente oferta de servicios turísticos, la certificación de calidad turística es un reconocimiento que permite a los establecimientos demostrar su compromiso con los clientes, ya que asegura el cumplimiento de requisitos de calidad en los servicios ofertados en el mercado, apoyando la decisión de compra de los turistas.



**ORGANISMO SALVADOREÑO DE NORMALIZACION**

*Ilustración 130. Logo de OSN*

Así mismo, la certificación promueve la mejora continua de la gestión de los prestadores de servicios turísticos mediante la aplicación de buenas prácticas, lo que brinda mayor confianza a un mercado cada vez más exigente y en constante crecimiento.

La Certificación de Calidad para los servicios turísticos en El Salvador, es único en su tipo a nivel nacional y busca aumentar la satisfacción de los y las visitantes a nuestro país, asegurándoles un servicio de calidad, óptimo y transparente, acorde a sus expectativas, aumentando el flujo de visitantes al servicio certificado.

La Certificación de Calidad Turística, especifica el cumplimiento con los requisitos que fijan los estándares nacionales de calidad y esto sirve como estrategia de diferenciación y competitividad respecto de los demás servicios turísticos. Además, el beneficio que otorga a los prestadores de servicios turísticos, es el orden y organización que genera dentro de la empresa, además de reducir costos y entregar un servicio de calidad que atrae un mayor flujo de turistas. Un servicio certificado se asegura de cumplir con las expectativas de los, que, por medio de la boca a boca, promueve el servicio turístico con otras personas.

**ETAPAS DE LA CERTIFICACION DE CALIDAD TURISTICA:**

- Etapa 1

En esta etapa se establece comunicación con el cliente que desea certificarse (Hotel, Restaurante y Operadores de Turismo), a través de contacto telefónico o vía electrónica.

Si el cliente desea certificarse, debe enviar la información solicitada por el OSN en el formulario correspondiente, el cual puede ser entregado de manera electrónica o ser presentado por los interesados a las oficinas del OSN

- Etapa 2

En esta etapa se coordina la fecha de la auditoría tanto documental como en las instalaciones del solicitante y evaluar la conformidad del mismo.

Al final de la auditoría, el equipo auditor entrega el informe correspondiente al OSN; en dado caso existan no conformidades por parte del cliente, este deberá enviar un plan de acción para el cierre de las mismas.

- Etapa 3

En esta etapa, el OSN convoca al Comité Técnico de Certificación para que evalúe el caso y dé un dictamen sobre el otorgamiento o no de la certificación del solicitante.

- Etapa 4

La Comisión Directiva del OSN ratifica el dictamen técnico emitido en la etapa anterior, procediéndose a informar al solicitante sobre el otorgamiento de la certificación.

- Etapa 5

A partir del otorgamiento de la certificación, el OSN realizará cada año auditorías de Vigilancia, la cual será notificado al cliente con un mes de anticipación.

*Tabla 151. Ficha de OSN.*

CERTIFICACIONES	
<b>Hoteles</b>	Las instalaciones y servicios brindados a los turistas, juega un papel importante en la calidad de un alojamiento. Para certificar Hoteles, el OSN evalúa el cumplimiento de los requisitos establecidos en la NTS 03.44.01:12 Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles. Hostales y apartahoteles y el sistema de gestión de calidad. Si la verificación de las instalaciones y servicio cumplen con dichas especificaciones, el OSN emite un certificado con una vigencia de 3 años. Durante este tiempo, el OSN mantiene una vigilancia anual sobre la institución a efecto de asegurar que las condiciones, a través de las cuales se emitió el certificado, se sigue cumpliendo.

<p style="text-align: center;"><b>Restaurantes</b></p>	<p>Tanto las instalaciones, como el servicio brindado por un restaurante en el servicio de alimentación y bebidas, son fundamentales para su imagen.</p> <p>En este sentido el proceso de certificación de Restaurantes, se realizará en cumplimiento con los requisitos establecidos en la Norma Técnica Salvadoreña NTS 03.56.01:12 Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio y el sistema de gestión de calidad. Si la verificación de las instalaciones y servicio cumplen con dichas especificaciones, el OSN emite un certificado con una vigencia de 3 años. Durante este tiempo, el OSN mantiene una vigilancia anual sobre la institución a efecto de asegurar que las condiciones, a través de las cuales se emitió el certificado, se sigue cumpliendo.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Operadores de turismo</b></p>	<p>Tanto las instalaciones, como el servicio brindado por un restaurante u hotel, los operadores de turismo, juegan un papel muy importante en la toma de decisión sobre un destino en particular.</p> <p>En este sentido el proceso de certificación de Operadores de Turismo, se realizará en cumplimiento con los requisitos establecidos en la Norma Técnica Salvadoreña NTS 03.54.01:12 Operadores de turismo. Especificaciones para la prestación del servicio y el sistema de gestión de calidad. Si la verificación de las instalaciones y servicio cumplen con dichas especificaciones, el OSN emite un certificado con una vigencia de 3 años. Durante este tiempo, el OSN mantiene una vigilancia anual sobre la institución a efecto de asegurar que las condiciones, a través de las cuales se emitió el certificado, se sigue cumpliendo.</p>

• **CENTRO DE ALCANCE AL TURISTA CAT**

Los Centros de Alcance al 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.

*Tabla 152. Entrevista al CAT*

DATOS GENERALES			
<b>Entrevistadores</b>	Noé Alberto Pérez Mártir		
	Daniel Ernesto Sánchez Moz		
	Rodrigo Efraín Castaneda Hernández		
<b>Entrevistado</b>	Dinora Hernández	<b>Cargo</b>	Miembro del CAT

<b>Institución</b>	Centro de alcance al turista
<b>Lugar</b>	Edificio administrativo, 1er planta Complejo Turístico del Puerto de La Libertad Puerto La Libertad
<b>¿Cuáles son las principales funciones que brindan el CAT?</b>	Una de las principales funciones es brindar orientación a los turistas que los visitan sobre los diferentes destinos nacionales que pueden visitar, se les proporciona mapas, brochures, de rutas turísticas todo respectivo a material de destino a nivel de país, otra función es la coordinación con los comités de desarrollo turístico en los municipios en los que existen y coordinación con los gobiernos locales con actividades respecto al turismo
<b>¿Cuáles son las expectativas para el turismo en La Libertad?</b>	Poder incrementar el turismo que está visitando la zona y la apuesta es fortalecer el turismo interno es decir que el turista no salga a distintas partes de centro américa si no que visiten los atractivos turísticos que tiene el país, entre ellos la zona costera de la libertad que posee una variedad de servicios turísticos que varían en precios como en calidad que se ofrece, por lo que se espera tener una mayor de captación de turistas nacionales y la apuesta nacional surf city que es tener una mayor captación de turistas extranjeros.
<b>¿Qué conocen en materia turística del municipio de Chiltiupán?</b>	Diferentes paisajes que ofrece la zona alta del municipio para poder brindar miradores para los turistas, la producción del bálsamo que ha quedado un poco estancada, en la zona baja la playa el zonte y la 59, elaboración de artesanías en madera, pozas el lebrero y los 3 chorros.
<b>¿Cuáles son las principales debilidades en turismo de Chiltiupán?</b>	Poca organización en la parte alta y también el poco involucramiento de los actores que ya están el rubro de turismo porque en el zonte hay empresas grandes que podría potenciar más el turismo, pero quizás como ya son empresas grandes y tienen definido su mercado y es selectivo, eso hace que capten buenos ingresos por lo tanto no hace el esfuerzo de ese derrame económico para fortalecer la zona alta o la economía local, y los recursos presupuesto de la municipalidad, desconocimiento de todos los atractivos
<b>A diferencia de las Playas, ¿Cuáles son los destinos turísticos de Chiltiupán por el que más preguntan los turistas?</b>	Específicamente solo preguntan por la playa el zonte no por el municipio de Chiltiupán, alguien que realmente pregunte por el municipio de Chiltiupán y pregunte por la zona alta que pregunte que hay o que podemos visitar o hacer en ese municipio pues de momento no lo hay, se debe al

	desconocimiento de todos los atractivos que posee en la cumbre el municipio.
<b>¿Cómo el CAT podría ayudar a Chiltiupán para desarrollar un turismo diferente al de sol y playa?</b>	Una buena coordinación con la municipalidad y actores locales, se pueden incluir ONGs que está trabajando en el municipio en el tema ambiental, otras instituciones de apoyo como la PNC con el tema de seguridad y alianzas con las personas que brindas los servicios turísticos (empresas que están en el territorio) y definir una alianza o estrategia en el sentido que hacemos el inventario se define que vamos hacer con el potencial real que tiene Chiltiupán y hacer la vinculación con las empresas de la zona baja que todo ese segmento que ellos reciben nacional o extranjero que promuevan que hagan turismo en la zona alta del municipio y no visiten otros lugares, otros apoyos con medios de comunicación, capacitación de guías turísticas con la historia, leyendas, anécdotas del municipio todo lo que se incluya en el inventario turístico del municipio, el CAT le ayudaría a hacer el inventario turístico y que áreas puede potenciar en la zona alta para la
<b>¿Cómo es el trabajo del CAT con las alcaldías del país?</b>	Relativamente bueno Siempre se les pide que definan un encargado de la alcaldía para que sirva de enlace porque muchas alcaldías no poseen un área de turismo como tal, para así definir cuándo impartir las capacitaciones o diplomados, igual poder hacer llegar proyectos que la alcaldía quiera impulsar y así a nivel central ver en que se les puede apoyar como institución.
<b>¿Posee el CAT de La Libertad, una agenda de trabajo con la Alcaldía Municipal de Chiltiupán?</b>	No hay una agenda definida con la municipalidad, ya que el CAT es un intermediario porque en si depende de la agenda del gobierno central si hay algo que les quiere comunicar o proyecto nuevo para implementar entonces se coordinan de lo contrario solo es coordinación con los CDT.
<b>Si la respuesta a pregunta anterior es NO, ¿Por qué no se ha logrado establecer esa agenda de trabajo con la municipalidad?</b>	Por qué en si las agendas de trabajos son con el CDT y como sabemos el CDT que posee Chiltiupán solo está en la Zona baja especialmente en la playa el zonte, por lo tanto, se desvincula con el trabajo global como municipio por que el CDT esta sectorizado, al igual el programa de surf city es en coordinación con los CDT, aunque el CAT no es el encargado propio del programa de surf city.

- **CAMARA SALVADOREÑA DE TURISMO (CASATUR)**

La Cámara Salvadoreña de Turismo fundada en 1978, es la entidad referente por excelencia en materia de turismo, ya que contribuye al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, ofreciendo liderazgo y apoyo al sector para expandirse tanto en El Salvador como en la región.

Trabaja de la mano con los actores importantes, tanto públicos como privados en la construcción, revisión e implementación de políticas.

CASATUR convencido que la actividad turística es elemento fundamental del desarrollo económico y social, trabaja promoviendo la implementación de una política nacional de turismo



Ilustración 131. Logo CASATUR

Tabla 153. Ficha de información CASATUR

PROYECTOS	
<b>Revista Travel Guide</b>	Es la guía oficial de turismo de El Salvador y su distribución es a nivel nacional, en aeropuerto, hoteles, agencias de viaje, tour operadores, ferias, etc., e internacional con presencia en las más importantes ferias de turismo a nivel mundial. En ella se destacan los diferentes destinos por conocer en el país y sus principales características. Puedes publicar tu anuncio en nuestra guía de turismo y cruzar fronteras, dando a conocer tu negocio en un mercado internacional.
<b>Mapa Turístico</b>	Este es el mapa oficial de turismo de El Salvador, incluye el mapa del país y de la zona capitalina con sus principales calles y avenidas. Es una herramienta enfocada en el turista para que este tenga a la mano los diferentes destinos que puede visitar durante su estadía. Cuenta con espacios para que puedas pautar tu negocio y que este sea una opción de destino o un servicio a adquirir, como hoteles, restaurantes, renta autos, tour operadores, parques recreativos y más. Se distribuye en ferias nacionales e internacionales, en el Ministerio de Turismo, en el Aeropuerto Internacional, y más.



<p><b>Mapas por Rutas</b></p>	<p>Los mapas por Rutas nacen con la finalidad de apoyar diferentes sectores del país, destacando su oferta turística y colocando en las manos de los que nos visitan, las diferentes facilidades para llegar a ese lugar y resaltar los diferentes destinos que pueden experimentar en él. Cuenta con una parte informativa en español y en inglés, para garantizar mayor efectividad. Invitamos a que seas parte de nuestros mapas y poder apoyarte con una publicación de alto alcance</p>
-------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

e) Instituciones que forman profesionales en turismo

- **Universidad Dr. José Matías Delgado.**

#### **Licenciatura en turismo.**

La Universidad Dr. José Matías Delgado ofrece la carrera de licenciatura en turismo, con el objetivo de contribuir en la formación de líderes y emprendedores para el Turismo Sostenible, realizando un acercamiento directo entre el estudiante y el sector a través de: la investigación, la proyección social y la práctica.

Esta licenciatura cuenta con 47 materias que son cursadas en 10 ciclos, es decir 5 años.

El Licenciado en Turismo tiene amplias oportunidades en el campo laboral, considerando que las competencias que desarrolla en su carrera le permiten desempeñarse en cualquier actor del sistema turístico. Esta universidad ofrece como áreas de desarrollo las siguientes:

- Empresarios.
- Gerentes de empresas turísticas.
- Funcionarios públicos del sector y/u organismos internacionales.
- Consultor.

#### **Licenciatura en diseño del producto artesanal.**

Esta carrera se brinda con el objetivo de formar profesionales investigadores capaces de identificar, generar necesidades y soluciones innovadoras con sensibilidad humana y competencias relacionadas al diseño de productos, mediante la aplicación y manejo en forma integral de metodologías, técnicas y procesos de producción artesanal y semi industrial que respondan a requerimientos nacionales e internacionales planteados por el cliente-usuario, para interactuar con la realidad social.

Esta carrera universitaria cuenta con 52 materias que son cursadas en 10 ciclos.



*Ilustración 132. Logo  
Universidad Dr. José  
Matías Delgado*

El graduado de esta carrera tiene entre los campos de acción: diseño y producción de objetos, ya sean estas obras únicas, producciones limitadas o producidos en serie con procesos artesanales, semi artesanales o semi industriales, diseño y elaboración de telas, tejidos, vestuario, accesorios; asesoría de procesos de producción de objetos según oficios artesanales específicos especialmente en las áreas de alfarería, cerámica, textil, teñido, tejeduría, cestería, joyería, herrería, marroquinería, con el fin de mejorar la calidad y uniformidad del producto.

También puede desempeñarse como asesor o consultor en desarrollo de producto para organismos no gubernamentales y agencias de cooperación que fomenten la comercialización de productos artesanales, como docente en la carrera de Diseño del Producto Artesanal; como investigador en diseño y gestor de proyectos para el desarrollo local o urbano; emprender su propia empresa y ser empresario comercializando productos artesanales a nivel nacional y de exportación.

- **Universidad Don Bosco.**

### **Licenciatura en idiomas con especialidad en turismo.**

La Universidad Don Bosco ofrece esta licenciatura con el objetivo de lograr una comunicación efectiva entre los turistas y los emprendedores locales, así como brinda facultades para poder administrar una actividad turística.

La duración de esta carrera es de 10 ciclos y se cursan 36 materias.

Se espera que al finalizar la carrera el Licenciado en Idiomas con especialidad en Turismo de la Universidad Don Bosco será un gestor y asesor de turismo que dominará la lengua inglesa y francesa, además del español, y estará capacitado para facilitar intercambios culturales entre personas y organismos en áreas relacionadas al turismo local e internacional. Dominará los ámbitos de la comunicación efectiva en diversas situaciones culturales, académicas y profesionales en español y en dos idiomas extranjeros; así como los ámbitos de asesoría y gestión en el turismo.

Su formación en el área de los idiomas garantiza el manejo eficiente de las lenguas desde consideraciones estratégicas, gramaticales y socioculturales. Su formación en el área de turismo le permite diseñar y emprender proyectos y servicios turísticos innovadores con criterios de rentabilidad y sostenibilidad, posicionando el turismo de su país de forma competitiva en el mercado local e internacional.

El graduado de esta carrera tendrá las siguientes competencias:

- Asesor de visitas turísticas.
- Guía turístico.
- Interlocutor cultural.
- Organizador de proyectos y eventos turísticos.
- Gestor de proyectos de emprendimiento turístico.



*Ilustración 133. Logo Universidad Don Bosco*

- **Universidad Francisco Gavidia.**

### **Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas.**

La Universidad Francisco Gavidia ha modificado un poco la habitual carrera de Administración de Empresas y la especializa en Empresas Turísticas, con el fin de enfocar los esfuerzos de profesionales en una actividad que ha ido creciendo con el paso de los años en El Salvador para responder a los retos y oportunidades que presenta esta la industria.

- El graduado de esta carrera tendrá las siguientes competencias:
- Director, gerente o ejecutivo de empresas de servicios turísticos.
- Director de una gremial o institución de turismo.
- Asesor de planeación y gestión empresarial turística.
- Agente de viajes.
- Gerente de proyectos de destinos de desarrollo turístico.



*Ilustración 134. Logo de UFG*

### **Técnico en guía Turístico.**

El guía turístico es un actor fundamental en la experiencia del turista, ya que por medio de su trabajo el visitante recibe la interpretación del patrimonio y animación adecuada según los intereses y motivaciones del turista. Es por ello que La UFG forma al profesional para atender y mejorar la experiencia del turista, mediante el conocimiento y dominio de técnicas de guiado, animación y la correcta transmisión de los valores culturales de nuestro país.

La Universidad Francisco Gavidia aporta una oportunidad para los estudiantes de desarrollarse en una profesión de práctica libre, ya que los servicios del guía suelen ser contratados según la demanda, por lo que el profesional puede ejercer en forma independiente sus servicios con varios tours operadores, o bien emprender por sí mismo un tour operadora.

Al finalizar este técnico, el graduado tendrá la capacidad de dedicarse a ser:

- Guía en operadoras de turismo.
- Guía en empresas hoteleras.
- Guía en agendas de viajes.
- Guía en establecimientos de alimentos y/o bebidas.
- Guía en complejos turísticos.
- Asesor en gremiales turísticas.

- **Universidad Tecnológica de El Salvador.**

#### **Técnico en administración Turística.**

La Universidad Tecnológica ofrece este técnico con el objetivo de formar personas con los conocimientos para administrar diferentes servicios como restaurantes, agencias de viajes, etc. Esto con el fin de fortalecer el sector turismo en el país.

El técnico tiene una duración de 4 ciclos, en los cuales se deberán aprobar 18 materias en total.



*Ilustración 135. Logo de UTEC*

- **ITCA-FEPADE.**

#### **Técnico en Hostelería y Turismo.**

El Instituto Técnico centroamericano ofrece este técnico con el objetivo de preparar personas que se especialicen en todo el entorno referente a los destinos turísticos en El Salvador, así como la administración de hoteles.



*Ilustración 136. Logo de ITCA.*

Entre las competencias que los graduados obtendrán se destacan:

- Desarrollar productos turísticos con alto nivel de creatividad, organización y responsabilidad social.
- Planificar, organizar y supervisar eventos como ferias, congresos y convenciones, conociendo cada uno de los pasos para el desarrollo de estas.
- Administrar un hotel conociendo la función y operatividad de cada uno de los departamentos claves de esta industria y a la vez teniendo un alto nivel de planificación y elaboración de presupuestos.
- Manejar grupos nacionales y extranjeros, siendo conocedor de los recursos turísticos nacionales, desenvolviéndose con gran elocuencia para ser un guía, y a la vez con un gran espíritu de servicio.

Entre las posibles ocupaciones se tienen:

- Técnico en Administración Hotelera a nivel nacional e internacional, en las siguientes áreas: asistente dentro del área administrativa- financiera, jefe de área de pisos, jefe de compras, jefe del área de mantenimiento, jefe del área de recepción y reservaciones, jefe del área de seguridad ocupacional y gestión de calidad, diseño, organización, ejecución, evaluación de actividades promocionales de recreación.
- Agente de Viajes, especialmente en el asesoramiento, desarrollo, venta y servicio de postventa del producto recreativo y turístico, satisfaciendo las necesidades del destinatario.

- Guía Turístico para diferentes modalidades: Ecológica, Patrimonio Cultural, Etnográfica, Antropológica Aventura Deportiva y Recreativa.

- **Universidad Modular Abierta.**

### **Licenciatura en Administración Turística.**

La Universidad Modular Abierta cuenta con esta carrera con el objetivo de formar profesionales que puedan desempeñar efectivamente las siguientes habilidades:

- Comprender la importancia y alcances de la administración en las empresas.
- Conocimientos y análisis de los elementos del mercado en el sector turístico.
- Aplicar el manejo de la contabilidad en la toma de decisiones.
- Honradez y respeto a la dignidad humana; el respeto y aprecio de los valores sociales, culturales, históricos y medioambientales del país y de la región.

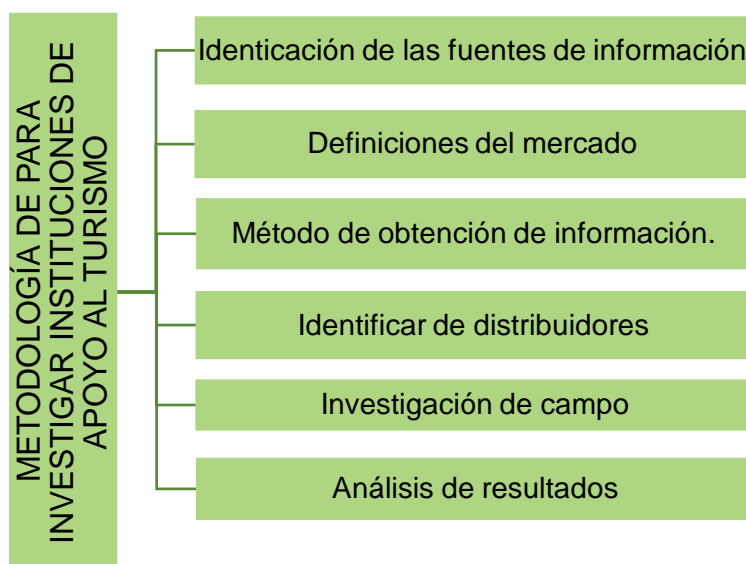
Entre las principales áreas de desempeño que ofrece esta carrera a los graduados se tienen:

- Administrador de servicios de turismo receptivo y/o emisor.
- Gerente de servicios turísticos de cualquier naturaleza.
- Cargos ejecutivos de administración en agencias de viaje y tour operadores.
- Gerente de servicios turísticos de cualquier naturaleza.
- Gerente de servicios turísticos en la industria hotelera y de restaurantes.

## D. MERCADO DISTRIBUIDOR

En términos de marketing turístico, los canales de distribución son la estructura que se desarrolla en un mercado turístico por un conjunto de organizaciones, que tienen objetivo principal facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los diferentes ofertantes, efectuando la venta, confirmándola y efectuando su cobro.

### 1. Metodología de mercado distribuidor



Esquema 7. Metodología de mercado distribuidor

- **Identificación de las fuentes de información**

Se determinarán las fuentes de información necesarias para la realización de la investigación de tour operadores del AMSS. Dicha información se obtendrá de fuentes primarias y secundarias.

- **Definiciones del mercado**

Se definirán los tipos de canales de distribución.

- **Método de obtención de información**

Se definirán las técnicas e instrumentos que se utilizarán para la obtención de datos provenientes de fuentes primarias y se diseñarán para la recopilación de dicha información.

- **Identificación tour operadores**

Se determinarán información de los servicios que ofrecen las compañías que brindan servicios y productos turísticos

## **2. Fuentes de información**

Para desarrollar este estudio se requieren fuentes de información que proporcionen elementos principales a considerar al momento de seleccionar a los posibles distribuidores, dentro de estas fuentes se encuentran las primarias y las secundarias, ambas serán utilizadas en presente estudio.

- **Información primaria**

Proporcionan información específica y directa sobre el tema a investigar, de esta forma se obtiene un panorama de la situación actual y las posibles propuestas a desarrollar para la resolución del mismo, en el presente estudio se desarrollarán las siguientes fuentes primarias

- Sitios web de instituciones que promueven el turismo
- Entrevista a tour operadores.

- **Información secundaria**

Además de las fuentes primarias se han utilizado fuentes secundarias para completar la información necesaria, las cuáles son: Tesis relacionadas, publicaciones en sitios web e instituciones que apoyan al turismo

## **3. Definiciones del mercado**

- **Antecedentes del mercado**

El mercado distribuidor está conformado por aquellas empresas intermediarias que se dedican a hacer llegar los productos o servicios del productor al consumidor.

Para el turista el producto turístico es aquel que cubre una experiencia de viajes desde que sale de su residencia hasta que regresa. Para el visitante el destino es un conjunto de experiencias.

El canal de distribución es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.

Un canal de distribución está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto, a medida que este pasa del fabricante al consumidor final o al usuario industrial.

- **Distribución en sector turismo**

La distribución en turismo pretende incrementar la accesibilidad del mercado potencial a la información relativa a los servicios

La función de distribución para una empresa turística es el establecer vínculos de unión pertinentes entre el suministrador de satisfactores turísticos y el demandante de los mismos, y con la óptica de favorecer el acto de compraventa final.

Entendiendo la distribución física de los productos como acercar el producto al consumidor, en el área de turismo hace referencia al acercamiento y entrega de documentaciones (bonos, billetes) que justifiquen que se ha adquirido un producto turístico.

Para algunos negocios como los restaurantes, cafeterías, y agencias de viaje, la localización o punto de venta es lo más importante. En vez de hablar de distribución se habla de localización.

Para otros negocios la localización no es suficiente y es necesario tener una red de ventas que actúe lejos del lugar de producción debido a la distancia entre consumidor y prestatario, al deseo de captar nuevos clientes, a la necesidad de generar ventas anticipadas, es decir, reservas.

- **Características de los canales de distribución**

La selección de los canales de distribución dentro de una empresa son la base fundamental para el éxito de la misma, su adecuada elección, será primordial para alcanzar los mercados meta, y los objetivos económicos de la empresa.

Dichos canales tienen que reunir ciertas características, como imagen, cobertura, colaboración, flexibilidad, comunicación que permitirá satisfacer al cliente.

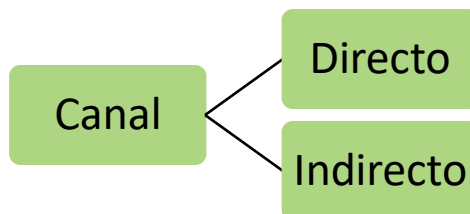
Características de los canales de distribución: Los canales de distribución se definen por dos dimensiones:

- **Longitud del Canal:** La longitud del canal de distribución depende del número de Instituciones que sirven de intermediario entre el productor y el consumidor.
- **Amplitud del Canal:** Se refiere a la intensidad de la distribución del producto o servicio Turístico en cada uno de los canales o niveles de intermediación.

Estos niveles de intensidad se definen según el grado de cobertura de un producto o servicio sobre el mercado meta, estos niveles pueden ser:

- Intensivo
- Selectivo
- Exclusivo

- **Tipos de canales de distribución turística**



*Ilustración 137. Tipos de canales de distribución turística*



#### 4. Identificación de los distribuidores

##### a) Canal directo

- **Canal directo o b2c (business to consumer)**

En este canal como se mencionó anteriormente no hay intermediarios entre el prestatario y el consumidor final, este es utilizado cuando el servicio está próximo al consumidor

Algunos de los canales directos son:

- Sitios web
- Agencias
- Ventas por catalogo
- Centros de contacto

- **Canal directo o b2b (business to business)**

En este canal se ven involucrados intermediarios entre el consumidor y los servicios, estos establecen acuerdos entre ambas partes para el buen funcionamiento de las mismas. Estos intermediarios son las agencias de viajes, estas se dividen en tres tipos, las cuales tienen como función vender servicios turísticos, asesoras a clientes potenciales, organiza combinaciones de servicios y medias con sus prestadores

- **Agencias mayoristas o tour operadores**

Estos se encargan de elaborar los distintos elementos que conforman los paquetes turísticos para el consumidor, estos se encargan de la elaboración de y distribución de productos turísticos de un destino (ensamble de productos turísticos), que suelen incluir desplazamiento, alojamiento, visitas guiadas, esto comercializado bajo su marca.

Otros servicios o productos que se ofertan son:

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

Los canales de distribución empleados por los Mayoristas/ Tour Operadores son los siguientes:

- Venta a través de canales propio.
- Venta a través de canales propios y a través de agencias de viajes minoristas.
- Venta a través de agencias de viajes minoristas.

- **Agencias minoristas**

Estos son los llamados intermediarios entre los mayoristas y el consumidor final, y su función es concretar en su establecimiento la adquisición de cualquier clase de producto turístico, desde los confeccionados por los mayoristas hasta los demandados por el cliente, tanto de forma global como de forma individual; a diferencia con los mayoristas, los minoristas no pueden distribuir sus productos entre otras agencias, entre los productos o servicios que comercializan se incluyen:

- Paquetes provenientes de tour operadores, donde el producto viene totalmente definido en muy alto grado, si bien cada vez es mayor la flexibilidad en algunos aspectos como el tipo de alojamiento o extensiones del viaje.
- Productos básicos que generalmente son requeridos ante una demanda específica y explícita de un cliente: transporte, alojamiento, u otros.
- Productos complementarios: seguros, espectáculos, visitas y excursiones, renta de autos, cambio de moneda extranjera.

Algunas de las características de las agencias minoristas son:

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

- **Agencias mayoristas/ minoristas**

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

Para la selección de un canal de distribución se deben considerar ciertos aspectos, entre los cuales pueden destacar:

- Características del mercado analizando los segmentos a los que está dirigido el turoperador
- Características del servicio que determinen la necesidad de intermediarios, que tan amplio o extenso se necesitara el servicio
- Relación con otros canales de distribución, para poder hacer alianzas y realizar una red más amplia del servicio.

b) Canal indirecto:

En este caso es utilizado un Tour Operador o una Agencia Minorista como intermediario para dar a conocer el servicio turístico ofertado.

La empresa oferta sus servicios a través del tour operador y cuando el cliente compra el servicio al tour operador, la empresa ofertante otorga una comisión según criterios previamente establecidos sobre el precio de venta del paquete adquirido por el cliente.

## 5. Investigación de campo

Tabla 154. Información de Network Tours



DATOS GENERALES	
<b>Agencia</b>	Network Tours 
<b>Ubicación</b>	Boulevard del Hipódromo, Avda. Las Magnolias, Colonia San Benito, San Salvador.
<b>Teléfono</b>	(503) 2229-7322 / +(503) 7469-0848 (WhatsApp)
SERVICIOS	
<b>Paquetes El Salvador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ El triángulo maya</li> <li>○ Tours compartidos por El Salvador</li> <li>○ Diferentes tours por El Salvador</li> <li>○ The amazing El Salvador</li> <li>○ El Salvador – semana santa</li> <li>○ Explorando El Salvador</li> <li>○ Tours El Salvador (english)</li> <li>○ Tours El Salvador (español)</li> </ul>
<b>Paquetes internacionales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Itinerario de viajes en Israel</li> <li>○ Barceló Aruba</li> <li>○ Barceló bávaro beach Punta Cana</li> <li>○ Barceló bávaro palace</li> <li>○ Barceló maya beach</li> <li>○ Barceló occidental at Xcaret</li> <li>○ Barceló occidental papagayo Costa Rica</li> <li>○ Barceló San José Costa Rica</li> <li>○ Barceló sol y mar varadero Cuba</li> <li>○ Barceló royal hydeaway playacar</li> </ul>
<b>Otros paquetes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿Qué hacer en El Salvador?</li> <li>○ Barceló san Salvador weekend</li> <li>○ El Salvador en el mundo maya</li> <li>○ City tour – San Salvador</li> <li>○ Ruta Maya</li> <li>○ Fin de semana al estilo Barceló</li> <li>○ Lo mejor de centro América</li> </ul>

Tabla 155. información de ASOTUR

DATOS GENERALES			
<b>Agencia</b>	<b>ASOTUR</b> Es la Asociación salvadoreña de operadores de turismo	 <p><b>ASOTUR</b> Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo</p>	
<b>Ubicación</b>	Paseo General Escalón, Hotel Mariscal, Colonia Escalón, El Salvador, San Salvador		
<b>Teléfono</b>	2298 9877		


- **Operadores turísticos**

Tabla 156. Entrevista a Tour Operadora Layantli

DATOS GENERALES			
<b>Entrevistadores</b>	Noé Alberto Pérez Mártir		
	Rodrigo Efraín Castaneda Hernández		
	Karla Patricia Velásquez Callejas		
<b>Entrevistado</b>	<b>Alexandra Castillo</b>	<b>Cargo</b>	CEO Tour Operadora Layantli
<b>Tour operador</b>	Tour Operadora Layantli		


¿Qué servicios y/o productos incluyen en los paquetes que ofrece a los turistas?	Alquiler de material de camping, servicio de guías turísticos, paquetes turísticos dentro y fuera del país.
De los lugares que visitan ¿Qué paquetes, circuitos o rutas tienen mayor afluencia?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruta de las flores</li> <li>• Ruta fresca</li> <li>• Ruta Artesanal</li> </ul>
Entre la oferta turística que brinda, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas considera que son parte del turismo rural?	Se incluye en la ruta de las flores, al tener un contacto directo con los pueblos y su población, así como sus emprendimientos que han podido crecer mediante la visita de los turistas a los diferentes lugares.
Precio de los paquetes que ofrecen	Los precios rondan entre \$15 y \$150
¿Qué tipo de transporte utilizan?	Microbuses Hiace techo alto, Microbús tipo county premium, ambos transportes con asientos reclinables y aire acondicionado
¿Cuáles son los requisitos que el o los propietarios de una zona turística tienen que pactar con ustedes para que oferten la zona turística?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el caso de ser un restaurante se tendría que llegar a consumir en el lugar,</li> <li>• Si es un hotel el hospedaje en sus instalaciones,</li> <li>• En el caso de ser una ciudad, únicamente solicitan el cuidado y respeto de la ciudad.</li> </ul>

Tabla 157. Entrevista a Tour Operadora Cuzca Tours

DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Noé Alberto Pérez Mártir		
	Daniel Ernesto Sánchez Moz		
	Karla Patricia Velásquez Callejas		
Entrevistado	Lic. Romel Alberto Medina Melendez	Cargo	-
Tour operador	Cuzca Tours		


¿Qué servicios y/o productos incluyen en los paquetes que ofrece a los turistas?	Transporte, servicio de guiado, venta de seguro de asistencia
De los lugares que visitan ¿Qué paquetes, circuitos o rutas tienen mayor afluencia?	Nuestro mercado es nacional, un poco estadounidense. Las rutas que de preferencias son: ruta de las flores, termas de santa teresa y volcanes
Entre la oferta turística que brinda, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas considera que son parte del turismo rural?	Cuando se realiza visitas de campo con instituciones que nos piden especialmente esos destinos y un turismo vivencial
Precio de los paquetes que ofrecen	Todo depende de los destinos a visitar y si es viaje privado o abierto al público
¿Qué tipo de transporte utilizan?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Microbuses Hiace año 2015 hasta la actualidad</li> <li>• County tipo coaster</li> </ul>
¿Cuáles son los requisitos que el o los propietarios de una zona turística tienen que pactar con ustedes para que oferten la zona turística?	Realizamos una visita de campo para evaluar la zona si es aceptable o tiene atractivos que generen el interés de los turistas

Tabla 158. Entrevista a Tour Operadora Mundo Turista

DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Noé Alberto Pérez Mártir		
	Daniel Ernesto Sánchez Moz		
	Rodrigo Efraín Castaneda Hernández		
Entrevistado	Karina Andino	Cargo	CEO Mundo Turista
Tour operador	Mundo turista		

¿Qué servicios y/o productos incluyen en los paquetes que ofrece a los turistas?	Dependiendo del sitio visitado, pueden incluir estadía en hotel, transporte, entre otros,
De los lugares que visitan ¿Qué paquetes, circuitos o rutas tienen mayor afluencia?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El único viñedo de Centroamérica en Guatemala</li> <li>• Cerro Eramón Chalatenango</li> </ul>
Entre la oferta turística que brinda, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas considera que son parte del turismo rural?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerro de Eamón</li> <li>• Ruta de las flores</li> <li>• Cascadas de Malacatiuán</li> </ul>
Precio de los paquetes que ofrecen	Los precios varían dependiendo el servicios o destinos, pero rondan entre \$15 y \$150
¿Qué tipo de transporte utilizan?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nissan Urban 2019</li> <li>• Microbuses Hiace año 2015 hasta la actualidad</li> <li>• County tipo coaster</li> <li>• Ford</li> </ul>
¿Cuáles son los requisitos que el o los propietarios de una zona turística tienen que pactar con ustedes para que oferten la zona turística?	<p>Dependerá de los beneficios al tour operadores como una estadía gratis, descuentos, entradas, alimentación, entre otros.</p> <p>Entre los requisitos que solicitamos es que el lugar sea agradable para el turista.</p>


Tabla 159. Entrevista a Tour Operadora TourBus

DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Noé Alberto Pérez Mártir		
	Rodrigo Efraín Castaneda Hernández		
	Karla Patricia Velásquez Callejas		
Entrevistado	Ingrid García	Cargo	Encarga de evaluar destinos potenciales
Tour operador	TourBus		

¿Qué servicios y/o productos incluyen en los paquetes que ofrece a los turistas?	Dependiendo del sitio visitado, pueden incluir estadía en hotel, transporte, entre otros,
De los lugares que visitan ¿Qué paquetes, circuitos o rutas tienen mayor afluencia?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El único viñedo de Centroamérica en Guatemala</li> <li>• Cerro Eramón Chalatenango</li> </ul>
Entre la oferta turística que brinda, ¿Qué paquetes, circuitos o rutas considera que son parte del turismo rural?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerro de Eamón</li> <li>• Ruta de las flores</li> <li>• Cascadas de Malacatiuán</li> </ul>
Precio de los paquetes que ofrecen	Los precios varían dependiendo el servicios o destinos, pero rondan entre \$15 y \$150
¿Qué tipo de transporte utilizan?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nissan Urban 2019</li> <li>• Microbuses Hiace año 2015 hasta la actualidad</li> <li>• County tipo coaster</li> <li>• Ford</li> </ul>
¿Cuáles son los requisitos que el o los propietarios de una zona turística tienen que pactar con ustedes para que oferten la zona turística?	<p>Dependerá de los beneficios al tour operadores como una estadía gratis, descuentos, entradas, alimentación, entre otros.</p> <p>Entre los requisitos que solicitamos es que el lugar sea agradable para el turista.</p>

- **Otros operadores**

Tabla 160. Información de otras tours operadoras

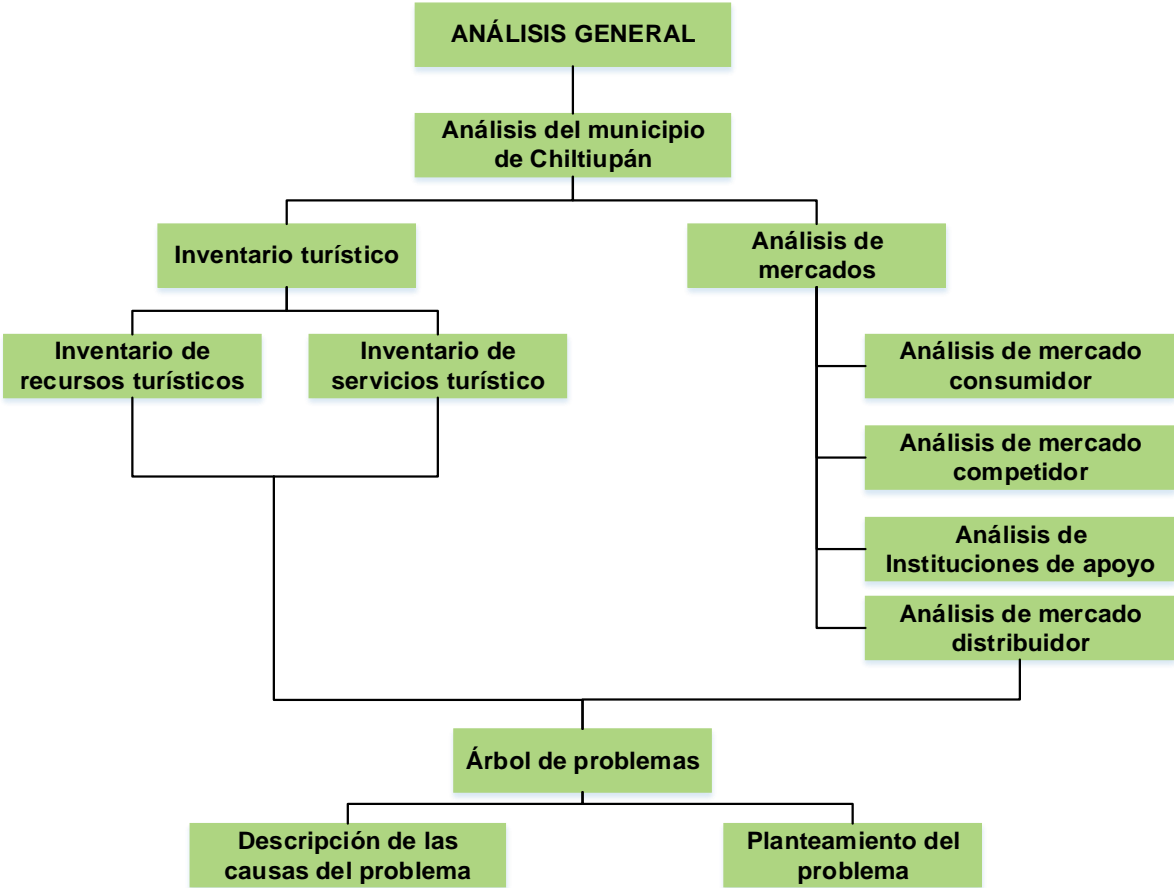
Empresa	Actividades	Contacto
	Paquetes turísticos, tours personalizados, traslados, transporte turístico y empresarial, seguros de viaje, reservación de hoteles, servicio de guías calificados: español, inglés, francés, italiano y portugués.	<p><b>Contacto:</b> Lissette Alfaro / Riky Lemus</p> <p><b>Teléfono:</b> (503) 2526-9248 (503) 7850 8855</p> <p><b>Correo Electrónico:</b> <a href="mailto:info@elsalvadorxpedition.com.sv">info@elsalvadorxpedition.com.sv</a></p> <p><b>Página Web:</b> <a href="http://www.elsalvadorxpedition.com.sv">www.elsalvadorxpedition.com.sv</a></p>



 <p>www.epictourselsalvador.com</p>	<p>Incluye transporte, guía bilingüe, excursiones, entradas y alojamiento.</p>	<p><b>Contacto:</b> Esther van Dort  <b>Teléfono:</b> (503) 2252-7822 / 7890-4751  <b>Correo Electrónico:</b> <a href="mailto:info@epictourselsalvador.com/">info@epictourselsalvador.com/</a>  <b>Página Web:</b> <a href="http://www.epictourselsalvador.com">www.epictourselsalvador.com</a></p>
 <p>Vacaciones a tu Medida</p>	<p>Recorridos por: Montañas, Pueblos Coloniales, Museos, Playas, Ciudades, Sitios Arqueológicos, Volcanes, Lagos y Ríos por El Salvador.</p>	<p><b>Contacto:</b> José Antonio Méndez  <b>Teléfono:</b> 503) 2243-3584 / 7729-5887  <b>Correo Electrónico:</b> <a href="mailto:info@cadisitours.com">info@cadisitours.com</a> / <a href="mailto:invertures@yahoo.es">invertures@yahoo.es</a>  <b>Página Web:</b> <a href="http://www.cadisitours.com">/www.cadisitours.com</a></p>
 <p>Nahuat TOURS</p>	<p>Tours de ciudad, Ecoturismo, Tours de Playa, tours arqueológicos, tours panorámicos, pesca, Canopy, tours en Buggy. Rafting, tours en bici montaña, tours gastronómicos, ruta artesanal., ruta de La Paz., servicios de transporte ejecutivo. Guías bilingües.</p>	<p><b>Contacto:</b> Lic. Evaristo Amaya  <b>Teléfono:</b> 2563 9241 / 7929 6166  <b>Correo Electrónico:</b> <a href="mailto:info@nahuatours.com">info@nahuatours.com</a>  <b>Página Web:</b> <a href="http://www.nahuatours.com">www.nahuatours.com</a></p>
 <p>Descubriendo el Paraíso</p>	<p>Ofrecemos tours en todo el país, visitando ciudades coloniales; caminatas ecológicas a cascadas; naturaleza; volcanes y sol y playa: Costa del Sol y Trimaran "Fiesta del Sol" paseo por el Estero de Jaltepeque; rutas de Turismo Rural, visitando Cooperativas, fábricas de artesanías y la experiencia de nuestras tradiciones</p>	<p><b>Contacto:</b> Lic. Rodrigo Moreno Gerente de Mercadeo / Lic. Cecilia de Moreno Gerente General  <b>Teléfono:</b> 2243-6113 / 2243-6074  <b>Correo Electrónico:</b> <a href="mailto:salvadoreantours@gmail.com">salvadoreantours@gmail.com</a>  <b>Página Web:</b> <a href="http://www.salvadoreantours.com">www.salvadoreantours.com</a></p>
 <p>PAPAGAYO adventures</p>	<p>City Tour San Salvador y Volcán El Boquerón., Volcán El Boquerón, Joya de Cerén y Vista al Lago de Coatepeque., Arqueología Joya de Cerén, Tazumal y Vista al lago de Coatepeque, Ruta de Las Flores. Tours de Aventura</p>	<p><b>Contacto:</b> Erick Gálvez, Gerente general y Evaristo Amaya Gerente de Operaciones  <b>Teléfono:</b> 2566-2882 / 7874-5113  <b>Correo Electrónico:</b> <a href="mailto:papagayo.booking@yahoo.com">papagayo.booking@yahoo.com</a>  <b>Página Web:</b> <a href="http://www.papagayoadventures.com">www.papagayoadventures.com</a></p>

# CAPITULO IV: DIAGNOSTICO

## A. ESQUEMA DE DIAGNOSTICO



Esquema 8. Etapa de diagnostico

## B. ANÁLISIS DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE CHILTIUPÁN

A través de la información recolectada de la situación interna del municipio de Chiltiupán, en la que incluyen los diferentes aspectos que se pueden incidir directamente para el desarrollo turísticos del municipio entre las cuales se incluyen, su ubicación geográfica, el componente histórico, sus recursos naturales, el contexto económico, el nivel educativo, su población, así como el aspecto organizacional que involucra a los diferentes actores del municipio. Con todos estos aspectos se presentan los resultados a través de un análisis FODA, del cual se presentan únicamente las fortalezas y debilidades del municipio.

Tabla 161. Análisis FODA del municipio de Chiltiupán

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interés de la municipalidad el apostarle al turismo</li> <li>• Ubicación geográfica muy estratégica</li> <li>• Limitar con municipios reconocidos turísticamente</li> <li>• Poseer zona costera y montañosa con vocación turística</li> <li>• Tiene una alta riqueza histórica y cultural, que dada desde la colonización española</li> <li>• Existencia de uno de los primeros asentamientos indígenas del país</li> <li>• Cuenta con una cantidad considerable de recursos con vocación turística</li> <li>• Posee un censo de población por cada cantón</li> <li>• Se cuenta con un presupuesto anual para el sector turístico por parte de la municipalidad</li> <li>• El municipio forma parte de una asociación que vela por el ordenamiento territorial</li> <li>• Cuenta con cuatro playas ideales para la práctica del surf</li> <li>• Cuenta con un recurso muy conocido a nivel mundial, como lo es playa El Zonte</li> <li>• La disponibilidad del actual CDT en participar en el desarrollo turístico de la zona norte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe un comité de desarrollo turístico que involucre todos los sectores del municipio</li> <li>• La municipalidad no posee un área de turismo que vele por el desarrollo del mismo</li> <li>• Bajos ingresos de la municipalidad, que dificultan los proyectos sociales.</li> <li>• No contar con flujos de turistas que visitan el municipio</li> <li>• La carencia de planes y programas de la municipalidad para el desarrollo turístico</li> <li>• El deterioro de los recursos culturales</li> <li>• No contar con un inventario de recursos turístico</li> <li>• Falta de una organización de los emprendedores del municipio</li> <li>• La carencia de una mesa intersectorial</li> <li>• Las condiciones de los accesos a los diferentes recursos, debido a que es necesario vehículos de doble tracción</li> <li>• Desaprovechamiento de las políticas de gobierno en el rubro turístico.</li> <li>• La actividad turística se encuentra concentrada la playa el Zonte</li> <li>• El poco conocimiento de las demás playas del municipio</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El desaprovechamiento de recursos de la zona norte del municipio</li> <li>• La poca infraestructura turística del municipio</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La inclusión del municipio en el nuevo plan 2030 de turismo por parte del Gobierno</li> <li>• La creación de una nueva marca de país denominada SURF CITY</li> <li>• La existencia de instituciones cercanas al municipio que apoyan el desarrollo del turismo, como lo es el CAT de La Libertad, ESCATUR.</li> <li>• El soporte en materia de seguridad que brinda la POLITUR</li> <li>• La existencia de instituciones financieras que apoyan los proyectos turísticos, especialmente a los emprendedores</li> <li>• El alto flujo de turista que representa la zona costera</li> <li>• El crecimiento del turismo interno del país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La poca valoración de la historia y cultura del municipio y del país.</li> <li>• Las diferencias políticas que se dan entre las municipalidades y el gobierno central.</li> <li>• El factor delincencial del país</li> <li>• La poca cultura sobre el cuidado del medio ambiente</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### C. ANÁLISIS DE INVENTARIO TURÍSTICO

La realización del inventario de los recursos turísticos de Chilitupán nos permite tener un valioso instrumento para la planificación turística del municipio, el cual fue desarrollado a través de un proceso sistemático basado en una metodología propuesta por la OEA-CICATUR.

- En la primera etapa del inventario se han podido clasificar cada uno de los recursos turísticos por medio de un listado preliminar, el cual incluye una categorización, el tipo y el subtipo a que pertenece cada uno de los recursos
- En la segunda fase se ha realizado una priorización cuantitativa de los mismos a través de una serie de factores, los cual permite identificar la representatividad y el potencial de aprovechamiento que representan los recursos para el municipio.
- En la tercera fase se procedió al vaciado de la información obtenida, en una ficha de inventario en las cuales se refleja de manera ordenada la información más relevante del recurso.
- La cuarta etapa consiste en la jerarquización de los recursos a través de la evaluación, para lo cual se diseñó una ficha de evaluación con una serie de criterios característicos de los recursos turísticos.

*Tabla 162. Resultado del inventario turístico*

Recurso	Categoría	Jerarquía	Priorización
Playa El Zonte	Sitios naturales	V	Recursos estratégicos
Cueva del amor	Sitios naturales	IV	Recursos de salida
Extracción del Bálsamo	Etnografía y folklore	IV	Recursos estratégicos
Fiestas patronales	Acontecimientos programados	IV	Recursos estratégicos
Túnel de la Litoral	Realizaciones técnicas científicas	IV	Recursos estratégicos
Parroquia Santo Domingo	Manifestaciones culturales	IV	Recursos estratégicos
Playa km 59	Sitios naturales	III	Recursos estratégicos
Poza Tres Chorros	Sitios naturales	III	Recursos estratégicos
Cascada las Golondrinas	Sitios naturales	III	Recursos a impulsar a mediano plazo
Cueva Los Ladrones	Sitios naturales	III	Recursos estratégicos
Cascada Santa Elena	Sitios naturales	III	Recursos estratégicos
Cascada Los Números	Sitios naturales	III	Recursos de salida
Pueblo Viejo	Patrimonio urbano arquitectónico	III	Recursos sin diferenciación
Poza El Letrero	Sitios naturales	III	Recursos a impulsar a mediano plazo
Cerro Malacate	Sitios naturales	III	Recursos sin diferenciación
Cascada Los Cuyos	Sitios naturales	III	Recursos estratégicos

Cueva El Limón	Sitios naturales	III	Recursos estratégicos
Poza La Golondrina	Sitios naturales	III	Recursos sin diferenciación
Poza Pablo Alas	Sitios naturales	II	Recursos sin diferenciación
Poza El Tecolote	Sitios naturales	II	Recursos a impulsar a mediano plazo

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se presentan los resultados del inventario turístico, obtenidos en cada una de las etapas, con estos resultados se puede concluir lo siguiente:

- Para el municipio se lograron listar 25 recursos, pero se han podido clasificar y jerarquizar 20 recursos.
- Los recursos turísticos de Chilitupán son en un 75% sitios naturales, y con un 5% están representados los recursos de etnografía y folklore, acontecimientos programados, realizaciones técnicas, manifestaciones culturales y el patrimonio urbano arquitectónico, pero todos relacionados de cierta manera con la naturaleza del lugar.
- En base a la priorización de los recursos turísticos el municipio cuenta con un 55% de recursos estratégicos, 15% de recursos a impulsar a mediano plazo, 20% de recursos sin diferenciación y 10% de recursos de salida.
- Chilitupán tiene 5% de recursos con jerarquía V el cual está representado únicamente por playa El Zonte, un 25% con recursos de jerarquía IV donde destaca la extracción de la resina de Bálsamo, en cuanto la jerarquía III con un 60% concentra la mayor cantidad de recursos turísticos destacando playa km 59, Poza El Letrero y Pueblo Viejo estos últimos dos con una enorme riqueza cultural, y con el 10% se encuentran los recursos con jerarquía II.
- Los recursos turísticos están distribuidos entre 8 de los 11 cantones que conforman el municipio de Chilitupán, siendo el cantón Cuervo Abajo el que posee mayor representatividad con un total de 7 recursos, seguido del cantón Cuervo Arriba, mientras que los cantones que no tienen representatividad son los cantones Termopilas, Julupe y Regadillo.
- La mayoría de recursos posee una alta posibilidad de explotación turística esto porque en un alto porcentaje son recursos estratégicos caracterizados por una alta representatividad para el municipio, ideal para explotarlos en el corto plazo.
- Los recursos como Pueblo Viejo y Cerro Malacate con un alto nivel de riqueza cultural, son considerados recursos sin diferenciación, esto porque a pesar que son representativos, tienen muy poca actividad turística, lo cual para su explotación requieren un alto costo de inversión, por tanto, es necesario buscar una alternativa en la que se pueda aprovechar la riqueza histórica y cultural de Chilitupán.

- De las intervenciones necesarias para el aprovechamiento turístico destacan el mejoramiento de los accesos a los diferentes recursos, pues el estar ubicados en la zona rural demanda tener calles en buen estado debido a la distancia al área urbana, además es importante realizar inversión para la introducción y mejoramiento de servicios básicos como agua potable.
- No existe señalización turística para los diferentes recursos turísticos a excepción de la Playa el Zonte.
- Chilitupán no poseen una gastronomía identitaria.

Para el inventario de la planta turística se obtuvieron los siguientes resultados:

- La planta turista con la que cuenta el municipio de Chilitupán, está concentrada en la zona costera, concretamente en la playa El Zonte y en la playa km 59.
- De las cinco áreas que comprende la planta turística se puede mencionar lo siguiente:

En rubro de alojamiento existe una gran diversidad de lugares en los cuales se pueden encontrar desde hoteles de lujo donde la estadía por noche puede valer hasta \$300 la habitación, así también los turistas tienen acceso a alojamientos más cómodos en hostales donde la estadía por noche tiene precios desde los \$15 en temporada baja y \$25 en temporada alta.

En el área de alimentación, se tienen desde restaurantes, merenderos y comedores, por lo cual el turista tiene una amplia variedad para la gastronomía.

En el transporte Chilitupán cuenta con una cantidad de rutas del transporte público, pero carece de una flota numerosa, por lo cual el transporte es deficiente, ya internamente no cuentan con un servicio personalizado para movilizar turistas.

Cuenta servicios especializados para turistas extranjeros por medio de clases de español, se ofrecen tour a los diferentes lugares turísticos del interior del país.

Para turistas nacionales en la playa el Zonte se oferta una academia de surf que permite disfrutar de deportes extremos.

## D. ANÁLISIS DE MERCADOS

### 1. Análisis de mercado consumidor

Conocer al turista es de mucha importancia, ya que brinda elementos para la planeación y desarrollo de productos y servicios especializados para atender las necesidades de los turistas. La información que nos brinda este estudio nos ayudara para formular estrategias de comercialización, desarrollar productos adecuados a los hábitos de viaje, conocer los índices de satisfacción del cliente que aportan información para mejorar la calidad de los servicios, así como la percepción de los turistas.

Se determinaron las fuentes de información que para este caso son primarias y secundarias, de las cuales se obtendrían los datos principales que contribuirían a la determinación del segmento al que se dirigirá la propuesta de desarrollo, así mismo el tipo de investigación que se llevó a cabo permite establecer y asociar las variables para determinar el comportamiento del mercado consumidor.

En base a los resultados de la encuesta y el estudio de la competencia se determinó los gustos y preferencias de los turistas cuando visitan los destinos turísticos, en los cuales se presenta a continuación el perfil del consumidor tanto para familia como para jóvenes.

*Tabla 163. Análisis segmento jóvenes*

<b>Tipo de turismo que prefiere</b>	Sol y Playa, Montañas y pueblos coloniales
<b>Actividades que prefiere</b>	Visitar playas, caminatas por parques o montañas y visitar el cine.
<b>Con quien realiza turismo</b>	Grupo familiar
<b>Elementos importantes en un destino turístico</b>	la seguridad, los atractivos del lugar y los precios.
<b>Medios por los que se informa sobre los destinos turísticos</b>	Redes sociales
<b>Ingreso Promedio</b>	\$250 y \$350
<b>Gasto diario en sus salidas turísticas</b>	En promedio \$20
<b>Servicios que le gustaría encontrar en un destino turístico</b>	Son bares y discotecas, servicios de información o guías en los atractivos del lugar y camping
<b>Jóvenes que han visitado el municipio</b>	
<b>El mayor atractivo del municipio es</b>	Playa El Zonte
<b>Como considera la señalización del municipio</b>	Buena
<b>Como considera que esta la infraestructura del municipio</b>	Regular
<b>Jóvenes que no han visitado el municipio</b>	
<b>Porque causas no ha visitado el municipio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No conozco para nada el municipio</li> <li>• No estoy suficientemente informado de los atractivos y servicios turísticos</li> </ul>
<b>Sugerencias que brindan los jóvenes a las autoridades y sitios turísticos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomen medidas de seguridad e higiene en cada uno de los sitios turísticos,</li> </ul>	



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una limpieza general para evitar cualquier posible contagio al visitar los sitios turísticos</li> <li>• Se controle el flujo de turistas que pongan un límite permitido de personas</li> <li>• Que elaboren estrategias para ayudar a los emprendedores de servicios turísticos</li> <li>• Más publicidad de que lugares pueden visitar a nivel nacional</li> <li>• Haga promociones de algunos servicios turísticos</li> </ul>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 164. Análisis segmento familias

<b>Tipo de turismo que prefiere</b>	Sol y Playa, Montañas y pueblos coloniales
<b>Actividades que prefiere</b>	Visitar playas, caminatas por parques o montañas y visitar el cine.
<b>Con quien realiza turismo</b>	Grupo familiar
<b>Está compuesto su núcleo familiar por</b>	4 miembros
<b>Elementos importantes en un destino turístico</b>	la seguridad, los atractivos del lugar y los precios.
<b>Medios por los que se informa sobre los destinos turísticos</b>	Redes sociales
<b>Ingreso Promedio</b>	\$350 y \$650
<b>Gasto diario en sus salidas turísticas</b>	En promedio \$60
<b>Servicios que le gustaría encontrar en un destino turístico</b>	Son senderismo y caminatas ecológicas, Tours enfocados al café o el bálsamo, servicios de información o guías en los atractivos del lugar y camping
<b>Familias que han visitado el municipio</b>	
<b>El mayor atractivo del municipio es</b>	Playa El Zonte
<b>Como considera la señalización del municipio</b>	Buena
<b>Como considera que esta la infraestructura del municipio</b>	Buena
<b>Familias que no han visitado el municipio</b>	
<b>Porque causas no ha visitado el municipio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No conozco para nada el municipio</li> <li>• No estoy suficientemente informado de los atractivos y servicios turísticos</li> </ul>
<b>Sugerencias que brindan las a las autoridades y sitios turísticos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomen medidas de seguridad e higiene en cada uno de los sitios turísticos,</li> <li>• Una limpieza general para evitar cualquier posible contagio al visitar los sitios turísticos</li> <li>• Se controle el flujo de turistas que pongan un límite permitido de personas</li> <li>• Que elaboren estrategias para ayudar a los emprendedores de servicios turísticos</li> <li>• Más publicidad de que lugares pueden visitar a nivel nacional</li> <li>• Haga promociones de algunos servicios turísticos</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente si se quiere abrir al desarrollo de productos de acuerdo a las preferencias del mercado consumidor extranjero hay que conocer sus gustos y preferencias

Tabla 165. Análisis segmento extranjero

<b>Segmento</b>	Turista extranjero que visita el país
<b>Características demográficas</b>	Personas entre los 18 y 35 años
<b>Actividades que prefiere</b>	Conocer las cultura y tradiciones, interactuar con las comunidades indígenas, conocer gastronomía típica
<b>Elementos importantes al elegir un lugar turístico</b>	Seguridad, precios accesibles, atractivos del lugar
<b>Medio de comunicación por el cual se entera de lugar turísticos</b>	Redes sociales
<b>Otra información</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viaja por turismo y visita familiar</li> <li>• Practica turismo en cualquier temporada del año sobre todos los fines de año</li> <li>• Duración de paseos de 2 a 3 días</li> <li>• Vehículo particular</li> <li>• Preferencias por turismo cultural, sol y playa, montañas.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## 2. Análisis de mercado competidor

Al investigar la competencia turística del municipio de Chilitupán frente al desarrollo del plan de desarrollo turístico, se identificaron aquellos municipios considerados mejor posicionados, en lo que turismo se refiere, clasificándolos en Directos, Indirectos y sustitutos de acuerdo a los servicios turísticos que ofrecen, así también se identificaron los principales aspectos positivos (Fortalezas) con las que cuentan en el ámbito de turismo y sus aspectos negativos (debilidades) de cada uno de los municipios.

Desde la perspectiva del municipio de Chilitupán, los municipios que son competencia directa para Chilitupán son: La Libertad, Tamaque, Conchagua, Salcoatitán y Suchitoto los cuales han sido catalogados así por tener entre su oferta turística el turismo de sol y playa el cual es el principal en el municipio de Chilitupán. Por otra parte, los municipios de Ataco, Nahuizalco, Juayúa, (Talnique) y Berlín se posicionan como competencia Indirecta a pesar de que tienen muy bien desarrollados turismo de aventura, rural y cultural, estos no poseen entre su oferta el turismo de sol y playa. y sin dejar a lado un competidor que juega un papel importante como son los sustitutos, se identificaron a el municipio de Jayaque y Comasagua que, si bien poseen oferta turística similar, estos destacan en gran parte por servicios como restaurantes, hospedajes y entretenimiento.

A continuación, se presentará un resumen de las principales fortalezas y debilidades detectadas relacionadas al turismo de cada uno de los municipios que conforman la competencia turística de Chilitupán mencionada anteriormente:

Tabla 166. Fortalezas y debilidades analizadas en la competencia de Chilitupán

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>La Libertad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descentralización en su oferta de turismo de sol y playa.</li> <li>• Organización y apoyo entre CAT y Alcaldía.</li> <li>• Buen mantenimiento y señalización de vías de acceso</li> <li>• Instalaciones modernas y con buena organización de negocios de comercio al turista.</li> <li>• Información al alcance de turistas en el CAT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desinterés en tema de inocuidad de parte de los negocios informales.</li> <li>• Poca diversificación de oferta turística.</li> <li>• Poco aprovechamiento de los recursos naturales con potencial turístico.</li> </ul>
<b>Tamanique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen mantenimiento y señalización de vías de acceso</li> <li>• Diversidad de recursos naturales para potenciar.</li> <li>• Es parte del programa de pueblos vivos.</li> <li>• Sus atractivos naturales se encuentran conservados.</li> <li>• Buena organización y desarrollo por parte del CDT del tunco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca apoyo a pequeños y medianos emprendedores en financiamientos.</li> <li>• Desaprovechamiento de las características turísticas del municipio.</li> <li>• Desaprovechamiento de los cultivos de la zona para crear afluencia turística.</li> </ul>
<b>Conchagua</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zona de volcán de Conchagua desarrollada turísticamente.</li> <li>• Buen mantenimiento y señalización de vías de acceso</li> <li>• Relación cercana y de apoyo entre Alcaldía y empresarios del municipio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca oferta turística</li> <li>• Mal estado de vías de acceso a recursos turísticos principales, que requiere transporte especial.</li> </ul>
<b>Salcoatitán</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización constante de actividades turísticas.</li> <li>• Apoyo de la Alcaldía.</li> <li>• Reconocimiento del municipio por ruta de las flores y complejo de volcanes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexistente publicidad o promoción turística.</li> <li>• No existe departamento o unidad de turismo en el municipio.</li> <li>• Poca desarrollo de sus recursos naturales.</li> </ul>
<b>Suchitoto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo turístico con responsabilidad ambiental, social, cultural y económico.</li> <li>• Plan de recolección de basura y tratamiento de desechos sólidos.</li> <li>• Brinda oportunidad y apoyo a emprendedores aun foráneos del municipio.</li> <li>• Buena infraestructura turística y desarrollo de la cultura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca coordinación entre actores locales.</li> <li>• Poca publicidad y promoción.</li> <li>• No existe vinculación entre área rural y urbana en tema turístico.</li> <li>• Poca presencia de seguridad para turistas en el municipio con gran afluencia.</li> </ul>

<b>Ataco</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descentralización de atractivos turísticos.</li> <li>• Buen mantenimiento y señalización de vías de acceso.</li> <li>• Apoyo local en temas de capacitaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mala organización de estacionamiento para los visitantes en atractivos.</li> <li>• Poca diversidad de servicios en negocios locales.</li> </ul>
<b>Nahuizalco</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forma parte de 2 rutas turísticas (de las flores y Náhuatl Pipil).</li> <li>• Diversidad de atractivos y servicios turísticos.</li> <li>• Apoyo de alcaldía.</li> <li>• Cuenta con actividades de promoción y publicidad</li> <li>• Infraestructura para brindar servicio turístico, con buen mantenimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco reconocimiento de toda su oferta turística.</li> <li>• Vías de acceso al municipio en mal estado</li> <li>• No posee organización Intersectorial.</li> <li>• Zonas inaccesibles en periodos específicos.</li> <li>• No hay organización de la comunidad para potenciar comercio agroindustrial.</li> </ul>
<b>Juayúa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descentralización de atractivos turísticos.</li> <li>• Buena organización entre CDT, Alcaldía y Oficina de turismo.</li> <li>• Buen mantenimiento y señalización de vías de acceso.</li> <li>• Apoyo de alcaldía a empresas y emprendedores con iniciativas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desinterés en tema de inocuidad de parte de los negocios informales.</li> <li>• Falta de ordenamiento de los negocios informales en el municipio.</li> </ul>
<b>Berlín</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe una unidad de turismo en el municipio.</li> <li>• Alcaldía apuesta y apoya al turismo.</li> <li>• Reconocimiento de festividades a nivel nacional.</li> <li>• Organización de zona rural para el desarrollo local.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indiferencia entre empresarios por organizarse</li> <li>• Carencia de planes para reordenamiento de negocios informales y emprendedores.</li> <li>• Carencia de capacitaciones para garantizar calidad de servicios turísticos.</li> <li>• Poca promoción del municipio.</li> </ul>
<b>Jayaque</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena infraestructura vial y mantenimiento.</li> <li>• Cuentan con un ancla turística como es un FURESA.</li> <li>• Cuenta con oficina de turismo, casa de cultura, agencia de desarrollo económico local, ADESCO.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca oferta de hospedaje en el municipio.</li> <li>• Diferencia en opiniones que afectan en la toma de decisiones a favor del turismo.</li> <li>• Potencial turístico no explotado.</li> <li>• Poca señalización de sitios turísticos.</li> </ul>
<b>Comasagua</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen mantenimiento y señalización de vías de acceso</li> <li>• Diversidad de oferta de restaurantes ubicados en la carretera de acceso al municipio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta turística poca conocida y estructurada.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

De forma general se observa que la principal fortaleza del municipio de Chiltiupán frente a sus competidores radica en la potencial vinculación del área de montaña y área de playa con las que cuenta y que los otros municipios no poseen o no han sabido vincular para explotar el turismo en sus territorios.

Por otro lado, se pueden observar que existen factores tanto positivos como negativos que todos los municipios considerados competencia poseen y que es necesario tener en cuenta frente a la ejecución del plan de desarrollo turístico en el municipio de Chiltiupán. Algunos de estos puntos a tener en cuenta son: garantizar el buen mantenimiento y señalización de las vías de acceso al municipio, frente a iniciativas de emprendedores o negocios informales garantizar el ordenamiento y adecuado parqueo para turistas, gestionar y realizar una correcta promoción y publicidad del municipio y los atractivos con los que cuenta, ampliar oferta turística aprovechando todos los recursos naturales con los que se cuenta y dentro de aspectos de organización turística, garantizar trabajar en pro del desarrollo turístico sin estancarse con planes de desarrollo o ideas. Estos son algunos de los puntos que pueden resaltarse del estudio de la competencia y que Chiltiupán puede tomar de referencia para desarrollarse turísticamente.

### **3. Análisis de instituciones de apoyo**

El recopilar información sobre las instituciones que brindan apoyo para desarrollo del turismo en El Salvador, nos permite tener un panorama más amplio de quienes estarían en disposición a colaborar para una posterior implementación a través de sus diferentes posibilidades, así mismo podemos determinar las carencias que estos puedan presentar para un mejor desempeño; a partir de la información obtenida se sienten hallazgos:

#### **Instituciones que brindan capacitaciones turísticas**

Existe una variedad de instituciones que brindan capacitación turística con una diversidad de áreas, comprometidas con desarrollo del turismo; entre estas destacan:

- En la gastronomía la Escuela de capacitación turística, que la ha convertido en un modelo exitoso en la capacitación en diferentes áreas del servicio turístico, además en conjunto con la municipalidad se pueden desarrollar programas para capacitar a la población en áreas turísticas.
- Para las pequeñas y medianas empresas CONAMYPE es principal aliado para los emprendedores del país, el cual posee una variedad de programas especialmente dedicados a los jóvenes del país.
- El INSAFOR es la principal institución en la capacitación del recurso humano para las empresas ya establecidas.
- En asistencias técnicas y capacitaciones es CORSATUR una institución que apoya fuertemente el turismo.

#### **Instituciones que brindan servicio de seguridad turística**

La seguridad es un factor clave en el desarrollo de cualquier actividad económica por lo que es necesario el contar con instituciones que garanticen la seguridad, por lo cual tenemos:

- La Policía de Turismo de El Salvador, es la principal institución especializada en seguridad turística, que no solamente protege al turista, sino que además es encargada de proteger el patrimonio del país.

- Se convierte en un actor clave para el desarrollo del turismo del país, teniendo entre sus servicios el brindar la seguridad necesaria, además sus elementos se convierten en guías turísticos, porque estos reciben capacitación sobre la cultura e historia del país.

### **Instituciones que brindan soporte económico**

El apoyo económico es fundamental para el desarrollo del turismo, pues muchos municipios la pobreza es el principal obstáculo para el desarrollo económico en cualquier rubro, por lo cual muchas instituciones son las encargadas de brindar este soporte de manera estratégica, entre lo cual se destacan:

- Banco de Desarrollo Salvadoreño (BANDESAL), apoyando a través de sus diferentes programas como el financiamiento a directo a emprendedores de la micro y pequeña empresa, además el programa Banca Mujer el cual tiene la finalidad de promover la autonomía económica e inclusión financiera de las mujeres.
- Existencia de instituciones con programas de financiamiento No Reembolsables, como lo es el Fondo de Desarrollo Productivo (FONDREPRO), a cambio de generar impacto económico, por medio de la creación de empleos, más ventas, entre otros.

### **Instituciones que brindan soporte de calidad**

La calidad turística juega un papel muy importante para correcto desarrollo del rubro lo cual genera un factor de diferenciación; por lo cual es importante que todo establecimiento con vocación turista obtenga estándares nacionales de calidad, por lo cual esto calidad se cuenta:

- Organismo Salvadoreño de Normalización, es la principal institución que certifica a los establecimientos con la calidad turística; por lo cual los Hoteles, Restaurantes, Operadores de turismo deben contar con las certificaciones de calidad para funcionamiento de los mismo.

Además de las instituciones mencionadas, existen otras con una visión diferente pero que aportan un valor fundamental para el desarrollo del turismo para en el país, entre los cuales se tienen los hallazgos siguientes.

- La existencia de una unidad de planificación que promueve el desarrollo integral de la región sur de La Libertad (AMUSDELI), encargada principalmente del uso del suelo, que les dan un soporte técnico a las municipalidades respecto al turismo.
- Centro de Amigos del Turista (CAT), el cual brinda información sobre los destinos turísticos del departamento de La Libertad, el cual por estar seguir de cerca el comportamiento del turismo en La Libertad reconoce la débil organización de Chiltiupán en materia turística.
- CASATUR se convierte una institución que brinda el apoyo a través de la difusión de los diferentes destinos turísticos, por medio de revistas, mapas turísticos, mapas de rutas.
- El país cuenta con una serie de instituciones de educación que forman profesionales en sector turísticos, que van desde los técnicos, licenciaturas en turismos, licenciaturas especializadas en diseños de productos artesanales, en idiomas con especialidad en turismo, administración de empresas turísticas,
- Pero es el Ministerio de turismo el principal ente que vela por el desarrollo del turismo permitiendo la dinamización de la economía nacional.

#### 4. Análisis de mercado distribuidor

La distribución turística se puede emplear de dos formas: directa e indirecta.

Dentro de la distribución directa se utiliza el Internet como principal medio de distribución de productos turísticos porque con este medio se llega directamente al cliente evitando las comisiones a los intermediarios.

En la distribución indirecta se vende los productos de turismo con las empresas intermediarias. Estas empresas son las agencias de viajes u operadores de turismo quienes actúan como representantes facilitando toda la información sobre los servicios que se ofrecen.

- De acuerdo a las respuestas de los tours operadoras se puede decir que las razones por las que no ofrecen a Chiltiupán como destino turístico es porque no lo conocen ya que consideran que el municipio no se ha potencializado turísticamente por tanto no es de su interés.
- Los tours operadores nacionales distribuyen dos tipos de paquetes turísticos, uno de ellos según preferencias del cliente y presupuesto y la más común son paquetes ya establecidos los cuales son diseñados por la empresa tour operadora.
- Las empresas que distribuyen servicios turísticos a nivel nacional promueven actividades turísticas pertenecientes a los tipos de turismo: cultural, ecoturismo, gastronómico y de aventura.
- Las principales características de los destinos turísticos a visitar que toman en cuenta los tours operadores nacionales son: la seguridad, la oferta turística diversa y la accesibilidad a los destinos turísticos.
- El tiempo de viaje turístico promedio que realizan los tours operadores a nivel nacional son viajes de 1 día de duración, los cuales poseen un costo promedio entre \$15 y \$25.
- Los paquetes turísticos básicos que distribuyen las empresas tour operadoras incluyen los servicios de: transporte y tour guiado, cuando son completos se les añade el servicio de alimentación y hospedaje, si el viaje turístico es de más de un día.
- Las tours operadoras más capacitadas y completas de las investigadas están network Tours, ASOTUR, Papagayo Aventures El Salvador, Tour Operadora Layantli, Cuzca tours, Mundo Turista, Tours Bus y El Salvador Xpedition, se consideran de los más calificados para poder crear a futuro alianzas y que tomen en cuenta en sus tours al municipio de Chiltiupán.

## E. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1. Matriz de involucrados

Tabla 167 Matriz de involucrados

Involucrados	Intereses	Recursos	Posición	Estrategia
<b>Alcaldía Municipal de Chilitupán.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo social y económico para el beneficio de la población.</li> <li>• Generación de empleo</li> <li>• Incremento de los ingresos municipales</li> <li>• Conservación de los recursos naturales.</li> <li>• Preservación de la cultura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura pública.</li> <li>• Espacios de áreas recreativas.</li> <li>• Trámites legales.</li> <li>• Económico.</li> <li>• Información y datos estadísticos.</li> <li>• Mantenimiento a los sitios turísticos.</li> </ul>	A favor	<p>Diseñar programas donde se involucren a emprendedores locales y externos del municipio.</p> <p>Diseño de programas de desarrollo turístico que involucre los atractivos turísticos.</p>
<b>Población de Chilitupán</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión social</li> <li>• Mejora de economía local.</li> <li>• Mejora de educación.</li> <li>• Mejora de la calidad de vida.</li> <li>• Generación de oportunidades de empleo.</li> <li>• Generación de oportunidades de inversión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso Humano</li> <li>• Patrimonio cultural</li> </ul>	A favor	Brindar información sobre el plan de desarrollo turístico del municipio y beneficios post implementación.
<b>Comité turístico el Zonte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuir con el desarrollo turístico del municipio.</li> <li>• Coordinar la actividad turística en el municipio.</li> <li>• Difusión de la cultura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso humano.</li> <li>• Relación con otros CDT y actores en pro del turismo.</li> <li>• Conocimiento del sector turístico del municipio.</li> <li>• Económicos.</li> </ul>	A favor	Diseñar programas que incentiven tanto a los habitantes del municipio como a personas externas a invertir y emprender alrededor de los atractivos turísticos brindado, asesorías y apoyo.
<b>Turistas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alternativas de sano esparcimiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poder adquisitivo</li> </ul>	A favor	Crear indicadores de satisfacción del turista en los atractivos turísticos a ofrecer.



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversidad de oferta turística</li> <li>• Accesibilidad a los atractivos turísticos.</li> <li>• Conocer cultura e historia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción y publicidad del turismo a través del boca en boca</li> </ul>		Promocionar e informar el mejoramiento y creación de atractivos turísticos en el municipio a los turistas en municipios aledaños.
<b>Ministerio de Turismo (MITUR)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo.</li> <li>• Inclusión de todos los sectores.</li> <li>• Impulsar el desarrollo económico y social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo legal</li> <li>• Económicos</li> <li>• Experiencia en rubro.</li> <li>• Relaciones con otros Ministerios y entidades</li> <li>• Promoción y publicidad del turismo</li> </ul>	A favor	Llevar un control de avance físico del desarrollo del plan de desarrollo turístico informando de avances y resultados, así como modificaciones a implementar.
<b>Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promocionar permanentemente a El Salvador.</li> <li>• Promover los sitios más atractivos del país.</li> <li>• Fomentar inversión extranjera y nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Económico</li> <li>• Legales</li> <li>• Apoyo técnico</li> <li>• Promoción y publicidad.</li> <li>• Relación turística con regiones y países</li> </ul>	A favor	Llevar un control de avance físico del desarrollo del plan de desarrollo turístico informando de avances y resultados, así como modificaciones a implementar.
<b>Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración de los centros recreativos de propiedad pública.</li> <li>• Promoción y estímulo de la recreación familiar y excursionismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Estadísticas de la actividad turística de El Salvador</li> </ul>	A favor	Informar sobre los planes de mejora del municipio, a fin de dar promoción al municipio y actualizar base de datos de estadísticas.
<b>Policía de Turismo (POLITUR)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proteger los lugares turísticos, manteniendo presencia constante en esos sitios.</li> <li>• Prestar el servicio de seguridad personalizada a turistas internacionales y nacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos de logística para emergencias</li> <li>• Conocimiento teórico de seguridad y rescate.</li> <li>• Equipo acuáticos y aéreos.</li> </ul>	A favor	Mantener informado a la división de seguridad sobre las actividades a realizarse y las temporadas de alta demanda donde se necesitará apoyo de seguridad a turistas.

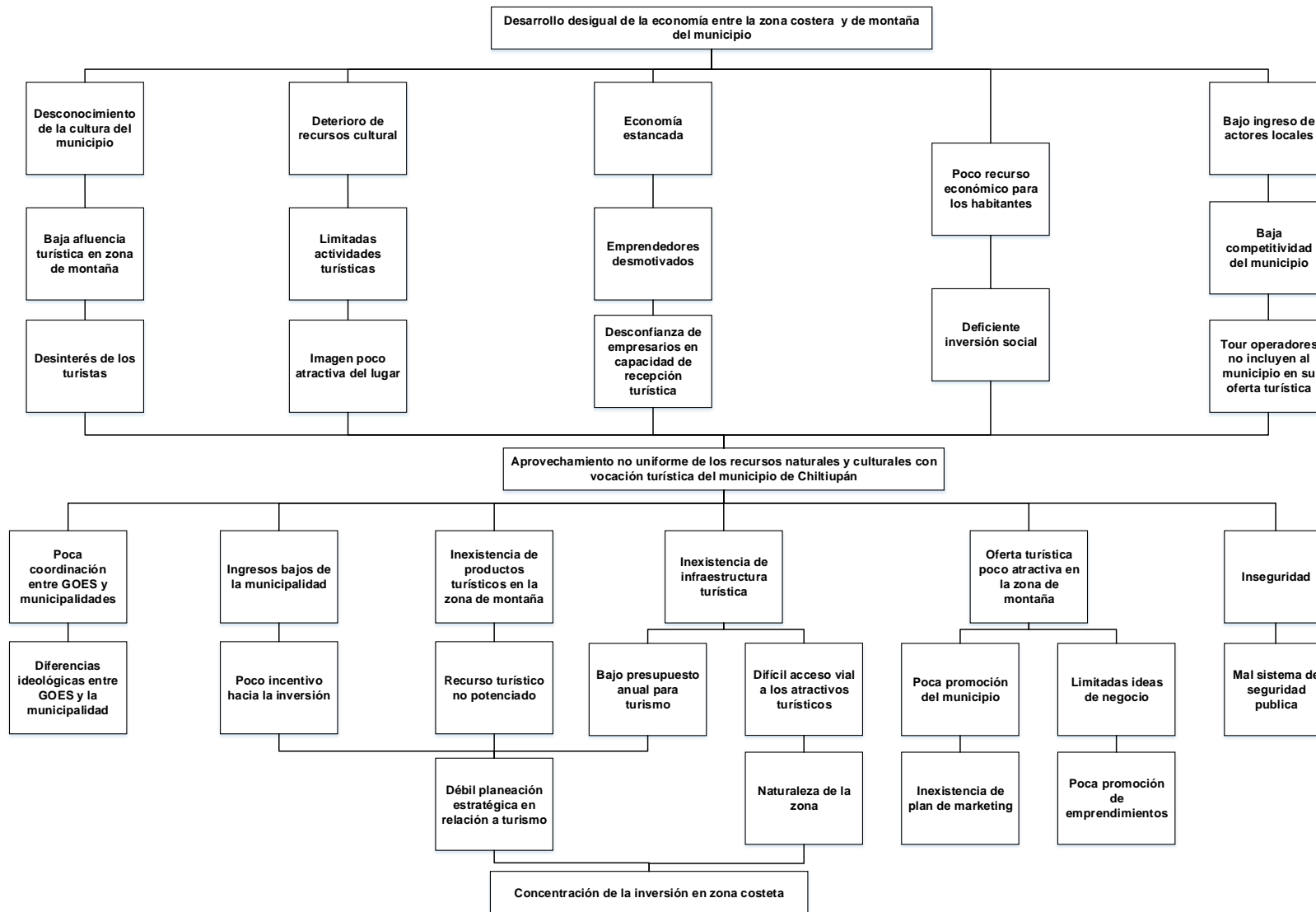
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación en seguridad turística.</li> </ul>			
<b>Asociación de municipios del Sur de la región La Libertad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover el desarrollo integral y sostenible de la región sur de La Libertad.</li> <li>• Unificar al departamento y demás municipios con la creación de rutas turísticas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permisos legales para construcciones y urbanizaciones</li> <li>• Técnico, en capacitaciones</li> <li>• Relación con municipios considerados exitosos turísticamente.</li> </ul>	A favor	Informar sobre el uso de suelos que se tendrá en consideración en el plan de desarrollo turístico del municipio para facilitar la tramitación y aprobación de permisos legales.
<b>ONG's del municipio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la calidad de vida de los pobladores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legales</li> <li>• Económicos</li> <li>• Técnicos</li> </ul>	A favor	Otorgar un papel protagónico en el desarrollo iniciativas y reuniones públicas de difusión.
<b>Emprendedores del municipio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento local</li> <li>• Tener lugar para exponer sus productos</li> <li>• Aumentar ingresos por ventas.</li> <li>• Crecimiento de negocios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital de trabajo</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Productos o servicios.</li> </ul>	A favor	Creación de facilidades de establecimiento e incentivos para nuevos y antiguos emprendedores tanto locales y de fuera del municipio que quieran incursionar en el municipio.
<b>Inversionistas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones adecuadas para invertir</li> <li>• Apoyo al inversionista</li> <li>• Crecimiento económico</li> <li>• Crecimiento del negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Económico</li> <li>• Experiencia en inversión</li> <li>• Infraestructura</li> </ul>	A favor	Creación de facilidades legales y de financiamiento e incentivos para lograr inversiones en pro del turismo en el municipio.
<b>Universidad de El Salvador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aportar conocimiento en iniciativas que contribuyan al desarrollo del país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento sobre técnicas y herramientas para estudios</li> <li>• Conocimientos sobre diferentes ramas</li> <li>• Recurso humano capacitado</li> </ul>	A favor	Brindar y recabar información primaria para el estudio que se pretende realizar y facilitar el acceso a recursos naturales con potencial turístico.
<b>Centro de alcance al turista</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar atención, información actualizada y asistencia tanto a los</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia Técnica</li> <li>• Promoción de Destino</li> </ul>	A favor	Elaborar y presentar información sobre atractivos turísticos del municipio, para que el CAT pueda

<b>(CAT-La Libertad)</b>	turistas como a empresarios del sector turismo interesados en conocer destinos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a CDT</li> <li>• Información a turistas.</li> </ul>		promocionar de manera permanente al municipio con los turistas.
<b>Propietarios de terrenos con atractivos turísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preservación y mejora de terrenos.</li> <li>• Privacidad de terrenos.</li> <li>• Productividad de terrenos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso peatonal</li> <li>• Recursos naturales dentro de terrenos</li> </ul>	En contra	Delimitación y propuesta de uso de los terrenos así, como su cuidado y mantenimiento de vías de acceso a los recursos naturales, a construir.
<b>Competencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar o mantener su participación de mercado turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Productos y servicios turísticos</li> <li>• Inversión</li> <li>• Comités de turismo</li> <li>• Apoyo de instituciones</li> </ul>	En contra	<p>Gestionar el apoyo y coordinación de alianzas entre municipios competidores.</p> <p>Mantener observación constante de novedades en temas de turismo para mantener a Chiltiupán siendo competitivo turísticamente.</p>
<b>Ministerio de medio ambiente y recursos naturales (MARN)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservación de los recursos naturales</li> <li>• Desarrollar cultura ecológica y amigable con el ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permisos legales para la explotación de recursos naturales</li> <li>• Conocimiento técnico en impacto en la naturaleza</li> </ul>	En contra	Informar sobre los impactos negativos que causara el plan de desarrollo turístico y cursos de acción para mitigarlos, así como cooperar cumpliendo normativas, reglamentos y disposiciones.
<b>La Escuela de capacitación turística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La capacitación en diferentes áreas del servicio turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso Humano</li> <li>• Técnico en capacitación de personal en áreas turísticas</li> </ul>	A favor	En conjunto con la municipalidad se pueden desarrollar programas para capacitar a la población en áreas turísticas.
<b>CONAMYPE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de capacitación a emprendedores</li> <li>• Programas especialmente dedicados a los jóvenes del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico en capacitaciones a emprendedores</li> <li>• Técnico en capacitaciones de</li> </ul>	A favor	Diseño de programas que incentiven a los habitantes de Chiltiupán a ser emprendedores donde se requiere el apoyo de programas de capacitación.

		personal en aspecto turístico		
<b>INSAFORP</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación del recurso humano para las empresas ya establecidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico en capacitaciones de personal en aspecto turístico</li> </ul>	A favor	Capacitar al recurso humano en materia turística
<b>BANDESAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento directo a emprendedores de la micro y pequeña empresa</li> <li>• Programa Banca Mujer el cual tiene la finalidad de promover la autonomía económica e inclusión financiera de las mujeres.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad financiera</li> <li>• Asesoría financiera</li> </ul>	A favor	Buscar financiamiento para emprendedores y así lograr la creación de nuevos negocios y nuevos productos turístico
<b>FONDREPRO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar impacto económico, por medio de la creación de empleos, más ventas, entre otros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad financiera</li> <li>• Asesoría financiera</li> </ul>	A favor	Buscar financiamiento para la creación de nuevas ideas de negocios y así obtener nuevos productos turísticos
<b>Organismo Salvadoreño de Normalización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certifica a los establecimientos con la calidad turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento técnico en calidad turística</li> </ul>	A favor	Que los establecimientos posean la certificación necesaria para brindar un servicio de calidad al turista
<b>CASATUR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar el trabajo en equipo entre sus socios y coordinar sus actividades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Órgano consultor en materia de turismo</li> <li>• Estimular desarrollo de los servicios turísticos del país</li> </ul>	A favor	Mantener informados
<b>Tour operadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de clientes</li> <li>• Presentación de nuevas ofertas de destino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionamiento en varios segmento del mercado</li> </ul>	A favor	Mantenerlos informados acerca de los atractivos, actividades y ferias del municipio de Chilitupán

Fuente: Elaboración propia

## 2. Árbol de problemas



### 3. Descripción de causas de problemas

De acuerdo al análisis de marco lógico, se determinó, que la problemática principal que vive el municipio de Chiltiupán es el “Aprovechamiento no uniforme de los recursos naturales y culturales con vocación turística del municipio de Chiltiupán”, para el cual se han determinado las siguientes causas principales que se describirán a continuación:

#### ➤ CAUSAS

##### **POCA PARTICIPACION ENTRE GOES Y MUNICIPALIDADES**

En el municipio de Chiltiupán a pesar de que es un municipio ubicado en zona turística del país contando con zona de playa, se puede afirmar que no posee participación a nivel de comuna con el gobierno de El Salvador, esto se pudo recalcar de acuerdo a entrevistas sostenidas con actores locales y organizaciones de gobierno en pro del turismo. Esto a su vez trae consigo problemas para el desarrollo turístico del municipio ya que no ha podido colocarse como uno de los principales destinos turísticos aún, teniendo gran cantidad de recursos turísticos para potenciar.

Dentro de las afirmaciones obtenidas de parte de actores con relación a esta causa-problema podemos mencionar:

- La entrevista hecha al Centro de Alcance Al Turista (CAT), centro coordinado por el MITUR, donde de acuerdo a la persona asignada en el cargo de técnico del centro, como CAT están en toda la disposición de ayudar a los municipios a ofrecerse como destinos turísticos, pero estos deben tener oferta turística. Como CAT podrían colaborar con la elaboración de un inventario turístico del municipio de Chiltiupán, pero la municipalidad no ha participado, en colaboración con ellos brindando guías a los atractivos turísticos o seguridad para poder desarrollarlo.
- Por otra parte, de acuerdo a la entrevista realizada a la Alcaldía del municipio de Chiltiupán, respecto a la participación de la comuna en los proyectos en pro del turismo de la zona, en específico lo relacionado al proyecto Surf City, ningún ente del GOES en relación al turismo ha explicado la participación o no participación que tendrá Chiltiupán en el desarrollo del proyecto o el Rol que este tendrá para beneficio del municipio.
- En contraste de acuerdo a documentos detallados por el MITUR, en su Plan de ordenamiento territorial de áreas Turísticas prioritarias de la costa del Bálsamo y de acuerdo al CAT del municipio de la Libertad si existen proyectos de parte del GOES en pro del turismo que involucran la participación del municipio en específico de la zona de costa a través de la Playa más conocida de Chiltiupán, playa el Zonte.
- Adicional a esto se puede mencionar la situación de las conexiones funcionales que vive la costa del bálsamo donde se involucra a la Municipalidad de Chiltiupán donde se expresa “En la actualidad existe una desigual relación entre los diferentes actores que están o deben estar involucrados en la gestión de la actividad turística. Siendo la relación, reciproca, con el Ministerio de Turismo (MITUR) la más consolidada entre los diversos actores, sobre todo de las entidades de los municipios de La Libertad y Tamanique. Sin embargo, las relaciones internas entre los municipios son muy débiles, observándose una tensión relacional por contraposición de intereses entre el área litoral y el interior de

montaña (Tensión de vinculación)<sup>12</sup>. Siendo Chiltiupán, uno de los municipios que menores relaciones presenta con el MITUR u otro actor en pro del turismo.

## INGRESOS BAJOS DE LA MUNICIPALIDAD

Actualmente en el municipio de Chiltiupán, la oferta turística con la que cuenta se concentra en la zona de playa, es ahí donde se encuentra su nodo turístico que es el área de una localidad donde existe una alta concentración de empresas turísticas, donde destacan los servicios gastronómicos y de alojamiento, en especial en el área de la playa el zonte.

En contraste con su zona de montaña donde no existe comercio en esta zona del municipio. Por lo tanto, de acuerdo a:

- La entrevista realizada a la Alcaldía del municipio de Chiltiupán, los ingresos de la comuna en concepto de impuestos son bajos debido al hecho expuesto con anterioridad sobre su baja existencia de empresas turísticas lo que limita las fuentes de ingreso a la comuna, tomando en consideración que la mayor área del municipio es rural y no cuenta con diversidad de establecimientos que no sean del sector turismo. Esto también se debe al poco incentivos que presenta el municipio a empresarios o emprendedores que quieran sumarse al comercio local.

De acuerdo a la planta turística del municipio, la cantidad de empresas que brindan servicios turísticos en el municipio de Chiltiupán se muestra a continuación, pero cabe mencionar que no todos están registrados como negocios formales.

*Tabla 168 Planta turística Chiltiupán*

	Alojamiento	Gastronomía	Otros Servicios	Total
Chiltiupán	18	5	5	28

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de Áreas Turísticas Prioritarias De La Costa del Bálsamo

## INEXISTENCIA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA ZONA DE MONTAÑA

Con la realización del inventario turístico se logró obtener la planta turística del municipio de Chiltiupán sabemos que la planta turística está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido, sus componentes son los siguientes: Transporte, Alojamiento, Alimentación, Recreación y Servicios de Apoyo.

La planta turista con la que cuenta el municipio de Chiltiupán, está concentrada en la zona costera, concretamente en la playa El Zonte y en la playa km 59, donde se encuentran hoteles o restaurantes que son bastante visitados por turistas nacionales y extranjeros entre los cuales están Puro Surf hotel, hotel Palo verde, hotel k59 surf camp, hotel Garden, hostel Punta El Zonte, La casa de Frida hostel, Merendero El Teco, entre otros, por lo que en la zona de montaña no se

<sup>12</sup> Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de Áreas Turísticas Prioritarias De La Costa del Bálsamo.

cuenta con ningún producto turístico que puedan satisfacer las necesidades de los turistas que visitan la zona de montaña.

Pero con la investigación del inventario turístico obtuvimos que la mayoría de recursos que posee el municipio de Chiltiupán tiene una alta posibilidad de explotación turística esto debido a que cuentan con un alto porcentaje de recursos estratégicos caracterizados por una alta representatividad para el municipio, ideal para explotarlos en el corto plazo.

Los recursos naturales como Pueblo Viejo y Cerro Malacate que se encuentran en la parte alta del municipio, cuentan con un alto nivel de riqueza cultural, son considerados recursos sin diferenciación, esto porque a pesar que son representativos, tienen muy poca actividad turística, lo cual para su explotación requieren un alto costo de inversión, por tanto, es necesario buscar una alternativa en la que se pueda aprovechar la riqueza histórica y cultural de Chiltiupán.

## **INEXISTENCIA DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA**

La infraestructura turística es la dotación de bienes y servicios con que cuenta el municipio de Chiltiupán para sostener sus estructuras sociales y productivas, y con ellas se condiciona el desarrollo turístico y se convierte en la columna vertebral del mismo.

En materia de turismo se tiene limitados recursos de apoyo por parte del gobierno local lo que se traduce en deficientes servicios básicos, muchas calles se encuentran sin pavimentación o adoquinado lo que impide el fácil acceso hacia algunas zonas rurales que constituyen el municipio. Es importante destacar que actualmente no se cuenta con el tema de accesibilidad en el municipio.

No cabe duda que los servicios básicos son esenciales y forman parte de una buena prestación de servicios, según Almanaque 262 Estado del Desarrollo Humano en los municipios de El Salvador, PNUD 2009 la cobertura de servicios básicos en el municipio de Chiltiupán es la siguiente:

- **Servicio de agua potable**

Solo el 75% de las viviendas reciben agua potable. Esto significa que, de cada 100 viviendas, 75 de ellas cuentan con la cobertura de agua potable. Teniendo un déficit del 25%. Es necesario aclarar que la cobertura se da más en el Casco Urbano con 372 servicios domiciliarios, seguido del Cantón Taquillo con 356 servicios y El Cantón El Zonte con 254 servicios. El servicio de abastecimiento de agua potable es suministrado por la Alcaldía Municipal y por algunas ADESCO y Comités de Agua. En el verano los nacimientos de agua disminuyen su caudal, esto genera que la cantidad de agua disminuya y el abastecimiento sea deficiente, especialmente en la zona rural; no así en el casco urbano. También es de mencionar que existen 2 cantones que no poseen dicho servicio y son el Cantón El Regadío, que cuenta con 93 viviendas y el Cantón Cuervo Abajo con 50 viviendas; familias que se abastecen en su mayoría del río y manantiales, sin ningún tipo de tratamiento.



- **Cobertura en Saneamiento**

Solo el 75% de viviendas tiene cobertura de letrinas, teniendo un déficit del 25%, lo cual estas viviendas no cuentan con este servicio, el casco urbano es quien tiene mayor cobertura con este servicio.

Cabe mencionar que en la entrevista con el representante del CDT del El Zonte se mencionó que en el plan denominado SURF CITY se presentan eliminar las letrinas por un sistema de aguas negras esto nada más en el cantón El Zonte debido a la afluencia turística que este posee, lo cual se pone de manifiesto que el municipio no aprovecha sus recursos con vocación turística ya que al tener una mayor afluencia en la zona de montaña este proyecto se podría incorporar a otras zonas del municipio y así la mayor parte del municipio posea un sistema de aguas negras.

- **Cobertura en Recolección de Desechos Sólidos**

Existe un servicio de recolección de desechos, en donde la cobertura es de un 100% en el Casco Urbano (Colonia y Caseríos) y en el Cantón El Zonte, así como en los Centro Escolares de El Coco, Corinto, Julupe y El Zonte, los horarios son de las 7:30 a.m. en adelante los días: lunes, miércoles y viernes, la disposición de estos desechos la realizan en el botadero de Cuisnahuat.

En la entrevista con el representante del CDT del El Zonte se nos dijo que este servicio es deficiente para el cantón El Zonte ya que cuando es temporada alta y tienen mucha afluencia de turistas y el camión de recolección no pasa un día esos desechos sólidos se acumulan y pueden causar problemas a los establecimientos que brindan productos turísticos, por lo que hay que mejorar este servicio si se planea potenciar todos los recursos turísticos que posee el municipio de Chiltiupán.

- **Transporte Público**

En el municipio existen 7 rutas de buses que prestan el servicio a la población de municipio, desde el Casco Urbano hasta San Salvador pasando por la cabecera departamental Santa Tecla, y El Puerto de La Libertad, los horarios del servicio son desde las 4:00 am. Hasta las 8:00 pm. De los 8 buses, 5 cubren la ruta a San Salvador, con 2 viajes cada uno, cobrando la cantidad de \$1.50 y el resto los hace hasta el Puerto de La Libertad, con 4 viajes cada uno, con el cobro de \$0.65.

- **Seguridad Pública**

El municipio cuenta en esta área con 1 Juzgado de Paz y 1 Puesto de la Policía Nacional Civil, quienes se encargan, uno de aplicar las incorrecciones en las leyes penales, y para ello cuentan con el siguiente personal 1 Juez de Paz, una Secretaria, un auxiliar y una ordenanza, y el otro de brindar la seguridad a los habitantes del municipio, para ello cuentan con 1 Sargento Jefe del Puesto y 9 agentes policiales, y equipos de apoyo, destinados a brindar acciones de seguridad en el municipio.

- **Bajo presupuesto Anual para turismo**

Actualmente en el Municipio de Chiltiupán cuentan con pocos recursos dirigidos al sector turismo, en la entrevista con el alcalde comentó que se estiman \$10,000 anuales para el sector turismo y también que no se posee una unidad de turismo en la municipalidad por lo tanto no hay quien gestione en que invertir estos fondos, así como la gestión con organizaciones enfocadas a este tipo de apoyos es escasa, es necesario implementar estrategias propias del municipio enfocadas a estrategias de inversión en conjunto con la municipalidad y empresarios ya que es posible concentrar esfuerzos y estrategias para gestionar e invertir en programas críticos que hagan

sostenible el turismo para los interesados, para potenciar el turismo en los diferentes recursos turísticos que posee el municipio.

## **OFERTA TURÍSTICA POCO ATRACTIVA EN LA ZONA DE MONTAÑA**

El municipio de Chiltiupán es conocido por muy pocas personas tanto dentro como fuera del país, las entrevistas a los diferentes actores del turismo del municipio han recalado este como un problema principal, las encuestas dirigidas al mercado consumidor demuestran un desconocimiento total del municipio a pesar de visitar en muchas ocasiones playa El Zonte que es perteneciente al municipio de Chiltiupán, cabe mencionar además que se tiene un deficiente conocimiento sobre el marketing a nivel empresarial y lo que la municipalidad realiza no es lo suficientemente efectivo como para generar una buena estrategia de marketing para aumentar el flujo turístico, otro factor importante son los recursos económicos escasos para este fin.

Esto se pudo confirmar en las encuestas realizadas al mercado consumidor ya que en promedio el 80% de los encuestados no ha visitado el municipio de Chiltiupán, según la entrevista realizada al alcalde de la municipalidad se pudo averiguar que no existe una marca municipio para la promoción de este, al igual que no posee una actividad turística que sea representativa así como los municipios de mayor afluencia como Ataco con su actividad los farolitos, Suchitoto con su infraestructura colonial o alguna actividad gastronómica, teniendo un marca municipio o una actividad representativa se podría presentarlo en un plan de marketing donde este toda la oferta turística que posee el municipio, los negocios que están en el municipio tienen sus páginas de forma individual las cuales algunas son muy conocidas. Se investigó en las redes sociales (ya que es el principal medio que prefieren los encuestados) las páginas de los lugares más visitados en la zona de playa específicamente en playa el Zonte y Playa Km 59, son hotel Palo Verde con 14,406 seguidores y Puro Surf Hotel con 20,323 seguidores, se puede observar cómo individualmente cada negocio tiene una buena promoción.

Por otra parte, en la entrevista con el alcalde comento que no hay planes de emprendimientos para posibles ideas de negocio que tenga los pobladores esto hace que no haya nuevos productos turísticos en la zona de montaña al igual que comento el representante del CDT de Zonte que ellos proponían ideas para promocionar la zona de montaña pero que la municipalidad no las implementaba por lo que solo quedaban en ideas.

## **INSEGURIDAD**

Tal y como muchos municipios en El Salvador, Chiltiupán no es la excepción y en la actualidad el municipio tal y como se menciona en el apartado del inventario turístico cuenta con una gran cantidad de atractivos turísticos que pueden ser potenciados para incrementar su afluencia turística en la zona de montaña, pero para aprovecharlos se debe garantizar la seguridad de los potenciales turistas, debido a que los atractivos se encuentran en su mayoría dentro de cantones de zonas rurales, que de acuerdo al alcalde de la municipalidad se consideran con cantones tranquilos, siempre existe un índice de delincuencia que debe combatirse.

- El primer aspecto a abordar es la importancia que los turistas le asignan al factor de seguridad de un municipio para visitarlo, el aspecto que los consumidores en la actualidad más toman en cuenta para elegir un destino turístico es la Seguridad tal y como se refleja

en el estudio del mercado consumidor en ambos segmentos de estudio de jóvenes y familia donde la Seguridad lidera sobre otros aspectos.

- De acuerdo con la entrevista realizada al representante del CDT de la playa el zonte el municipio actualmente si bien cuenta con un puesto policial de Chiltiupán, éste solamente cuenta con 9 elementos para garantizar la seguridad, aunque se tiene planeado la construcción de un puesto en la zona de playa, la zona de montaña necesita mayor cobertura en seguridad y la reestructuración de su sistema de seguridad pública para cuidar tanto patrimonios culturales como turistas al municipio.
- Al ser un municipio no desarrollado en el sector turismo a excepción de la Playa el Zonte, el municipio no cuenta con un puesto de apoyo de la división de la policía nacional destinada a Turismo (POLITUR) que apoye en la protección de los recursos naturales y culturales, así como la protección de turistas.

### ➤ EFECTOS

De igual manera para dar continuidad al análisis de marco lógico, se determinaron los principales efectos que genera la problemática sobre el “Aprovechamiento no uniforme de los recursos naturales y culturales con vocación turística del municipio de Chiltiupán” los cuales se mencionan a continuación:

#### **DESINTERES DE LO TURISTAS**

Este efecto que el municipio de Chiltiupán vive tiene muchas causas las cuales se pudieron evidenciar en los resultados del mercado consumidor a pesar de que Chiltiupán cuenta con zona de playa y montaña se refleja que los turistas en su mayoría no conocen el municipio, a pesar de que si conocen la playa El Zonte y ¿a qué se debe esto?, como ya lo menciona el problema raíz al aprovechamiento no uniforme de los recursos con vocación turística del municipio. Tal y como lo se muestra en los resultados a continuación:

- De acuerdo a los turistas que han realizado turismo en el departamento de la libertad en el segmento de jóvenes y de familia en Chiltiupán solamente un 10% y 9% respectivamente han visitado el municipio a pesar de cumplir con el top 3 de preferencia de tipo de turismo a realizar en ambos segmentos que son: Turismo de sol y playa, Turismo de Aventura y Turismo de montaña, y los cuales Chiltiupán si puede ofrecer entre sus servicios turísticos, pero que actualmente solo el turismo de Sol y Playa ha sabido desarrollar.
- Un hecho importante que resaltar es que al conocer los motivos de por qué no se visita el municipio de Chiltiupán la respuesta mayor obtenida en estudio del mercado consumidor es que no conocen para nada el municipio lo que contraste con la respuesta sobre lo que visitan a la hora de realizar turismo liderando la Playa El Zonte.
- Adicional a esto de acuerdo a la entrevista realizada al Centro de Alcance Al Turista (CAT), entre los recursos como brochures de publicidad de los sitios turísticos en la Libertad, Chiltiupán sobresale en ellos solamente en su playa El Zonte, ya que como se pudo conocer a través de la entrevista a la Alcaldía del municipio, este no cuenta con un inventario turístico para así, promocionar sus atractivos turísticos de montaña en el CAT.

Con lo anterior se reafirma el hecho que el municipio no ha sabido aprovechar sus dos recursos mayormente demandados su recurso de playa y de montaña lo que genera el desinterés del turista por desconocimiento del mismo Municipio.

### **IMAGEN POCO ATRACTIVA DEL LUGAR**

El municipio de Chiltiupán es conocido por muy pocas personas, las entrevistas a los diferentes actores del turismo del municipio han recalcado este como un problema principal, las encuestas dirigidas al mercado consumidor demuestran un desconocimiento de la oferta turística a pesar de visitar La playa El Zonte, ya que para los turistas la única imagen del municipio es en términos de turismo de Sol y Playa. tal y como lo muestra los siguientes datos:

- En el estudio del mercado consumidor, para los segmentos de jóvenes y familias los sitios más visitados en el municipio de Chiltiupán son: Playa el Zonte, Cascada las golondrinas y peña montada, cabe mencionar que peña montada es un atractivo turístico que se encuentra sobre la calle principal y por tal razón es conocido por muchos turistas al ser un punto de paso.
- Retomando el argumento de la situación publicitaria del municipio en el CAT, no existe material físico que guíe a los turistas o incentive a la exploración del municipio, excluyendo su área de playa.
- Adicionalmente en el estudio interno del municipio y entrevista al alcalde del municipio, se pudo conocer que no existen programas de marketing destinado a aumentar el flujo turístico en el municipio, ni iniciativas como la creación de una marca municipio.

### **DESCONFIANZA DE EMPRESARIOS EN CAPACIDAD DE RECEPCION TURISTICA**

Debido a que el municipio de Chiltiupán cuenta con pocos atractivos turísticos habilitados como se determinó en el inventario turístico, los empresarios desconfían en invertir en la zona, ya que consideran que, si el municipio llegara a recibir una alta demanda de turistas, el municipio no sería capaz de solventar los deseos de dichos turistas

La misma comunidad desconfía al momento de apertura un negocio, por miedo a que, en vez de generar ganancias, se den pérdidas en la inversión por la poca afluencia que tiene el municipio en la zona de montaña, a pesar de que el país está creciendo en materia turística, Chiltiupán se encuentra estancado al no llevar el mismo ritmo de crecimiento como otras zonas, lo que genera que la cuota de mercado turístico de Chiltiupán baje en comparación a la competencia la baja afluencia turística a la zona, genera baja competitividad en comparación a otros lugares turísticos de El Salvador

Cuando se realizó la entrevista con el representante del CDT del Zonte comento que hay muchas iniciativas de empresarios para invertir, pero específicamente en la zona de playa ya que al no a ver ideas de negocio para la zona de montaña para atraer más turistas, no les da la iniciativa de emprender negocios en esta parte del municipio porque no consideran que haya una afluencia necesaria y tampoco lo habrán en el futuro que les beneficie para tener negocios en zona de montaña del municipio, por lo que habría que tomar la cooperación de estos empresarios para generar nuevas ideas de negocios y que la alcaldía motive para emprender a los pobladores de

la zona de montaña así generar nuevos productos turísticos y se genere una mayor afluencia de turistas en todo el municipio.

Ya que el municipio no posee una economía diversificada, es decir, que no posee actividades que los represente por su historia y no tiene una demanda elevada lo cual no permite que existan mayores ingresos para sus habitantes. Por lo que es necesario necesita desarrollar el turismo en la zona de montaña para que pueda considerarse una oferta que atraiga a turistas como a inversionistas y empresas de turismo, ya que carecen de ello.

## **DEFICIENTE INVERSION SOCIAL**

Se puede decir que en la mayoría de los municipios existe un porcentaje considerable de pobreza, sobre todo en sus áreas rurales, por lo cual resulta importante que sus actividades económicas contribuyan en gran medida a la reducción de dicho porcentaje, sin embargo, las fuentes de empleo son limitadas lo cual afecta a los pobladores que buscan mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

En la entrevista con el alcalde manifestó los ingresos de la comuna en concepto de impuestos son bajos debido al hecho expuesto con anterioridad sobre su baja existencia de productos turísticos lo que limita las fuentes de ingreso a la comuna, por lo que la municipalidad le toca recurrir al FODES para poder hacer proyectos sociales en el municipio lo cuales no son muchos por que la mayor parte del FODES se utiliza para otros gasto que tiene la comuna y que son de necesarios cubrir, es por ello que es necesario aumentar el desarrollo turístico local para que inversamente proporcional disminuya la pobreza en el municipio de Chiltiupán, para que se generen más fuentes de empleo para los habitantes del municipio de Chiltiupán y estos puedan mejorar su calidad de vida recibiendo un ingreso económico sustentable para sus familias.

## **TOUR OPERADORES NO INCLUYEN AL MUNICIPIO EN SU OFERTA TURISTICA**

En el municipio de Chiltiupán, este efecto se debe al poco desarrollo de sus atractivos turísticos en la zona natural de montaña ya que como se pudo evidenciar en el desarrollo del inventario turístico un 75% de sus recursos son sitios naturales los cuales en su mayoría no poseen infraestructura adecuada para realizar turismo de manera accesible a los turistas ya que sus vías de acceso y caminos a seguir durante el recorrido no están delimitados ni señalizados, y de acuerdo a las entrevistas realizadas a Tour operadores como Layantli, Cuzca Tours, Mundo Turista y Tour Bus, sobre los principales requisitos para poder pactar con ellos para ofrecer un destino turístico son:

- Que las zonas sean aceptables, con atractivos que generen interés al turista y lugares agradables para el turista. Este aspecto marca las razones del porque el municipio de Chiltiupán por el momento no es incluido dentro de la oferta de Tour Operadores ya que no cuenta con zonas aceptables en lo que respecta a su zona de montaña, como se mencionaba anteriormente la accesibilidad a los atractivos es a través de caminos donde se requiere transporte especial y tramos de caminata donde no son aptos por el momento para garantizar la satisfacción del turista que haga que su visita al municipio se repita. Lo que no ocurre en el área desarrollada del municipio como es su Playa donde en la actualidad el turista si expresa lo agradable del lugar.

#### 4. Enunciado del problema

El municipio de Chiltiupán se encuentra ubicado en una zona privilegiada, cubriendo parte de su territorio la zona alta y otra parte la zona de costa en la cual el turismo juega un papel importante en el estilo de vida de los habitantes. El municipio se encuentra en el departamento de La Libertad, el cual se asocia principalmente al turismo de sol y playa, el municipio cuenta con grandes potenciales turísticos en su parte alta o denominada zona de montaña, posee vistas panorámicas casi única que dejan ver la belleza del litoral y toda la costa así como maravillosas cascadas entre otros atractivos, pero no se han tenido esfuerzos para desarrollarlos y no cuentan con programas que se enfoquen a ello, lo que se ve reflejado en la baja afluencia de turistas al municipio en dicha zona alta, lo cual contrasta con el área de playa del municipio donde, el panorama del turismo es otro y está siendo potenciado al máximo. Por tal razón, en la actualidad se puede afirmar que el municipio de Chiltiupán no está posicionado en el mercado turístico nacional, desaprovechando así una oportunidad importante para destacar en el ámbito turístico con una oferta diferente a la conocida en el mercado, como es su ventaja competitiva sobre la cercanía y vinculación entre dos ambientes totalmente distintos mencionados con anterioridad la zona alta o de montaña y la zona de playa; que permitan a los turistas nacionales y extranjeros conocer la riqueza natural y cultural de sus pueblos y contribuyendo en el desarrollo del municipio.

Analizando las causalidades se puede determinar que la problemática que presenta el municipio es el bajo desarrollo turístico en su zona de alta o de montaña, pues la zona de costa ya cuenta con reconocimiento nacional a través de su playa EL Zonte. Por lo tanto se hace necesario mencionar que todos estos recursos naturales con los que cuenta en la zona alta actualmente no resultan suficientes para atraer y retener un flujo importante de visitantes debido a que las condiciones para recibir turistas no son las adecuadas ya que no cuentan con infraestructura adecuada, señalización y caminos accesibles a los atractivos, servicios básicos, ni cursos de acción a seguir para abordar a los visitantes con la calidad que debería garantizar un municipio que quiere desarrollarse turísticamente. El problema que vive Chiltiupán se puede revertir con la creación de una propuesta de plan de desarrollo turístico que incluya una serie de programas que encaminen al municipio hacia su desarrollo sostenible y que mejore las condiciones socio-económicas de este.

Una vez investigada y expuesta la situación real actual que presenta el municipio de Chiltiupán se valida que existe un **“Aprovechamiento no uniforme de los recursos naturales y culturales con vocación turística del municipio de Chiltiupán”**.

## CAPITULO V: CONCEPTUALIZACION DEL DISEÑO

### A. GENERALIDADES DE LA PROPUESTA

Los capítulos II, III y IV, nos han permitido de una manera sistemática reconocer los principales problemas que enfrenta el municipio de Chilitupán respecto al rubro turístico; pero de igual manera han permitido reconocer los principales recursos turísticos con los que cuenta que permitan formular, un plan de desarrollo sostenible para el municipio, que permita el desarrollo económico de una forma equilibrada en la zona norte de Chilitupán.

A través de una serie de programas enfocados en aprovechar de manera óptima los diferentes recursos naturales, culturales que posee el municipio, así como el establecer alianzas con los principales actores que velan por el desarrollo del turismo en el país.

Tomando como referencia el Plan Estratégico de desarrollo turístico sostenible para Centro América, el cual fundamenta que un buen plan debe contemplar seis áreas estratégicas en las cuales se fundamentan los diferentes programas a ejecutar.

- **Planificación, investigación y desarrollo sectorial:** la cual está enfocada a la realización de políticas y estrategias que permitan desarrollar la oferta turística de manera sostenible.
- **Calidad y competitividad:** se vuelve un área estratégica, pues permite ofrecer una calidad de productos o servicios con un factor diferencial bien definido sobre los competidores.
- **Mercadeo y comunicaciones:** el poder desarrollar una excelente estrategia de mercado, acompañada de los canales de comunicación adecuados se vuelve fundamental para posicionar y promover los destinos turísticos.
- **Seguridad turística:** el garantizarle al turista una condición de seguridad durante su permanencia es importante y le da un valor agregado experiencia del turista.
- **Facilitación turística:** el contar con las condiciones mínimas necesarias es fundamental, pues permitirá al turista desplazarse de una manera cómoda por los diferentes atractivos del lugar.
- **Fortalecimiento institucional:** el poder fortalecer las instituciones a través de capacitaciones en las áreas turísticas, es de vital importancia pues son ellas las principales en velar por el desarrollo adecuado de un plan.

## B. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS VINCULADOS A LAS ÁREAS ESTRATÉGICAS

Tabla 169. Programas de las áreas estratégicas

<b>Área estratégica: Planificación, Investigación y Desarrollo</b>		
<b>Objetivo del área</b>	<b>Programa</b>	<b>Actores involucrados</b>
Contribuir al desarrollo del turismo sostenible a través de estrategias	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollo de productos turísticos para su comercialización.</li> <li>2. Desarrollo de instrumentos estandarizados para la planificación turística</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comité de desarrollo turístico</li> <li>• Municipalidad de Chiltiupán</li> <li>• Ministerio de turismo</li> <li>• CORSATUR</li> <li>• CAT de La Libertad</li> <li>• Población de Chiltiupán</li> <li>• Universidades</li> <li>• ONG's</li> <li>• AMUSDELI</li> <li>• POLITUR</li> </ul>
<b>Área estratégica: Calidad y competitividad</b>		
<b>Objetivo del área</b>	<b>Programa</b>	<b>Actores involucrados</b>
Ofrecer a los turistas productos y servicios competitivos y de calidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollo de un sistema de calidad turística.</li> <li>2. Apoyo y asistencia técnica y financiera las MIPYMEs turísticas.</li> <li>3. Programa de cultura turística.</li> <li>4. Formación y organización turística.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESCATUR</li> <li>• POLITUR</li> <li>• INSAFORP</li> <li>• ITCA FEPADE</li> <li>• Ministerio de cultura</li> <li>• AMUSDELI</li> <li>• Universidades</li> <li>• Organismo Salvadoreño de Normalización</li> </ul>
<b>Área estratégica: Mercado y comunicaciones</b>		
<b>Objetivo del área</b>	<b>Programa</b>	<b>Actores involucrados</b>
Posicionar y promover Chiltiupán como un destino turístico.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estrategia de comunicaciones</li> <li>2. Marketing</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comité de desarrollo turístico</li> <li>• Municipalidad de Chiltiupán</li> <li>• Ministerio de turismo</li> <li>• CORSATUR</li> <li>• CAT de La Libertad</li> <li>• Medios de comunicación</li> <li>• Tours Operadores</li> <li>• Empresas especializadas en marketing</li> </ul>



<b>Área estratégica: Seguridad turística</b>		
<b>Objetivo del área</b>	<b>Programa</b>	<b>Actores involucrados</b>
Procurar al turista condiciones de seguridad durante su visita al municipio, que contribuya a una experiencia satisfactoria.	1. Seguridad turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de justicia y seguridad pública.</li> <li>• POLITUR</li> <li>• PNC</li> </ul>
<b>Área estratégica: Facilitación turística</b>		
<b>Objetivo del área</b>	<b>Programa</b>	<b>Actores involucrados</b>
Promover condiciones necesarias y suficientes para que el visitante tenga las condiciones necesarias para su desplazamiento.	1. Mejoramiento de vías de acceso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipalidad de Chilitupán</li> <li>• Comité de desarrollo turístico</li> <li>• Ministerio de turismo</li> <li>• Guías turísticos</li> <li>• Ministerio de obras públicas</li> <li>• FOVIAL</li> </ul>
<b>Área estratégica: Fortalecimiento institucional</b>		
<b>Objetivo del área</b>	<b>Programa</b>	<b>Actores involucrados</b>
Contribuir al fortalecimiento y desarrollo de capacidades de las diferentes instituciones que integran el turismo nacional.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gestión de comunicación interinstitucional.</li> <li>2. Gestión de cooperación.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ministerio de turismo</li> <li>•Municipalidad de Chilitupán</li> <li>•CORSATUR</li> <li>•CASATUR</li> <li>•INSAFORP</li> </ul>

Fuente: Adaptado Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2009-2013

### C. SELECCIÓN DE LOS PROGRAMAS A DISEÑAR

Los programas que deberá contener el plan de desarrollo turístico, deberán ser seleccionados de manera que cumplan con el objetivo del plan, así mismo con una serie de criterios que se definen a partir de los resultados del diagnóstico, reflejados en el árbol de problemas, estos programas deberán de integrar por lo menos un área estratégica necesaria para un plan de desarrollo turístico éxito.

Las problemáticas que deberán resolver los programas en base al del árbol de problemas son los siguientes:

- Deficiente Organización
- Poco Financiamiento
- Falta de productos turísticos
- Carencia de Infraestructura
- Limitada Oferta turística
- Bajo flujo turístico
- Perdida de cultura local
- Poco emprendedurismo local
- Inseguridad

Para la selección de los programas a desarrollar, listaremos los programas de las áreas estratégicas en una matriz y marcaremos las diferentes problemáticas a las cuales se les da solución por medio de los respectivos programas. Las problemáticas listadas se les asignarán un valor así poder elegir en base a un criterio cuantitativo, para lo cual se tendrán los valores siguientes en función de la importancia que representa el poder darle solución en el mediano plazo a las problemáticas.

- Alta            10
- Mediana       5
- Baja            1

Asignando cada valor en la problemática marcada a la que se le da solución con el programa a desarrollar, luego sumando los respectivos valores y seleccionando aquellos programas que tengan una suma igual o superior a 45.

Tabla 170. Problemáticas que se resuelven con los programas

<b>Problemas Programas</b>	<b>Organización</b>	<b>Financiamiento</b>	<b>Productos turísticos</b>	<b>Oferta turística</b>	<b>Infraestructura</b>	<b>Flujo turístico</b>	<b>Cultura Local</b>	<b>Emprendedurismo</b>	<b>Inseguridad</b>
Desarrollo de productos turísticos para su comercialización.			X	X	X	X	X	X	
Desarrollo de instrumentos para la planificación turística	X							X	X
Desarrollo de un sistema de calidad turística			X	X	X	X		X	X
Apoyo, asistencia técnica y financiera a negocios turísticos	X	X		X				X	
Programa de cultura turística			X	X			X	X	
Formación y organización turística	X			X			X	X	X
Estrategia de comunicaciones	X					X	X	X	
Marketing		X	X	X		X	X	X	
Seguridad turística	X		X	X		X			X
Mejoramiento de vías de acceso					X			X	X
Gestión de comunicación interinstitucional	X	X						X	
Gestión de Cooperación	X	X	X	X	X		X	X	X

Fuente: Elaboración propia

Tabla 171. Resultados de selección de programas a desarrollar

Problemas Programas	Organización	Financiamiento	Productos turísticos	Oferta turística	Infraestructura	Flujo turístico	Cultura Local	Emprendedurismo	Inseguridad	TOTAL
Desarrollo de productos turísticos para su comercialización.			10	10	5	5	5	10		45
Desarrollo de instrumentos para la planificación turística	10							10	10	30
Desarrollo de un sistema de calidad turística			10	10	5	5		10	10	50
Apoyo, asistencia técnica y financiera a negocios turísticos	10	5		10				10		35
Programa de cultura turística			10	10			5	10		35
Formación y organización turística	10			10			5	10	10	45
Estrategia de comunicaciones	10					5	5	10		30
Marketing		5	10	10		5	5	10		45
Seguridad turística	5		5	5		10			10	35
Mejoramiento de vías de acceso					5			10	10	25
Gestión de comunicación interinstitucional	10	5						10		25
Gestión de Cooperación	10	5	10	10	5		5	10	10	65

Fuente: Elaboración propia

## D. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 172. Matriz de consistencia de la conceptualización de diseño

Área problema	Descripción del área problema	Componente de solución	Descripción del componente de solución
<b>Organización</b>	Deficiente organización que vele por el desarrollo del turismo del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación y capacitación turística</li> </ul>	El programa se enfocará en la creación de áreas que se ven involucradas en el ámbito turístico, de manera que se logre un mejor desarrollo a partir de cada una de estas.
<b>Financiamiento económico</b>	El no contar con recursos económicos suficientes, se ha convertido en una barrera para el desarrollo turístico de Chilitupán, pues el presupuesto designado para este rubro no es suficiente para potenciar los recursos turísticos que poseen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de promoción y publicidad del municipio de Chilitupán</li> <li>• Programa de gestión de cooperación.</li> </ul>	Estos programas estarán enfocados en el desarrollo de capacidades de emprendedores en áreas turísticas que permitan la creación productos que sean rentables para el municipio
<b>Productos turísticos</b>	Chilitupán cuenta con una gran cantidad recursos con vocación turísticas, pero no han sido materializados en productos; por lo cual el municipio no posee en la parte de montaña.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de productos turísticos para su comercialización.</li> <li>• Desarrollo de un sistema de calidad turística</li> <li>• Programa de promoción y publicidad del municipio de Chilitupán</li> <li>• Gestión de cooperación</li> </ul>	Programas enfocado en el desarrollo y posicionamiento de productos turísticos que satisfagan de necesidades de actores y mercado consumidor
<b>Oferta turística</b>	El municipio posee una muy poca diversidad de oferta turística, la cual se basa en turismo de sol y playa, en lo que a pesar de tener 4 playas solamente playa El Zonte tiene una planta turista más completa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de desarrollo de productos turísticos para su comercialización.</li> <li>• Programa de formación y organización turística</li> </ul>	Los programas mencionados estarán enfocados en desarrollar productos turísticos que permitan la diversificación de la oferta turista, con el componente de aprovechar el potencial cultural de Chilitupán y los

			diversos recursos naturales con los que cuenta.
<b>Infraestructura</b>	Poca infraestructura turística del municipio, así como calles de acceso no son adecuados, agregando el poco financiamiento económico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de Gestión de cooperación</li> </ul>	Programa está enfocado en establecer alianzas estratégicas que permitan el mejoramiento de infraestructura, así como el mejoramiento de los accesos de a los recursos turísticos del municipio.
<b>Flujo turístico</b>	Actualmente el flujo de turistas para el municipio, especialmente de la zona de montaña es muy bajo por lo cual no se logra el aprovechamiento de los recursos con vocación turísticas, teniendo como resultado una economía estancada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de desarrollo de productos turísticos para su comercialización.</li> <li>• Programa de promoción y publicidad del municipio de Chiltiupán</li> </ul>	Programas enfocados al incremento del flujo turístico por medio del desarrollo de productos turísticos aprovechando los recursos y a través de programas de marketing posicionarlos en el mercado turístico nacional, como en mercado internacional aprovechando los turistas extranjeros de la playa El Zonte
<b>Perdida de la Cultura Local</b>	Chiltiupán es un municipio con una enorme riqueza cultural e histórica, pero con el paso del tiempo ese valor se ha ido perdiendo por dos factores claves el primero por no conservar los recursos históricos y por no dar a conocer la importancia cultural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de un sistema de calidad turística</li> </ul>	Programa orientado a la recuperación, mantenimiento y difusión de la riqueza e importancia histórica y cultural que posee el municipio de Chiltiupán, a fin de potenciarlo para que forme parte de un producto turístico identitario del municipio.

<b>Emprendedurismo</b>	Falta de apoyo a través de la capacitación y organización de emprendedores, no ha permitido el desarrollo de oferta turística en el ámbito de servicios o de productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación y capacitación turística</li> </ul>	Programa enfocado en apoyar a los pequeños emprendedores del municipio a través de capacitación por medio de instituciones, así como la búsqueda de apoyo económico para funcionamiento de sus ideas de negocio.
<b>Inseguridad</b>	Los índices de inseguridad que ha mostrado el país a lo largo de los últimos años y agregando los pocos elementos de la policía nacional civil con la que cuenta el municipio, no son suficientes para brindar seguridad en materia turística.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de cooperación</li> </ul>	El programa será enfocado en la gestión con las autoridades para brindar elementos claves para mejorar la seguridad turística

Fuente: Elaboración propia

Los proyectos propuestos para el Plan de Desarrollo Turístico del municipio de Chiltiupán, se encuentran relacionados con las líneas estratégicas del Plan Maestro de Ordenamiento Territorial de Áreas Turísticas Prioritarias de la Costa del Bálsamo siendo este el fundamento para ejecución de la estrategia nacional Surf City, relacionándose de la siguiente manera:

Tabla 173. Relación del plan de desarrollo turístico con la estrategia nacional surf city.

<b>PLAN MAESTRO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE ÁREAS TURÍSTICAS PRIORITARIAS DE LA COSTA DEL BÁLSAMO</b>		<b>PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL MUNICIPIO DE CHILTIUPÁN, LA LIBERTAD, INTEGRADO A LA ESTRATEGIA NACIONAL DE SURF CITY</b>
<b>LÍNEA ESTRATÉGICA</b>	<b>ACCIONES CLAVES</b>	<b>PROYECTOS</b>
Fortalecimiento de la infraestructura y equipamiento turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de movilidad turística</li> <li>• Plan de señalización turística</li> <li>• Programa de apoyo financiero a creación de micropymes turísticas</li> <li>• Plan de interpretación del patrimonio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto de Infraestructura turística</li> <li>• Proyecto de Señalización turística</li> <li>• Proyecto de Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales</li> <li>• Formación para emprendedores turísticos</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación de guías turísticos.</li> </ul>

<p>Promoción de la capacitación profesional y del emprendimiento en el sector turístico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de capacitación turística para funcionarios municipales</li> <li>• Programa de capacitación turística para profesionales del sector turístico</li> <li>• Convenios de colaboración con entidades educativas de ámbito</li> <li>• Programa de aceleración para micropymes turísticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación para emprendedores turísticos</li> <li>• Seguridad turística</li> </ul>
<p>Fomento del ordenamiento turístico sobre la base del asociacionismo y la participación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de fortalecimiento de los CDT</li> <li>• Campaña de sensibilización para la población local.</li> <li>• Creación de mesa sectorial para el desarrollo turístico del destino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación del CDT</li> <li>• Buenas prácticas de turismo sostenible</li> <li>• Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales</li> </ul>
<p>Reducción del impacto de la actividad turística. Conservación de los valores naturales y culturales del destino Regulación de la actividad turística privada</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña de sensibilización medioambiental para empresarios</li> <li>• Código de conducta para el Turismo responsable</li> <li>• Guía de buenas prácticas medioambientales para empresarios</li> <li>• Creación de instrumentos locales para el ordenamiento y desarrollo territorial</li> <li>• Plan de cumplimiento normativo para los servicios turísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenas prácticas de turismo sostenible</li> <li>• Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales</li> <li>• Señalización turística</li> </ul>
<p>Crear una oferta turística, competitiva e inclusiva, a nivel de destino. Promoción y comercialización en el mercado nacional e internacional. Fortalecimiento de la seguridad del turista</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de creación de producto turístico</li> <li>• Creación de observatorio de turismo sostenible</li> <li>• Plan de promoción y comercialización del destino</li> <li>• Plan integral de seguridad turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de circuitos turísticos.</li> <li>• Creación de marca municipio.</li> <li>• Formación para emprendedores turísticos.</li> <li>• Organización y participación de ferias y eventos.</li> <li>• Gestión de alianzas comerciales</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia



## 1. Importancia de los programas

Para determinar la importancia de cada programa al Plan de desarrollo, se utilizó la ponderación obtenida en la selección de programas a desarrollar, ver tabla 171. La cual lista los programas de las áreas estratégicas de un buen Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible, donde se obtienen los porcentajes de importancia, en función de la puntuación de cada programa, que además da una solución a las problemáticas determinadas a partir del análisis de marco lógico.

Tabla 174. Porcentaje de importancia de los programas

Programa	Puntuación	Importancia
Desarrollo de productos turísticos para su comercialización	45	18%
Desarrollo de un sistema de Calidad turística	50	20%
Formación y organización Turística	45	18%
Programa de Marketing	45	18%
Gestión de Cooperación	65	26%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

## 2. Importancia de los proyectos

La obtención de la importancia de los diferentes proyectos del plan de desarrollo, se ha obtenido de manera cualitativa, en función de los resultados producidos en función del tiempo al ser ejecutados, los cuales se plantean en el corto, mediano y largo plazo.

Tabla 175: Importancia de los programas en función de resultados

Programa	Proyecto	Resultados		
		Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
Desarrollo de productos turísticos para su comercialización	Diseño de Circuitos turísticos	X		
	Señalización turística	X		
	Infraestructura turística	X		
	Museo Municipal			X
Desarrollo de un sistema de Calidad turística	Buenas prácticas de turismo sostenible		X	
	Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales			X
Formación y organización Turística	Creación del CDT	X		
	Creación de la unidad de turismo	X		
	Formación para emprendedores		X	

Programa de Marketing	Creación de marca municipio		X	
	Promoción del municipio de Chilitiupán	X		
	Organización y participación de ferias y eventos			X
	Gestión de alianzas comerciales			X
Gestión de Cooperación	Financiamiento	X		
	Capacitación de guías turísticos	X		
	Seguridad turística		X	

Fuente: Elaboración propia

En base a la tabla anterior se recomienda priorizar aquellos programas que tengan resultados en el corto tiempo desde su momento de ejecución, seguido con los de mediano plazo y por último los de largo plazo, esto ayudara al momento de su ejecución sino se cuenta con los recursos económicos necesarios o por situaciones externas a la implementación.

## E. ESQUEMATIZACIÓN DE LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO



Esquema 9. Conceptualización del diseño

Fuente: Elaboración propia

## F. DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS DEL PLAN DE DESARROLLO

### 1. Programa de desarrollo de productos turísticos para su comercialización.

**Objetivo:** Diseñar productos turísticos que sean atractivos para los diferentes segmentos de identificados para el municipio de Chiltiupán, considerando procesos idóneos al prestar servicios turísticos permitiendo una diversificación de la oferta turística, que le permita al municipio de Chiltiupán convertirse en un nuevo destino turístico de El Salvador.

**Descripción:** Enfocado en las combinaciones de recursos y atractivos del municipio de Chiltiupán, involucrando turismo cultural y rural para el diseño de propuesta de productos turísticos que cumplan con las expectativas del mercado consumidor y de los actores involucrados, permitiendo tener una mejor oferta turística.

#### Posibles proyectos:

- Diseño de circuitos turísticos
- Señalización turística
- Infraestructura turística
- Museo municipal

### 2. Programa de diseño de un sistema de calidad turística

**Objetivo:** Diseñar un programa de calidad turística enfocado al desarrollo de la zona costera y zona de montaña del municipio de Chiltiupán respetando términos de calidad dentro de los productos turísticos incluyendo prácticas de turismo sostenible.

**Descripción:** Enfocado en satisfacer en las exigencias de los actores y consumidores del rubro turístico, a través de una serie de políticas de acción, enfocadas a la sostenibilidad de los recursos utilizados en el plan de desarrollo.

#### Posibles proyectos:

- Buenas prácticas de turismo sostenible
- Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales

### 3. Programa de formación y organización turística

**Objetivo:** Diseñar la estructura de organización turística, que permita el fortalecimiento de los actores del municipio para el desarrollo del turismo.

**Descripción:** Será diseñado para apoyar a pequeños emprendedores con el fin de motivarlos por medio de la capacitación, de manera que se diversifique la economía en la zona de montaña, así mismo desarrollar la estructura organizativa en pro del desarrollo del turismo.

**Posibles proyectos:**

- Creación del CDT.
- Creación de la unidad de turismo
- Formación para emprendedores turísticos

**4. Programa de promoción y publicidad del municipio de Chilitupán**

**Objetivo:** Crear estrategias de promoción y publicidad que permitan el posicionamiento del municipio de Chilitupán como destino turístico.

**Descripción:** El programa constará de estrategias que promuevan el desarrollo de actividad turística en el municipio de Chilitupán, considerando los productos turísticos que sean atractivos para el segmento de mercado determinado.

**Posibles proyectos:**

- Creación de marca municipio de Chilitupán
- Promoción del municipio de Chilitupán
- Organización y participación de ferias y eventos
- Gestión de alianzas comerciales

**5. Gestión de cooperación**

**Objetivo:** Realizar alianzas con las diferentes instituciones que permitan la ejecución del proyecto en beneficio del desarrollo turístico.

**Descripción:** Establecer proyectos de cooperación económica y técnica, de manera que se pueda mejorar la infraestructura turística del municipio, así como la seguridad de los turistas.

**Posibles proyectos:**

- Financiamiento
- Capacitación de guías turístico
- Seguridad turística

## **CAPITULO VI: DESARROLLO DEL PLAN TURISTICO**

### **A. PROGRAMA 1: DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA SU COMERCIALIZACIÓN**

#### **Introducción al programa**

El tener una oferta turística más amplia es la principal apuesta de todo municipio que desee desarrollar el turismo como fuente generadora de desarrollo; debido a que cada día los turistas demandan nuevas aventuras o nuevos sitios los cuales poder descubrir.

Es por eso que se presenta el programa de desarrollo de productos turísticos, que incluya los principales atractivos característicos del municipio, permitiendo dar a conocer la majestuosidad natural y el fortalecimiento de la cultura e historia de Chiltiupán.

El programa muestra la mejora e innovación de los atractivos turísticos, donde se tomarán como base alguna infraestructura que ya posee el municipio de Chiltiupán, donde surgirán diseños para áreas específicas las cuales pretenden incorporar un elemento diferenciador en la zona, al igual que se debe incorporar la señalización ya que esta será de carácter informativa o preventiva y esto logra dar un mayor reconocimiento a los atractivos que posee en municipio de Chiltiupán.

#### **Objetivos del programa**

- Diseñar una propuesta de productos turísticos que responda a los intereses de los principales actores de la actividad turística, pero principalmente al mercado objetivo, de los agentes operadores y prestadores de servicios turísticos y de la comunidad local para potencializarse turísticamente como municipio.
- Diseñar infraestructura turística necesaria para brindar un servicio de calidad.
- Determinar los productos que formaran parte del plan, así como los requerimientos necesarios para su desarrollo.

#### **1. Proyecto 1: Diseño de circuitos turísticos**

##### **Objetivos**

- Diseñar circuitos turísticos para los diferentes segmentos de mercado, permitiendo así el aumento de la oferta turística del municipio.
- Definir los atractivos que formaran parte de los diferentes circuitos en base a una serie de criterios que abarquen las preferencias de los turistas.
- Establecer requerimientos necesarios para la prestación del servicio de recorridos turísticos.

##### **Conceptos**

**Circuito turístico:** son un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos, caracterizados por tener contenido e interés turístico, ser permanentes, tener itinerarios previamente establecidos, incluyendo horarios fijos de salida y llegada, así como también paradas en determinados sitios para comidas, alojamientos, diversiones, recreación en general y visitas a lugares o monumentos nacionales.

Elementos de un circuito turístico:

- Un espacio concreto
- Un patrimonio natural o cultural
- Una temática, cuando sea especializado
- La capacidad de innovación

**El espacio o territorio:** este elemento puede considerarse un circuito en local o regional, según sea el tamaño del territorio que abarque.

**La temática:** los circuitos pueden ser generales o temáticos, son generales cuando se desarrollan de distintos temas brindando un panorama global sobre el lugar visitado. Y los temáticos desarrollan temas específicos que implica un mayor nivel de profundidad y especificación.

**Los atractivos:** son bienes o manifestaciones con capacidad de motivar o inducir el viaje o, lo que es lo mismo, el desplazamiento de personas.

**Creatividad para la innovación:** lo importante de este elemento es que permite ser competitivo, en este sentido la innovación abarca dos niveles de acción: el primero la tecnología empleada para asegurar la operación y el segundo nivel la capacidad de crear productos atractivos.

### **Clasificación de circuitos turísticos**

Por el espacio que abarcan, pueden ser locales o regionales; por su temática pueden ser generales o temáticos y en función de su diagramación pueden ser lineales o circulares:

- Lineales: cuando su diagrama presenta un trazado rectilíneo. Los cuales pueden correr de forma paralela a algún accidente geográfico o a alguna carretera.
- Circulares: llamados también triangulares; son aquellos donde el punto de inicio y de finalización de la ruta son los mismos y en cuyo recorrido no se repite la misma calle o camino.

En el diseño de los circuitos del proyecto se desarrollarán tres circuitos con una temática para los segmentos de mercado, estudiados en la etapa de diagnóstico.

**Capacidad de carga:** Mathieson y Wall (1986) señalan que la capacidad de carga turística es el número máximo de visitantes que usa un espacio sin alterar el medio físico y ni disminuir la calidad de la experiencia de los visitantes.

Organización Mundial del Turismo (1981), señala que la capacidad de carga representa el máximo número de visitantes que puede recibir un lugar geográfico o entidad física sin que provoque una alteración inaceptable de los entornos físico y social ni una reducción inaceptable de la calidad de la experiencia de los visitantes.

En este sentido, la capacidad de carga turística es un mecanismo de planeación que requiere decisiones de manejo y no la solución a los problemas de visitación de un sitio turístico: en otras palabras, es conveniente determinarla de acuerdo con las características particulares de cada sitio por separado.

El proceso para determinar la capacidad de carga consta de tres niveles:

- Cálculo de Capacidad de Carga Física (CCF)
- Cálculo de Capacidad de Carga Real (CCR)
- Cálculo de Capacidad de Carga Efectiva (CCE)

Estos tres niveles de capacidad de carga tienen una relación que se puede representar como sigue:

$$CCF \geq CCR \geq CCE$$

Los cálculos se basan en los siguientes criterios:

- Una persona requiere normalmente 1m<sup>2</sup> de espacio para moverse libremente; para senderos se traduce a en 1 m lineal, siempre que el ancho del sendero sea menor que 2 m.
- El horario de visita a cada atractivo será de 8:00 am a 5:00 pm a excepción de las playas.
- El tiempo de permanencia en los diferentes atractivos es el establecido en cada itinerario de los circuitos

### Capacidad de carga física

Capacidad de carga física (CCF): Es el límite máximo de visitas que se pueden hacer al sitio durante un día. Está dada por la relación entre factores de visita (horario y tiempo de visita), el espacio disponible y la necesidad de espacio por visitante. Para el cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$CCF = \frac{S}{Sp} * NV$$

Donde:

- S=Superficie disponible
- Sp= superficie utilizada por persona (1 m<sup>2</sup>)
- NV= número de veces que el sitio puede ser visitado por una persona

$$NV = \frac{Hv}{Tv}$$

Donde:

- Hv= Horario de visita
- Tv= Tiempo necesario para visitar el lugar

### Capacidad de carga real (CCR)

Capacidad de carga real (CCR): Es el límite máximo de visitas, determinado a partir de la CCF de un sitio, tras someterlo a los factores de corrección definidos en función de las características particulares del sendero. La capacidad de carga real corresponde a la siguiente expresión matemática:

$$CCR = CCF(FCsoc * FCacc)$$

Se sometió la CCF a una serie de factores de corrección, particulares para cada sitio. Los factores de corrección considerados en este estudio fueron:

- Factor Social (FCsoc)
- Accesibilidad (FCacc)

Los factores se calculan en función de la fórmula general

$$FCx = \frac{Mlx}{Mtx}$$



Donde:

- FCx = Factor de corrección por la variable “x”
- Mlx = Magnitud limitante de la variable “x”
- Mtx = Magnitud total de la variable “x”

### Capacidad de carga efectiva

Capacidad de carga efectiva (CCE): Es el límite máximo de visitas que se puede permitir para ordenarlas y manejarlas. Se obtiene comparando la Capacidad de Carga Real (CCR) con la Capacidad de Manejo (CM) de la administración del área, que se define como la suma de condiciones que la administración de un área protegida necesita para poder cumplir con sus funciones y objetivos. La cual se define con la siguiente expresión matemática:

$$CCE = CCR * CM$$

Donde:

- CM= Capacidad de manejo

Para realizar una aproximación de la capacidad de manejo del Monumento, fueron consideradas las variables: **personal, infraestructura y equipamientos**.

El cálculo de la capacidad de manejo se determina por la siguiente expresión matemática:

$$CM = \frac{\text{Infraestructura} + \text{Equipamiento} + \text{personal}}{3} * 100$$

## Propuestas de circuitos turísticos para Chiltiupán

### 3.1 Circuito Entre playa y montaña

El circuito “Entre playa y montaña” enfocado para el segmento joven dirigido al turismo de aventura y turismo natural debido a las características de los recursos con los que cuenta el municipio, además se tomara en cuenta los resultados del estudio de mercado consumidor para este segmento.

#### 3.1.1 Selección de atractivos turísticos

Para seleccionar los atractivos que conformaran este circuito, es importante que estos cumplan los siguientes criterios.

1. Ser “Recursos Estratégicos” o “Recursos a impulsar en el mediano plazo”: estos han sido identificados en la priorización de recursos, determinada en el inventario de recursos turísticos.
2. Que en el recurso se pueda realizar los siguientes tipos de turismo, los cuales han sido determinados en el estudio de mercado consumidor, con mayor preferencia de este segmento:
  - a. Turismo de sol y playa
  - b. Turismo de montaña
  - c. Turismo en pueblos
  - d. Turismo de aventura
3. Relación con otros recursos: este criterio es importante, así se logra integrar un circuito con una diversidad de recursos.

Tabla 176. Ponderación de criterios de selección de atractivos

Criterio	Ponderación	Calificación	
Priorización	40%	Recurso Estratégico	10
		Recurso a impulsar en el mediano plazo	5
Tipo de turismo	50%	Sol y playa	10
		De montaña	7
		De aventura	4
		En pueblos	1
Relación	10%	Alta	10
		Baja	1

Fuente: Elaboración propia

Con las ponderaciones asignadas a los criterios establecidos, así como la calificación a estos se procede a realizar la evaluación de los recursos turísticos; en esta evaluación solamente se han incluido los recursos estratégicos y los recursos que impulsar en el mediano plazo; pues son estos los principales para la puesta en operación del plan de desarrollo.

Tabla 177. Evaluación de recursos turístico

Recurso	Priorización	Tipo de turismo	Relación	Puntaje
Playa El Zonte	10	10	5	9,5
Playa km 59	10	10	5	9,5
Extracción del Bálsamo	10	7	10	8,5
Cascada Santa Elena	10	7	10	8,5
Poza El Letrero	10	7	10	8,5
Poza Tres Chorros	10	7	10	8,5
Cueva Los Ladrones	10	7	5	8
Cascada Los Cuyos	10	7	5	8
Túnel de la Litoral	10	4	5	6,5
Cueva El Limón	5	7	10	6,5
Cascada las Golondrinas	5	7	10	6,5
Poza El Tecolote	5	7	10	6,5
Parroquia Santo Domingo	10	1	10	5,5
Fiestas patronales	10	1	5	5

Fuente: Elaboración propia

Para determinar los recursos que integraran el circuito “Entre playa y montaña”, se consideraran aquellos cuyo puntaje sea como mínimo de 8.0 y luego se seleccionaran según cercanía entre ellos, quedando conformados por los siguientes recursos:

- Parque Municipal de Chiltiupán
- Playa El Zonte
- Extracción del Bálsamo
- Cascadas Santa Elena
- Poza Tres Chorros
- Cueva los Ladrones

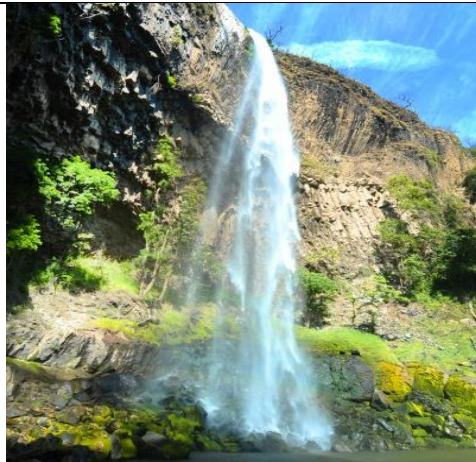
3.1.2 Especificaciones del circuito “Entre playa y montaña”

Responsable	CDT de Chilitupán	
Descripción	Circuito diseñado para el segmento joven analizado en el mercado consumidor, el cual tiene un enfoque de turismo de montaña, combinado con el turismo de sol y playa; con los cuales se darán a conocer los atractivos con los que cuenta el municipio.	
<b>Atractivos a visitar</b>		
Parque Municipal de Chilitupán		
Poza Tres Chorros		

Extracción de Bálsamo



Cascada Santa Elena



Cueva Los Ladrones



Playa El Zonte



Características	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Circuito dirigido a jóvenes de entre las edades de 16 a 35 años</li> <li>• La duración del recorrido está contemplada para un día, pero existe la posibilidad de alojamiento en la playa El Zonte.</li> <li>• Punto de reunión será el parque municipal de Chiltiupán</li> <li>• Se contará con un guía turísticos por grupos de 15 personas<sup>13</sup></li> <li>• Por las distancias al área urbana y las características de la zona, se contará servicio de transporte</li> <li>• Se deberá gestionar el recorrido al menos con tres días de anticipación</li> <li>• Se deberá cancelar el 50% anticipadamente</li> <li>• Contará con un grupo para atender emergencias</li> <li>• Contará con presencia de elementos de la policía de turismo</li> <li>• El almuerzo se realiza en el comedor municipal; donde los diferentes emprendedores expondrán su gastronomía, también estará abierto para los restaurantes de la playa</li> </ul>	

### 3.1.3 Proceso del servicio

La descripción de las actividades del proceso de prestación de los servicios, para el desarrollo del recorrido de los diferentes circuitos se basa en dos etapas:

- La primera etapa en la logística para brindar el servicio
- La segunda etapa en el proceso del desarrollo del recorrido.

#### a) Logística del servicio

*Tabla 178. Logística para brindar el servicio*

Nº	Actividad	Descripción
1	Recepción de solicitud para recorrido	Esta se podrá hacer por medio de llamada telefónica, correo electrónico o por redes sociales.
2	Verificar disponibilidad para el recorrido.	Es importante asegurarnos que, para la fecha solicitada, se tenga la disponibilidad en tiempo y no coincida con otro recorrido programado.
3	Brindar información	Detallar al solicitante en que consiste el recorrido, que incluye, las restricciones y que es lo necesario para el turista.
4	Confirmar compra del recorrido	Una vez brindada la información confirmar, la venta del recorrido.
5	Solicitar anticipo del precio del recorrido y la información de los visitantes.	Se deberá realizar el depósito a una cuenta bancaria del CDT del municipio; la información solicitada de los visitantes será de carácter confidencial y es para establecer un control de los visitantes al municipio.
6	Coordinar transporte para visitantes	Una vez confirmado el anticipo, se debe gestionar el transporte para el recorrido de los diferentes atractivos del municipio.

<sup>13</sup> Fuente: NTS 03.55.01\_12



7	Gestionar servicios turísticos para visitantes	Teniendo definida la cantidad de visitantes es importante establecer la comunicación con quienes prestan servicios turísticos de restaurantes y alojamientos (si estos serán requeridos)
8	Designar guías turísticos	El CDT deberá ponerse en comunicación con los guías turísticos, brindando las características del grupo visitante
9	Coordinar seguridad con la POLITUR	Se deberá ponerse en contacto con el puesto de POLITUR de La Libertad, para que brinden acompañamiento en el recorrido.

b) Prestación del servicio

Es importante definir las principales actividades del proceso de prestación del servicio de recorridos turísticos para que estas puedan ser retro alimentadas al momento de realizar los recorridos puedan ser mejorados.

*Tabla 179. Actividades para la prestación del servicio del circuito Entre Playa y Montaña*

Nº	Actividad	Descripción
1	Bienvenida	El encargado junto al guía turístico designado recibirá a los turistas, dando a conocer de manera general los lugares a visitar.
2	Revisar la lista de personas	En base al listado proporcionado en la recepción, deberá corroborarse que encuentren todos y si hay personas que no están incluidas, deberán anexarse al listado.
3	Cobrar el resto del recorrido	Los turistas deberán cancelar el 50% restante del recorrido, como se ha especificado en las características.
4	Revisar transporte	Asegurar que el transporte para el recorrido esté disponible, tal como se acordó con el transportista.
5	Proporcionar indicaciones	El guía turístico deberá proporcionar las indicaciones generales del recorrido, que se debe realizar para evitar accidentes y que se debe hacer si estos suceden.
6	Entrega de mapa del recorrido	El encargado del CDT junto al guía turístico, entregaran un mapa del circuito a realizar, así como información del municipio.
7	Revisar implementos necesarios	El encargado del CDT con el guía turístico deberá asegurarse que todos los implementos para atender una emergencia se encuentren correctamente.
8	Confirmar presencia de elementos de la POLITUR	Se deberá constatar que se cuenten con los agentes de la policía de turismo, para que acompañen durante el recorrido.
9	Iniciar itinerario	El guía turístico dará inicio con el recorrido, cumpliendo con el itinerario establecido para el mismo.
10	Despedir a los turistas	Una vez terminado el recorrido despedir a los turistas y darles el agradecimiento por la visita al municipio.

Fuente: Elaboración propia

c) Itinerario del recorrido Entre Playa y Montaña

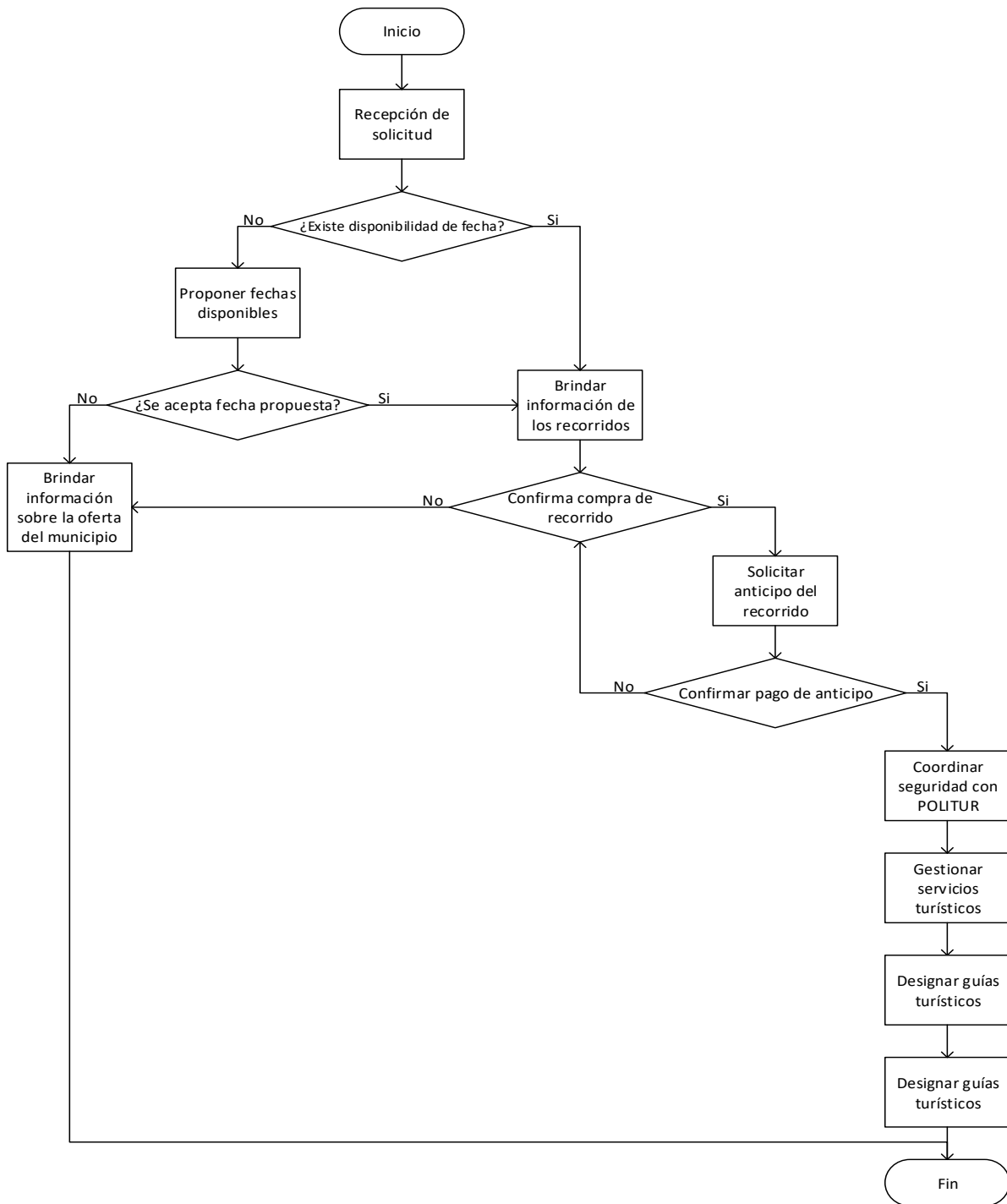
El diseño de un itinerario permitirá presentar cada atractivo visitado, permitiendo la visita de todos los atractivos ofertados.

Tabla 180. Itinerario de recorrido circuito Entre Playa y Montaña.

Duración: 1 día	Temática: Turismo de Montaña y Turismo de sol y playa	Dificultad: Media
Idioma de guía: Español	Recorrido: Zona montañosa de Chiltiupán	Tiempo del recorrido 8:00 am - 6:30 pm
Hora	Actividades	Lugar
8:00 AM	Concentración para la salida	Parque municipal
8:30 AM	Salida hacia Poza Tres Chorros, en el Cantón Siberia	Parque municipal
9:10 AM	Llegada a Poza Tres Chorros	Cantón Siberia
10:00 AM	Recorrido del lugar (Un baño en el río el Zonte, toma de fotografías)	Cantón Siberia
12:00 PM	Retorno al área urbana de Chiltiupán	Cantón Siberia
12:40 PM	Almuerzo en Comedor Municipal	Área urbana
1:30 PM	Salida hacia Cascadas Santa Elena	Área urbana
2:00 PM	Llegada a Cascadas Santa Elena	Cantón Cuervo Abajo
2:15 PM	Recorrido por el lugar, toma de fotografías y observación de la extracción de bálsamo	Cantón Cuervo Abajo
3:30 PM	Salida hacia Cueva Los Ladrones	Área urbana
4:00 PM	Recorrido en Cueva Los Ladrones (Toma de fotografías, disfrute de paisajismo)	Cantón Las Flores
4:30 PM	Salida hacia Playa El Zonte	Cantón Las Flores
5:00 PM	Recorrido por Playa El Zonte (Apreciación del atardecer, toma de fotografías)	Cantón El Zonte
6:30 PM	Retorno a Ciudad Capital	Cantón El Zonte
Requisitos para el recorrido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa cómoda y liviana</li> <li>• Zapatos deportivos</li> <li>• Gorra</li> <li>• Repelente de insectos</li> <li>• Protector solar</li> <li>• Bebidas re hidratantes</li> </ul>	
Restricciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo de bebidas alcohólicas</li> </ul>	
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte durante el recorrido</li> <li>• Guía turístico</li> <li>• Seguridad con POLITUR</li> </ul>	
Nota	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No incluye alimentación</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

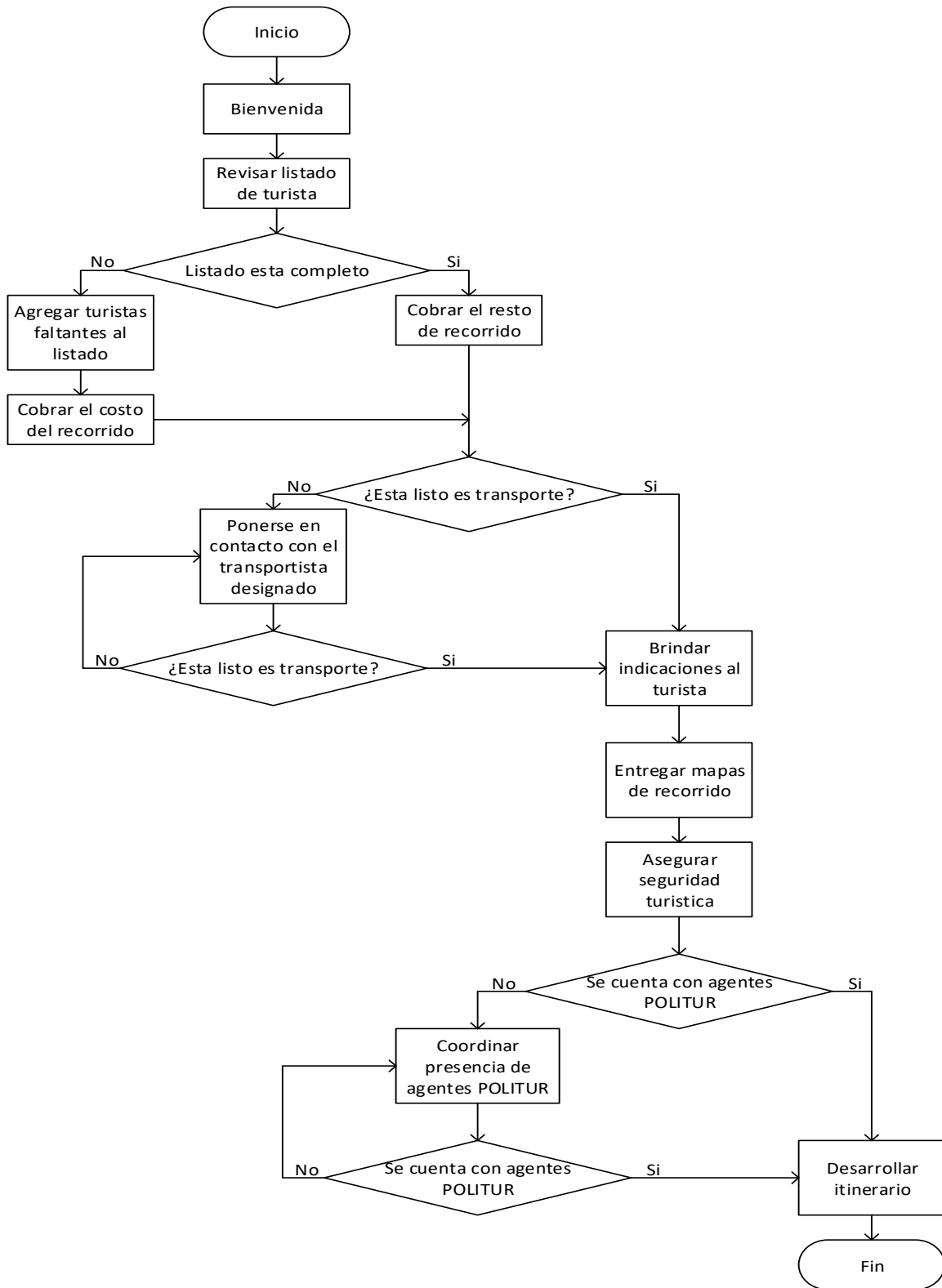
Diagrama 1. Prestación de servicio para circuito “Entre playa y montaña”



Fuente: Elaboración propia

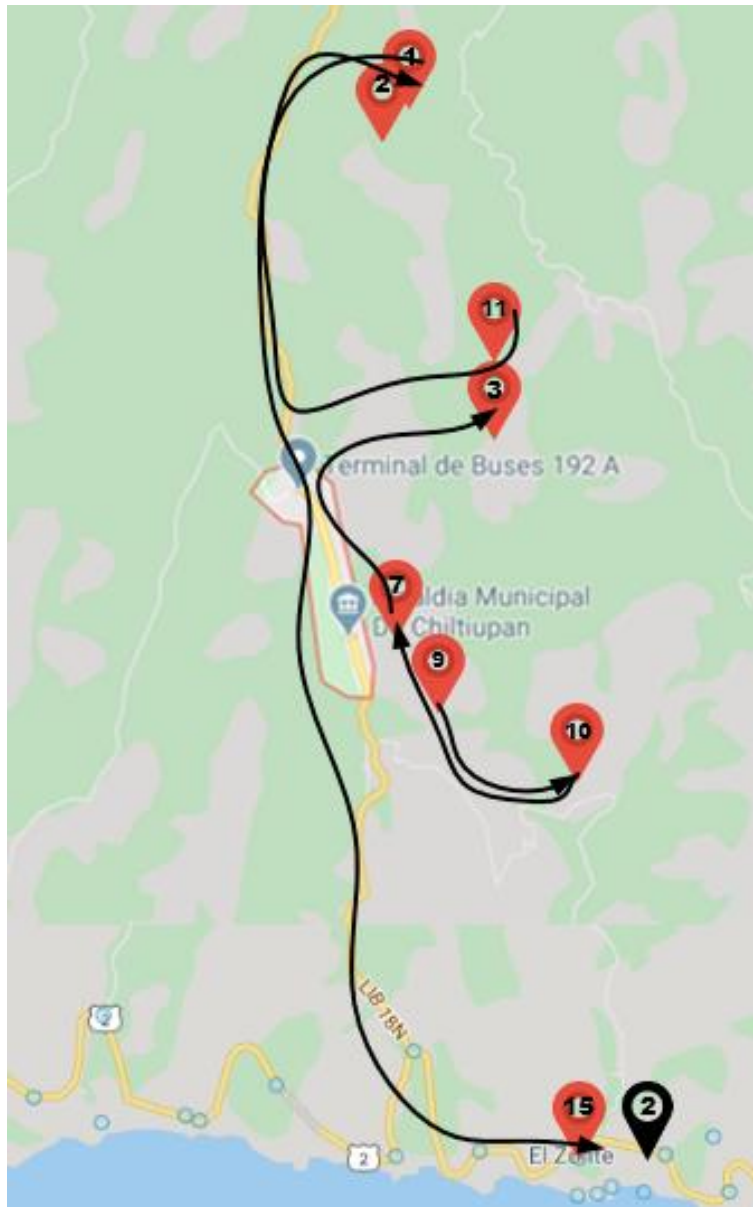


Diagrama 2. Proceso de recorrido circuito "Entre playa y montaña"



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 138. Recorrido del circuito "Entre playa y montaña"



Fuente: Elaboración propia

Descripción de secuencia:

- 1) Inicio punto N° 9 Parque municipal
- 2) Punto N° 10 Poza tres chorros
- 3) Punto N° 7 Comedor Municipal
- 4) Punto N° 3 Cascada Santa Elena y Punto N° 11 Extracción de Bálsamo
- 5) Punto N° 1 Cueva los Ladrones y Punto N° 2 Mirador Cueva los Ladrones
- 6) Punto N° 15 Playa El Zonte

### 3.2 Circuito Historias de Chiltiupán

El circuito “Historias de Chiltiupán” enfocado para el segmento familiar estará dirigido al turismo de sol y playa y turismo de montaña debido a las características de los recursos con los que cuenta el municipio, de igual forma se le agregará el un componente cultural, este enfoque se basa en los resultados del estudio de mercado consumidor para este segmento.

#### 3.2.1 Selección de atractivos turísticos

Para seleccionar los atractivos que conformaran este circuito, es importante que estos cumplan los siguientes criterios.

1. Ser “Recursos Estratégicos” o “Recursos a impulsar en el mediano plazo”: estos han sido identificados en la priorización de recursos, determinada en el inventario de recursos turísticos.
2. Que en el recurso se pueda realizar los siguientes tipos de turismo, los cuales han sido determinados en el estudio de mercado consumidor, con mayor preferencia de este segmento:
  - a. Turismo de sol y playa
  - b. Turismo de montaña
  - c. Turismo en pueblos
3. Relación con otros recursos: este criterio es importante, así se logra integrar un circuito con una diversidad de recursos.

*Tabla 181. Ponderación de criterios de selección de atractivos*

<b>Criterio</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación</b>	
Priorización	40%	Recurso Estratégico	10
		Recurso a impulsar en el mediano plazo	5
Tipo de turismo	50%	Sol y playa	10
		De montaña	7
		En pueblos	1
Relación	10%	Alta	10
		Baja	5

Fuente: Elaboración propia

Con las ponderaciones asignadas a los criterios establecidos, así como la calificación a estos se procede a realizar la evaluación de los recursos turísticos; en esta evaluación solamente se han incluido los recursos estratégicos y los recursos que impulsar en el mediano plazo; pues son estos los principales para la puesta en operación del plan de desarrollo.

Tabla 182. Evaluación de recursos turísticos

Recurso	Priorización	Tipo de turismo	Relación	Puntaje
Playa El Zonte	10	10	5	9,5
Playa km 59	10	10	5	9,5
Extracción del Bálsamo	10	7	10	8,5
Cascada Santa Elena	10	7	10	8,5
Poza El Letrero	10	7	10	8,5
Poza Tres Chorros	10	7	10	8,5
Cueva Los Ladrones	10	7	5	8
Cascada Los Cuyos	10	7	5	8
Túnel de la Litoral	10	4	5	6,5
Cueva El Limón	5	7	10	6,5
Cascada las Golondrinas	5	7	10	6,5
Poza El Tecolote	5	7	10	6,5
Parroquia Santo Domingo	10	1	10	5,5
Fiestas patronales	10	1	5	5

Fuente: Elaboración propia

Para determinar los recursos que integraran el circuito “Historias de Chiltiupán”, se consideraran aquellos cuyo puntaje sea como mínimo de 8.0 y luego se seleccionaran según cercanía entre ellos, además se excluirán los recursos seleccionados para el circuito del segmento joven, a excepción de la extracción del Bálsamo pues esto se realiza en diferentes lugares del municipio; quedando el circuito conformado por los siguientes recursos:

- Playa km 59
- Extracción del Bálsamo
- Poza El Letrero
- Túnel de La Litoral
- \*Museo Municipal
- \*\*Parroquia Santo Domingo

\*El museo municipal, aun no esté desarrollado, pero se presenta el proyecto para este y se contempla en este segmento para dar a conocer la cultura e historia del municipio.

\*\*Si bien la Parroquia Santo Domingo, no cumple con el puntaje mínimo requerido, se incorpora por la cercanía y la preferencia de las familias al realizar turismo.

3.2.1 Especificaciones del circuito Historias de Chilitupán

Responsable	CDT de Chilitupán
Descripción	Circuito diseñado para el segmento familiar analizado en el mercado consumidor, el cual tiene una temática de turismo de montaña, combinado con el turismo de sol y playa; además se le incorpora el componente cultural e histórico del municipio, que permita el rescate de este importante valor
<b>Atractivos a visitar</b>	
Parque Municipal de Chilitupán	
Parroquia Santo Domingo	
Museo Municipal	



El Letrero

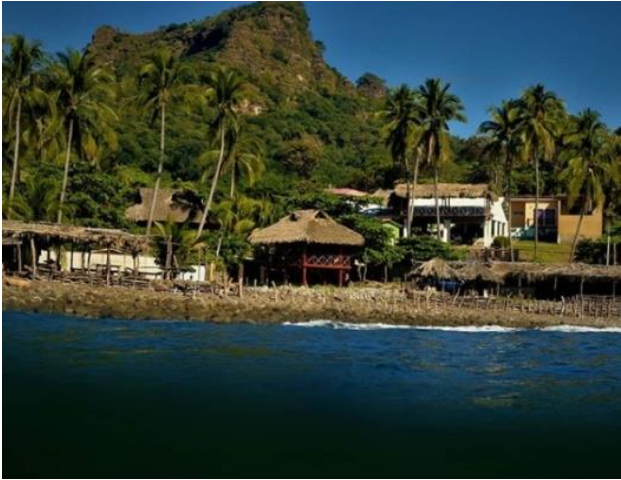


Extracción del Bálsamo



Túnel de La Litoral



Playa km 59	
<b>Características</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Circuito dirigido a familias</li> <li>• La duración del recorrido está contemplada para un día, pero existe la posibilidad de alojamiento en la playa El Zonte o Playa km 59.</li> <li>• Punto de reunión será el parque municipal de Chiltiupán</li> <li>• Se contará con un guía turísticos por grupos de 15 personas<sup>14</sup></li> <li>• Por las distancias al área urbana y las características de la zona, se contará servicio de transporte</li> <li>• Se deberá gestionar el recorrido al menos con dos días de anticipación</li> <li>• Se deberá cancelar el 50% anticipadamente</li> <li>• Contará con un grupo para atender emergencias</li> <li>• Contará con presencia de elementos de la policía de turismo</li> <li>• El recorrido terminara en Playa km 59</li> <li>• El almuerzo se realiza en el comedor municipal; donde los diferentes emprendedores expondrán su gastronomía, también estará abierto para los restaurantes de la playa.</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

### 3.2.2 Proceso del servicio

La descripción de las actividades del proceso de prestación de los servicios, para el desarrollo del recorrido de los diferentes circuitos se basa en dos etapas:

- La primera etapa en la logística para brindar el servicio
- La segunda etapa en el proceso del desarrollo del recorrido.

<sup>14</sup> Fuente: NTS 03.55.01\_12

a) Logística del servicio

Tabla 183. Logística para brindar el servicio

Nº	Actividad	Descripción
1	Recepción de solicitud para recorrido	Esta se podrá hacer por medio de llamada telefónica, correo electrónico o por redes sociales.
2	Verificar disponibilidad para el recorrido.	Es importante asegurarnos que, para la fecha solicitada, se tenga la disponibilidad en tiempo y no coincida con otro recorrido programado.
3	Brindar información	Detallar al solicitante en que consiste el recorrido, que incluye, las restricciones y que es lo necesario para el turista.
4	Confirmar compra del recorrido	Una vez brindada la información confirmar, la venta del recorrido.
5	Solicitar anticipo del precio del recorrido y la información de los visitantes.	Se deberá realizar el depósito a una cuenta bancaria del CDT del municipio; la información solicitada de los visitantes será de carácter confidencial y es para establecer un control de los visitantes al municipio.
6	Coordinar transporte para visitantes	Una vez confirmado el anticipo, se debe gestionar el transporte para el recorrido de los diferentes atractivos del municipio.
7	Gestionar servicios turísticos para visitantes	Teniendo definida la cantidad de visitantes es importante establecer la comunicación con quienes prestan servicios turísticos de restaurantes y alojamientos (si estos serán requeridos)
8	Designar guías turísticos	El CDT deberá ponerse en comunicación con los guías turísticos, brindando las características del grupo visitante
9	Coordinar seguridad con la POLITUR	Se deberá ponerse en contacto con el puesto de POLITUR de La Libertad, para que brinden acompañamiento en el recorrido.

Fuente: Elaboración propia



b) Prestación del servicio

Es importante definir las principales actividades del proceso de prestación del servicio de recorridos turísticos para que estas puedan ser retro alimentadas al momento de realizar los recorridos puedan ser mejorados.

*Tabla 184. Actividades para la prestación del servicio del circuito Historias de Chiltiupán*

<b>Nº</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
1	Bienvenida	El encargado junto al guía turístico designado recibirá a los turistas, dando a conocer de manera general los lugares a visitar.
2	Revisar la lista de personas	En base al listado proporcionado en la recepción, deberá corroborarse que encuentren todos y si hay personas que no están incluidas, deberán anexarse al listado.
3	Cobrar el resto del recorrido	Los turistas deberán cancelar el 50% restante del recorrido, como se ha especificado en las características.
4	Revisar transporte	Asegurar que el transporte para el recorrido esté disponible, tal como se acordó con el trasportista.
5	Proporcionar indicaciones	El guía turístico deberá proporcionar las indicaciones generales del recorrido, que se debe realizar para evitar accidentes y que se debe hacer si estos suceden.
6	Entrega de mapa del recorrido	El encargado del CDT junto al guía turístico, entregaran un mapa del circuito a realizar, así como información del municipio.
7	Revisar implementos necesarios	El encargado del CDT con el guía turístico deberá asegurarse que todos los implementos para atender una emergencia se encuentren correctamente.
8	Confirmar presencia de elementos de la POLITUR	Se deberá constatar que se cuenten con los agentes de la policía de turismo, para que acompañen durante el recorrido.
9	Iniciar itinerario	El guía turístico dará inicio con el recorrido, cumpliendo con el itinerario establecido para el mismo.
10	Despedir a los turistas	Una vez terminado el recorrido despedir a los turistas y darles el agradecimiento por la visita al municipio.

Fuente: Elaboración propia

c) Itinerario del recorrido Historias de Chiltiupán

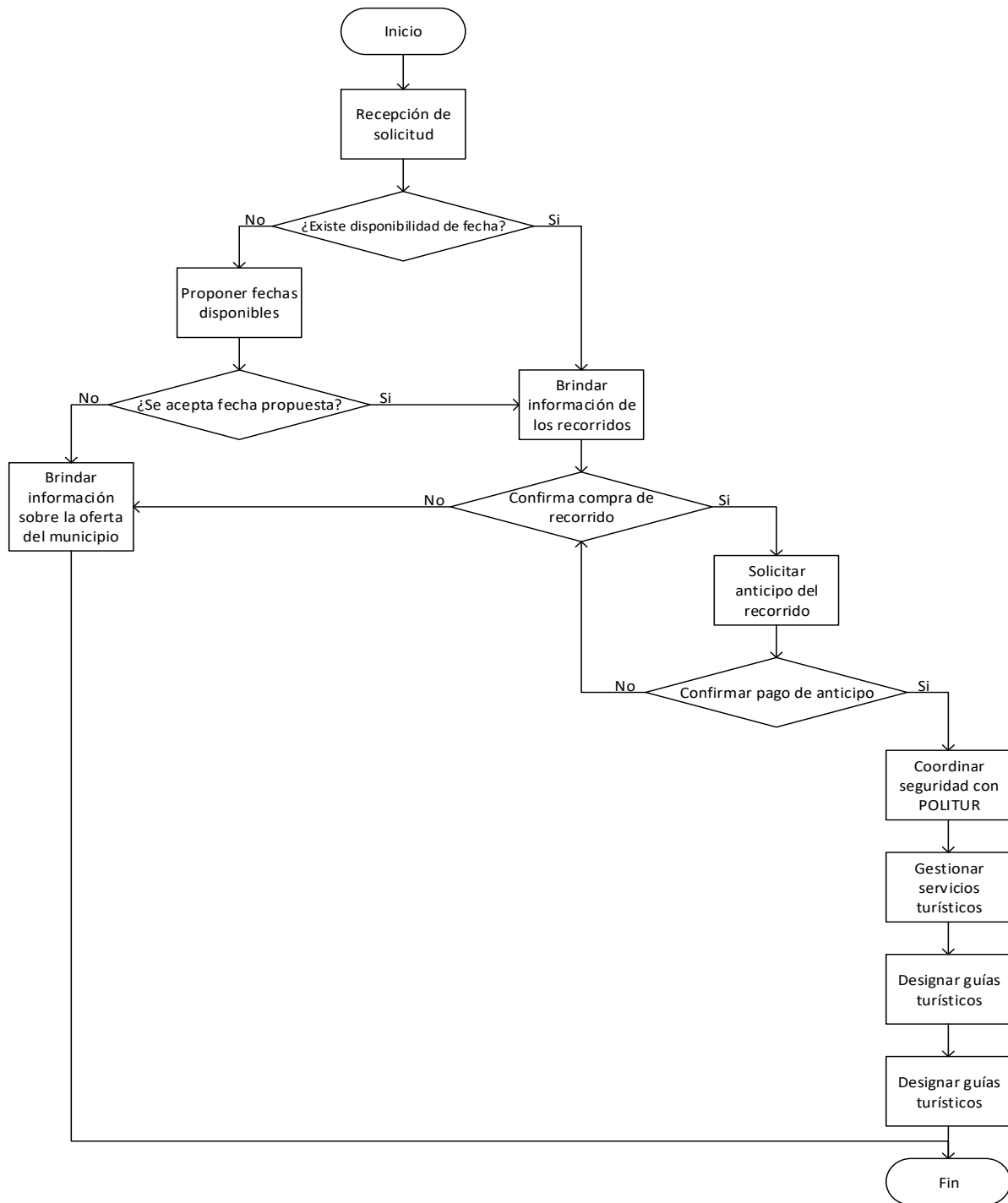
El diseño de un itinerario permitirá presentar cada atractivo visitado, permitiendo la visita de todos los atractivos ofertados.

Tabla 185. Itinerario de recorrido circuito Historias de Chiltiupán

Duración: 1 día	Temática: Turismo de Montaña y Turismo de sol y playa	Dificultad: Media
Idioma de guía: Español	Recorrido: Zona montañosa de Chiltiupán	Tiempo del recorrido 8:00 am - 6:30 pm
Hora	Actividades	Lugar
8:00 AM	Concentración para la salida	Parque municipal
8:30 AM	Desayuno en el Comedor Municipal	Área urbana
9:15 AM	Salida hacia la Parroquia Santo Domingo	Área urbana
9:30 AM	Recorrido en la Parroquia Santo Domingo	Parroquia
10:00 AM	Salida hacia museo municipal	Parroquia
10:10 AM	Recorrido del museo municipal	Museo municipal
10:40 PM	Salida hacia poza El Letrero	Cantón Cuervo Abajo
11:00 PM	Llegada a terrenos de Poza El Letrero	Cantón Cuervo Abajo
11:10 PM	Recorrido por los terrenos de poza el Letrero, toma de fotografías y observación de la extracción de bálsamo	Cantón Cuervo Abajo
1:10 PM	Retorno al área urbana	Cantón Cuervo Abajo
1:30 PM	Almuerzo	Cantón Cuervo Abajo
2:30 PM	Salida hacia el Túnel de La Litoral	Área urbana
3:00 PM	Recorrido en El Túnel de La Litoral	Cantón Las Flores
3:30 PM	Salida hacia Playa km 59	Cantón Las Flores
4:10 PM	Recorrido por Playa km 59 (Apreciación del atardecer, toma de fotografías)	Cantón El Zonte
5:45 PM	Retorno a Ciudad Capital	Cantón El Zonte
Requisitos para el recorrido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa cómoda y liviana</li> <li>• Zapatos deportivos</li> <li>• Gorra</li> <li>• Repelente de insectos</li> <li>• Bebidas rehidratantes</li> </ul>	
Restricciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo de bebidas alcohólicas</li> </ul>	
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte durante el recorrido</li> <li>• Guía turístico</li> <li>• Seguridad con POLITUR</li> </ul>	
Nota	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No incluye alimentación</li> </ul>	

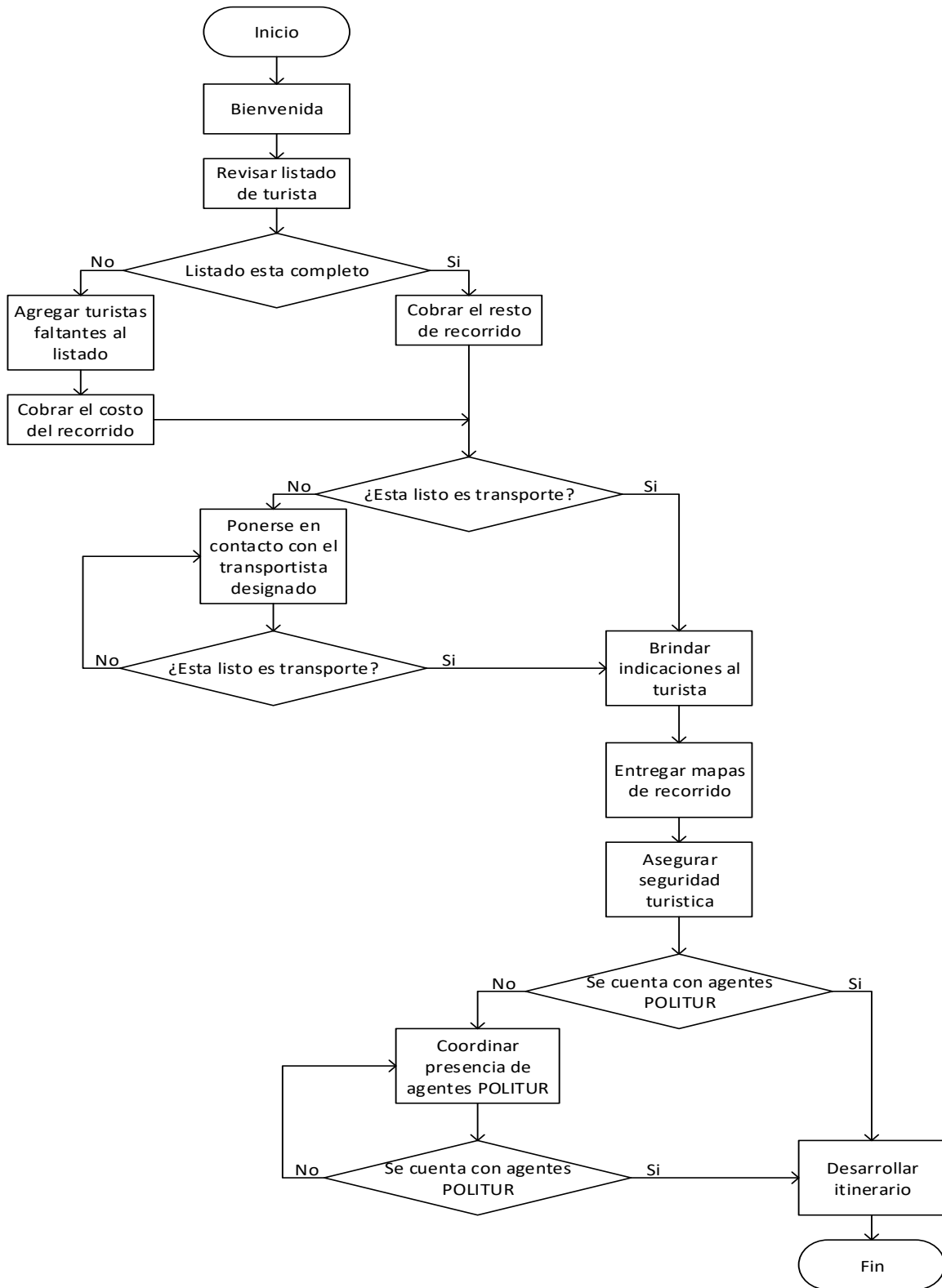
Fuente: Elaboración propia

Diagrama 3. Prestación de servicio para circuito Historias de Chiltiupán



Fuente: Elaboración propia

Diagrama 4. Proceso de recorrido circuito Historias de Chiltiupán



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 139. Recorrido del circuito Historias de Chiltiupán



Fuente: Elaboración propia

Descripción de secuencia:

- 1) Inicio punto N° 9 Parque municipal
- 2) Punto N° 6 Parroquia Santo Domingo
- 3) Punto N° 5 Museo Municipal
- 4) Punto N° 8 Poza el Letrero y Punto N° 11 Extracción de Bálsamo I
- 5) Punto N° 7 Comedor Municipal
- 6) Punto N° 12 Túnel La Litoral y Punto N° 13 Mirador del Túnel
- 7) Punto N° 14 Playa Shutia o km 59

### 3.3 Circuito Aventuras en la Cordillera

El circuito “Aventuras en la Cordillera” enfocado al segmento de turista extranjero estará dirigido al turismo de sol y playa y turismo de montaña, de igual forma se le agregará el un componente cultural, este enfoque se basa en los resultados del estudio de mercado consumidor para este segmento.

#### 3.3.1 Selección de atractivos turísticos

Para seleccionar los atractivos que conformaran este circuito, es importante que estos cumplan los siguientes criterios.

1. Ser “Recursos Estratégicos” o “Recursos a impulsar en el mediano plazo”: estos han sido identificados en la priorización de recursos, determinada en el inventario de recursos turísticos.
2. Que en el recurso se pueda realizar los siguientes tipos de turismo, los cuales han sido determinados en el estudio de mercado consumidor, con mayor preferencia de este segmento:
  - a. Turismo de sol y playa
  - b. Turismo de montaña
  - c. Turismo cultural
3. Relación con otros recursos: este criterio es importante, así se logra integrar un circuito con una diversidad de recursos.

Tabla 186. Ponderación de criterios de selección de atractivos

criterio	Ponderación	Calificación	
Priorización	40%	Recurso Estratégico	10
		Recurso a impulsar en el mediano plazo	5
Tipo de turismo	50%	Sol y playa	10
		De montaña	6
		Cultural	4
Relación	10%	Alta	10
		Baja	5

Fuente: Elaboración propia

Con las ponderaciones asignadas a los criterios establecidos, así como la calificación a estos se procede a realizar la evaluación de los recursos turísticos; en esta evaluación solamente se han incluido los recursos estratégicos y los recursos que impulsar en el mediano plazo; pues son estos los principales para la puesta en operación del plan de desarrollo.

Tabla 187. Evaluación de recursos turísticos

Recurso	Priorización	Tipo de turismo	Relación	Puntaje
Playa El Zonte	10	10	5	9,5
Playa km 59	10	10	5	9,5
Extracción del Bálsamo	10	6	10	8
Cascada las Golondrinas	10	6	10	8
Cascada Santa Elena	10	6	5	7,5
Poza Tres Chorros	10	6	5	7,5
Cascada Los Cuyos	10	6	5	7,5
Poza El Letrero	10	4	10	7
Parroquia Santo Domingo	10	4	10	7
Cueva Los Ladrones	10	4	5	6,5
Túnel de la Litoral	10	4	5	6,5
Fiestas patronales	10	4	5	6,5
Cueva El Limón	5	6	10	6
Poza El Tecolote	5	6	10	6

Fuente: Elaboración propia

Para determinar los recursos que integraran el circuito “Aventuras en la Cordillera”, se consideraran aquellos cuyo puntaje sea como mínimo de 7.0 y luego se seleccionaran según cercanía entre ellos además se excluirán los recursos seleccionados para el circuito del segmento joven y segmento familiar, a excepción de la extracción del Bálsamo pues esto se realiza en diferentes lugares del municipio; quedando conformados por los siguientes atractivos:

- Playa El Zonte
- Cascada Las Golondrinas
- Extracción del Bálsamo
- Poza El Letrero
- \*Museo Municipal
- \*\*Parroquia Santo Domingo

\*El museo municipal, aún no está desarrollado, pero se presenta el proyecto y se contempla en este segmento para dar a conocer la cultura e historia del municipio, agregando que el turismo cultural es muy demandado por los turistas extranjeros.

\*\*Si bien la Parroquia Santo Domingo, no cumple con el puntaje mínimo requerido, se incorpora por la cercanía y la preferencia de los extranjeros para conocer un poco de la cultura.

3.3.2 Especificaciones del circuito Aventuras en la Cordillera

Responsable	CDT de Chiltiupán
Descripción	Circuito diseñado para el segmento de turistas extranjeros, el cual tiene una temática de turismo de montaña, combinado con el turismo de sol y playa; además se potencia con el componente cultural e histórico del municipio, que permita el rescate de este importante valor.
<b>Atractivos a visitar</b>	
Parque Municipal de Chiltiupán	
Parroquia Santo Domingo	 <p style="text-align: center;">P</p>
Museo Municipal	



Extracción del Bálsamo



Cascadas Las Golondrinas



Playa El Zonte



### Características

- Circuito dirigido a turistas extranjeros
- La duración del recorrido está contemplada para un día, con alojamiento en la playa El Zonte o Playa km 59.
- Punto de reunión será el Playa El Zonte
- Se contará con un guía turísticos por grupos de 15 personas<sup>15</sup>
- Por las distancias al área urbana y las características de la zona, se contará servicio de transporte
- Se deberá gestionar el recorrido al menos con dos días de anticipación
- Se deberá cancelar antes de comenzar el recorrido
- Contará con un grupo para atender emergencias
- Contará con presencia de elementos de la policía de turismo
- El circuito finaliza en Playa El Zonte
- El almuerzo se realiza en el comedor municipal; donde los diferentes emprendedores expondrán su gastronomía, también estará abierto para los restaurantes de la playa.

Fuente: Elaboración propia

#### 3.3.3 Proceso del servicio

La descripción de las actividades del proceso de prestación de los servicios, para el desarrollo del recorrido de los diferentes circuitos se basa en dos etapas:

- La primera etapa en la logística para brindar el servicio
- La segunda etapa en el proceso del desarrollo del recorrido.

##### a) Logística del servicio

*Tabla 188. Logística para brindar el servicio*

Nº	Actividad	Descripción
1	Recepción de solicitud para recorrido	Esta se podrá hacer por medio de llamada telefónica, correo electrónico o por redes sociales.
2	Verificar disponibilidad para el recorrido.	Es importante asegurarnos que, para la fecha solicitada, se tenga la disponibilidad en tiempo y no coincida con otro recorrido programado.
3	Brindar información	Detallar al solicitante en que consiste el recorrido, que incluye, las restricciones y que es lo necesario para el turista.

<sup>15</sup> Fuente: NTS 03.55.01\_12

4	Confirmar compra del recorrido	Una vez brindada la información confirmar, la venta del recorrido.
5	Solicitar anticipo del precio del recorrido y la información de los visitantes.	Se deberá realizar el depósito a una cuenta bancaria del CDT del municipio; la información solicitada de los visitantes será de carácter confidencial y es para establecer un control de los visitantes al municipio.
6	Coordinar transporte para visitantes	Una vez confirmado el anticipo, se debe gestionar el transporte para el recorrido de los diferentes atractivos del municipio.
7	Gestionar servicios turísticos para visitantes	Teniendo definida la cantidad de visitantes es importante establecer la comunicación con quienes prestan servicios turísticos de restaurantes y alojamientos (si estos serán requeridos)
8	Designar guías turísticos	El CDT deberá ponerse en comunicación con los guías turísticos, brindando las características del grupo visitante
9	Coordinar seguridad con la POLITUR	Se deberá ponerse en contacto con el puesto de POLITUR de La Libertad, para que brinden acompañamiento en el recorrido.

Fuente: Elaboración propia

#### b) Prestación del servicio

Es importante definir las principales actividades del proceso de prestación del servicio de recorridos turísticos para que estas puedan ser retro alimentadas al momento de realizar los recorridos puedan ser mejorados.

*Tabla 189. Actividades para la prestación del servicio del segmento extranjero*

Nº	Actividad	Descripción
1	Bienvenida	El encargado junto al guía turístico designado recibirá a los turistas, dando a conocer de manera general los lugares a visitar.
2	Revisar la lista de personas	En base al listado proporcionado en la recepción, deberá corroborarse que encuentren todos y si hay personas que no están incluidas, deberán anexarse al listado.
3	Cobrar el resto del recorrido	Los turistas deberán cancelar el 50% restante del recorrido, como se ha especificado en las características.
4	Revisar transporte	Asegurar que el transporte para el recorrido esté disponible, tal como se acordó con el trasportista.

5	Proporcionar indicaciones	El guía turístico deberá proporcionar las indicaciones generales del recorrido, que se debe realizar para evitar accidentes y que se debe hacer si estos suceden.
6	Entrega de mapa del recorrido	El encargado del CDT junto al guía turístico, entregaran un mapa del circuito a realizar, así como información del municipio.
7	Revisar implementos necesarios	El encargado del CDT con el guía turístico deberá asegurarse que todos los implementos para atender una emergencia se encuentren correctamente.
8	Confirmar presencia de elementos de la POLITUR	Se deberá constatar que se cuenten con los agentes de la policía de turismo, para que acompañen durante el recorrido.
9	Iniciar itinerario	El guía turístico dará inicio con el recorrido, cumpliendo con el itinerario establecido para el mismo.
10	Despedir a los turistas	Una vez terminado el recorrido despedir a los turistas y darles el agradecimiento por la visita al municipio.

Fuente: Elaboración propia

c) Itinerario del recorrido Aventuras en la Cordillera

El diseño de un itinerario permitirá presentar cada atractivo visitado, permitiendo la visita de todos los atractivos ofertados.

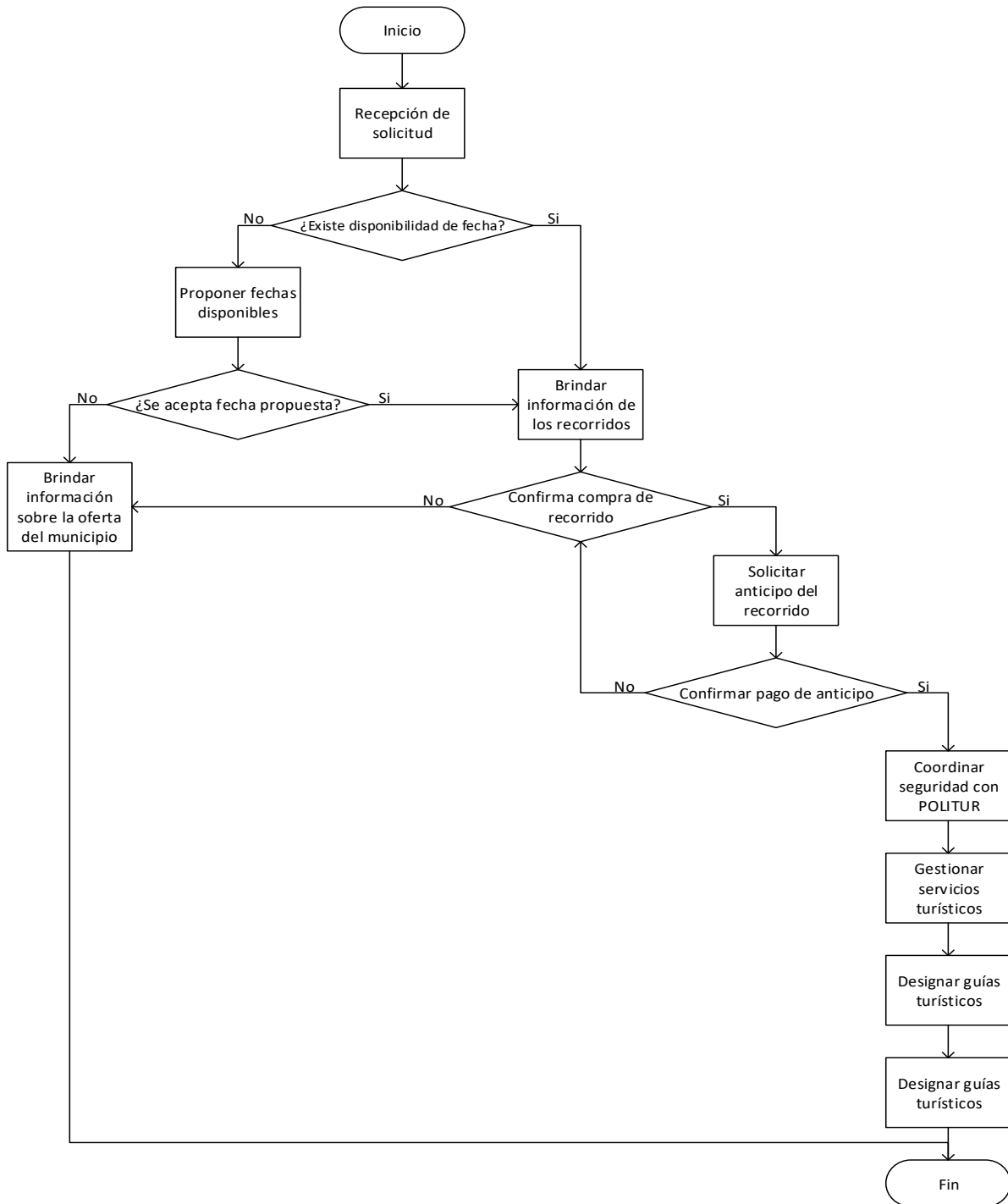
Tabla 190. Itinerario de recorrido circuito Aventuras en la Cordillera

Duración: 1 día	Temática: Turismo de Montaña y Turismo de sol y playa	Dificultad: Media
Idioma de guía: Español	Recorrido: Zona montañosa de Chiltiupán	Tiempo del recorrido 8:00 am - 6:30 pm
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Lugar</b>
8:00 AM	Concentración para la salida	Parque municipal
8:30 AM	Desayuno en el comedor municipal	Área urbana
9:15 AM	Salida hacia la Parroquia Santo Domingo	Área urbana
9:30 AM	Recorrido en la Parroquia Santo Domingo	Parroquia
10:00 AM	Salida hacia museo municipal	Parroquia
10:10 AM	Recorrido del museo municipal	Área urbana
10:40 PM	Salida hacia cascadas Las Golondrinas	Área urbana
11:00 PM	Llegada a Cascadas Las Golondrinas	Cantón Siberia
11:10 PM	Recorrido por los terrenos Cascada Las Golondrinas, toma de fotografías	Cantón Siberia
1:10 PM	Retorno al área urbana	

1:30 PM	Almuerzo en el Comedor Municipal	Área urbana
2:30 PM	Salida hacia cordillera del Bálsamo	Área urbana
3:00 PM	Recorrido por La Cordillera del Bálsamo y observación de la extracción de la resina de Bálsamo.	Cantón Cuervo Abajo
4:30 PM	Salida hacia Cueva Los Ladrones	Cantón Las Flores
5:00 PM	Recorrido por Cueva Los Ladrones	Cantón Las Flores
5:40 PM	Salida Hacia Playa El Zonte	Cantón Las Flores
6:00 PM	Llegada a Playa El Zonte	Cantón El Zonte
Requisitos para el recorrido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa cómoda y liviana</li> <li>• Zapatos deportivos</li> <li>• Gorra</li> <li>• Repelente de insectos</li> <li>• Bebidas re hidratantes</li> </ul>	
Restricciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo de bebidas alcohólicas</li> </ul>	
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte durante el recorrido</li> <li>• Guía turístico</li> <li>• Seguridad con POLITUR</li> </ul>	
Nota	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No incluye alimentación</li> </ul>	

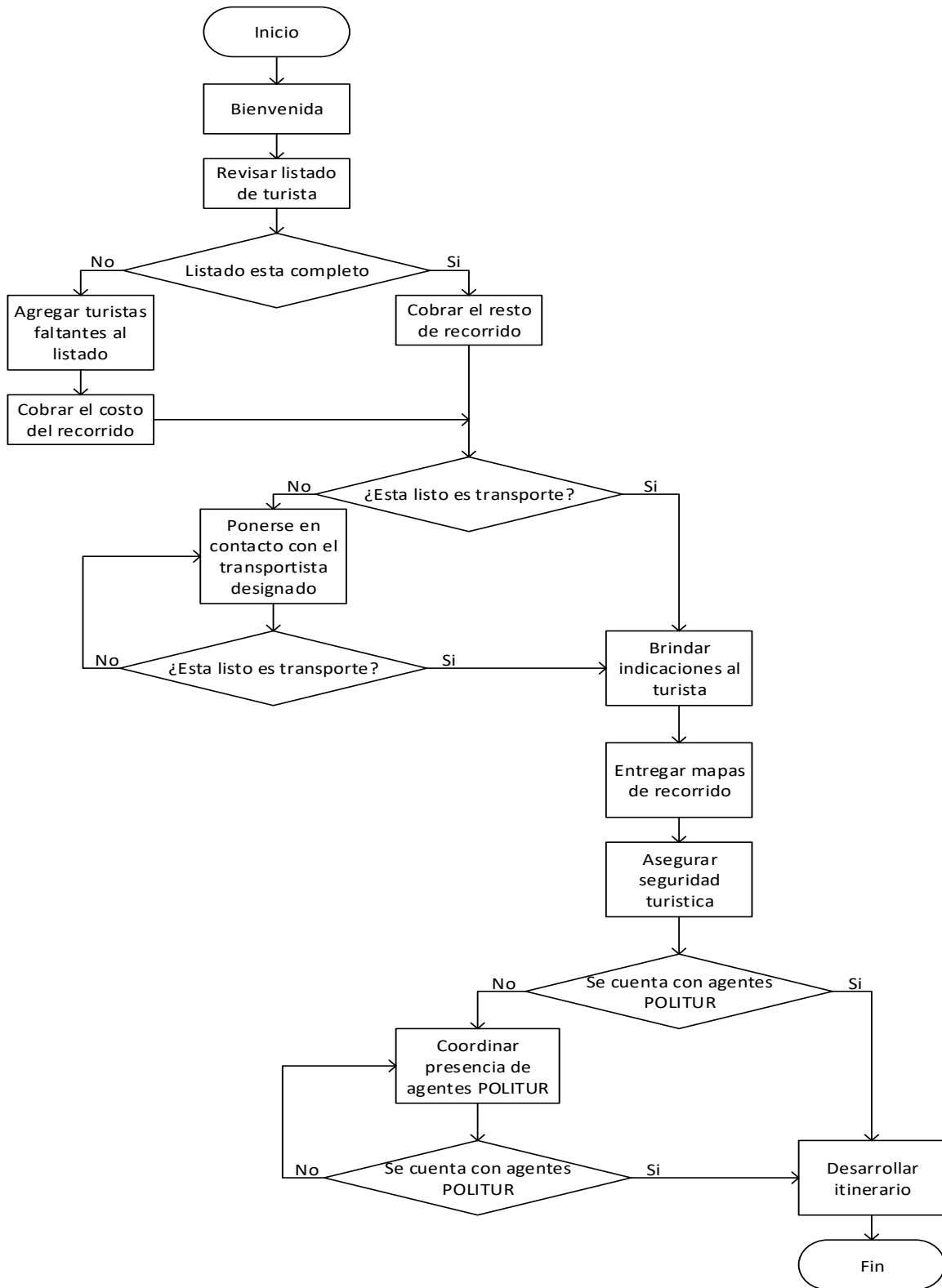
Fuente: Elaboración propia

Diagrama 5. Prestación de servicio para circuito "Aventuras en la Cordillera"



Fuente: Elaboración propia

Diagrama 6. Proceso de recorrido circuito "Aventuras en la Cordillera"



Fuente: Elaboración propia







### 3.4 Determinación de la capacidad de carga turística de los atractivos de Chiltiupán

Circuito segmento joven

#### 3.4.1 Parque Municipal de Chiltiupán

##### a) Capacidad de carga física (CCF)

- $S = 375 \text{ m}^2$
- $S_p = 1 \text{ m}^2$
- $NV = 6 \text{ visitas/día/visitante}$

$$NV = \frac{Hv}{Tv}$$

$$NV = \frac{9 \text{ h/día}}{1.5 \text{ h /visitas/visitante}}$$

$$NV = 6 \text{ visitas /día /visitante}$$

Por tanto, la capacidad de carga física para el parque municipal es:

$$CCF = \frac{375 \text{ m}^2}{1 \text{ m}^2} * 6$$

$$CCF = 2,250 \text{ visitas/día}$$

##### b) Capacidad de carga real (CCR)

- Factor Social (FCsoc): este factor considera aspectos referentes a la calidad de visitación, plantea la necesidad de manejar la visitación por grupos, para un mejor flujo de visitantes y, a la vez; para asegurar la satisfacción de estos, se propone que si la visita es por grupo que sea bajo los siguientes supuestos:
  - Grupos máximos de 30 personas
  - Distancia entre grupos 50 m
  - Superficie requerida por persona 1 m
  - Superficie requerida por el grupo 80 m

Calculamos el número de grupos en simultáneo en el parque:

$$NG = \frac{\text{Superficie del parque}}{\text{Superficie requerida por grupo}}$$

$$NG = \frac{300 \text{ m}}{80 \text{ m}}$$

$$NG = 3.75 \text{ grupos}$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente del parque.

$$P = NG * \text{número de personas}$$

$$P = 3.75 * 30$$

$$P = 112 \text{ visitas/día}$$

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) necesitamos identificar la magnitud limitante que, en este caso, es aquella porción del sendero que no puede ser ocupada porque hay que

mantener una distancia mínima entre grupos. Por esto, dado que cada persona ocupa 1 m<sup>2</sup> del parque, la magnitud limitante es igual a:

$$\begin{aligned} Ml(\text{parque}) &= Mt - P \\ Ml(\text{parque}) &= 300 - 112 \\ Ml(\text{parque}) &= 188 \text{ m} \end{aligned}$$

Por tanto:

$$\begin{aligned} FC_{soc}(\text{parque}) &= 1 - \frac{188}{300} \\ FC_{soc}(\text{parque}) &= \mathbf{0.3733} \end{aligned}$$

- Accesibilidad (FC<sub>acc</sub>): Mide el grado de dificultad que podrían tener los visitantes para desplazarse por los atractivos, debido a pendientes.

Tabla 191. Grados de pendientes

Dificultad	Pendiente
Ningún grado de dificultada	≤10%
Media dificultad	>10% ≤ 20%
Alta dificultad	>20 %

Fuente: Cifuentes et al. 1999

Los tramos que poseen un grado de dificultad medio o alto son los únicos considerados significativos al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto representa una dificultad mayor que un grado medio, se incorporó un factor de ponderación de 1 para el grado medio de dificultad y 1,5 para el alto. Así:

$$FC_{acc}(\text{parque}) = 1 - \frac{(Ma * 1.5) + (Mm * 1)}{Mt}$$

Donde:

- Ma = metros con dificultad alta
- Mm = metros con dificultad media
- Mt = metros totales

$$FC_{acc}(\text{parque}) = 1 - \frac{(0 * 1.5) + (0 * 1)}{300}$$

$$FC_{acc}(\text{parque}) = \mathbf{1}$$

Por lo tanto, la capacidad de carga real es:

$$\begin{aligned} CCR &= CCF(FC_{soc} * FC_{acc}) \\ CCR &= 2250(0.3733 * 1) \\ CCR &= \mathbf{840 \text{ visitas/día}} \end{aligned}$$

### c) Capacidad de carga efectiva (CCE)

Para calcular la carga efectiva primero determinamos la capacidad de manejo, considerando tres factores; infraestructura, personal y equipamiento. Teniendo como resultado lo siguiente:

*Tabla 192. Capacidad de manejo*

Variable	Valor
Infraestructura	0.680
Equipamiento	0.560
Personal	0.450
Promedio	0.563
<b>CM</b>	<b>56.30 %</b>

Fuente: Elaboración propia

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 840 * 0.563$$

$$CCE = 473 \text{ visitas/día}$$

En las tablas siguientes se presentan los resultados de las diferentes capacidades de carga de los atractivos turísticos que integran los circuitos propuestos.

3.4.2 Consolidado de capacidades de carga de atractivos del circuito Entre Playa y Montaña

Tabla 193. Capacidades de carga circuito entre playa y montaña

Capacidad de Carga	Parque Municipal	Playa El Zonte	Extracción de Bálsamo	Cascadas Santa Elena	Poza Tres Chorros	Cueva Los Ladrones
Capacidad de Carga Física (CCF)	2250	27857	21000	8373	11000	42000
Factor de Corrección						
Fcsoc	0,373	0,429	0,231	0,375	0,545	0,500
Fcacc	1	0,96	0,464	0,423	0,600	0,250
Capacidad de Carga Real (CCR)	840	11461	2250	1328	3600	5250
Capacidad de Manejo (CM)	0,563	0,699	0,467	0,381	0,226	0,354
Capacidad de Carga Efectiva (CCE)	473	8008	1050	506	814	1859

Fuente: Elaboración propia

3.4.3 Consolidado de capacidades de carga de atractivos del circuito Historias de Chiltiupán

Tabla 194. Capacidades de carga circuito Historias de Chiltiupán.

Capacidad de Carga	Parque Municipal	Playa km 59	Extracción de Bálsamo	Poza El Letrero	Túnel de la Litoral	Parroquia Santo Domingo	Museo Municipal
Capacidad de Carga Física (CCF)	2250	11429	21000	10000	13300	7200	600
Factor de Corrección							
Fcsoc	0,373	0,375	0,231	0,429	0,286	0,545	0,789
Fcacc	1	0,888	0,464	0,113	0,750	1	1
Capacidad de Carga Real (CCR)	840	3804	2250	482	2850	3927	474
Capacidad de Manejo (CM)	0,563	0,622	0,467	0,226	0,219	0,507	0,634
Capacidad de Carga Efectiva (CCE)	473	2367	1050	109	625	1992	300

Fuente: Elaboración propia

3.4.4 Consolidado de capacidades de carga de atractivos del circuito Aventuras en la Cordillera.

Tabla 195. Capacidades de carga circuito Aventuras en la Cordillera

Capacidad de Carga	Parque Municipal	Playa El Zonte	Extracción de Bálsamo	Cascadas Las Golondrinas	Parroquia Santo Domingo	Museo Municipal
Capacidad de Carga Física (CCF)	2250	27857	21000	20000	7200	600
Factor de Corrección						
Fcsoc	0,373	0,385	0,200	0,333	0,500	0,789
Fcacc	1	0,960	0,464	0,875	1	1
Capacidad de Carga Real (CCR)	840	10286	1950	5833	3600	474
Capacidad de Manejo (CM)	0,563	0,699	0,467	0,381	0,507	0,634
Capacidad de Carga Efectiva (CCE)	473	7186	910	2224	1826	300

Fuente: Elaboración propia

### 3.4.5 Planificación de los recorridos turísticos

La planificación de los recorridos es fundamental, debido a que indicara a partir de proyecciones de la cantidad de servicios a brindar, esta planificación está determinada para los primeros cinco años de operación, al implementar el plan de desarrollo.

#### a) Pronóstico de ventas anual de los circuitos

Esto es fundamental porque nos permitirá tener una proyección para los requerimientos necesarios para brindar los servicios, a continuación, se presentan las cantidades proyectadas para el segmento joven y familiar:

*Tabla 196. Pronóstico de ventas segmento joven, Circuito entre playa y montaña*

Año	Demanda	Joven
2021	1597	559
2022	1719	636
2023	1841	718
2024	1963	785
2025	2084	875

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 197. Pronóstico de ventas segmento familiar, Circuito Historias de Chiltiupán*

Año	Demanda	Familiar
2021	1024	358
2022	1102	408
2023	1180	460
2024	1258	503
2025	1336	561

Fuente: Elaboración propia

La demanda estimada, es la determinada en estudio de mercado consumidor, a partir de la afluencia turística del municipio; la proyección de ventas se da apostándole a un 35% de la demanda para al año uno de operación, llegando hasta un 42% al año cinco de operación, para ambos segmentos.

#### b) Pronóstico de ventas mensual de los circuitos

El cálculo del pronóstico de venta de servicios turísticos mensual, está determinado a partir de los niveles de estacionalidad de la demanda turística determinada en las proyecciones en el estudio de mercado consumidor.

La cantidad de turistas reflejada en las tablas siguientes es exclusivamente de turistas que comprarían, un paquete para realizar el recorrido, si bien la afluencia turística del municipio es alta, esta se debe a que el municipio cuenta con una playa de renombre a nivel nacional.

Tabla 198. Planificación de servicios segmento joven, circuito entre playa y montaña

Cantidad de turistas					
Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	40	46	52	57	63
Febrero	21	24	27	29	32
Marzo	30	34	38	42	46
Abril	130	148	167	182	203
Mayo	20	23	26	28	32
Junio	15	17	19	21	24
Julio	31	36	40	44	49
Agosto	83	94	106	116	130
Septiembre	18	20	23	25	28
Octubre	18	20	23	25	28
Noviembre	24	27	31	34	38
Diciembre	130	148	167	182	203
<b>Total</b>	<b>559</b>	<b>636</b>	<b>718</b>	<b>785</b>	<b>875</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 199. Planificación de servicios segmento familiar, Historias de Chilitupán

Cantidad de turistas					
Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	26	29	33	36	40
Febrero	13	15	17	19	21
Marzo	19	22	24	27	30
Abril	83	95	107	117	130
Mayo	13	15	17	18	20
Junio	10	11	12	14	15
Julio	20	23	26	28	31
Agosto	53	60	68	74	83
Septiembre	11	13	15	16	18
Octubre	11	13	15	16	18
Noviembre	15	18	20	22	24
Diciembre	83	95	107	117	130
<b>Total</b>	<b>358</b>	<b>408</b>	<b>460</b>	<b>503</b>	<b>561</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 200. Pronóstico de circuito entre playa y montaña

Cantidad de recorridos por mes					
Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	1	2	2	2	2
Febrero	1	1	1	1	1
Marzo	1	1	1	1	2
Abril	4	5	6	6	7
Mayo	1	1	1	1	1
Junio	1	1	1	1	1
Julio	1	1	1	1	2
Agosto	3	3	4	4	4
Septiembre	1	1	1	1	1
Octubre	1	1	1	1	1
Noviembre	1	1	1	1	1
Diciembre	4	5	6	6	7
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>21</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>29</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 201. Pronóstico de circuito historias de Chiltiupán

Cantidad de recorridos por mes					
Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	1	1	1	1	1
Febrero	0	1	1	1	1
Marzo	1	1	1	1	1
Abril	3	3	4	4	4
Mayo	0	0	1	1	1
Junio	0	0	0	0	1
Julio	1	1	1	1	1
Agosto	2	2	2	2	3
Septiembre	0	0	0	1	1
Octubre	0	0	0	1	1
Noviembre	1	1	1	1	1
Diciembre	3	3	4	4	4
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>19</b>

Fuente: Elaboración propia



## Requerimientos para los circuitos turísticos del Chiltiupán

Se presentan los requerimientos necesarios para la prestación de servicios de los circuitos turísticos, estos requerimientos son: de recurso humano, infraestructura y materiales e insumos.

**Recurso humano:** este requerimiento es importante para el desarrollo del recorrido, siendo los principales los guías turísticos, miembros de las brigadas de emergencia y elementos de la policía de turismo, con la finalidad de brindar un servicio de calidad para el turista. A continuación, se detallan la cantidad requerida:

Tabla 202. Requerimientos de RRHH por recorrido

	Joven	Familiar	Extranjero
Guía turístico	2	2	2
Motorista	1	1	1
Agentes POLITUR	3	3	3

Fuente: Elaboración propia

- La cantidad de guías turísticos está determinada por la cantidad de personas por el recorrido del circuito, siendo esta un guía turístico por cada 15 personas, y se ha diseñado un recorrido con un máximo de 30 personas.
- Los agentes de la POLITUR, que requeridos son en base a los proporcionados por la corporación policial, debido a que, para excursiones o viajes, si el número de personas es pequeño no excederá de tres elementos; salvo en aquellos viajes en los cuales los grupos sean muy grandes, las autoridades consideraran cuantos elementos más brindar.

**Materiales e insumos:** reflejan los requerimientos en cantidad necesarias para la prestación de los servicios, que permitirá al CDT poder prepararse para brindar una atención de calidad a los turistas.

Tabla 203. Insumos por turistas

Insumos	Cant.
Brochure	1
Botella de agua	1
Facturas	1
Desayuno	1
Almuerzo	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 204. Promedio de insumos por mes

Meses	Insumos				
	Brochure	Botella de agua	Facturas	Desayuno	Almuerzo
<b>Enero</b>	66	66	85	93	103
<b>Febrero</b>	34	39	44	48	53
<b>Marzo</b>	49	55	62	68	76
<b>Abril</b>	213	242	273	299	333
<b>Mayo</b>	33	38	42	46	52
<b>Junio</b>	25	28	32	35	39
<b>Julio</b>	51	58	66	72	80
<b>Agosto</b>	136	154	174	191	213
<b>Septiembre</b>	29	33	38	41	46
<b>Octubre</b>	29	33	38	41	46
<b>Noviembre</b>	39	45	51	55	62
<b>Diciembre</b>	213	242	273	299	333
<b>Total</b>	<b>917</b>	<b>1035</b>	<b>1178</b>	<b>1288</b>	<b>1437</b>

Fuente: Elaboración propia

El promedio de insumos por mes ha sido determinado a partir del promedio de turistas que adquieran el recorrido en los primeros cinco años de operación, con la finalidad que el CDT esté preparado con los insumos necesarios para cada mes.

Tabla 205. Insumos por recorrido

Insumos	Cant.
Listado de turistas	1
Jabón líquido (litro)	3
Bolsas para basura	3
Papel higiénico	2
Botiquín	1
Pick Up	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 206. Insumos necesarios por recorrido

Insumos por recorrido						
Meses	Listado de turistas	Jabón Líquido (litro)	Bolsa para basura	Papel Higiénico	Botiquín	Pick Up
Enero	3	5	5	4	4	3
Febrero	1	3	3	2	2	1
Marzo	2	4	4	3	3	2
Abril	9	16	16	13	14	9
Mayo	1	3	3	2	2	1
Junio	1	2	2	1	2	1
Julio	2	4	4	3	3	2
Agosto	6	10	10	8	9	6
Septiembre	1	2	2	2	2	1
Octubre	1	2	2	2	2	1
Noviembre	2	3	3	2	3	2
Diciembre	9	16	16	13	14	9
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>70</b>	<b>70</b>	<b>54</b>	<b>62</b>	<b>39</b>

Fuente: Elaboración propia

La cantidad de insumos necesarios por recorrido, han sido determinados a partir del promedio de recorridos proyectados por mes tomando como referencia 30 turistas por recorrido.

**Infraestructura:** los requerimientos necesarios en materia de infraestructura están enfocados en aquellas obras que puedan ser realizados a través de inversión canalizada a través de la alcaldía municipal, permitiendo brindar un servicio turístico de calidad, esta infraestructura necesaria es la siguiente:

- Miradores turísticos
- Mesas en los atractivos turísticos
- Bancas
- Baños en los atractivos turísticos
- Mantenimiento de red vial
- Sistemas de agua potable en los atractivos turísticos
- Sistema de señalización turística

Esta infraestructura se analiza de mejor manera en el proyecto de infraestructura turística.

## 4.1 Especificaciones de los requerimientos

### 4.1.1 Especificadores de RRHH

#### a) Guías Turísticos

Para poder desenvolver adecuadamente el rol de guía turístico, la persona encargada deberá ser capaz de informar, dirigir y orientar al turista durante su estancia; es importante que la persona pueda ser más que un guía local, sino que deberá ser un promotor del turismo de Chilitupán, debido a que tiene el conocimiento sobre la actividad.

#### Funciones del guía turístico

##### Guía – acompañante

- Dar la bienvenida al municipio de Chilitupán y la información general sobre el recorrido.
- Resaltar la identidad de los pobladores de Chilitupán, fomentando la conservación de las costumbres y tradiciones propias del municipio.
- Demostrar un espíritu de servicio y disponibilidad
- Supervisar que el transporte, los atractivos y la alimentación durante el recorrido se encuentren en las condiciones ofertadas.
- Promover el desarrollo de la actividad turística con los menores impactos ambientales y culturales, desenvolviéndose dentro de las buenas prácticas de turismo sostenible.
- Ser capaz de tomar decisiones en situaciones especiales que puedan afectar al turista.
- Asistir a los turistas en primeros auxilios
- Generar actividades que motiven la integración del grupo turístico.
- Conocer normas y certificaciones de calidad en la operación turística
- Elaborar informes al finalizar las jornadas de trabajo permitiendo llevar un registro del flujo de turistas del municipio.
- Evaluar en los turistas el grado de satisfacción sobre el servicio prestado.
- Realizar la despedida de los visitantes y motivarlos para una visita a futuro al municipio.

##### Guía cultural

- Promover la interacción con los habitantes de las comunidades de Chilitupán, manteniendo el respeto y consideraciones mutuas.
- Brindar información histórica, económica, social, política y cultural del área visitada.
- Acompañar a los turistas en la visita a los diferentes atractivos culturales e históricos del municipio.

##### Guía de naturaleza

- Hacer énfasis en la problemática ambiental y así concientizar sobre esta problemática
- Brindar información sobre la flora y fauna característica del municipio
- Acompañar a los turistas en la visita a los diferentes atractivos naturales de Chilitupán

### Conocimientos del guía turístico

- Técnicas para desarrollar liderazgo y aumentar su autoestima
- Aspectos generales de historia, economía, cultura y ambiente de Chilitupán
- Conocimientos sobre turismo sostenible
- Marco legal: Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas
- Marketing y calidad del servicio turístico
- Ética profesional del guía de turismo
- Conocimientos de la oferta turística y servicios de Chilitupán
- Técnicas de guía de grupos
- Procedimientos de primeros auxilios básicos
- Vocabulario técnico de hotelería, turismo y conservación.

### Habilidades

- Liderazgo
- Expresividad en la comunicación.
- Facilidad para interrelacionarse con personas de otras culturas.
- Planificación de corto plazo de acuerdo a las condiciones

### b) Motorista

#### Características

- Mayor de edad
- Originario de Chilitupán
- Tener toda la documentación en regla, licencias de conducir vigente
- Conocer sobre las actividades turísticas que se desarrollaran
- Facilidad para interrelacionarse con personas
- Respetuoso

### 4.1.2 Especificaciones de insumos

#### **Botiquín de primeros auxilios: tipo morral**

Confeccionado en lona de alta resistencia, con compartimientos internos que abra completamente, con bolsillo frontal amplio y cintas reflectivas.

#### Insumos del botiquín

- Gel antibacterial frasco x 300 ml
- Guantes de vinilo para examen desechables talla M caja por cincuenta (50) PARES
- Tapabocas caja por cincuenta (50) unidades empaque individual desechable con elástico
- Cinta Quirúrgica Micro porosa en carrete 1"x3 yardas



*Ilustración 141. Botiquín tipo morral A*

- Venda fija 3x5 yardas
- Venda fija 5x5 yardas
- Vendaje de algodón laminado elaborado en algodón natural 4x5 yardas
- Vendaje de algodón laminado elaborado en algodón natural 5x5 yardas
- Tijeras de trauma
- Venda triangular
- Inmovilizador cuello cervical multi talla adulto
- Paquete Gasas limpias x 20
- Baja lenguas x 20
- Termómetro de Mercurio
- Solución salina unidad 500 cc
- Apósitos para ojos paquete X 5
- Banditas plásticas curas estándar transparente adhesivo hipo alérgico por cien (100) unidades
- Esparadrapo de tela color blanco carrete por 4 "x 5 yardas
- Paquete x 10 toallas higiénicas clásica tipo tela
- Linterna de led compacta recargable.

#### Pick Up

Se deberá entablar un acuerdo con personas dedicadas al transporte en pick up, para que estos sean los encargados de movilizar a los turistas en los diferentes atractivos dentro del municipio.

El camión seleccionado deberá ser todo terreno por las condiciones de los terrenos, de los atractivos turísticos.



*Ilustración 142. Camión para trasladar a los turistas*

## 2. Proyecto 2: Señalización turística

### Objetivos

- Orientar al turista durante su recorrido a través de los diferentes circuitos turísticos diseñados de principio a fin, brindándole información precisa y anticipada de los recursos o atractivos turísticos.
- Identificar servicios, restricciones o prohibiciones que los atractivos turísticos a visitar poseen y que el turista deba seguir.

### Conceptos

Como se pudo observar en el diagnóstico del municipio y en específico de la competencia uno de los conceptos que más valora el visitante, y más realce da a un destino turístico, es la señalización turística, para movilizarse, ver y experimentar lo más relevante de un sitio, ya que es un factor relevante la poca afluencia a una localidad por el desconocimiento de los atractivos con lo que cuenta.

En el caso del municipio de Chiltiupán, el cual ofrecerá recorridos turísticos, en los cuales se guiará al turista hacia los diferentes productos turísticos a lo largo de los circuitos turísticos diseñados por lo cual en primera instancia se pensaría que no es necesaria la señalización turística, sin embargo, es importante la señalización de los productos turísticos que se ofrecen, tanto para que los turistas guiados reconozcan el lugar y/o el atractivo, así como también los visitantes independientes se informen de los atractivos del municipio.

La señalización turística necesaria para la prestación del recorrido de los circuitos turísticos y conocimiento del municipio será:

- **Señalización turística de localidades:** Se deben colocar letreros con el nombre de los 12 productos turísticos que visitará el turista a través de los diversos recorridos turísticos.
- **Señalización Turística de seguridad:** se deberá colocar letreros que adviertan de superficies irregulares, con potencial de caídas entre otras que se encuentren en durante el recorrido de los circuitos turísticos.
- **Señalización turística de bienvenida:** Se deberá colocar un letrero de bienvenida a los turistas, el cual deberá poseer información sobre los productos turísticos y recorridos que se ofrecen, en el municipio de Chiltiupán.

**Señalización turística:** Las señales turísticas, son aquellas que se utilizan para indicar a los usuarios con anticipación la aproximación de lugares de interés turístico, así como actividades, servicios turísticos y relacionados. Esta información se realiza a través de pictogramas, íconos y palabras organizadas en un letrero.






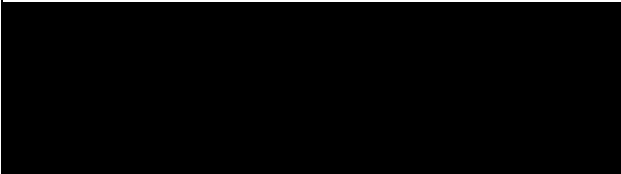

Las señales turísticas, además de poseer un significado convencional, responden a un idioma universal para informar al turista sobre los sitios, atractivos, servicios y actividades que podrá realizar. Las señales turísticas deberán ser usadas de acuerdo a las recomendaciones de los estudios técnicos realizados, de manera que los íconos y letreros sean fácilmente reconocidos y comprendidos.

La señalización turística debe orientar a los visitantes en su recorrido hacia el atractivo turístico, dándole información importante durante su acceso y salida del sitio.

### Colores en señales

Ya que el significado de las señales varía de acuerdo al color que le pictograma posea es conveniente mencionar el significado de los diferentes colores tal como se muestra a continuación:

Tabla 207. significado de los colores en señalización

Color	Significado
	<b>El color azul</b> se utilizará en aquellas señales de tipo informativas.
	<b>El color café</b> se utilizará en aquellas señales de tipo guías de lugares turísticos, centros de recreo e interés cultural.
	<b>El color rojo</b> se utilizará en aquellas señales de tipo prohibitivas.
	<b>El color amarillo</b> se utilizará como fondo para las señales de prevención.
	<b>El color blanco</b> se utilizará como fondo para las leyendas o símbolos de las señales.
	<b>El color negro</b> se utilizará como fondo en las señales informativas, así como en los símbolos y leyendas de las señales de reglamentación, prevención, construcción y mantenimiento.
	<b>El color verde</b> se utilizará en aquellas señales del tipo de salvamento las indican una ruta de evacuación.

### Consideraciones generales para el diseño de las señales

La señalización turística deberá seguir las siguientes consideraciones:

- **Diseño:** Debe ser tal que la combinación de sus dimensiones, colores, forma, composición y visibilidad llamen apropiadamente la atención del turista, de modo que el mensaje sea recibido con claridad y pueda ser respondido debidamente.
- **Ubicación:** Debe tener una posición que llame la atención del conductor y turista dentro de su ángulo de visión.
- **Uso:** La aplicación de la señalización turística debe ser tal que esté de acuerdo con la naturaleza de la actividad turística.
- **Uniformidad:** Constituye una condición indispensable para que los usuarios puedan reconocer e interpretar adecuadamente el mensaje de la señalización.
- **Mantenimiento:** Condición de primera importancia para la operación eficiente y legible de la señalización turística.



- **Mensaje:** El conjunto de señales turísticas deben orientar al visitante durante su recorrido desde los centros de soporte hasta los sitios de visita; por tanto, se debe considerar señales de ida y retorno.
- **Autoridad Legal:** El conjunto de señales turísticas solo será colocado con la autorización correspondiente y bajo el control del organismo competente.

### **Criterios de instalación**

Para la correcta instalación de las señales deberá garantizar ciertos aspectos mencionados a continuación:

#### **Angulo de colocación**

Las señales deberán formar con el eje del camino un ángulo de 90°, pudiéndose variar ligeramente en el caso de las señales con material reflectorizante, la cual será de 15 grados en relación a la perpendicular de la vía.

#### **Materiales**

Siendo un punto de partida fundamental el que la señalización del Sector Turismo en autopistas y carreteras importantes tenga una homogenización con las de transporte terrestre del Sector Transporte y Comunicaciones, por su fácil identificación por parte de los conductores y pasajeros, la señal consistirá en una LAMINA REFLECTIVA fijada por autoadhesivo a una placa soporte, fabricada con fibra de vidrio, panel de fierro galvanizado, panel compuesto de aluminio (ACM). La placa sobre la que se inscriba la señal propiamente dicha será preferentemente metálica, de fierro galvanizado o panel compuesto de aluminio (ACM), habiéndose escogido estos materiales por su resistencia y durabilidad, además de ser menos agresivo con el medio ambiente y la salud de los operarios durante la instalaciones y mantenimiento.

#### **Postes**

En las carreteras de importancia, se recomienda utilizar postes de fierro galvanizado o concreto armado. Los postes de fierro galvanizado serán de sección 2" para los carteles de dimensiones menores, y de 3" para los carteles más grandes. Se les aplicará una mano de pintura anticorrosiva. El área de postes libres deberá ser preferentemente pintada en blanco y negro en forma alternada cada 0.30 m. similares a los de las señales de tránsito.

#### **Propuesta de señalización turística**

En el plan de desarrollo turístico del municipio de Chiltiupán, primordialmente debe darse a conocer el municipio ya que es uno de los factores por lo cual los turistas no visitan el municipio de esta manera, se deberán colocar rótulos de bienvenida en ambos accesos que llevan al municipio.



*Ilustración 143 Diseño de rotulo de bienvenida*

Ya que el municipio hará uso de un diseño propio de logo de marca municipio, este se colocará en rotulo separado para promocionar al municipio de mejor manera y que el eslogan quede en la mente del turista que visita el municipio, el diseño del rotulo será como se muestra:



*Ilustración 144 Diseño de rotulo de marca municipio*

Por otra parte, ya que el parque municipal de Chiltiupán es un punto estratégico junto con las entradas al municipio, se deberá colocar un rotulo que detalle la ubicación de los lugares turísticos del municipio, así como sus calles, este también deberá contener contactos de instituciones locales de ayuda para el turista como lo son CDT, Unidad de Turismo, Alcaldía, PNC entre otros, el diseño propuesto es como se muestra:

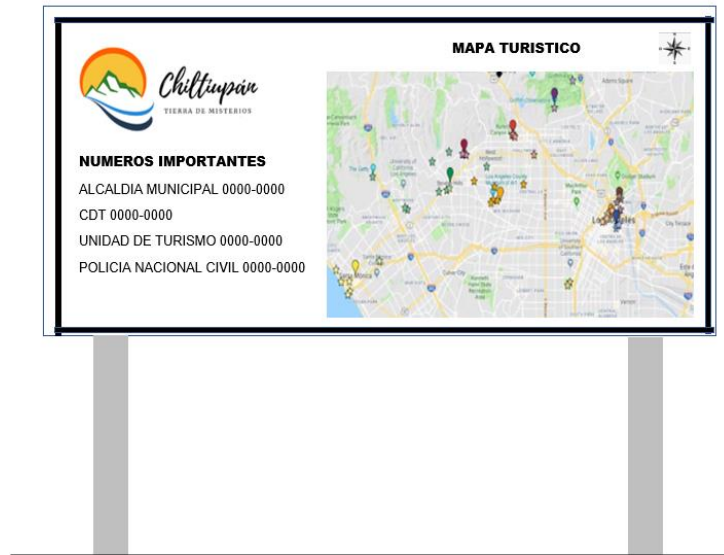


Ilustración 145 diseño de rotulo de mapa turístico

Para que el turista conozca de primera mano los atractivos por donde los circuitos toman lugar, se hace necesario la colocación de un rotulo que especifique los atractivos de cada circuito, este rotulo deberá estar en el parque municipal de Chilteupán pues es el punto de salida de los tres circuitos propuestos y donde se acudirán todos los turistas.

CIRCUITOS TURISTICOS					
CIRCUITO XXXXXXXX		CIRCUITO XXXXXXXX		CIRCUITOS XXXXXXXX	
Playa El Zonte	XX km	Playa km 59	XX km	Playa El Zonte	XX km
Extracción del Bálsamo	XX km	Extracción del Bálsamo	XX km	Cascada Las Golondrinas	X km
Cascadas Santa Elena	XX km	Poza El Letrero	XX km	Extracción del Bálsamo	XX km
Poza Tres Chorros	XX km	Túnel de La Litoral	XX km	Poza El Letrero	XX km
Cueva los Ladrones	XX km	Museo Municipal	XX km	Museo Municipal	XX km
		Parroquia S. Domingo	XX km	Parroquia S. Domingo	XX km

Ilustración 146 Diseño rotulo de circuitos turísticos

El orden de los nombres de los circuitos puede variar y se deja a consideración, pero deberá mantenerse el formato, así como las distancias deberán ser corroboradas para brindar un dato exacto de ellas. Durante el recorrido de los circuitos es conveniente que el turista conozca el atractivo o destinos exactos donde se encuentra es por ello que deberá colocarse un roto informativo con el nombre de cada atractivo con el siguiente modelo a seguir:



Ilustración 147 diseño rotulo de atractivos turísticos

Para la colocación de los rótulos se recomienda seguir las siguientes medidas:

Tabla 208 Especificaciones de medidas para rótulos

Especificaciones de Rótulos	
Las bases deberán estar sobre un apoyo de concreto para realizar el anclaje y fijar el rotulo al terreno.	
Dimensiones de lámina de rotulo	3.0 m x 1.20
Altura desde el piso al inicio de la lamina	1.80 m
Altura desde el piso al fin de la lamina	3.10

Tabla 209 Especificaciones de medidas para rotulo de marca municipio

Especificaciones de Rótulos	
Las bases deberán estar sobre un apoyo de concreto para realizar el anclaje y fijar el rotulo al terreno.	
Dimensiones de lámina de rotulo	2.0 m x 1.20
Altura desde el piso al inicio de la lamina	1.80 m
Altura desde el piso al fin de la lamina	3.10






## Especificación de marcas geográficas

Tabla 210 detalle de marcas sobre mapa de Chiltiupán

<b>MARCA NEGRA</b>	
<b>1</b>	<b>Entrada al municipio vía Comasagua-Jayaque</b>
<b>2</b>	<b>Entrada al municipio vía litoral</b>
<b>MARCA ROJA</b>	
<b>1</b>	Cueva los Ladrones
<b>2</b>	Mirador sobre cueva los ladrones
<b>3</b>	Cascadas Santa Elena
<b>4</b>	Cascada Las Golondrinas
<b>5</b>	Museo Municipal
<b>6</b>	Parroquia Santo Domingo
<b>7</b>	Comedor Municipal
<b>8</b>	Poza El Letrero
<b>9</b>	Parque Municipal de Chiltiupán
<b>10</b>	Poza tres chorros
<b>11</b>	Lugar de extracción del Bálsamo
<b>12</b>	Túnel de la Litoral
<b>13</b>	Mirador túnel de la litoral
<b>14</b>	Playa km 59
<b>15</b>	Playa El Zonte

## Requerimientos de la señalización turística Insumos

Tabla 211 Requerimientos señales informativas señales

SEÑALES INFORMATIVAS			
Información sobre	Localización	Imagen de referencia	Cantidad
Sanitarios hombres	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Playa el Zonte</li> <li>✓ Playa Km 59</li> <li>✓ Poza el letrero</li> <li>✓ Poza los tres chorros</li> </ul>		4
Sanitarios Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Playa el Zonte</li> <li>✓ Playa Km 59</li> <li>✓ Poza el letrero</li> <li>✓ Poza los tres chorros</li> </ul>		4
Basureros	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Parque Municipal de Chiltiupán</li> <li>✓ Playa El Zonte</li> <li>✓ Lugar de extracción del Bálsamo</li> <li>✓ Cascadas Santa Elena</li> <li>✓ Poza Tres Chorros</li> <li>✓ Cueva los Ladrones</li> <li>✓ Playa km 59</li> <li>✓ Poza El Letrero</li> <li>✓ Túnel de La Litoral</li> <li>✓ Museo Municipal</li> <li>✓ Parroquia Santo Domingo</li> <li>✓ Cascada Las Golondrinas</li> <li>✓ Comedor municipal</li> <li>✓ Mirador del túnel</li> </ul>		13





Monumento colonial	✓ Parroquia de santo domingo		1
Mirador	✓ Mirador sobre cueva los ladrones ✓ Mirador túnel de la litoral.		2
Escaleras	✓ Mirador sobre cueva los ladrones		1
Comedor	✓ Zona de montaña del municipio		1

Tabla 212 Requerimientos señales prohibitivas

SEÑALES PROHIBITIVAS			
Información sobre	Localización	Imagen de referencia	Cantidad
Restricción de no botar basura	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Parque Municipal de Chiltiupán</li> <li>✓ Playa El Zonte</li> <li>✓ Lugar de extracción del Bálsamo</li> <li>✓ Cascadas Santa Elena</li> <li>✓ Poza Tres Chorros</li> <li>✓ Cueva los Ladrones</li> <li>✓ Playa km 59</li> <li>✓ Poza El Letrero</li> <li>✓ Túnel de La Litoral</li> <li>✓ Museo Municipal</li> <li>✓ Parroquia Santo Domingo</li> </ul>		13



	✓ Cascada Las Golondrinas		
--	---------------------------	--	--

Tabla 213 Requerimientos señales de advertencia





SEÑALES DE ADVERTENCIA			
Información sobre	Localización	Imagen de referencia	Cantidad
Peligro de caída a distinto nivel	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mirador sobre cueva los ladrones.</li> <li>✓ Mirador tunes de la litoral.</li> </ul>		2
Riesgo de ahogamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Playa km 59</li> <li>✓ Poza El Letrero</li> <li>✓ Cascada Las Golondrinas</li> <li>✓ Poza Tres Chorros</li> <li>✓ Cascadas Santa Elena</li> <li>✓ Playa El Zonte</li> </ul>		6

Tabla 214 Requerimientos señales de evacuación

SEÑALES DE EVACUACION			
Información sobre	Localización	Imagen de referencia	Cantidad
Ruta de evacuación izquierda	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Museo Municipal</li> <li>✓ Parroquia Santo Domingo</li> </ul>		2

Ruta de evacuación derecha			2
Punto de reunión	Parque Municipal de Chilitupán		1

### Especificaciones de Materiales, Insumos y Recursos humanos en rótulos

Tabla 215 Requerimientos de señales de bienvenida

Requerimientos de rótulos	
Tipo	Cantidad
De bienvenida	2
De Marca Municipio	2
Mapa Turístico	3
Circuitos	1
Atractivos/destinos	15

Tabla 216 Requerimientos de materiales, mano de obra para señalización

Requerimiento para colocación de señales y rótulos	
Materiales e insumos	Cantidad
Lamina reflectiva 3 x 1.20 mts	23
Lamina reflectiva 2 x 1.20mts	2
Postes de fierro galvanizado de 2 pulgadas	3
Señales pre-elaboradas	52
Bolsas de cemento	5
Electrodos	35
Recurso humano	Cantidad
Encargado de dirección turístico	2
Soldadores	4

### **3. Proyecto 3: Infraestructura turística del municipio de Chiltiupán**

#### **Objetivos**

- Diseñar infraestructura turística que potencialice los circuitos turísticos creados, permitiendo que los servicios y las actividades propuestas en el proyecto de Creación de circuitos turísticos se desarrollen con normalidad.
- Generar un mejor aspecto turístico en el municipio de Chiltiupán a través de remodelaciones y creación de infraestructura que facilite el acceso y permanencia de turistas en los principales atractivos turísticos con los que cuenta.

#### **Conceptos**

La infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte la infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera. El apogeo económico ha hecho que el turismo se vuelva para cualquier país en un disparador evidente de creación de infraestructura, ocasionando una excelente sinergia entre la inversión pública y la privada.

La infraestructura turística de un país está conformada por los elementos interconectados que permitan a los turistas llegar, permanecer y disfrutar del atractivo turístico de su destino, haciendo que su viaje sea placentero. Ya que en el presente plan de desarrollo turístico los principales destinos turísticos serán aquellos por los cuales serán guiados los circuitos turísticos es de gran importancia que estos cuenten con los servicios necesarios para garantizar la satisfacción del turista.

De acuerdo a lo anterior, para asegurar la satisfacción del turista, en el presente Plan de desarrollo Turístico Sostenible se ha tomado a bien apuntar los esfuerzos para el municipio de Chiltiupán en dos aspectos: la construcción de mejoras en las áreas ya existentes por donde se propone el recorrido de los circuitos y la construcción de áreas nuevas en dichos lugares.

Para la infraestructura propuesta se considerará el hecho de cuidado del recurso liquido del municipio y el realce de las maravillosas vista a la costa que posee el territorio. A continuación, se procederá a la definición de las propuestas de infraestructura turística.

#### **Propuestas para la infraestructura turística**

##### **Identificación y especificaciones de Infraestructura turística**

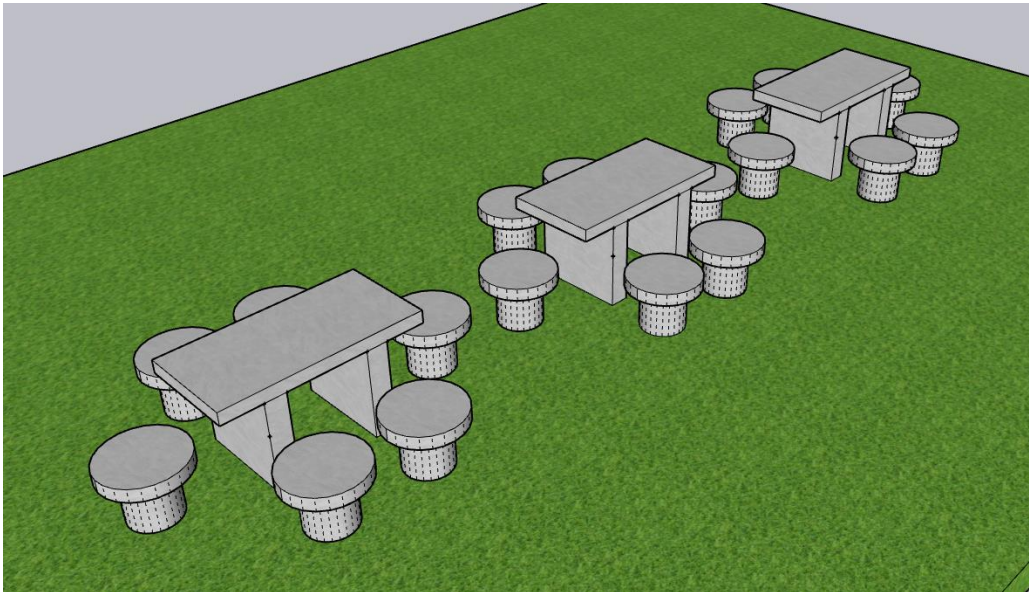
Para el desarrollo del Plan de Desarrollo Turístico en el municipio de Chiltiupán se han propuesto a la construcción o remodelación de los siguientes aspectos:

- Áreas de Descansos en los atractivos turísticos
- Áreas de servicios sanitarios
- Áreas de vestideros
- Mejoras en estructura

Con lo cual se procede con las propuestas:

### Áreas de descanso

Esta propuesta de infraestructura está considerada de acuerdo al tipo de turismo que se puede experimentar en Chilitupán en los circuitos propuestos. Dentro de los atractivos que destacan en sus circuitos están las visitas a pozas, pero para tener acceso a ellas el territorio que el turista debe circular es del tipo rural y en muchas de ellas son trayectos que pueden generar cansancio para el turista. Por lo tanto, una de las propuestas es la creación de áreas donde el turista pueda colocar sus pertenencias y descansar un momento e ingerir alimentos para continuar disfrutando de los bellos paisajes donde se encuentra. Ya que para los recorridos propuestos cada guía podrá dirigir a 15 turistas y en dado caso que la demanda sea mayor el recorrido máximo será de 30 personas, se ha propuesto la construcción de bancas y mesas con una capacidad individual de 6 personas por mesa. La cantidad de estas será de 5. Y se ubicaran a las orillas y alrededor de ríos y pozas donde están propuestos los circuitos. El diseño y modelado es como se muestra a continuación:



*Ilustración 150 Diseño áreas de descanso*

## Especificaciones de diseño

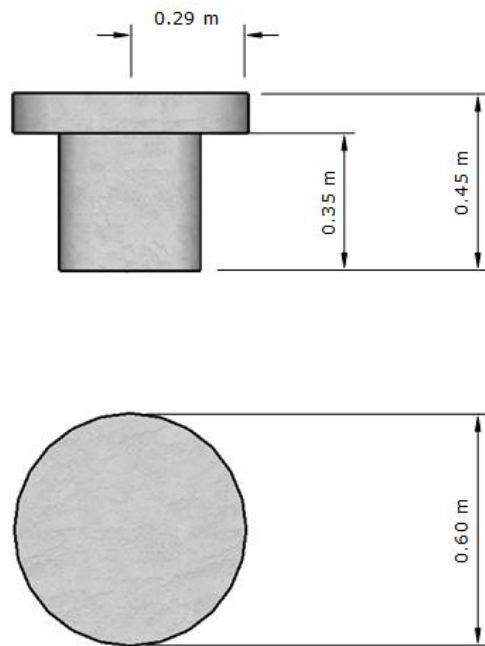


Ilustración 151 Diseño banco circular

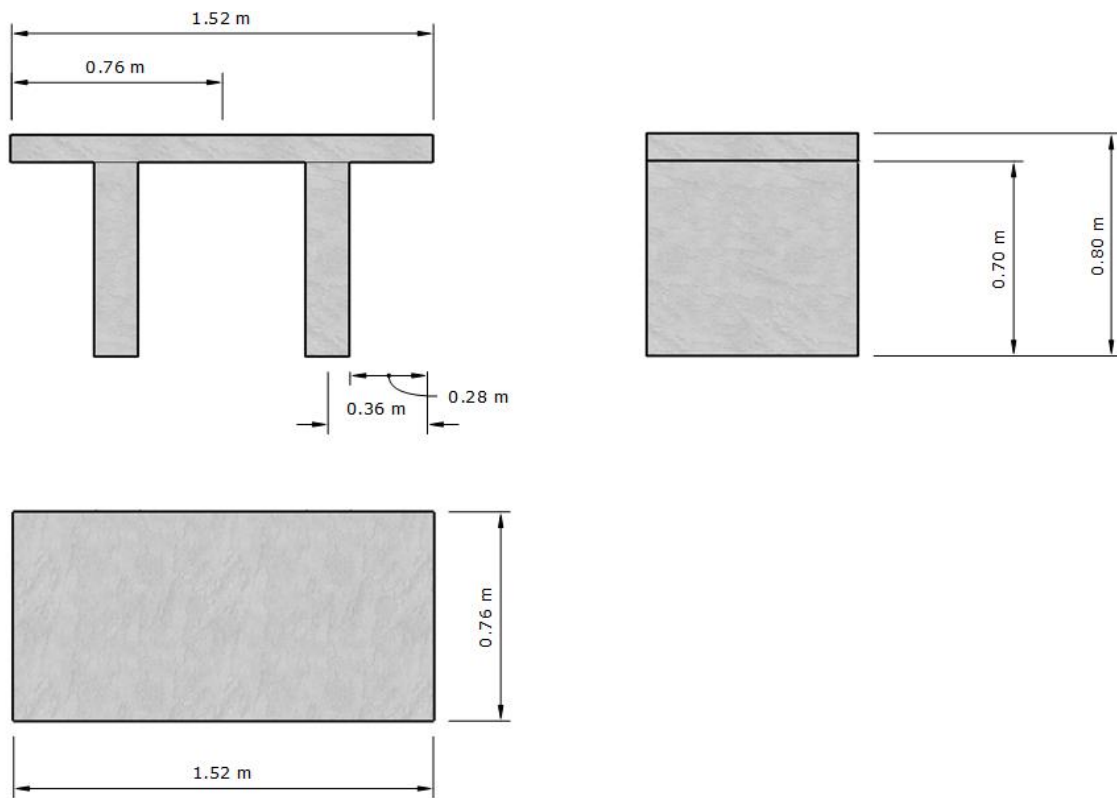
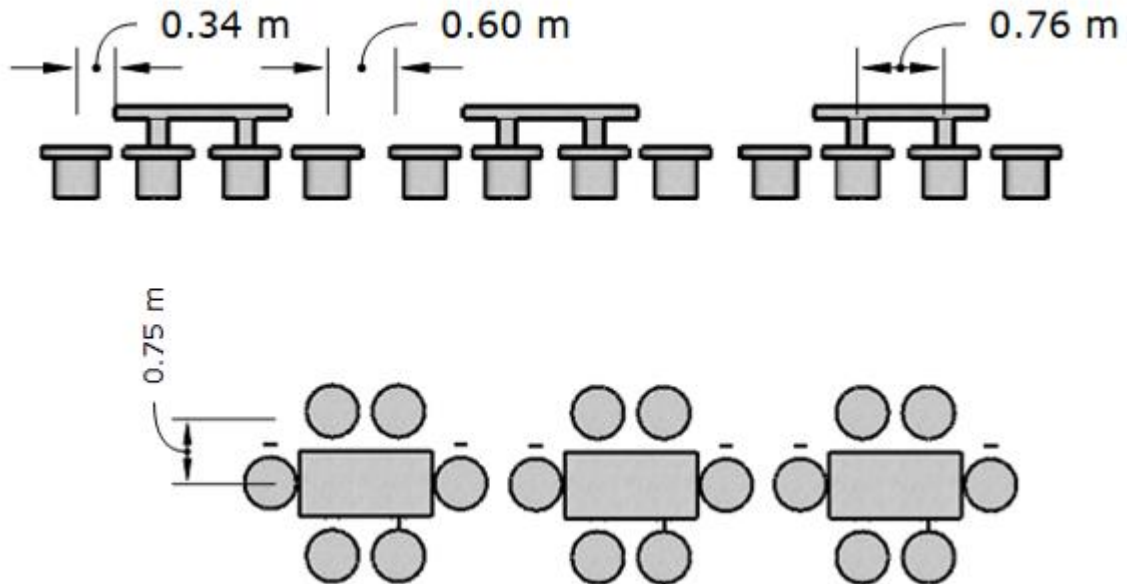


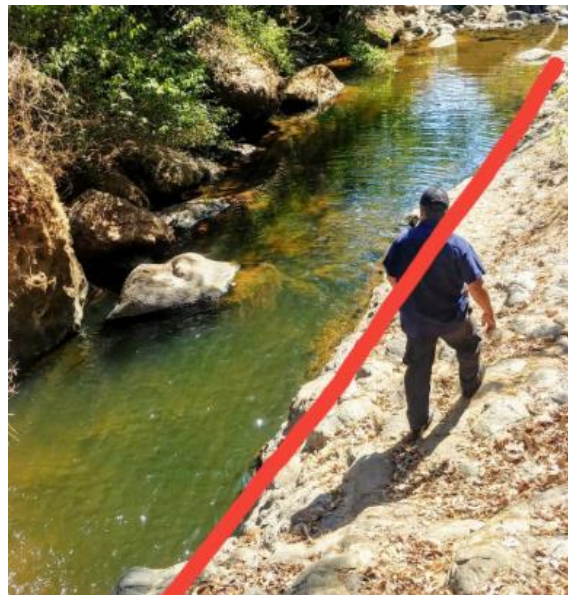
Ilustración 152 Diseño mesa rectangular

Como conjunto armado las especificaciones son las siguientes:



*Ilustración 153 Diseño mesa y banco*

Ahora bien, de manera general, los lugares donde montar estos diseños deberá ser en los atractivos turísticos y donde puedan tener los turistas sus pertenencias a la vista por lo tanto se recomienda utilizar el espacio a la derecha de la línea roja mostrada del río.



*Ilustración 154 ubicación de áreas de descanso*



## Área de servicios Sanitarios

Uno de los apartados más importantes en turismo es la planeación de donde el turista llegado el momento podrá evacuar sus necesidades fisiológicas sin que se genere contaminación del medio ambiente y de los atractivos que se ha visitado, se ha propuesto la construcción de servicios sanitarios pero con una peculiaridad, ya que el municipio no cuenta en su totalidad con una red de aguas negras y como medida a la conservación del recursos líquido, la propuesta consistirá en el diseño de baños secos, pero ¿qué es un baño seco?.

Baño seco: Un baño seco o inodoro ecológico es aquel para el que no es necesario el empleo de agua para la eliminación de desechos y nos da la opción de evitar la contaminación del agua y del suelo a cambio de un enriquecimiento del mismo. Esto es debido a que permite aprovechar los residuos humanos como fertilizantes naturales. Los baños secos no utilizan agua para la evacuación de orina y excrementos y no se conectan a la red de aguas residuales.

Ya que para el plan de desarrollo turístico no solo se consideran atractivos turísticos en zona de difícil acceso, se incluye en la propuesta la facilidad de acceso tanto para personas con discapacidades.



Ilustración 155 Diseño servicios Sanitarios





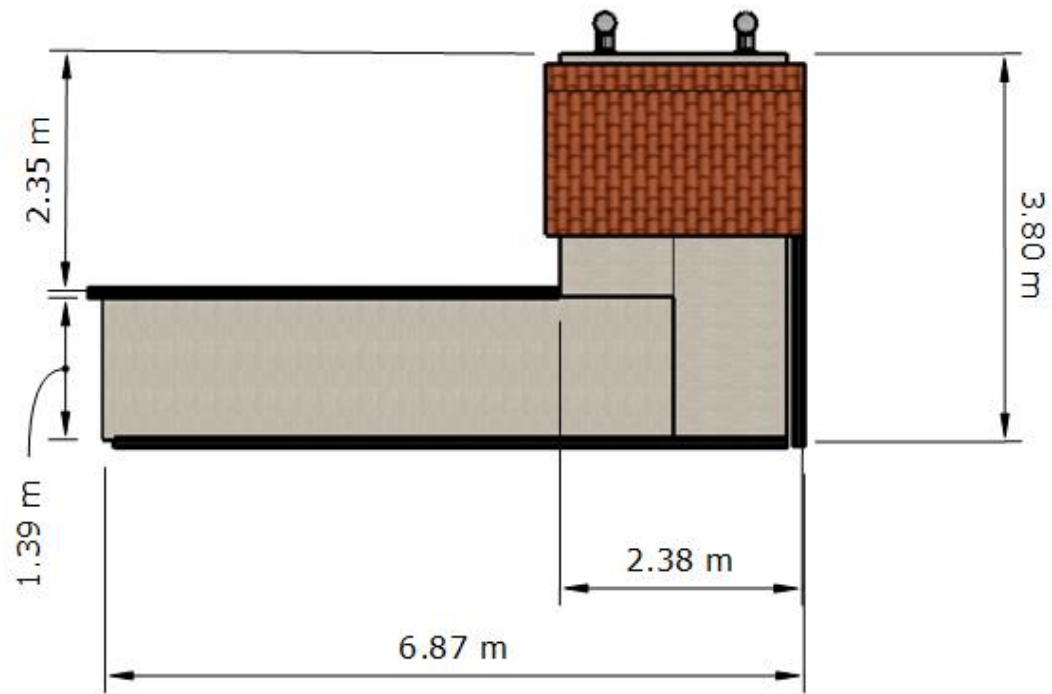


Ilustración 158 Diseño baños rampa



Ilustración 159 Diseño Baños

## Áreas de vestideros

En la actualidad un aspecto que muchos turistas valoran al momento de visitar un atractivo turístico es si cuenta con infraestructura para poder cambiar su ropa a otra más cómoda, esto en su mayor parte en la zona de ríos, pozas y playas. es por esto que en dentro del plan también se ha considerado el diseño de un vestidero para hombres y mujeres que garantice la privacidad del turista al momento de cambiar su atuendo. El diseño ha sido separado por género y al ser la demanda intermitente se ha considerado solo un vestidero por género.



Ilustración 160 Diseño de Vestideros

### Especificaciones de diseño

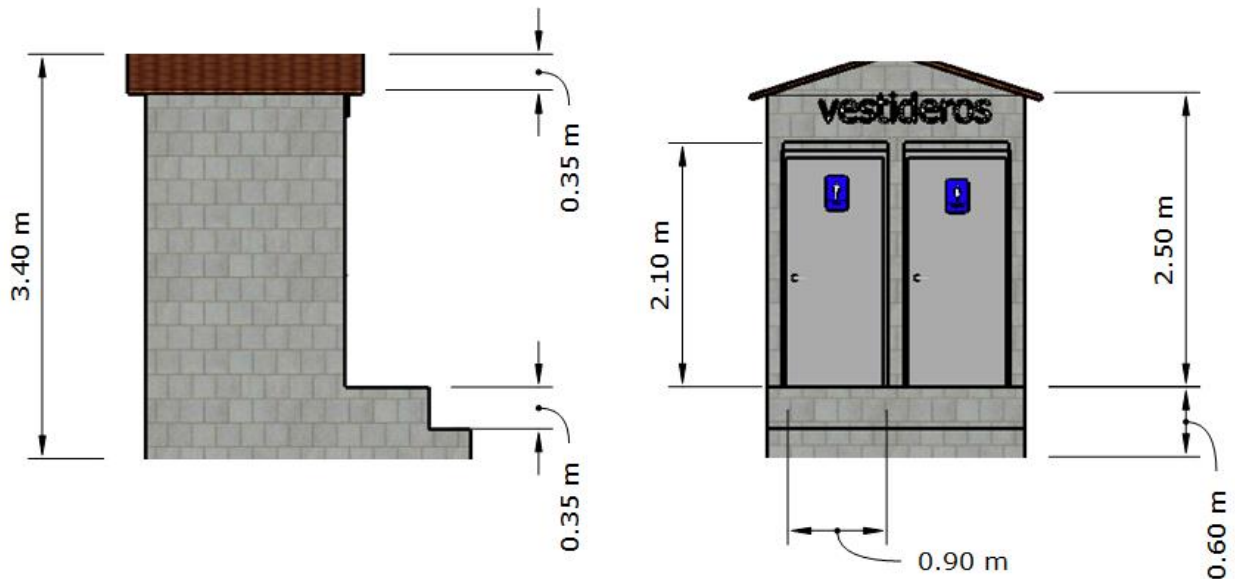
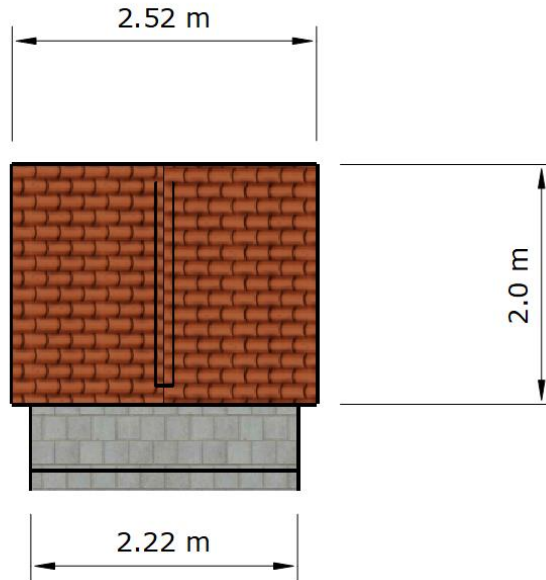


Ilustración 161 Diseño vestideros



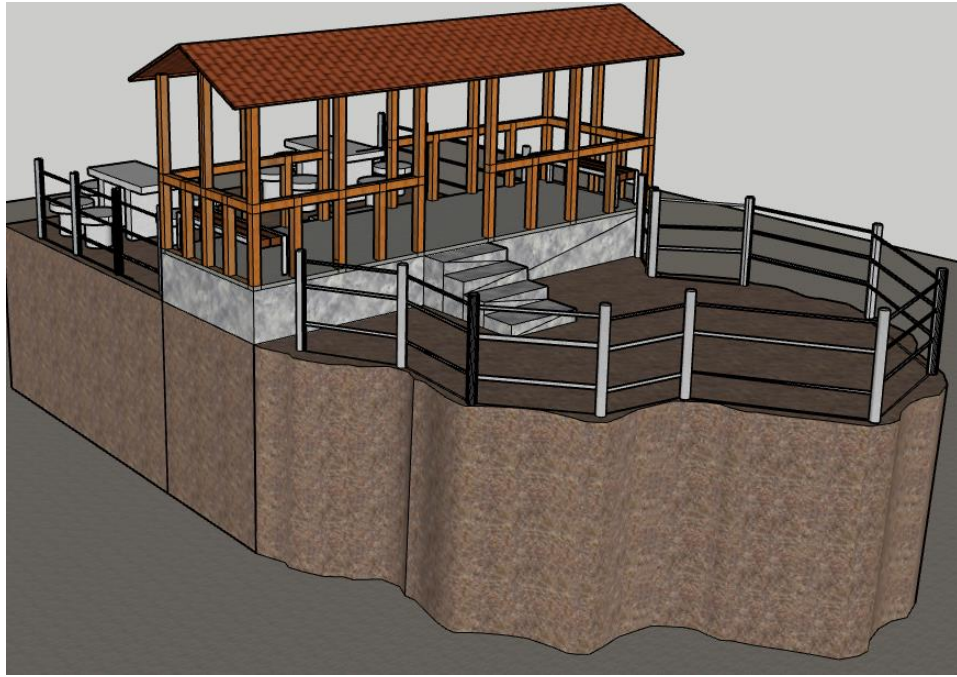
*Ilustración 162 Diseño Vestidero*

**Mejoras en estructura**

Ya que el municipio de Chilitupán en la actualidad cuenta con infraestructura en lugares donde los circuitos tomaran lugar, es necesario realizar mejoras a estos con el fin de garantizar la seguridad y satisfacción del turista ya que lo que se pretende es que el turista considere futuras visitas debido a la satisfacción lograda al recorrer los circuitos turísticos.

Una de la infraestructura que se someterá a mejoras es el mirador ubicado sobre la cueva los ladrones, atractivo que está involucrado en el recorrido del circuito destinado al segmento joven de turistas, esta infraestructura presenta oportunidades de mejora que harán sentir más protegidos y cómodos al turista al momento de visitarlo.

Dentro de las oportunidades de mejora que se pudieron identificar y se tomaron en cuenta para el diseño son la creación de una barrera que impida al turista caer por el acantilado del mirador ya que actualmente no existe protección ante ese escenario, y la incorporación de áreas de descanso en él, que permita al turista disfrutar del buen clima helado y de la hermosa vista a la costa.



*Ilustración 163 Diseño de mejoras en Mirador*



*Ilustración 164 Diseño mejoras en mirador, área de descanso*

Actualmente el mirador no presenta barrera alguna para evitar posibles caídas tal y como se muestra a continuación:



Ilustración 165 Estado actual mirador cueva los ladrones

### Especificaciones de diseño

Dentro de las especificaciones para el área de descanso tenemos:

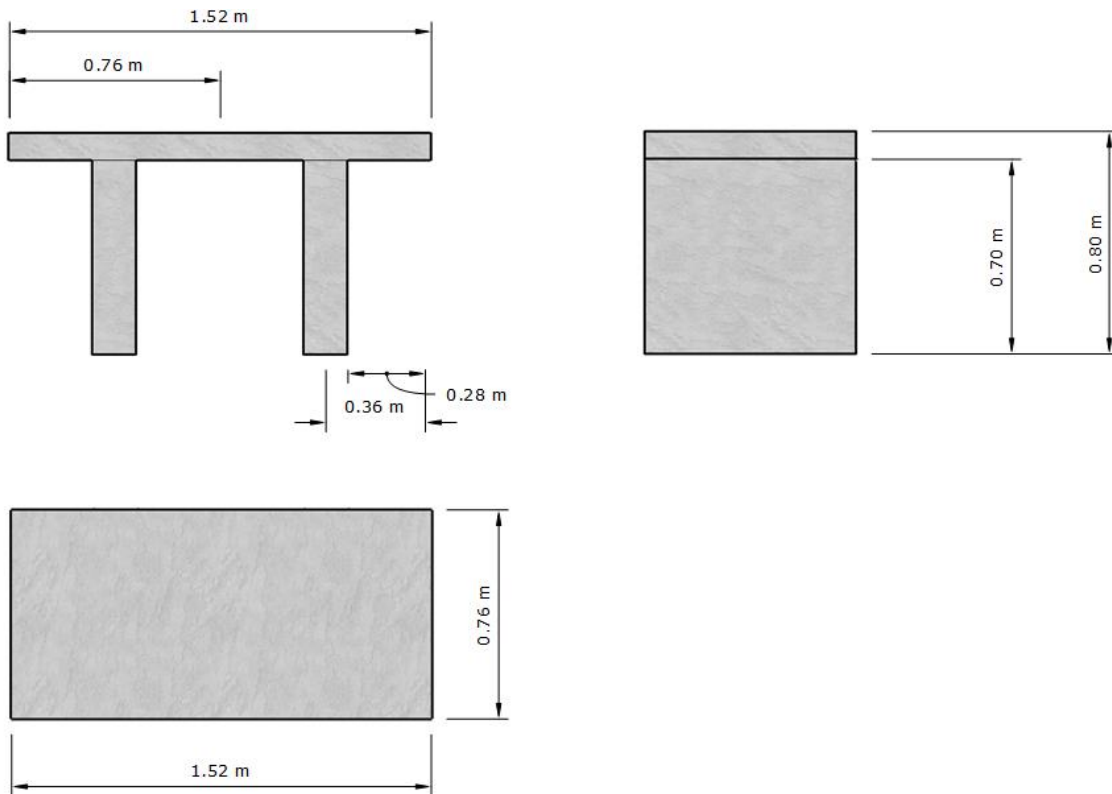
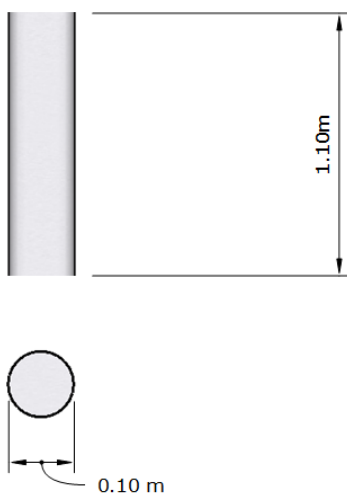


Ilustración 166 especificaciones área de descanso mirador



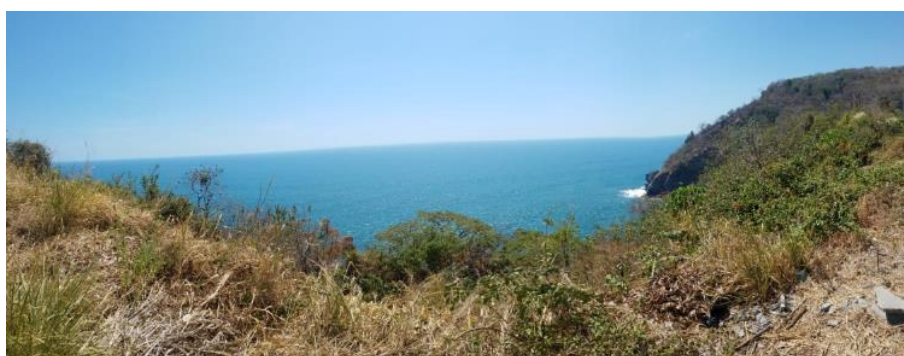
Y para la conformación de barrera los cables deberán tener como mínimo un grosor de 1.5 pulgadas y para evitar caídas se tendrán postes de metal de las siguientes especificaciones:



*Ilustración 167 tubo para barrera en mirador*

### **Construcción Mirador túnel el litoral**

Por otra parte, dentro de los circuitos turísticos en específico en el circuito destinado al segmento familiar y en el atractivo de túnel el litoral, se cuenta con una vista única hacia la playa y para mejorar el grado de satisfacción al visitar este atractivo del municipio se toma a bien la construcción de un mirador desde donde se pueda tener una mejor vista panorámica de la zona de playa. a continuación, se muestra la zona prevista de construcción y el diseño del mirador:



*Ilustración 168 Zona prevista para construcción de mirador*



*Ilustración 169 mirador del túnel el litoral*



*Ilustración 170 Mirador del túnel el litoral1*

## Especificaciones de diseño

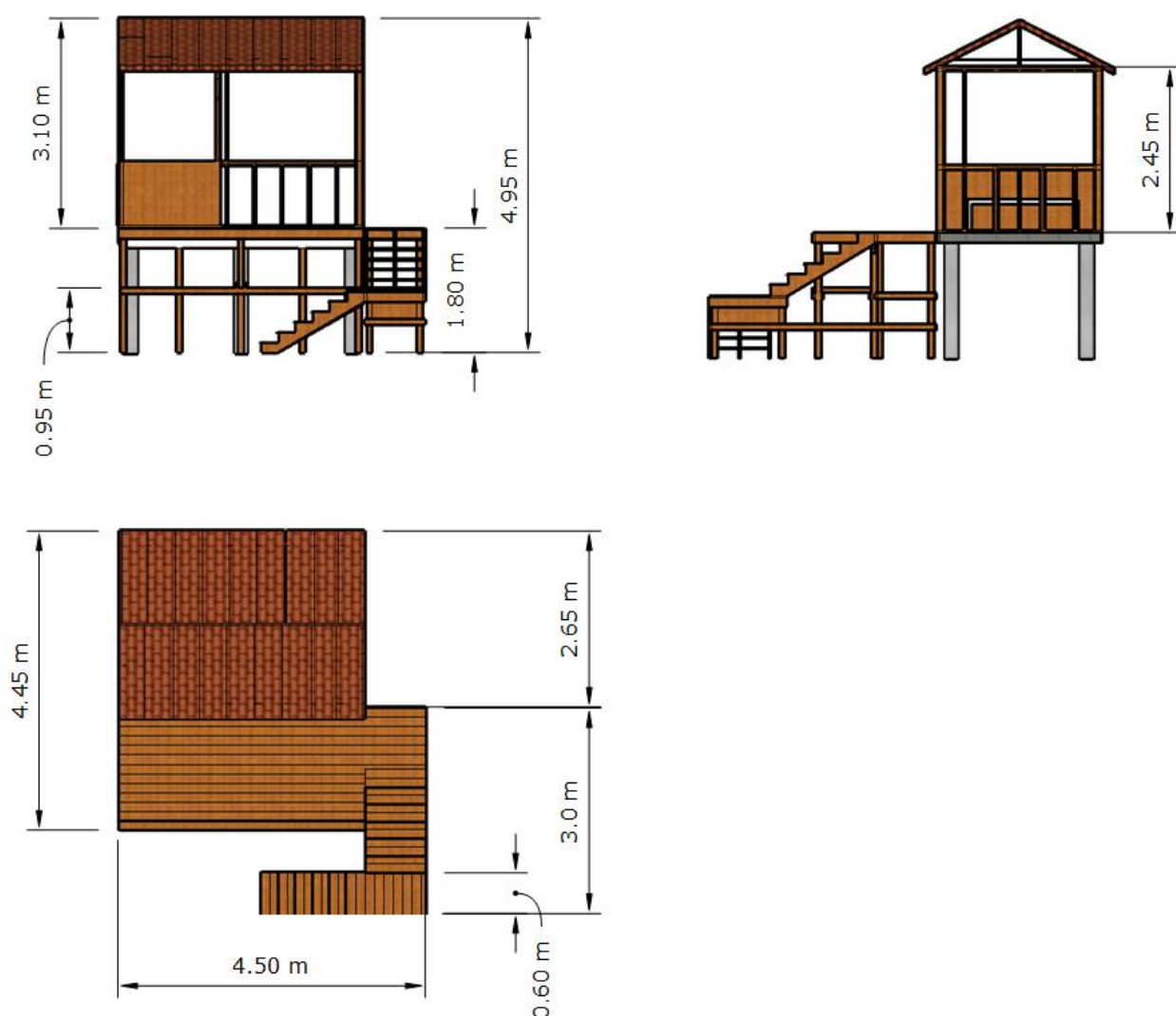


Ilustración 171 Especificaciones de diseño mirador

## Construcción de Comedor Municipal

A través del Diseño y creación de un comedor municipal, se busca la creación de espacios donde los pobladores del municipio puedan ofrecer productos alimenticios locales previamente elaborados o de rápida preparación a los visitantes del municipio, así como también un espacio donde los turistas puedan ingerir alimentos cómodamente. Este comedor municipal se realiza como propuesta pensando en el beneficio local ya que al haber unión entre pobladores quienes de acuerdo a un diagnóstico previo realizado al municipio manifestaron que en el municipio realizan ferias gastronómicas, sería un punto ideal para elaborarla y ofrecer a quienes visitan el municipio.



Ahora bien, si bien el comedor serio de mucho beneficio para el municipio en general la interrogante que surge es ¿dónde estará ubicado? Ya que el municipio si bien cuenta con una zona de costa bien desarrollada, existen otros aspectos que deben tomarse en cuenta sobre la zona de montaña, para esto se procederá a realizar un análisis sobre la localización.

Localización: este estudio se realizará con el objetivo de determinar si la ubicación del comedor es más conveniente en la zona de montaña o en la zona de playa que posee el municipio de acuerdo a una serie de factores que pueden ser de índole social y económica.

- **Punto céntrico:** Se refiere a la facilidad que tiene la ubicación para ser visitado por pobladores aledaños en el municipio para reservar un puesto. Así como la afluencia próxima del turista al municipio de acuerdo del plan tomando en cuentas recorridos de los circuitos turísticos.
- **Vías de acceso:** Las condiciones de las calles se encuentran en buen estado para circular por ellas y poder visitar el comedor.
- **Abastecimiento:** Refiriéndose en este caso a la población local
- **Mercado de Consumo:** Se busca estar cerca de los consumidores finales
- **Seguridad pública:** Se refiere a las condiciones o medidas de seguridad que presentan las regiones.
- **Disponibilidad de servicios:** Estos servicios son de energía eléctrica, agua potable, internet etc.

los pesos que se le asignaran a cada factor son los siguientes:

*Tabla 217 Factores localización de comedor*

Factor	Código	%
Punto céntrico	PC	15%
Vías de acceso	VA	20%
Abastecimiento	ABT	10%
Mercado de consumo	MDC	25%
Seguridad publica	SP	10%
Disponibilidad de Servicios	DDS	20%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

**Escala de Calificación:** Esta escala asigna un mayor puntaje a las alternativas que mejor satisfagan las necesidades de cada factor.

*Tabla 218 Criterios, localización de comedor*

CRITERIO	NOTA
Excelente localización	10
Muy buena localización	8
Buena localización	6
Regular localización	4
Mala localización	2

**Ponderaciones:** En base al peso de cada uno de los factores en el proyecto y las escalas que se desarrollaron se procede a calcular la calificación que cada una de las alternativas de localización.

Tabla 219 Calificación de alternativas, localización de comedor

Criterio	Localización	
	Zona montaña	Zona de playa
NOTA FACTOR PC	15%	
	9	6
NOTA FACTOR VA	20%	
	8	8
NOTA FACTOR ABT	10%	
	8	6
NOTA FACTOR MDC	25%	
	6	8
NOTA FACTOR SP	10%	
	8	8
NOTA FACTOR DDS	20%	
	8	6
<b>Total</b>	<b>7.65</b>	<b>7.10</b>

De acuerdo con los resultados obtenidos con la ponderación de factores se puede observar que la diferencia es poca entre ambas localizaciones, pero la zona de montaña se adecua y resultará ser más beneficiosa para el municipio considerando la construcción de los circuitos propuestos. Por lo tanto, se recomienda su ubicación en la zona de montaña.

### Diseño propuesto

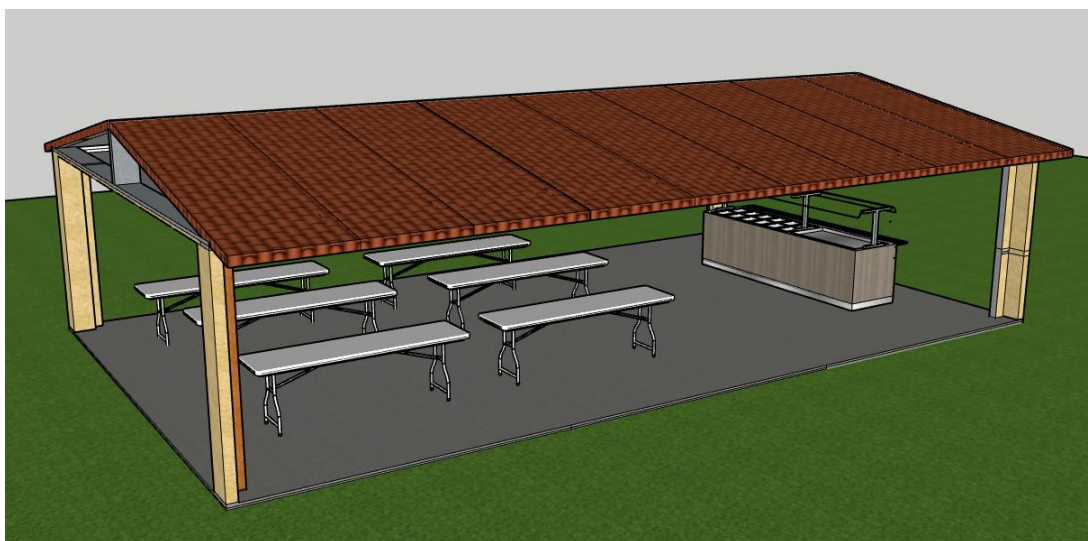


Ilustración 172 Diseño Comedor Municipal

## Especificaciones de diseño

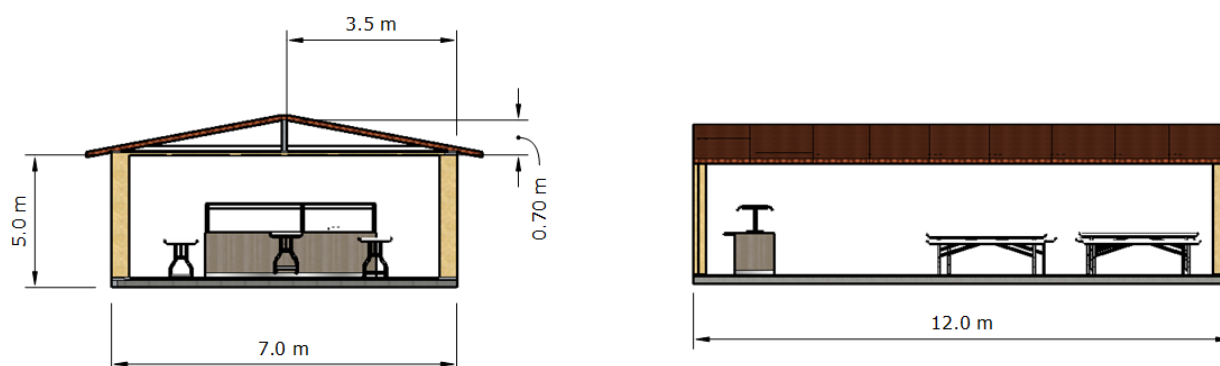


Ilustración 173 Especificaciones diseño de comedor municipal

## Capacidad Instalada

	LARGO	ANCHO	AREA DE OCUPACION POR MESA	CANTIDAD REQUERIDA	AREA TOTAL OCUPACION	AREA COMUN DE SERVICIO
MESAS	1.80 m	0.76 m	1.368	10	13.68 m <sup>2</sup>	0.5
SILLAS	0.50 m	0.50 m	0.25	60	15 m <sup>2</sup>	
<b>TOTAL</b>			<b>1.618 m<sup>2</sup></b>	<b>60 personas</b>	<b>28.68 m<sup>2</sup></b>	<b>0.5</b>

TOTAL, REQUERIDO	ESPACIO TOTAL	ESPACIO PARA VENTAS
29.18 m <sup>2</sup>	84 m <sup>2</sup>	54.82 m <sup>2</sup>

Las mesas consideradas son para un total de 6 personas y el tiempo de servicio está delimitado para los intervalos de comida en cada circuito turístico programado, que varían de 30 a 50 minutos, considerando el caso de que dos grupos en capacidad máxima de 30 personas se encuentren en el mismo momento en el comedor se tiene un espacio para 60 personas.

## Construcción de Kiosko Informativo

Una propuesta que se hace de suma importancia es el diseño de un kiosco informativo que guíe a los turistas que se encuentran realizando turismo en el municipio o necesitan la ubicación de otro punto del municipio. Esto se logrará a través de una persona que estará encargada de esta labor tal y como sucede en los centros de alcance al turista los cuales tienen la función de orientar al turista la ubicación de la propuesta se considera en la entrada al municipio sobre la litoral. El material a utilizar para su construcción será madera curada y se deberá seguir las especificaciones de dimensiones expuestas a continuación.

## Diseño propuesto



Ilustración 174 Diseño de kiosco de información para el turista

## Especificaciones de diseño



Ilustración 175 especificaciones diseño de kiosco

## Senderos y pasamanos de madera

Los senderos serán de utilidad para tramos donde se encuentra tierra floja o terreno inestable para dar sostén al turista, para garantizar el cuidado del medio ambiente el diseño propuesto será a través de la colocación de tablonces de madera tal y como se muestra a continuación:



*Ilustración 176 Diseño de senderos y pasamanos*

Las especificaciones de estos senderos se detallarán a continuación, la distancia aproximada se colocará en la tabla de requerimientos en el atractivo específico donde serán utilizados.

*Tabla 220 Especificaciones de senderos de madera*

<b>Creación de Senderos</b>	
<b>Parte del sendero</b>	<b>Especificaciones sendero</b>
Tablones horizontales en piso	Tablones de madera curada de 1.5x0.15m
Tablones horizontales de pasamano	Tablones de madera curada de 2.0x0.15m
Tablones verticales de pasamano	Tablones de madera curada de 1.5x0.15m

## Pasamanos metálicos

Ya que de acuerdo a la situación del terreno donde se encuentran algunos atractivos turísticos considerados en los circuitos, no es posible la instalación de sendero de madera por encontrarse situados sobre tramos de rocas, se considera la construcción de tramos de pasamano metálico. Las especificaciones de estos pasamanos se detallarán a continuación, la distancia aproximada se colocará en la tabla de requerimientos en el atractivo específico donde serán utilizados.

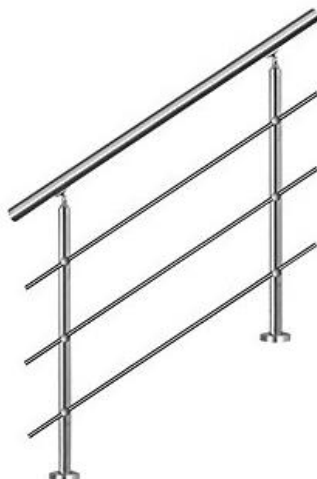


Ilustración 177 referencia de pasamano metálico

Creación de Senderos	
Pasamano	<b>Especificaciones pasamano</b>
	deberán cumplir las especificaciones establecidas en la norma ASTM A709 Gr. 345W (ASTM A588)

## Requerimientos para la infraestructura turística

### Especificaciones de requerimientos de obra civil

Tabla 221 requerimientos de Áreas de descanso

Área de Descanso- (mesa y 6 asientos)	
Recurso / Atractivo	Cantidad de juegos
Poza el letrero	5
Poza los tres chorros	5
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

Tabla 222 Requerimientos de Servicios Sanitarios

<b>Área de Servicios Sanitarios (Baños secos)</b>	
<b>Recurso / Atractivo</b>	<b>Cantidad</b>
Playa el Zonte	1
Playa Km 59	1
Poza el letrero	1
Poza los tres chorros	1
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>

Tabla 223 Requerimientos de Vestideros

<b>Vestideros</b>	
<b>Recurso / Atractivo</b>	<b>Cantidad</b>
Playa el Zonte	1
Playa Km 59	1
Poza el letrero	1
Poza los tres chorros	1
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>

Tabla 224 Requerimientos mejora en mirador

<b>Mirador-mejoras</b>	
<b>Recurso / Atractivo</b>	<b>Cantidad</b>
Mirador cueva los ladrones	1
Tubo para barrera de acero 4"	40
Cables de acero grosor 1.5"	50 metros

Tabla 225 Requerimientos creación de mirador

<b>Creación de Mirador</b>	
<b>Recurso / Atractivo</b>	<b>Cantidad</b>
Mirador túnel el litoral	1
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>

Tabla 226 Requerimientos comedor municipal

<b>Creación de Comedor</b>	
<b>Locación</b>	<b>Cantidad</b>
Zona de montaña	1
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>

Tabla 227 Requerimientos senderos y pasamanos de madera

<b>Creación de Senderos</b>		
<b>Recurso / Atractivo</b>	<b>Distancia estimada a cubrir</b>	<b>Cantidad</b>
Poza el lebrero	1.5km	1
Poza los tres chorros	1 km	1
Cascadas las golondrinas	0.7km	1
<b>TOTAL</b>		<b>3</b>

Tabla 228 Requerimientos de pasamanos metálicos

<b>Pasamanos metálicos</b>		
<b>Recurso / Atractivo</b>	<b>Distancia estimada a cubrir</b>	<b>Cantidad</b>
Mirador cueva los ladrones	20 metros	1
Poza los tres chorros	70 metros	1
<b>TOTAL</b>		<b>3</b>

Tabla 229 Requerimiento de Kiosko de información

<b>Creación de Kiosko</b>	
<b>Propuesta</b>	<b>Cantidad</b>
Kiosko turista sobre entrada litoral	1
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>



## 4. Proyecto 4: Museo municipal

### Objetivos

- Ejercer de elemento dinamizador para mejorar y ampliar la oferta turística y cultural del municipio de Chiltiupán.
- Poner en valor, preservar e interpretar el paisaje histórico-cultural del municipio de Chiltiupán.
- Presentar de forma innovadora y atractiva la historia del municipio de Chiltiupán
- Tender puentes hacia otras comunidades a través del intercambio cultural y la creación de redes, propiciando la solidaridad y la creación de proyectos colectivos.
- Fortalecer la identidad, al brindar nuevas maneras en las que sectores de la comunidad conozcan, interpreten, valoren y disfruten su propia cultura.

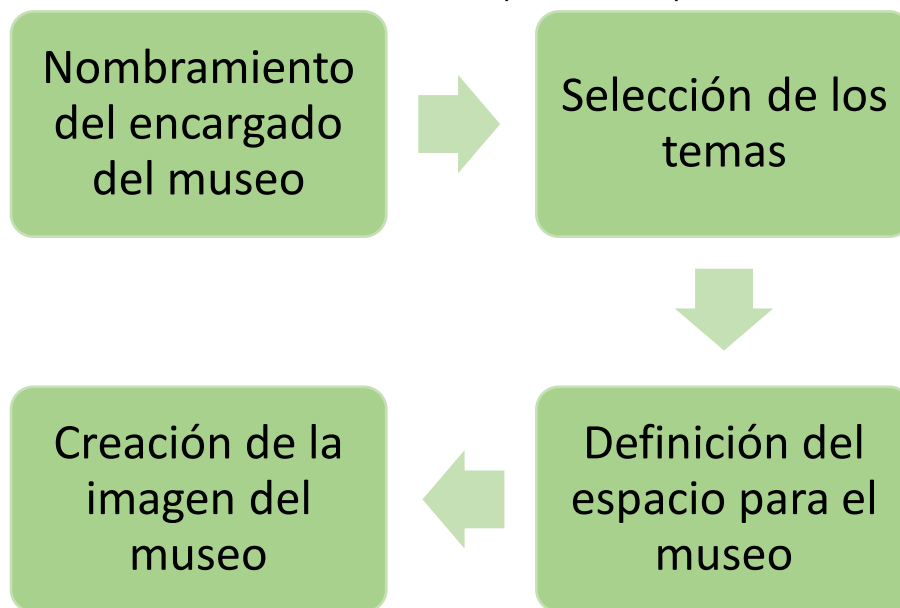
### Concepto

Un museo:

- Es creado por la misma comunidad: es un museo “de” la comunidad, no elaborado externamente “para” la comunidad.
- Es una herramienta para que la comunidad afirme la posesión física y simbólica de su patrimonio, a través de sus propias formas de organización.
- Es un espacio donde los integrantes de la comunidad construyen un autoconocimiento colectivo, propiciando la reflexión, la crítica y la creatividad. Fortalece la identidad, porque legitima la historia y los valores propios, proyectando la forma de vida de la comunidad hacia adentro y hacia fuera de ella. Fortalece la memoria que alimenta sus aspiraciones de futuro.
- Genera múltiples proyectos para mejorar la calidad de vida, ofreciendo capacitación para enfrentar diversas necesidades, fortaleciendo la cultura tradicional, desarrollando nuevas formas de expresión, impulsando la valorización del arte popular y generando turismo controlado por la comunidad.
- Es un puente para el intercambio cultural con otras comunidades, que permite descubrir intereses comunes, forjar alianzas e integrar redes que fortalece cada comunidad participante a través de proyectos conjuntos.

## Propuesta de museo

Pasos para la creación del museo en el municipio de Chiltiupán



*Ilustración 178. Pasos para la creación del museo.*

### 1) Nombramiento del encargado del museo

El grupo nombrado para hacerse cargo de la creación y desarrollo del museo, será el CDT del municipio de Chiltiupán. La comunidad los reconocerá como el grupo que la representa en la realización de estos trabajos. No realiza todas las tareas por sí mismo, sino que coordina la participación de diversos grupos de vecinos, continuamente invitándolos a acercarse al museo. Busca responder a las preocupaciones y necesidades de toda la población, y la mantiene informada de sus actividades. Se avoca a negociar apoyos y coordinar esfuerzos con varias dependencias públicas e instituciones privadas.

El trabajo que desarrolla el CDT del municipio para su comunidad es gratuito, por lo que sus integrantes realizan un servicio comunitario que no se confunde con sus intereses de beneficio personal. Cumple su función por un período determinado y es renovado con nuevos integrantes. El CDT es un elemento clave para el desarrollo del museo. Es el grupo comunitario que podrá instrumentar el proyecto, planeando y llevando a cabo sus diversas líneas de trabajo con el apoyo de las autoridades locales, de asesores y la participación de múltiples grupos de la población.

## 2) Selección de temas

Otra decisión que deberá contar con el consenso de la población es la selección de los temas que el museo investigará y presentará. Es una decisión que permite definir el museo como un espacio que proyecta la visión del municipio. A veces las mismas inquietudes que originaron el proyecto del museo implican la presentación de algunos temas. Por ejemplo, si la iniciativa surgió a raíz de un hallazgo arqueológico, será necesario que el museo cuente con una sala sobre el desarrollo de la comunidad en la época prehispánica. Sin embargo, es conveniente confirmar esta decisión y dar la oportunidad de enriquecer el proyecto del museo con la selección de dos o tres temas diferentes, de acuerdo al espacio disponible. En la misma consulta inicial, es posible abordar esta discusión. Es la mejor oportunidad para que, desde un inicio, el contenido del museo responda a los intereses del municipio. Algunas preguntas que permiten generar la discusión son: ¿Cuáles son las historias del municipio que queremos que nuestros hijos conozcan? ¿Qué historias nos identifican más? ¿Cuáles son los problemas que nos interesan presentar y poner a discusión?

La lluvia de ideas puede darse y a través de un proceso concretarse en dos o tres temas. Los que no puedan abordarse inicialmente pueden quedar para exposiciones temporales. En el municipio de Chilitupán, por ejemplo, diferentes comunidades han seleccionado los siguientes temas:

- La poza el letrero
- La historia de pueblo viejo
- Leyendas del municipio
- Los atractivos del municipio
- Las festividades tradicionales
- El cultivo del bálsamo
- El cultivo del café

Estos temas surgen por las vivencias de cada lugar y la importancia que le dan los integrantes de la comunidad a sus propias experiencias. Si la decisión fuera de algún especialista, un arqueólogo o un historiador, no podría captar estos elementos de identidad y autoconocimiento. Por otro lado, de no desarrollar un proceso para definir los temas claramente, el museo puede quedar como una miscelánea de objetos donados que no responden a una narrativa coherente.

Una vez culminada la lluvia de ideas se determinó que para mostrar la cultura del municipio de Chilitupán los temas de más importancia y más relevantes son:

- Pueblo viejo
- El cultivo del bálsamo
- Atractivos del municipio
- Leyendas del municipio

Una vez definido los temas de más relevancia para mostrar la cultura del municipio, se procede a la documentación respectiva donde se ocuparán fuentes primarias y secundarias para obtener la información necesaria y poder crear las salas de exposición para el museo.

Tabla 230. Fuentes de información primaria y secundaria para documentar.

Fuentes	Investigación
Primaria y secundaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentos de la comunidad</li> <li>• Documentos de archivos parroquiales</li> <li>• Documentos de archivos nacionales</li> <li>• Fuentes gráficas</li> <li>• Ceremonias y prácticas culturales</li> <li>• Objetos arqueológicos</li> <li>• Códices, lienzos y textiles</li> <li>• El espacio de la comunidad</li> </ul>

Luego de documentar se identifica el material para representar los temas o investigaciones

Tabla 231. Material para representar los temas o investigaciones.

<b>Objetos y artefactos</b>	Objetos originales, históricos o actuales, relevantes al tema.
<b>Textos</b>	Se llaman cédulas comúnmente. Hay títulos, cedulas introductorias, cédulas explicativas, pies de objeto.
<b>Imágenes de dos dimensiones</b>	Fotografías, dibujos, mapas, cuadros, murales.
<b>Elementos de tres dimensiones</b>	Ambientaciones, maquetas, dioramas
<b>Medios audiovisuales</b>	Videos, presentaciones de diapositivas, grabaciones.
<b>Elementos interactivos</b>	Elementos que los visitantes pueden tocar y mover, con los que pueden interactuar.
<b>Mobiliario</b>	Mamparas, tableros, bases, vitrinas.
<b>Colores, sonidos y olores</b>	Elementos que permiten crear un ambiente que nos ayuda a contar nuestra historia.

Tomamos en cuenta los objetos que hemos reunido o que podemos reunir como parte de la colección del museo. Analizamos los subtemas y las posibles maneras de mostrar cada uno. Equipos de trabajo elaboran propuestas, en donde visualizan como será posible utilizar los distintos recursos museográficos para mostrar una parte de la historia. Las 4 salas a mostrar serán las siguientes:

Sala 1: Tema Pueblo viejo

- Fotografías o grabaciones de pueblo viejo
- Objetos o artefactos que demuestren la historia de pueblo viejo
- Una cédula explicadora, de la historia del pueblo viejo.

Sala 2: Tema El cultivo del bálsamo

- Fotografías de los pasos de la extracción del bálsamo
- Muestras del bálsamo extraído y los productos que se pueden realizar con el bálsamo.
- Una ambientación mostrando como se extrae el bálsamo
- Una cédula explicadora, de las propiedades del bálsamo.

Sala 3: Tema Atractivos del municipio

- Mapa del municipio y especificar donde se encuentra sus atractivos
- Fotografías donde se muestren cada uno de los atractivos del municipio
- Una cédula explicadora, donde se indique la importancia o la historia de cada atractivo.
- Dibujos donde se represente los atractivos del municipio.

Sala 4: Tema Leyendas del municipio

- Una cédula explicadora, donde este el lugar de las leyendas y los sucesos de las leyendas del municipio.
- Dibujos donde se represente las leyendas del municipio.

### 3) Definición del espacio para el museo

En el siguiente punto se retoma el espacio disponible para la exposición. Hacemos un levantamiento a escala del espacio. Estudiamos sus características, por donde será la entrada y la salida, y cómo podemos repartir las diferentes unidades de acuerdo a los subtemas que hemos trabajado.

Con la distribución general de las unidades, vamos trabajando de manera más precisa el diseño general. Definimos el mobiliario museográfico de las unidades y cómo se integra dentro del espacio. Retomamos la visualización de los subtemas y precisamos en equipos de trabajo como se pueden integrar los objetos, elementos de dos y tres dimensiones, y cédulas, con el mobiliario museográfico. Las propuestas se pueden elaborar en forma de dibujos o a través de maquetas. A través de la presentación de las propuestas por equipos, se hacen observaciones y correcciones, para acordar el diseño general.

Distribución de las salas del museo

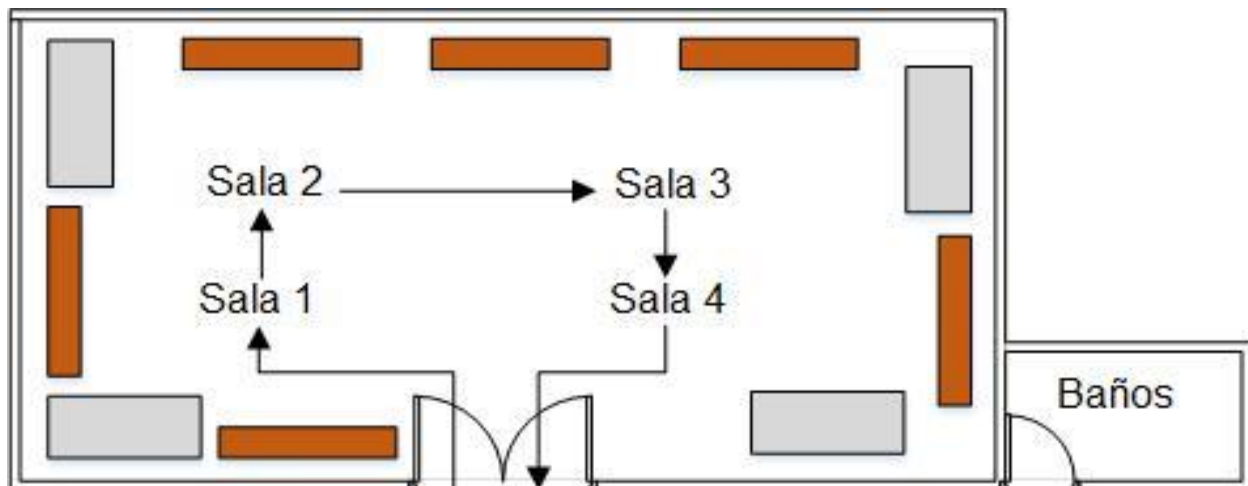


Ilustración 179. Distribución de las salas en el museo

Las dimensiones del museo serán de 10m x 5 m donde estarán ubicadas las salas y los baños será de 2.5m x 1.5 m.

#### 4) Creación de la imagen del museo

Para crear la imagen del museo hay que definir el nombre museo el cual será:

**“Museo cultural de Chiltiupán”**

Luego definir el logo que lo acompañara



*Ilustración 180. Logo del museo cultural de Chiltiupán*

Por último, la promoción del museo se lleva a cabo a varios niveles.

En primer lugar, está la promoción al interior del municipio. Se deberá mantener una comunicación permanente con las escuelas para que los niños lo visiten continuamente y el museo pueda cumplir con su función de aprendizaje y fortalecimiento de la identidad. Por otro lado, habrá que aprovechar todos los medios de comunicación que existe en la comunidad: las asambleas, las radios comunitarias, los carteles y señalamientos.

Hacia fuera de la comunidad existe la posibilidad de difundir las características y servicios del museo a través de muchos medios:

- Guías publicadas que difunden los museos como parte de los atractivos de diversas regiones y estados
- Páginas de Internet. En ocasiones el museo puede elaborar el suyo propio; también puede participar en páginas de las redes de museos comunitarios o de otras organizaciones
- Medios de comunicación masivos como la radio, la televisión y la prensa escrita.
- Medios impresos tales como trípticos y folletos que pueden distribuirse en escuelas, instituciones, hoteles y negocios.

#### **Requerimientos para el museo**

Para la creación del museo se deberá realizar la gestión y creación de alianzas, que permitirá la creación del museo.

Es importante considerar los recursos internos de la comunidad, desde el más fundamental, que es el recurso humano, hasta los recursos de carácter material, como pueden ser los objetos de las colecciones y los recursos naturales del medio ambiente. Sin embargo, el proyecto también requerirá de recursos externos a la comunidad. Estos incluyen los recursos humanos

complementarios para proporcionar asesoría y capacitación, y recursos materiales para completar los trabajos de preparación de las instalaciones y creación de las exposiciones.

Habrán diversas alternativas para acercarse a fuentes de asesoría metodológica y técnica. Algunas opciones son:

Instituciones educativas:

- Universidades
- Escuelas de nivel medio superior
- Escuelas secundarias

Instituciones de cultura:

- Instituciones de conservación, difusión y promoción cultural, públicas y privadas
- Museos de distintos niveles, públicos y privados
- Centros de investigación, públicos y privados

El comité podrá explorar diversas posibilidades, compartiendo su misión de fundar el museo comunitario con especialistas que han trabajado en el área de conservación, investigación y difusión del patrimonio cultural. Existen una gran variedad de instituciones cuyas misiones están relacionadas con los esfuerzos de las comunidades por conocer y proteger su propia cultura.

**Recurso humano:** este requerimiento es importante para el desarrollo del museo, siendo el principal el guía del museo, junto con una persona encargada de realizar la limpieza.

*Tabla 232. Recurso humano para el museo*

Personal	Cantidad
Guía del museo	1
Limpieza	1

**Instalaciones, mobiliario y equipo:** hay que definir los requerimientos de instalaciones, mobiliario y equipo necesario para el museo.

*Tabla 233. Instalaciones, mobiliario y equipo para el museo.*

Instalaciones, mobiliario y equipo	Cantidad
Local	1
Vitrinas	4
Mamparas o tableros	6
Fotografías profesionales	30
Dibujos	5
Cedulas	10
Escoba	1
Trapeador	1

## B. PROGRAMA 2: DISEÑO DE CALIDAD TURÍSTICA

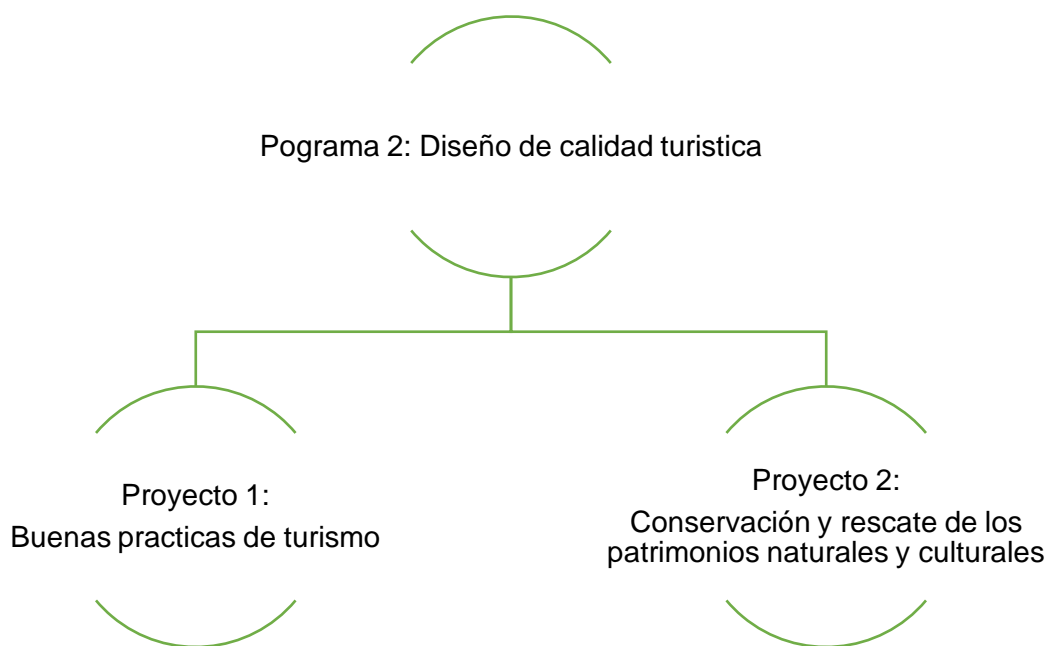
### Introducción al programa

El turismo, como actividad económica, ha cobrado gran importancia a nivel mundial al permitir la integración armónica de factores sociales, culturales, económicos y ambientales para el beneficio de las naciones. Diferentes regiones o países actualmente basan una parte importante de su desarrollo en la promoción del turismo, teniendo en cuenta que genera beneficios de alto impacto sobre las comunidades nativas de los países donde se realiza, especialmente en aquellos en vías de desarrollo.

Es por ello que el siguiente programa incluye el diseño de un sistema de Gestión de la Calidad Turística el cual busca ser una herramienta que permita a los empresarios del sector adoptar prácticas de gestión sostenibles y llevarlos a un alto nivel en la prestación de sus servicios, con prácticas sencillas y efectivas que generen mayor productividad y competitividad, el cual incluirá todos los aspectos necesarios para su correcto funcionamiento y los instrumentos para la recolección de información. Por último, se colocarán los requerimientos que tiene el programa para poder llevarse a cabo, requerimientos de materiales, recurso humano, mobiliario y equipo, entre otros.

### Objetivos del programa

- Establecer las estrategias a seguir para mejorar la seguridad turística y para asegurar que los turistas realicen sus actividades sin ningún percance.
- Plantear las buenas prácticas de turismo que se pueden aplicar en el municipio de Chiltiupán para minimizar los impactos negativos de la actividad turística en la zona.
- Conservar el patrimonio natural y cultural que posee el municipio de Chiltiupán



Esquema 10. Programa diseño de calidad turística



## 1. Proyecto 1: Buenas prácticas de turismo sostenible

### Objetivos

- Organizar, planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para asegurar una atención de calidad para los visitantes.
- Conocer e implementar buenas prácticas de turismo para el municipio de Chiltiupán.
- Ofrecer calidad en los Servicios y Responsabilidad con el Visitante.
- Reducir los impactos ambientales con la propuesta de buenas prácticas de turismo.

### Conceptos

- **Áreas naturales:** Las áreas naturales son los espacios continentales o marinos de un territorio delimitadas para conservar la diversidad biológica y demás valores asociados de interés cultural, paisajístico y científico, así como por su contribución a la sostenibilidad de un país.
- **Turismo en la naturaleza:** es aquel que tiene como motivación principal la realización de actividades recreativas y de esparcimiento en la naturaleza sin degradarla. Estas actividades no están especializadas en el conocimiento ni en actividades deportivas que usen expresamente los recursos naturales
- **Turismo sobre la naturaleza:** es aquel que tiene como motivación principal la realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos.
- **Turismo por la naturaleza:** es aquel que tiene como motivación principal la contemplación, disfrute y conocimiento del medio natural, con diferente grado de profundidad, para lo que puede realizar actividades físicas de baja intensidad sin degradar los recursos naturales.
- **Turismo de aventura:** es el turismo de naturaleza que propone retos o desafíos impuestos por la naturaleza, tanto deportivos (de manera recurrente) como ocasionales, y que busca generar fuertes momentos emocionales, manejando adecuadamente los factores de riesgo.
- **Criterio Ambiental:** El turismo comunitario se desarrolla en zonas naturales con recursos biológicos sensibles a todo tipo de intervención, por lo que deben ser mantenidos, cuidados y protegidos por los responsables de la operación de turismo comunitario respondiendo de esta manera a uno de los principios básicos del ecoturismo que es la conservación del ambiente y el desarrollo sostenible del turismo.
- **Criterio Social y Cultural:** El ecoturismo privilegia y potencia las relaciones entre culturas, es por esto que se hace necesario que la relación de la empresa de ecoturismo con las comunidades o la relación intracomunitaria sea concertada entre todos los actores y se respeten las culturas propias. El ámbito socio-cultural pretende reafirmar el compromiso social de las empresas de ecoturismo.
- **Criterio Calidad en los Servicios:** Toda empresa de ecoturismo debe poner especial atención en el trato que ofrece a sus visitantes durante toda su cadena de valor, esto no solo involucra a la atención y los servicios que se ofrecen durante su estadía sino también a aquellos que la empresa subcontrata y que en gran medida están fuera de su control.

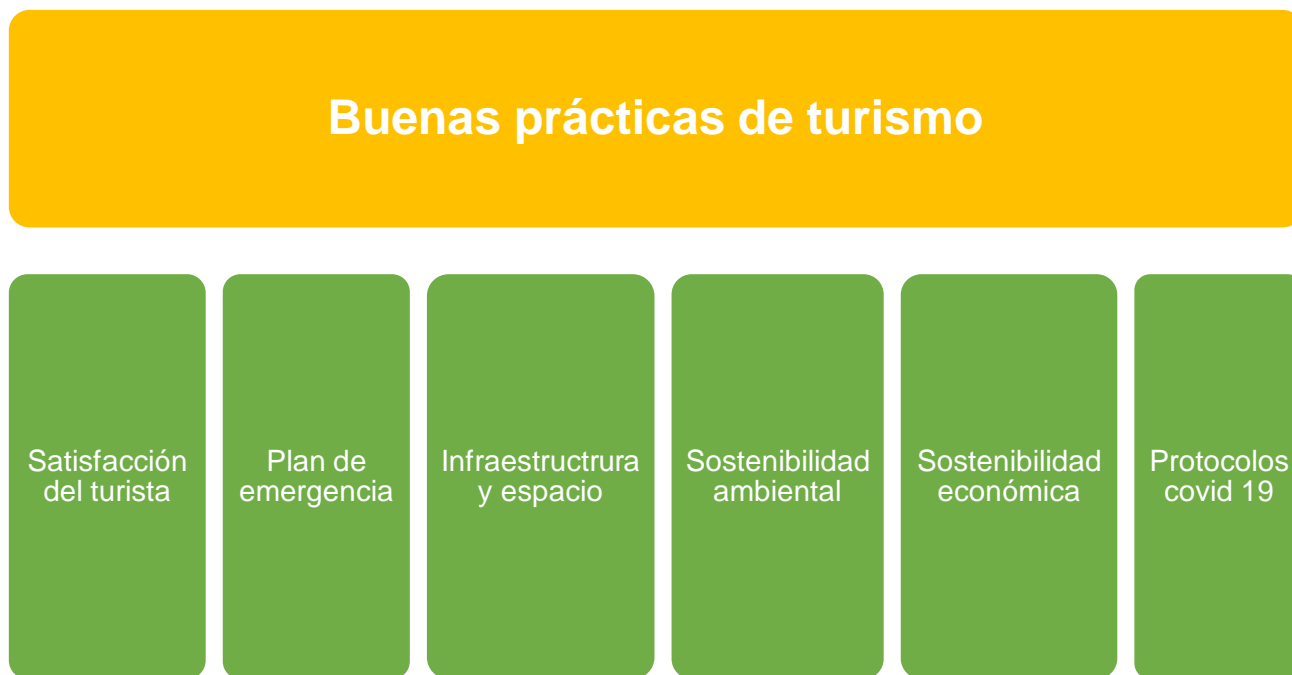


Ilustración 181. Buenas prácticas de turismo para el municipio de Chiltiupán

### 3.1 Control de satisfacción del turista

El Seguimiento y Control del Grado de Satisfacción del Turista del municipio de Chiltiupán proporciona la guía de todas aquellas actividades que se deber realizar para garantizar el cumplimiento de determinados estándares de calidad requeridos en cada uno de los productos y recorridos turísticos, a través de la planificación y aseguramiento de la calidad.

Se proporcionará el Sistema de Registros de Calidad para los productos turísticos que comprende la documentación, la definición de políticas de calidad, normas de calidad, así también como destacar la importancia de la ejecución de dicho sistema.

#### 3.1.1 Sistema de registro de calidad del Municipio de Chiltiupán

El Sistema de Registro de Calidad consiste en brindar la forma en que el municipio de Chiltiupán va dirigir y controlar todas las actividades que están asociadas a la calidad. Por lo tanto, el encargado de calidad de Chiltiupán será el que dirigirá y controlará la calidad en todos los productos turísticos que se esperan realizar en la zona. Para la realización del Sistema de Registro de Calidad se debe tener en cuenta, los siguientes puntos:



*Esquema 11. Sistema de calidad turística del municipio de Chilitiupán*

a) Documentación:

Se deberá establecer, documentar, implementar y mantener un sistema que le permita asegurar globalmente la calidad de los productos y recorridos turísticos que va ofertar el municipio de Chilitiupán. Para esto se deberá tener en cuenta las políticas y objetivos de calidad, la elaboración de instrumentos de control y otros documentos y registros que permitan comprobar la eficaz planificación, aseguramiento y control de calidad de las actividades turísticas.

b) Instrumentos de control de calidad:

La satisfacción del cliente se medirá a través del método empleado para medir el grado de satisfacción de éste con el servicio y priorizar las acciones de mejora, el método a emplear es el SERV-QUAL, el cual consiste en que al cliente se le preguntara la importancia que para él tiene cada uno de los atributos del servicio recibido y el grado de satisfacción con cada uno de éstos atributos.

El proceso 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 analizadas se medirá el porcentaje que cada una de estas calificaciones presenta en cada atributo.

A continuación, se presenta el modelo del formato que se administrará para conocer el grado de satisfacción de los turistas que visitan y realizan los recorridos que oferta el municipio de Chilitupán:

*Ilustración 182. Instrumento de grado de satisfacción del turista.*

<b>Municipio de Chilitupán</b>			
<b>Grado de satisfacción del turista</b>			
<b>Fecha:</b> _____			
<b>Recorrido Turístico:</b> _____			
<b>Producto Turístico individual:</b> _____			
<b>Indicaciones:</b> 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 en el municipio de Chilitupán			
	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Necesita mejorar</b>
Atención al turista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Higiene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicio de transporte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Accesibilidad a la zona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicios complementarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Particularidades de los productos turísticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aspectos Culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuido y respeto al medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

c) Compromiso con la calidad turística:

El municipio de Chilitupán deberá estar comprometido con el desarrollo e implementación del Sistema de Registro de la calidad, así como la mejora continua y deberá comunicar a todos los miembros del comité turístico e iniciativas miembros la importancia de satisfacer las expectativas del turista. Así mismo, deberá establecer la política de calidad, los cuales se deberán de estar revisando una vez por año por los miembros de la organización del municipio de Chilitupán y los responsables asignados para realizar cambios y mejoras.

d) Políticas de calidad:

Para brindar servicios turísticos de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes, buscando la mejora continua en la realización de los servicios, es necesario contar con políticas, las cuales se presentan a continuación:

- Los establecimientos deben brindar en su totalidad todos los productos o servicios ofrecidos a los clientes, en el caso de no poseer algún servicio o producto, se debe ofrecer algún otro servicio o producto con descuento.
- Cuando los productos solicitados no sean los pedidos por los clientes, se debe llevar el producto solicitado además de una compensación, la cual puede ser el ofrecimiento de un producto sin ningún costo.
- Atender y responder a las solicitudes de los clientes lo más rápidamente posible.
- En caso de queja de algún cliente, atenderla y resolverla lo más rápidamente posible y compensarle con algún producto sin ningún costo.

e) Normas de calidad:

Algunas normas de calidad aplicables para la propuesta del municipio de Chiltiupán son:

- Se deberá revisar y hacer mejoras en caso de que lo requieran las políticas de calidad dos veces al año.
- El encargado de realizar las evaluaciones y su respectivo análisis será el personal contratado para el aseguramiento y gestión de calidad.
- La evaluación interna se realizará cada tres meses y la evaluación externa cada seis meses.
- Se le dará suspensión del servicio o actividad turística a todo miembro del municipio de Chiltiupán que no apruebe el cumplimiento de las evaluaciones internas y externas que muestren la calidad del lugar.
- Difundir las buenas prácticas ambientales mediante la señalización específica para los visitantes.

f) Gestión de recursos de calidad:

El municipio de Chiltiupán debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para implementar y mantener el Sistema de Registro de la Calidad y mejorar su eficacia, teniendo en cuenta:

- La integración del personal para llevar a cabo la implementación del sistema. El encargado de calidad deberá hacer conciencia a cada uno de los miembros de las iniciativas turísticas y el personal de las mismas, así como el responsable de llevar a cabo las evaluaciones en las actividades turísticas, ya que para satisfacer y atraer la atención de los turistas se debe brindar un servicio de calidad.
- La capacitación del personal, la cual se desarrollará y detallará más adelante.

g) Planificación de la calidad turística:

Se debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la prestación del servicio, incluyendo la verificación, validación, seguimiento e inspección cuando fuere necesario. La

planificación incluye identificar cuáles serán los posibles estándares de calidad para los productos turísticos y establecer la manera de satisfacerlos.

Los puntos claves son retomados de algunos de los factores que determinan el cumplimiento de la calidad en espacios turísticos rurales según la OMT, por lo tanto, serán los que determinarán la evaluación de calidad en cada una de las actividades que se pretenden desarrollar en la zona. Estos se definen de la siguiente manera:

- **Seguridad:** Cada uno de los productos o servicios turísticos deberán contar con el equipo necesario de protección personal para asegurar la salud de los visitantes y cualquier accidente durante la práctica de actividades.
- **Higiene:** Cada una de las iniciativas deberá tener en cuenta que la higiene es un elemento muy importante para asegurar las visitas de los turistas, por lo tanto, cada alojamiento y restaurante deberá cumplir con las normas de alojamiento y de inocuidad estipuladas por la ley, así como también las actividades agropecuarias, agroindustriales, eco turísticas, de aventura y de turismo cultural deberán de mantener lugares y caminos saludables y limpios.
- **Accesibilidad:** Cada una de las actividades turísticas deberá contar con caminos específicos, señalizados y en buenas condiciones para permitir el acceso de los turistas.
- **Información clara sobre contenido de actividades:** Para cada una de las actividades que se brinden en la zona se deberá de informar al turista sobre las características de las actividades, el contenido de paquetes o rutas que se ofrezcan y con un precio definido, con el fin de que el turista esté consciente del pago de cada uno de los servicios que desee experimentar.
- **Novedad:** El servicio turístico deberá ofrecer una experiencia única, que lo caracterice de otras experiencias similares, teniendo en cuenta la opinión y satisfacción del turista cuando realice las diferentes actividades proporcionadas en la zona.

#### h) 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, así mismo de las respuestas obtenidas de la encuesta para turistas, se establecerán rangos que permitirán evaluar las condiciones de las actividades con respecto a la calidad que se le está prestando al turista y así poder realizar mejoras al sistema y asegurar la calidad del servicio turístico.

Tabla 234. Rangos de calificación para determinar el nivel de calidad turística brindada.

Rango	Calificadas como excelente	Se necesitan	Plazo de corrección	Color de identificación
1	De 1 a 4 encuestas	Acciones correctivas	Corto	Rojo
2	De 5 a 7 encuestas	Mejoras	Largo	Amarillo
3	De 8 a 10 encuestas	Aceptable	----	Verde

Las acciones correctivas que se pueden efectuar para asegurar la calidad dependerán de la forma en que se deben afrontar según la tabla anterior y de cada uno de los puntos claves calificados como deficientes. Posteriormente al esfuerzo realizado en términos de la calidad por el comité, durante y después de la implementación del sistema de calidad, prosigue la evaluación de dicha implementación mediante auditorías de calidad (por terceros) donde se puede evidenciar y registrar cuan idóneo es el Sistema de Documentación de calidad, así como las mejoras que deben continuarse promoviendo de manera que la calidad pase de ser un simple concepto a una mejora diaria, motivada principalmente por los logros obtenidos y la satisfacción del turista.

### 3.1.2 Capacitaciones requeridas para la propuesta

#### Componentes de las capacitaciones requeridas para la propuesta

##### 1) Personal a capacitar

Se establecerán dos grupos objetivos de las capacitaciones, los cuales serán manejados en mediante grupos cuyos miembros no sean más de 20 participantes por grupo, así:

- Miembros las Cooperativas, dueños de iniciativas, administradores, personal de la municipalidad, organizaciones sociales.
- Dirigido a personal operativo y de apoyo de los diversos productos turísticos.

##### 2) Temáticas de capacitación

Las temáticas necesarias para implementar las capacitaciones son las siguientes:

- Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible.
- Operación y Marketing Turístico.
- Servicio y atención al cliente
- Prácticas de inocuidad de alimentos

### 3) Tipos de capacitación

Las capacitaciones podrán ser impartidas a través de cursos, seminarios o jornadas prácticas y teóricas, 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.

### 4) Gestión de las capacitaciones

Para la obtención de capacitaciones, se sugieren las siguientes alternativas:

- Hacer contacto con profesionales en el ámbito turístico y empresarial del país.
- Solicitar los servicios de capacitaciones brindadas por las instituciones que se dedican a la formación en turismo:
  - i. Ministerio de Turismo MITUR.
  - ii. Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario MNTRC.
  - iii. Corporación Salvadoreña de Turismo CORSATUR.
  - iv. Universidades.
  - v. Ministerio de Economía. Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa
  - vi. CONAMYPE Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas CDMYPE.
  - vii. CENTROMYPE. - Etc.
- Buscar entidades no gubernamentales de cooperación extranjera que pueda ayudar y brindar apoyo económico o técnico a través de voluntarios para capacitar al recurso humano del municipio, considerando la modalidad de turismo rural.

### 5) Requerimientos para un buen desarrollo de las capacitaciones

Información de los participantes:

- Área ocupacional a la que pertenecen.
- Actividades que desempeñan.
- Edad.
- Escolaridad.
- Horario de trabajo o jornada ocupada.

Condiciones del ambiente:

- Selección de aula local de las instalaciones.
- Condiciones materiales e higiénicas.
- Visibilidad, acústica, ventilación, etc.
- Servicios complementarios: cafetería, materiales, servicios, etc.

### 6) Especificaciones de las capacitaciones

A continuación, se presentan las especificaciones para cada tipo de capacitaciones que serán necesario impartir para la operación del municipio de Chiltiupán:



Tabla 235. Descripción y especificaciones de las capacitaciones

Temática	Objetivo	Duración	Personal a capacitar
Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible.	Dar a conocer la importancia que poseen las buenas prácticas de turismo sostenible en el grado de satisfacción del turista.	16 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Miembros de las Cooperativas, empresarios de iniciativas, administradores, personal de la municipal, organizaciones sociales, miembros del CDT.</li> <li>Personal operativo y de apoyo de los diversos productos turísticos.</li> </ul>
Operación y Marketing Turístico	Impartir las técnicas y estrategias que ayudarán a posicionar el municipio de Chiltiupán dentro del mercado nacional y extranjero.	4 horas	
Plan de Emergencias Turístico.	Preparar a todo el recurso humano para que sepan cómo actuar ante cualquier situación que ponga en riesgo la integridad del turista y del personal operativo.	16 horas	
Servicio y atención al cliente	Brindar una guía de como relacionarse con el turista a través de la prestación de los diversos servicios turísticos que integran los recorridos que oferta el municipio de Chiltiupán.	24 horas	Miembros del CDT, personal operativo y de apoyo de los diversos productos turísticos.
Prácticas de inocuidad alimenticia	Proporcionar información de vital importancia que rija la forma de preparación y manipulación de los alimentos que se comercializan para evitar enfermedades o inconvenientes.	8 horas	Miembros del CDT, personal operativo y de apoyo de los diversos productos turísticos.

### 3.2 Plan de emergencias

El 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. Para el funcionamiento coherente y eficaz el Plan de Emergencias del municipio de Chilitupán, considerará las siguientes variables básicas:

<b>Identificar los riesgos(Plan de manejo de riesgos)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•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.</li></ul>
<b>Identificar las emergencias asociadas a los riesgos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Se deberán identificar las posibles emergencias o accidentes, que se encuentren asociados a los riesgos, que pueda sufrir el turista o el personal operativo durante el servicio.</li></ul>
<b>Analizar la vulnerabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Se refiere a la evaluación de los riesgos, es decir el proceso de estimar la magnitud de estos, obteniendo así información necesaria para la toma de decisiones.</li></ul>
<b>Definir alcance, cobertura y objetivos del plan de emergencias</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Se debe tener la capacidad de definir algunos aspectos relevantes del plan de emergencia, considerando el marco legal, normativo y económico.</li></ul>
<b>Definir estructuras de mando</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Se define la estructura de mando y coordinación de emergencias. En ella se establece cómo va a organizarse el recurso humano, para enfrentar la situación.</li></ul>
<b>Diseñar y elaborar protocolos de respuesta</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Su correcto funcionamiento dependerá la capacidad de su organización de movilizar los recursos para la respuesta a emergencias y optimizar los tiempos.</li></ul>
<b>Difundir y capacitar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•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.</li></ul>

*Ilustración 183. Funcionamiento del plan de emergencia*

Los procedimientos de respuesta a emergencia que se deben implementar en la prestación de los servicios turísticos del municipio de Chilitupán, son los siguientes:

**a) Procedimientos de búsqueda y rescate:**

Son los procedimientos que deberán establecerse para las situaciones en las que se debe encontrar a alguien que se cree perdido, enfermo o herido en áreas remotas o poco accesibles para el turista.

**b) Procedimientos de 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.

**c) Procedimientos de 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.

**d) Plan de actuación ante emergencias:**

Se detallarán las acciones a realizar para el control inicial de situaciones críticas, garantizando la comunicación de alarma, la evacuación y refugio en zona segura, y el socorro de las posibles víctimas. 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:

- 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.

Se definirán unos protocolos o procesos de actuación, que garanticen la resolución de la emergencia:

- 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.

**e) Integración del Plan de Emergencia en planes de ámbito superior:**

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.

#### f) Implantación del Plan de Emergencia:

La implantación del plan de emergencia consiste en:

- 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

### 3.3 Mantenimiento de infraestructura y espacio

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 el municipio de Chilitupán y los motiva a cuidar el ambiente. Para cumplir con este factor que dicta la Norma de Buenas Prácticas de Turismo se deberá elaborar un programa de mantenimiento y limpieza de la infraestructura y del espacio público utilizado, para lo cual se recomienda:

Mantenimiento y limpieza diaria:

- Limpieza de mobiliario y equipo de prestación de servicios.
- Limpieza de los atractivos naturales.
- Aseo de los edificios de prestación de servicios.
- Aseo de sanitarios.

Mantenimiento y limpieza regular:

- Limpieza de paredes de edificios
- Pintar pasamanos
- Pintar edificios
- Barnizar mobiliario de madera
- Limpiar señalización turística y de seguridad.

### 3.4 Sostenibilidad Ambiental

#### 3.4.1 Agua

El recurso agua es fundamental para todo emprendimiento de turismo comunitario, y su manejo responsable es una obligación de la comunidad. Se debe garantizar un manejo racional de este recurso. Todos los miembros de la Iniciativa de Turismo del municipio de Chilitupán deberán conocer la fuente de donde proviene el agua, y tener e implementar acciones para el manejo diario del agua permitiendo que uso sea controlado.

Acciones para Uso y Ahorro de Agua para el municipio de Chilitupán:

- Constantemente identificar los elementos y/o accesorios que ocasionan fugas o pérdidas de agua, ej., llaves en mal estado, fugas de tubería, tanques de inodoros, etc.
- Implementar los dispositivos, elementos, mecanismos y/o accesorios que permitan el ahorro de agua, ej. Lavamanos con elementos de ahorro de agua.
- Implementar un programa de difusión sobre el uso y ahorro de agua en la Iniciativa de Turismo del municipio, dicho programa será dirigido a miembros de las Cooperativas, dueños de iniciativas, administradores, personal de la municipalidad, organizaciones sociales, dirigido a personal operativo y de apoyo de los diversos productos turísticos.
- Evaluar los resultados del programa de uso y ahorro, a través de los registros y monitoreo de consumo de agua.
- Conozca la fuente de agua, a fin de usarla dentro de la operación. En el caso que la fuente sea de aguas grises, estas deben ser filtradas y únicamente utilizarlas en la limpieza de exteriores, baños, jardines, cubiertas y cascos.
- Medir la eficiencia del programa de uso y ahorro de agua, a través del logro de los objetivos planteados.
- La tubería que transporta los desechos de esta agua deberá dirigirse a un pozo séptico técnicamente construido con el fin de evitar la contaminación de suelos y de aguas subterráneas.

Para el Consumo Humano y la Preparación de Alimentos

- La Iniciativa de Turismo del municipio de Chilitupán debe conocer la fuente de agua ej. Vertiente, red pública, y de darle el tratamiento que necesita para ser agua segura y destinar su uso dentro de la infraestructura.
- Utilice agua segura para el consumo de huéspedes y pasajeros.
- Implementar el programa de uso y ahorro de agua en la cocina; es importante que el plan sea de conocimiento de la comunidad, personal de planta y por los visitantes.

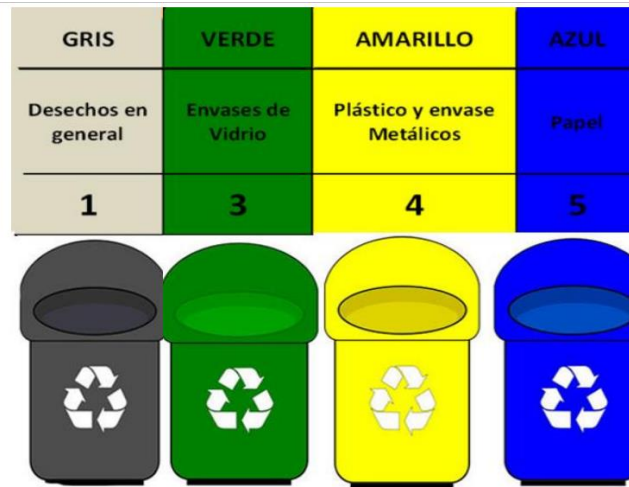
### 3.4.2 Manejo de desechos

Un manejo adecuado de los desechos sólidos dentro de la Iniciativa de Turismo del municipio de Chilitupán no solamente impacta en la conservación del área, sino que contribuye a la educación de los visitantes. Es importante incentivar al personal y a los visitantes indicándoles la manera en que cada uno contribuye al buen manejo de desechos en el lugar.

Programa de Manejo de Desechos Orgánicos e Inorgánicos para el municipio de Chilitupán:

- Todos los basureros de la Iniciativa de Turismo Comunitario y/o establecimiento deben estar en un lugar visible, debidamente señalados e identificados.
- Todos los basureros identificados en su emprendimiento deben estar ubicados en; habitaciones, baños de habitaciones, baños sociales, baños compartidos, cocina, comedor, áreas comunales o sociales, áreas de recreación y demás lugares donde se generen desechos.
- Tenga basureros generales para la división final de cada uno de los desechos orgánicos e inorgánicos.
- Limpie constantemente los recipientes y lugares de recolección final.

- Procure que la disposición final de los desechos no procesables localmente sea en el centro poblado más cercano, siempre y cuando cuente con las facilidades de recolección pública y se encuentre fuera del área de operación y/o protegida.
- Elabore un programa de reutilización de desechos orgánicos según las condiciones del área ya que los desechos orgánicos pueden ser utilizados en abono o como alimento para el ganado porcino.
- Los contenedores o basureros necesarios para la clasificación de los residuos son: Contenedores para plásticos y latas, orgánicos, papel, vidrio y desechos en general.



*Ilustración 184. Depósitos para desechos de residuos.*

### 3.5 Sostenibilidad Económica

La generación de recursos financieros es importante para cualquier proyecto ya que asegurar la sostenibilidad en el tiempo a través de la obtención de fondos que se logra cumplir con los objetivos planteados al inicio, llegando a ser viable y factible la idea que se está echando a andar, es por ello que se hace necesario diseñar un plan de sostenibilidad para asegura la permanencia del proyecto turístico en el Municipio de Chiltiupán, y se logre además de plantear el proyecto, proporcionar las herramientas para que este se funcional en el tiempo.

Para que pueda operar de manera eficiente el plan se necesita contar con capital propio el cual será adquirido de las operaciones siguientes:

- 1) Cobrar una cuota del 15% a las inactivas turísticas las cuales cobren entrada por turista
- 2) A los restaurantes se les cobrara una cuota del 15% al costo del platillo donde se lleven a los excursionistas en los atractivos promocionados dentro de los circuitos
- 3) Cobrar el uso de espacios públicos en las zonas de parques o plaza para comercialización temporal a 0.25 centavos por metro cuadrado utilizado por día y \$0.5 en temporada altas.
- 4) Uso de baños públicos en el casco urbano a \$0.25
- 5) Dentro del mirador se espera tener mucha afluencia turística en los cuales se instalarán telescopios binoculares que funcionan con dinero, todo el dinero

recolectado en los prismáticos del mirador cueva de los ladrones serán para darle sostenimiento al plan.

- 6) Otra de las formas sobre las cuales se generará ingresos es a través de la venta de paquetes turísticos que funcionara a través de los guías turísticos y el CDT

### 3.6 Protocolos covid19

El Ministerio de Turismo MITUR ha publicado los protocolos de bioseguridad para la industria turística, los cuales marcarán la nueva normalidad del sector de cara a la apertura gradual y ordenada anunciada por el Gobierno.

Para ello se han elaborado un total de 8 documentos normativos de bioseguridad para centros de información, operadores de turismo, transporte turístico, alojamiento turísticos y centros de contención, alimentación turística, parques temáticos y similares, museos, teatros y similares, parques arqueológicos y guías de turismo; los cuales guiarán a la industria del país para la prevención de infecciones y protección de los visitantes, al tiempo que beneficiará la reactivación de la industria turística en los próximos meses a medida que el mundo se recuperará de la pandemia por el COVID-19.

Junto a los protocolos también se contempla la verificación de normas técnicas de bioseguridad, atención, capacitación y fortalecimiento a los actores de la industria para lograr así una operación turística segura y eficiente. El proyecto, que es liderado por el Ministerio de Turismo en conjunto con el Organismo Salvadoreño de Normalización, ha sido acompañado y validado por el Ministerio de Salud y el Ministerio de Trabajo.

Durante el proceso también han participado el Instituto Salvadoreño de Turismo, el Ministerio de Cultura, Ministerio de Obras Públicas (Viceministerio de Transporte), así como gremiales como: la Asociación Salvadoreña de Hoteles, Cámara Salvadoreña de Turismo, Asociación de Restaurantes de El Salvador, Camarasal, entre otros.

Para que pueda operar de manera eficiente y dando seguridad a los turistas de que no se van a contagiar se establecen los requisitos para la operación del servicio:

- a. Informar previamente de manera clara, específica y actualizada sobre las medidas de bioseguridad a cumplir durante la recepción del grupo, en el transporte y en cada sitio a visitar durante el recorrido. La información mínima a comunicar es la siguiente:
  1. condiciones de limpieza y desinfección; en cada sitio a visitar;
  2. medida de la distancia física mínima;
  3. condiciones especiales para grupos;
  4. uso de mascarillas.
- b. medidas de bioseguridad que se han definido para el transporte según la Especificación Disponible al Público OSN/EDP 03.112.01:20 Turismo. Transporte. Requisitos de bioseguridad para la prestación del servicio, define los requisitos de bioseguridad que deben cumplirse para el caso de transporte turístico;
- c. medidas a seguir en los puntos de reunión;
- d. Si se requiere, compartir de forma documentada, instrucciones, recomendaciones, u otra información pertinente para el desarrollo de las actividades durante el recorrido, deberán proporcionarse de forma digital exclusivamente;

- e. Informar las condiciones por las cuales el visitante no podrá realizar el recorrido, estas son:
  - 1. que presenten lectura de temperatura corporal arriba del límite establecido por las autoridades de salud;
  - 2. que no acate las medidas de bioseguridad requeridas;
  - 3. que no porte el equipo protección personal requerido.
- f. El guía turístico o personal encargado de la recepción de los visitantes debe hacer uso de la mascarilla y asegurar la antisepsia en manos, así como, mantener desinfectado el equipo a utilizar en caso aplique.
- g. El guía turístico deberá lavarse las manos y aplicar una solución alcohólica al 70% para la antisepsia en manos, después de cada atención, esta solución alcohólica debe estar disponible en su equipo de trabajo
- h. Se debe medir la temperatura corporal del visitante, haciendo uso de un termómetro infrarrojo clínico y así evitar el contacto directo. El guía deberá asegurarse que la persona que realice la medición de la temperatura tenga la competencia y siga el procedimiento según lo establecido
- i. Asegurar que el visitante haga uso de la mascarilla, indispensable para las actividades del recorrido
- j. Asegurar que los visitantes respeten el distanciamiento físico de dos metros.
- k. Proporcionar solución alcohólica al 70% para la antisepsia de manos de los visitantes.
- l. Evitar formas de saludo que impliquen contacto físico con el visitante.
- m. Definir y verificar que el máximo de personas que se guíen durante el recorrido no excedan lo establecido por las autoridades de salud y los límites definidos por los lugares a visitar.
- n. Elaborar e implementar procedimientos de limpieza y desinfección, que definan las actividades, frecuencia, insumos, equipo de protección personal según el análisis de nivel de riesgo al que se encuentre expuesto para las actividades, estar capacitado para su uso y realizar procedimiento de desinfección posterior a cada operación. Debe conservarse registros que evidencien el cumplimiento de dicho procedimiento.
- o. Los equipos utilizados en el recorrido deberán limpiarse y desinfectarse al menos tres veces al día y después de cada uso por una persona diferente con hipoclorito de sodio en solución entre 0.1% al 0.5% o sales de amonio cuaternario.

Son las medidas básicas a tomar en cuenta para dar un servicio de calidad y que los turistas no sientan miedo de infectarse, hay que aclarar que para cada uno de diferentes establecimientos el MITUR ha hecho protocolos, por lo tanto, hay que corroborar que cada uno de los establecimientos este cumpliendo con las medidas correspondientes para evitar ser foco de contagios.



## Requerimientos para buenas prácticas de turismo sostenible

### 4.1 Personal de apoyo para la Gestión de la Calidad de la Propuesta

En la siguiente tabla se presenta el personal de apoyo necesario estimado para implementar las medidas de calidad en la propuesta:

Tabla 236. Personal de apoyo para la gestión de la calidad

Personal	Descripción
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.
Capacitadores	Es personal responsable de impartir las capacitaciones al personal operativo y a los miembros de la Organización del municipio de Chilitupán

Es válido destacar que los capacitadores serán gestionados a través de las instituciones de apoyo como el MITUR para que esto no represente un desembolso de efectivo para el CDT o la Alcaldía de Chilitupán.

### 4.2 Personal operativo

El personal operativo involucrado con mantener la sostenibilidad de la propuesta, son los siguientes:

- Guías turísticos
- Personal administrativo
- Personal de la municipalidad
- Miembros del CDT

El personal operativo además de poseer conocimientos sobre la sostenibilidad en los productos y recorridos turísticos debe poseer conocimientos y prácticas en los siguientes servicios auxiliares y/o de apoyo.

- Primeros auxilios
- Planes de emergencias establecidos.
- Prevención de accidentes.
- Educación ambiental.

#### 4.3 Personal de apoyo para las instalaciones

En la siguiente tabla se presenta el personal de apoyo necesario estimado para implementar las medidas de sostenibilidad en la propuesta:

*Tabla 237. Personal de apoyo para las instalaciones.*

<b>Personal</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Personal de aseo	Es aquel encargado de mantener el ornato y limpieza de las instalaciones que utilizará los turistas, es decir los atractivos naturales y culturales.	3
Personal de mantenimiento	Es personal responsable de mantener en buenas condiciones el aspecto de los edificios, señales turísticas y de seguridad, así como la infraestructura existente en los atractivos naturales y equipo.	3
Personal de manejo de desechos	Es el personal encargado de la clasificación de los desechos sólidos, así como también de la eliminación de éstos.	2

#### 4.4 Mobiliario y equipo

En la tabla siguiente se presenta el mobiliario y el equipo requerido realizar las actividades correspondientes a la calidad de la Propuesta para el desarrollo turístico del municipio de Chilitupán.

*Tabla 238. Requerimientos de mobiliario para la calidad de la Propuesta*

<b>Elemento de Sostenibilidad</b>	<b>Mobiliario y equipo de apoyo</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Sistema de registro de calidad del Municipio de Chilitupán</b>	Resmas de páginas de papel bond	4
	Impresora	1
	Computadora	1
	Cajas de lapiceros	5
<b>Capacitaciones requeridas para la propuesta</b>	Caja de plumones	3
	Pizarrón	1
	Escritorio	1
	Proyector	1

En la tabla siguiente se presenta el mobiliario y el equipo requerido para realizar las actividades de mantenimiento y limpieza, manejo de desechos, el plan de emergencia, sostenibilidad económica y por ultimo protocolos covid19, correspondientes a la sostenibilidad de la Propuesta para el desarrollo turístico del municipio de Chilitupán:

Tabla 239. Requerimientos de equipo para la limpieza de las instalaciones.

Elemento de Sostenibilidad	Mobiliario y equipo de apoyo	Cantidad
Plan de emergencias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Botiquín</li> <li>• Kit de medicamentos para primeros auxilios y emergencias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1</li> <li>• 1</li> </ul>
Mantenimiento y limpieza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escoba</li> <li>• Trapeador</li> <li>• Rastrillo</li> <li>• Basureros para baños</li> <li>• Cubetas</li> <li>• Dispensador de jabón</li> <li>• Machete</li> <li>• Guantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5</li> <li>• 5</li> <li>• 5</li> <li>• 6</li> <li>• 5</li> <li>• 6</li> <li>• 4</li> <li>• 10</li> </ul>
Manejo de desechos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basureros</li> <li>• Bolsas jardineras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15</li> <li>• 10 paquetes</li> </ul>
Económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telescopio binoculares</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1</li> </ul>
Protocolos covid19	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cajas de mascarillas</li> <li>• Alcohol gel</li> <li>• Hipoclorito de sodio</li> <li>• Termómetros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3</li> <li>• 5</li> <li>• 5 galones</li> <li>• 5</li> </ul>

## 2. Proyecto 2: Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales

### Objetivos:

- Conservar, recuperar, rehabilitar y poner en valor el patrimonio cultural y natural del municipio de Chiltiupán
- Mantener actualizado el catálogo o inventario de bienes patrimoniales.
- Promover la cooperación entre todos los miembros del municipio de Chiltiupán a fin de preservar el patrimonio natural y cultural.

### Conceptos

**Patrimonio cultural:** es la herencia cultural propia del pasado de una comunidad, mantenida hasta la actualidad y transmitida a las generaciones presentes.

**Patrimonio natural:** El patrimonio natural está constituido por monumentos naturales construidos por formaciones físicas y biológicas, es decir, estas fueron creadas poco a poco a lo largo del tiempo por la naturaleza, teniendo un valor universal excepcional desde el punto de vista estético y científico además de cultural.

### Propuesta para la conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales

Concienciar a las nuevas generaciones es parte fundamental de la protección y conservación del patrimonio de un territorio. La educación reglada debe incluir contenidos sobre patrimonio, que incidan en el concepto de que el patrimonio cultural y natural es una herencia que forma parte de nuestra identidad como sociedad y que, explotado de forma sostenible, puede convertirse en motor económico de un territorio.

Para realizar una conservación y rescate del patrimonio natural y cultural del municipio de Chiltiupán se definen los pasos siguientes:



*Ilustración 185. Etapas para lograr conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales*

#### 1) Documentar

Como primer paso se van a diseñar los instrumentos que ayudaran a documentar en qué estado se encuentran todos los patrimonios naturales y culturales del municipio de Chiltiupán:

Instrumento para documentar el estado del patrimonio natural.

*Ilustración 186. Instrumento para determinar el estado del recurso natural*

Encargado de evaluación: \_\_\_\_\_  
 Fecha: \_\_\_\_\_  
 Lugar: \_\_\_\_\_

**Indicaciones:** Marque con una "X", donde considere la evaluación de cada criterio

Criterio	Evaluación			
	Vegetación	Abundante	Suficiente	Escasa
Superficie	Terracería	Compacta	Húmeda	Pedregosa
Fauna	Visible	No visible		
Impacto ambiental	Alto	Medio	Bajo	Sin evidencia
Agua	Contaminada	No contaminada		
Accesibilidad	Excelente	Buena	Regular	Mala

Hallazgos importantes: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Instrumento para documentar el estado del patrimonio cultural.

*Ilustración 187. Instrumento para documentar el estado del patrimonio cultural.*

Encargado de evaluación: \_\_\_\_\_  
 Fecha: \_\_\_\_\_  
 Lugar: \_\_\_\_\_

**Indicaciones:** Marque con una "X", donde considere la evaluación de cada criterio

Criterio	Evaluación			
	Tiempo	Prehispánico	Colonial	Independiente
Estado arquitectónico	Conservado	En remodelación	No conservado	
Administrado	Gobierno	Alcaldía	Privado	
Accesibilidad	Excelente	Buena	Regular	Mala

Datos Complementarios: Año de construcción \_\_\_\_\_ Año de descubrimiento \_\_\_\_\_

Historia: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Hallazgos importantes: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

## Instrumento para documentar anécdotas o leyendas el municipio de Chiltiupán

*Ilustración 188. Instrumento para documentar anécdotas o leyendas del municipio de Chiltiupán*

Fecha del suceso: _____
Lugar del suceso: _____
Fecha de documentación: _____
Nombre de la leyenda: _____
Relatada por: _____
Historia: _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
Otros datos relevantes: _____
_____

### 2) Diagnóstico

Una vez documentada todos los patrimonios naturales y culturales se proceden a la evaluación de cada uno para determinar si se necesita restaurar o conservar.

Se hará un listado de cada patrimonio natural o cultural, identificando su estado e importancia para el municipio, para así poder determinar cuáles patrimonios serán los primeros en ser restaurados o conservados adecuadamente para que sigan siendo importantes para el municipio de Chiltiupán, a continuación, se brindan ejemplos de patrimonios.

*Tabla 240. Diagnóstico de los patrimonios naturales y culturales del municipio de Chiltiupán.*

Lugar o historia	Estado	Importancia
Iglesia	Conservada	Muy importante
Leyenda el duende	Necesita restaurarse	Normal
Poza el letrero	Necesita restaurarse	Muy importante
Poza los 3 chorros	Conservada	Muy importante

3) Restauración o conservación  
 3.1 Cuidado para los recursos naturales

Para los recursos naturales se tomarán las siguientes medidas ya se para restauración o conservación del patrimonio:

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
Vegetación	Si la vegetación ha sufrido algún daño investigar porque y evitar que se siga dañando, si hay tala de árboles si los autores tienen los permisos correspondientes.
Superficie	Que los suelos no estén contaminados con basura o desperdicios, hacer campañas de limpieza para evitar que los suelos se contaminen con ripio, plástico entre otras cosas que puedan afectar a la superficie.
Fauna	Que la vida silvestre no sufra daños que no se permita la caza de animales y que si se encuentran algunos muertos o dañados investigar las causas y para que su habita no sea afectado y estos sufran problemas.
Impacto ambiental	Que si debió a la actividad humana la zona está siendo afecta tomar medidas para reducir el impacto que genera, reducir la basura o contaminación estableciendo programas de reciclaje y cuido al medio ambiente.
Agua	Si el agua de los ríos está contaminada con algún químico u otra sustancia que afecte, investigar quién es la persona o el responsable de dicha contaminación para ponerle una multa y que deje de hacerlo.
Accesibilidad	Que las áreas de acceso a los recursos naturales estén limpias, se debe podar y retirar la maleza para que sea de fácil acceso.

Además de tomar estas medidas se debe gestionar con el encargado de medio ambiente de la alcaldía, así como con el MARN para que se brinde capacitación u orientación más adecuada para poder conservar de mejor manera los recursos naturales y que estos sigan siendo patrimonios naturales para el municipio de Chiltiupán.

3.2 Creación de rótulos para cada lugar

Para todos los patrimonios culturales que posee el municipio de Chiltiupán se piden que se realicen rótulos de madera donde se detalle la fecha de origen, la historia, la importancia para el municipio y otro dato que sea relevante para conocer la cultura de cada patrimonio, para los patrimonios naturales también se pide realizar rótulos donde se destaque el nombre del lugar y que se debe cuidar ya que es un patrimonio natural que posee el municipio de Chiltiupán.

Ejemplo de rótulos para identificar los patrimonios naturales y culturales



*Ilustración 189. Rótulos para los patrimonios naturales.*



*Ilustración 190. Rótulos para los patrimonios culturales.*

### 3.3 Uso de pinturas a base de cal

Durante mucho tiempo, el uso de morteros y pinturas a base de cal perdió protagonismo, en favor de otros materiales de revestimiento como el cemento.

Al fin y al cabo, la utilización de la cal requiere de conocimientos profesionales especializados, así como una mayor cantidad de tiempo y especial cuidado durante su aplicación.

Sin embargo, la necesidad de conservar edificios de interés monumental en el estado más natural posible ha contribuido a mantener y recuperar el uso de este material.

No en vano, se trata de una excelente opción para el recubrimiento de muros y fachadas, la cual aúna la calidad, una estética tradicional y la preservación medioambiental.

por regla general, los morteros y pinturas a base de cal están especialmente indicado para:

- La restauración y rehabilitación de edificios con un elevado valor como patrimonio monumental, logrando garantizar la conservación del soporte en óptimas condiciones, y ofreciendo un acabado sobrio y adaptable desde el punto de vista estético.
- El revestimiento de paramentos de edificios de bio-construcción, pues cuenta con unas propiedades respetuosas con la sostenibilidad medioambiental.
- Fachadas y paramentos verticales en interior y exterior de mortero de cal, ya se trate de obra nueva o rehabilitación de edificios, incluyendo las fincas rústicas, además de las ya mencionadas iglesias y edificios históricos.

### 3.4 Servicios de apoyo

Si la restauración que se debe hacer en algún patrimonio cultural es de gran magnitud se puede pedir apoyo al ministerio de cultura especialmente a el Departamento de Conservación de Bienes Culturales Muebles cumple una labor social con las comunidades que desean restaurar sus bienes culturales. El trámite inicia con una solicitud a la Dirección Nacional de Patrimonio, que da paso al proceso que llevará a la restauración de la pieza.



#### 4) Control

Para un eficiente funcionamiento de la restauración y conservación de los patrimonios naturales y culturales, es necesario evaluarlo constantemente, y de esta manera poder identificar errores y llevar a cabo acciones correctivas. Los encargados deben realizar estas evaluaciones pertinentes para mantener los patrimonios naturales y culturales en óptimas condiciones y evitar que estos se deterioren o se pierdan.

Para las evaluaciones se deben llevar a cabo los instrumentos antes descritos para verificar que estén en buenas condiciones y los patrimonios no estén siendo deteriorados.

*Tabla 241. Tabla de frecuencia de evaluaciones*

<b>Instrumento</b>	<b>Frecuencia</b>
Instrumento para evaluar el estado del recurso natural	12 veces al año( 1 vez al mes)
Instrumento para evaluar el estado del patrimonio cultural	12 veces al año( 1 vez al mes)
Rótulos de los patrimonios naturales y culturales	12 veces al año( 1 vez al mes)

### **Requerimientos para la propuesta conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales.**

#### 4.1 Personal operativo y de apoyo

El personal requerido para la documentación, diagnosticar y evaluación de cómo se encuentran los patrimonios naturales y culturales, serán

- Guía turístico
- Miembro de la alcaldía
- Miembro del CDT

Y el personal encargado de realizar la restauración o medidas conservación será

- Personal de mantenimiento

Como ayuda externar en alguna restauración para algún patrimonio cultural se pedirá apoyo al ministerio de cultura.

#### 4.2 Mobiliario y equipo

En la tabla siguiente se presenta el mobiliario y el equipo requerido realizar las actividades correspondientes a la conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales de la Propuesta para el desarrollo turístico del municipio de Chilitupán.

Tabla 242. Requerimientos de mobiliario y equipo para el proyecto propuesto

Mobiliario o equipo	Cantidad
Resmas de páginas de papel bond	1
Impresora	1
Computadora	1
Cajas de lapiceros	2
Rótulos para los recursos naturales	15
Rótulos para el patrimonio cultural	5
Cal	5

## C. PROGRAMA 3: FORMACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURÍSTICA

### Introducción al programa

Para el desarrollo del turismo en el municipio de Chiltiupán que traiga consigo la inversión de los diferentes mercados se hace necesario la existencia de una entidad organizacional encargada de la administración de recursos, formulación de las actividades y coordinar con las instituciones de apoyo, por lo descrito anteriormente se presenta el programa formación y organización turística que está orientada a presentar una propuesta de trabajo que sea eficiente y darle una identidad al trabajo realizado por la actores principales del municipio.

### Objetivos del programa

- Establecer los métodos de organización y administración del CDT y la unidad de turismo, para que puedan realizar las gestiones con las instituciones de apoyo y la formación vocacional de las personas que prestaran servicios turísticos.
- Diseñar un programa de emprendimientos turísticos para que las personas del municipio de Chiltiupán puedan ejecutar sus emprendimientos con vocación turística.

#### 1. Proyecto 1: Creación de Comité de Desarrollo Turístico Municipal (CDT)

##### Objetivos

- Elaborar una propuesta de creación de Comité de Desarrollo turístico municipal que garantice el soporte, fomento y apoyo al sector turismo local del municipio de Chiltiupán, a través de las actividades y funciones necesarias para poder explotar los recursos turísticos del municipio.
- Vincular los diversos sectores de la población de Chiltiupán por medio de la organización del CDT propuesto, garantizando que la Alcaldía funcione como un ente de apoyo a dicha organización a través de la Unidad de Turismo propuesta.

## Conceptos

A través del diagnóstico del municipio de Chiltiupán se pudo conocer la situación actual que presenta el municipio en donde, actualmente el CDT del municipio no involucra a todo el territorio y se limita a la zona de costa, por otra parte, la alcaldía en su estructura organizacional no cuenta con una Unidad de Turismo importante ya que es a través de ella que se mantienen relaciones cercanas con el gobierno central en torno a Turismo.

Para el Plan de Desarrollo Turístico sostenible para el municipio de Chiltiupán se ha considerado a bien definir la creación del CDT del municipio formación e inclusión de todo el municipio y la propuesta de creación de una Unidad de Turismo que impulse programas que contribuyan a promover mayores niveles de calidad y competitividad turística, y logre potenciar la actividad turística en el municipio.

Antes de seguir con el desarrollo de las propuestas conviene tener claro algunas definiciones, clasificaciones y demás conceptos relacionados.

### ✓ **Comité de Desarrollo Turístico (CDT)**

Los CDT son grupos de participación, comunicación y coordinación de los actores claves (públicos y privados). Interrelacionados dentro del sector turístico de un lugar. Estos actores, organizados en una asamblea general y con su junta de dirección muestran una gran disposición a contribuir con el turismo que impulsan el desarrollo local a través de la generación de empleos e ingresos. Los Comités de Desarrollo Turístico (CDT) son organizaciones reconocidas por el Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo que tienen su base legal en Ley de CORSATUR, (Art. 2 letra e)<sup>16</sup>.

Los CDT son la base principal para que se puedan desarrollar productos turísticos, que sirvan de impulso para el desarrollo local del municipio a través de la generación de empleos y la economía que se pueda dar como consecuencia de las actividades turísticas que se ejecuten.

### ✓ **Clasificación de los comités de desarrollo turístico**

**a) Municipales** Tendrán competencia dentro del espacio geográfico asignado al municipio. No obstante, lo anterior, podrán conformarse comités en áreas determinadas dentro del mismo, con una nominación que la identifique, seguido del nombre del municipio.

**b) Departamentales** Tendrán competencia dentro del espacio geográfico asignado al departamento.

**c) Regionales** Con competencia intermunicipal y/o interdepartamental y estarán integrados por representantes de los comités.

Para el municipio de Chiltiupán el tipo de CDT que se tendrá en consideración es el municipal.

---

<sup>16</sup> Fuente: <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/35/documents/210206/download>

## Base Legal para la creación de un Comité de Desarrollo Turístico<sup>17</sup>

### ✓ **Funcionamiento de los CDT**

- Están conformados por personas de una localidad que se organizarán y tendrán como finalidad fomentar la actividad turística, dentro de una determinada circunscripción territorial.
- Los cargos asignados en los comités de desarrollo turístico, en adelante “los CDT’s”, serán de carácter Ad-honorem.
- Conformados, preferentemente por personas relacionadas a la actividad turística, así como también líderes locales, educadores, religiosos, ambientalistas, representantes de los gobiernos locales, de casas de la cultura, de artesanos, comerciantes, empresarios, representantes de la alcaldía municipal, entre otros.
- Los comités podrán formar alianzas con distintas dependencias públicas, personas particulares, asociaciones de desarrollo comunal, asociaciones y fundaciones sin fines de lucro, organismos de cooperación internacional u otros con la finalidad de fomentar el turismo en la localidad.

### ✓ **Formalización de un CDT**

Se conformarán de manera libre y espontánea y se formalizarán de la siguiente manera:

- Conforme acta de constitución que se levante al efecto, suscrita por los miembros fundadores o conformando una fundación o asociaciones con finalidad turística según lo establecido en la ley de asociaciones y fundaciones sin fines de lucro.
- Los miembros del comité serán juramentados por el Director Presidente de CORSATUR o por quien éste delegue.
- El Registro Nacional de Turismo llevará un listado de los comités juramentados.

### ✓ **Requisitos para ser miembro de un CDT**

- Ser salvadoreño o extranjero residente.
- Mayor de edad.
- Residir o realizar actividades turísticas en el municipio o departamento del área geográfica de funcionamiento del Comité.
- No haber perdido los derechos de ciudadano en los tres años anteriores a su elección.

### ✓ **Composición de los CDT**

Todo CDT debe estar compuesto por:

- Presidente
- Vicepresidente
- Síndico
- Secretario
- Tesorero Y
- al menos, un vocal.

---

<sup>17</sup> Fuente: [https://tramites.gob.sv/media/REGLAMENTO%20LEY%20DE%20CORSATUR\\_1.pdf](https://tramites.gob.sv/media/REGLAMENTO%20LEY%20DE%20CORSATUR_1.pdf)

Preferentemente cada miembro deberá tener un suplente que actuara a falta del propietario, el periodo del cargo durará dos años o el lapso que los estatutos establezcan.

✓ **Disolución de un CDT**

- Los comités de desarrollo turístico serán disueltos de la misma manera que se constituyeron, ya sea por voluntad de los miembros que lo conformaron o de los representantes vigentes, en acta notarial, o por haberse disuelto la fundación o asociación que lo conformaba, según lo dispuesto en los estatutos de la persona jurídica que conformó el comité, de acuerdo a la Ley de Asolaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro.
- Toda disolución o modificación en la composición del comité deberá ser notificada a CORSATUR dentro de los quince días siguientes, debiendo acompañarla de la documentación respectiva.

### **Propuesta creación de Comité de Desarrollo Turístico Municipal**

Para la propuesta en consideración se toma a bien la conformación de un nuevo Comité de Desarrollo Turístico de tipo Municipal sin fines de lucro en donde se integre al menos un representante del CDT existente de la zona costera del municipio para aprovechar sus iniciativas y apoyar con experiencia previa en torno al turismo del municipio y evitar la duplicidad de funciones con la existencia de 2 comités que no se encuentran vinculados, así como la inclusión de más actores relacionados a turismo o personas desarrollando esto en pro del desarrollo turístico de Chilitupán. El proyecto incluye:

- Definición de los entes participantes
- Definición de la estructura organizacional del CDT
- Diseño de manuales de organización y funciones del CDT propuesto.

### **Entes participantes en el Comité de Desarrollo Turístico**

El Comité de Desarrollo Turístico podrá estar conformado por miembros de la comunidad sean o no dueños de las iniciativas turísticas del municipio, pero es muy importante que exista una comunicación y coordinación con instituciones, la municipalidad, que ayuden al fortalecimiento y mejor desarrollo del turismo. Los siguientes entes participantes son una recomendación propuesta para sectores de donde seleccionar a los miembros del CDT y puede ser modificada por el encargado de ejecutar el Plan de Desarrollo Turístico del municipio.

✓ **Líder Comunal**

Su participación es de vital importancia ya que ayudará a crear un vínculo con la población del municipio y con esto llevar entendimiento acerca de la importancia que tiene el turismo para el desarrollo económico, social y la preservación de su entorno cultural y natural, resultando en la motivación a la participación de más ciudadanos.

### ✓ **Comunidad**

La participación de los miembros de las comunidades es esencial para el desarrollo sostenible del proyecto turístico, garantizándose de esa forma la mejora de los niveles de vida de sus integrantes.

### ✓ **Empresarios (dueños de las iniciativas turísticas)**

La inversión de empresarios que proporcionen servicios turísticos es importante para poder suplir las necesidades de un turista. Es por eso que es necesario incluir a los empresarios dentro de la propuesta de CDT ya que son quienes aportaran su recurso económico en pro del turismo.

### ✓ **Representante de CDT el Zonte**

Ya que como se mencionó actualmente existe un CDT limitado a la playa el zonte y el área costera del municipio, éste debe tomarse en consideración para formar parte de un CDT de todo el municipio, siendo actor clave ya que posee experiencia en iniciativas llevadas a cabo en playa el zonte que podrían replicarse o adaptarse a la zona alta del municipio.

### ✓ **Alcaldía municipal del municipio**

Su participación es clave en la creación de un CDT ya que será en nexo entre el CDT y la Unidad de Turismo que se propone comunicando de mejor manera proyectos en pro del turismo identificados por el CDT que necesitan apoyo de la alcaldía con recursos municipales o con la gestión de apoyo con el MITUR o CORSATUR.

### ✓ **Policía Nacional Civil y POLITUR**

Será necesario mantener tanto al puesto comunal de la PNC del municipio como a la división de turismo POLITUR al tanto de las actividades turísticas para poder brindar seguridad a los turistas, proteger el patrimonio cultural, histórico y natural, así como el medio ambiente.

## **Funciones generales del CDT**

- a) Fomentar, promover, asesorar y apoyar al sector turístico local a través de la ejecución de actividades, planes, estrategias y proyectos que impulsen un desarrollo turístico sostenible coherentes con la política nacional de medio ambiente.
- b) Elaborar el plan de trabajo del CDT.
- c) Identificar los atractivos y productos turísticos de la localidad, así como las necesidades del sector, a fin de promover su desarrollo.
- d) Gestionar la obtención de cooperación técnica y financiera con instituciones públicas o privadas, nacionales o internacionales, a fin de promover el desarrollo turístico de la localidad.
- e) Propiciar el contacto y apoyo con otros Comités de Desarrollo, así como el intercambio de experiencias.
- f) Promover los atractivos turísticos de la comunidad.
- g) Promover y fomentar ferias, exposiciones de productos locales y artesanías, actividades gastronómicas y tours locales.
- h) Difundir a través de medios publicitarios las atracciones turísticas de la localidad

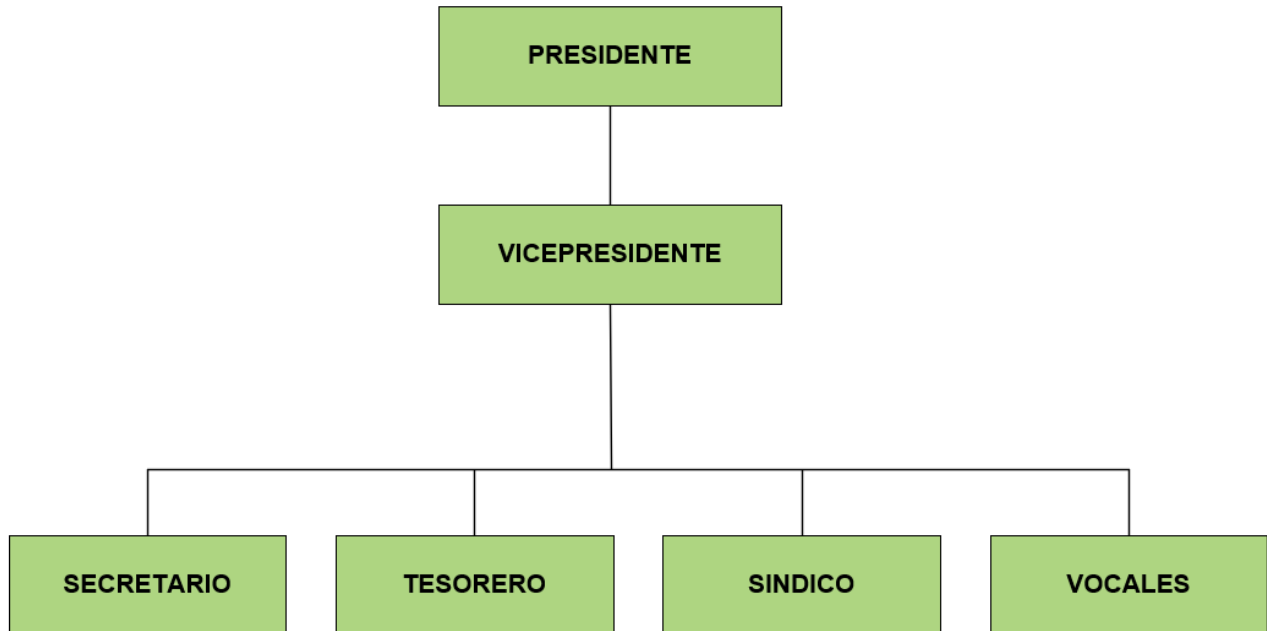
- i) Proponer a las autoridades competentes proyectos de construcción, reconstrucción o remodelación de obras de interés turístico.
- j) Coordinar acciones con las entidades correspondientes, para garantizar la seguridad ciudadana y la prestación de servicios básicos de calidad para sus visitantes.
- k) Fomentar y fortalecer la organización, concertación y participación de las comunidades y otros actores.
- l) Fomentar campañas tales como limpieza, salud y de señalización.

### **Definición de la estructura organizacional del CDT**

Tal y como se mostraba en la base legal para la creación de un CDT existen cierta estructura mínima que debe de poseer, pero que se puede modificar si este lo requiere. La estructura propuesta es la siguiente:

- ✓ Presidente
- ✓ Vicepresidente
- ✓ Secretario
- ✓ Sindico
- ✓ Tesorero
- ✓ Vocales (5)

La representación gráfica a manera de organigrama es la siguiente:



*Ilustración 191 Organigrama CDT Chiltiupán*

La selección de las personas que ocuparan los cargos mostrados será de manera democrática a través de un proceso en el que participen todos los entes mencionados con anterioridad. Los elegidos para ejercer los cargos listados deberán administrar el CDT para cumplir con sus funciones generales. Lo que se busca es tener la presencia de diferentes sectores del municipio que aseguren que el CDT no trabaja en beneficiar solo un área de él y evitar que las decisiones tomadas por el CDT tengan influencia política.

Ya que el comité de desarrollo turístico será el encargado de la realización de ventas del producto turístico como son los circuitos propuestos, se hace necesario la creación de políticas propias del comité tanto con miembros, con clientes como tour operadores y servicios de transporte, así como políticas de reembolso de un servicio. Esto se abordará a continuación dentro de la creación de manuales administrativos del comité.

**Diseño de manuales de organización y funciones del CDT propuesto en la siguiente página.**



**MANUALES ADMINISTRATIVOS  
CDT**

Proyecto: **Creación del Comité de desarrollo  
turístico del municipio de Chilitupán.**

**FECHA DE ELABORACIÓN**

**No. PAGINA**

**MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES**

MES: Julio

AÑO:2020

1/14

**CONTENIDO**

Introducción	<b>Pág. 2</b>
Objetivos	<b>Pág.3</b>
Visión del CDT	<b>Pág. 4</b>
Misión del CDT	<b>Pág.4</b>
Valores de la Organización	<b>Pág.4</b>
Organigrama del CDT	<b>Pág.7</b>
Funciones de cada puesto	<b>Pág.8</b>
Políticas del comité	<b>Pag.9</b>

**Elaboró:**

**Revisó**

**Autorizó:**

<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	Proyecto: <b>Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitupán.</b>		
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		<b>No. PAGINA</b>
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020	2/14
<b>INTRODUCCIÓN</b>			
<p>El presente documento sobre manuales hace referencia a la organización adecuada para la implementación del proyecto de <b>Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitupán, La Libertad</b>, tiene como propósito dar a conocer las responsabilidades de cada una de las áreas que lo conforman. Este documento es de información y consulta. Su consulta permite identificar con claridad las funciones y responsabilidades de cada una de las áreas que lo integran y evitar la duplicidad de funciones; conocer las líneas de comunicación y de mando; y proporcionar los elementos para alcanzar la excelencia en el desarrollo de sus funciones.</p> <p>El manual de organizaciones y funciones constituye una de las herramientas administrativas básicas, que permiten poner en práctica las actividades cotidianas bajo lineamientos dados, con el fin de evitar la duplicidad de esfuerzos y el desperdicio de recursos; a la vez delimita las competencias y responsabilidades de cada una de las partes que integran la administración del CDT.</p>			
<b>Elaboró:</b>	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>	

<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	<b>Proyecto: Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitupán.</b>		
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		<b>No. PAGINA</b>
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020	3/14
<b>OBJETIVOS</b>			
<p><b>Objetivo general</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporcionar para el proyecto de Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitupán, un manual técnico de que respalden su operación, para cada uno de los involucrados en la Implementación del CDT.</li> </ul> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir cada una de las funciones de cada área involucrada en la creación del CDT.</li> <li>• Ser un guía para la ejecución y desarrollo de las actividades para el personal responsable a cargo de los puestos.</li> <li>• Detallar el perfil de los cargos o puestos dentro de la organización para la implementación del proyecto.</li> </ul>			
<b>Elaboró:</b>	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>	

<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	Proyecto: <b>Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chiltiupán.</b>		
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		<b>No. PAGINA</b>
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020	4/14
<b>VISIÓN, MISIÓN Y VALORES DEL CDT</b>			
<p><b>VISIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser un medio para la participación, comunicación y coordinación de proyectos que tengan como objetivo el mejoramiento de la situación turística de Chiltiupán.</li> </ul> <p><b>MISIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionarnos y consolidarnos como el mejor comité de desarrollo turístico de El Salvador promoviendo la práctica de turismo responsable, contribuyendo al desarrollo local y garantizando que las iniciativas en pro del turismo se realicen enfocadas a brindar calidad y satisfacción al turista.</li> </ul> <p><b>VALORES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Responsabilidad:</b> Garantizando el cumplimiento de los proyectos propuestos en pro del turismo con calidad y enfocados en la satisfacción del turista.</li> <li>• <b>Honestidad:</b> Trabajando con transparencia en la coordinación de proyectos y evitando trabajar en beneficio de un sector específico de la población.</li> <li>• <b>Compañerismo:</b> enfocado en el logro de los objetivos de la organización en armonía y trabajo en equipo sin menospreciar el rol de ninguna persona.</li> <li>• <b>Compromiso:</b> para el cumplimiento de la misión y visión del comité y para el desarrollo del municipio en el ámbito turístico.</li> </ul>			
<b>Elaboró:</b>	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>	

**MANUALES ADMINISTRATIVOS  
CDT**

Proyecto: **Creación del Comité de desarrollo  
turístico del municipio de Chilitupán.**

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

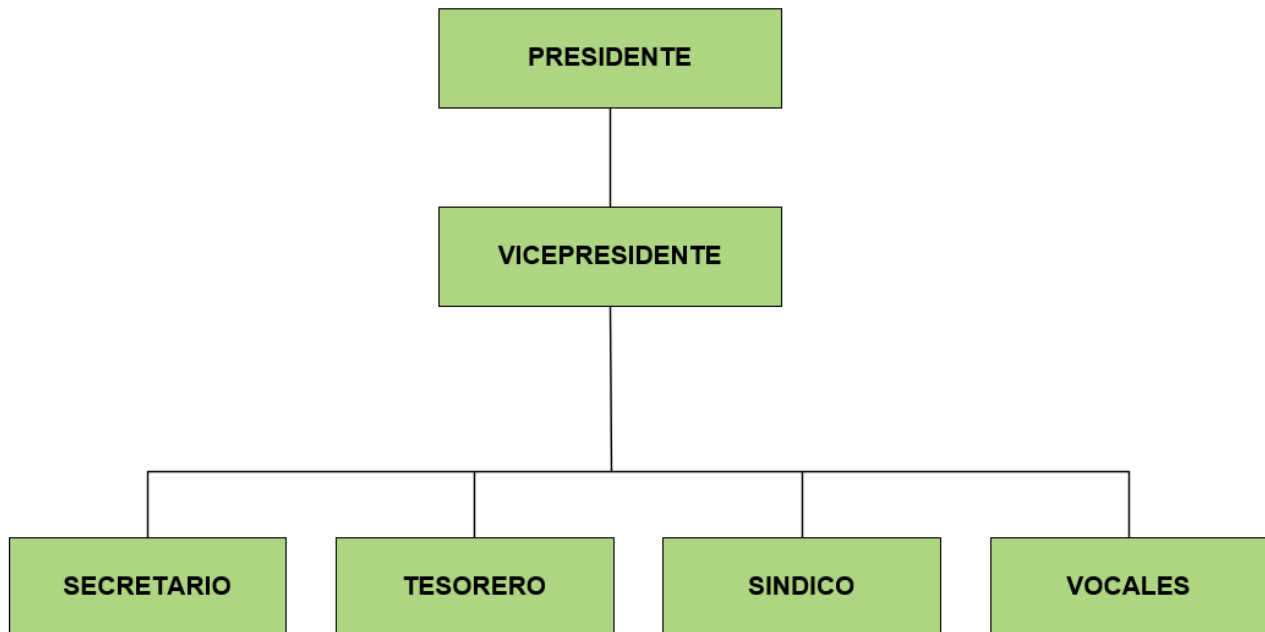
**MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES**

MES: Julio

AÑO:2020

5/14

**ORGANIGRAMA DE PUESTOS**



Elaboró:

Revisó

Autorizó:

<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	Proyecto: <b>Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitupán.</b>		
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		<b>No. PAGINA</b>
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020	6/14
<b>DESCRIPCION DE PUESTOS Y SUS FUNCIONES</b>			
<b><u>PRESIDENTE:</u></b>			
<b><u>Objetivo del Puesto:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientar la realización de las actividades de los diferentes puestos para el logro de los objetivos propuestos por el CDT y ser el representante formal y vínculo con la Unidad de turismo con la Alcaldía de Chilitupán y demás instituciones en pro del Turismo.</li> </ul>			
<b><u>Funciones:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprobar los reglamentos internos del Comité.</li> <li>• Fijar las políticas generales del Comité y orientar las labores, acciones y actividades que ejecutarán</li> <li>• Conocer y resolver sobre los planes anuales y la proforma presupuestaria que presente el comité.</li> <li>• Requerir al Directorio o a cualquiera de sus miembros cuanto informe conocer y juzgar su actuación administrativa.</li> <li>• Aceptar o rechazar las donaciones que se hicieren al comité y resolver disolución del Comité Pro mejoras y el destino de sus bienes.</li> <li>• Representar Oficialmente el Comité.</li> <li>• Firmar con el tesorero los cheques y documentos debidamente aprobados por el Comité.</li> <li>• Ser un vínculo entre el CDT y la Unidad de Turismo e instituciones gubernamentales como MITUR y CORSATUR.</li> </ul>			
<b><u>Requisitos del Puesto:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel educativo Bachillerato como mínimo.</li> <li>• Experiencia previa (Prescindible)</li> </ul>			
<b><u>Características:</u></b>			
Excelentes relaciones interpersonales, Honesto y transparente, Responsable y Capacidad de trabajo en equipo.			
<b>Elaboró:</b>	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>	

<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	Proyecto: <b>Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitiupán.</b>		
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		<b>No. PAGINA</b>
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020	7/14
<b>DESCRIPCION DE PUESTOS Y SUS FUNCIONES</b>			
<b><u>VICEPRESIDENTE:</u></b>			
<b><u>Objetivo del Puesto:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar y dar soporte a la Presidencia en la ejecución actividades de los demás puestos el fin de lograr la funcionalidad del CDT.</li> </ul>			
<b><u>Funciones:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustituir al presidente en caso de ausencia o impedimento de este.</li> <li>• Administrar el patrimonio del Comité.</li> <li>• Velar por el cumplimiento de las funciones del comité.</li> <li>• Elaborar la memoria anual de labores y someterla a consideración de los miembros del comité.</li> <li>• Elaborar las políticas y presupuesto anual del comité y someterlo a consideración.</li> <li>• Conocer y aprobar las solicitudes de ingreso, reingreso y retiro de los miembros del comité.</li> <li>• Aprobar los programas de trabajo a desarrollar por el comité.</li> <li>• Nombrar las comisiones necesarias para colaborar en las actividades técnicas, administrativas y sociales del comité.</li> <li>• Ejercer cualquier función orientar y organizar mejor las actividades necesarias para el logro de los fines del comité.</li> <li>• Recibir y entregar bajo inventario los bienes muebles e inmuebles del comité.</li> <li>• Autorizar pagos, siempre que estén regulados en el presupuesto o acuerdos del comité.</li> <li>• Organizar seminarios, cursillos y otros eventos relacionados con los fines del comité.</li> </ul>			
<b><u>Requisitos del Puesto:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel educativo Bachillerato como mínimo.</li> <li>• Experiencia previa (Prescindible)</li> </ul>			
<b><u>Características:</u></b>			
Excelentes relaciones interpersonales, Honesto y transparente, Responsable y Capacidad de trabajo en equipo.			
<b>Elaboró:</b>	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>	

<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	Proyecto: <b>Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitiupán.</b>		
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		<b>No. PAGINA</b>
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020	8/14
<b>DESCRIPCION DE PUESTOS Y SUS FUNCIONES</b>			
<b><u>TESORERO:</u></b>			
<b><u>Objetivo del Puesto:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar y dar soporte a la Presidencia en la ejecución actividades de los demás puestos el fin de lograr la funcionalidad del CDT.</li> </ul>			
<b><u>Funciones:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir y Guardar los fondos del comité en la institución bancaria que la presidencia señale.</li> <li>• Firmar con el presidente los cheques y documentos del comité debidamente aprobados. Custodiar los registros de contabilidad.</li> <li>• Presentar mensualmente informe de ingresos y egresos del comité.</li> <li>• Presentar la situación financiera del comité, cuando se requiera.</li> <li>• Responsable de administrar los recursos del comité.</li> <li>• Realizará el ordenamiento de los recursos.</li> <li>• Realizará la búsqueda de recursos para el funcionamiento del Comité.</li> </ul>			
<b><u>Requisitos del Puesto:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel educativo Bachillerato como mínimo especialización contadora (no dispensable).</li> <li>• Experiencia en contabilidad (Prescindible)</li> <li>• Experiencia previa (Prescindible)</li> </ul>			
<b><u>Características:</u></b>			
Excelentes relaciones interpersonales, Honesto y transparente, Responsable y Capacidad de trabajo en equipo, con habilidades numéricas.			
<b>Elaboró:</b>	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>	



<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	Proyecto: <b>Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitupán.</b>	
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>No. PAGINA</b>
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020
<b>DESCRIPCION DE PUESTOS Y SUS FUNCIONES</b>		
<b><u>VOCAL:</u></b>		
<b><u>Objetivo del Puesto:</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar al comité en lo que se necesite y servir de suplente de cualquier miembro en el caso de su ausencia por una razón justificable entre otras generales que se les sea demandadas.</li> </ul>		
<b><u>Funciones:</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar al comité, en documentar los procesos, a fin de mantener la información actualizada</li> <li>• Asistir puntualmente a las reuniones a la que sean convocados.</li> <li>• Sustituir en caso de ausencia a cualquier otro miembro del comité, en orden jerárquico excepto al presidente.</li> <li>• Desempeñar las comisiones que le asignen la presidencia y vice presidencia.</li> <li>• Administrar cada uno de los proyectos que el CDT se proponga realizar.</li> <li>• Presentar informes a la presidencia sobre el progreso de cada uno de los proyectos que se estén ejecutando, para poder exponerlos en cada una de las reuniones y poder tomar acciones correctivas o preventivas según sea necesario.</li> </ul>		
<b><u>Requisitos del Puesto:</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel educativo Bachillerato como mínimo.</li> <li>• Experiencia previa en los puestos a desempeñar (Prescindible)</li> </ul>		
<b><u>Características:</u></b>		
Excelentes relaciones interpersonales, Honesto y transparente, Responsable y Capacidad de trabajo en equipo.		
<b>Elaboró:</b>	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>

<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	<b>Proyecto: Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitiupán.</b>		
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		<b>No. PAGINA</b>
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020	10/14
<b>DESCRIPCION DE PUESTOS Y SUS FUNCIONES</b>			
<b><u>SECRETARIO:</u></b>			
<b><u>Objetivo del Puesto:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar de manera escrita todos los proyectos y acciones decididas y tomadas por el comité, en pro del turismo con la finalidad de controlar la ejecución de los proyectos con lo planteado en las actas.</li> </ul>			
<b><u>Funciones:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agendar y comunicar a los miembros del comité las reuniones.</li> <li>• Asistir puntualmente a las reuniones a las que es convocada.</li> <li>• Registrar todos los puntos que se traten en las reuniones del comité en un acta</li> <li>• Asistir al presidente y vicepresidente cuando sea necesario.</li> <li>• Transmitir mensajes y decisiones a los miembros cuando es necesario hacerlas de manera inmediata.</li> <li>• Brindar el acta hecha en las reuniones del comité a aquellos miembros que no asistieron a la reunión.</li> </ul>			
<b><u>Requisitos del Puesto:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel educativo Bachillerato como mínimo.</li> <li>• Experiencia previa en los puestos a desempeñar (Prescindible)</li> <li>• Organizado</li> </ul>			
<b><u>Características:</u></b>			
Excelentes relaciones interpersonales, Honesto y transparente, Responsable y Capacidad de trabajo en equipo, organizado y con capacidad de planificación.			
<b>Elaboró:</b>	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>	

<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	Proyecto: <b>Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitupán.</b>		
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		<b>No. PAGINA</b>
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020	11/14
<b>DESCRIPCION DE PUESTOS Y SUS FUNCIONES</b>			
<b><u>SINDICO:</u></b>			
<b><u>Objetivo del Puesto:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercer la supervisión del cumplimiento de todas las actividades en los plazos acordados y garantizar el cumplimiento de todo el aspecto legal del comité en el desarrollo de sus actividades.</li> </ul>			
<b><u>Funciones:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar que todos los miembros cumplan con sus funciones para con el comité.</li> <li>• Supervisar avances de los proyectos ejecutados en plazos acordados</li> <li>• Apoyar en funciones de vicepresidente cuando lo requiera</li> <li>• Revisar documentación legal correspondientes a proyectos que se quieran realizar por parte del Comité.</li> <li>• Revisar políticas creadas por el comité en torno a aspectos legales.</li> <li>• Aprobar el cumplimiento legal de las políticas creadas por el comité.</li> <li>• Revisar métodos de pago y cancelación de servicios ofrecidos por el comité en cuanto a lo legal.</li> </ul>			
<b><u>Requisitos del Puesto:</u></b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel educativo Bachillerato como mínimo.</li> </ul>			
<b><u>Características:</u></b>			
Excelentes relaciones interpersonales, capaz de trabajar en grupo, Honesto y transparente, Responsable, no aferrado ideológicamente a ningún partido político y con deseo de mantener el funcionamiento del comité bajo la legalidad.			
<b>Elaboró:</b>	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>	

<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	Proyecto: <b>Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitupán.</b>		
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		<b>No. PAGINA</b>
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020	12/14

**POLITICAS**

**POLITICAS GENERALES**

EL comité seguirá las siguientes políticas en forma general durante la ejecución de sus actividades.

- Lograr la más alta excelencia en los servicios prestados.
- Prestar servicios con honestidad, diligencia, sinceridad y eficacia.
- Obtener el respeto y la confianza de los clientes de los productos turísticos, buscando su conservación y una relación a largo plazo.
- Los proyectos de mejora en pro del turismo deben poner en primer lugar la preservación de la naturaleza y regirse bajo los estatutos de la política nacional de medio ambiente.
- Al gestionar apoyo con capacitaciones sobre turismo y todo lo relacionado a este, deberá tomarse en cuenta a todas las personas que quieran abrirse espacio en el turismo, aunque estas no sean socias del CDT.
- En la medida de lo posible frente a proyectos de turismo que se lleven a cabo en el municipio en los que se necesite la contratación de mano de obra, se priorizará la contratación de personas calificadas de la comunidad
- El CDT tendrá a su disposición sillas y mesas que serán utilizadas para fines para la cual está trabajando como en el desarrollo de capacitaciones donde se necesitarán este tipo de equipo.

**POLITICAS HACIA CLIENTES**

- Los clientes representan son el valor más importante del comité y del municipio para su desarrollo, por lo tanto, se debe cubrir su satisfacción median un servicio que llene las expectativas.
- Deben brindarse los medios necesarios para garantizar que el servicio sea de calidad en el tiempo oportuno.
- Brindar la información pertinente sobre los servicios completos que se brindarán.
- Realizar una llamada al finalizar la prestación de algún servicio al cliente para medir su nivel de satisfacción.

	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>	
<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	Proyecto: <b>Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chilitupán.</b>		
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		<b>No. PAGINA</b>
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020	13/14

## **POLITICAS**

### **POLITICAS PARA LOS MIEMBROS:**

- Los miembros se limitarán a realizar campaña política en sus reuniones.
- Debe existir siempre amabilidad y vocación de servicio para que el cliente desee volver en un futuro cercano.
- Honestidad y compromiso en el cumplimiento de sus funciones para el beneficio mutuo (personal y del comité).

### **POLITICAS DE RELACIÓN CON TOUR OPERADORES**

- El CDT realizará actividades de relación y negociación con empresas tour operadoras a través de los canales de comunicación oficiales de dicha organización, los cuales son: Página Web, Redes Sociales, Teléfonos de contacto y canal directo con personal debidamente identificado y autorizado.
- Las empresas tour operadoras deberán comunicarse con el comité de desarrollo turístico con un tiempo mínimo de anticipación de una semana previa a la fecha deseada de visita.
- El tour operador deberá informar los datos de cantidad de turistas y tipos de recorrido turísticos a adquirir.
- El tour operador debe realizar una reservación con un tiempo límite de 3 días previos a la realización del viaje a través de un depósito a la cuenta bancaria oficial que poseerá el comité de desarrollo turístico de Chilitupán, con un monto equivalente al 60% del total a cancelar en concepto de los recorridos turísticos adquiridos.
- Los recorridos turísticos serán brindados por el personal operativo que el comité contrate para el proyecto.
- Todas las transacciones económicas serán realizadas con los tours operadores directamente y no con los turistas en particular.
- Los tours operadores deberán transmitir a los turistas que los encargados de desarrollar los recorridos turísticos serán los guías turísticos contratados por el comité o designado por éste.
- Los turistas deberán acatar las órdenes, normas y políticas establecidas por el CDT de Chilitupán a la hora de realizar el recorrido turístico seleccionado.

	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>	
<b>MANUALES ADMINISTRATIVOS CDT</b>	Proyecto: <b>Creación del Comité de desarrollo turístico del municipio de Chiltiupán.</b>		
	<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>No. PAGINA</b>	
<b>MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	MES: Julio	AÑO:2020	14/14

## POLITICAS

### POLITICAS DE SUBCONTRATACIÓN DE TRANSPORTE.

- El comité de Chiltiupán realizará actividades de relación y negociación con los dueños de las unidades de transporte a través de los canales de comunicación oficiales, los cuales son: Página Web, Redes Sociales, Teléfonos de contacto y canal directo con el personal.
- El transporte será solicitado con un tiempo mínimo de tres días de anticipación a la fecha a la cual se hará uso del servicio.
- Se tendrá diferentes empresas de transporte debido a variación en número de turistas así será el transporte.
- Las unidades de transportes son responsabilidad de la empresa y deberán estar limpias y en excelente condición mecánica y responsables de conducir con documentación legal.
- El pago del servicio a las empresas de transporte se realizar de forma personal con los dueños de las unidades de transporte cuando los grupos sean pequeños o a través de transacciones bancarias con los encargados de las empresas transportistas cuando los grupos sean grandes.

### POLITICAS DE DEVOLUCION.

Se devolverá el 100% del monto pagado en crédito o en efectivo al usuario registrado si se presentan los siguientes casos:

- Error en publicación del servicio
- Ofrecimiento de beneficios adicionales cuando el comité no ha establecido.
- Cuando los productos adquiridos a través de la web del comité de Chiltiupán sean distintos a los que se le brindaron.

	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó:</b>	
--	---------------	------------------	--

## Reglamento interno del Comité de desarrollo turístico

Tabla 243 Reglamento interno CDT

<b>CAPITULO I. INGRESO DE LOS MIEMBROS</b>
<p>Art. 1: Para el ingreso de un nuevo miembro deberá ser mayor de edad salvadoreño o extranjero que estén residiendo en el municipio y esté relacionado a la realización de actividades de índole turístico.</p> <p>Art. 2: Para el ingreso de un nuevo miembro, el interesado deberá cancelar un monto acordado entre los miembros del CDT el cual no podrá ser menos de \$15 y será un pago de entrada único a excepción de aquellas personas que deseen ser miembro sin beneficiarse de las actividades que el CDT realice.</p> <p>Art. 3: Para permitir el ingreso de una persona al CDT deberá tratarse antes en una reunión ordinaria del CDT. Para informar con los demás miembros.</p> <p>Art. 4: Cada reunión deberá informarse si existen nuevos miembros inscritos y aquellos que han salido del CDT.</p>
<b>CAPITULO II. DERECHOS Y DEBERES DE LOS MIEMBROS</b>
<p>Art. 5: Derechos de los miembros</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) Participar y colaborar en todas las actividades que como CDT se ejecuten</li><li>2) Asistir a las reuniones generales.</li><li>3) Solicitar información de proyectos y montos generados y manejados por el CDT</li><li>4) Beneficiarse de las actividades que el CDT realizara en torno de los Productos turísticos que se creen.</li><li>5) Contar con monto en concepto de viáticos dependiendo del trabajo o actividad que el miembro este realizando, el monto deberá ser acordado en conjunto, así como las condiciones para ser asignado.</li></ol> <p>Art. 6: Deberes de los miembros</p> <ol style="list-style-type: none"><li>6) Cumplir con requisitos de entrada al CDT</li><li>7) Apoyar en el desarrollo de actividades en pro del municipio.</li><li>8) Ejecutar funciones asignadas por los representantes de la estructura organizativa del CDT.</li><li>9) Los miembros deberán reunirse un mínimo de 2 veces por mes.</li><li>10) Informar en caso de ausencia a reuniones.</li><li>11) Aportar mensualmente un monto económico en concepto de fondos para actividades comunes en beneficio de todos los miembros del CDT, el valor será acordado por todos los miembros y no será menor a \$5.</li><li>12) Gestionar una persona encargada de recoger los desechos orgánicos de sanitarios cada 8 meses.</li></ol>

### **CAPITULO III. SALIDA DE LOS MIEMBROS**

Art.7: para el retiro voluntario de un miembro se deberá redactar una carta que será tratada al inicio de la reunión más próxima del CDT, esto varia en el caso de un representante de Alcaldía el cual podrá retirarse al momento de cambio de representantes si, existiera cambio.

Art.8: Los miembros pueden darse de bajo por los representantes del CDT si, estos no cumplen con los deberes asignados y detallados en el presente reglamento.

### **CAPITULO IV. ELECCIONES DE REPRESENTANTES Y REFORMAS**

Art. 9: Las votaciones se realizarán de manera secreta y será de forma presencial el día y el lugar que como CDT acuerden.

Art.10: las candidaturas son de manera voluntaria pero siempre habrá un representante del CDT del Zonte. Entre los actores principales para conformar el comité estará por lo menos un representante de la alcaldía municipal siendo este designado por la municipalidad.

Art. 11: cualquier modificación al reglamento interno deberá ser solicitado por los representantes de la estructura organizacional o por 1/3 de los miembros.

Art. 12: Para que la reforma se lleve a efecto será necesario el voto favorable de 2/3 de los miembros presentes en la reunión que sea tratado el asunto.



## Detalles del Local del CDT

Un aspecto que debe considerarse es el local donde el CDT tendrá lugar para realizar reuniones rutinarias sobre proyectos realizados o a realizar, las propuestas para este local derivan de dos hechos marcados los cuales se mencionan a continuación.

1. De acuerdo a la investigación hecha en la etapa de diagnóstico, al realizar el estudio del mercado competidor se pudo obtener información de comités de varios municipios entre ellos, se optaba por realizar sus reuniones en algún local de miembros del CDT que contaban con instalaciones para sus negocios. Es por ello que la primera opción que se recomienda es la consulta con interesados en formar parte al comité y que estén dispuestos a facilitar un local para las reuniones ya que lo que se busca es incurrir en los menores gastos posibles y los miembros del CDT no estarán de planta en un local.
2. Por otra parte, existe la posibilidad que los miembros que serán parte del CDT no cuenten con locales para facilitar y en este caso. La propuesta que se hace es la gestión con la Alcaldía del Municipio para el préstamo de la Casa Comunal ubicada en el Municipio en su zona de Montaña.
3. Ya que existe la posibilidad que la Alcaldía del municipio haga uso de la casa comunal del municipio para otros propósitos y que no esté disponible, se propone el alquiler de un local para realizar las reuniones del comité y para almacenar recursos que ésta vaya sumando. Esta propuesta se deriva del hecho que las reuniones del comité no se realizarán de manera diaria y que los miembros no estarán de manera fija por lo tanto no se pretende incurrir en gastos de construcción de un local para ello, al menos a corto plazo de implementación del plan de Desarrollo turístico.

## Requerimientos creación de Comité de Desarrollo Turístico Municipal

Una vez mostrados los pasos necesarios para la constitución del Comité de Desarrollo Turístico de Chiltiupán, así como la organización propuesta y las funciones que tendrán los miembros pertenecientes a él, se procede a la definición en detalle de los requerimientos o recursos que serán necesarios para que opere el CDT frente a la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Propuesto al municipio considerando que los miembros no estarán de diariamente reunidos.




*Tabla 244 Requerimientos para la creación del CDT*

Requerimiento	Cantidad
Miembros del Comité	10
Local para reuniones	1
Computadoras	2
Impresora multifuncional	1
Sillas de espera	30
Mesa rectangular plástica	6
Teléfono Celular	1
Conexión a Internet	1
Resma de papel bond	15

Lapiceros	25
Bolsa para basura	24 unidades/mes
Jabón líquido	2 galones/mes
Papel higiénico	12 rollos/mes
Basureros	1

**Especificaciones:**

*Tabla 245 Especificaciones de requerimiento CDT*

Nombre	Ilustración	Especificación
<p><b>Mesa rectangular P/reuniones</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mesa de reuniones</li> <li>✓ Medidas 180x76x73.5</li> <li>✓ Plástica</li> </ul>
<p><b>Sillas</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ De plástico</li> <li>✓ Capacidad mínima 225lb</li> </ul>
<p><b>Basurero</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Basurero de malla</li> <li>✓ Plástico</li> </ul>

<p><b>Computadoras</b></p>	 A black HP laptop is shown from a three-quarter perspective, slightly open. The HP logo is visible on the lid.	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Laptops</li><li>✓ Marca hp</li><li>✓ Pantalla 15.6 pulgadas</li><li>✓ Intel core i5 o i7</li><li>✓ 1 Tera HDD</li></ul>
<p><b>Impresora multifuncional</b></p>	 A black Epson multifunction printer is shown from a front-three-quarter view. It has a paper tray on top and a control panel with a small screen and buttons. A printed page is emerging from the front tray.	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Marca Epson</li><li>✓ Tinta continua</li><li>✓ Múltiple función imprimir, escanear y copiar.</li><li>✓ Usb 2.0</li></ul>

## 2. Proyecto 2: Creación de Unidad de Turismo del Municipio de Chilitupán

El siguiente proyecto contemplado en el presente plan de desarrollo turístico para el municipio de Chilitupán tiene como objetivo la creación de una Unidad de Turismo, este proyecto se basa en los resultados encontrados en el diagnóstico relacionado al turismo para el municipio de Chilitupán, en donde a través del análisis de municipios considerados de éxito se observó que dichos municipios exitosos en relación al turismo poseen una Unidad de Turismo que apoya, gestiona y vela por el desarrollo turístico de un municipio. A continuación, se procederá al abordaje de dicha Unidad:

### Objetivos

- Elaborar la propuesta de creación de una Unidad de turístico para el municipio de Chilitupán que garantice el apoyo a las iniciativas locales en pro del turismo, así como gestionar proyectos en pro del desarrollo turístico del municipio.
- Vincular el actuar de la alcaldía del municipio de Chilitupán al sector turismo sirviendo de nexo o anclaje directo entre gobierno central, municipal y CDT del municipio.

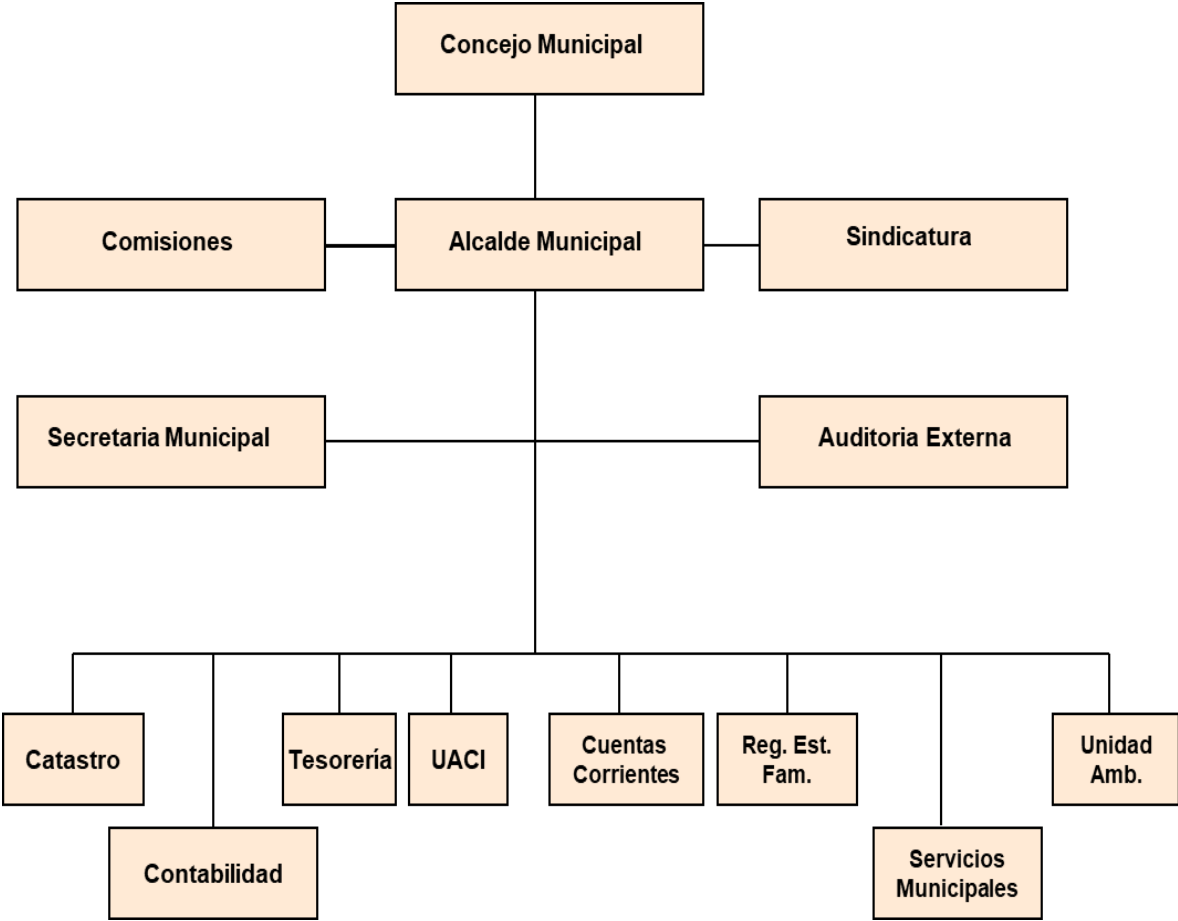
### Conceptos

#### ✓ **Unidad de turismo**

Una unidad de turismo es una dependencia de una alcaldía municipal, la cual es creada con propósitos de apoyar al sector turismo en su desarrollo en concreto esta unidad impulsa programas que contribuyen a promover mayores niveles de calidad y competitividad turística, potenciar la actividad turística a través de la articulación de inversión pública y privada y la realización de actividades que fomenten el desarrollo económico local a través del turismo.

Para proceder con la propuesta de creación de la Unidad de Turismo municipal se hace necesario mencionar el hecho que, dentro de la organización actual de la alcaldía de acuerdo al diagnóstico hecho al municipio, ésta no cuenta con la una Unidad de turismo y si actual estructura organizacional es la siguiente:

**Estructura organizacional**



*Ilustración 192 Estructura organizacional de la Alcaldía de Chiltiupán*

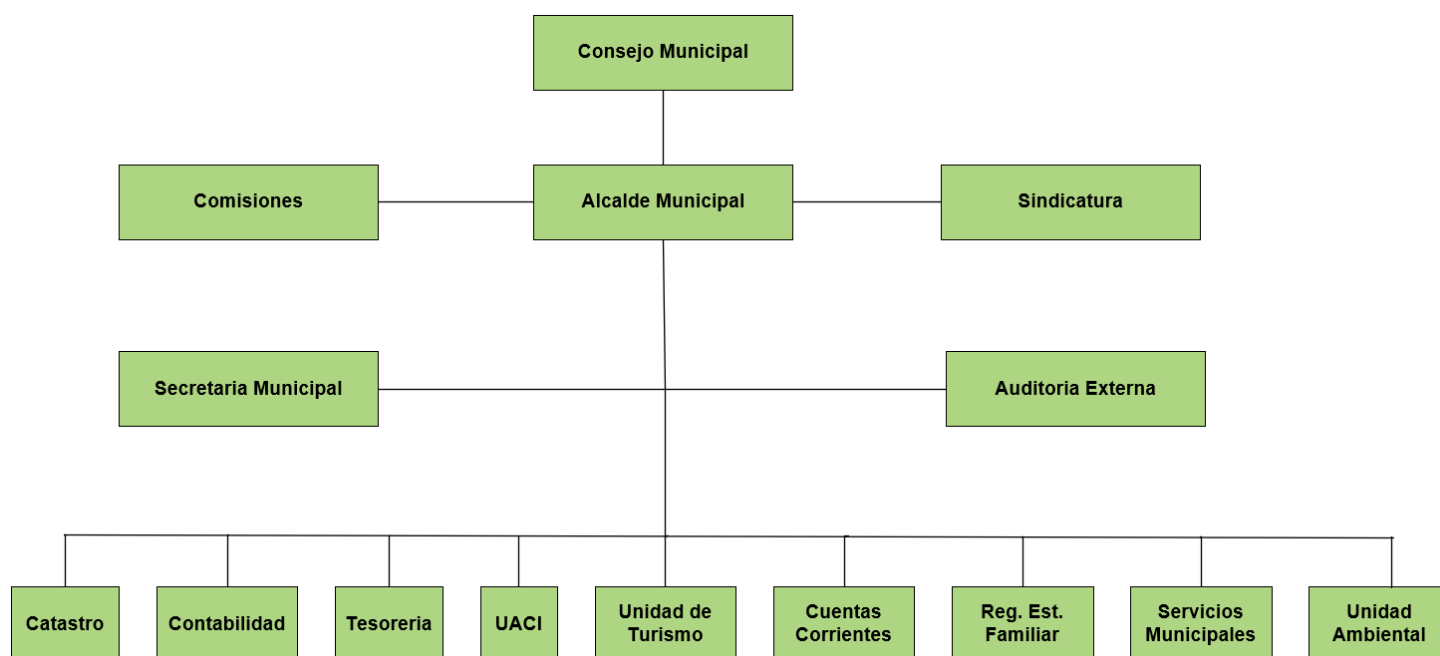
## Propuesta de unidad de turismo

Para la propuesta en consideración se toma a bien la conformación de una Unidad Turismo Municipal sin fines de lucro ya que trabajará para el desarrollo municipal del turismo, dentro de la propuesta a abordar se cubrirán los siguientes puntos:

- Definición de la Nueva estructura organizacional de la Alcaldía de Chilitupán
- Principales objetivos y Funciones a cubrir por la Unidad de Turismo.
- Plazas y funciones para la Unidad de Turismo.
- Perfiles y requisitos de contratación para personal de la Unidad.


## Definición de la nueva estructura organizacional de la Alcaldía de Chilitupán.


Ya que anteriormente se mostró la estructura actual, esta se procederá a rediseñar y considerar la incorporación de la unidad de turismo por tal motivo la representación gráfica quedaría de la siguiente manera:



*Ilustración 193 estructura organizacional propuesta para la Alcaldía de Chilitupán*

Tabla 246 Unidad de Turismo

<p><b>ALCALDIA MUNICIPAL DE CHILTIUPAN, LA LIBERTAD</b></p>	
<p><b>UNIDAD DE TURISMO</b></p>	
<p><b>OBJETIVOS Y FUNCIONES</b></p>	
<p><b>Principales objetivos y funciones a cubrir por la Unidad de Turismo</b></p> <p>Existen dos objetivos fundamentales que la unidad de turismo debe cumplir en el desarrollo de sus actividades los cuales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar programas que contribuyan a promover mayores niveles de calidad y competitividad turística, potenciar la actividad turística a través de la articulación de inversión pública y privada y la realización de actividades que fomenten el desarrollo económico local a través del turismo.</li> <li>• Vincular la alcaldía con las instituciones, asociaciones y comités que funcionen en el municipio en pro del desarrollo turístico en proyectos y planes de desarrollo.</li> </ul> <p><b>Principales objetivos y funciones a cubrir por la Unidad de Turismo</b></p> <p>Con el objetivo de evitar que demás puestos dentro de la Alcaldía municipal y la unidad de Turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vincular las iniciativas de desarrollo turístico en el municipio con la Alcaldía de Chiltiupán.</li> <li>• Servir de nexo entre el Comité de desarrollo turístico y la alcaldía de Chiltiupán.</li> <li>• Apoyar iniciativas turísticas locales en pro del desarrollo municipal.</li> <li>• Servir de nexo entre el gobierno central y el municipio de Chiltiupán en lo relacionado a turismo nacional.</li> <li>• Gestionar apoyo del gobierno central y de otras instituciones para la realización de proyectos de mejora turística.</li> <li>• Elaborar el plan de trabajo anual turístico de parte de la Alcaldía de Chiltiupán.</li> <li>• Manejar los fondos municipales destinados al turismo del municipio.</li> <li>• Crear alianzas con unidades de turismo pertenecientes a otros municipios.</li> <li>• Vincular al municipio con el Centro de Alcance al turista del departamento de La Libertad.</li> <li>• Crear planes de mejora y de desarrollo turístico en el municipio.</li> </ul>	

<b>ALCALDIA MUNICIPAL DE CHILTIUPAN, LA LIBERTAD</b>	
<b>UNIDAD DE TURISMO</b>	
<b>CARGOS Y PERFILES DE CONTRATACION</b>	

### Cargos de personal a cargo de la Unidad

Al ser una nueva unidad perteneciente a la Alcaldía del municipio esta necesita contar con el personal capaz de alcanzar los objetivos de la unidad llevar el trabajo en general de la alcaldía con la calidad esperada, por tal razón a continuación se mencionarán la cantidad de personal ideal y el perfil de contratación adecuado al cargo.

#### Descripción de plazas

##### Plaza 1: Técnico de desarrollo turístico


<b>CARGO</b>	Técnico de desarrollo turístico
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	Alcalde de Chiltiupán
<b>SUPERVISION DIRECTA:</b>	----
<b>NUMERO DE OCUPANTES:</b>	1

El número de ocupantes de la unidad de turismo se propone con base a los datos de otras unidades de turismo municipal y debido al tamaño que presenta el municipio y las funciones de la unidad serán propias del técnico encargado de ella.

#### Funciones del Técnico de la Unidad de Turismo

- Vincular las iniciativas de desarrollo turístico en el municipio con la Alcaldía de Chiltiupán.
- Gestionar reuniones con el Comité de desarrollo turístico para actualizar los datos sobre proyectos de mejora en el municipio.
- Servir de nexo entre el Comité de desarrollo turístico y la alcaldía de Chiltiupán.
- Apoyar iniciativas turísticas locales en pro del desarrollo municipal.
- Servir de nexo entre el gobierno central y el municipio de Chiltiupán en lo relacionado a turismo nacional.
- Gestionar apoyo del gobierno central y de otras instituciones para la realización de proyectos de mejora turística.
- Elaborar el plan de trabajo anual turístico de parte de la Alcaldía de Chiltiupán.
- Manejar los fondos municipales destinados al turismo del municipio.
- Crear alianzas con unidades de turismo pertenecientes a otros municipios.
- Vincular al municipio con el Centro de Alcance al turista del departamento de La Libertad.
- Crear planes de mejora y de desarrollo turístico en el municipio.



<p style="text-align: center;"><b>ALCALDIA MUNICIPAL DE CHILTIUPAN, LA LIBERTAD</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>UNIDAD DE TURISMO</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>CARGOS Y PERFILES DE CONTRATACION</b></p>	

**Perfil de contratación**

**Estudios/Título Académico:**

- Licenciatura en Turismo (o afines)

**Conocimientos adicionales:**

- ✓ Planeación estratégica.
- ✓ Marco lógico de proyectos.
- ✓ Alta gerencia.
- ✓ Marco normativo gubernamental.
- ✓ Conocimientos sobre procesos financieros y de ejecución presupuestaria.
- ✓ Conocimiento sobre administración de proyectos.
- ✓ Conocimiento y destreza para manejar programas del Sistema Office: Word, Excel, Project; así como para el manejo de Internet, entre otros, requeridos para la elaboración y presentación de informes y documentos internos y externos propios de su gestión.
- ✓ Dominio del idioma inglés (deseable).

**Condiciones y requisitos personales:**

- ✓ Mayor de 25 años.
- ✓ Conducta ética.

**Habilidades y Aptitudes:**

- Capacidad para liderar y motivar equipos de trabajo.
- Capacidad organizativa y de planificación.
- Capacidad para la toma de decisiones.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Capacidad de análisis y síntesis.

**Experiencia:**

Contar con un mínimo de 1 año de experiencia comprobada en cargos relacionados a turismo preferentemente en el sector público.

**Sueldo:** \$600

## Requerimientos de unidad de turismo

Una vez listados los detalles que tendrá la Unidad de turismo como la persona que estará cargo de velar por cumplir los objetivos de la unidad, es necesaria la definición en detalle de los requerimientos o recursos que serán necesarios para que opere la Unidad de Turismo al llevarse a cabo la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Propuesto al municipio, los requerimientos son los siguientes:

Tabla 247 Requerimientos para la creación de la Unidad de Turismo

Requerimiento	Cantidad
Miembros de la Unidad	1
Silla ejecutiva	1
Computadora portátil	1
Impresora multifuncional	1
Sillas de espera	2
archivero	1
Gastos de representación	-
Resma de papel bond	3/mes
Lapiceros	15/año
Bolsa para basura	6 unidades/mes
Jabón liquido	750ml /mes
Papel higiénico	6 rollos/mes
Basureros	1
Escritorio personal	1

Tabla 248 Especificaciones de requerimiento Unidad de turismo

Nombre	Ilustración	Especificación
Computadoras		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Laptops</li> <li>✓ Marca hp</li> <li>✓ Pantalla 15.6 pulgadas</li> <li>✓ Intel core i5 o i7</li> <li>✓ 1 Tera HDD</li> </ul>
Impresora multifuncional		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Marca Epson</li> <li>✓ Tinta continua</li> <li>✓ Múltiple función imprimir, escanear y copiar.</li> <li>✓ Usb 2.0</li> </ul>

### 3. Proyecto 3: Formación para emprendedores turísticos

#### Objetivo

- Asesorar y acompañar a los emprendedores para la creación e implementación de proyectos de emprendimientos turísticos sostenibles, en el municipio de Chiltiupán, para desarrollar sus potenciales, habilidades y actitudes y puedan operar sus negocios y que sean viables y sostenibles en el tiempo.

#### Conceptos

De acuerdo a la Real Academia Española (RAE)<sup>1</sup> la palabra “emprender” se deriva del latín “in” que significa “en” y “prendere” que significa “coger”, por lo que se define como el acto de “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”.

Por lo que “emprededurismo” se puede definir como el proceso de crear algo nuevo con valor, asumiendo los correspondientes riesgos financieros y sociales, obteniendo recompensas resultantes.

Ser emprendedor es confundido con ser empresario, pero, aunque muchos emprendedores son empresarios, no todos los empresarios son emprendedores. El carácter del emprendedor estriba en que posee una creatividad especial, disfruta empezando desde cero y se siente motivado por hacer cosas nuevas.

La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.

#### Propuesta para formación de emprendedores turísticos

#### MODULO I: I QUÉ NECESITO SABER ANTES DE INICIAR UN EMPRENDIMIENTO VINCULADO AL TURISMO

- Qué es turismo
- Turismo a nivel mundial
- Turismo en El Salvador
- Turismo en el municipio de Chiltiupán
- Turismo como opción para el emprendedor
- Ubicación del turismo en la economía nacional
- ¿Por qué emprender en el país?



Ilustración 194 Turistas conociendo nuevas cosas



El proyecto tiene como finalidad realizar un programa de formación de emprendedores vinculados al turismo, ya que actualmente el municipio de Chiltiupán no posee un programa que apoye a todos aquellos que están dispuestos a emprender.

Se pretende integrar varios temas considerados importantes para la formación de los emprendedores, de manera que ayude a complementar los conocimientos del sector turismo en el municipio y se desarrollen las habilidades necesarias para incrementar sus potencialidades para operar y administrar adecuadamente sus negocios.

La unidad de turismo del municipio deberá gestionar con las instituciones dedicadas a la formación emprendedora, los encargados de realizar dicha formación, entre las principales instituciones se encuentran CONAMYPE, BANDESAL, FISDL a través del programa Emprendimiento Solidario, entre otros.

Es importante que los emprendedores estén capacitados para que puedan brindar un servicio con calidad, amabilidad y respeto al turista debido a que su principal función es promover sitios turísticos, y por ende se generan empleos y aumenta la economía, mediante la constantes visitas de los turistas nacionales y/o extranjeros a las diversas zonas que ofrecen servicios y productos de calidad.

Una vez recibido la formación emprendedora vinculada al turismo, los participantes que poseen una idea clara de en qué área quieren emprender, podrán capacitarse a través del apoyo de diferentes instituciones como pueden ser la Escuela de Capacitación Turística, ESCATUR, el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional INSAFORP, entre otras.

Se presenta un estimado del tiempo requerido para el desarrollo de cada uno de los módulos que comprenden el proyecto.

*Tabla 249. Módulos del proyecto de emprendedurismo*

<b>MODULO</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>DURACIÓN</b>
<b>QUÉ NECESITO SABER ANTES DE INICIAR UN EMPRENDIMIENTO VINCULADO AL TURISMO</b>	Qué es turismo	8 hrs
	Turismo a nivel mundial	
	Turismo en El Salvador	
	Turismo en el municipio de Chiltiupán	
	Turismo como opción para el emprendedor	
	Ubicación del turismo en la economía nacional	
	¿Por qué emprender en el país?	
<b>ESPIRITU EMPRENDEDOR</b>	Cultura emprendedora	12 hrs
	¿Por qué ser un emprendedor?	
	Características de un emprendedor	
	¿Cómo ser un emprendedor exitoso?	
	Cinco pasos para emprender	
	Preguntas clave que un emprendedor debe responder	

	¿Cómo identificar una oportunidad de negocio en turismo? Diagnostico turístico del municipio de Chilitupán	
<b>DE LA IDEA AL MODELO DE NEGOCIO</b>	¿Qué es un modelo de negocio? Modelo de negocio- metodología CANVAS Herramientas de marketing que ayudarán al emprendimiento	20 hrs
<b>EI SERVICIO COMO PRODUCTO TURISTICO</b>	Consideraciones previas para definir la idea de negocio Producto turístico Características del producto turístico Opciones de emprendimiento en turismo pensamiento de diseño ¿Por qué es importante innovar en la empresa turística? Calidad negocio turístico Calidad en la administración turística Calidad en el personal Calidad en servicio al cliente	8 hrs
<b>LOS COSTOS DE UN EMPRENDIMIENTO</b>	Los costos fijos Los costos variables Utilidad de costos fijos y variables Relación entre los costos y la estacionalidad turística	5 hrs

## Requerimientos para formación de emprendedores

Tabla 250. Requerimientos para formación de emprendedores

Recurso	Cantidad
Encargado de logística	1
Local	1
Sillas y mesas	6
Marcadores para pizarra	9
Pizarrón	1
Proyector	1
Resma de papel Bond	3
Tijeras	6
Facilitador	1

Se propone como local designado para impartir la formación emprendedora, La Casa comunal del municipio de Chilitupán, y así se evita el alquiler de local para esta formación.

## **D. PROGRAMA 4: PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DEL MUNICIPIO DE CHILTIUPÁN**

### **Introducción al programa**

Es importante que una vez que se tiene un producto turístico, y que existe un posible mercado para este, es necesario darlo a conocer, ya que nadie puede consumir lo que no conoce, por lo que se vuelve necesario darlo a conocer los atractivos y servicios turísticos al mayor número de personas, utilizando medios adecuados para hacer llegar la información eficaz, de manera que despierte el interés de los turistas, para transformarlo en deseo y éste en una necesidad.

La promoción turística es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica.

Se presenta una guía de lo que se tiene que realizar en el municipio de Chiltiupán en términos de promoción y publicidad para posicionar la imagen del mismo, aumentar el flujo de visitas al municipio tanto en playa como montaña, permitiendo el desarrollo de la economía de los habitantes del municipio.

### **Objetivo del programa**

- Diseñar una propuesta de promoción y publicidad que promuevan estratégicamente el posicionamiento del municipio de Chiltiupán como destino turístico y así lograr el desarrollo del mismo.

#### **1. Proyecto 1: Creación de marca municipio de Chiltiupán**

### **Objetivo**

- Conectar y destacar al municipio entre los turistas con los atractivos que cuenta el municipio de Chiltiupán, para impulsar el desarrollo turístico del este a través de las diferentes actividades turísticas.

### **Conceptos**

#### **Generalidades sobre marca municipio:**

Con el objeto de diferenciarse en el mercado competitivo las empresas u organizaciones diseñan marcas atribuyéndole un conjunto de características que se vinculan al nombre y símbolo que agregan valor, según Philip Kottler marca; *“es un nombre, termino, signo, símbolo, diseño o combinación de estos elementos, que busca identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de sus competidores”*. Aclarando que una marca debe contener las siguientes características: memorable, es decir, fácil de reconocer y recordar, única para competir, y ser diferente a la de la competencia.

La Marca Municipio contiene las mismas cualidades básicas de la mayoría de las marcas se diseñan con el propósito de promover una ciudad en particular, está constituida por características propias como el clima, aspectos antropológicos, culturales, artísticos, folklóricos, gastronómicos, políticos e históricos, para que la marca se vuelva un agrupador de estos

diferentes factores debe de identificarse el pasado y el presente del lugar para lograr personalizar la marca. La adecuada gestión de una Marca Ciudad logra una rápida identificación mundial de los factores que constituyen a la imagen de un país.

Una Marca Ciudad está asociada a un grupo de atributos que percibidos por el público objetivo provocan reacciones positivas o negativas. La marca evoca calidad y garantía, por tanto, tiende a suscitar confianza en lo que representa, de manera que facilita y simplifica el proceso de elección de los consumidores. Construir una marca no significa solo darle un nombre a un bien, es generar una experiencia.

Es importante destacar que una buena gestión de marca exige un esfuerzo en conjunto con la administración pública, privada y la población, que al ser bien administrada genera beneficios para cada uno de estos actores.

Marca desconocida es una marca sin valor, el consumidor preferirá aquellos productos de marcas conocidas que le garanticen seguridad y calidad. La notoriedad se adquiere por la publicidad, apoyada en la calidad de la experiencia, y superando la prueba del tiempo: la imagen de la marca de una ciudad debe permanecer en la mente de los consumidores por un tiempo indefinido, es decir debe ser notoria. Para ello en la comunicación de marca se debe escoger un reducido número de valores para comunicarlos de forma clara y coherente, y que sean atributos diferenciadores que fácilmente se puedan posicionar en la mente de los consumidores.

En la promoción, se emplean varias herramientas. Por ejemplo:

- Un eslogan pegadizo
- Imágenes visuales o símbolos
- Eventos o fiestas tradicionales

### **Factores de Éxito de una Marca**

A continuación, se enlistan algunos factores básicos para que una marca sea exitosa:

- Debe ser corta.
- Fácil de leer y de pronunciar.
- Que se asocie a la ciudad o a alguna de las características de la misma.
- Eufónica.
- Que tenga connotaciones positivas.
- Que se distinga de las marcas competidoras.

### **Identidad de una marca**

Una marca está configurada por los siguientes elementos:

- Nombre o fonotipo: constituido por la parte de la marca que se puede pronunciar. Es la identidad verbal de la marca.
- Logotipo: es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que éste se escribe.
- Isotipo: es la representación gráfica de un objeto, que es un signo- icono.



- Gama cromática o cromatismo: es empleo y distribución de los colores.
- Diseño gráfico o grafismo: son los dibujos, ilustraciones, no pronunciables, que forma parte de la identidad visual de marca.

Según el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio, conocido como los ADPIC's, en su Artículo 22(1), define a las indicaciones geográficas de la manera siguiente: "son las que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico."

La Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos de El Salvador reconoce las Indicaciones Geográficas como: "Todo nombre geográfico, designación, imagen o signo que designa o evoca un bien originario de un país específico, un grupo de países

**MARCA MUNICIPIO:** Concepto extra-jurídico propio del marketing, pero que produce efectos jurídicos. Además, es una herramienta para la promoción de los municipios que tiene como objetivo impulsar el turismo, productos locales, la gastronomía, arte y cultura, etc., a nivel nacional e internacional.

**MARCA PAIS:** es un concepto utilizado en marketing y la comunicación para referirse al valor intangible de la reputación e imagen de marca de un país a través de múltiples aspectos, tales como sus productos, el turismo, la cultura, los deportes, las empresas y los organismos públicos, que determinan los valores que se asocian a ese país.

### **Procedimiento a seguir para solicitar la inscripción de una indicación geográfica**

Al momento de solicitar una indicación geográfica, se puede optar por realizar el trámite, ya sea como una marca colectiva o bien como una marca de certificación.

El procedimiento a seguir para las dos modalidades de marcas mencionadas en el numeral anterior, lo establece la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos en los Títulos III y III-Bis de la citada ley. Se aplica en lo pertinente, las disposiciones del Capítulo II del Título II de la citada Ley.

### **¿Por qué registrar una Marca?**

Toda persona o empresa que quiera proteger y diferenciar sus productos, bienes o servicios de los de otras personas o empresas debe registrar sus marcas por las siguientes razones:

La protección de una marca nace con su registro.

- Si se es dueño de una marca se puede impedir que otros usen una marca igual o semejante y que podría generar confusión.

- Por parte de los consumidores, las marcas ayudan a que éstos familiaricen un producto o servicio con elementos muy importantes como el precio, la calidad, durabilidad, etc.
- Las marcas permiten a los propietarios desarrollar prestigio y reputación en un mercado, pues los consumidores asocian las características del producto con el origen empresarial a través de la marca.
- Es un activo intangible que puede llegar a adquirir un alto valor económico.
- La marca puede incrementar las posibilidades de contrataciones del producto o servicio que generarán muchas ganancias para la persona o empresa propietaria.
- Una marca permite la posibilidad de rentabilizar un producto con bienes o servicios derivados, como las franquicias que se vuelven rentables con el tiempo. Por ejemplo, una empresa puede registrar una marca relacionada con una serie animada, y crear una franquicia millonaria con la venta de juguetes en diferentes materiales como lana, tela, plástico, etc.

## Registro de una marca en El Salvador

### Centro Nacional de Registros (CNR)

Es la institución gubernamental de El Salvador encargada de garantizar los principios de publicidad, legalidad y seguridad jurídica de los registros de propiedad raíz e hipotecas, de comercio, propiedad intelectual, garantías mobiliarias, cartográficas y catastrales.

El CNR a través del Registro de la Propiedad Intelectual (RPI) administra la Propiedad Intelectual en El Salvador (Base legal: Art. 104 LMOSD, Art. 98 y Art. 184 ALPI)

El Registro de Propiedad Intelectual es la autoridad administrativa encargada de llevar el Registro y Depósito de los derechos de Propiedad Intelectual en El Salvador, para brindar seguridad jurídica sobre los mismos, y en algunos casos específicos previstos por la ley, se encarga de supervisar a los usuarios y titulares o administradores de derechos.

### ¿Cómo registrar una marca en el CNR?

*Tabla 251. Pasos de registro de marca*

<b>REGISTRO DE MARCA</b>	
<b>Paso 1</b>	Se debe de realizar una búsqueda de anterioridad para asegurarse que no ha sido inscrita antes por alguien más. Actualmente, la búsqueda de anterioridad tiene un costo de US\$20.00
<b>Paso 2</b>	Si en nuestra búsqueda de anterioridad no existe registro alguno, presentaremos una solicitud de registro cumpliendo los requisitos señalados en el Art. 10 de LMOSD, Anexando 2 copias de la solicitud y 15 facsímiles debidamente cortados en un sobre.

	<p>Dentro de 5 días hábiles podemos consultar al CNR por la solicitud presentada, pudiendo ocurrir tres situaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Denegación: por incurrir en alguna de las prohibiciones de los Arts. 8 y 9 de LMOSD.</li> <li>b) Prevención: el registrador hace observaciones por no cumplir alguno de los requisitos del Art. 10 de LMOSD.</li> <li>c) Aceptación: se inicia el proceso de inscripción.</li> </ul>
<b>Paso 3</b>	<p>Dependiendo de la respuesta en el paso anterior, debemos hacer lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) En caso de denegación: en un plazo de 4 meses debemos contestar la objeción. El Registrador podrá confirmar la denegación o decidir que la denegación no fue procedente y aceptar la solicitud antes negada.</li> <li>b) En caso de prevenciones: en un plazo de 4 meses debemos presentar un escrito enmendando (subsanando) las observaciones realizadas. El Registrador podrá estimar que no han sido corregidas las observaciones y denegar la solicitud o, considerando subsanadas las prevenciones, aceptar la solicitud.</li> <li>c) Aceptada la solicitud: se nos entrega el cartel original, al que sacaremos una copia que publicaremos en un diario de mayor circulación y el original lo publicaremos en el Diario Oficial, ambas por tres veces alternas.</li> </ul>
<b>Paso 4</b>	<p>Pasó 4: Pasado 2 meses de nuestra primera publicación en el Diario Oficial, presentaremos un escrito al CNR en el que incluiremos las primeras publicaciones hechas en el diario de mayor circulación y en el Diario Oficial o copias de dichas publicaciones certificadas por notario. Pueden ocurrir dos escenarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Existir oposición por tercera persona: se suspenderán las diligencias de registro mientras se conoce el incidente de oposición.</li> <li>b) Cumplido con los requisitos de ley, sin haber sido presentada oposición por ninguna persona o haberse resuelto a nuestro favor el incidente de oposición, se nos dará orden de registro, previo pago de los derechos de registro correspondientes.</li> </ul>
<b>Paso 5</b>	<p>Dentro de los 3 meses próximos se tiene que presentar el recibo de los derechos de registro por un valor de US\$100.00. Posteriormente se entrega el auto de inscripción y el certificado de registro original. La marca queda protegida por 10 años y deberá renovarse durante el último año de vigencia.</p>

## Propuesta de marca para el municipio de Chiltiupán

### 3.1 Diseño de marca para el municipio de Chiltiupán



Ilustración 197. Propuesta de Marca Municipio Chiltiupán

### 3.2 Descripción de la propuesta:

- **Sol y olas:** Representa las bellas playas que posee el municipio de Chiltiupán.
- **Montaña:** Muestra que Chiltiupán no únicamente cuenta con playas, sino también con atractivos en la zona de montaña y la variación de clima que se tiene.
- **Fresa: “Chiltiupán tierra de misterios”** Eslogan de la marca, con el cual se quiere atraer al turista, haciendo referencia a las diferentes historias y leyendas que cada uno de los atractivos posee.



*Chiltiupán*

TIERRA DE MISTERIOS



# CONTENIDO

---

INTRODUCCIÓN.....	1
OBJETIVOS DE LA MARCA.....	2
COMPONENTES DEL LOGO .....	3
REQUISITOS DE TAMAÑO .....	4
RESTRICCIONES .....	5
TIPOGRAFÍA DEL LOGO .....	6
DESGLOSE DE COLORES .....	7
RESTRICCIONES DE FONDO.....	8



# INTRODUCCIÓN

---

El presente manual ha sido creado con el fin de establecer la correcta utilización de los elementos gráficos que conformarán la imagen turística del municipio de Chiltiupán.

Una imagen turística proyectará la diversidad de atractivos que posee el municipio de Chiltiupán, por lo que el manual de uso de marca se vuelve indispensable para la utilización de los elementos de la misma, abarcando la utilización de los elementos gráficos tanto para medios online como impresos



# OBJETIVOS DE LA MARCA

---

Objetivos de marca: crear una marca municipio para Chiltiupán, pretende atraer a turistas con la variedad de atractivos que posee el municipio, tanto en la zona de playa como de montaña.

Eslogan de la marca: “Tierra de Misterios” esta frase hace énfasis en las diferentes historias y leyendas pertenecientes al municipio de Chiltiupán.



# COMPONENTES DEL LOGO

IMAGEN



*Chiltiupsán*

TIERRA DE MISTERIOS

TIPOGRAFÍA

SLOGAN



# TIPOGRAFÍA DEL LOGO



*Chiltiupsán*

TIERRA DE MISTERIOS

**Playlist Script**



**Merriweather**



# DESGLOSE DE COLORES



HEX: "FE5F01"  
RGB: R 254 G 95 B 1



HEX: "F8C239"  
RGB: R 248 G 194 B 57



HEX: "#233852"  
RGB: R 35 G 56 B 82



HEX: "#317E2B"  
RGB: R 49 G 126 B 43



HEX: "#2588D8"  
RGB: R 37 G 136 B 216



HEX: "#050505"  
RGB: R 5 G 5 B 5

# RESTRICCIONES DE FONDO



Logo full color:

Se utilizará solamente con fondos blancos

No deberá ser utilizado sobre fondo de color o fotografía

## Requerimientos para la marca municipio

Tabla 252. Requerimientos para la marca municipio

Recurso	Cantidad
Manual de Marca	1
Encargado de Unidad de Turismo	1
Registro de marca	1
Equipo de marketing	1

## 2. Proyecto 2: Promoción del municipio de Chilitupán

### Objetivos

- Desarrollar una propuesta para el proceso publicitario, promoción de ventas, promoción turística y estrategias de posicionamiento a nivel nacional e internacional del Municipio de Chilitupán como un destino turístico.

### Conceptos

La promoción es una herramienta del marketing que busca interferir en el comportamiento y las actitudes de las personas a favor del producto o servicio ofrecido por una empresa.

Por lo tanto, la promoción sirve para dar fuerza a un producto o servicio, hacerlo conocido, convincente e inolvidable.

### Principales herramientas de promoción en el marketing

Para alcanzar los objetivos específicos de informar, persuadir y recordar, la promoción tiene sus propias herramientas estratégicas, entre las cuales se encuentran:

1. **Publicidad:** se refiere a cualquier forma de presentación y promoción de ideas, bienes o servicios. A través de la publicidad se puede informar, dar a conocer, persuadir o estimular el consumo de un producto o servicio.
2. **Promoción de ventas:** hace referencia al conjunto de técnicas, inventivos o actividades para estimular la afluencia de público y maximizar la compra o venta de un producto o servicio.

Existen numerosas herramientas utilizadas en la promoción de ventas, entre estas están:

- **Muestras:** Entrega gratuita y limitada de un producto o servicio para su prueba.
- **Cupones:** Vales certificados que pueden ser utilizados para pagar parte del precio del producto o servicio.
- **Rebolsos:** oferta de devolución de parte del dinero pagado por el producto o servicio.
- **Precio de paquete:** Rebaja de precios marcada directamente en el envase o etiqueta.
- **Premios:** Bienes gratuitos o a precio reducido que se agregan al producto o servicio base.

- **Regalos publicitarios:** Artículos útiles con la marca o logo del anunciante que se entregan gratuitamente a sus clientes, prospectos o público en general.
  - **Premios a la fidelidad:** Premio en dinero, especie o condiciones por el uso habitual de los productos o servicios de una compañía
  - **Descuentos:** Reducción del precio de un producto o servicio, válido por un tiempo.
  - **Eventos:** Ferias y Convenciones para promocionar y mostrar productos y servicios.
  - **Concursos de venta:** concursos entre vendedores o entre miembros del canal.
  - **Asociación de producto:** regalar una muestra o un obsequio al cliente que aliente la venta y compra.
3. Relaciones públicas: Las relaciones públicas son importantes para la imagen de tu empresa. Ellas son un conjunto de actitudes cuya finalidad es crear y mantener una buena imagen de tu producto o servicio ante el público.

## Propuestas de promoción para el municipio

### 3.1 Creación de Fan page

En los últimos años, las redes sociales se han convertido en un fenómeno mundial. Hoy en existe un amplio abanico de redes sociales, pero Facebook, Twitter e Instagram a día de hoy siguen siendo las más influyentes por lo que son las que mejor funcionarán para construir una buena relación con los turistas.

El internet en el sector turismo no solo ha transformado la forma de mostrar a los turistas los diferentes destinos turísticos, sino que contribuye a manera en que se realiza el trabajo, siendo el sector turismo uno de los que han notado el impacto de internet, ya que los turistas han pasado de reservar sus vacaciones o viajes a través de agencias o tour operadores a planificar de manera independiente.

Las redes sociales también pueden utilizarse como un servicio directo de atención al cliente a través del cual los usuarios hacen preguntas o dan su opinión sobre productos o servicios, permitiendo responder de forma directa.

Una Fan page es una herramienta de marketing de Facebook, destinada a organizaciones, empresas, o emprendedores que permite interactuar de manera directa con los seguidores, creando una comunidad directa con el mercado meta, por lo que para crear dicha comunidad en redes se deberá de compartir contenido de valor, que sea interesante al público y de esta manera captar su atención.





















Una fan pega sirve para dar a conocer una marca, negocio, entre otros y conectar con personas que estén interesados en ello, pero existen otras utilidades como lo son:

- **Cientes potenciales:** a través de la página de Facebook se puede llegar a diferentes segmentos, pero estos deberán ser identificados correctamente según el tipo de producto o servicio que se ofrece.
- **Fortalecimiento de relaciones:** si bien se cuenta con un cliente, no es garantía de que este continúe siendo, por lo que atrás de la página se podrá cultivar dicha relación, compartiendo novedades, eventos, entre otros.

- **Hacer más visible la marca:** una página en Facebook, permite darse a conocer con el mercado objetivo, pero esto deberá realizarse a través de pautas publicitarias las cuales no son gratis, pero es una forma efectiva de atraer clientes potenciales y para promocionar el contenido.

Por ello se propone la creación de una página en Facebook relacionada al turismo del municipio de Chiltiupán, a la cual una vez creada se le deberá dar mantenimiento, es decir compartir constantemente contenido turístico del municipio, para la creación de dicha página se deberá considerar:

Tabla 253. Consideraciones para página de Facebook

<b>Nombre de la página</b>	Chiltiupán , La Ciudad de Dios												
<b>Foto de perfil</b>													
<b>Foto de portada</b>	<p>La foto de portada deberá ser una foto representativa del municipio de Chiltiupán</p> 												
<b>Publicaciones</b>	<p>Cada una de las publicaciones deberá contener la misma línea gráfica. Colores sugeridos:</p> <table data-bbox="548 1522 1266 1759"> <tr> <td></td> <td>HEX: "#FE5F01" RGB: R 254 G 95 B 1</td> <td></td> <td>HEX: "#317E2B" RGB: R 49 G 126 B 43</td> </tr> <tr> <td></td> <td>HEX: "#F8C239" RGB: R 248 G 194 B 57</td> <td></td> <td>HEX: "#2588D8" RGB: R 37 G 136 B 216</td> </tr> <tr> <td></td> <td>HEX: "#233852" RGB: R 35 G 56 B 82</td> <td></td> <td>HEX: "#050505" RGB: R 5 G 5 B 5</td> </tr> </table>		HEX: "#FE5F01" RGB: R 254 G 95 B 1		HEX: "#317E2B" RGB: R 49 G 126 B 43		HEX: "#F8C239" RGB: R 248 G 194 B 57		HEX: "#2588D8" RGB: R 37 G 136 B 216		HEX: "#233852" RGB: R 35 G 56 B 82		HEX: "#050505" RGB: R 5 G 5 B 5
	HEX: "#FE5F01" RGB: R 254 G 95 B 1		HEX: "#317E2B" RGB: R 49 G 126 B 43										
	HEX: "#F8C239" RGB: R 248 G 194 B 57		HEX: "#2588D8" RGB: R 37 G 136 B 216										
	HEX: "#233852" RGB: R 35 G 56 B 82		HEX: "#050505" RGB: R 5 G 5 B 5										



*Ilustración 198. Página de Facebook*

### 3.2 Promocionales de Marca Municipio de Chiltupán



*Ilustración 199. Taza con la marca del municipio*



*Ilustración 202. Camisa con la marca del municipio*



*Ilustración 201. Pin con la marca del municipio*



*Ilustración 200. Bolsa con la marca del municipio*



### 3.3 Brochure

EL Brochure es una tarjeta de presentación extendida, la cual permite ofrecer información sobre productos o servicios que se ofrecen.



*Ilustración 203. Brochures con la marca del municipio*

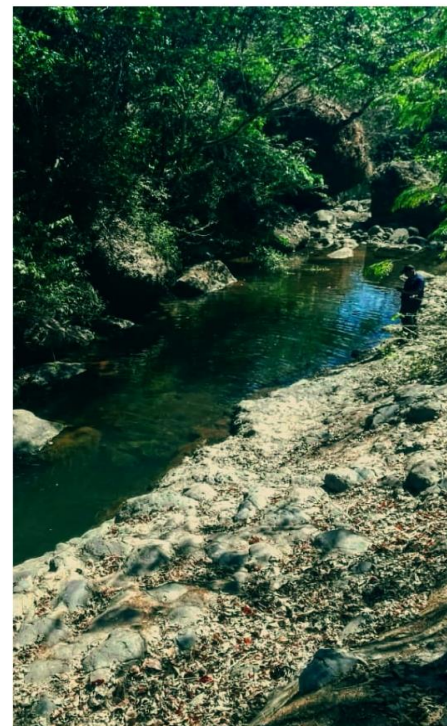
## EXTRACCIÓN DE BALSAMO



## FESTIVAL DEL MAIZ



## POZA EL LETRERO



# CHILTIUPÁN TIERRA DE MISTERIOS

*Ilustración 204. Brochures con la representación de los atractivos*

## Utilización de un Kiosko Turista

Uno de los factores que se concluyeron en el estudio del mercado consumidor es la señalización, pues bien esto no es suficiente en muchas ocasiones es por ello que se propone hacer uso de un Kiosko de índole turística el cual tendrá entre sus principales funciones las de Orientar a turistas que requieran ayuda en la ubicación de direcciones, brindar información relacionada al turismo a las personas que lo requieran y promocionar los diferentes circuitos turísticos que se puede encontrar en el municipio. La ubicación de este kiosko deberá ser sobre la entrada ubicada en el litoral, donde se encuentra el municipio de Chilitiupán. La imagen del kiosko deberá respetar lo expuesto en el apartado de infraestructura turística y será como se muestra:



Ilustración 205 Kiosko Turista

## Requerimientos para la promoción del municipio

Tabla 254. Requerimientos para la promoción del municipio

Recurso	Cantidad	Recurso	Cantidad
Brochure	1000/3 meses	Dispensador de agua	1
Tazas	50/3 meses	Impresora multiuso	1
Camisetas	75/3 meses	Teléfono celular	1
Bolsa de manta	75/3 meses	Sillas plásticas	3
Pin	100/3 meses	Escoba	2
Computadora	1	Basurero	1
Escritorio	1	Trapeador	1
Encargado	1	Garrafón de agua	2/mes
Silla ejecutiva	1		

### 3. Proyecto 3: Organización y participación de ferias y eventos

#### Objetivos

- Describir cómo se llevarán a cabo los esfuerzos de publicidad de los servicios y atractivos turísticos del municipio en diferentes medios.

#### Conceptos

##### Ferias turísticas:

Las ferias turísticas o ruedas de negocios, son un componente promocional que tienen fines de negocios, alianzas, investigación, mediáticos, tecnológicos y profesionales.

Una feria permite conocer la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) a nivel local, regional e internacional. Una de las formas más directas e inmediatas de ingresar en un nuevo mercado (por nicho o territorio), es participando en Ferias Turísticas. Estos eventos son ocasiones únicas que congregan, en un mismo tiempo y lugar, la oferta de uno o varios sectores determinados. También cabe destacar que se han convertido en los últimos años en un instrumento muy eficaz debido a que proporciona más beneficios y determina más rápidos resultados que cualquier otro instrumento de promoción.

##### Viajes de familiarización:

**Los viajes de familiarización son viajes que se ofrecen a agencias, operadores turísticos o entidades del sector para que puedan conocer de primera mano la experiencia y sirva de promoción en el futuro en base a sus opiniones y experiencias vividas.**

Estos viajes de familiarización permiten dar a conocer experiencias que forman parte de una oferta turística. El objetivo es que los profesionales vean de una manera directa lugares concretos que después van a ser destinos de vacaciones, entre los viajes de familiarización se encuentran:

- Los que se ofrecen a los profesionales del sector público: El objetivo es que conozcas las zonas que van a ofrecer después como paquetes de viaje, y sacar el máximo partido de todo ello.
- Los que se dan a medios de comunicación: El objetivo en este caso es que se dé una mayor notoriedad, promoción a los sitios a los que se invitan por cortesía para generar una opinión positiva en la audiencia y haya un retorno eficaz de la gente interesada en visitar esos puntos de viaje.

#### Propuesta de organización y participación de ferias y eventos

##### Estrategias dirigidas a medios externos:

Aun cuando la publicidad en redes sociales y medios impresos tienen un gran impacto en los turistas, se debe considerar promocionar el municipio en medios diferentes a los convencionales, permitiendo alcanzar a clientes potenciales, por lo que se pretende promocionar al municipio en ferias turísticas y viajes de familiarización:

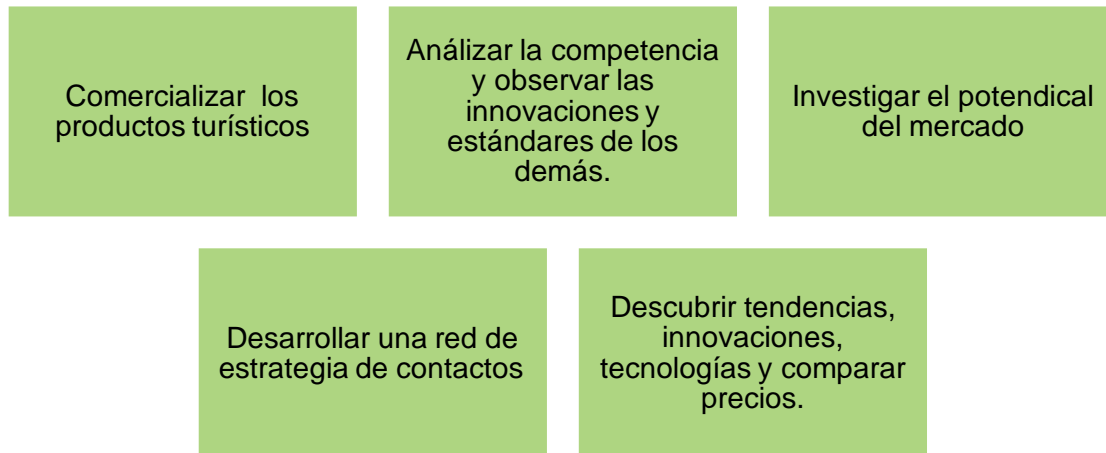
- Ferias turísticas:

Estas ferias permiten tener contacto directo con la demanda, y es el medio indicado para dar a conocer productos o servicios turísticos. La unidad de turismo será la encargada de gestionar



con MITUR, MINEC, MAG, y otros espacios para poder participar en ferias programadas por ellos.

Lo que se debe realizar en una feria turística es:



*Esquema 12. Realización de una feria turística*

### **Preparación para feria turística:**

- **Evaluar donde se participará**

Seleccionar la feria en base a el objetivo que se pretende alcanzar, ya sea posicionamiento de marca o venta de producto, al igual que se debe analizar la relación beneficio costo de la misma.

- **Definir mercado según producto turístico que se oferte**

Al participar en una feria turística se debe tener en cuenta el tipo de cliente con el que se desea crear alianzas, entre los que se encuentran:

- Operadores y/o mayoristas de turismo
- Agencias de viajes
- Empresas relacionadas con turismo
- Proveedores de servicios turísticos
- Consumidores directos

- **Selección de la feria**

Considerando las características de los productos a ofertar se procede a elegir la feria indicada, existen ferias que permiten exhibir todo tipo de productos, mientras que las especializadas centran su atención en un sector, permitiendo que se logren los objetivos que mayor rapidez y eficiencia.

### **Preguntas para elegir una feria:**

- ¿Se trata de un mercado potencialmente importante, para nuestros productos/servicios?
- ¿Satisface nuestros productos/servicios las exigencias del mercado?
- ¿Contamos con la oferta adecuada, para atender la posible demanda de manera constante?

- ¿Cuáles serán nuestros objetivos en la feria?

### Presupuesto para feria

Se deberá realizar un presupuesto de gastos a realizar, sin omitir actividades, esto permitirá posteriormente analizar los resultados económicos y garantiza la buena imagen de los productos/ servicios que se ofrecen. Entre los gastos a considerar se encuentran:

- Alquileres de espacio
- Transporte de elementos de decoración y material promocional
- Decoración del stand
- Servicios extra
- Folletería, afiches, mapas, etc.
- Gastos del personal de atención.

La unidad de turismo debe garantizar al menos la participación de 3 ferias en el año donde estas pueden ser 2 de carácter nacional y 1 de carácter local donde esto se debe realizar todos los años.

- Viajes de familiarización

Los viajes de familiarización son viajes que se ofrecen a agencias, operadores turísticos o entidades del sector para que puedan conocer de primera mano la experiencia y sirva de promoción en el futuro en base a sus opiniones y experiencias vividas.

Estos viajes de familiarización permiten dar a conocer experiencias que forman parte de una oferta turística. El objetivo es que los profesionales vean de una manera directa lugares concretos que después van a ser destinos de vacaciones, entre los viajes de familiarización se encuentran:

- Los que se ofrecen a los profesionales del sector público: El objetivo es que conozcas las zonas que van a ofrecer después como paquetes de viaje, y sacar el máximo partido de todo ello.
- Los que se dan a medios de comunicación: El objetivo en este caso es que se dé una mayor notoriedad, promoción a los sitios a los que se invitan por cortesía para generar una opinión positiva en la audiencia y haya un retorno eficaz de la gente interesada en visitar esos puntos de viaje.

El realizar viajes de familiarización se debe considerar:

- **Conocer a los asistentes:** Es importante tener una lista de todos aquellos que van a participar en el viaje, ya que esta es la mejor manera de saber que ofrecerles, basado en sus intereses y en función de ello organizar el viaje.
- **Ofrecer calidad y profesionalidad:** En algunos viajes se paga una parte, y en otros se realizan de manera gratuita. Sea cual fuere la situación, hay que tener en cuenta que la experiencia debe ser positiva, y cuidar al máximo cada detalle como si fuera para cualquier otro turista.
- **Enviar una copia por adelantado del programa del viaje:** Es un detalle efectivo y eficaz. Preocuparse por enviar este tipo de documentación es algo que se debe cuidar para que los asistentes tengan en todo momento el mayor conocimiento de los lugares que van a visitar.

- **Escoger fechas adecuadas:** En este caso hay que tener en cuenta si es temporada alta, por ejemplo. Eso puede ser una dificultad para encontrar alojamientos, ofrecer una visión completa del lugar por la gran cantidad de turistas, y eso puede crear un impacto negativo en los invitados. Será necesario valorar las fechas en las que se pueda sacar un máximo rendimiento a los viajes de familiarización.
- **Preguntar, y estar en contacto con los invitados:** Aparte de ser un síntoma de profesionalidad, y atención, eso ayudará a saber las quejas, comentarios y opiniones que se podrán utilizar posteriormente para mejorar, y subsanar detalles durante el viaje.

## Requerimientos para la organización y participación de ferias y eventos

*Tabla 255. Requerimientos para la organización y participación de ferias y eventos*

Recurso	Cantidad
Stand	1
Guía turístico	1
Encargado de logística	1
Motorista para viaje de familiarización	1
Unidad de transporte para viaje	1
Botellas con agua	20
Refrigerios	20

#### 4. Proyecto 4: Gestión de alianzas comerciales

##### Objetivo

- Integrar a los que forman parte del sector turismo en el municipio de Chilitupán, promoviendo proyectos de promoción turística que difundan los principales atractivos del municipio, mostrar propuestas turísticas competitivas a través de los diferentes circuitos, entre otro.

##### Conceptos

Una alianza comercial es una forma de colaboración interempresarial que sirve como herramienta para la obtención de recursos complementarios que ayuden a la supervivencia de la empresa en el mercado. De esta forma, gracias a la colaboración entre empresas se crean sinergias en común que provocan el desarrollo de ventajas competitivas e innovaciones que se traducen en la obtención de mejores resultados económicos.

Se puede decir que las estrategias son: El conjunto de procesos que incluyen una serie de actividades con la finalidad de que éstas ayuden a alcanzar los principales objetivos planteados por la organización.

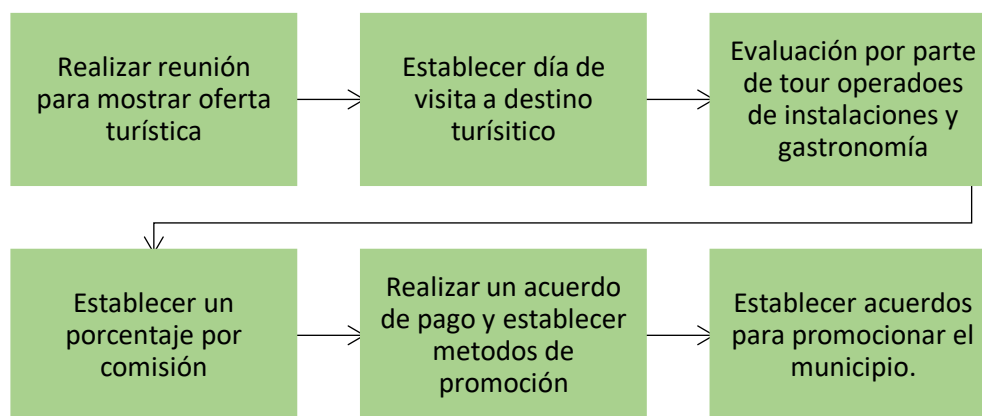
##### Propuesta de alianzas comerciales

- Alianzas con tour operadores

Actualmente las tours operadoras desarrollan un papel muy importante en el sector turismo, ya que estos son un intermediario entre el consumidor y la empresa que brinda el producto o servicio turístico, por lo que es importante considerarlos dentro de las estrategias para atraer a posibles clientes al Municipio de Chilitupán

Para la selección de las Tour operadoras más convenientes para el tipo de productos turístico que se oferta en el municipio se deberá seguir el siguiente procedimiento

##### Procedimiento para establecer alianzas con tour operadores:



Esquema 13. Procedimiento para alianzas con tour operadores



## Estrategias con los Tour Operadores

- Establecer el acercamiento con diferentes tours operadores del Área Metropolitana de San Salvador, para conocer los requisitos de cada uno para generar alianzas con un destino turístico.
- Otorgar paquetes especiales a los tours operadores, especialmente en periodos de temporada baja, para poder ofertar entre sus clientes.

Los paquetes principales son los circuitos presentados en el Programa de Diseño de producto turístico para su comercialización, dado que el turismo presenta una demanda estacionaria es importante ofertar paquetes específicos para temporada baja, este paquete incluye transporte interno, guía turístico, y entrada a lugares de cobro, entre los paquetes a ofertar se encuentran:

*Tabla 256. Paquete 1 de comercialización para temporada baja*

<b>Paquete N° 1: Paseo entre bálsamo</b>	
<b>Código</b>	PACH01
<b>Modalidad</b>	Aventura
<b>Mercado objetivo</b>	Jóvenes
<b>Tiempo de duración</b>	1 días
<b>N° de participantes</b>	15
<b>Precio</b>	\$10.00
<b>Grado de dificultad</b>	Medio
<b>Atractivos</b>	Poza Tres Chorros Cascada Santa Elena Extracción de bálsamo

*Tabla 257. Paquete 2 de comercialización para temporada baja*

<b>Paquete N° 2: Orígenes de Chiltiupán</b>	
<b>Código</b>	PACH02
<b>Modalidad</b>	Cultural
<b>Mercado objetivo</b>	Familiar
<b>Tiempo de duración</b>	1 días
<b>N° de participantes</b>	20
<b>Precio</b>	\$10.00
<b>Grado de dificultad</b>	Bajo
<b>Atractivos</b>	Parroquia Santo Domingo Museo Municipal Poza El Letrero

Tabla 258. Paquete 3 de comercialización para temporada baja

<b>Paquete N° 3: La Siberia de Chiltiupán</b>	
<b>Código</b>	PACH03
<b>Modalidad</b>	Aventura
<b>Mercado objetivo</b>	Jóvenes
<b>Tiempo de duración</b>	1 días
<b>N° de participantes</b>	15
<b>Precio</b>	\$10.00
<b>Grado de dificultad</b>	Medio
<b>Atractivos</b>	Cascada Las Golondrinas Cueva de los Ladrones Poza Tres Chorros

- Para la venta de los paquetes se requiere un mínimo de 15 turistas.
- Establecer metas, es decir cantidad de turistas mínimo que debe movilizar el tour operador al municipio de Chiltiupán para poder recibir un porcentaje mayor de comisión.

#### Requerimientos de alianzas comerciales

Se presentan los requerimientos para la realización de actividades por paquetes

Tabla 259. Requerimiento de RRHH por recorrido

	<b>PACH01</b>	<b>PACH02</b>	<b>PACH03</b>
<b>Guía turístico</b>	1	1	1
<b>Motorista</b>	1	1	1
<b>Agentes POLITUR</b>	2	2	2

Fuente: elaboración propia

Tabla 260. Insumos por turista

<b>Insumos</b>	<b>Cant.</b>
Brochure	1
Botella de agua	1
Facturas	1
Desayuno	1
Almuerzo	1

Fuente: elaboración propia

Tabla 261. Insumos por recorrido

<b>Insumos</b>	<b>Cant.</b>
Listado de turistas	1
Jabón líquido (litro)	3
Bolsas para basura	3
Papel higiénico	2
Botiquín	1
Pick Up	1

Fuente: elaboración propia

## **E. PROGRAMA 5: GESTIÓN DE COOPERACIÓN**

### **Introducción al programa**

En este programa se establecen las principales herramientas para la gestión de recursos financieros, las fuentes de financiamiento, las capacitaciones a los guías y la seguridad. La función de la gestión de financiamiento es proporcionar que instituciones pueden apoyar el plan de desarrollo turísticos, la capacitación a los guías nos brindara el fortalecimiento de las habilidades, actitudes y conductas de las personas encargadas de la prestación de servicios turísticos para el municipio de Chilitupán y por último el de seguridad porque le dan un valor agregado a la calidad turística, por lo cual es importante que el CDT en conjunto de la municipalidad gestione la cooperación en el rubro de seguridad con la policía de turismo (POLITUR), ya que es la institución pública especializada en seguridad turística. Por lo que el programa de cooperación en seguridad turística está enfocado en establecer las acciones necesarias para contar con los elementos necesarios para que acompañen las visitas a los turistas en los recorridos.

### **Objetivos del programa**

- Conocer las instituciones que nos brindaran recursos financieros para la implementación del plan.
- Brindar una correcta capacitación a los guías turísticos para que estos puedan brindar un servicio de calidad a los turistas.
- Establecer una comunicación con POLITUR para que nos brinde apoyo para el servicio de seguridad a los visitantes durante su visita en el municipio de Chilitupán.

### **1. Proyecto 1: Financiamiento**

#### **Objetivos**

- Determinar aquellas instituciones que podrían brindar apoyo para implementar el Plan de desarrollo turístico del municipio de Chilitupán.

#### **Conceptos**

Toda transferencia concedida para la financiación de actividades orientadas al desarrollo del país receptor que se canaliza bajo la forma de recursos financieros, es decir, créditos o donaciones, o de contenidos reales, como la venta o donación de mercancías y servicios, transferidos desde los países donantes a los beneficiarios.

Dentro de la cooperación al desarrollo se suelen distinguir cuatro grandes grupos según su contenido: cooperación financiera, cooperación técnica, ayuda alimentaria y ayuda humanitaria (ver acción humanitaria: concepto y evolución). La cooperación financiera, también denominada cooperación económico-financiera, es aquella modalidad cuyo contenido persigue objetivos amplios de desarrollo económico de los países receptores por medio de inversiones o transferencias, que abarca por exclusión aquellas formas de cooperación que no responden a las características más precisas de las restantes modalidades.

## Propuestas de gestión de financiamiento

Tabla 262. Instituciones para brindar apoyo de financiamiento

INSTITUCIÓN	FONDO/ PROGRAMA/ PROYECTO	APOYO MIPYMES	APOYO A MUNICIPALIDAD
<b>FINANCIAMIENTO INTERNO</b>			
ISDEM	FODES		La municipalidad deberá asignar un porcentaje del FODES para financiar proyectos y actividades que beneficien el sector turismo en el municipio.
<b>FINANCIAMIENTO EXTERNO</b>			
MITUR	Foro de cooperación y Oportunidades de financiamiento para el Desarrollo del Turismo sostenible	El Foro de cooperación y oportunidades para el financiamiento para el desarrollo del turismo sostenible está dirigido a MIPYMES turísticas, por lo que la Unidad de turismo debe a través de MITUR gestionar la participación en dicho foro, para que puedan obtener formación como información y oportunidades de financiamiento a través de los diferentes cooperantes del país.	
BANDESAL	Fondo salvadoreño de garantía		La municipalidad podrá impulsar el desarrollo, la competitividad y el mejoramiento de la calidad de los servicios ofrecidos en el sector turismo
BANCO HIPOTECARIO	Crédito "Surf City", para potenciar el turismo en la zona costera	El crédito está a disposición de micro y pequeños empresarios ubicados en la zona costera, especialmente para negocios	

		dedicados a ofrecer servicios de hoteles, limpieza, transporte turístico, restaurantes, agencias de tours, entre otros.	
FISDL	<b>Proyecto de Desarrollo Económico Local Resiliente</b>		El Proyecto está enfocado en financiamiento de infraestructura municipal resiliente para promover el desarrollo local, promover inversiones de desarrollo económico a escala regional, apoyar esfuerzos locales y nacionales para fortalecer la capacidad institucional, apoyará la respuesta y/o recuperación en caso de desastres, entre otros.
	<b>Programa de emprendimiento solidario (PES)</b>	Es un programa enfocado en un proceso de capacitación y formación de emprendedores, para el fortaleciendo de los negocios a través de equipamiento de los negocios productivos para la generación de ingresos permanentes a través de la producción de bienes y servicios.	
CONAMYPE	<b>Programa Nacional de Emprendimiento “Juventud Emprende”</b>	El programa consiste en la formación de jóvenes para la co-creación de ideas de negocio, acompañando desde la creación de la empresa hasta la gestión e financiamiento	

### Requerimientos de recursos para el proyecto de gestión de financiamiento

Tabla 263. Requerimiento para la gestión de financiamiento

Recurso	Cantidad
Personal encargado	1
Computadora	1
Unidad de transporte	1
Teléfono	1

## 2. Proyecto 2: Capacitación turística

### Objetivos

- Diseñar una propuesta que permita desarrollar a través de la capacitación, el fortalecimiento de las habilidades, actitudes y conductas de las personas encargadas de la prestación de servicios turísticos de los diferentes circuitos turísticos de Chilitupán.
- Formar guías turísticos originarios del municipio para la práctica de los tipos de turismo que se pueden practicar en la zona.
- Diseñar una metodología de selección de participantes para la formación de guías turísticos.

### Conceptos

La Real Academia de la Lengua Española define Capacitar como hacer a alguien apto, habilitarlo para algo.

Otra definición menciona a la capacitación como el conjunto de medios que se organizan de acuerdo a un plan, para lograr que un individuo o grupo adquiera destrezas, valores o conocimientos teóricos, que le permitan realizar ciertas tareas o desempeñarse en algún ámbito específico, con mayor eficacia. Gallardo (2014)

### Propuesta: Capacitación de guías Turísticos de Chilitupán

La propuesta de capacitación de guías turísticos, se enfoca en la gestión del turismo y el desarrollo de conocimientos, destrezas y actitudes para el manejo de turistas, permitiendo la creación de líderes comunitarios, la propuesta espera formar personas comprometidas con el desarrollo turístico de la zona, quienes muestren orgullosamente su legado a los visitantes y que, mediante proyectos de desarrollo turístico, puedan ayudar al desarrollo local.

#### a) Público Objetivo

Las capacitaciones estarán dirigidas a personas de 18 a 35 años de edad, que sean originarias del municipio, que hayan participado en el proceso de selección además de mostrar un interés en participar en la formación de grupos de guías turísticos.

Se seleccionará un grupo de 15 personas, para determinar quiénes formaran parte del proceso de selección.

#### b) Facilitadores

Los facilitadores tendrán las siguientes tareas:

- La planificación de temas y contenidos
- La facilitación de los talleres
- Evaluación de cada uno de los participantes

Preferentemente que sean profesionales de turismo, gestión de recursos humanos, administración de empresas, pero deberán estar capacitados en el manejo de grupos.

### c) Metodología de la capacitación

Para el desarrollo de las capacitaciones se propone basarse en el Método SARAR, el cual es un método participativo de educación de adultos, que se conoce a veces como “basado en la persona que aprende”

A diferencia de los métodos de enseñanza tradicionales, en que se hacía hincapié en la transferencia de conocimientos, mensajes o contenidos preseleccionados por especialistas externos, la capacitación con el método SARAR se concentra más en el desarrollo de la capacidad humana para evaluar, elegir, planificar, crear, organizar y tomar iniciativas. Estos conocimientos pueden luego transferirse a otros aspectos de la vida de la persona y de la comunidad. Estos objetivos se presentan en las siguientes cinco características del enfoque SARAR (Srinivasan, 1993).

### d) Proceso de capacitación de guías turísticos

El proceso de capacitación de guías turísticos se desglosará y ejecutará en dos etapas las cuales se describen a continuación:

#### Etapas I

En la primera etapa los facilitadores tendrán como objetivo la Formación del guía turístico como un promotor local, haciendo énfasis en las temáticas impartidas sobre la importancia de las características del municipio.

#### Temáticas de la etapa I

Tabla 264. Temáticas a impartir para capacitación de guías turísticos ET1

Temas	Contenidos	Duración (Horas)
¿Quiénes somos?	Mi comunidad <ul style="list-style-type: none"><li>• Historia</li><li>• Población</li><li>• Flora y fauna</li></ul> Liderazgo y autoestima	12
¿Qué es el turismo sostenible?	Fundamentos del turismo <ul style="list-style-type: none"><li>• Turismo como actividad económica</li><li>• Sistema turístico</li><li>• Tipos de turismo</li></ul> Impactos del turismo <ul style="list-style-type: none"><li>• Socio culturales</li><li>• En la economía local</li><li>• Ambientales</li></ul> Turismo sostenible y buenas prácticas en turismo Calidad del servicio turístico <ul style="list-style-type: none"><li>• Normas de calidad turísticas</li></ul> El guía turístico <ul style="list-style-type: none"><li>• Importancia del guía turístico</li></ul>	40

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tipos y funciones de los guías turísticos</li> </ul> Técnicas para guías turísticos <ul style="list-style-type: none"> <li>Conducción de grupos</li> </ul>	
¿Cómo ayudara a Chilitupán con lo aprendido?	Proyectos turísticos <ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de diagnósticos municipales</li> <li>Planificación del turismo interno del municipio</li> </ul>	12

## Etapa II

En la segunda etapa de la capacitación los facilitadores tendrán como objetivo la Formación del guía turístico en dos rubros de los cuales el municipio de Chilitupán tiene la capacidad de explotar como lo es el turismo de montaña y el turismo cultural. Profundizando sobre el tema ¿Quiénes somos?

### Temáticas de la etapa II

*Tabla 265. Temáticas a impartir para capacitación de guías turísticos ET2*

Temas	Contenidos	Duración (Horas)
Guía de turismo de montaña	Conocimientos básicos sobre la conservación ambiental Flora y fauna característica de la zona	16
Guía de turismo cultural	Aspectos socio económicos del municipio Historia de Chilitupán Valoración y protección de los bienes culturales	16

Esta etapa se culminará con un recorrido por los diferentes atractivos del municipio, y así los participantes puedan dar opiniones de mejora de cada uno de ellos.

#### e) Duración de la formación

La capacitación de guías turísticos de Chilitupán tendrá una duración de un mes, en sesiones de 4 horas diarias; con un horario de lunes a viernes de 8:00 am a 12:00 pm.

#### f) Proceso de capacitación

La capacitación deberá contemplar aspectos como; el desarrollo humano, métodos creativos, práctica y teoría, se proponen las siguientes actividades para la capacitación:

- Clases presenciales:** Tendrán como finalidad promover la interacción de los participantes y fortalecer la capacidad de análisis, discusión de los distintos temas a desarrollar. Permitiendo el trabajo en equipo para apreciar mejor las habilidades de cada uno de los participantes; las clases presenciales promoverán la investigación, análisis y creatividad, a partir de tareas dirigidas a las temáticas expuestas.



- **Talleres participativos:** Los talleres permitirán reforzar lo aprendido en las clases presenciales, además de proporcionar nuevos conocimientos en los participantes, promoviendo el trabajo en equipo.

#### **g) Proceso de selección de participantes**

A pesar que pueda existir una disposición de participar en las capacitaciones de guías turísticos es necesario, seleccionar a los participantes a través de una metodología de selección, cumpliendo una serie de requisitos básicos para que la capacitación tenga éxito.

#### **h) Metodología de selección**

**Convocatoria:** La municipalidad deberá informar a la población a través de sus medios oficiales, invitando a los jóvenes de Chiltiupán, además se deberán colocar afiches en lugares estratégicos para que todos se informen de la capacitación, estos lugares pueden ser: Las iglesias, canchas municipales, Instituciones educativas, alcaldía municipal, el parque municipal.

**Requisitos básicos:** Se evaluarán los siguientes requisitos básicos en el CV de los interesados

- Datos personales completos
- Mayor de 18 años y menor de 35 años
- Nivel de estudios Bachiller
- Nacido en el municipio de Chiltiupán
- Experiencia relacionad en aspectos turísticos (opcional)

Estos requisitos serán evaluados a través de la siguiente ficha de evaluación:

Tabla 266. Ficha de evaluación de hojas de vida para la capacitación de guías turísticos

Nombre:		
Edad:		
Nivel Educativo	Puntuación máxima	Calificación
Nivel Básico	1,5	
Bachillerato	2	
Técnicos	2,5	
Egresados universitarios	4	
<b>Sub total</b>	<b>10</b>	
Experiencia	Puntuación máxima	Calificación
Capacitaciones relacionadas a turismo	1,5	
Capacitaciones sobre medio ambiente	1	
Otras capacitaciones	1,5	
Experiencia laboral en turismo	2	
Experiencia laboral en otras áreas	1	
Apoyo en proyectos turísticos	2	
Apoyo en otros proyectos	1	
<b>Sub total</b>	<b>10</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	

Fuente: Elaboración propia

#### i) Entrevista con seleccionados

La realización de entrevista a los preseleccionados permitirá identificar las actitudes, motivación y el compromiso que representa el ser parte de la capacitación al ser seleccionado, la entrevista tendrá una duración de 20 minutos.

Tabla 267. Ficha de evaluación de entrevistas

Nombre:		
Edad:		
Actitudes	Puntuación máxima	Calificación
Puntualidad	1,5	
Autodidacta	2	
Amable y confiable	3	
Respetuoso	2	
Practico	1,5	
Atento y servicial	1,5	

Negociador	1,5	
Tolerante	2	
<b>Sub total</b>	<b>15</b>	
<b>Motivación</b>	<b>Puntuación máxima</b>	<b>Calificación</b>
Interés en el turismo	5	
Compromiso con las capacitaciones	5	
Motivaciones personales	5	
<b>Sub total</b>	<b>15</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	

Fuente: Elaboración propia

#### j) Taller participativo

Los participantes que han pasado los dos filtros anteriores formaran parte de un taller donde se evaluara, el trabajo en equipo, las habilidades como la interrelación con otras personas, la expresividad en la comunicación.

Tabla 268. Ficha de evaluación del taller de guías turísticos

Nombre:		
Edad		
<b>Habilidades</b>	<b>Puntuación máxima</b>	<b>Calificación</b>
Expresión oral	10	
Integración grupal	10	
Liderazgo	10	
Innovador	10	
Capacidad de organización	10	
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	

Fuente: Elaboración propia

#### k) Evaluación y selección

Para el desarrollo de la evaluación se utilizarán las fichas de la evaluación de la hoja de vida, de la entrevista y el taller participativo; donde el puntaje mínimo para seleccionar será de 65 puntos de 100.

Una vez seleccionados se les notificara que han sido seleccionados para participar en las capacitaciones de Guías Turísticos

#### l) Resultados de la selección

- Formación de un grupo de 15 personas como máximo, de 18 a 35 años de edad, del municipio de Chiltiupán, que cumplan con los más altos puntajes en las diferentes etapas de selección
- Que los jóvenes seleccionados se comprometan con el desarrollo de la comunidad, mostrando el interés en tema turístico.

## Requerimientos para la formación de guías turísticos

Tabla 269. Requerimientos para capacitación de guías turísticos

<b>Recurso Humano</b>	<b>Cant.</b>
Facilitador	2
Supervisor	1
<b>Materiales</b>	<b>Cant.</b>
Papel bond (Resma)	5
Pizarra	1
Plumones	9
Borrador de pizarra	2
Refrigerios	200
<b>Mobiliario y equipo</b>	<b>Cant.</b>
Local (Casa comunal)	1
Proyector	1
Sillas	20
Mesas	5

Fuente: Elaboración propia

### Instituciones que brindan capacitaciones para guías turísticos

Debido a que la municipalidad no tiene la capacidad en formar jóvenes en el área de guías turístico, deberá contratar o gestionar cooperación con instituciones para realizar dicha capacitación para los jóvenes de Chiltiupán, las instituciones que brindan capacitaciones en este ámbito se tienen:

- CORSATUR: Corporación salvadoreña de turismo
- INSAFORP: Instituto de formación profesional
- FISDL: Fondo de Inversión social para el desarrollo local; a través del Programa de Emprendimiento Solidario

### 3. Proyecto 3: cooperación en seguridad turística

#### Objetivo

- Establecer las acciones necesarias para contar con el apoyo de la Policía de turismo y así brindar seguridad en los recorridos, como también en los eventos que se realicen en el municipio.

#### Conceptos

La OMT ha resaltado que la seguridad turística es pieza clave en el desarrollo turístico, al definirla como: “la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras”

Un sistema de seguridad turístico deberá ser carácter interinstitucional e interdisciplinario el cual debe tener como objetivo colaborar para la gestión de la seguridad en los destinos y en las empresas turísticas a través de acciones de información, prevención, concientización y educación.

POLITUR: La Policía de Turismo, es una División de La Policía Nacional Civil de El Salvador, que ha sido creada y especializada para asistir a la ciudadanía en materia de Seguridad Turística.



*Ilustración 206. Logo de POLITUR.*

### **Propuesta de planeación de la seguridad**

- Una persona designada por el CDT deberá revisar los requerimientos de personal de la POLITUR necesarios en función de la demanda proyecta con la demanda real, determinada por la cantidad de recorridos confirmados por los turistas.
- Determinará si existen recorridos simultáneos con otros circuitos del municipio, para determinar la cantidad de agentes necesarios.  
Si es un solo recorrido deberán solicitarse de 2 a 3 agentes  
Si hay recorridos simultáneos deberá gestionarse 2 agentes por recorrido
- Elaborar la solicitud dirigida a la División Policía de Turismo, solicitando el apoyo requerido, detallando en qué consistirá la que brindaran el apoyo.
- El CDT deberá coordinar el transporte para el personal asignado por la corporación, además si la actividad requiere alojamiento deberá informarse con anticipación.
- Coordinar la alimentación de cada agente que acompaña en el recorrido
- Se deberá coordinar con la Policía de Turismo del puerto de La Libertad, por ser la sede más cercana al municipio.

Tel: (503) 2346-1893

### **Servicios que ofrece la POLITUR**

- Escoltas turísticos
- Asistencia a guías turísticos
- Capacitación en seguridad turística
- Seguridad en eventos turísticos
- Seguridad para circuitos turísticos

### **Requerimientos de seguridad**

#### **Recursos humanos**

- 2 agentes como mínimo a 3 agentes como máximo; estas cantidades son las designadas por la división de la Policía de Turismo.
- 1 persona designada para la logística de solicitar y recoger a los agentes de la POLITUR

#### **Equipo**

- Un vehículo para el transporte de los agentes de la POLITUR

#### **Alimentación**

- Se deberá proporcionar alimentación para cada uno de los agentes de la POLITUR

## F. ESTRATEGIAS DE APOYO PARA IMPULSAR EL TURISMO EN CHILTIUPÁN

Las estrategias presentadas en la siguiente tabla podrán ser implementadas una vez el Plan de desarrollo turístico tenga retribución económica y sea sostenible por sí mismo, con esto se evitará cargar de costos adicionales durante los primeros años de ejecución.

Tabla 270. Estrategias de apoyo para impulsar el turismo en Chiltiupán

<b>ESTRATEGIAS DE APOYO PARA IMPULSAR EL TURISMO EN CHILTIUPÁN</b>			
<b>Estrategia:</b> Potenciar productos gastronómicos como parte del desarrollo turístico integral del municipio de Chiltiupán			
<b>Objetivo:</b> Definir la identidad gastronómica del municipio de Chiltiupán.			
	Identificar los productos gastronómicos existentes	Realizar jornadas de sensibilización a la población del municipio para el involucramiento y promoción de sus productos locales.	Realización de ferias y festivales enfocados en productos autóctonos .
<b>Responsable</b>	Comité de Desarrollo Turístico y Alcaldía Municipal.	Comité de Desarrollo Turístico y Alcaldía Municipal.	Comité de Desarrollo Turístico y Alcaldía Municipal.
<b>Estrategia:</b> Implementación de procesos de mejora de calidad en los productos y servicios turísticos			
<b>Objetivo:</b> Ofrecer mejores productos y servicios turísticos.			
	Identificar la deficiencia en la oferta de productos y servicios	Capacitar a actores locales (comerciantes, artesanos, hoteleros, restauranteros y demás empresarios de servicios turísticos) en mejorar los procesos de oferta de productivos y servicio al turista.	Evaluación continua de los estándares de calidad establecidos a partir de las capacitaciones impartidas.
<b>Responsable</b>	Comité de Desarrollo Turístico, Alcaldía Municipal y Empresa Privada	Comité de Desarrollo Turístico y Alcaldía Municipal.	Comité de Desarrollo Turístico y Alcaldía Municipal.

## G. INDICADORES PARA LA EVALUACION DEL PLAN

Un indicador es una comparación entre dos o más tipos de datos que sirve para elaborar una medida cuantitativa o una observación cualitativa. Esta comparación arroja un valor, una magnitud o un criterio, que tiene significado para quien lo analiza. El objetivo es proponer una serie de indicadores que se pueden desarrollar para que de esa manera permita al comité de desarrollo turístico de Chilitupán o a la Municipalidad conocer diferente información cuantitativa de carácter turística para el monitoreo de la propuesta y que ayude a la toma de decisiones. Una de las ventajas de utilizar indicadores es la objetividad y comparabilidad; representan un lenguaje común que facilita una medida estandarizada. Los indicadores presentados a continuación están divididos en:

- Indicadores de impacto
- Indicadores de efecto
- Indicadores de resultado

### 1. Indicadores de impacto

Miden los cambios que se esperan lograr al final del plan, e incluso más allá de su finalización., usualmente se pueden medir en períodos de mediano o largo plazo debido a que se requiere un lapso de tiempo, para que se puedan medir. A continuación, se presenta algunos indicadores de impacto que se puede calcular.

$$\text{Ingresos generados por la actividad turística} = \frac{\text{Ingresos después} - \text{ingresos antes}}{\text{Ingresos antes}} \times 100$$

$$\text{Variación en la situación de empleo} = \text{Tasa de desempleo después} - \text{Tasa de desempleo antes}$$

### 2. Indicadores de efecto

Algunos indicadores de efecto que se puede calcular son:

$$\text{Tasa de participantes capacitados} = \frac{\text{Numero final de capacitados}}{\text{Numero total de participantes}} \times 100$$

El siguiente indicador se puede medir mensual o anualmente:

$$\begin{aligned} \text{Variación en número de seguidores en redes sociales} \\ = \text{N}^\circ \text{ de seguidores año después} - \text{N}^\circ \text{ de seguidores año antes} \end{aligned}$$

### 3. Indicadores de resultado o producto

Algunos indicadores de resultado que se puede calcular son:

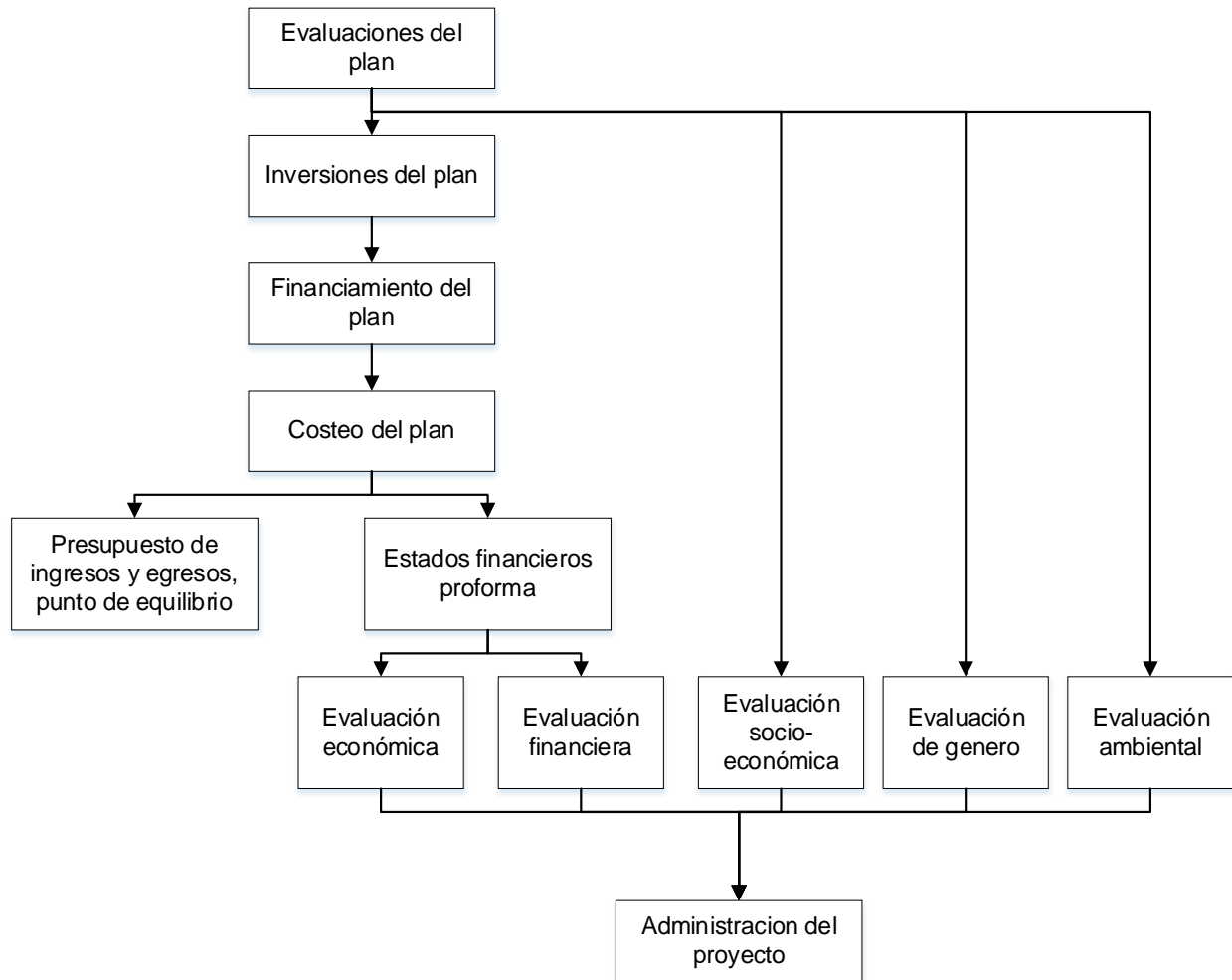
$$\text{Porcentaje de satisfacción de turistas por los servicios prestados} = \frac{\text{Turistas satisfechos}}{\text{Total de turistas}} \times 100$$

$$\text{Incremento en la afluencia de turistas} = \frac{(\text{Turistas del año T} - \text{Turistas del año T} - 1)}{\text{Turista del año T} - 1} \times 100$$

$$\text{Producción de residuos} = \frac{\text{Kg recogidos al año}}{\text{población total. 365}}$$

# CAPITULO VII: EVALUACIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

## A. METODOLOGIA DE LA ETAPA DE EVALUACIONES DEL PLAN



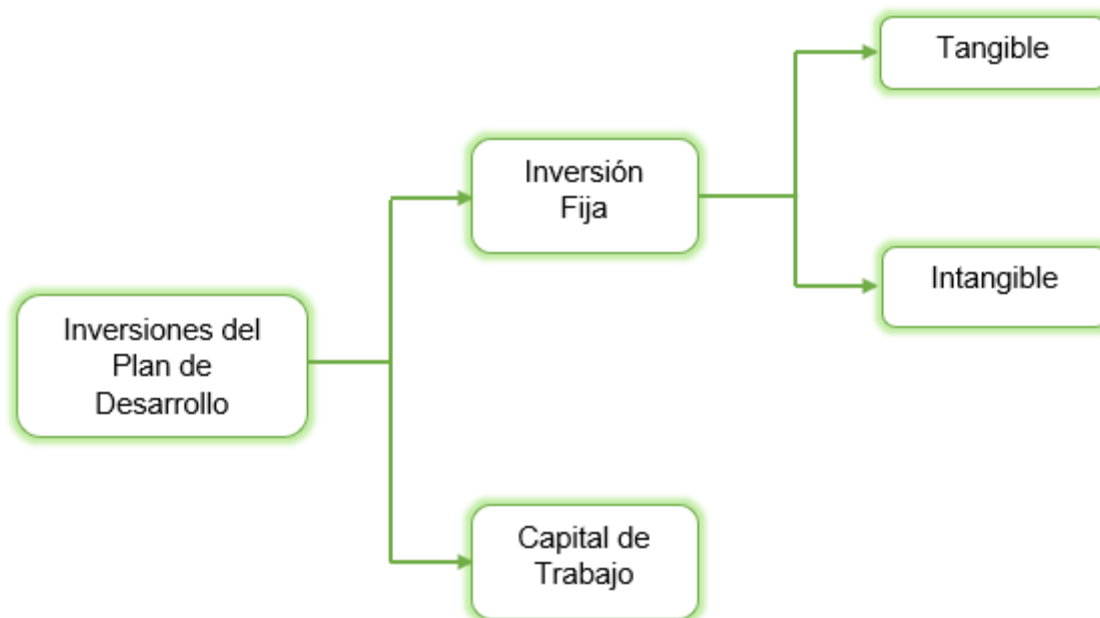
Esquema 14. Metodología para la etapa de evaluaciones del plan



## B. INVERSIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

### 1. Metodología

Uno de los pilares fundamentales sobre la que se sustenta la factibilidad para realizar el Plan de Desarrollo Turístico radica en las inversiones del mismo, las cuales se dividen en inversiones fijas y capital de trabajo. Gran parte de estas inversiones están concentradas dentro de lo presupuestado en la etapa técnica entre los diferentes activos y servicios, por ende, en este capítulo se procederá a realizar la agrupación y desglose de rubros para calcular el monto total al que ascenderá la realización del proyecto. Las inversiones se dividen esquemáticamente de la siguiente manera:



*Esquema 15. Metodología Inversiones del Plan de Desarrollo*

### 2. Inversión fija

Se llama inversión fija porque el Plan de Desarrollo Turístico no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello perjudique la actividad para la que está destinada el Plan. Esta inversión está relacionada con todos los recursos que se requieren en la fase inicial del proyecto, y que comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y los intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la iniciativa.

## 1. Inversión fija tangible

Las inversiones fijas tangibles se caracterizan porque tienen una vida útil mayor a un año y se deprecian, tal es el caso de los, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros. La inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación. Para organizar esta inversión se dividirán en tres categorías:

- Terreno
- Obra civil
- Sistemas de apoyo
- Mobiliario y Equipo

A continuación, se procederá la inversión a detalle de cada categoría:

### a. Terreno

Este rubro se refiere al costo en la adquisición de terrenos. Se aclara que en este caso El Plan de Desarrollo Turístico solo se considera la adquisición de terreno para la construcción del Comedor municipal Turístico. Por lo tanto, el costo por la compra de terrenos es como se especifica a continuación.

Tabla 271. Inversión en terreno

Destino	cantidad	costo del terreno	Inversión
Comedor Turístico	1	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
TOTAL			<b>\$ 10,000.00</b>

### b. Obra Civil

En este rubro están comprendidas todas aquellas actividades que se relacionan con la construcción de la obra civil, tanto como la infraestructura externa e interna detallada con diseños y especificaciones en cada uno de los proyectos que la involucraban. Se estiman los montos con base a experiencia de un Arquitecto, y se proceden a su detalle como sigue:

Tabla 272. Inversión en Obra Civil

Obra Civil	Cantidad	Inversión	Total
Área de descanso	10	\$ 190.00	\$ 1,900.00
Baños Secos	4	\$ 590.00	\$ 2,360.00
Vestideros	4	\$ 850.00	\$ 3,400.00
Mirador Turístico	1	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
Mejora en Infra. De Mirador	1	\$ 520.00	\$ 520.00
Comedor Turístico	1	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
Senderos de Madera	3	\$ 975.00	\$ 2,925.00

Pasamanos Metálicos	2	\$ 700.00	\$ 1,400.00
Kiosko Turístico	1	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00
Rotulo en Lamina reflectiva 3 x 1.20 mts	23	\$ 45.00	\$ 1,035.00
Rotulo en Lamina reflectiva 2 x 1.20mts	2	\$ 25.00	\$ 50.00
Señales Pre-Elaboradas	52	\$ 3.15	\$ 163.80
Rótulos de madera p/recursos y patrimonios	20	\$ 20.00	\$ 400.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 18,753.80</b>

c. Sistemas de apoyo

Se incluyen todos los equipos complementarios que servirán de apoyo para el funcionamiento del diseño y funcionamiento del Plan de Desarrollo Turístico en el desarrollo de los circuitos.

Tabla 273 Inversión en sistemas de apoyo

Sistema de apoyo	Equipo	Cantidad	Inversión	Total
SEGURIDAD OCUPACIONAL	Botiquín de primeros Auxilios	5	\$ 14.04	\$ 70.20
	Cinta Quirúrgica 1"x3 yardas	1	\$ 3.51	\$ 3.51
	Venda fija 3x5 yardas	1	\$ 4.77	\$ 4.77
	Venda fija 5x5 yardas	1	\$ 5.11	\$ 5.11
	Vendaje algodón 4x5 yardas	1	\$ 1.27	\$ 1.27
	Vendaje de algodón 5x5 yardas	1	\$ 1.65	\$ 1.65
	Tijeras de trauma	1	\$ 3.20	\$ 3.20
	Venda triangular	1	\$ 12.00	\$ 12.00
	Inmovilizador cuello cervical	1	\$ 45.00	\$ 45.00
	Paquete Gasas limpias	20	\$ 0.14	\$ 2.80
	Baja lenguas	20	\$ 0.05	\$ 1.00
	Termómetro de Mercurio	6	\$ 1.65	\$ 9.90
	Solución salina unidad 500 cc	1	\$ 3.86	\$ 3.86

	Apósitos para ojos	5	\$ 0.49	\$ 2.45
	Banditas plásticas curas estándar	100	\$ 0.20	\$ 20.00
	Esparadrapo de tela color blanco carrete por 4 "x 5 yardas	1	\$ 6.20	\$ 6.20
	Paquete toallas higiénicas clásica(10u)	1	\$ 0.86	\$ 0.86
	Linterna de led compacta recargable.	1	\$ 2.90	\$ 2.90
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 196.68</b>

d. Mobiliario y equipo

Esta sección comprende todas aquellas adquisiciones de mobiliario, equipo, instrumentos que serán indispensables para en cada uno de los proyectos para del Plan de Desarrollo Turístico, para la ejecución del plan, a continuación, se presenta el detalle de inversión por la adquisición de mobiliario y equipo.

Tabla 274 Inversión en Mobiliario y Equipo

Tipo	Mobiliario y Equipo	Cantidad	Precio	Inversión
EQUIPO	Computadora Portátil	4	\$ 635.00	\$ 2,540.00
	Impresora Multiuso	3	\$ 200.00	\$ 600.00
	Teléfono Celular	2	\$ 280.00	\$ 560.00
	Proyector	1	\$ 250.00	\$ 250.00
MOBILIARIO	Escritorio personal	3	\$ 120.00	\$ 360.00
	Silla Ejecutiva	2	\$ 147.00	\$ 294.00
	Sillas Plásticas	35	\$ 26.95	\$ 943.25
	Pizarrón	1	\$ 64.90	\$ 64.90
	Archivero	1	\$ 350.00	\$ 350.00
	Mesa rectangular plástica	6	\$ 44.95	\$ 269.70
	Vitrinas	4	\$ 115.00	\$ 460.00
	Mamparas	6	\$ 350.00	\$ 2,100.00
	Stand para promocionar	1	\$ 125.00	\$ 125.00
	Binoculares de Moneda	1	\$1,800.00	\$ 1,800.00

ACCESORIOS DE OFICINAS	Dispensador de Agua	1	\$ 8.25	\$ 8.25
	Fotografías Profesionales (30 fotografías)	1	\$ 150.00	\$ 150.00
	Dibujos	5	\$ 15.00	\$ 75.00
	Cedulas	10	\$ 15.00	\$ 150.00
	Tijeras	6	\$ 2.60	\$ 15.60
	Papel Bond (Resma)	5	\$ 4.90	\$ 24.50
	Plumones de Pizarra	9	\$ 1.70	\$ 15.30
	Borrador de pizarra	2	\$ 1.30	\$ 2.60
EQUIPO DE MANTENIMIENTO	Escoba	7	\$ 2.10	\$ 14.70
	Basurero de Oficina	3	\$ 3.32	\$ 9.96
	Trapeador	7	\$ 2.50	\$ 17.50
	Rastrillo	5	\$ 6.75	\$ 33.75
	Basureros para baño	6	\$ 4.32	\$ 25.92
	Cubetas	5	\$ 3.95	\$ 19.75
	Dispensador de Jabón	6	\$ 7.95	\$ 47.70
	Machete	4	\$ 4.04	\$ 16.16
	Basureros para exterior	15	\$ 10.00	\$ 150.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 11,493.54</b>

### Consolidado de Inversiones fijas tangibles

continuación, se presenta en resumen la inversión fija tangible en la que se deberá incurrir para la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Chilitupán.

Tabla 275 Consolidado de Inversión Fija Tangible

RUBRO	MONTO
Terreno	\$ 10,000.00
Obra Civil	\$ 18,753.80
Equipo para Sistemas de Apoyo	\$ 196.68
Mobiliario y Equipo	\$ 11,493.54
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 40,444.02</b>

### 3. Inversión fija intangible

Se caracterizan por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Plan de desarrollo Turístico, no está sujeta a desgaste físico. A diferencia de las anteriores, están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo. La inversión intangible en la que se incurrirá para iniciar la puesta en marcha de los recorridos turísticos propuestos se presenta a continuación:

#### a. Estudios Previos

Se incluyen las inversiones en cada etapa del estudio realizado considerando los recursos utilizados y clasificándose en recurso humano, material y complementario. El costo asumido a los analistas del estudio (4) se considera que será por hora trabajada, considerando también los costos de trabajo de campo previo y durante estudio del Mercado Turístico de Chiltiupán. Con lo anterior expuesto se procede a detallar los costos de inversión de cada estudio previo.

Tabla 276 Costo de Inversión en estudio de Anteproyecto

ANTEPROYECTO				
Recurso	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Humano (4) analistas	Visita técnica al Municipio	4 días	\$ 40.00	\$ 160.00
	Investigaciones	10 días	\$ 40.00	\$ 400.00
	Tabulación de la información	6 días	\$ 40.00	\$ 240.00
	Documentación	10 días	\$ 40.00	\$ 400.00
Materiales	Computadora		\$ 20.00	\$ 20.00
	Lapiceros	9	\$ 0.25	\$ 2.25
	juego de post-stick y marcadores	1 unidad	\$ 2.00	\$ 2.00
	Libretas para apuntes	3	\$ 1.00	\$ 3.00
	Internet	1	\$ 10.00	\$ 10.00
	Telefonía	1	\$ 10.00	\$ 10.00
	Papelería general	25	\$ 0.10	\$ 2.50
Complementos	Combustible	14 galones	\$ 3.31	\$ 46.34
	Energía eléctrica	1 mes	\$ 20.00	\$ 20.00
	Alimentación	16	\$ 3.00	\$ 48.00
	Oficina	1 mes	\$ 60.00	\$ 60.00
<b>Costo Total Anteproyecto</b>				<b>\$ 1,424.09</b>

Tabla 277 Costo de Inversión en estudio de Diagnostico

ESTUDIO DE DIAGNOSTICO				
Recurso	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Humano (4) analistas	Visitas de campo	10 días	\$ 40.00	\$ 400.00
	Investigaciones	7 días	\$ 40.00	\$ 280.00
	Tabulación de la información	12	\$ 40.00	\$ 480.00
	Documentación	4	\$ 40.00	\$ 160.00
Materiales	Internet	2	\$ 10.00	\$ 20.00
	resma de papel bond tamaño carta	1	\$ 5.00	\$ 5.00
	grapap	1 caja de	\$ 0.95	\$ 0.95
	Impresión	80	\$ 0.05	\$ 4.00
	Libretas para apuntes	3 unidades	\$ 1.00	\$ 3.00
	Telefonía	2	\$ 10.00	\$ 20.00
	Computadora		\$ 80.00	\$ 80.00
	lapiceros	4 unidades	\$ 0.25	\$ 1.00
Complementos	Combustible	25 gal	\$3.31 /galón	\$ 82.75
	Energía eléctrica	1.5 mes	\$20/mes	\$ 30.00
	Alimentación	20	\$ 3.00	\$ 60.00
	Oficina	1.5 mes	\$60/ mes	\$ 90.00
<b>Costo Total Estudio de Diagnostico</b>				<b>\$ 1,716.70</b>

Tabla 278 Costo de Inversión en estudio de Diseño

ESTUDIO DE DISEÑO				
Recurso	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Humano (4) analistas	Visitas de campo	5	\$ 40.00	\$ 200.00
	Investigaciones	4	\$ 40.00	\$ 160.00
	Tabulación de la información	21	\$ 40.00	\$ 840.00
	Documentación	5	\$ 40.00	\$ 200.00
Materiales	Internet	2	\$ 10.00	\$ 20.00
	lapiceros	3 unidades	\$ 0.25/unidad	\$ 0.75

	Papelería	25	\$ 0.80	\$ 20.00
	Telefonía	2	\$ 10.00	\$ 20.00
	Computadora		\$ 80.00	\$ 80.00
Complementos	Combustible	14 galones	\$ 3.31	\$ 46.34
	Energía eléctrica	1.5 mes	\$ 20/mes	\$ 30.00
	Alimentación	36	\$ 3 por plato	\$ 108.00
	Oficina	1.5 mes	\$ 60/ mes	\$ 90.00
<b>Costo Total Estudio de Diseño</b>				<b>\$ 1,815.09</b>

Tabla 279 Costo de Inversión en estudio de Evaluaciones

ESTUDIO DE EVALUACIONES				
Recurso	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Humano (4) analistas	Investigaciones	24	\$ 40.00	\$ 960.00
	Tabulación de la información	21	\$ 40.00	\$ 840.00
	Documentación	8	\$ 40.00	\$ 320.00
Materiales	Internet	2	\$ 10.00	\$ 20.00
	Papelería	150	\$ 0.80	\$ 120.00
	Telefonía	2	\$ 10.00	\$ 20.00
	Computadora		\$ 80.00	\$ 80.00
Complementos	Combustible	7 galones	\$ 3.31	\$ 23.17
	Energía eléctrica	1.5 mes	\$ 20/mes	\$ 30.00
	Alimentación	33	\$ 3 por plato	\$ 99.00
	Oficina	1.5 mes	\$ 60/ mes	\$ 90.00
<b>Costo Total Estudio de Evaluaciones</b>				<b>\$ 2,602.17</b>

Para concluir con los costos de los estudios previos realizados se hará el consolidado del conjunto sumando las cantidades obtenidas de cada uno de ellos, dando como resultado:



Tabla 280 Consolidado de inversiones en estudios previos

<b>CONSOLIDADO DE INVERSIONES DEL ESTUDIO</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Anteproyecto	\$ 1,424.09
De Mercado	\$ 1,716.70
Técnico	\$ 1,815.09
Económico-Financiero	\$ 2,602.17
<b>Costo total Estudios Previos</b>	<b>\$ 7,558.05</b>

**b. Formación del Comité de Desarrollo Turístico.**

Para la formación de del CDT del municipio de Chiltiupán, se realizará una serie de reuniones con los involucrados en el sector turismo y personas del municipio que pueden formar parte de la iniciativa y fueron detalladas en el apartado específico, la formación de la organización de la del CDT involucra gastos en papelería y refrigerios.

Tabla 281 Costo de Inversión en formación de CDT

<b>FORMACION DE CDT</b>	
Formación del Comité de Desarrollo Turístico	<b>\$ 50.00</b>

**c. Permisos de Construcción**

Para la implementación del Plan de Desarrollo Turístico se considera la inversión que se tendrá que realizar en la gestión y tramitación de los permisos de construcción para obra civil, los cuales incluyen gastos por combustible, viáticos del personal encargado de velar por las gestiones respectivas. El monto por trámites considera las disposiciones y tarifas legales actuales.<sup>18</sup>

Tabla 282 Inversión en permisos de construcción

<b>PERMISOS DE CONSTRUCCION</b>	
Tramites	\$ 105.69
Viáticos	\$ 30.00
<b>TOTAL, UNITARIO</b>	<b>\$ 135.69</b>
Permisos Necesarios	4
<b>TOTAL, GLOBAL</b>	<b>\$ 542.76</b>

<sup>18</sup> Fuente: tramites.gob.sv

#### d. Registro de Marca Municipio<sup>19</sup>

La inversión a realizar en el registro de marca municipio que se propone en el Plan de Desarrollo Turístico consiste en los pagos que exige el Centro Nacional de Registros y la publicación en el Diario Oficial. A continuación, se presentan los costos en los que se deberá incurrir para registrar la marca municipio a utilizar en el municipio y que es denominada "Chiltiupán Tierra de Misterios":

Tabla 283 Inversión en registro de marca municipio

<b>MARCA MUNICIPIO</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Inversión</b>
Búsqueda de anterioridad	\$ 20.00
Derechos de Registro	\$ 100.00
Publicación del Edicto en Diario	\$ 36.00
compra del ejemplar del Diario Oficial	\$ 1.50
compra del ejemplar del diario	\$ 0.50
Manual de marca	\$ 50.00
<b>Inversión en registro de marca</b>	<b>\$ 208.00</b>

#### e. Capacitaciones de Personal

Las capacitaciones son necesarias tanto para preparar al personal operativo, a los miembros de la Organización turística del municipio de Chiltiupán y emprendedores locales del Municipio. A continuación, se presenta la inversión en concepto de capacitaciones.

Tabla 284 Inversión en Capacitaciones

<b>CAPACITACIONES</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>
Capacitación Turística	\$ 600.00
Alimentación capacitadores	\$ 82.00
<b>Inversión total Capacitaciones</b>	<b>\$ 682.00</b>

#### f. Administración del Plan

En este apartado se hará referencia a los costos presupuestados para la implementación del proyecto, los cuales se pueden observar en mayor detalle en el apartado de la administración del Plan. Estos Incluyen el pago de personas encargadas de implementación.

<sup>19</sup> Fuente: tramites.gob.sv

Tabla 285 Inversión en administración de implementación

<b>ADMINISTRACION DE IMPLEMENTACION</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>
Salarios	\$ 16,740.00
Costos indirectos	\$ 1,092.71
Costo directo	\$ 6,727.58
<b>Inversión por administración de la implementación</b>	<b>\$ 24,560.29</b>

#### g. Imprevistos

Con el objetivo de tener un respaldo ante una posible variación de las inversiones planificadas, se considera un monto que no será demasiado alto, pues el presupuesto se ha realizado considerando todo lo propuesto en el plan, por tal razón el porcentaje de este monto en concepto de imprevisto será del 5% del total de las inversiones fijas el cual ascenderá a un total de: **\$2,015.95**.

- ✓ Resumen de Inversión Fija Intangible.

Tabla 286 Consolidado Inversiones Fijas Intangibles

<b>CONSOLIDADO DE INVERSIONES FIJAS INTANGIBLES</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Estudios Previos	\$ 7,558.05
Formación del Comité de Desarrollo Turístico.	\$ 50.00
Permisos de Construcción	\$ 542.76
Registro de Marca Municipio	\$ 208.00
Capacitaciones de Personal	\$ 682.00
Administración del Plan	\$ 24,560.29
Imprevistos	\$ 2,015.95
<b>Total, Inversión Fija Intangible</b>	<b>\$ 35,617.05</b>

#### 4. Capital de trabajo

El capital de trabajo consistirá en aquellos recursos que requiere el Plan de Desarrollo Turístico para atender las operaciones de organización y comercialización de sus productos turísticos. En otras palabras, es el capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Plan de Desarrollo Turístico, Ya que, como es bien sabido los primeros meses de cualquier iniciativa son cruciales ya que muchas veces no se logrará cubrir los gastos en los que se incurren para las operaciones y en efecto desde el momento que se adquieren insumos para la prestación de un servicio o el ofrecimiento de un producto se incurrirá también en gastos sumado a esto los salarios de las personas involucradas, es por ello que el capital de trabajo asegura el financiamiento antes de percibir ingresos.

Entre los requerimientos que debe considerar el capital de trabajo están Mano de obra directa, indirecta, gastos de comercialización y administración las cuales requieren un desembolso de efectivo. A continuación, se presenta un resumen con los rubros de costos considerados para el Capital de Trabajo desglosado por cada uno de los circuitos que serán parte del Plan de Desarrollo Turístico.



Ilustración 2071 Inversión en capital de trabajo

##### a) Costos de operación

De acuerdo a los resultados del apartado de costeo del Plan, se presenta los costos de operación para el primer mes de puesta en marcha del Plan de Desarrollo Turístico que se tomarán en cuenta para el cálculo del capital de trabajo necesario.

Tabla 287 Costos de operación para el capital de trabajo

COSTO	COSTOS DE OPERACION	
	Usuarios de Circuitos	Otros usuarios
CF	\$ 515.62	\$ 957.57
CV	\$ 886.43	
CT	\$ 1,402.04	\$ 957.57

b) Costos Administrativo.

De acuerdo a los resultados del apartado de costeo del Plan, se presenta los costos administrativos para el primer mes de puesta en marcha del Plan de Desarrollo Turístico que se tomaran en cuenta para el cálculo del capital de trabajo necesario.

Tabla 288 Costos administrativos para el capital de trabajo

COSTO	COSTOS ADMINISTRATIVOS	
	Usuarios de Circuitos	Otros usuarios
CF	\$ 241.93	\$ 449.31
CV	\$ 44.32	
CT	<b>\$ 286.25</b>	<b>\$ 449.31</b>

c) Costos de Comercialización

De acuerdo a los resultados del apartado de costeo del Plan, se presenta los costos de comercialización para el primer mes de puesta en marcha del Plan de Desarrollo Turístico que se tomaran en cuenta para el cálculo del capital de trabajo necesario.

Tabla 289 Costos de comercialización para el capital de trabajo

COSTO	COSTOS DE COMERCIALIZACION	
	Usuarios de Circuitos	Otros usuarios
CF	\$ 126.87	\$ 235.61
CV	\$ 453.42	
CT	<b>\$ 580.29</b>	<b>\$ 235.61</b>

d) Consolidado Capital de Trabajo

Para culminar el cálculo del capital de trabajo necesario para el desarrollo del Plan, a continuación, se presenta un consolidado de los costos que deberán cubrirse con autofinanciamiento denominado capital de trabajo, para el primer mes de puesta en marcha el Plan.

Tabla 290 Consolidado Capital de Trabajo

CLASIFICACION	CONSOLIDADO CAPITAL DE TRABAJO	
	Usuarios de Circuitos	Otros usuarios
Operativos	\$ 1,402.04	\$ 957.57
Administrativos	\$ 286.25	\$ 449.31
Comercialización	\$ 580.29	\$ 235.61
Total, por Usuarios	\$ 2,268.58	\$ 1,642.49
<b>TOTAL, CAPITAL</b>	<b>\$</b>	<b>3,911.07</b>

## 5. Resumen de las inversiones

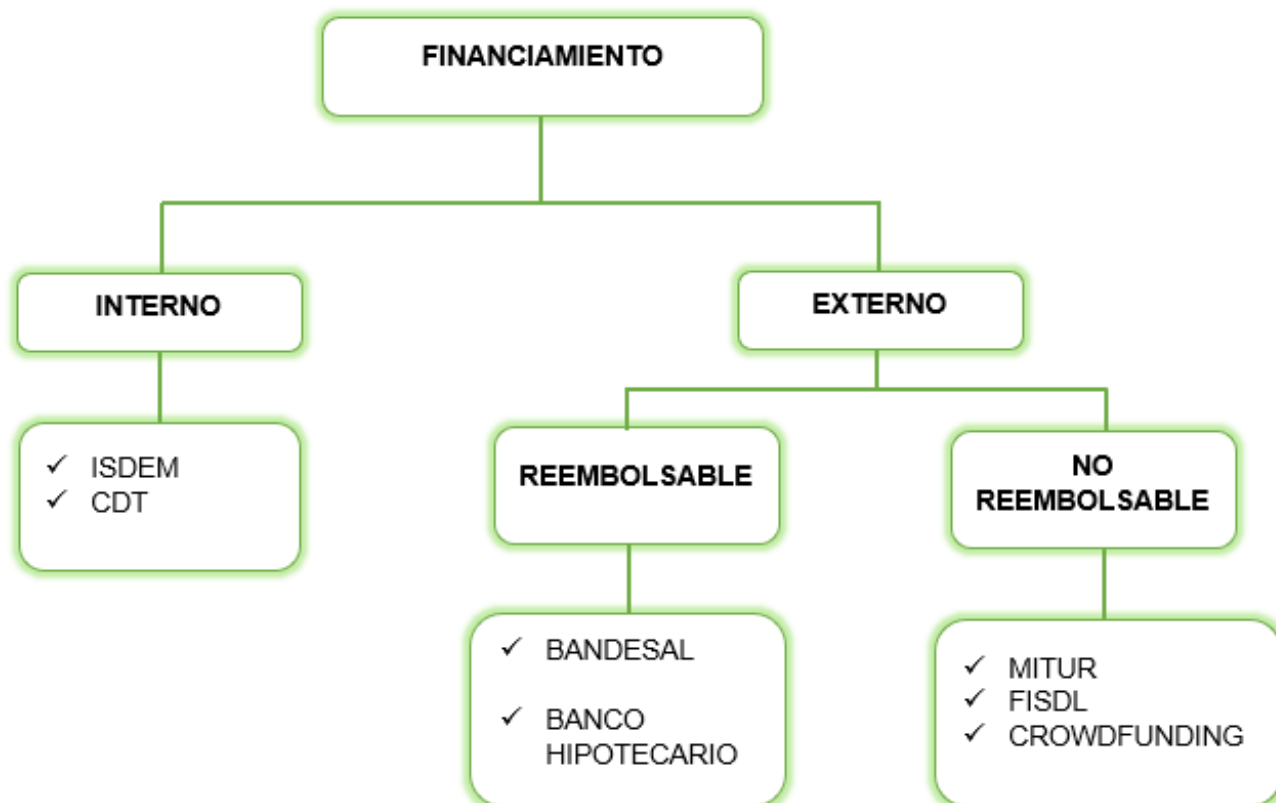
A fin de obtener un panorama de las inversiones y capital de trabajo que deberán llevarse a cabo para el desarrollo del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Chilitupán se presenta un resumen detallando el concepto de la inversión.

*Tabla 291 Consolidado de Inversión y Capital de Trabajo*

<b>Concepto</b>	<b>Inversión</b>
Terreno	\$ 10,000.00
Obra Civil	\$ 18,753.80
Equipo para Sistemas de Apoyo	\$ 196.68
Mobiliario y Equipo	\$ 11,493.54
<b>Inversión Fija Tangible</b>	<b>\$ 40,444.02</b>
Estudios Previos	\$ 7,558.05
Formación del Comité de Desarrollo Turístico.	\$ 50.00
Permisos de Construcción	\$ 542.76
Registro de Marca Municipio	\$ 208.00
Capacitaciones de Personal	\$ 682.00
Administración del Plan	\$ 24,560.29
Imprevistos	\$ 2,015.95
<b>Inversión Fija Intangible</b>	<b>\$ 35,617.05</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 3,911.07</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 79,972.14</b>

### C. FINANCIAMIENTO PARA IMPULSAR EL PLAN

En toda iniciativa de plan el recurso con el que se debe contar es el monetario y es con el que muchas ocasiones no se cuentan. Por esta razón se hace necesario el análisis de las fuentes de financiamiento que proporcionaran el capital a invertir en el plan que se tiene en mente. Las fuentes de financiamiento pueden variar de acuerdo a muchos factores como la naturaleza del plan, de la contraparte y las condiciones solicitadas para el financiamiento, el plan debe considerar fuentes de financiamiento internas y externas.



Esquema 16. Financiamiento del plan de desarrollo turístico

## 1. Financiamiento interno

### 1.1 ISDEM

#### a) Obtención de financiamiento a través del FODES

En este apartado se describe los pasos que han de seguir los interesados para obtener los recursos monetarios a través del fondo FODES (Fondo de Desarrollo Económico Social), el cual es utilizado por la Municipalidad para invertir en proyectos de desarrollo local. Este fondo es proporcionado por el Gobierno Central por medio del ISDEM. El FODES es un fondo destinado a la realización de proyectos de beneficio social, por lo que para gestionarlo es necesario sustentar la finalidad de dichos recursos solicitados.

1. Definir la existencia de una necesidad u oportunidad para la mejora de las vías de acceso u otras mejoras de infraestructura de la municipalidad.
2. Formular un plan de negocios basado en la necesidad u oportunidad identificada. Una vez identificada la necesidad u oportunidad se procede a establecer la factibilidad desde diferentes estados como lo es el mercado, la parte técnica y en lo financiero. La profundidad del estudio dependerá del monto de la inversión y de la diversificación que sea necesario realizar. Luego el proyecto es presentado ante el Consejo Municipal para la gestión de los fondos.
3. Formular acuerdo para aceptación de los fondos. Dentro el Consejo Municipal se efectúa un acuerdo para la realización del proyecto, lo que significaría que el proyecto de mejora para las vías de acceso u otro proyecto de infraestructura se pondrá en marcha y que los recursos monetarios ya están designados para ello.

#### b) Obtención de recursos a través de préstamos a instituciones financieras

Se describe la secuencia lógica de pasos y restricciones que han de llevarse a cabo para la realización de un préstamo a instituciones financieras para la obtención de recursos monetarios. Este tipo de préstamo se realiza para efectuar inversiones grandes, colocan al FODES como garantía prendaria y depende en gran manera del estado de deuda que la Alcaldía Municipal de Chiltiupán posea con el sistema financiero para que sea otorgado, para efectuar la mejora y diversificación de los servicios turísticos en el Municipio.

1. Definir la existencia de una oportunidad para la mejora de la infraestructura. Basándose en esto se formula un proyecto o plan de negocios, que sustente de manera técnica la oportunidad que se posee en este momento.
2. Formular un proyecto basado en la necesidad u oportunidad identificada. Ya identificada la oportunidad se procede a establecer la factibilidad desde diferentes estados.
3. Formular acuerdo para aceptación de los fondos.
4. Dentro del Consejo Municipal se efectúa un acuerdo para la realización del proyecto, se establecen diferentes opciones de instituciones financieras se les hará el préstamo, se estudia las tasas de interés, el periodo de pago y la forma como se encuentran en la categoría del sistema financiero.
5. Se llena la solicitud de préstamo de la institución financiera en la que ha requerido el préstamo.
6. Dentro de la institución financiera seleccionada por el Consejo Municipal en donde se requerirá el préstamo se pide la solicitud y los requisitos que debe de cumplir.



7. Se solicita la certificación de clasificación de deuda al Ministerio de Hacienda.
8. Se pide al Ministerio de Hacienda la certificación de deuda para la Alcaldía Municipal que lo solicite según está clasificada así es el monto que la institución financiera le puede prestar. La clasificación es establecida a continuación: “A” indica que la municipalidad posee liquidez y puede acceder al monto que esta solicita; “B” indica que posee mediana liquidez y que puede acceder a cierta cantidad del préstamo solicitado (entre 75% al 80%) y “C” indica que la municipalidad se encuentra en deuda por lo que existe poca probabilidad que le aprueben el préstamo o efectúan el préstamo pero con condiciones y un monto menor; ya que la realización de este se compromete el FODES como prenda bancaria.
9. Presentación de documentos a la institución financiera.
10. Se presenta la certificación de clasificación de deuda, la solicitud de préstamo a la institución financiera y el proyecto de diversificación que se desarrollara, además de otros documentos que solicita la unidad financiera; luego esperar la aprobación del préstamo.
11. Elaboración de carpeta técnica. Ya teniendo la aprobación del financiamiento se procede a la elaboración de la carpeta técnica; la que muestra de manera sintetizada los recursos materiales y monetarios (presupuesto de inversión) necesarios para llevar a cabo el proyecto, esta es efectuada por el departamento técnico de la municipalidad, esta es necesario para la realización de una licitación pública.
12. Desarrollo de una licitación. Basándose en la carpeta técnica se procede a la realización de la licitación pública, para ello se admiten un máximo de 10 y un mínimo de 5 participantes para la realización del proyecto de mejora o diversificación.
13. Desembolsos de los recursos monetarios. Los desembolsos para la realización del proyecto son parciales, generalmente se efectúa en tres fases al inicio del proyecto en un 25% del monto, 35% a medio proyecto y el restante al finalizarlo; se establece de esta manera como un respaldo para el cumplimiento de este.

## **1.2 Aportaciones de miembros del CDT**

Otra fuente de financiamiento interna será por las aportaciones que realicen cada uno de los miembros del CDT para la realización de los proyectos dentro del plan, ya que el CDT es el ente encargado del desarrollo turístico del municipio puede realizar la ejecución de diferentes proyectos con una aportación monetaria de cada uno de sus miembros y así poder ejecutarlos, hay que aclarar que los miembros del CDT no realizarán inversiones grandes, solo se enfocarán en proyectos que incurran inversiones pequeñas pero que sean necesarias para lograr la ejecución del plan de desarrollo turístico en el municipio de Chiltiupán. Quedando de esta manera el CDT Como apoyo en gestiones e ingresos para para el Plan.

## 2. Financiamiento externo

### 2.1 Reembolsable

#### A. BANDESAL

Actualmente BANDESAL es un mecanismo que incluye una línea de crédito para impulsar el turismo en El Salvador.

Su principal objetivo en este sector es el siguiente: impulsar el desarrollo, la competitividad y el mejoramiento de la calidad de los servicios ofrecidos en todas las ramas del turismo salvadoreño, con énfasis en turismo en la zona costera, de montaña, medico, cultural, de negocios y reuniones; otorgando financiamiento para la transformación del sector.



Ilustración 208. Logo de BANDESAL.

#### ACTIVIDADES QUE FINANCIA:

- Actividades productivas relacionadas con el sector turístico
- Productos y/o servicios que busquen promover y transformar la cadena de valor del turismo.

Tabla 292. Plazos y periodos de gracia BANDESAL.

Destinos	Plazo máximo	Periodo de gracia	Monto máximo
Adquisición de inmuebles, construcción, modernización, remodelación o ampliación de la infraestructura turística	15 años	2 años	\$1,000,000.00
Adquisición de activos fijos tales como mobiliario y equipo, software, transporte para turistas, entre otros.	8 años	2 años	\$ 750,000.00
Capital de trabajo	5 años	1 año	\$ 500,000.00
Capital de trabajo para las MIPYMES turísticas que posean contratos adjudicados para promover productos o servicios	1 año	N/A	\$ 500,000.00

Fuente. BANDESAL

Tabla 293. Tasas de interés de BANDESAL

Plazos	Tasa de interés
De 1 a 5 años	6.50%
De 6 a 8 años	7.00%
De 9 a 15 años	7.50%

Fuente. BANDESAL

## B. BANCO HIPOTECARIO

Para potenciar el desarrollo del turismo en El Salvador, la presidenta Celina Padilla Meardi del banco Hipotecario, lanzó la nueva línea de crédito “Surf City”, con la cual se han puesto recursos financieros, que buscan mayor inversión para promover su despegue económico.

La línea de crédito servirá para financiar al sector turismo y su cadena de valor en la franja costera y el resto del país. El monto inicial es de \$10 millones, con una tasa de interés que oscila entre el 7% y el 14%.

Estos fondos están a disposición de micro y pequeños empresarios ubicados a lo largo de la zona costera, especialmente para negocios que se dedican a ofrecer servicios de hoteles, limpieza, transporte turístico, restaurantes, agencias de tours, comercio de ropa, accesorios, tiendas de tablas de surf, entre otros.

“Esta línea busca favorecer, principalmente aquellos sectores que más necesitan de un crédito para crecer. Sabemos que es difícil para muchos acceder a un crédito dentro de la banca. Ahora con orgullo, podemos decir que acá estamos, para tenderles la mano y ayudarles a crecer”, detalló Meardi.

La idea es potenciar a estas empresas para que mejoren sus condiciones, sean más atractivos para que el mayor número de turistas que visiten El Salvador, se queden por más tiempo y gasten más durante su estancia, este es uno de los principales retos con lo que se busca dinamizar la economía de ese importante sector.

Por tal razón el banco hipotecario se considera como una fuente de financiamiento externo reembolsable por poseer una línea de crédito que apoya al proyecto Surf City de la zona costera, donde está involucrado el municipio de Chiltiupán.

Tabla 294 Tasas de interés Banco Hipotecario

TASAS DE INTERES
7% -- 14%

## 2.2 No Reembolsable

### A. MITUR

Una de las fuentes de financiamiento a las que se puede acudir para exponer el plan de desarrollo turístico y las necesidades de obtención de fondo para ejecutarlo es a través del **MITUR, quien realiza un foro de cooperación y financiamiento para el turismo sostenible.**

El foro se desarrolla para apoyar a los sectores sociales, para el fomento de habilidades para la productividad turística profesional y lograr que los actores puedan emplearlas de acuerdo a las necesidades del sector.

A través del encuentro se pretende facilitar una mayor vinculación entre las instituciones gubernamentales que proveen asistencia técnica, las organizaciones no gubernamentales y los organismos cooperantes.



Ilustración 209. Logo de Banco Hipotecario.

El encuentro, reúne a más 250 participantes, busca dar a conocer las diversas opciones para obtener apoyo técnico y financiero para proyectos turísticos a través de fuentes de cooperación internacional. Se brindan herramientas para garantizar el dinamismo y sostenibilidad del sector considerando la importancia que tiene en la economía nacional.

El Foro de Cooperación y financiamiento para el desarrollo del Turismo sostenible se desarrolla desde el 2010, entre las agencias de mayor renombre que se encuentran involucradas en este foro y que pueden mostrar interés por apoyar el plan son:

- ✓ Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)
- ✓ Gobierno de la República de China (Taiwán)
- ✓ Fundación Interamericana
- ✓ Organización de Estados Americanos
- ✓ Banco Interamericano de Desarrollo

## **B. FISDL**

### **• Proyecto de Desarrollo Económico Local Resiliente**

De acuerdo con reuniones entabladas desde el 2019 La ministra de Desarrollo Local, María Chichilco junto con el Directorio Ejecutivo del Banco Mundial expresaron la aprobación de un plan de financiamiento por 200 millones de dólares.

De acuerdo a la visión de nación que se tiene sobre este proyecto denominado Proyecto de Desarrollo Económico Local Resiliente se pretende mejorar la calidad de vida de la gente de los municipios pertenecientes al territorio salvadoreño. Esto a través del financiamiento que brindará el Banco Mundial el cual tiene como objetivo mejorar el desempeño institucional de los Gobiernos locales incrementando acceso a los municipios a servicios básicos y a infraestructura resiliente.

Ahora bien, el plan de desarrollo turístico del municipio de Chiltiupán puede buscar apoyo en este proyecto ya que también se busca financiar infraestructura municipal resiliente para promover el desarrollo local, promover inversiones de desarrollo económico a escala regional y apoyar esfuerzos locales y nacionales para fortalecer la capacidad institucional. Objetivos que son parte del plan de desarrollo turístico el cual busca el desarrollo local del municipio en el sector turismo y de la población en general.

Por otra parte, el Banco Mundial ha informado que el objetivo del Proyecto es “estimular el desarrollo económico local al alinear metas y resultados en gestión de finanzas públicas con financiamiento para inversiones municipales resilientes”. En ese marco también se publicó que se “apoyará la creación de un fondo por el cual podrán competir todas las municipalidades para financiar inversiones regionales estratégicas a escala multimunicipal”.

Por las razones antes expuestas y en consideración de la obtención de fondos para la ejecución del proyecto se debe tener en cuenta el proyecto como potencial fuente de financiamiento externa.

## C. BID

### • Programa de emprendimiento social (PES)

Otro programa el cual se puede tener en consideración es el PES el cual es ofrecido por el BID para el desarrollo y soluciones sostenibles tal y como se especifica a continuación:

El Programa de Empresariado Social (PES), promueve el desarrollo y la implementación de mecanismos financieros que permitan aportar soluciones sostenibles a los problemas socioeconómicos que afectan a las poblaciones pobres y marginadas. El PES proporciona financiación a través de organizaciones locales asociadas a los individuos y grupos que generalmente no tienen acceso a préstamos comerciales o de desarrollo a tasas regulares del mercado. Bajo el programa, el Banco otorga préstamos y donaciones a organizaciones privadas, sin fines de lucro y organizaciones gubernamentales locales o regionales que proporcionen asistencia financiera, empresarial, social y servicios comunitarios de desarrollo a las poblaciones desfavorecidas. La PES proporciona aproximadamente cada año US\$ 10 millones en financiamiento para proyectos en 26 países de América Latina y el Caribe.

#### Tipos de Proyectos que dona las PES

La PES apoya proyectos que financian soluciones empresariales a la pobreza a través de dos áreas principales o tipos de proyectos:

- **Finanzas y Empresas Rurales** (incluida la producción, transformación, comercialización y las cadenas de valor). Los proyectos que se financiarán dentro de este ámbito se centrarán en los micro y pequeños productores rurales de las comunidades marginadas, con el fin de proporcionar: (a) acceso a la financiación con el apoyo de mecanismos innovadores de financiación, y (b) el acceso a los mercados nacionales e internacionales a través de las cadenas de valor que vinculan a empresas de pequeña escala con empresas más grandes.
- **Financiación de prestación de servicios básicos** (incluido el apoyo a proveedores privados de servicios alternativos en las áreas de educación, salud, agua potable, electricidad y / o las energías renovables, entre otros). Los proyectos que se financiarán dentro de esta área serán iniciativas piloto y proyectos sociales con enfoques de negocio que se puedan ampliar, proporcionando así un efecto de demostración en la prestación de servicios básicos.

## D. Fundación Interamericana. IAF (Inter- American Foundation)

La Fundación Interamericana es una fundación con 50 años en el ámbito de financiamiento y donaciones hacia el desarrollo de comunidades para su empoderamiento y resultados que sean tangibles y sostenibles. La fundación es gobernada por un consejo directivo integrado por nueve miembros designados por el presidente de Estados Unidos y ratificados por el Senado. Seis miembros provienen del sector privado y tres del gobierno federal. El consejo nombra al presidente de la IAF, quien actúa como director ejecutivo. Dentro de los logros de la Fundación Interamericana se puede mencionar que Entre 1972 y 2011, la IAF ha financiado más de 5.000 donaciones por un total de US\$680 millones para dar apoyo a más de 3.700 organizaciones.

¿Dónde trabajan?

La Fundación Interamericana tiene presencia en América Latina y el Caribe donde se pueden mencionar países como Argentina, Belice Brasil, Colombia, México, Costa Rica, Guatemala, El Salvador en otros.

¿Qué Trabajo realizan en El Salvador?

El trabajo que la IAF ha realizado en El Salvador empieza desde 1972, fecha en la cual otorgo su primera donación al país. Desde esa fecha hasta la actualidad han proporcionado \$47 millones a través de 265 donaciones a organizaciones locales. Dentro de sus estadísticas en El Salvador se tienen 28 proyectos activos a octubre de 2020 con una inversión de \$6,091,010 y como resultado se encuentran 19,575 individuos que se benefician directamente de dichos proyectos.

¿Cómo contactarlos en El Salvador?

Los representantes de la IAF en el país son tres, mencionados a continuación:

Representante:	Correo
Juanita Roca	rmoreken@iaf.gov
Shervin Chambers	kstastny@iaf.gov
Rolando Gutiérrez Hernández	esseal@iaf.gov

Un aspecto importante es que No hay fecha límite. Las propuestas pueden ser presentadas durante todo el año, y serán estudiadas a medida que son recibidas. Todas las presentaciones deben ajustarse a pautas publicadas en su página web.

Dentro de los criterios que la IAF toma en consideración para apoyar una propuesta deben incluir las siguientes características:

- soluciones innovadoras a problemas de desarrollo
- uso creativo de recursos de la comunidad
- una gran diversidad de voces comunitarias en la elaboración y ejecución del proyecto
- una participación considerable de los beneficiarios en:
  - la identificación del problema objeto del proyecto
  - la estrategia elegida para resolverlo
  - el diseño del proyecto
  - la administración y evaluación de las actividades
- alianzas con gobiernos locales, la comunidad empresarial y otras organizaciones de la sociedad civil
- el potencial de fortalecer a todas las organizaciones participantes y sus alianzas
- viabilidad
- indicios de sostenibilidad futura
- contribuciones de contrapartida por parte del proponente, los beneficiarios y otras fuentes
- el potencial de generar conocimiento
- resultados susceptibles de medición
- evidencia de una mejorada capacidad de los beneficiarios para el autogobierno

Procedimiento a seguir:

Se aceptan solicitudes en idioma español, portugués, inglés, francés o criollo haitiano durante todo el año.

Las solicitudes pueden enviarse por correo directamente a la oficina de programas de la Inter-American Foundation. La IAF no acepta solicitudes de donación enviadas por fax. Las solicitudes también pueden enviarse por correo electrónico a: [proposals@iaf.gov](mailto:proposals@iaf.gov). Las solicitudes enviadas por correo electrónico deberán incluir el nombre del país en el campo "Asunto".

Favor de revisar la sección de preguntas frecuentes y comuníquese con el representante de la Fundación para su país. Si luego de revisar cuidadosamente tiene alguna otra duda puede escribir al correo [inquiries@iaf.gov](mailto:inquiries@iaf.gov).

Formato a seguir:

La solicitud a la IAF consta de tres partes obligatorias:

- **Primera parte:**  
Portada. Deberá completarse con la información solicitada.
- **Segunda parte:**  
Descripción narrativa. Las respuestas a las preguntas no deberán exceder de 10 páginas, a doble espacio, con tipo de letra de fuente 12 en Arial.
- **Tercera parte:**  
Presupuesto. Deberá seguirse el modelo en la solicitud.

Los formatos se colocarán en anexos 11, 12 y 13 del presente trabajo.

El monto de una donación otorgada por la IAF depende de las necesidades de la organización proponente y la cantidad de recursos de contrapartida movilizados. Las donaciones recientemente otorgadas por la IAF han oscilado entre los US\$25.000 y los US\$400.000.

## **E. CROWDFUNDING-DONACIONES**

En este apartado se amplía sobre las formas no convencionales de obtener financiamiento para iniciativas en pro del beneficio social, que son otorgadas en concepto de donaciones. Los dos medios no convencionales a los cuales se puede optar son:

### **i. Donaciones por medio de Crowdfunding.**

#### **¿En qué consiste?**

Es un proceso por el cual se puede pedir al público en su mayoría de manera online donaciones que se pueden ocupar como capital o inversión para emprendimiento o proyectos que se tengan planeado. En algunos casos, las personas que aportan su dinero lo hacen de forma desinteresada, simplemente por la satisfacción de ayudar a alguien en la consecución de un proyecto. Sin embargo, en otros casos, los patrocinadores pueden exigir una cierta recompensa, como pueda ser una mención digital, ser los primeros en disfrutar del servicio ofrecido u obtener un producto personalizado, entre otros.

## ¿Cuáles son los modelos que se pueden obtener?

Actualmente, dependiendo del tipo recompensa que los participantes reciben a cambio de su participación en el proyecto, existen cinco modelos de obtener donaciones:

- ✓ **De donaciones:** Quienes realizan aportaciones no esperan beneficios a cambio
- ✓ **De recompensas:** Quienes hacen aportaciones recibirán una recompensa por su contribución.
- ✓ **De acciones:** Quienes reciben participaciones de ella.
- ✓ **De préstamos o crowdlending:** Se trata de una financiación en masa, a través de préstamos de una empresa a cambio de un tipo de interés por el dinero prestado.
- ✓ **De royalties:** Cuando se invierte en un determinado proyecto o empresa y se espera obtener una parte, aunque sea simbólica, de los beneficios.

Para el plan de desarrollo turístico del municipio de Chilitupán se debe enfocar en los dos primeros modelos de obtener donaciones, la segunda considerando que las recompensas sean menciones de las fuentes de apoyo. Adicionalmente se debe conocer cuál es el procedimiento o funcionamiento para poder optar a ellas:

## ¿Cómo funciona?

El funcionamiento depende del tipo de crowdfunding que hayamos seleccionado como forma de financiación. No obstante, estos son las fases principales:

- ✓ **El emprendedor envía su proyecto,** o su idea de empresa a una plataforma de crowdfunding, que suele ser online, para ser candidato a la financiación. Para que se pueda valorar su proyecto indica: una descripción del mismo, qué cantidad necesita, cuánto tiempo hay para recaudar lo que necesita, tipo de crowdfunding a elegir, etc.
- ✓ **Valoración del proyecto:** la comunidad o la propia plataforma valora el interés del proyecto.
- ✓ **Se publica en la plataforma** el proyecto por el tiempo indicado en la candidatura. Es el período de tiempo de que dispone la gente para invertir.
- ✓ Durante el tiempo que esté público, **se promociona al máximo** para conseguir la financiación.
- ✓ **Cierre del proyecto.** Cuando finaliza el plazo establecido, se cierra el proyecto y se comprueba cuánta financiación se ha conseguido.

Como último punto para considerar esta opción de financiamiento no reembolsable es listar las plataformas donde puedo aplicar las fases listadas anteriormente.

## Principales sitios de crowdfunding del mundo y de América Latina para financiar un proyecto

### ➤ **Kickstarter**

Es considerada como la mayor web de crowdfunding del mundo. Desde su lanzamiento, en abril de 2009, recaudó más de US\$ 1,8 mil millones, comprometiendo más de nueve millones de personas. El número de proyectos que se concretaron ya superó la marca de 88 mil (números de julio de 2015).



- **Ideame**  
Es la mayor web crowdfunding de América Latina. La plataforma actúa en los siguientes países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Uruguay y Estados Unidos. Ideame estimula principalmente la financiación por medio de la red de contactos del fundador (de acuerdo con la web, 80% de los recursos provienen de estas personas).
- **Go Found Me**  
Fundada en 2010 en la ciudad de San Diego, California, esta plataforma de crowdfunding se destaca por facilitar la financiación colectiva de proyectos personales y causas sociales. Desde su lanzamiento, la web ha recaudado más de US\$ 1,2 mil millones, comprometiendo a 13 millones de donantes. No hay plazo para recaudar el dinero, ni meta a ser alcanzada
- **Indie Go Go**  
Indiegogo es uno de sus principales competidores a escala mundial. De acuerdo con la plataforma, actúa en 224 países. Además, 15 millones de personas visitan la web mensualmente.

## ii. Donaciones por medio de Plataformas para Proyectos Sociales

El último medio de este tipo es una plataforma que se basa en el modelo de crowdfunding, pero está destinada para la región Centroamericana. El propósito de esta plataforma es el apoyo de proyectos emprendedores de la región sin fines de lucro representando una ventaja sobre las plataformas de crowdfunding listadas anteriormente las cuales si cobran una comisión por el dinero que el proyecto logra recaudar. Tal plataforma lleva el nombre de Recaudemos.org y se enfoca en apoyar iniciativas sociales de nuestra región.

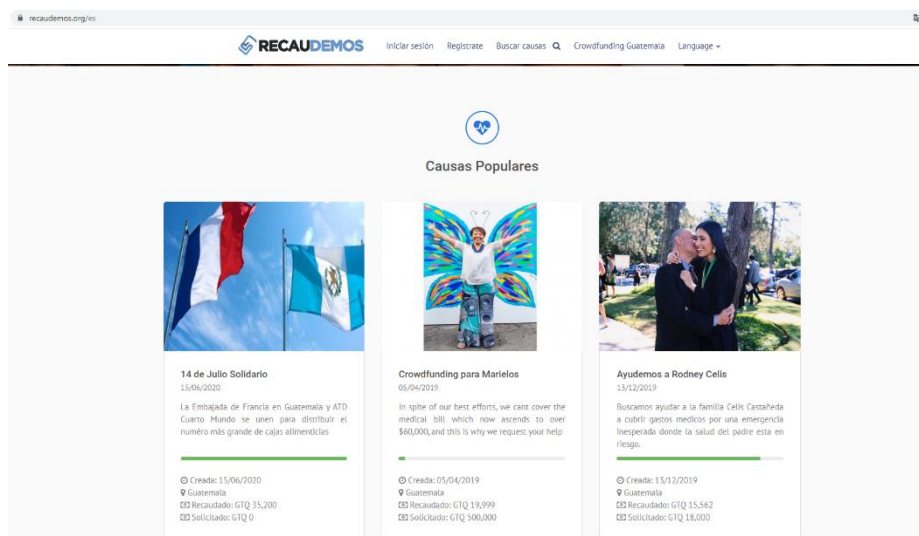


Ilustración 210 plataforma recaudemos.org

Tabla 295 Contacto recaudemos.org

Contactos:	
Correo:	info@recaudemos.org
Página web:	https://www.recaudemos.org/es

Una vez expuesto las diferentes fuentes de financiamiento que se pueden considerar para la ejecución del plan y teniendo en cuenta que el monto a financiar para la inversión presenta un total de \$ 79,972.14 se tendrán los siguientes aspectos a considerar:

- Ya que la principal fuente de financiamiento es el FISDL a través del FODES y ya que este se limita en el monto que puede destinar para el proyecto se usará una inversión mixta en cuestión de fuentes de financiamiento ya que el monto total es elevado para cargarse solamente al FODES.
- Para financiar el proyecto se buscarán fuentes de financiamiento externo no reembolsable en concepto de donaciones
- El apoyo en financiamiento a la cual debe presentarse el proyecto se propone a la **Inter-American Foundation IAF** la cual dentro de la información presentada anteriormente en su apartado es una fundación que tiene presencia en el apoyo de proyectos en El País.

Una vez definida las fuentes de financiamiento del proyecto se procede a establecer los montos que serán gestionados a cada una de las fuentes expresadas:

De acuerdo con los formatos para solicitar apoyo a la IAF y ser considerado como proyecto beneficiario se debe entregar una contraparte ya que dentro de sus consideraciones se encuentra que no se financiará el 100% de una iniciativa, se presentará las inversiones que la alcaldía a través del FODES deberá cubrir como contrapartida.

Tabla 296 monto a financiarse a como contrapartida

Concepto	Inversión
Terreno	\$10,000
Estudios Previos	\$7,558.05
Capital de Trabajo	\$3,911.07
<b>Total</b>	<b>\$21,469.12</b>

Monto que se puede gestionar a través del uso de FODES de la Alcaldía de Chiltiupán y que de acuerdo al presupuesto para el año 2020 en el desglose de egresos se cuenta con un monto de \$ 240,926.74 destinado a personas naturales que abarca el desarrollo de proyectos a la

20 Fuente: Presupuesto de egresos 2020 Alcaldía de Chiltiupán

comunidad con un monto específico de \$91,343.67 que puede ser destinado para la realización de proyectos diversos como es la implementación del presente Plan de desarrollo Turístico.

Una vez presentando una contrapartida para la solicitud de financiamiento a la IAF el monto a solicitarse en concepto de donaciones se detalla de la siguiente manera:

*Tabla 297 Monto a Solicitarse a la IAF*

<b>Concepto</b>	<b>Inversión</b>
Obra Civil	\$ 18,753.80
Equipo para Sistemas de Apoyo	\$ 196.68
Mobiliario y Equipo	\$ 11,493.54
Formación del Comité de Desarrollo Turístico.	\$ 50.00
Permisos de Construcción	\$ 542.76
Registro de Marca Municipio	\$ 208.00
Capacitaciones de Personal	\$ 682.00
Administración del Plan	\$ 24,560.29
Imprevistos	\$ 2,015.95
<b>Total</b>	<b>\$ 58,506.02</b>

Ahora bien, este monto que será solicitado debe cumplir con el monto de donaciones que puede ser otorgada por la IAF que están en un rango de \$25,000 y \$ 400,000, el cual se considera como aplicable. Este monto deberá ser detallado en la tercera parte de la solicitud en el apartado de presupuesto y la cual puede observarse en el formato mostrado en el anexo 13

Como resumen de la inversión mixta y fuentes de financiamiento que se hará en el desarrollo del plan de desarrollo Turístico se tiene que:

*Tabla 298 montos de financiamiento*

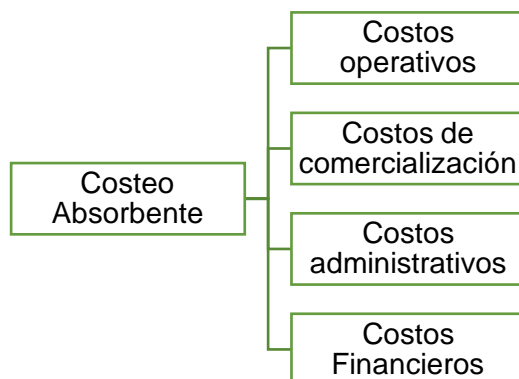
<b>Fuente</b>	<b>Monto</b>	<b>%</b>
FODES	\$21,469.12	<b>26.84%</b>
IAF	\$58,506.02	<b>73.15%</b>

## D. COSTOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

Para el desarrollo del proyecto que consiste en la creación de circuitos turístico, se debe tener un control de todos aquellos elementos que contribuyen a llevar a cabo la prestación del servicio y los costos que cada uno de ellos representan, ya que, de esta manera, se puede estar mejor preparado para afrontar las diversas demandas del mercado consumidor. Para el caso de la propuesta de recorridos turísticos, se propone para el sistema de costeo:

### Costeo Absorbente

Permitirá mezclar los diferentes rubros de costos directos e indirectos con el fin de determinar el costo unitario para cada recorrido y estos serán agrupados en 4 rubros, que permitirán determinar el costo total del servicio, estos rubros son:



*Ilustración 211. Clasificación de los costos de la propuesta.*

Dicho sistema es el más utilizado para fines 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. Para el caso del plan de desarrollo turístico de Chilitupán, se propone este sistema de costeo, ya que se estará tomando en cuenta en el precio establecido de los recorridos, todos aquellos costos en los que incurre el plan para llevar a cabo el servicio, que en su mayoría se vuelven comunes ya que la municipalidad por sí mismo no es propietaria de ninguno de los servicios ofrecidos dentro de los paquetes, más bien se apoya de otras iniciativas para llevarlas a cabo. Además de que nos permitirá identificar aquellos costos a los cuales se tendrá que someter el plan al llevar a cabo el proyecto turístico.

**Prorratio de costos:** Cada uno de los costos totales de los rubros identificados por medio del sistema de costeo absorbente se distribuirá en cada uno de los recorridos turísticos según la demanda que éstos presenten. Se ha tomado como referencia la demanda para llevar a cabo el prorratio, ya que, si bien se ofrecerán diferentes servicios en cada recorrido, estos son subcontratados, y el servicio que preste el CDT o la municipalidad a los turistas en general por medio de cada recorrido es el mismo, es decir el servicio de logística para llevar a cabo el paseo turístico. Para cada uno de los rubros identificados, como lo son: operativos, comercialización, administrativos y financieros, serán divididos sus costos de manera proporcional a la demanda 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.

## 1. Costos por proyecto

Como primer paso para el cálculo de costos globales del Plan de desarrollo Turístico del municipio de Chiltiupán se desglosarán los costos iniciando con cada uno de los proyectos que están contemplados en el Plan para posteriormente realizar el cálculo por programa y así realizar el conglomerado de los costos totales del Plan.

a) Proyecto 1: Diseño de circuitos Turísticos.

CIRCUITO 1: “Entre playa y montaña”

Para el cálculo de los costos variables del circuito entre playa y montaña se utilizó los requerimientos de las tablas de la 198 a la 206, respectivamente.

Tabla 299 Costos variables de proyecto 1 diseño de circuitos turísticos en circuito n°1

COSTOS VARIABLES: CIRCUITO ENTRE PLAYA Y MONTAÑA														
MES	GUÍA TURÍSTICO		PICK UP		BROCHURE		BOTELLAS CON AGUA	FACTURAS	BOLSA PARA BASURA		PAPEL HIGIÉNICO		JABON LIQUIDO	
	C. Unit	\$ 30.00	C. Unit	\$ 45.00	C. Unit.	\$ 0.25	\$ 0.55	\$ 0.05	C. Unit	\$ 0.07	C. Unit.	\$ 0.60	C. Unit.	\$ 2.82
	U	C. Total	U	C. Total	U	C. Total	C. Total	C. Total	U	C. Total	U	C. Total	U	C. Total
Enero	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	40	\$ 10.00	\$ 22.00	\$ 2.00	3	\$ 0.20	4	\$ 2.40	3	\$ 8.46
Febrero	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	21	\$ 5.25	\$ 11.55	\$ 1.05	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Marzo	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	30	\$ 7.50	\$ 16.50	\$ 1.50	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Abril	8	\$ 240.00	4	\$ 180.00	130	\$ 32.50	\$ 71.50	\$ 6.50	12	\$ 0.78	8	\$ 4.80	12	\$ 33.84
Mayo	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	20	\$ 5.00	\$ 11.00	\$ 1.00	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Junio	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	15	\$ 3.75	\$ 8.25	\$ 0.75	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Julio	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	31	\$ 7.75	\$ 17.05	\$ 1.55	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Agosto	6	\$ 180.00	3	\$ 135.00	83	\$ 20.75	\$ 45.65	\$ 4.15	9	\$ 0.59	6	\$ 3.60	9	\$ 25.38
Septiembre	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	18	\$ 4.50	\$ 9.90	\$ 0.90	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Octubre	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	18	\$ 4.50	\$ 9.90	\$ 0.90	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Noviembre	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	24	\$ 6.00	\$ 13.20	\$ 1.20	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Diciembre	8	\$ 240.00	4	\$ 180.00	130	\$ 32.50	\$ 71.50	\$ 6.50	12	\$ 0.78	8	\$ 4.80	12	\$ 33.84
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>\$ 1,200.00</b>	<b>20</b>	<b>\$ 900.00</b>	<b>560</b>	<b>\$ 140.00</b>	<b>\$ 308.00</b>	<b>\$ 28.00</b>	<b>60</b>	<b>\$ 3.90</b>	<b>42</b>	<b>\$ 25.20</b>	<b>60</b>	<b>\$ 169.20</b>

**CIRCUITO 2: “Historias de Chiltiupán”**

Para el cálculo de los costos variables del circuito historias de Chiltiupán se utilizó los requerimientos de las tablas de la 198 a la 206, respectivamente.

*Tabla 300 Costos variables de proyecto 1 diseño de circuitos turísticos en circuito n°2*

<b>COSTOS VARIABLES: CIRCUITO HISTORIAS DE CHILTIUPÁN</b>														
MES	GUÍA TURÍSTICO		PICK UP		BROCHURE		BOTELLAS CON AGUA	FACTURAS	BOLSA PARA BASURA		PAPEL HIGIÉNICO		JABON LIQUIDO	
	C. Unit.	\$ 30.00	C. Unit.	\$ 45.00	C. Unit.	\$ 0.25	\$ 0.55	\$ 0.05	C. Unit.	\$ 0.07	C. Unit.	\$ 0.60	C. Unit.	\$ 2.82
	U	C. Total	U	C. Total	U	C. Total	C. Total	C. Total	U	C. Total	U	C. Total	U	C. Total
Enero	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	26	\$ 6.50	\$ 14.30	\$ 1.30	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Febrero	1	\$ 30.00	1	\$ 45.00	13	\$ 3.25	\$ 7.15	\$ 0.65	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Marzo	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	19	\$ 4.75	\$ 10.45	\$ 0.95	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Abril	6	\$ 180.00	3	\$ 135.00	83	\$ 20.75	\$ 45.65	\$ 4.15	9	\$ 0.59	6	\$ 3.60	9	\$ 25.38
Mayo	1	\$ 30.00	1	\$ 45.00	13	\$ 3.25	\$ 7.15	\$ 0.65	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Junio	1	\$ 30.00	1	\$ 45.00	10	\$ 2.50	\$ 5.50	\$ 0.50	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Julio	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	20	\$ 5.00	\$ 11.00	\$ 1.00	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Agosto	4	\$ 120.00	2	\$ 90.00	53	\$ 13.25	\$ 29.15	\$ 2.65	6	\$ 0.39	4	\$ 2.40	6	\$ 16.92
Septiembre	1	\$ 30.00	1	\$ 45.00	11	\$ 2.75	\$ 6.05	\$ 0.55	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Octubre	1	\$ 30.00	1	\$ 45.00	11	\$ 2.75	\$ 6.05	\$ 0.55	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Noviembre	2	\$ 60.00	1	\$ 45.00	15	\$ 3.75	\$ 8.25	\$ 0.75	3	\$ 0.20	2	\$ 1.20	3	\$ 8.46
Diciembre	6	\$ 180.00	3	\$ 135.00	83	\$ 20.75	\$ 45.65	\$ 4.15	9	\$ 0.59	6	\$ 3.60	9	\$ 25.38
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>\$ 870.00</b>	<b>17</b>	<b>\$ 765.00</b>	<b>357</b>	<b>\$ 89.25</b>	<b>\$ 196.35</b>	<b>\$ 17.85</b>	<b>51</b>	<b>\$ 3.32</b>	<b>34</b>	<b>\$ 20.40</b>	<b>51</b>	<b>\$ 143.82</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del circuito entre playa y montaña se hizo la sumatoria de la tabla 299.

*Tabla 301 Costos totales circuito 1 entre playa y montaña*

<b>Costos Totales: Circuito entre playa y montaña</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ -	\$ 150.06	\$ 150.06
Febrero	\$ -	\$ 132.71	\$ 132.71
Marzo	\$ -	\$ 140.36	\$ 140.36
Abril	\$ -	\$ 569.92	\$ 569.92
Mayo	\$ -	\$ 131.86	\$ 131.86
Junio	\$ -	\$ 127.61	\$ 127.61
Julio	\$ -	\$ 141.21	\$ 141.21
Agosto	\$ -	\$ 415.12	\$ 415.12
Septiembre	\$ -	\$ 130.16	\$ 130.16
Octubre	\$ -	\$ 130.16	\$ 130.16
Noviembre	\$ -	\$ 135.26	\$ 135.26
Diciembre	\$ -	\$ 569.92	\$ 569.92
<b>Total</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2,774.30</b>	<b>\$ 2,774.30</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del circuito historias de Chiltiupán se hizo la sumatoria de la tabla 300.

*Tabla 302 Costos totales circuito 2 Historias de Chiltiupán*

<b>Costos Totales: Circuito historias de Chiltiupán</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ -	\$ 136.96	\$ 136.96
Febrero	\$ -	\$ 95.91	\$ 95.91
Marzo	\$ -	\$ 131.01	\$ 131.01
Abril	\$ -	\$ 415.12	\$ 415.12
Mayo	\$ -	\$ 95.91	\$ 95.91
Junio	\$ -	\$ 93.36	\$ 93.36
Julio	\$ -	\$ 131.86	\$ 131.86
Agosto	\$ -	\$ 274.76	\$ 274.76
Septiembre	\$ -	\$ 94.21	\$ 94.21
Octubre	\$ -	\$ 94.21	\$ 94.21
Noviembre	\$ -	\$ 127.61	\$ 127.61
Diciembre	\$ -	\$ 415.12	\$ 415.12
<b>Total</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2,105.99</b>	<b>\$ 2,105.99</b>

b) Proyecto 2: Señalización Turística

Para el cálculo de los costos variables del proyecto de señalización turística se utilizó los requerimientos de la tabla 216.

Tabla 303 Costos variables del proyecto señalización turística

<b>Costo Variables: Señalización Turística</b>				
Mes	Combustible		Pintura	
	C. Unit	\$ 2.16	C. Unit	\$ 20.75
	Gal.	C. Total	Gal.	C. Total
Enero	10	\$ 21.60	2	\$ 41.50
Febrero	8	\$ 17.28	0	\$ -
Marzo	8	\$ 17.28	0	\$ -
Abril	16	\$ 34.56	2	\$ 41.50
Mayo	8	\$ 17.28	0	\$ -
Junio	8	\$ 17.28	0	\$ -
Julio	8	\$ 17.28	2	\$ 41.50
Agosto	16	\$ 34.56	0	\$ -
Septiembre	8	\$ 17.28	0	\$ -
Octubre	8	\$ 17.28	2	\$ 41.50
Noviembre	8	\$ 17.28	0	\$ -
Diciembre	16	\$ 34.56	0	\$ -
<b>Total</b>		<b>\$ 263.52</b>		<b>\$ 166.00</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto señalización turística se hizo la sumatoria de la tabla 303.

Tabla 304 Costos totales del proyecto señalización turística

<b>Costos Totales: Señalización Turística</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ -	\$ 63.10	\$ 63.10
Febrero	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Marzo	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Abril	\$ -	\$ 76.06	\$ 76.06
Mayo	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Junio	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Julio	\$ -	\$ 58.78	\$ 58.78
Agosto	\$ -	\$ 34.56	\$ 34.56
Septiembre	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Octubre	\$ -	\$ 58.78	\$ 58.78
Noviembre	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Diciembre	\$ -	\$ 34.56	\$ 34.56
<b>Total</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 429.52</b>	<b>\$ 429.52</b>



c) Proyecto 3: Infraestructura Turística del municipio de Chilitupán

Para el cálculo de los costos variables del proyecto de infraestructura turística se utilizó los cálculos de la tabla en anexo 14.

Tabla 305 Costos variables del proyecto Infraestructura turística

<b>Costo Variable: Infraestructura Turística</b>				
Mes	Combustible		Agua	
	C. Unit	\$ 2.16	C. m3	\$ 0.90
	gal.	C. Total	m3	C. Total
Enero	12	\$ 25.92	21.93	\$ 19.74
Febrero	10	\$ 21.60	19.38	\$ 17.44
Marzo	8	\$ 17.28	19.53	\$ 17.57
Abril	14	\$ 30.24	23.40	\$ 21.06
Mayo	8	\$ 17.28	19.37	\$ 17.43
Junio	8	\$ 17.28	19.29	\$ 17.36
Julio	8	\$ 17.28	19.55	\$ 17.59
Agosto	12	\$ 25.92	22.63	\$ 20.37
Septiembre	8	\$ 17.28	19.33	\$ 17.39
Octubre	8	\$ 17.28	19.33	\$ 17.39
Noviembre	8	\$ 17.28	19.43	\$ 17.48
Diciembre	14	\$ 30.24	23.40	\$ 21.06
<b>Total</b>		<b>\$ 254.88</b>		<b>\$ 221.91</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto infraestructura turística se hizo la sumatoria de la tabla 305.

Tabla 306 Costos totales del proyecto infraestructura turística

<b>Costos Totales: Infraestructura Turística</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ -	\$ 45.66	\$ 45.66
Febrero	\$ -	\$ 39.04	\$ 39.04
Marzo	\$ -	\$ 34.85	\$ 34.85
Abril	\$ -	\$ 51.30	\$ 51.30
Mayo	\$ -	\$ 34.71	\$ 34.71
Junio	\$ -	\$ 34.64	\$ 34.64
Julio	\$ -	\$ 34.87	\$ 34.87
Agosto	\$ -	\$ 46.29	\$ 46.29
Septiembre	\$ -	\$ 34.67	\$ 34.67
Octubre	\$ -	\$ 34.67	\$ 34.67
Noviembre	\$ -	\$ 34.76	\$ 34.76
Diciembre	\$ -	\$ 51.30	\$ 51.30
<b>Total</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 476.79</b>	<b>\$ 476.79</b>

d) Proyecto 4: Museo Municipal

Para el cálculo de los costos fijos del proyecto museo municipal se utilizó los cálculos de la tabla que se encuentra en anexo 17.

Tabla 307 Costos fijos del proyecto Museo municipal

<b>Costo Fijo: Museo Municipal</b>					
Mes	Salario Guía		Limpieza y Mantenimiento	Internet y telefonía	Pago de local
	Personas	C. Total	C. Total	C. Total	C. Total
Enero	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
Febrero	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
Marzo	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
Abril	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
Mayo	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
Junio	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
Julio	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
Agosto	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
Septiembre	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
Octubre	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
Noviembre	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
Diciembre	1	\$ 350.56	\$ 120.00	\$ 15.00	\$ 200.00
<b>Total</b>		<b>\$4,206.67</b>	<b>\$ 1,440.00</b>	<b>\$ 180.00</b>	<b>\$ 2,400.00</b>

Para el cálculo de los costos variables del proyecto museo municipal se utilizó los cálculos de las tablas que se encuentran en anexo 15 y 16.

Tabla 308 Costos variable del proyecto Museo municipal

<b>Costo Variable: Museo Municipal</b>				
Mes	Energía		Agua	
	C. Unit	\$ 0.16	C. m3	\$ 0.90
	kW/h	C. Total	m3	C. Total
Enero	19.8	\$ 4.52	17.42	\$ 15.67
Febrero	19.8	\$ 4.52	11.59	\$ 10.43
Marzo	19.8	\$ 4.52	11.62	\$ 10.46
Abril	19.8	\$ 4.52	12.03	\$ 10.83
Mayo	19.8	\$ 4.52	11.58	\$ 10.42
Junio	19.8	\$ 4.52	11.56	\$ 10.41
Julio	19.8	\$ 4.52	11.63	\$ 10.46
Agosto	19.8	\$ 4.52	17.59	\$ 15.83
Septiembre	19.8	\$ 4.52	11.57	\$ 10.42
Octubre	19.8	\$ 4.52	11.57	\$ 10.42
Noviembre	19.8	\$ 4.52	11.60	\$ 10.44
Diciembre	19.8	\$ 4.52	17.78	\$ 16.00
<b>Total</b>		<b>\$ 54.24</b>		<b>\$ 141.79</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto infraestructura turística se hizo la sumatoria de las tablas 307 y 308.

Tabla 309 Costos totales del proyecto museo municipal

<b>Costos Totales: Museo Municipal</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 685.56	\$ 20.19	\$ 705.75
Febrero	\$ 685.56	\$ 14.95	\$ 700.50
Marzo	\$ 685.56	\$ 14.98	\$ 700.54
Abril	\$ 685.56	\$ 15.35	\$ 700.91
Mayo	\$ 685.56	\$ 14.94	\$ 700.50
Junio	\$ 685.56	\$ 14.93	\$ 700.48
Julio	\$ 685.56	\$ 14.98	\$ 700.54
Agosto	\$ 685.56	\$ 20.35	\$ 705.91
Septiembre	\$ 685.56	\$ 14.94	\$ 700.49
Octubre	\$ 685.56	\$ 14.94	\$ 700.49
Noviembre	\$ 685.56	\$ 14.96	\$ 700.51
Diciembre	\$ 685.56	\$ 20.52	\$ 706.08
<b>Total</b>	<b>\$ 8,226.67</b>	<b>\$ 196.03</b>	<b>\$ 8,422.70</b>

e) Proyecto 5: Buenas Prácticas de Turismo Sostenible.

Para el cálculo de los costos fijos del proyecto buenas prácticas de turismo sostenible se utilizó los requerimientos de la tabla 237.

Tabla 310 Costos fijos del proyecto: buenas prácticas de turismo sostenible

<b>Costos Fijos: Buenas prácticas de turismo sostenible</b>		
Mes	Personal de manejo de desechos sólidos	
	C. Unit.	\$ 200.00
	Personas	C. Total
Enero	2	\$ 400.00
Febrero	2	\$ 400.00
Marzo	2	\$ 400.00
Abril	2	\$ 400.00
Mayo	2	\$ 400.00
Junio	2	\$ 400.00
Julio	2	\$ 400.00
Agosto	2	\$ 400.00
Septiembre	2	\$ 400.00
Octubre	2	\$ 400.00
Noviembre	2	\$ 400.00
Diciembre	2	\$ 400.00
<b>Total</b>		<b>\$4,800.00</b>

Para el cálculo de los costos variables del proyecto buenas prácticas de turismo sostenible se utilizó los requerimientos de las tablas 238 y 239.

*Tabla 311 Costos variables del proyecto buenas: prácticas de turismo sostenible*

<b>Costos Variables: Buenas prácticas de turismo sostenible</b>				
Mes	Encuestas de Satisfacción		Mascarillas	
	C. Unit.	\$ 0.03	C. Unit	\$ 10.00
	U	C. Total	U	C. Total
Enero	20	\$ 0.60	2	\$ 20.00
Febrero	10	\$ 0.30	1	\$ 10.00
Marzo	10	\$ 0.30	1	\$ 10.00
Abril	40	\$ 1.20	2	\$ 20.00
Mayo	10	\$ 0.30	1	\$ 10.00
Junio	10	\$ 0.30	1	\$ 10.00
Julio	10	\$ 0.30	1	\$ 10.00
Agosto	30	\$ 0.90	2	\$ 20.00
Septiembre	10	\$ 0.30	1	\$ 10.00
Octubre	10	\$ 0.30	1	\$ 10.00
Noviembre	10	\$ 0.30	1	\$ 10.00
Diciembre	40	\$ 1.20	2	\$ 20.00
<b>Total</b>		<b>\$ 6.30</b>		<b>\$ 160.00</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto buenas prácticas de turismo sostenible se hizo la sumatoria de las tablas 310 y 311.

*Tabla 312 Costos totales del proyecto buenas: prácticas de turismo sostenible*

<b>Costos Totales: Buenas prácticas de turismo sostenible</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 400.00	\$ 20.60	\$ 420.60
Febrero	\$ 400.00	\$ 10.30	\$ 410.30
Marzo	\$ 400.00	\$ 10.30	\$ 410.30
Abril	\$ 400.00	\$ 21.20	\$ 421.20
Mayo	\$ 400.00	\$ 10.30	\$ 410.30
Junio	\$ 400.00	\$ 10.30	\$ 410.30
Julio	\$ 400.00	\$ 10.30	\$ 410.30
Agosto	\$ 400.00	\$ 20.90	\$ 420.90
Septiembre	\$ 400.00	\$ 10.30	\$ 410.30
Octubre	\$ 400.00	\$ 10.30	\$ 410.30
Noviembre	\$ 400.00	\$ 10.30	\$ 410.30
Diciembre	\$ 400.00	\$ 21.20	\$ 421.20
<b>Total</b>	<b>\$ 4,800.00</b>	<b>\$ 166.30</b>	<b>\$ 4,966.30</b>

f) Proyecto 6: Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales.

Para el cálculo de los costos variables del proyecto conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales se utilizó los requerimientos de la tabla 242.

Tabla 313 Costos variables proyecto de conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales

<b>Costo Variables: Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales</b>				
Mes	Combustible		Pintura	
	C. Unit	\$ 2.16	C. Unit	\$ 20.75
	Gal.	C. Total	Gal.	C. Total
Enero	10	\$ 21.60	2	\$ 41.50
Febrero	8	\$ 17.28	0	\$ -
Marzo	8	\$ 17.28	0	\$ -
Abril	16	\$ 34.56	2	\$ 41.50
Mayo	8	\$ 17.28	0	\$ -
Junio	8	\$ 17.28	0	\$ -
Julio	8	\$ 17.28	2	\$ 41.50
Agosto	16	\$ 34.56	0	\$ -
Septiembre	8	\$ 17.28	0	\$ -
Octubre	8	\$ 17.28	2	\$ 41.50
Noviembre	8	\$ 17.28	0	\$ -
Diciembre	16	\$ 34.56	0	\$ -
<b>Total</b>		<b>\$ 263.52</b>		<b>\$ 166.00</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales se hizo la sumatoria de la tabla 313.

Tabla 314 Costos totales del proyecto conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales.

<b>Costo Totales: Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ -	\$ 63.10	\$ 63.10
Febrero	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Marzo	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Abril	\$ -	\$ 76.06	\$ 76.06
Mayo	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Junio	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Julio	\$ -	\$ 58.78	\$ 58.78
Agosto	\$ -	\$ 34.56	\$ 34.56
Septiembre	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Octubre	\$ -	\$ 58.78	\$ 58.78
Noviembre	\$ -	\$ 17.28	\$ 17.28
Diciembre	\$ -	\$ 34.56	\$ 34.56
<b>Total</b>	\$ -	<b>\$ 429.52</b>	<b>\$ 429.52</b>

g) Proyecto 7: Creación y funcionamiento de CDT

Para el cálculo de los costos variables del proyecto creación y funcionamiento de CDT se utilizó los requerimientos de la tabla 244.

Tabla 315 Costos variables del proyecto creación y funcionamiento de CDT

Costos Variables: Creación y Funcionamiento de CDT								
Mes	Papel Higiénico		Papel Bond		Bolsas para basura		Jabón Líquido	
	C. Unit.	\$ 0.60	C. Unit.	\$ 4.90	C. Unit.	\$ 0.07	C. Unit.	\$ 5.95
	U	C. Total	U	C. Total	U	C. Total	Gal.	C.Total
Enero	1	\$ 0.60	2	\$ 9.80	5	\$ 0.35	1	\$ 5.95
Febrero	1	\$ 0.60	0	\$ -	5	\$ 0.35	0	\$ -
Marzo	1	\$ 0.60	0	\$ -	5	\$ 0.35	0	\$ -
Abril	1	\$ 0.60	2	\$ 9.80	5	\$ 0.35	1	\$ 5.95
Mayo	1	\$ 0.60	0	\$ -	5	\$ 0.35	0	\$ -
Junio	1	\$ 0.60	0	\$ -	5	\$ 0.35	0	\$ -
Julio	1	\$ 0.60	2	\$ 9.80	5	\$ 0.35	1	\$ 5.95
Agosto	1	\$ 0.60	0	\$ -	5	\$ 0.35	0	\$ -
Septiembre	1	\$ 0.60	0	\$ -	5	\$ 0.35	0	\$ -
Octubre	1	\$ 0.60	2	\$ 9.80	5	\$ 0.35	1	\$ 5.95
Noviembre	1	\$ 0.60	0	\$ -	5	\$ 0.35	0	\$ -
Diciembre	1	\$ 0.60	0	\$ -	5	\$ 0.35	0	\$ -
<b>Total</b>		<b>\$ 7.20</b>		<b>\$ 39.20</b>		<b>\$ 4.20</b>		<b>\$ 23.80</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto creación y funcionamiento de CDT se hizo la sumatoria de la tabla 315.

Tabla 316 Costos totales del proyecto creación y funcionamiento de CDT

Costos totales: Creación y Funcionamiento de CDT			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ -	\$ 16.70	\$ 16.70
Febrero	\$ -	\$ 0.95	\$ 0.95
Marzo	\$ -	\$ 0.95	\$ 0.95
Abril	\$ -	\$ 16.70	\$ 16.70
Mayo	\$ -	\$ 0.95	\$ 0.95
Junio	\$ -	\$ 0.95	\$ 0.95
Julio	\$ -	\$ 16.70	\$ 16.70
Agosto	\$ -	\$ 0.95	\$ 0.95
Septiembre	\$ -	\$ 0.95	\$ 0.95
Octubre	\$ -	\$ 16.70	\$ 16.70
Noviembre	\$ -	\$ 0.95	\$ 0.95
Diciembre	\$ -	\$ 0.95	\$ 0.95
<b>Total</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 74.40</b>	<b>\$ 74.40</b>

h) Proyecto 8: Creación y Funcionamiento de Unidad de Turismo Municipal

Para el cálculo de los costos variables del proyecto creación y funcionamiento de unidad de turismo municipal se utilizó los requerimientos de la tabla 247.

Tabla 317 Costos variables del proyecto creación y funcionamiento de unidad de turismo del municipio de Chiltiupán

<b>Costos Variable: Creación y Funcionamiento de Unidad de Turismo Municipal</b>								
Mes	Papel Bond		Bolsas para basura		Jabón Líquido		Papel Higiénico	
	C. Unit.	\$ 4.90	C. Unit.	\$ 0.07	C. Unit.	\$ 5.95	C. Unit.	\$ 0.60
	U	C. Total	U	C. Total	Gal.	C.Total	U.	C.Total
Enero	2	\$ 9.80	4	\$ 0.28	1	\$ 5.95	3	\$ 1.80
Febrero	0	\$ -	4	\$ 0.28	0	\$ -	3	\$ 1.80
Marzo	2	\$ 9.80	4	\$ 0.28	0	\$ -	3	\$ 1.80
Abril	0	\$ -	4	\$ 0.28	1	\$ 5.95	3	\$ 1.80
Mayo	2	\$ 9.80	4	\$ 0.28	0	\$ -	3	\$ 1.80
Junio	0	\$ -	4	\$ 0.28	0	\$ -	3	\$ 1.80
Julio	2	\$ 9.80	4	\$ 0.28	1	\$ 5.95	3	\$ 1.80
Agosto	0	\$ -	4	\$ 0.28	0	\$ -	3	\$ 1.80
Septiembre	2	\$ 9.80	4	\$ 0.28	0	\$ -	3	\$ 1.80
Octubre	0	\$ -	4	\$ 0.28	1	\$ 5.95	3	\$ 1.80
Noviembre	2	\$ 9.80	4	\$ 0.28	0	\$ -	3	\$ 1.80
Diciembre	0	\$ -	4	\$ 0.28	0	\$ -	3	\$ 1.80
<b>Total</b>		<b>\$ 58.80</b>		<b>\$ 3.36</b>		<b>\$ 23.80</b>		<b>\$ 21.60</b>

Para el cálculo de los costos fijos del proyecto creación y funcionamiento de unidad de turismo municipal se utilizó los cálculos de la tabla que se encuentra en anexo 18.

Tabla 318 Costos fijos del proyecto Creación y funcionamiento de Unidad de Turismo del municipio de Chiltiupán

<b>Costos Fijo: Creación y Funcionamiento de Unidad de Turismo Municipal</b>		
Mes	Salario Técnico de Desarrollo Turístico	
	C. Unit.	\$ 403.38
	U	C. Total
Enero	1	\$ 403.38
Febrero	1	\$ 403.38
Marzo	1	\$ 403.38
Abril	1	\$ 403.38
Mayo	1	\$ 403.38
Junio	1	\$ 403.38
Julio	1	\$ 403.38
Agosto	1	\$ 403.38
Septiembre	1	\$ 403.38
Octubre	1	\$ 403.38
Noviembre	1	\$ 403.38
Diciembre	1	\$ 403.38
<b>Total</b>		<b>\$4,840.56</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto creación y funcionamiento de unidad de turismo municipal se hizo la sumatoria de las tablas 317 y 318.

Tabla 319 Costos totales del proyecto Creación y funcionamiento de Unidad de Turismo del municipio de Chilitupán

<b>Costos totales: Creación y Funcionamiento de Unidad de Turismo Municipal</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 403.38	\$ 17.83	\$ 421.21
Febrero	\$ 403.38	\$ 2.08	\$ 405.46
Marzo	\$ 403.38	\$ 11.88	\$ 415.26
Abril	\$ 403.38	\$ 8.03	\$ 411.41
Mayo	\$ 403.38	\$ 11.88	\$ 415.26
Junio	\$ 403.38	\$ 2.08	\$ 405.46
Julio	\$ 403.38	\$ 17.83	\$ 421.21
Agosto	\$ 403.38	\$ 2.08	\$ 405.46
Septiembre	\$ 403.38	\$ 11.88	\$ 415.26
Octubre	\$ 403.38	\$ 8.03	\$ 411.41
Noviembre	\$ 403.38	\$ 11.88	\$ 415.26
Diciembre	\$ 403.38	\$ 2.08	\$ 405.46
<b>Total</b>	<b>\$4,840.56</b>	<b>\$ 107.56</b>	<b>\$ 4,948.12</b>

i) Proyecto 9: Formación de emprendedores.

Para el cálculo de los costos variables del proyecto formación de emprendedores se utilizó los requerimientos de la tabla 250.

Tabla 320 Costos variables proyecto formación de emprendedores

<b>Costos Variables: Formación de emprendedores</b>				
Mes	Papel bond		Plumones	
	C. U	\$ 4.90	C. U	\$ 1.50
	U	CT	U	CT
Enero	3	\$ 14.70	9	\$ 13.50
Febrero	0	\$ -	0	\$ -
Marzo	0	\$ -	0	\$ -
Abril	0	\$ -	0	\$ -
Mayo	0	\$ -	0	\$ -
Junio	3	\$ 14.70	4	\$ 6.00
Julio	0	\$ -	0	\$ -
Agosto	0	\$ -	0	\$ -
Septiembre	0	\$ -	0	\$ -
Octubre	0	\$ -	0	\$ -
Noviembre	0	\$ -	0	\$ -
Diciembre	3	\$ 14.70	4	\$ 6.00
<b>Total</b>		<b>\$ 44.10</b>		<b>\$ 25.50</b>



Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto formación de emprendedores se hizo la sumatoria de la tabla 320.

Tabla 321 Costos totales: Formación de emprendedores

Costos Totales: Formación de emprendedores			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ -	\$ 28.20	\$ 28.20
Febrero	\$ -	\$ -	\$ -
Marzo	\$ -	\$ -	\$ -
Abril	\$ -	\$ -	\$ -
Mayo	\$ -	\$ -	\$ -
Junio	\$ -	\$ 20.70	\$ 20.70
Julio	\$ -	\$ -	\$ -
Agosto	\$ -	\$ -	\$ -
Septiembre	\$ -	\$ -	\$ -
Octubre	\$ -	\$ -	\$ -
Noviembre	\$ -	\$ -	\$ -
Diciembre	\$ -	\$ 20.70	\$ 20.70
<b>Total</b>	\$ -	\$ 69.60	\$ 69.60

j) Proyecto 11: Promoción del Municipio.

Para el cálculo de los costos fijos del proyecto promoción del municipio se utilizó los cálculos de la tabla que se encuentra en anexo 19 y requerimientos de la tabla 254.

Tabla 322 Costos fijos proyecto: Promoción del municipio

Costos Fijos: Promoción del municipio				
Mes	Encargado		Telefonía	
	C. U	\$ 345.75	C. U	\$ 15.00
	U	CT	U	CT
Enero	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
Febrero	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
Marzo	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
Abril	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
Mayo	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
Junio	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
Julio	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
Agosto	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
Septiembre	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
Octubre	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
Noviembre	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
Diciembre	1	\$ 345.75	1	\$ 15.00
<b>Total</b>		<b>\$4,149.00</b>		<b>\$ 180.00</b>

Para el cálculo de los costos variables del proyecto promoción del municipio se utilizó los requerimientos de la tabla 254.

Tabla 323 Costos variables proyecto: Promoción del municipio

<b>Costos Variables: Promoción del municipio</b>										
Mes	Brochure		Tazas		Camisetas		Bolsa de manta		Pin	
	C. U	\$ 0.25	C. U	\$ 1.00	C. U	\$ 3.50	C. U	\$ 2.00	C. U	\$ 0.35
	U	CT	U	CT	U	CT	U	CT	U	CT
Enero	1000	\$ 250.00	50	\$ 50.00	75	\$ 262.50	75	\$150.00	100	\$ 35.00
Febrero	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Marzo	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Abril	1000	\$ 250.00	50	\$ 50.00	75	\$ 262.50	75	\$150.00	100	\$ 35.00
Mayo	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Junio	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Julio	1000	\$ 250.00	50	\$ 50.00	75	\$ 262.50	75	\$150.00	100	\$ 35.00
Agosto	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Sep.	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Octub.	1000	\$ 250.00	50	\$ 50.00	75	\$ 262.50	75	\$150.00	100	\$ 35.00
Novie.	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Diciem.	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
<b>Total</b>		<b>\$1,000.00</b>		<b>\$200.00</b>		<b>\$1,050.00</b>		<b>\$600.00</b>		<b>\$ 140.00</b>

Para el cálculo de los costos variables del proyecto promoción del municipio se utilizó los requerimientos de la tabla 254.

Tabla 324 Costos Variables proyecto: Promoción del municipio

<b>Costos Variables: Promoción del municipio</b>				
Mes	Energía		Garrafones de agua	
	C. U	\$ 0.16	C. U	\$ 2.00
	kW/h	CT	U	CT
Enero	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
Febrero	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
Marzo	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
Abril	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
Mayo	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
Junio	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
Julio	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
Agosto	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
Septiembre	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
Octubre	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
Noviembre	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
Diciembre	42.7	\$ 6.83	2	\$ 4.00
<b>Total</b>		<b>\$81.98</b>		<b>\$48.00</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto promoción del municipio se hizo la sumatoria de las tablas 322, 323 y 324.

Tabla 325 Costos totales proyecto: Promoción del municipio

<b>Costos Totales: Promoción del municipio</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 360.75	\$ 758.33	\$1,119.08
Febrero	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
Marzo	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
Abril	\$ 360.75	\$ 758.33	\$1,119.08
Mayo	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
Junio	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
Julio	\$ 360.75	\$ 758.33	\$1,119.08
Agosto	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
Septiembre	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
Octubre	\$ 360.75	\$ 758.33	\$1,119.08
Noviembre	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
Diciembre	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
<b>Total</b>	<b>\$4,329.00</b>	<b>\$3,119.98</b>	<b>\$7,448.98</b>

k) Proyecto 12: organización y participación de ferias y eventos

Para el cálculo de los costos variables del proyecto organización y participación de ferias y eventos se utilizó los requerimientos de la tabla 255.

Tabla 326 Costos variables proyecto: Organización y participación de ferias y eventos

<b>Costos Variables: organización y participación de ferias y eventos</b>								
Mes	Transporte		Guía Turístico		Refrigerio		Botellas con agua	
	C. U	\$ 40.00	C. U	\$ 30.00	C. U	\$ 3.50	C. U	\$ 0.55
	U	CT	U	CT	U	CT	U	CT
Enero	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Febrero	1	\$ 40.00	1	\$ 30.00	20	\$ 70.00	20	\$ 11.00
Marzo	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Abril	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Mayo	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Junio	1	\$ 40.00	1	\$ 30.00	20	\$ 70.00	20	\$ 11.00
Julio	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Agosto	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Septiembre	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Octubre	1	\$ 40.00	1	\$ 30.00	20	\$ 70.00	20	\$ 11.00
Noviembre	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Diciembre	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
<b>Total</b>		<b>\$ 120.00</b>		<b>\$ 90.00</b>		<b>\$ 210.00</b>		<b>\$ 33.00</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto promoción del municipio se hizo la sumatoria de la tabla 326.

*Tabla 327 Costos totales proyecto: organización y participación de ferias y eventos*

<b>Costos Totales: organización y participación de ferias y eventos</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ -	\$ -	\$ -
Febrero	\$ -	\$ 151.00	\$ 151.00
Marzo	\$ -	\$ -	\$ -
Abril	\$ -	\$ -	\$ -
Mayo	\$ -	\$ -	\$ -
Junio	\$ -	\$ 151.00	\$ 151.00
Julio	\$ -	\$ -	\$ -
Agosto	\$ -	\$ -	\$ -
Septiembre	\$ -	\$ -	\$ -
Octubre	\$ -	\$ 151.00	\$ 151.00
Noviembre	\$ -	\$ -	\$ -
Diciembre	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	\$ -	<b>\$ 453.00</b>	<b>\$ 453.00</b>

l) Proyecto 13: Gestión de alianzas comerciales.

Para el cálculo de los costos variables del proyecto gestión de alianzas comerciales se utilizó los requerimientos de las tablas 256 a 261.

Tabla 328 Costos variables proyecto: Gestión de alianzas comerciales

Costos Variables: Gestión de alianzas comerciales													
Mes	Guía turístico		Pick Up	Brochure		Botellas con agua	Facturas	Jabón liquido		Bolsas para basura		Papel higiénico	
	C. U	\$ 30.00	\$ 45.00	C.U	\$ 0.25	\$ 0.55	\$ 0.05	C. U	\$ 2.82	C.U	\$ 0.07	C.U	\$ 0.60
	U	CT	CT	U	CT	CT	CT	U	CT	U	CT	U	CT
Enero	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Febrero	1	\$ 30.00	\$ 45.00	15	\$ 3.75	\$ 8.25	\$ 0.75	1	\$ 2.82	3	\$ 0.21	3	\$ 1.80
Marzo	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Abril	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Mayo	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Junio	1	\$ 30.00	\$ 45.00	15	\$ 3.75	\$ 8.25	\$ 0.75	1	\$ 2.82	3	\$ 0.21	3	\$ 1.80
Julio	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Agosto	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Septiembre	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Octubre	1	\$ 30.00	\$ 45.00	15	\$ 3.75	\$ 8.25	\$ 0.75	1	\$ 2.82	3	\$ 0.21	3	\$ 1.80
Noviembre	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Diciembre	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>\$ 90.00</b>	<b>\$135.00</b>	<b>45.00</b>	<b>\$11.25</b>	<b>\$ 24.75</b>	<b>\$ 2.25</b>	<b>3</b>	<b>\$ 8.46</b>	<b>9</b>	<b>\$ 0.63</b>	<b>9</b>	<b>\$ 5.40</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto gestión de alianzas comerciales se hizo la sumatoria de la tabla 328.

Tabla 329 Costos totales proyecto: Gestión de alianzas comerciales

<b>Costos Totales: Gestión de alianzas comerciales</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ -	\$ -	\$ -
Febrero	\$ -	\$ 92.58	\$ 92.58
Marzo	\$ -	\$ -	\$ -
Abril	\$ -	\$ -	\$ -
Mayo	\$ -	\$ -	\$ -
Junio	\$ -	\$ 92.58	\$ 92.58
Julio	\$ -	\$ -	\$ -
Agosto	\$ -	\$ -	\$ -
Septiembre	\$ -	\$ -	\$ -
Octubre	\$ -	\$ 92.58	\$ 92.58
Noviembre	\$ -	\$ -	\$ -
Diciembre	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	\$ -	\$ 277.74	\$ 277.74

m) Proyecto 14: Gestión de financiamiento

Para el cálculo de los costos fijos del proyecto gestión de financiamiento se utilizó los requerimientos de la tabla 263.

Tabla 330 Costos fijos proyecto: Gestión de financiamiento

<b>Costos Fijos: Gestión de financiamiento</b>		
Mes	Telefonía	
	C. U	\$ 10.00
	U	CT
Enero	1	\$ 10.00
Febrero	1	\$ 10.00
Marzo	1	\$ 10.00
Abril	1	\$ 10.00
Mayo	1	\$ 10.00
Junio	1	\$ 10.00
Julio	1	\$ 10.00
Agosto	1	\$ 10.00
Septiembre	1	\$ 10.00
Octubre	1	\$ 10.00
Noviembre	1	\$ 10.00
Diciembre	1	\$ 10.00
<b>Total</b>		\$ 120.00

Para el cálculo de los costos variables del proyecto gestión de financiamiento se utilizó los requerimientos de la tabla 263.

Tabla 331 Costos variables proyecto: Gestión de financiamiento

<b>Costos variables: Gestión de financiamiento</b>		
Mes	Combustible	
	C. U	\$ 2.16
	Gal.	CT
Enero	9	\$ 19.44
Febrero	6	\$ 12.96
Marzo	9	\$ 19.44
Abril	6	\$ 12.96
Mayo	9	\$ 19.44
Junio	6	\$ 12.96
Julio	9	\$ 19.44
Agosto	6	\$ 12.96
Septiembre	9	\$ 19.44
Octubre	6	\$ 12.96
Noviembre	9	\$ 19.44
Diciembre	6	\$ 12.96
<b>Total</b>		<b>\$ 194.40</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto gestión de financiamiento se hizo la sumatoria de las tablas 330 y 331.

Tabla 332 Costos totales proyecto: Gestión de financiamiento

<b>Costos Totales: Gestión de financiamiento</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 10.00	\$ 19.44	\$ 29.44
Febrero	\$ 10.00	\$ 12.96	\$ 22.96
Marzo	\$ 10.00	\$ 19.44	\$ 29.44
Abril	\$ 10.00	\$ 12.96	\$ 22.96
Mayo	\$ 10.00	\$ 19.44	\$ 29.44
Junio	\$ 10.00	\$ 12.96	\$ 22.96
Julio	\$ 10.00	\$ 19.44	\$ 29.44
Agosto	\$ 10.00	\$ 12.96	\$ 22.96
Septiembre	\$ 10.00	\$ 19.44	\$ 29.44
Octubre	\$ 10.00	\$ 12.96	\$ 22.96
Noviembre	\$ 10.00	\$ 19.44	\$ 29.44
Diciembre	\$ 10.00	\$ 12.96	\$ 22.96
<b>Total</b>	<b>\$ 120.00</b>	<b>\$ 194.40</b>	<b>\$ 314.40</b>

n) Proyecto 16: Cooperación en Seguridad.

Para el cálculo de los costos variables del proyecto cooperación en seguridad se utilizó los requerimientos de las tablas 200 y 201.

Tabla 333 Costos variables proyecto Cooperación en Seguridad

<b>Costos Variables: Cooperación en Seguridad</b>				
Mes	Transporte		Alimentación	
	C. U	\$ 12.00	C. U	\$ 5.00
	U	CT	U	CT
Enero	2	\$ 24.00	4	\$ 20.00
Febrero	2	\$ 24.00	4	\$ 20.00
Marzo	3	\$ 36.00	6	\$ 30.00
Abril	7	\$ 84.00	14	\$ 70.00
Mayo	2	\$ 24.00	4	\$ 20.00
Junio	2	\$ 24.00	4	\$ 20.00
Julio	3	\$ 36.00	6	\$ 30.00
Agosto	5	\$ 60.00	10	\$ 50.00
Septiembre	2	\$ 24.00	4	\$ 20.00
Octubre	2	\$ 24.00	4	\$ 20.00
Noviembre	3	\$ 36.00	6	\$ 30.00
Diciembre	7	\$ 84.00	14	\$ 70.00
<b>Total</b>		<b>\$ 480.00</b>		<b>\$ 400.00</b>

Se procede a calcular el total de los costos fijos y variables del proyecto cooperación en seguridad se hizo la sumatoria de la tabla 333.

Tabla 334 Costos totales proyecto: Cooperación en Seguridad

<b>Costos Totales: Cooperación en Seguridad</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ -	\$ 44.00	\$ 44.00
Febrero	\$ -	\$ 44.00	\$ 44.00
Marzo	\$ -	\$ 66.00	\$ 66.00
Abril	\$ -	\$ 154.00	\$ 154.00
Mayo	\$ -	\$ 44.00	\$ 44.00
Junio	\$ -	\$ 44.00	\$ 44.00
Julio	\$ -	\$ 66.00	\$ 66.00
Agosto	\$ -	\$ 110.00	\$ 110.00
Septiembre	\$ -	\$ 44.00	\$ 44.00
Octubre	\$ -	\$ 44.00	\$ 44.00
Noviembre	\$ -	\$ 66.00	\$ 66.00
Diciembre	\$ -	\$ 154.00	\$ 154.00
<b>Total</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 880.00</b>	<b>\$ 880.00</b>



## 2. Costos por programa

- a) Consolidado de costos, programa 1: Desarrollo de Productos Turísticos para su Comercialización.

Para calcular los costos fijos y variables del programa desarrollo de productos turísticos para su comercialización se hizo la sumatoria de las tablas 301,302, 304, 306 y 309.

*Tabla 335 Costos totales del programa de Productos Turísticos*

<b>Consolidado del Programa: Desarrollo de Productos Turísticos para su Comercialización</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 685.56	\$ 415.96	\$ 1,101.52
Febrero	\$ 685.56	\$ 299.88	\$ 985.43
Marzo	\$ 685.56	\$ 338.47	\$ 1,024.03
Abril	\$ 685.56	\$ 1,127.75	\$ 1,813.30
Mayo	\$ 685.56	\$ 294.69	\$ 980.25
Junio	\$ 685.56	\$ 287.80	\$ 973.36
Julio	\$ 685.56	\$ 381.70	\$ 1,067.25
Agosto	\$ 685.56	\$ 791.08	\$ 1,476.63
Septiembre	\$ 685.56	\$ 291.25	\$ 976.81
Octubre	\$ 685.56	\$ 332.75	\$ 1,018.31
Noviembre	\$ 685.56	\$ 329.86	\$ 1,015.42
Diciembre	\$ 685.56	\$ 1,091.42	\$ 1,776.98
<b>Total</b>	<b>\$ 8,226.67</b>	<b>\$ 5,982.62</b>	<b>\$ 14,209.29</b>

- b) Consolidado de costos Programa 2: Diseño de la calidad turística

Para calcular los costos fijos y variables del programa diseño de la calidad turística se hizo la sumatoria de las tablas 312 y 314.

*Tabla 336 Costos totales del programa de Diseño de calidad turística*

<b>Consolidado del Programa: Diseño de calidad turística</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 400.00	\$ 83.70	\$ 483.70
Febrero	\$ 400.00	\$ 27.58	\$ 427.58
Marzo	\$ 400.00	\$ 27.58	\$ 427.58
Abril	\$ 400.00	\$ 97.26	\$ 497.26
Mayo	\$ 400.00	\$ 27.58	\$ 427.58
Junio	\$ 400.00	\$ 27.58	\$ 427.58
Julio	\$ 400.00	\$ 69.08	\$ 469.08
Agosto	\$ 400.00	\$ 55.46	\$ 455.46

Septiembre	\$ 400.00	\$ 27.58	\$ 427.58
Octubre	\$ 400.00	\$ 69.08	\$ 469.08
Noviembre	\$ 400.00	\$ 27.58	\$ 427.58
Diciembre	\$ 400.00	\$ 55.76	\$ 455.76
<b>Total</b>	<b>\$ 4,800.00</b>	<b>\$ 595.82</b>	<b>\$ 5,395.82</b>

c) Consolidado de costos Programa 3: Formación y Organización Turística.

Para calcular los costos fijos y variables del programa formación y organización turística se hizo la sumatoria de las tablas 316, 319 y 321.

*Tabla 337 Costos totales del programa de Formación y organización turística*

<b>Consolidado del Programa: Formación y organización turística</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 403.38	\$ 62.73	\$ 466.11
Febrero	\$ 403.38	\$ 3.03	\$ 406.41
Marzo	\$ 403.38	\$ 12.83	\$ 416.21
Abril	\$ 403.38	\$ 24.73	\$ 428.11
Mayo	\$ 403.38	\$ 12.83	\$ 416.21
Junio	\$ 403.38	\$ 23.73	\$ 427.11
Julio	\$ 403.38	\$ 34.53	\$ 437.91
Agosto	\$ 403.38	\$ 3.03	\$ 406.41
Septiembre	\$ 403.38	\$ 12.83	\$ 416.21
Octubre	\$ 403.38	\$ 24.73	\$ 428.11
Noviembre	\$ 403.38	\$ 12.83	\$ 416.21
Diciembre	\$ 403.38	\$ 23.73	\$ 427.11
<b>Total</b>	<b>\$4,840.56</b>	<b>\$ 251.56</b>	<b>\$5,092.12</b>

d) Consolidado de costos Programa 4: Promoción y publicidad del municipio de Chiltiupán

Para calcular los costos fijos y variables del programa promoción y publicidad del municipio de Chiltiupán se hizo la sumatoria de las tablas 325,327 y 329.

*Tabla 338 Costos totales del programa Promoción y publicidad del municipio de Chiltiupán*

<b>Consolidado del Programa: Promoción y publicidad del municipio de Chiltiupán</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 360.75	\$ 758.33	\$1,119.08
Febrero	\$ 360.75	\$ 254.41	\$ 615.16
Marzo	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
Abril	\$ 360.75	\$ 758.33	\$1,119.08
Mayo	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58

Junio	\$ 360.75	\$ 254.41	\$ 615.16
Julio	\$ 360.75	\$ 758.33	\$1,119.08
Agosto	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
Septiembre	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
Octubre	\$ 360.75	\$1,001.91	\$1,362.66
Noviembre	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
Diciembre	\$ 360.75	\$ 10.83	\$ 371.58
<b>Total</b>	<b>\$4,329.00</b>	<b>\$3,850.72</b>	<b>\$8,179.72</b>

e) Consolidado de costos Programa 5: Gestión de cooperación

Para calcular los costos fijos y variables del programa gestión de cooperación se hizo la sumatoria de las tablas 332 y 334.

*Tabla 339 Costos totales del programa Gestión de cooperación*

<b>Consolidado del Programa: Gestión de cooperación</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 10.00	\$ 63.44	\$ 73.44
Febrero	\$ 10.00	\$ 56.96	\$ 66.96
Marzo	\$ 10.00	\$ 85.44	\$ 95.44
Abril	\$ 10.00	\$ 166.96	\$ 176.96
Mayo	\$ 10.00	\$ 63.44	\$ 73.44
Junio	\$ 10.00	\$ 56.96	\$ 66.96
Julio	\$ 10.00	\$ 85.44	\$ 95.44
Agosto	\$ 10.00	\$ 122.96	\$ 132.96
Septiembre	\$ 10.00	\$ 63.44	\$ 73.44
Octubre	\$ 10.00	\$ 56.96	\$ 66.96
Noviembre	\$ 10.00	\$ 85.44	\$ 95.44
Diciembre	\$ 10.00	\$ 166.96	\$ 176.96
<b>Total</b>	<b>\$ 120.00</b>	<b>\$1,074.40</b>	<b>\$1,194.40</b>

### 3. Costos del plan de Desarrollo Turístico

#### 3.1 Consolidado de costo del plan de desarrollo turístico

Para calcular los costos fijos y variables del plan de desarrollo turístico se hizo la sumatoria de las tablas 335, 336, 337, 338 y 339.

*Tabla 340. Consolidado de costos del plan de desarrollo turístico para el año 1.*

<b>CONSOLIDADO DE COSTOS DEL PLAN</b>			
Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 1,859.69	\$ 1,384.17	\$ 3,243.85
Febrero	\$ 1,859.69	\$ 641.86	\$ 2,501.54
Marzo	\$ 1,859.69	\$ 475.16	\$ 2,334.84
Abril	\$ 1,859.69	\$ 2,175.03	\$ 4,034.72
Mayo	\$ 1,859.69	\$ 409.38	\$ 2,269.06
Junio	\$ 1,859.69	\$ 650.49	\$ 2,510.17
Julio	\$ 1,859.69	\$ 1,329.08	\$ 3,188.77
Agosto	\$ 1,859.69	\$ 983.36	\$ 2,843.04
Septiembre	\$ 1,859.69	\$ 405.93	\$ 2,265.62
Octubre	\$ 1,859.69	\$ 1,485.43	\$ 3,345.12
Noviembre	\$ 1,859.69	\$ 466.54	\$ 2,326.23
Diciembre	\$ 1,859.69	\$ 1,348.71	\$ 3,208.39
Total	<b>\$22,316.23</b>	<b>\$11,755.13</b>	<b>\$ 34,071.36</b>

## 3.2 Depreciaciones

### a) Depreciación de mobiliario y equipo

La depreciación consiste en la pérdida de valor que tienen los bienes o instalaciones, debido al uso brindado, el tiempo, la obsolescencia, su agotamiento o el no poder costear la operación de los mismos.

El método que se utilizará para poder calcular la depreciación en este plan será el de la línea recta, que supone que los activos fijos se desgastan por igual en cada período contable. Para su cálculo el monto total de la inversión se divide entre el número de años de vida útil estimada por cada activo.

El objetivo de cargar este costo es formar una reserva que permita reponer los equipos cuya vida útil ha terminado a fin de preservar el capital de trabajo inicial. La estimación de la depreciación del mobiliario y equipo, se determina tomando en cuenta las especificaciones del mobiliario y equipo seleccionado en el estudio técnico y se hace de la siguiente forma:

$$\text{Depreciación en línea recta} = \frac{\text{Inversión} - \text{Valor de recuperación}}{\text{Vida útil fiscal}}$$

El valor de recuperación que se tomara para el mobiliario y equipo es de un 15% del valor de inversión inicial, la vida útil de la maquinaria y equipo, está determinada con base al decreto legislativo 496, artículo 10, inciso 3, en donde se establecen los tiempos mínimos de depreciación.

- Bienes inmuebles: 20 años
- Bienes muebles: 5 años
- Equipo: 2 años

A continuación, se procede a calcular la depreciación por medio de la fórmula descrita anteriormente correspondiente al método de depreciación en línea recta.

Tabla 341. Depreciación de mobiliario y equipo

EQUIPO	U	COSTO	VALOR TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
Computadora Portátil	4	\$ 635.00	\$ 2,540.00	4	\$ 381.00	\$ 539.75	\$ 44.98
Impresora Multiuso	3	\$ 200.00	\$ 600.00	2	\$ 90.00	\$ 255.00	\$ 21.25
Teléfono Celular	2	\$ 280.00	\$ 560.00	2	\$ 84.00	\$ 238.00	\$ 19.83
Proyector	1	\$ 250.00	\$ 250.00	2	\$ 37.50	\$ 106.25	\$ 8.85
Escritorio personal	3	\$ 120.00	\$ 360.00	6	\$ 54.00	\$ 51.00	\$ 4.25
Silla Ejecutiva	2	\$ 147.00	\$ 294.00	4	\$ 44.10	\$ 62.48	\$ 5.21
Sillas Plásticas	35	\$ 26.95	\$ 943.25	2	\$ 141.49	\$ 400.88	\$ 33.41
Pizarrón	1	\$ 64.90	\$ 64.90	3	\$ 9.74	\$ 18.39	\$ 1.53
Archivero	1	\$ 350.00	\$ 350.00	5	\$ 52.50	\$ 59.50	\$ 4.96
Mesa rectangular plástica	6	\$ 44.95	\$ 269.70	2	\$ 40.46	\$ 114.62	\$ 9.55
Vitrinas	4	\$ 115.00	\$ 460.00	7	\$ 69.00	\$ 55.86	\$ 4.65
Mamparas	6	\$ 350.00	\$ 2,100.00	7	\$ 315.00	\$ 255.00	\$ 21.25
Stand para promocionar	1	\$125.00	\$125.00	3	\$ 18.75	\$ 35.42	\$ 2.95
Binoculares de Moneda	1	\$1,800.00	\$ 1,800.00	5	\$ 270.00	\$ 306.00	\$ 25.50
Dispensador de Agua	1	\$ 8.25	\$ 8.25	3	\$ 1.24	\$ 2.34	\$ 0.19
Fotografías Profesionales (30 fotografías)	1	\$ 150.00	\$ 150.00	10	\$ 22.50	\$ 12.75	\$ 1.06
Dibujos	5	\$ 15.00	\$ 75.00	10	\$ 11.25	\$ 6.38	\$ 0.53
Cedulas	10	\$ 15.00	\$ 150.00	8	\$ 22.50	\$ 15.94	\$ 1.33
Tijeras	6	\$ 2.60	\$ 15.60	2	\$ 2.34	\$ 6.63	\$ 0.55
Borrador de pizarra	2	\$ 1.30	\$ 2.60	2	\$ 0.39	\$ 1.11	\$ 0.09
Escoba	7	\$ 2.10	\$ 14.70	1	\$ 2.21	\$ 12.50	\$ 1.04
Basurero de Oficina	3	\$ 3.32	\$ 9.96	2	\$ 1.49	\$ 4.23	\$ 0.35

Trapeador	7	\$ 2.50	\$ 17.50	1	\$ 2.63	\$ 14.88	\$ 1.24
Rastrillo	5	\$ 6.75	\$ 33.75	1	\$ 5.06	\$ 28.69	\$ 2.39
Basureros para baño	6	\$ 4.32	\$ 25.92	2	\$ 3.89	\$ 11.02	\$ 0.92
Cubetas	5	\$ 3.95	\$ 19.75	2	\$ 2.96	\$ 8.39	\$ 0.70
Dispensador de Jabón	6	\$ 7.95	\$ 47.70	2	\$ 7.16	\$ 20.27	\$ 1.69
Machete	4	\$ 4.04	\$ 16.16	2	\$ 2.42	\$ 6.87	\$ 0.57
Basureros para exterior	15	\$ 10.00	\$ 150.00	2	\$ 22.50	\$ 63.75	\$ 5.31
<b>Total</b>						<b>\$ 2,713.87</b>	<b>\$ 226.16</b>

## b) Depreciación de obra civil

La inversión de obra civil es de \$22,992.94, según la Ley de Renta, en el artículo 30, las edificaciones se deprecian el 5% cada año, desde el primer año. En este caso se mostrarán los costos de depreciación para 5 años, los cuales se presentan a continuación:

Tabla 342. Depreciación de obra civil

<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>VALOR INICIAL</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>
Área de descanso	\$ 1,900.00	\$ 95.00	\$ 7.92
Baños Secos	\$ 2,360.00	\$ 118.00	\$ 9.83
Vestideros	\$ 3,400.00	\$ 170.00	\$ 14.17
Mirador Turístico	\$ 1,400.00	\$ 70.00	\$ 5.83
Mejora en Infra. De Mirador	\$ 520.00	\$ 26.00	\$ 2.17
Comedor Turístico	\$ 1,400.00	\$ 70.00	\$ 5.83
Senderos de Madera	\$ 2,925.00	\$ 146.25	\$ 12.19
Pasamanos Metálicos	\$ 1,400.00	\$ 70.00	\$ 5.83
Kiosko Turístico	\$ 1,800.00	\$ 90.00	\$ 7.50
Rotulo en Lamina reflectiva 3 x 1.20 mts	\$ 1,035.00	\$ 51.75	\$ 4.31
Rotulo en Lamina reflectiva 2 x 1.20mts	\$ 50.00	\$ 2.50	\$ 0.21
Señales pre-elaboradas	\$ 163.80	\$ 8.19	\$ 0.68
Rótulos de madera p/recursos y patrimonios	\$ 400.00	\$ 20.00	\$ 1.67
<b>Total</b>	<b>\$ 18,753.80</b>	<b>\$ 937.69</b>	<b>\$ 78.14</b>



### c) Amortización de terreno

La inversión intangible del terreno es de **\$10,000** el costo de amortización del terreno se realizará para 10 años, dividiendo la cantidad del monto total entre el número de años.

*Tabla 343. Amortización del terreno anual*

<b>Año</b>	<b>Amortización</b>
Año 1	\$1,000.00
Año 2	\$1,000.00
Año 3	\$1,000.00
Año 4	\$1,000.00
Año 5	\$1,000.00

### d) Amortización por registro de marca municipio

Al igual que el anterior, este trámite se amortizará para el período que comprende el plan, cuyo monto es de \$208.00, dado que su vida útil es de 10 años, se amortizará en este período.

*Tabla 344. Amortización de registro de marca*

<b>Año</b>	<b>Amortización</b>
Año 1	\$20.80
Año 2	\$20.80
Año 3	\$20.80
Año 4	\$20.80
Año 5	\$20.80

### e) Amortización de estudios previos

En el apartado de inversiones intangibles se determinó que el costo del estudio de factibilidad es de \$7,558.05, este costo debe amortizarse, por lo cual se realizará en el período de 10 años. Dividiendo la cantidad del monto total entre la cantidad de años, imputándose a los costos de comercialización del proyecto.

*Tabla 345. Amortización de estudios previos*

<b>Año</b>	<b>Amortización</b>
Año 1	\$755.81
Año 2	\$755.81
Año 3	\$755.81
Año 4	\$755.81
Año 5	\$755.81

**f) Amortización de permisos de construcción, capacitaciones y administración del plan**

En este se agrupan los costos por activos intangibles en que incurrirá el plan, por lo que se amortizan en este rubro los costos de administración del proyecto, permisos de construcción y capacitaciones, para ello se define su vida útil de 10 años, es decir, el período hasta el cual contribuye a generar renta.

*Tabla 346. Activos intangibles a amortizar.*

<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Permisos de Construcción	\$ 542.76
Capacitaciones de Personal	\$ 682.00
Administración del Plan	\$ 24,560.29
<b>Total</b>	<b>\$ 25,785.05</b>

*Tabla 347. Amortización de activos intangibles*

<b>Año</b>	<b>Amortización</b>
Año 1	\$2,578.51
Año 2	\$2,578.51
Año 3	\$2,578.51
Año 4	\$2,578.51
Año 5	\$2,578.51

**g) Prorrateo de costos**

*Tabla 348. División de los proyectos por rubro*

Proyecto	CF	CV	CT	Rubro
<b>DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS</b>				
Diseño de circuitos turísticos	\$ -	\$ 4,880.29	\$ 4,880.29	Operativo
Señalización turística	\$ -	\$ 429.52	\$ 429.52	Operativo
Infraestructura turística	\$ -	\$ 476.79	\$ 476.79	Operativo
Museo Municipal	\$ 8,226.67	\$ 196.03	\$ 8,422.70	Operativo
<b>DISEÑO DE CALIDAD TURÍSTICA</b>				
Buenas prácticas de turismo	\$ 4,800.00	\$ 166.30	\$ 4,966.30	Operativo
conservación y rescate de los patrimonios	\$ -	\$ 429.52	\$ 429.52	Operativo
<b>FORMACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURÍSTICA</b>				
Creación del CDT	\$ -	\$ 74.40	\$ 74.40	Administración
Creación de unidad de turismo	\$ 4,840.56	\$ 107.56	\$ 4,948.12	Administración
Formación para emprendedores	\$ -	\$ 69.60	\$ 69.60	Operativo
<b>PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DEL MUNICIPIO</b>				
Creación de marca	\$ -	\$ -	\$ -	Comercialización
Promoción del municipio	\$ 4,329.00	\$ 3,119.98	\$ 7,448.98	Comercialización
Organización y participación en ferias	\$ -	\$ 453.00	\$ 453.00	Comercialización
Gestión de alianzas comerciales	\$ -	\$ 277.74	\$ 277.74	Comercialización
<b>FORMACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURÍSTICA</b>				
Financiamiento	\$ 120.00	\$ 194.40	\$ 314.40	Administración
Capacitación turística	\$ -	\$ -	\$ -	Operativo
Cooperación en seguridad turística	\$ -	\$ 880.00	\$ 880.00	Operativo
<b>DEPRECIACIONES</b>				
Mobiliario y equipo	\$ 2,713.87 <sup>21</sup>	\$ -	\$ 2,713.87	Operativo

<sup>21</sup> Es el total de la depreciación anual de mobiliario y equipo, se puede observar en la tabla 341.

Obra civil	\$ 937.69 <sup>22</sup>	\$ -	\$ 937.69	Operativo
AMORTIZACIONES				
Terreno	\$ 1,000.00 <sup>23</sup>	\$ -	\$ 1,000.00	Operativo
Registro de marca	\$ 20.80 <sup>24</sup>	\$ -	\$ 20.80	Comercialización
Estudios previos	\$ 755.81 <sup>25</sup>	\$ -	\$ 755.81	Administración
Permisos de construcción, capacitaciones y ADP	\$ 2,578.51 <sup>26</sup>	\$ -	\$ 2,578.51	Administración
FINANCIEROS				
Cuota de préstamo	\$ -	\$ -	\$ -	Financieros
<b>Total</b>	<b>\$ 30,322.91</b>	<b>\$ 11,755.13</b>	<b>\$ 42,078.04</b>	

<sup>22</sup> Es el total de la depreciación anual de obra civil, se puede observar en la tabla 342.

<sup>23</sup> Es el total de la amortización anual del terreno, se puede observar en la tabla 343.

<sup>24</sup> Es el total de la amortización anual de la marca, se puede observar en la tabla 344.

<sup>25</sup> Es el total de la amortización anual de estudios previos, se puede observar en la tabla 345.

<sup>26</sup> Es el total de la amortización anual de permisos de construcción, capacitaciones y ADP, se puede observar en la tabla 347.

Se calcula los costos totales de operación, comercialización, administración y financieros, tomando de referencia la clasificación que se hizo en la tabla 348.

Tabla 349. Costos operativos del plan de desarrollo turístico

<b>Costos operativos</b>			
<b>Proyecto</b>	<b>CF</b>	<b>CV</b>	<b>CT</b>
Diseño de circuitos turísticos	\$ -	\$4,880.29	\$ 4,880.29
Señalización turística	\$ -	\$ 429.52	\$ 429.52
Infraestructura turística	\$ -	\$ 476.79	\$ 476.79
Museo Municipal	\$ 8,226.67	\$ 196.03	\$ 8,422.70
Buenas prácticas de turismo	\$ 4,800.00	\$ 166.30	\$ 4,966.30
conservación y rescate de los patrimonios	\$ -	\$ 429.52	\$ 429.52
Formación para emprendedores	\$ -	\$ 69.60	\$ 69.60
Capacitación turística	\$ -	\$ -	\$ -
Cooperación en seguridad turística	\$ -	\$ 880.00	\$ 880.00
Mobiliario y equipo	\$ 2,713.87	\$ -	\$ 2,713.87
Obra civil	\$ 937.69	\$ -	\$ 937.69
Terreno	\$ 1,000.00	\$ -	\$ 1,000.00
<b>Total</b>	<b>\$ 17,678.23</b>	<b>\$ 7,528.04</b>	<b>\$ 25,206.27</b>

Tabla 350. Costo de comercialización del plan de desarrollo turístico

<b>Costo Comercialización</b>			
<b>Proyecto</b>	<b>CF</b>	<b>CV</b>	<b>CT</b>
Creación de marca	\$ -	\$ -	\$ -
Promoción del municipio	\$ 4,329.00	\$ 3,119.98	\$ 7,448.98
Organización y participación en ferias	\$ -	\$ 453.00	\$ 453.00
Gestión de alianzas comerciales	\$ -	\$ 277.74	\$ 277.74
Registro de marca	\$ 20.80	\$ -	\$ 20.80
<b>Total</b>	<b>\$ 4,349.80</b>	<b>\$ 3,850.72</b>	<b>\$ 8,200.52</b>

Tabla 351. Costos de Administración del plan de desarrollo turístico

<b>Costo Administración</b>			
<b>Proyecto</b>	<b>CF</b>	<b>CV</b>	<b>CT</b>
Creación del CDT	\$ -	\$ 74.40	\$ 74.40
Creación de unidad de turismo	\$ 4,840.56	\$ 107.56	\$4,948.12
Financiamiento	\$ 120.00	\$ 194.40	\$ 314.40
Estudios previos	\$ 755.81	\$ -	\$ 755.81
Permisos de construcción, capacitaciones y ADP	\$ 2,578.51	\$ -	\$2,578.51
<b>Total</b>	<b>\$ 8,294.88</b>	<b>\$ 376.36</b>	<b>\$8,671.24</b>

Tabla 352. Costos financieros del plan de desarrollo turístico

Costos financieros			
Proyecto	CF	CV	CT
Cuota de préstamo	\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$ -	\$ -	\$ -

Se hace el consolidado de los costos de operación, comercialización, administración y financieros tomando los totales de las tablas 349, 350, 351 y 352.

Tabla 353. Consolidado de costos del plan de desarrollo turístico.

Tipo de costo	CF	CV	CT
Costo de operación	\$ 17,678.23	\$ 7,528.04	\$ 25,206.27
Costo de comercialización	\$ 4,349.80	\$ 3,850.72 <sup>27</sup>	\$ 8,200.52
Costos de administración	\$ 8,294.88	\$ 376.36 <sup>28</sup>	\$ 8,671.24
Costos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$ 30,322.91	\$ 11,755.13	\$ 42,078.04

<sup>27</sup> Posee costos variables ya que estos costos provienen de los proyectos promoción del municipio, organización y participación en ferias y gestión de alianzas comerciales y esos proyectos tiene costos variables, como se puede ver en el desglose de costos por proyectos.

<sup>28</sup> Posee costos variables ya que estos costos provienen de los proyectos Creación del CDT, Creación de unidad de turismo y Financiamiento y esos proyectos tiene costos variables, como se puede ver en el desglose de costos por proyectos.

#### 4. Costeo aplicando el método de Absorción

Una vez presentando los costos operativos, Costos administrativos, Costos de comercialización, se dejan de lado los costos financieros debido a que dicho plan se estima con donaciones, se aplica el método de absorción, donde cada uno de los costos totales de los rubros identificados a través del sistema de costeo absorbente se distribuirá de acuerdo a usuarios de circuito y otros usuarios.

Teniendo el costo total por rubro en la tabla 353, se hizo la distribución de costos fijos para usuarios de circuito y otros usuarios, se utilizó el pronóstico de venta de las tablas 198 y 199, para obtener la participación de cada uno como se muestra en la tabla 354, el costo variable solo se cargó únicamente a los usuarios de los circuitos turísticos.

*Tabla 354. Prorrato de costos para usuarios de circuitos y otros usuarios*

	Usuarios de circuitos	Otros usuarios	Total
% de participación	35.0%	65.0%	100.0%

*Tabla 355. Costos totales para usuarios de circuitos.*

Costos totales para usuarios de circuitos			
Tipo de costo	CF	CV	CT
Costo de operación	\$ 6,187.38	\$ 7,528.04	\$ 13,715.42
Costo de comercialización	\$ 1,522.43	\$ 3,850.72	\$ 5,373.15
Costos de administración	\$ 2,903.21	\$ 376.36	\$ 3,279.57
Costos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 10,613.02</b>	<b>\$ 11,755.13</b>	<b>\$ 22,368.15</b>

*Tabla 356. Costos totales para otros usuarios*

Costos totales para otros usuarios			
Tipo de costo	CF	CV	CT
Costo de operación	\$ 11,490.85	\$ -	\$ 11,490.85
Costo de comercialización	\$ 2,827.37	\$ -	\$ 2,827.37
Costos de administración	\$ 5,391.67	\$ -	\$ 5,391.67
Costos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 19,709.89</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 19,709.89</b>

Teniendo el costo total general de los circuitos este se distribuirá en cada uno en los circuitos turísticos específicos, se utilizó el pronóstico de venta de las tablas 198 y 199, para obtener la participación de cada uno.

*Tabla 357. Criterio de Prorrato utilizado*

Circuitos	Entre playa y montaña	Historias de Chiltiupán	Total
% de participación	60.9%	39.1%	100.0%

Tabla 358. Costeo de Absorción Anual, año 1

	Costo Total circuito Entre playa y montaña		Costo Total Circuito Historias de Chiltiupán	
Tipo de costo	CF	CV	CF	CV
Costos operativos	\$ 3,768.11	\$4,584.58	\$ 2,419.27	\$ 2,943.46
Costos Comercialización	\$ 927.16	\$2,345.09	\$ 595.27	\$ 1,505.63
Costos Administración	\$ 1,768.05	\$ 229.20	\$ 1,135.15	\$ 147.16
Costos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 6,463.33</b>	<b>\$7,158.87</b>	<b>\$ 4,149.69</b>	<b>\$ 4,596.25</b>

	Costo Total circuito Entre playa y montaña		Costo Total Circuito Historias de Chiltiupán	
Tipo de costo	CT= CF + CV	CT= CF + CV	CT	
Costos operativos	\$ 8,352.69	\$ 5,362.73	\$ 13,715.42	
Costos Comercialización	\$ 3,272.25	\$ 2,100.90	\$ 5,373.15	
Costos Administración	\$ 1,997.26	\$ 1,282.31	\$ 3,279.57	
Costos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>Total</b>	<b>\$ 13,622.20</b>	<b>\$ 8,745.94</b>	<b>\$ 22,368.15</b>	

Una vez prorrateado los costos para cada circuito se procede a sacar la ecuación de costo totales para cada uno de la demanda de los circuitos, para poder estimar los costos futuros, la fórmula de costos totales a utilizar es la siguiente.

$$CT = CF + cvQ$$

$$cv = \frac{CV}{Q}$$

Donde:

- CT: Costos Totales
- CF: Costos Fijos
- CV: Costo Variables
- cv: costo unitario variable equivalente.
- Q: volumen de venta total



Teniendo el total del costo variable por circuito en la tabla 358, se calculó en costo unitario variable de cada circuito.

Tabla 359. Determinación de costo unitario variable unitaria.

	<b>Costo Variable Circuito Entre playa y montaña</b>	<b>Costo Variable Circuito Historias de Chiltiupán</b>
<b>Costo Totales</b>	<b>CV</b>	<b>CV</b>
Costos Variables (CV)	\$7,158.87	\$ 4,596.25
Venta total(Q)	1597	1024
Costo unitario Variable(cv)	<b>\$4.48</b>	<b>\$4.49</b>
<b>Costo Operativos</b>	<b>CV</b>	<b>CV</b>
Costos Variables (CV)	\$4,584.58	\$ 2,943.46
Venta total(Q)	1597	1024
Costo unitario Variable(cv)	<b>\$2.87</b>	<b>\$2.88</b>
<b>Costo Comercialización</b>	<b>CV</b>	<b>CV</b>
Costos Variables (CV)	\$2,345.09	\$ 1,505.63
Venta total(Q)	1597	1024
Costo unitario Variable(cv)	<b>\$1.47</b>	<b>\$1.47</b>
<b>Costo Administración</b>	<b>CV</b>	<b>CV</b>
Costos Variables (CV)	\$ 229.20	\$ 147.16
Venta total(Q)	1597	1024
Costo unitario Variable(cv)	<b>\$0.14</b>	<b>\$0.14</b>

Teniendo los costos fijos de la tabla 358 y los costos unitarios variables de la tabla 359, se hace en conglomerado de costos por rubro de cada circuito, para luego obtener las ecuaciones correspondientes.

Tabla 360. Determinación del Costo unitario variable anual.

<b>Tipo de costo</b>	<b>Costo Total circuito Entre playa y montaña</b>		<b>Costo Total Circuito Historias de Chiltiupán</b>	
	<b>CF</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CV</b>
Costos operativos	\$ 3,768.11	\$ 2.87	\$ 2,419.27	\$ 2.88
Costos Comercialización	\$ 927.16	\$ 1.47	\$ 595.27	\$ 1.47
Costos Administración	\$ 1,768.05	\$ 0.14	\$ 1,135.15	\$ 0.14
Costos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 6,463.33</b>	<b>\$ 4.48</b>	<b>\$ 4,149.69</b>	<b>\$ 4.49</b>

Teniendo el conglomerado de costos fijos y costo unitario variables en la tabla 360 se procedió a sacar las ecuaciones de costos totales de cada rubro como se muestran en la tabla 361:

Tabla 361. Ecuaciones para determinar los costos anuales.

	<b>Costo Total circuito Entre playa y montaña</b>	<b>Costo Total Circuito Historias de Chiltiupán</b>
Tipo de costo	$CT = CF + cvQ$	$CT = CF + cvQ$
Costos operativos	$CT_{Ope} = \$3,768.11 + \$2.87Q$	$CT_{Ope} = \$2,419.27 + \$2.88Q$
Costos Comercialización	$CT_{Comer} = \$927.16 + \$1.47Q$	$CT_{Comer} = \$595.27 + \$1.47Q$
Costos Administración	$CT_{Admón} = \$1,768.05 + \$0.14Q$	$CT_{Admón} = \$1,135.15 + \$0.14Q$
Costos Financieros	$CT_{finan} = \$0.00 + \$0.00Q$	$CT_{finan} = \$0.00 + \$0.00Q$
<b>Total</b>	<b><math>CT = \\$6,463.33 + \\$4.48Q</math></b>	<b><math>CT = \\$4,149.69 + \\$4.49Q</math></b>

## 5. Costeo anual aplicando el método de Absorción

Ocupando las ecuaciones de la tabla 361 y el pronóstico de venta de las tablas 198 y 199 se obtienen los costos operativos, de comercialización, de administración y financieros anuales como se muestra en las siguientes tablas.

Tabla 362. Costos operativos anuales de cada circuito.

<b>Costos operativos</b>								
AÑO	<b>Entre playa y montaña</b>				<b>Historias de Chiltiupán</b>			
	CF	\$ 3,768.11			CF	\$ 2,419.27		
	Cvu	\$ 2.87			Cvu	\$ 2.88		
	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT
1	1597	\$ 3,768.11	\$ 4,584.58	\$ 8,352.69	1024	\$ 2,419.27	\$ 2,943.46	\$ 5,362.73
2	1719	\$ 3,768.11	\$ 4,933.53	\$ 8,701.64	1102	\$ 2,419.27	\$ 3,173.76	\$ 5,593.03
3	1841	\$ 3,768.11	\$ 5,283.67	\$ 9,051.78	1180	\$ 2,419.27	\$ 3,398.40	\$ 5,817.67
4	1963	\$ 3,768.11	\$ 5,633.81	\$ 9,401.92	1258	\$ 2,419.27	\$ 3,623.04	\$ 6,042.31
5	2084	\$ 3,768.11	\$ 5,981.08	\$ 9,749.19	1336	\$ 2,419.27	\$ 3,847.68	\$ 6,266.95

Tabla 363. Costos de comercialización anuales de cada circuito

<b>Costos Comercialización</b>								
AÑO	<b>Entre playa y montaña</b>				<b>Historias de Chiltiupán</b>			
	CF	\$ 927.16			CF	\$ 595.27		
	Cvu	\$ 1.47			Cvu	\$ 1.47		
	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT
1	1597	\$ 927.16	\$ 2,345.09	\$ 3,272.25	1024	\$ 595.27	\$ 1,505.63	\$ 2,100.90
2	1719	\$ 927.16	\$ 2,526.93	\$ 3,454.09	1102	\$ 595.27	\$ 1,619.94	\$ 2,215.21
3	1841	\$ 927.16	\$ 2,706.27	\$ 3,633.43	1180	\$ 595.27	\$ 1,734.60	\$ 2,329.87

4	1963	\$ 927.16	\$ 2,885.61	<b>\$ 3,812.77</b>	1258	\$ 595.27	\$ 1,849.26	<b>\$ 2,444.53</b>
5	2084	\$ 927.16	\$ 3,063.48	<b>\$ 3,990.64</b>	1336	\$ 595.27	\$ 1,963.92	<b>\$ 2,559.19</b>

Tabla 364. Costos de Administración anuales de cada circuito

Costos Administrativos								
AÑO	Entre playa y montaña				Historias de Chilitupán			
	CF	\$ 1,768.05			CF	\$ 1,135.15		
	Cvu	\$ 0.14			Cvu	\$ 0.14		
	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT
1	1597	\$ 1,768.05	\$ 229.20	<b>\$ 1,997.26</b>	1024	\$ 1,135.15	\$ 147.16	<b>\$ 1,282.31</b>
2	1719	\$ 1,768.05	\$ 240.66	<b>\$ 2,008.71</b>	1102	\$ 1,135.15	\$ 154.28	<b>\$ 1,289.43</b>
3	1841	\$ 1,768.05	\$ 257.74	<b>\$ 2,025.79</b>	1180	\$ 1,135.15	\$ 165.20	<b>\$ 1,300.35</b>
4	1963	\$ 1,768.05	\$ 274.82	<b>\$ 2,042.87</b>	1258	\$ 1,135.15	\$ 176.12	<b>\$ 1,311.27</b>
5	2084	\$ 1,768.05	\$ 291.76	<b>\$ 2,059.81</b>	1336	\$ 1,135.15	\$ 187.04	<b>\$ 1,322.19</b>

Tabla 365. Costos anuales de cada circuito

Costos Totales								
AÑO	Entre playa y montaña				Historias de Chilitupán			
	CF	\$ 6,463.33			CF	\$ 4,149.69		
	Cvu	\$ 4.48			Cvu	\$ 4.49		
	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT
1	1597	\$ 6,463.33	\$ 7,158.87	<b>\$ 13,622.20</b>	1024	\$ 4,149.69	\$ 4,596.25	<b>\$ 8,745.94</b>
2	1719	\$ 6,463.33	\$ 7,701.12	<b>\$ 14,164.45</b>	1102	\$ 4,149.69	\$ 4,947.98	<b>\$ 9,097.67</b>
3	1841	\$ 6,463.33	\$ 8,247.68	<b>\$ 14,711.01</b>	1180	\$ 4,149.69	\$ 5,298.20	<b>\$ 9,447.89</b>
4	1963	\$ 6,463.33	\$ 8,794.24	<b>\$ 15,257.57</b>	1258	\$ 4,149.69	\$ 5,648.42	<b>\$ 9,798.11</b>
5	2084	\$ 6,463.33	\$ 9,336.32	<b>\$ 15,799.65</b>	1336	\$ 4,149.69	\$ 5,998.64	<b>\$ 10,148.33</b>

Teniendo los costos totales por cada circuito como se muestra en las tablas 362, 363, 364 y 365 se hizo la sumatoria para obtener los costos totales por circuitos como se muestra en la tabla 366 y a esto se le suma los costos fijos por otros usuarios de la tabla 356, para obtener el costo total anual.

Tabla 366. Costos operativos anuales

AÑO	Costos operativos de Circuitos			Costos operativos otros usuarios			Costo total anual
	CF	CV	CT	CF	CV	CT	
1	\$ 6,187.38	\$ 7,528.04	<b>\$ 13,715.42</b>	\$ 11,490.85	\$ -	<b>\$11,490.85</b>	<b>\$ 25,206.27</b>
2	\$ 6,187.38	\$ 8,107.29	<b>\$ 14,294.67</b>	\$ 11,490.85	\$ -	<b>\$11,490.85</b>	<b>\$ 25,785.52</b>
3	\$ 6,187.38	\$ 8,682.07	<b>\$ 14,869.45</b>	\$ 11,490.85	\$ -	<b>\$11,490.85</b>	<b>\$ 26,360.30</b>
4	\$ 6,187.38	\$ 9,256.85	<b>\$ 15,444.23</b>	\$ 11,490.85	\$ -	<b>\$11,490.85</b>	<b>\$ 26,935.08</b>
5	\$ 6,187.38	\$ 9,828.76	<b>\$ 16,016.14</b>	\$ 11,490.85	\$ -	<b>\$11,490.85</b>	<b>\$ 27,506.99</b>

Tabla 367. Costos de comercialización anuales

AÑO	Costos comercialización de Circuitos			Costos comercialización otros usuarios			Costo total anual
	CF	CV	CT	CF	CV	CT	
1	\$ 1,522.43	\$ 3,850.72	\$ 5,373.15	\$ 2,827.37	\$ -	\$ 2,827.37	\$ 8,200.52
2	\$ 1,522.43	\$ 4,146.87	\$ 5,669.30	\$ 2,827.37	\$ -	\$ 2,827.37	\$ 8,496.67
3	\$ 1,522.43	\$ 4,440.87	\$ 5,963.30	\$ 2,827.37	\$ -	\$ 2,827.37	\$ 8,790.67
4	\$ 1,522.43	\$ 4,734.87	\$ 6,257.30	\$ 2,827.37	\$ -	\$ 2,827.37	\$ 9,084.67
5	\$ 1,522.43	\$ 5,027.40	\$ 6,549.83	\$ 2,827.37	\$ -	\$ 2,827.37	\$ 9,377.20

Tabla 368. Costos de administración anuales

AÑO	Costos administrativos de Circuitos			Costos administrativos otros usuarios			Costo total anual
	CF	CV	CT	CF	CV	CT	
1	\$2,903.21	\$ 376.36	\$3,279.57	\$5,391.67	\$ -	\$5,391.67	\$8,671.24
2	\$2,903.21	\$ 394.94	\$3,298.15	\$5,391.67	\$ -	\$5,391.67	\$8,689.82
3	\$2,903.21	\$ 422.94	\$3,326.15	\$5,391.67	\$ -	\$5,391.67	\$8,717.82
4	\$2,903.21	\$ 450.94	\$3,354.15	\$5,391.67	\$ -	\$5,391.67	\$8,745.82
5	\$2,903.21	\$ 478.80	\$3,382.01	\$5,391.67	\$ -	\$5,391.67	\$8,773.68

Tabla 369. Costos anuales

AÑO	Costos totales Circuitos			Costos otros usuarios			Costo total anual
	CF	CV	CT	CF	CV	CT	
1	\$ 10,613.02	\$ 11,752.32	\$ 22,365.34	\$ 19,709.89	\$ -	\$ 19,709.89	\$ 42,075.23
2	\$ 10,613.02	\$ 12,649.10	\$ 23,262.12	\$ 19,709.89	\$ -	\$ 19,709.89	\$ 42,972.01
3	\$ 10,613.02	\$ 13,545.88	\$ 24,158.90	\$ 19,709.89	\$ -	\$ 19,709.89	\$ 43,868.79
4	\$ 10,613.02	\$ 14,442.66	\$ 25,055.68	\$ 19,709.89	\$ -	\$ 19,709.89	\$ 44,765.57
5	\$ 10,613.02	\$ 15,334.96	\$ 25,947.98	\$ 19,709.89	\$ -	\$ 19,709.89	\$ 45,657.87

## 6. Costeo mensual para el año 1 aplicando el método de Absorción

A continuación, se presenta el coste mensual para el año uno detallado por circuito y dividido por los cuatro rubros: costos operativos, administrativos, de comercialización y financieros el cual serán utilizados para realizar los estados proforma mensuales del año 1.

Ocupando las ecuaciones de la tabla 361 y el pronóstico de venta de las tablas 198 y 199 se obtienen los costos operativos, de comercialización, de administración y financieros mensuales como se muestra en las siguientes tablas.

Tabla 370. Costos operativos mensuales para circuitos-año 1.

Costo Operativos mensuales de Circuito Entre playa y montaña				Costo Operativos mensuales de Circuito Historias de Chiltiupán			
Mes	CF	CV	CT	Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 314.01	\$ 539.83	\$ 853.84	Enero	\$ 201.61	\$ 346.59	\$ 548.20
Febrero	\$ 314.01	\$ 250.33	\$ 564.34	Febrero	\$ 201.61	\$ 160.72	\$ 362.33
Marzo	\$ 314.01	\$ 185.31	\$ 499.32	Marzo	\$ 201.61	\$ 118.98	\$ 320.59
Abril	\$ 314.01	\$ 848.28	\$ 1,162.29	Abril	\$ 201.61	\$ 544.62	\$ 746.23
Mayo	\$ 314.01	\$ 159.66	\$ 473.67	Mayo	\$ 201.61	\$ 102.51	\$ 304.12
Junio	\$ 314.01	\$ 253.69	\$ 567.70	Junio	\$ 201.61	\$ 162.88	\$ 364.49
Julio	\$ 314.01	\$ 518.35	\$ 832.36	Julio	\$ 201.61	\$ 332.80	\$ 534.41
Agosto	\$ 314.01	\$ 383.52	\$ 697.53	Agosto	\$ 201.61	\$ 246.23	\$ 447.84
Septiembre	\$ 314.01	\$ 158.32	\$ 472.33	Septiembre	\$ 201.61	\$ 101.64	\$ 303.25
Octubre	\$ 314.01	\$ 579.33	\$ 893.34	Octubre	\$ 201.61	\$ 371.95	\$ 573.56
Noviembre	\$ 314.01	\$ 181.96	\$ 495.97	Noviembre	\$ 201.61	\$ 116.82	\$ 318.43
Diciembre	\$ 314.01	\$ 526.00	\$ 840.01	Diciembre	\$ 201.61	\$ 337.71	\$ 539.32
<b>Total</b>	<b>\$ 3,768.12</b>	<b>\$ 4,584.58</b>	<b>\$ 8,352.70</b>	<b>Total</b>	<b>\$ 2,419.32</b>	<b>\$ 2,943.46</b>	<b>\$ 5,362.78</b>

Tabla 371. Costos de Comercialización mensuales para circuitos-año 1

Costo de comercialización mensuales de circuito Entre playa y montaña				Costo de comercialización mensuales de Circuito Historias de Chiltiupán			
Mes	CF	CV	CT	Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 77.27	\$ 276.13	\$ 353.40	Enero	\$ 49.61	\$ 177.29	\$ 226.90
Febrero	\$ 77.27	\$ 128.05	\$ 205.32	Febrero	\$ 49.61	\$ 82.21	\$ 131.82
Marzo	\$ 77.27	\$ 94.79	\$ 172.06	Marzo	\$ 49.61	\$ 60.86	\$ 110.47
Abril	\$ 77.27	\$ 433.91	\$ 511.18	Abril	\$ 49.61	\$ 278.58	\$ 328.19
Mayo	\$ 77.27	\$ 81.67	\$ 158.94	Mayo	\$ 49.61	\$ 52.43	\$ 102.04
Junio	\$ 77.27	\$ 129.77	\$ 207.04	Junio	\$ 49.61	\$ 83.32	\$ 132.93
Julio	\$ 77.27	\$ 265.14	\$ 342.41	Julio	\$ 49.61	\$ 170.23	\$ 219.84
Agosto	\$ 77.27	\$ 196.18	\$ 273.45	Agosto	\$ 49.61	\$ 125.95	\$ 175.56
Septiembre	\$ 77.27	\$ 80.98	\$ 158.25	Septiembre	\$ 49.61	\$ 51.99	\$ 101.60
Octubre	\$ 77.27	\$ 296.34	\$ 373.61	Octubre	\$ 49.61	\$ 190.26	\$ 239.87
Noviembre	\$ 77.27	\$ 93.07	\$ 170.34	Noviembre	\$ 49.61	\$ 59.76	\$ 109.37
Diciembre	\$ 77.27	\$ 269.06	\$ 346.33	Diciembre	\$ 49.61	\$ 172.75	\$ 222.36
<b>Total</b>	<b>\$ 927.24</b>	<b>\$ 2,345.09</b>	<b>\$ 3,272.33</b>	<b>Total</b>	<b>\$ 595.32</b>	<b>\$ 1,505.63</b>	<b>\$ 2,100.95</b>

Tabla 372. Costos de administración mensuales para circuitos-año 1

Costo administración mensuales de Circuito Entre playa y montaña				Costo administración mensuales de Circuito Historias de Chiltiupán			
Mes	CF	CV	CT	Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 147.34	\$ 26.99	\$ 174.33	Enero	\$ 94.60	\$ 17.33	\$ 111.93
Febrero	\$ 147.34	\$ 12.51	\$ 159.85	Febrero	\$ 94.60	\$ 8.04	\$ 102.64
Marzo	\$ 147.34	\$ 9.26	\$ 156.60	Marzo	\$ 94.60	\$ 5.95	\$ 100.55
Abril	\$ 147.34	\$ 42.41	\$ 189.75	Abril	\$ 94.60	\$ 27.23	\$ 121.83
Mayo	\$ 147.34	\$ 7.98	\$ 155.32	Mayo	\$ 94.60	\$ 5.12	\$ 99.72
Junio	\$ 147.34	\$ 12.68	\$ 160.02	Junio	\$ 94.60	\$ 8.14	\$ 102.74
Julio	\$ 147.34	\$ 25.91	\$ 173.25	Julio	\$ 94.60	\$ 16.64	\$ 111.24

Agosto	\$ 147.34	\$ 19.17	\$ 166.51	Agosto	\$ 94.60	\$ 12.31	\$ 106.91
Septiembre	\$ 147.34	\$ 7.91	\$ 155.25	Septiembre	\$ 94.60	\$ 5.08	\$ 99.68
Octubre	\$ 147.34	\$ 28.96	\$ 176.30	Octubre	\$ 94.60	\$ 18.60	\$ 113.20
Noviembre	\$ 147.34	\$ 9.10	\$ 156.44	Noviembre	\$ 94.60	\$ 5.84	\$ 100.44
Diciembre	\$ 147.34	\$ 26.30	\$ 173.64	Diciembre	\$ 94.60	\$ 16.88	\$ 111.48
<b>Total</b>	<b>\$ 1,768.08</b>	<b>\$ 229.20</b>	<b>\$ 1,997.28</b>	<b>Total</b>	<b>\$ 1,135.20</b>	<b>\$ 147.16</b>	<b>\$ 1,282.36</b>

Tabla 373. Costos mensuales para circuitos año-1

Costos mensuales de circuito Entre playa y montaña				Costos mensuales de Circuito Historias de Chiltiupán			
Mes	CF	CV	CT	Mes	CF	CV	CT
Enero	\$ 538.61	\$ 842.96	\$ 1,381.57	Enero	\$ 345.81	\$ 541.21	\$ 887.02
Febrero	\$ 538.61	\$ 390.89	\$ 929.50	Febrero	\$ 345.81	\$ 250.97	\$ 596.77
Marzo	\$ 538.61	\$ 289.37	\$ 827.98	Marzo	\$ 345.81	\$ 185.79	\$ 531.59
Abril	\$ 538.61	\$ 1,324.59	\$ 1,863.20	Abril	\$ 345.81	\$ 850.44	\$ 1,196.24
Mayo	\$ 538.61	\$ 249.31	\$ 787.92	Mayo	\$ 345.81	\$ 160.07	\$ 505.87
Junio	\$ 538.61	\$ 396.15	\$ 934.76	Junio	\$ 345.81	\$ 254.34	\$ 600.15
Julio	\$ 538.61	\$ 809.41	\$ 1,348.02	Julio	\$ 345.81	\$ 519.67	\$ 865.48
Agosto	\$ 538.61	\$ 598.87	\$ 1,137.48	Agosto	\$ 345.81	\$ 384.49	\$ 730.30
Septiembre	\$ 538.61	\$ 247.21	\$ 785.82	Septiembre	\$ 345.81	\$ 158.72	\$ 504.53
Octubre	\$ 538.61	\$ 904.63	\$ 1,443.24	Octubre	\$ 345.81	\$ 580.80	\$ 926.61
Noviembre	\$ 538.61	\$ 284.13	\$ 822.74	Noviembre	\$ 345.81	\$ 182.42	\$ 528.23
Diciembre	\$ 538.61	\$ 821.36	\$ 1,359.97	Diciembre	\$ 345.81	\$ 527.34	\$ 873.15
<b>Total</b>	<b>\$ 6,463.33</b>	<b>\$ 7,158.87</b>	<b>\$ 13,622.20</b>	<b>Total</b>	<b>\$ 4,149.69</b>	<b>\$ 4,596.25</b>	<b>\$ 8,745.94</b>

Teniendo los costos totales por cada circuito como se muestra en las tablas 370, 371, 372 y 373 se hizo la sumatoria para obtener los costos totales por circuitos como se muestra en la tabla 374 y a esto se le suma los costos fijos por otros usuarios de la tabla 356, para obtener el costo total mensual.

Tabla 374. Costos operativos mensuales

Costos operativos para usuarios de circuitos				Costos operativos para otros usuarios				Costo total mensual
Mes	CF	CV	CT	Mes	CF	CV	CT	
Enero	\$ 515.62	\$ 886.43	\$ 1,402.04	Enero	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 2,359.61
Febrero	\$ 515.62	\$ 411.05	\$ 926.66	Febrero	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 1,884.23
Marzo	\$ 515.62	\$ 304.29	\$ 819.91	Marzo	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 1,777.48
Abril	\$ 515.62	\$ 1,392.90	\$ 1,908.51	Abril	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 2,866.09
Mayo	\$ 515.62	\$ 262.17	\$ 777.78	Mayo	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 1,735.35
Junio	\$ 515.62	\$ 416.57	\$ 932.19	Junio	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 1,889.76
Julio	\$ 515.62	\$ 851.15	\$ 1,366.76	Julio	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 2,324.33
Agosto	\$ 515.62	\$ 629.75	\$ 1,145.36	Agosto	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 2,102.93
Septiembre	\$ 515.62	\$ 259.96	\$ 775.58	Septiembre	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 1,733.15
Octubre	\$ 515.62	\$ 951.28	\$ 1,466.89	Octubre	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 2,424.46
Noviembre	\$ 515.62	\$ 298.78	\$ 814.39	Noviembre	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 1,771.96
Diciembre	\$ 515.62	\$ 863.72	\$ 1,379.33	Diciembre	\$ 957.57	\$ -	\$ 957.57	\$ 2,336.90
<b>Total</b>	<b>\$ 6,187.38</b>	<b>\$ 7,528.04</b>	<b>\$ 13,715.42</b>	<b>Total</b>	<b>\$ 11,490.85</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 11,490.85</b>	<b>\$ 25,206.27</b>

Tabla 375. Costos de comercialización mensuales

Costo de comercialización para usuarios de circuitos				Costos de comercialización para otros usuarios				Costo total mensual
Mes	CF	CV	CT	Mes	CF	CV	CT	
Enero	\$ 126.87	\$ 453.42	\$ 580.29	Enero	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 815.91
Febrero	\$ 126.87	\$ 210.26	\$ 337.13	Febrero	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 572.74
Marzo	\$ 126.87	\$ 155.65	\$ 282.52	Marzo	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 518.13
Abril	\$ 126.87	\$ 712.49	\$ 839.36	Abril	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 1,074.98
Mayo	\$ 126.87	\$ 134.10	\$ 260.97	Mayo	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 496.59



Junio	\$ 126.87	\$ 213.09	\$ 339.95	Junio	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 575.57
Julio	\$ 126.87	\$ 435.38	\$ 562.25	Julio	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 797.86
Agosto	\$ 126.87	\$ 322.13	\$ 449.00	Agosto	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 684.61
Septiembre	\$ 126.87	\$ 132.97	\$ 259.84	Septiembre	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 495.46
Octubre	\$ 126.87	\$ 486.59	\$ 613.46	Octubre	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 849.08
Noviembre	\$ 126.87	\$ 152.83	\$ 279.70	Noviembre	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 515.31
Diciembre	\$ 126.87	\$ 441.81	\$ 568.68	Diciembre	\$ 235.61	\$ -	\$ 235.61	\$ 804.29
<b>Total</b>	<b>\$ 1,522.43</b>	<b>\$ 3,850.72</b>	<b>\$ 5,373.15</b>	<b>Total</b>	<b>\$ 2,827.37</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2,827.37</b>	<b>\$ 8,200.52</b>

Tabla 376. Costos de administración mensuales

Costo administración para usuarios de circuitos				Costo administración para otros usuarios				Costo total mensual
Mes	CF	CV	CT	Mes	CF	CV	CT	
Enero	\$ 241.93	\$ 44.32	\$ 286.25	Enero	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 735.56
Febrero	\$ 241.93	\$ 20.55	\$ 262.48	Febrero	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 711.79
Marzo	\$ 241.93	\$ 15.21	\$ 257.15	Marzo	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 706.45
Abril	\$ 241.93	\$ 69.64	\$ 311.57	Abril	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 760.88
Mayo	\$ 241.93	\$ 13.11	\$ 255.04	Mayo	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 704.35
Junio	\$ 241.93	\$ 20.83	\$ 262.76	Junio	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 712.07
Julio	\$ 241.93	\$ 42.55	\$ 284.49	Julio	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 733.79
Agosto	\$ 241.93	\$ 31.48	\$ 273.42	Agosto	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 722.72
Septiembre	\$ 241.93	\$ 13.00	\$ 254.93	Septiembre	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 704.24
Octubre	\$ 241.93	\$ 47.56	\$ 289.49	Octubre	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 738.80
Noviembre	\$ 241.93	\$ 14.94	\$ 256.87	Noviembre	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 706.18
Diciembre	\$ 241.93	\$ 43.18	\$ 285.12	Diciembre	\$ 449.31	\$ -	\$ 449.31	\$ 734.42
<b>Total</b>	<b>\$ 2,903.21</b>	<b>\$ 376.36</b>	<b>\$ 3,279.57</b>	<b>Total</b>	<b>\$ 5,391.67</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 5,391.67</b>	<b>\$ 8,671.24</b>

Tabla 377. Costos mensuales

Costo Totales para usuarios de circuitos				Costos totales para otros usuarios				Costo total mensual
Mes	CF	CV	CT	Mes	CF	CV	CT	
Enero	\$ 884.42	\$ 1,384.17	\$ 2,268.58	Enero	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 3,911.08
Febrero	\$ 884.42	\$ 641.86	\$ 1,526.28	Febrero	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 3,168.77
Marzo	\$ 884.42	\$ 475.16	\$ 1,359.57	Marzo	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 3,002.07
Abril	\$ 884.42	\$ 2,175.03	\$ 3,059.45	Abril	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 4,701.94
Mayo	\$ 884.42	\$ 409.38	\$ 1,293.79	Mayo	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 2,936.29
Junio	\$ 884.42	\$ 650.49	\$ 1,534.90	Junio	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 3,177.40
Julio	\$ 884.42	\$ 1,329.08	\$ 2,213.50	Julio	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 3,855.99
Agosto	\$ 884.42	\$ 983.36	\$ 1,867.78	Agosto	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 3,510.27
Septiembre	\$ 884.42	\$ 405.93	\$ 1,290.35	Septiembre	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 2,932.84
Octubre	\$ 884.42	\$ 1,485.43	\$ 2,369.85	Octubre	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 4,012.34
Noviembre	\$ 884.42	\$ 466.54	\$ 1,350.96	Noviembre	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 2,993.45
Diciembre	\$ 884.42	\$ 1,348.71	\$ 2,233.12	Diciembre	\$ 1,642.49	\$ -	\$ 1,642.49	\$ 3,875.61
Total	\$ 10,613.02	\$ 11,755.13	\$ 22,368.15	Total	\$ 19,709.89	\$ -	\$ 19,709.89	\$ 42,078.04

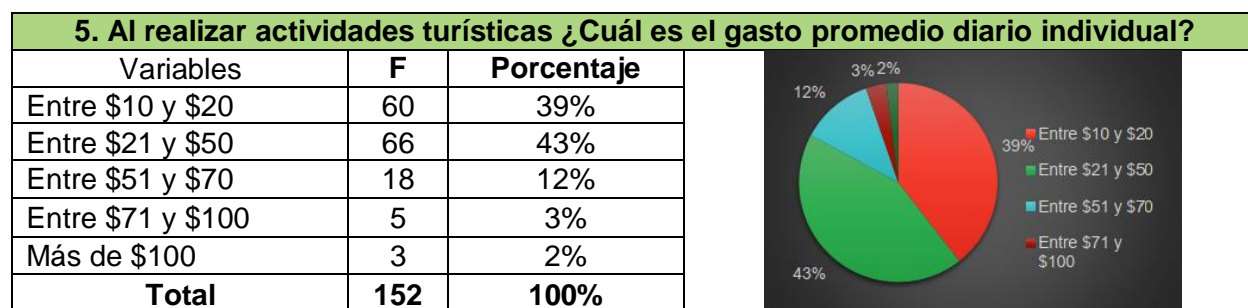
## E. PRESUPUESTO DE INGRESOS - PUNTO DE EQUILIBRIO

### 1. Determinación del precio de venta

#### a. Referencia del mercado consumidor

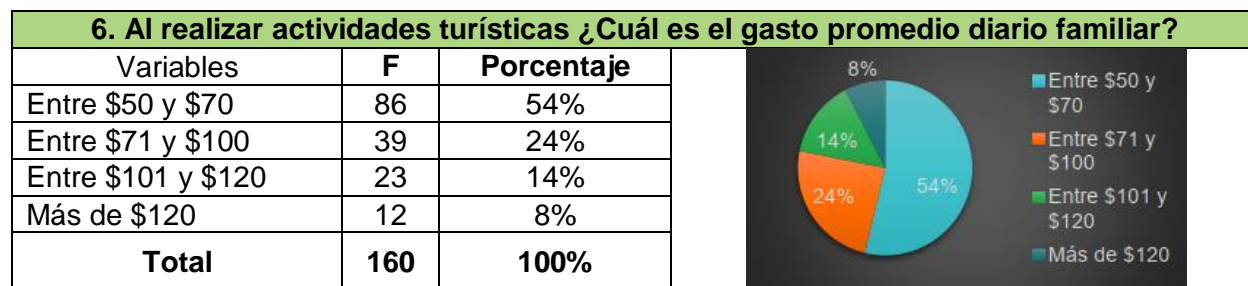
En el estudio del mercado consumidor se realizó una pregunta para tener en consideración el establecimiento del precio de venta, dicha pregunta se refiere al gasto que realizan las personas al realizar turismo interno, esto es permite tener en cuenta la capacidad económica de los turistas.

Tabla 378. Gasto promedio segmento joven



Fuente: Referencia del Estudio de mercado consumidor.

Tabla 379. Gasto promedio segmento familiar



Fuente: Referencia del Estudio de mercado consumidor.

De dicho estudio para el establecimiento del precio de venta se determina que debe tener un valor de:

- *Circuito entre playa y montaña: Precio de venta de \$15.00*
- *Circuito Historias de Chiltiupán: \$13.00 por persona  
Y \$35.00 por grupos de 3 personas*

#### b. Referencia de los distribuidores

Los tours operadores se vuelven un aliado estratégico para el desarrollo de actividades turísticas, por lo cual, el considerar los precios de venta que ellos ofertan es importante; ya que son ellos los encargados en muchas ciudades de movilizar a los turistas; entre los precios que manejan se tienen:

Tabla 380. Precios de referencia de los Tour Operadores

Tour Operador	Precios de referencia
Tour Bus	\$15 a \$150
Mundo Turista	\$15 a \$150
Layantli	\$15 a \$150

Fuente: Referencia del Estudio de mercado distribuidor.

De los precios de referencia se pueden observar que los precios son comunes, siendo el de \$15.00 principalmente para turistas nacionales con una duración de un día de viaje, mientras los precios más altos son para turistas extranjeros los cuales tienen estadías de más de un día.

Por lo cual en base a los tours Operadores se puede definir un precio de venta de \$17.00 por persona.

### c. Referencia de estructura de costos

La estructura de costo permitió identificar el costo total unitario, el cual sirve como la referencia principal para establecer el precio de venta.

Tabla 381. Costos unitarios para el año uno de operación

Circuito	Costo Fijo Unitario	Costo Variable Unitario	Costo Total Unitario
Entre playa y montaña	\$ 4.05	\$ 4,48	\$ 8.53
Historias de Chilitupán	\$ 4.05	\$ 4,49	\$ 8.54

Del costo unitario total se puede identificar lo siguiente:

- En base a la estructura de costos, el precio de venta mínimo deberá ser:
  - Circuito entre playa y montaña \$8.53
  - Circuito historias de Chilitupán \$8.54
- Ese costo es menor al gasto promedio tanto de segmento joven, así como el segmento de familia.
- Además, si bien está abajo de los rangos de precios de los distribuidores, es menor al precio de venta sugerido para los tours operadoras.

### d. Precio de venta

Por lo cual, considerando el mercado consumidor, los tours operadores y los costos unitarios, el precio de venta sugerido para los dos circuitos son los siguientes.

Tabla 382. Precios de venta sugeridos

Circuito	Precio de venta
Entre playa y montaña	\$ 15,00
Historias de Chilitupán	\$ 15,00

## 2. Margen de utilidad

A continuación, se calcula el margen de utilidad que aportará el plan de desarrollo turístico por cada venta de los 2 circuitos turísticos diseñados que se ofrecerán a los consumidores: Tomando en cuenta lo anterior, tenemos:

Tabla 383. Margen de contribución de circuitos turísticos

Circuito	CU por circuito	Precio de venta	Margen de contribución
Entre playa y montaña	\$ 8.53	\$ 15.00	\$6.47
Historias de Chiltiupán	\$ 8.54	\$ 15.00	\$6.46

Como se puede observar en la tabla anterior, el margen de contribución es positivo ya que el precio de venta cubre los costos unitarios de cada circuito, pero es importante recordar que el plan de desarrollo turístico es sin fines de lucro y no ha establecido un porcentaje de ganancia.

## 3. Ingresos pronosticados

Para determinar los ingresos del plan de desarrollo turístico se clasificarán igual que los costos, en ingresos obtenidos por circuito e ingresos obtenidos por otros rubros.

### a) Ingresos por los circuitos

Para calcular los ingresos correspondientes a cada año se utilizará el pronóstico de ventas obtenido en las tablas 196 y 197, correspondiente a la etapa de diseño.

Tabla 384. Ingresos por circuitos año 1

Ingresos por circuitos					
Año 1	Entre playa y montaña		Historias de Chiltiupán		Total de ingresos por circuitos
	Pv	\$ 15.00	Pv	\$ 15.00	
Mes	Q*	Q*Pv	Q*	Q*Pv	
Ene	112	\$ 1,676.85	72	\$ 1,075.20	\$ 2,752.05
Feb	64	\$ 958.20	41	\$ 614.40	\$ 1,572.60
Mar	80	\$ 1,197.75	51	\$ 768.00	\$ 1,965.75
Abril	367	\$ 6,427.93	236	\$ 3,768.32	\$10,196.25
Mayo	64	\$ 958.20	41	\$ 614.40	\$ 1,572.60
Junio	48	\$ 718.65	31	\$ 460.80	\$ 1,179.45
Julio	96	\$ 1,437.30	61	\$ 921.60	\$ 2,358.90
Ago	240	\$ 4,192.13	154	\$ 2,457.60	\$ 6,649.73
Sept	48	\$ 718.65	31	\$ 460.80	\$ 1,179.45
Oct	48	\$ 718.65	31	\$ 460.80	\$ 1,179.45
Nov	64	\$ 958.20	41	\$ 614.40	\$ 1,572.60
Dic	367	\$ 6,427.93	236	\$ 3,768.32	\$10,196.25
<b>Total</b>	<b>1597</b>	<b>\$26,390.43</b>	<b>1024</b>	<b>\$15,984.64</b>	<b>\$42,375.07</b>

\*El cálculo del pronóstico de venta de servicios turísticos mensual, está determinado a partir de los niveles de estacionalidad de la demanda turística a nivel nacional.

Tabla 385. Ingresos por circuitos año 2

Año 2	Entre playa y montaña		Historias de Chiltiupán		Total de ingresos por circuito
	Pv	\$ 15.00	Pv	\$ 15.00	
Mes	Q*	Q*Pv	Q*	Q*Pv	
Ene	120	\$ 1,804.95	77	\$ 1,157.10	\$ 2,962.05
Feb	69	\$ 1,031.40	44	\$ 661.20	\$ 1,692.60
Mar	86	\$ 1,289.25	55	\$ 826.50	\$ 2,115.75
Abril	395	\$ 6,918.98	253	\$ 4,055.36	\$10,974.34
Mayo	69	\$ 1,031.40	44	\$ 661.20	\$ 1,692.60
Junio	52	\$ 773.55	33	\$ 495.90	\$ 1,269.45
Julio	103	\$ 1,547.10	66	\$ 991.80	\$ 2,538.90
Ago	258	\$ 4,512.38	165	\$ 2,644.80	\$ 7,157.18
Sept	52	\$ 773.55	33	\$ 495.90	\$ 1,269.45
Oct	52	\$ 773.55	33	\$ 495.90	\$ 1,269.45
Nov	69	\$ 1,031.40	44	\$ 661.20	\$ 1,692.60
Dic	395	\$ 6,918.98	253	\$ 4,055.36	\$10,974.34
<b>Total</b>	<b>1719</b>	<b>\$28,406.48</b>	<b>1102</b>	<b>\$17,202.22</b>	<b>\$45,608.70</b>

\*El cálculo del pronóstico de venta de servicios turísticos mensual, está determinado a partir de los niveles de estacionalidad de la demanda turística a nivel nacional.

Tabla 386. Ingresos por circuitos año 3

Año 3	Entre playa y montaña		Historias de Chiltiupán		Total de ingresos por circuito
	Pv	\$ 15.00	Pv	\$ 15.00	
Mes	Q*	Q*Pv	Q*	Q*Pv	
Ene	129	\$ 1,933.05	83	\$ 1,239.00	\$ 3,172.05
Feb	74	\$ 1,104.60	47	\$ 708.00	\$ 1,812.60
Mar	92	\$ 1,380.75	59	\$ 885.00	\$ 2,265.75
Abril	423	\$ 7,410.03	271	\$ 4,342.40	\$11,752.43
Mayo	74	\$ 1,104.60	47	\$ 708.00	\$ 1,812.60
Junio	55	\$ 828.45	35	\$ 531.00	\$ 1,359.45
Julio	110	\$ 1,656.90	71	\$ 1,062.00	\$ 2,718.90
Ago	276	\$ 4,832.63	177	\$ 2,832.00	\$ 7,664.63
Sept	55	\$ 828.45	35	\$ 531.00	\$ 1,359.45
Oct	55	\$ 828.45	35	\$ 531.00	\$ 1,359.45
Nov	74	\$ 1,104.60	47	\$ 708.00	\$ 1,812.60
Dic	423	\$ 7,410.03	271	\$ 4,342.40	\$11,752.43
<b>Total</b>	<b>1841</b>	<b>\$30,422.53</b>	<b>1180</b>	<b>\$18,419.80</b>	<b>\$48,842.33</b>

\*El cálculo del pronóstico de venta de servicios turísticos mensual, está determinado a partir de los niveles de estacionalidad de la demanda turística a nivel nacional.

Tabla 387. Ingresos por circuitos año 4

Año 4	Entre playa y montaña		Historias de Chiltiupán		Total de ingresos por circuito
	Pv	\$ 15.00	Pv	\$ 15.00	
Mes	Q*	Q*Pv	Q*	Q*Pv	
Ene	137	\$ 2,061.15	88	\$ 1,320.90	\$ 3,382.05
Feb	79	\$ 1,177.80	50	\$ 754.80	\$ 1,932.60
Mar	98	\$ 1,472.25	63	\$ 943.50	\$ 2,415.75
Abril	451	\$ 7,901.08	289	\$ 4,629.44	\$12,530.52
Mayo	79	\$ 1,177.80	50	\$ 754.80	\$ 1,932.60
Junio	59	\$ 883.35	38	\$ 566.10	\$ 1,449.45
Julio	118	\$ 1,766.70	75	\$ 1,132.20	\$ 2,898.90
Ago	294	\$ 5,152.88	189	\$ 3,019.20	\$ 8,172.08
Sept	59	\$ 883.35	38	\$ 566.10	\$ 1,449.45
Oct	59	\$ 883.35	38	\$ 566.10	\$ 1,449.45
Nov	79	\$ 1,177.80	50	\$ 754.80	\$ 1,932.60
Dic	451	\$ 7,901.08	289	\$ 4,629.44	\$12,530.52
<b>Total</b>	<b>1963</b>	<b>\$32,438.58</b>	<b>1258</b>	<b>\$19,637.38</b>	<b>\$52,075.96</b>

\*El cálculo del pronóstico de venta de servicios turísticos mensual, está determinado a partir de los niveles de estacionalidad de la demanda turística a nivel nacional.

Tabla 388. Ingresos por circuitos año 5

Año 5	Entre playa y montaña		Historias de Chiltiupán		Total de ingresos por circuito
	Pv	\$ 15.00	Pv	\$ 15.00	
Mes	Q*	Q*Pv	Q*	Q*Pv	
Ene	146	\$ 2,188.20	94	\$ 1,402.80	\$ 3,591.00
Feb	83	\$ 1,250.40	53	\$ 801.60	\$ 2,052.00
Mar	104	\$ 1,563.00	67	\$ 1,002.00	\$ 2,565.00
Abril	479	\$ 8,388.10	307	\$ 4,916.48	\$13,304.58
Mayo	83	\$ 1,250.40	53	\$ 801.60	\$ 2,052.00
Junio	63	\$ 937.80	40	\$ 601.20	\$ 1,539.00
Julio	125	\$ 1,875.60	80	\$ 1,202.40	\$ 3,078.00
Ago	313	\$ 5,470.50	200	\$ 3,206.40	\$ 8,676.90
Sept	63	\$ 937.80	40	\$ 601.20	\$ 1,539.00
Oct	63	\$ 937.80	40	\$ 601.20	\$ 1,539.00
Nov	83	\$ 1,250.40	53	\$ 801.60	\$ 2,052.00
Dic	479	\$ 8,388.10	307	\$ 4,916.48	\$13,304.58
<b>Total</b>	<b>2084</b>	<b>\$34,438.10</b>	<b>1336</b>	<b>\$20,854.96</b>	<b>\$55,293.06</b>

\*El cálculo del pronóstico de venta de servicios turísticos mensual, está determinado a partir de los niveles de estacionalidad de la demanda turística a nivel nacional.

## b) Ingresos por otros rubros

Los ingresos por otros rubros serán por varias actividades correspondientes al implementación del plan de desarrollo turístico, primeramente se tendrá la cuota fija que aportara la alcaldía y los miembros del CDT, ingresos por el uso de binoculares prismáticos, el área del comedor y baños, ingresos de entrada al museo por otros usuarios que no sea por los circuitos turísticos, ingresos por participación en ferias, al igual que obtener ingresos por estacionamiento en la zona de playa, cobrar comisión a los guías y transportistas para que se les asigne personas de los circuitos y ventas realizadas en el kiosco de los diferentes distintivos del municipio.

Tabla 389. Ingresos por otros rubros año 1

Ingresos por otro rubro																				
Año 1	Alcaldía		CDT		Binoculares*		Comedor*		Baños*		Museo*		Ferias		Parqueo*		Comisión por transporta y guías		Vta de distin. Del mun.*	Total de ingresos por otros rubros
	fija	\$ 833.33	fija	\$ 10.00	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 12.00	Pv	\$ 0.25	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 80.00	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 7.00		
Mes	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Pv	
Ene	1	\$ 833.33	15	\$ 225.00	73	\$ 73.39	3	\$ 36.69	477	\$ 119.26	83	\$ 82.56	0	\$ -	46	\$ 45.87	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,483.10
Feb	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	42	\$ 41.94	2	\$ 20.97	273	\$ 68.15	47	\$ 47.18	0	\$ -	26	\$ 26.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,254.77
Mar	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	52	\$ 52.42	2	\$ 26.21	341	\$ 85.18	59	\$ 58.97	0	\$ -	33	\$ 32.76	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,305.88
Abril	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	241	\$ 241.13	10	\$120.57	1567	\$ 391.84	271	\$ 271.27	1	\$ 80.00	151	\$150.71	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,330.85
Mayo	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	42	\$ 41.94	2	\$ 20.97	273	\$ 68.15	47	\$ 47.18	0	\$ -	26	\$ 26.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,254.77
Junio	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	31	\$ 31.45	1	\$ 15.73	204	\$ 51.11	35	\$ 35.38	0	\$ -	20	\$ 19.66	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,203.66
Julio	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	63	\$ 62.90	3	\$ 31.45	409	\$ 102.22	71	\$ 70.77	0	\$ -	39	\$ 39.32	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,356.99
Ago	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	157	\$ 157.26	7	\$ 78.63	1022	\$ 255.55	177	\$ 176.92	1	\$ 80.00	98	\$ 98.29	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 1,921.98
Sept	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	31	\$ 31.45	1	\$ 15.73	204	\$ 51.11	35	\$ 35.38	0	\$ -	20	\$ 19.66	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,203.66
Oct	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	31	\$ 31.45	1	\$ 15.73	204	\$ 51.11	35	\$ 35.38	0	\$ -	20	\$ 19.66	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,203.66
Nov	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	42	\$ 41.94	2	\$ 20.97	273	\$ 68.15	47	\$ 47.18	0	\$ -	26	\$ 26.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,254.77
Dic	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	241	\$ 241.13	10	\$120.57	1567	\$ 391.84	271	\$ 271.27	1	\$ 80.00	151	\$150.71	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,330.85
<b>Total</b>		<b>\$10,000.00</b>		<b>\$1,875.00</b>		<b>\$1,048.40</b>		<b>\$524.20</b>		<b>\$1,703.65</b>		<b>\$1,179.45</b>		<b>\$240.00</b>		<b>\$655.25</b>		<b>\$504.00</b>	<b>\$375.00</b>	<b>\$18,104.95</b>

\* El cálculo de estos pronósticos de servicios turísticos mensual, está determinado a partir de los niveles de estacionalidad de la demanda turística a nivel nacional.



Tabla 390. Ingresos por otros rubros año 2

Ingresos por otros rubros																				
Año 2	Alcaldía		CDT		Binoculares*		Comedor*		Baños*		Museo*		Ferias		Parqueo*		Comisión por transporta y guías		Vta de distin. Del mun.*	Total de ingresos por otros rubros
	fija	\$ 833.33	fija	\$ 10.00	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 12.00	Pv	\$ 0.25	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 80.00	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 7.00		
Mes	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Pv	
Ene	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	79	\$ 78.99	3	\$ 39.49	513	\$ 128.36	89	\$ 88.86	0	\$ -	49	\$ 49.37	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,435.40
Feb	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	45	\$ 45.14	2	\$ 22.57	293	\$ 73.35	51	\$ 50.78	0	\$ -	28	\$ 28.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,270.37
Mar	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	56	\$ 56.42	2	\$ 28.21	367	\$ 91.68	63	\$ 63.47	0	\$ -	35	\$ 35.26	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,325.38
Abril	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	260	\$ 259.53	11	\$129.77	1687	\$ 421.74	292	\$ 291.97	1	\$ 80.00	162	\$162.21	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,420.55
Mayo	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	45	\$ 45.14	2	\$ 22.57	293	\$ 73.35	51	\$ 50.78	0	\$ -	28	\$ 28.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,270.37
Junio	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	34	\$ 33.85	1	\$ 16.93	220	\$ 55.01	38	\$ 38.08	0	\$ -	21	\$ 21.16	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,215.36
Julio	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	68	\$ 67.70	3	\$ 33.85	440	\$ 110.02	76	\$ 76.17	0	\$ -	42	\$ 42.32	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,380.39
Ago	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	169	\$ 169.26	7	\$ 84.63	1100	\$ 275.05	190	\$ 190.42	1	\$ 80.00	106	\$105.79	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 1,980.48
Sept	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	34	\$ 33.85	1	\$ 16.93	220	\$ 55.01	38	\$ 38.08	0	\$ -	21	\$ 21.16	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,215.36
Oct	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	34	\$ 33.85	1	\$ 16.93	220	\$ 55.01	38	\$ 38.08	0	\$ -	21	\$ 21.16	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,215.36
Nov	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	45	\$ 45.14	2	\$ 22.57	293	\$ 73.35	51	\$ 50.78	0	\$ -	28	\$ 28.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,270.37
Dic	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	260	\$ 259.53	11	\$129.77	1687	\$ 421.74	292	\$ 291.97	1	\$ 80.00	162	\$162.21	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,420.55
<b>Total</b>		<b>\$10,000.00</b>		<b>\$1,800.00</b>		<b>\$1,128.40</b>		<b>\$564.20</b>		<b>\$1,833.65</b>		<b>\$1,269.45</b>		<b>\$240.00</b>		<b>\$705.25</b>		<b>\$504.00</b>	<b>\$375.00</b>	<b>\$18,419.95</b>

\* El cálculo de estos pronósticos de servicios turísticos mensual, está determinado a partir de los niveles de estacionalidad de la demanda turística a nivel nacional

Tabla 391. Ingresos por otros rubros año 3

Ingresos por otros rubros																				
Año 3	Alcaldía		CDT		Binoculares*		Comedor*		Baños*		Museo*		Ferias		Parqueo*		Comisión por transporta y guías		Vta de distin. Del mun.*	Total de ingresos por otros rubros
	fija	\$ 833.33	fija	\$ 10.00	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 12.00	Pv	\$ 0.25	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 80.00	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 7.00		
Mes	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Pv	
Ene	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	85	\$ 84.59	4	\$ 42.29	550	\$ 137.46	95	\$ 95.16	0	\$ -	53	\$ 52.87	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,462.70

Feb	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	48	\$ 48.34	2	\$ 24.17	314	\$ 78.55	54	\$ 54.38	0	\$ -	30	\$ 30.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,285.97
Mar	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	60	\$ 60.42	3	\$ 30.21	393	\$ 98.18	68	\$ 67.97	0	\$ -	38	\$ 37.76	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,344.88
Abril	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	278	\$ 277.93	12	\$138.97	1807	\$ 451.64	313	\$ 312.67	1	\$ 80.00	174	\$173.71	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,510.25
Mayo	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	48	\$ 48.34	2	\$ 24.17	314	\$ 78.55	54	\$ 54.38	0	\$ -	30	\$ 30.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,285.97
Junio	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	36	\$ 36.25	2	\$ 18.13	236	\$ 58.91	41	\$ 40.78	0	\$ -	23	\$ 22.66	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,227.06
Julio	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	73	\$ 72.50	3	\$ 36.25	471	\$ 117.82	82	\$ 81.57	0	\$ -	45	\$ 45.32	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,403.79
Ago	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	181	\$ 181.26	8	\$ 90.63	1178	\$ 294.55	204	\$ 203.92	1	\$ 80.00	113	\$113.29	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,038.98
Sept	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	36	\$ 36.25	2	\$ 18.13	236	\$ 58.91	41	\$ 40.78	0	\$ -	23	\$ 22.66	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,227.06
Oct	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	36	\$ 36.25	2	\$ 18.13	236	\$ 58.91	41	\$ 40.78	0	\$ -	23	\$ 22.66	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,227.06
Nov	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	48	\$ 48.34	2	\$ 24.17	314	\$ 78.55	54	\$ 54.38	0	\$ -	30	\$ 30.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,285.97
Dic	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	278	\$ 277.93	12	\$138.97	1807	\$ 451.64	313	\$ 312.67	1	\$ 80.00	174	\$173.71	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,510.25
<b>Total</b>		<b>\$10,000.00</b>		<b>\$1,800.00</b>		<b>\$1,208.40</b>		<b>\$604.20</b>		<b>\$1,963.65</b>		<b>\$1,359.45</b>		<b>\$240.00</b>		<b>\$755.25</b>		<b>\$504.00</b>	<b>\$375.00</b>	<b>\$18,809.95</b>

\* El cálculo de estos pronósticos de servicios turísticos mensual, está determinado a partir de los niveles de estacionalidad de la demanda turística a nivel nacional.

Tabla 392. Ingresos por otros rubros año 4

Ingresos por otros rubros																				
Año 4	Alcaldía		CDT		Binoculares*		Comedor*		Baños*		Museo*		Ferias		Parqueo*		Comisión por transporta y guías		Vta de distin. Del mun.*	Total de ingresos por otros rubros
	fija	\$ 833.33	fija	\$ 10.00	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 12.00	Pv	\$ 0.25	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 80.00	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 7.00		
Mes	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Pv	
Ene	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	90	\$ 90.19	4	\$ 45.09	586	\$ 146.56	101	\$ 101.46	0	\$ -	56	\$ 56.37	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,490.00
Feb	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	52	\$ 51.54	2	\$ 25.77	335	\$ 83.75	58	\$ 57.98	0	\$ -	32	\$ 32.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,301.57
Mar	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	64	\$ 64.42	3	\$ 32.21	419	\$ 104.68	72	\$ 72.47	0	\$ -	40	\$ 40.26	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,364.38
Abril	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	296	\$ 296.33	12	\$148.17	1926	\$ 481.54	333	\$ 333.37	1	\$ 80.00	185	\$185.21	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,599.95
Mayo	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	52	\$ 51.54	2	\$ 25.77	335	\$ 83.75	58	\$ 57.98	0	\$ -	32	\$ 32.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,301.57
Junio	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	39	\$ 38.65	2	\$ 19.33	251	\$ 62.81	43	\$ 43.48	0	\$ -	24	\$ 24.16	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,238.76
Julio	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	77	\$ 77.30	3	\$ 38.65	502	\$ 125.62	87	\$ 86.97	0	\$ -	48	\$ 48.32	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,427.19
Ago	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	193	\$ 193.26	8	\$ 96.63	1256	\$ 314.05	217	\$ 217.42	1	\$ 80.00	121	\$120.79	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,097.48
Sept	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	39	\$ 38.65	2	\$ 19.33	251	\$ 62.81	43	\$ 43.48	0	\$ -	24	\$ 24.16	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,238.76

Oct	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	39	\$ 38.65	2	\$ 19.33	251	\$ 62.81	43	\$ 43.48	0	\$ -	24	\$ 24.16	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,238.76
Nov	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	52	\$ 51.54	2	\$ 25.77	335	\$ 83.75	58	\$ 57.98	0	\$ -	32	\$ 32.21	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,301.57
Dic	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	296	\$ 296.33	12	\$148.17	1926	\$ 481.54	333	\$ 333.37	1	\$ 80.00	185	\$185.21	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,599.95
<b>Total</b>		<b>\$10,000.00</b>		<b>\$1,800.00</b>		<b>\$1,288.40</b>		<b>\$644.20</b>		<b>\$2,093.65</b>		<b>\$1,449.45</b>		<b>\$240.00</b>		<b>\$805.25</b>		<b>\$504.00</b>	<b>\$325.00</b>	<b>\$19,149.95</b>

\* El cálculo de estos pronósticos de servicios turísticos mensual, está determinado a partir de los niveles de estacionalidad de la demanda turística a nivel nacional.

Tabla 393. Ingresos por otros rubros año 5

Ingresos por otros rubros																				
Año 5	Alcaldía		CDT		Binoculares*		Comedor*		Baños*		Museo*		Ferias		Parqueo*		Comisión por transporta y guías		Vta de distin. Del mun.*	Total de ingresos por otros rubros
	fija	\$ 833.33	fija	\$ 10.00	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 12.00	Pv	\$ 0.25	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 80.00	Pv	\$ 1.00	Pv	\$ 7.00		
Mes	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Pv	
Ene	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	96	\$ 95.76	4	\$ 47.88	622	\$ 155.61	108	\$ 107.73	0	\$ -	60	\$ 59.85	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,517.16
Feb	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	55	\$ 54.72	2	\$ 27.36	356	\$ 88.92	62	\$ 61.56	0	\$ -	34	\$ 34.20	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,317.09
Mar	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	68	\$ 68.40	3	\$ 34.20	445	\$ 111.15	77	\$ 76.95	0	\$ -	43	\$ 42.75	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,383.78
Abril	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	315	\$ 314.64	13	\$157.32	2045	\$ 511.29	354	\$ 353.97	1	\$ 80.00	197	\$196.65	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,689.20
Mayo	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	55	\$ 54.72	2	\$ 27.36	356	\$ 88.92	62	\$ 61.56	0	\$ -	34	\$ 34.20	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,317.09
Junio	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	41	\$ 41.04	2	\$ 20.52	267	\$ 66.69	46	\$ 46.17	0	\$ -	26	\$ 25.65	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,250.40
Julio	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	82	\$ 82.08	3	\$ 41.04	534	\$ 133.38	92	\$ 92.34	0	\$ -	51	\$ 51.30	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,450.47
Ago	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	205	\$ 205.20	9	\$102.60	1334	\$ 333.45	231	\$ 230.85	1	\$ 80.00	128	\$128.25	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,155.68
Sept	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	41	\$ 41.04	2	\$ 20.52	267	\$ 66.69	46	\$ 46.17	0	\$ -	26	\$ 25.65	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,250.40
Oct	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	41	\$ 41.04	2	\$ 20.52	267	\$ 66.69	46	\$ 46.17	0	\$ -	26	\$ 25.65	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,250.40
Nov	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	55	\$ 54.72	2	\$ 27.36	356	\$ 88.92	62	\$ 61.56	0	\$ -	34	\$ 34.20	6	\$ 42.00	\$ 25.00	\$ 1,317.09
Dic	1	\$ 833.33	15	\$ 150.00	315	\$ 314.64	13	\$157.32	2045	\$ 511.29	354	\$ 353.97	1	\$ 80.00	197	\$196.65	6	\$ 42.00	\$ 50.00	\$ 2,689.20
<b>Total</b>		<b>\$10,000.00</b>		<b>\$1,800.00</b>		<b>\$1,368.00</b>		<b>\$684.00</b>		<b>\$2,223.00</b>		<b>\$1,539.00</b>		<b>\$240.00</b>		<b>\$855.00</b>		<b>\$504.00</b>	<b>\$375.00</b>	<b>\$19,588.00</b>

\* El cálculo de estos pronósticos de servicios turísticos mensual, está determinado a partir de los niveles de estacionalidad de la demanda turística a nivel nacional.

**c) Consolidado de ingresos por circuito y otros rubros.**

Teniendo el total de ingresos por circuitos y otros rubros se hace el consolidado de ingresos.

Para el año 1, se toman los totales de la tabla 384 y 389.

*Tabla 394. Consolidado de ingresos año 1.*

<b>Año 1</b>	<b>Total de ingresos por circuito</b>	<b>Total de ingresos por otros rubros</b>	<b>Total de ingresos</b>
<b>Mes</b>			
Ene	\$ 2,752.05	\$ 1,483.10	\$ 4,235.15
Feb	\$ 1,572.60	\$ 1,254.77	\$ 2,827.37
Mar	\$ 1,965.75	\$ 1,305.88	\$ 3,271.63
Abril	\$10,196.25	\$ 2,330.85	\$ 12,527.10
Mayo	\$ 1,572.60	\$ 1,254.77	\$ 2,827.37
Junio	\$ 1,179.45	\$ 1,203.66	\$ 2,383.11
Julio	\$ 2,358.90	\$ 1,356.99	\$ 3,715.89
Ago	\$ 6,649.73	\$ 1,921.98	\$ 8,571.70
Sept	\$ 1,179.45	\$ 1,203.66	\$ 2,383.11
Oct	\$ 1,179.45	\$ 1,203.66	\$ 2,383.11
Nov	\$ 1,572.60	\$ 1,254.77	\$ 2,827.37
Dic	\$10,196.25	\$ 2,330.85	\$ 12,527.10
<b>Total</b>	<b>\$42,375.07</b>	<b>\$18,104.95</b>	<b>\$ 60,480.02</b>

Para el año 2, se toman los totales de la tabla 385 y 390.

*Tabla 395. Consolidado de ingresos año 2.*

<b>Año 2</b>	<b>Total de ingresos por circuito</b>	<b>Total de ingresos por otros rubros</b>	<b>Total de ingresos</b>
<b>Mes</b>			
Ene	\$ 2,962.05	\$ 1,435.40	\$ 4,397.45
Feb	\$ 1,692.60	\$ 1,270.37	\$ 2,962.97
Mar	\$ 2,115.75	\$ 1,325.38	\$ 3,441.13
Abril	\$10,974.34	\$ 2,420.55	\$ 13,394.89
Mayo	\$ 1,692.60	\$ 1,270.37	\$ 2,962.97
Junio	\$ 1,269.45	\$ 1,215.36	\$ 2,484.81
Julio	\$ 2,538.90	\$ 1,380.39	\$ 3,919.29
Ago	\$ 7,157.18	\$ 1,980.48	\$ 9,137.65
Sept	\$ 1,269.45	\$ 1,215.36	\$ 2,484.81
Oct	\$ 1,269.45	\$ 1,215.36	\$ 2,484.81

Nov	\$ 1,692.60	\$ 1,270.37	\$ 2,962.97
Dic	\$10,974.34	\$ 2,420.55	\$ 13,394.89
<b>Total</b>	<b>\$45,608.70</b>	<b>\$18,419.95</b>	<b>\$ 64,028.65</b>

Para el año 3, se toman los totales de la tabla 386 y 391.

*Tabla 396. Consolidado de ingresos año 3.*

<b>Año 3</b>	<b>Total de ingresos por circuito</b>	<b>Total de ingresos por otros rubros</b>	<b>Total de ingresos</b>
<b>Mes</b>			
Ene	\$ 3,172.05	\$ 1,462.70	\$ 4,634.75
Feb	\$ 1,812.60	\$ 1,285.97	\$ 3,098.57
Mar	\$ 2,265.75	\$ 1,344.88	\$ 3,610.63
Abril	\$11,752.43	\$ 2,510.25	\$ 14,262.68
Mayo	\$ 1,812.60	\$ 1,285.97	\$ 3,098.57
Junio	\$ 1,359.45	\$ 1,227.06	\$ 2,586.51
Julio	\$ 2,718.90	\$ 1,403.79	\$ 4,122.69
Ago	\$ 7,664.63	\$ 2,038.98	\$ 9,703.60
Sept	\$ 1,359.45	\$ 1,227.06	\$ 2,586.51
Oct	\$ 1,359.45	\$ 1,227.06	\$ 2,586.51
Nov	\$ 1,812.60	\$ 1,285.97	\$ 3,098.57
Dic	\$11,752.43	\$ 2,510.25	\$ 14,262.68
<b>Total</b>	<b>\$48,842.33</b>	<b>\$18,809.95</b>	<b>\$ 67,652.28</b>

Para el año 4, se toman los totales de la tabla 387 y 392.

*Tabla 397. Consolidado de ingresos año 4.*

<b>Año 4</b>	<b>Total de ingresos por circuito</b>	<b>Total de ingresos por otros rubros</b>	<b>Total de ingresos</b>
<b>Mes</b>			
Ene	\$ 3,382.05	\$ 1,490.00	\$ 4,872.05
Feb	\$ 1,932.60	\$ 1,301.57	\$ 3,234.17
Mar	\$ 2,415.75	\$ 1,364.38	\$ 3,780.13
Abril	\$12,530.52	\$ 2,599.95	\$ 15,130.47
Mayo	\$ 1,932.60	\$ 1,301.57	\$ 3,234.17
Junio	\$ 1,449.45	\$ 1,238.76	\$ 2,688.21
Julio	\$ 2,898.90	\$ 1,427.19	\$ 4,326.09
Ago	\$ 8,172.08	\$ 2,097.48	\$ 10,269.55
Sept	\$ 1,449.45	\$ 1,238.76	\$ 2,688.21
Oct	\$ 1,449.45	\$ 1,238.76	\$ 2,688.21

Nov	\$ 1,932.60	\$ 1,301.57	\$ 3,234.17
Dic	\$12,530.52	\$ 2,599.95	\$ 15,130.47
<b>Total</b>	<b>\$52,075.96</b>	<b>\$19,199.95</b>	<b>\$ 71,275.91</b>

Para el año 5, se toman los totales de la tabla 388 y 393.

*Tabla 398. Consolidado de ingresos año 5.*

<b>Año 5</b>	<b>Total de ingresos por circuito</b>	<b>Total de ingresos por otros rubros</b>	<b>Total de ingresos</b>
<b>Mes</b>			
Ene	\$ 3,591.00	\$ 1,517.16	\$ 5,108.16
Feb	\$ 2,052.00	\$ 1,317.09	\$ 3,369.09
Mar	\$ 2,565.00	\$ 1,383.78	\$ 3,948.78
Abril	\$13,304.58	\$ 2,689.20	\$ 15,993.78
Mayo	\$ 2,052.00	\$ 1,317.09	\$ 3,369.09
Junio	\$ 1,539.00	\$ 1,250.40	\$ 2,789.40
Julio	\$ 3,078.00	\$ 1,450.47	\$ 4,528.47
Ago.	\$ 8,676.90	\$ 2,155.68	\$ 10,832.58
Sept	\$ 1,539.00	\$ 1,250.40	\$ 2,789.40
Oct	\$ 1,539.00	\$ 1,250.40	\$ 2,789.40
Nov	\$ 2,052.00	\$ 1,317.09	\$ 3,369.09
Dic	\$13,304.58	\$ 2,689.20	\$ 15,993.78
<b>Total</b>	<b>\$55,293.06</b>	<b>\$19,588.00</b>	<b>\$ 74,881.06</b>

Luego de tener los ingresos de cada año se hace un consolidado para todos los años y determinar cuál son los ingresos por los circuitos y otros rubros anuales, se ocuparon los totales de las tablas 394, 395, 396, 397 y 398, respectivamente.

*Tabla 399. Total, de ingresos anuales pronosticados.*

<b>Año</b>	<b>Total de ingresos por circuitos</b>	<b>Total de ingresos por otros usuarios</b>	<b>Total de ingresos</b>
<b>Año 1</b>	\$ 42,375.07	\$ 18,104.95	\$ 60,480.02
<b>Año 2</b>	\$ 45,608.70	\$ 18,419.95	\$ 64,028.65
<b>Año 3</b>	\$ 48,842.33	\$ 18,809.95	\$ 67,652.28
<b>Año 4</b>	\$ 52,075.96	\$ 19,199.95	\$ 71,275.91
<b>Año 5</b>	\$ 55,293.06	\$ 19,588.00	\$ 74,881.06

#### 4. Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio para plan de desarrollo turístico sostenible de Chilitupán, se utilizó el Método del margen de contribución ponderado, para lo cual es necesario los datos siguientes, que han sido establecidos previamente en la estructura de costos:

- Precio de venta unitario
- Costo variable unitario
- Costo fijo
- Porcentaje de participación

Tabla 400. Fórmulas para calcular el punto de equilibrio

	Formulas
Punto de equilibrio en unidades	$PE_u = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Margen de contribución ponderado total}}$
Punto de equilibrio por servicio	$PE_{ser.} = PE_u * \text{Porcentaje de participación}$
Punto de equilibrio monetario	$PE_{mon} = \sum PE_{prod.} * \text{Precio de venta}$
Margen de contribución ponderado total	$MCPT = \sum \text{Margen de contribución ponderado}$
Margen de contribución ponderado	$MCP = \% \text{ de participación} * \text{Margen de contribucion unitario}$
Margen de contribución unitario	$MCU = \text{Precio de venta} - \text{Costo Variable unitario}$

Tabla 401. Variables para determinar punto de equilibrio

	Entre playa y montaña	Historias de Chilitupán
Precio de venta unitario	\$ 15,00	\$ 15,00
Porcentaje de participación	60,9%	39,1%
Costo variable unitario	\$ 4,48	\$ 4,49
Costo Fijo anual	\$ 10,613.02	

##### a. Margen de contribución unitario

El margen de contribución unitario, permite obtener exceso de ingreso sobre los costos variables, los cuales deben cubrir los costos fijos y por lo cual generar utilidades.

$$MCU = PV_u - CV_u$$

Donde:

- MCU: Margen de contribución unitario
- PVu: Precio de venta unitario
- CVu: Costo variable unitario

Tabla 402. Margen de contribución de los circuitos

Circuito	Precio de venta	Costo Variable unitario	Margen de Contribución
Entre playa y montaña	\$ 15,00	\$ 4,48	\$ 10,52
Historias de Chiltiupán	\$ 15,00	\$ 4,49	\$ 10,51

Con los resultados del margen de contribución se determina:

El ser un valor positivo, podemos afirmar que por cada servicio vendido se recuperan los costos variables unitarios, dejando un margen considerable para cubrir costos fijos. Siendo el circuito de jóvenes el que mayor margen de contribución genera.

**b. Margen de contribución ponderado**

Tabla 403. Margen de contribución ponderado

	Entre playa y montaña	Historias de Chiltiupán
Margen de contribución unitario	\$10,52	\$10,51
Tasa de participación	0,609	0,391
<b>Margen de contribución ponderado</b>	<b>6,41</b>	<b>4,11</b>

**c. Margen de contribución ponderado total**

Tabla 404. Margen de contribución ponderado total

	Margen de contribución ponderado
Entre playa y montaña	6.41
Historias de Chiltiupán	4,11
<b>Margen de Contribución ponderado total</b>	<b>10,52</b>

**d. Punto de equilibrio en unidades**

$$PE_u = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Margen de contribución ponderado total}}$$

$$PE_u = \frac{\$10,613.02}{10.52}$$

$$PE_u = 1,009 \text{ recorridos}$$



- Para que el plan de desarrollo turístico sostenible de Chilitupán, sea viable económicamente será necesario vender **1,009 recorridos anualmente**. Por lo cual ventas superiores a este número generaran utilidades, y ventas inferiores a estas pérdidas.

**e. Punto de equilibrio por servicio**

Una vez determinado el punto de equilibrio del plan de desarrollo que involucra los diferentes recorridos, se determina el punto de equilibrio por cada circuito.

$$PE_{ser.} = PE_u * \text{Porcentaje de participación}$$

*Tabla 405. Punto de equilibrio por servicio*

	Entre playa y montaña	Historias de Chilitupán
Punto de equilibrio en unidades	1,009	
Tasa de participación	0,609	0,391
<b>Punto de equilibrio por recorrido</b>	<b>614</b>	<b>395</b>

- Para que el plan de desarrollo turístico sostenible de Chilitupán, sea viable económicamente será necesario vender de los **1,009 recorridos anualmente**.
  - 614 recorridos para el circuito Entre playa y montaña
  - 395 recorridos para el circuito Historias de Chilitupán.

**f. Punto de equilibrio en unidades monetarias**

El punto de equilibrio en términos monetarios, determina aquel nivel de actividad en el cual una compañía u organización iguala los ingresos obtenidos por sus ventas con la totalidad de los costos.

Para determinar el punto de equilibrio en unidades monetarias es importante determinar los ingresos por venta de cada servicio, por lo que se utiliza el punto de equilibrio por recorrido y el precio de venta establecido.

*Tabla 406. Punto de equilibrio en unidades monetarias*

	Entre playa y montaña	Historias de Chilitupán
Punto de equilibrio por recorrido	615	395
Precio de venta unitario	\$ 15,00	\$ 15,00
<b>Sub Total</b>	<b>\$ 9,220.14</b>	<b>\$ 5,919.66</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 15,139.80</b>	

- La tabla anterior muestra los ingresos por venta necesarios de los circuitos turísticos para cubrir los costos fijos y variables anualmente, siendo el punto de equilibrio en unidades monetarias de **\$15,139.80 anuales**, además la contribución en ingresos por cada circuito deberá ser:
  - \$9,220.14 anuales del circuito Entre playa y montaña
  - \$5,919.66 anuales del circuito Historias de Chiltiupán

Una vez se alcance el punto de equilibrio, las ventas posteriores, incrementan el resultado en mayor proporción que el aumento de la cifra de venta, por cuanto al estar ya cubiertos los costos fijos, cada unidad de ingreso adicional solo debe de cubrir los costes variables lo cual es conocido como, Apalancamiento operativo positivo.

## 5. Margen de seguridad

Determinado el punto de equilibrio, es importante focalizar el análisis en una magnitud que permita una máxima visión cuantitativa y comparativa; como lo es el margen de seguridad en ventas sobre el punto de equilibrio o margen de seguridad, del Plan de desarrollo turístico de Chiltiupán antes de entrar en pérdidas.

Pues el margen de seguridad es el porcentaje que representan las ventas por encima del punto de equilibrio en relación al total de ventas, son estas las que permiten la generación de beneficios. En cuanto mayor sea el margen de seguridad menor es el riesgo de entrar en pérdidas.

El margen de seguridad se calcula con la siguiente formula:

$$\% \text{ Margen de seguridad} = \frac{\text{Ventas Pronosticadas} - PE_u}{\text{Ventas pronósticas}}$$

Se presentan los márgenes de seguridad para plan de desarrollo turístico, así como el margen de seguridad de los servicios de los recorridos turísticos.

Tabla 407. Margen de seguridad del plan de desarrollo

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Pronosticadas	\$39.315,00	\$42.315,00	\$45.315,00	\$48.315,00	\$51.300,00
Punto de equilibrio	\$15.139,80	\$15.139,80	\$15.139,80	\$15.139,80	\$15.139,80
<b>% Margen de seguridad</b>	<b>61,5%</b>	<b>64,2%</b>	<b>66,6%</b>	<b>68,7%</b>	<b>70,5%</b>

- Como se puede observar el margen de seguridad del año 1 al año 5 es positivo; lo cual implica que el circuito entre playa y montaña tiene un bajo riesgo de que este incurra en

pérdidas, dado que, al existir desviación en ventas, el margen de seguridad cubre los costos del plan de desarrollo en los diferentes circuitos.

- Se observa que año con año aumenta el porcentaje del margen de seguridad; lo cual se debe al crecimiento de la afluencia turística del municipio, con lo cual año con año el riesgo de perdidas disminuye.

*Tabla 408. Margen de seguridad circuito Entre playa y montaña*

<b>Entre playa y montaña</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas Pronosticadas	\$23.955,00	\$25.785,00	\$27.615,00	\$29.445,00	\$31.260,00
Punto de equilibrio	\$ 9.220,14	\$ 9.220,14	\$ 9.220,14	\$ 9.220,14	\$ 9.220,14
<b>% Margen de seguridad</b>	<b>61,6%</b>	<b>64,2%</b>	<b>66,6%</b>	<b>68,7%</b>	<b>70,5%</b>

- Como se puede observar el margen de seguridad del año 1 al año 5 es positivo; lo cual implica que el circuito entre playa y montaña tiene un bajo riesgo de que este incurra en pérdidas, dado que, al existir desviación en ventas, el margen de seguridad cubre los costos de este circuito.
- Se observa que año con año aumenta el porcentaje del margen de seguridad; lo cual se debe al crecimiento de la afluencia turística del municipio, con lo cual año con año el riesgo de pérdidas para el circuito disminuye.

*Tabla 409. Margen de seguridad circuito Historias de Chiltiupán*

<b>Historias de Chiltiupán</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas Pronosticadas	\$15.360,00	\$16.530,00	\$17.700,00	\$18.870,00	\$20.040,00
Punto de equilibrio	\$ 5.919,66	\$ 5.919,66	\$ 5.919,66	\$ 5.919,66	\$ 5.919,66
<b>% Margen de seguridad</b>	<b>61,5%</b>	<b>64,2%</b>	<b>66,6%</b>	<b>68,6%</b>	<b>70,5%</b>

- Como se puede observar el margen de seguridad del año 1 al año 5 es positivo; lo cual implica que el circuito Historias de Chiltiupán tiene un bajo riesgo de que este incurra en pérdidas, dado que, al existir desviación en ventas, el margen de seguridad cubre los costos de este circuito.
- Se observa que año con año aumenta el porcentaje del margen de seguridad; lo cual se debe al crecimiento de la afluencia turística del municipio, con lo cual año con año el riesgo de pérdidas para el circuito disminuye.

## **F. 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 empresa 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.

### **Balance general**

El balance general presenta un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. Los activos de la empresa (lo que posee) contra su financiamiento, su pasivo (lo que debe) o patrimonio (lo que aportan los dueños).

### **Estado de resultados**

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias proporciona un resumen financiero de los resultados de operación de la empresa 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.

A continuación, se presentan los estados financieros para el plan de desarrollo turístico del municipio de Chiltiupán.

## 1. Estado de resultados

Tabla 410. Estado de resultado anual

Estado de resultado anual					
Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	\$ 60,480.02	\$ 64,028.65	\$ 67,652.28	\$ 71,275.91	\$ 74,881.06
Costo de operación	\$ 25,206.27	\$ 25,785.52	\$ 26,360.30	\$ 26,935.08	\$ 27,506.99
<b>Utilidad de operación</b>	<b>\$ 35,273.75</b>	<b>\$ 38,243.13</b>	<b>\$ 41,291.98</b>	<b>\$ 44,340.83</b>	<b>\$ 47,374.07</b>
Costo de comercialización	\$ 8,200.52	\$ 8,496.67	\$ 8,790.67	\$ 9,084.67	\$ 9,377.20
Costo de administración	\$ 8,671.24	\$ 8,689.82	\$ 8,717.82	\$ 8,745.82	\$ 8,773.68
Costos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad neta antes de impuesto</b>	<b>\$ 18,401.99</b>	<b>\$ 21,056.64</b>	<b>\$ 23,783.49</b>	<b>\$ 26,510.34</b>	<b>\$ 29,223.19</b>
Impuesto sobre la renta (25%)	\$ 4,600.50	\$ 5,264.16	\$ 5,945.87	\$ 6,627.58	\$ 7,305.80
<b>Utilidad neta después de impuesto</b>	<b>\$ 13,801.49</b>	<b>\$ 15,792.48</b>	<b>\$ 17,837.61</b>	<b>\$ 19,882.75</b>	<b>\$ 21,917.39</b>

Tabla 411. Estado de resultado mensual, año 1

Estado de resultado mensual								
Rubro	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Ingreso por ventas	\$ 4,235.15	\$ 2,827.37	\$ 3,271.63	\$ 12,527.10	\$ 2,827.37	\$ 2,383.11	\$ 3,715.89	\$ 8,571.70
Costo de operación	\$ 2,359.61	\$ 1,884.23	\$ 1,777.48	\$ 2,866.09	\$ 1,735.35	\$ 1,889.76	\$ 2,324.33	\$ 2,102.93
<b>Utilidad de operación</b>	<b>\$ 1,875.54</b>	<b>\$ 943.14</b>	<b>\$ 1,494.15</b>	<b>\$ 9,661.01</b>	<b>\$ 1,092.02</b>	<b>\$ 493.35</b>	<b>\$ 1,391.56</b>	<b>\$ 6,468.77</b>
Costo de comercialización	\$ 815.91	\$ 572.74	\$ 518.13	\$ 1,074.98	\$ 496.59	\$ 575.57	\$ 797.86	\$ 684.61

Costo de administración	\$ 735.56	\$ 711.79	\$ 706.45	\$ 760.88	\$ 704.35	\$ 712.07	\$ 733.79	\$ 722.72
Costos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad neta antes de impuesto</b>	<b>\$ 324.07</b>	<b>-\$ 341.40</b>	<b>\$ 269.56</b>	<b>\$ 7,825.16</b>	<b>-\$ 108.91</b>	<b>-\$ 794.28</b>	<b>-\$ 140.10</b>	<b>\$ 5,061.43</b>
Impuesto sobre la renta (25%)	\$ 81.02	\$ -	\$ 67.39	\$ 1,956.29	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,265.36
<b>Utilidad neta después de impuesto</b>	<b>\$ 243.06</b>	<b>-\$ 341.40</b>	<b>\$ 202.17</b>	<b>\$ 5,868.87</b>	<b>-\$ 108.91</b>	<b>-\$ 794.28</b>	<b>-\$ 140.10</b>	<b>\$ 3,796.07</b>

Tabla 412. Estado de resultado mensual, año 1

Estado de resultado mensual				
Rubro	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingreso por ventas	\$ 2,383.11	\$ 2,383.11	\$ 2,827.37	\$ 12,527.10
Costo de operación	\$ 1,733.15	\$ 2,424.46	\$ 1,771.96	\$ 2,336.90
<b>Utilidad de operación</b>	<b>\$ 649.97</b>	<b>-\$ 41.35</b>	<b>\$ 1,055.41</b>	<b>\$ 10,190.19</b>
Costo de comercialización	\$ 495.46	\$ 849.08	\$ 515.31	\$ 804.29
Costo de administración	\$ 704.24	\$ 738.80	\$ 706.18	\$ 734.42
Costos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad neta antes de impuesto</b>	<b>-\$ 549.73</b>	<b>-\$ 1,629.23</b>	<b>-\$ 166.08</b>	<b>\$ 8,651.48</b>
Impuesto sobre la renta (25%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,162.87
<b>Utilidad neta después de impuesto</b>	<b>-\$ 549.73</b>	<b>-\$ 1,629.23</b>	<b>-\$ 166.08</b>	<b>\$ 6,488.61</b>

## 2. Estado de flujo de efectivo

Tabla 413. Estado de flujo de efectivo anual

Flujo de efectivo anual					
Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Saldo inicial</b>	<b>\$3,911.07</b>	<b>\$25,698.44</b>	<b>\$49,476.80</b>	<b>\$75,300.29</b>	<b>\$103,168.92</b>
Ingreso por ventas	\$ 60,480.02	\$ 64,028.65	\$ 67,652.28	\$ 71,275.91	\$ 74,881.06
Costo de operación	\$ 25,206.27	\$ 25,785.52	\$ 26,360.30	\$ 26,935.08	\$ 27,506.99
<b>Utilidad de operación</b>	<b>\$ 35,273.75</b>	<b>\$ 38,243.13</b>	<b>\$ 41,291.98</b>	<b>\$ 44,340.83</b>	<b>\$ 47,374.07</b>
Costo de comercialización	\$ 8,200.52	\$ 8,496.67	\$ 8,790.67	\$ 9,084.67	\$ 9,377.20
Costo de administración	\$ 8,671.24	\$ 8,689.82	\$ 8,717.82	\$ 8,745.82	\$ 8,773.68
Costos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación y amortización	\$ 7,985.88	\$ 7,985.88	\$ 7,985.88	\$ 7,985.88	\$ 7,985.88
Impuesto sobre la renta(25%)	\$ 4,600.50	\$ 5,264.16	\$ 5,945.87	\$ 6,627.58	\$ 7,305.80
Amortización de capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Saldo Final</b>	<b>\$ 25,698.44</b>	<b>\$ 49,476.80</b>	<b>\$ 75,300.29</b>	<b>\$ 103,168.92</b>	<b>\$ 133,072.19</b>

Tabla 414. Estado de flujo de efectivo mensual, año 1

Flujo de efectivo mensual								
Rubro	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
<b>Saldo inicial</b>	<b>\$ 3,911.07</b>	<b>\$ 4,819.62</b>	<b>\$ 5,143.71</b>	<b>\$ 6,011.37</b>	<b>\$ 12,545.73</b>	<b>\$ 13,102.31</b>	<b>\$ 12,973.51</b>	<b>\$ 13,498.91</b>
Ingreso por ventas	\$ 4,235.15	\$ 2,827.37	\$ 3,271.63	\$ 12,527.10	\$ 2,827.37	\$ 2,383.11	\$ 3,715.89	\$ 8,571.70
Costo de operación	\$ 2,359.61	\$ 1,884.23	\$ 1,777.48	\$ 2,866.09	\$ 1,735.35	\$ 1,889.76	\$ 2,324.33	\$ 2,102.93
<b>(+)Utilidad de operación</b>	<b>\$ 1,875.54</b>	<b>\$ 943.14</b>	<b>\$ 1,494.15</b>	<b>\$ 9,661.01</b>	<b>\$ 1,092.02</b>	<b>\$ 493.35</b>	<b>\$ 1,391.56</b>	<b>\$ 6,468.77</b>
(-)Costo de comercialización	\$ 815.91	\$ 572.74	\$ 518.13	\$ 1,074.98	\$ 496.59	\$ 575.57	\$ 797.86	\$ 684.61
(-)Costo de administración	\$ 735.56	\$ 711.79	\$ 706.45	\$ 760.88	\$ 704.35	\$ 712.07	\$ 733.79	\$ 722.72
(-)Costos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+)Depreciación y amortización	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49
(-)Impuesto sobre la renta(25%)	\$ 81.02	\$ -	\$ 67.39	\$ 1,956.29	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,265.36
(-)Amortización de capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Saldo Final</b>	<b>\$ 4,819.62</b>	<b>\$ 5,143.71</b>	<b>\$ 6,011.37</b>	<b>\$ 12,545.73</b>	<b>\$ 13,102.31</b>	<b>\$ 12,973.51</b>	<b>\$ 13,498.91</b>	<b>\$ 17,960.47</b>

Tabla 415. Estado de flujo de efectivo mensual, año 1

Flujo de efectivo mensual				
Rubro	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Saldo inicial</b>	<b>\$ 17,960.47</b>	<b>\$ 18,076.23</b>	<b>\$ 17,112.49</b>	<b>\$ 17,611.90</b>
Ingreso por ventas	\$ 2,383.11	\$ 2,383.11	\$ 2,827.37	\$ 12,527.10
Costo de operación	\$ 1,733.15	\$ 2,424.46	\$ 1,771.96	\$ 2,336.90
<b>(+)Utilidad de operación</b>	<b>\$ 649.97</b>	<b>-\$ 41.35</b>	<b>\$ 1,055.41</b>	<b>\$ 10,190.19</b>



(-)Costo de comercialización	\$ 495.46	\$ 849.08	\$ 515.31	\$ 804.29
(-)Costo de administración	\$ 704.24	\$ 738.80	\$ 706.18	\$ 734.42
(-)Costos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+)Depreciación y amortización	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49
(-)Impuesto sobre la renta (25%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,162.87
(-)Amortización de capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Saldo Final</b>	<b>\$ 18,076.23</b>	<b>\$ 17,112.49</b>	<b>\$ 17,611.90</b>	<b>\$ 24,766.00</b>

### 3. Balance general

Tabla 416. Balance general anual

		Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>							
<b>Activos circulantes</b>		\$ 3,911.07	\$ 25,698.44	\$ 49,476.80	\$ 75,300.29	\$ 103,168.92	\$ 133,072.19
	Efectivo	\$ 3,911.07	\$ 25,698.44	\$ 49,476.80	\$ 75,300.29	\$ 103,168.92	\$ 133,072.19
	Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Activos no circulante</b>		\$ 42,459.97	\$ 37,808.41	\$ 33,156.85	\$ 28,505.29	\$ 23,853.73	\$ 19,202.17
	Terreno	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
	infraestructura	\$ 18,753.80	\$ 18,753.80	\$ 18,753.80	\$ 18,753.80	\$ 18,753.80	\$ 18,753.80
	Equipo para sistema de apoyo	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68
	Mobiliario y equipo	\$ 11,493.54	\$ 11,493.54	\$ 11,493.54	\$ 11,493.54	\$ 11,493.54	\$ 11,493.54
	Imprevistos	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95
	Depreciación acumulada	\$ -	\$ 4,651.56	\$ 9,303.12	\$ 13,954.68	\$ 18,606.24	\$ 23,257.80
<b>Activos intangibles</b>		\$ 33,601.10	\$ 30,266.78	\$ 26,932.46	\$ 23,598.14	\$ 20,263.82	\$ 16,929.50
	Estudios previos	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05
	Capacitaciones	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00
	Registro de marca	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00
	Permisos y legalización	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76
	Administración del proyecto	\$ 24,560.29	\$ 24,560.29	\$ 24,560.29	\$ 24,560.29	\$ 24,560.29	\$ 24,560.29
	Amortización de Intangibles	\$ -	\$ 3,334.32	\$ 6,668.64	\$ 10,002.96	\$ 13,337.28	\$ 16,671.60
<b>Total, de activos</b>		\$ 79,972.14	\$ 93,773.63	\$ 109,566.11	\$ 127,403.72	\$ 147,286.47	\$ 169,203.86
<b>Pasivos</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Pasivos circulantes</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Deudas a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Pasivos no circulantes</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

	Préstamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Patrimonio</b>		<b>\$ 79,972.14</b>	<b>\$ 93,773.63</b>	<b>\$ 109,566.11</b>	<b>\$ 127,403.72</b>	<b>\$ 147,286.47</b>	<b>\$ 169,203.86</b>
	Capital social	\$ 79,972.14	\$ 79,972.14	\$ 79,972.14	\$ 79,972.14	\$ 79,972.14	\$ 79,972.14
	Utilidades del plan	\$ -	\$ 13,801.49	\$ 29,593.97	\$ 47,431.58	\$ 67,314.33	\$ 89,231.72
	<b>Total, pasivo y patrimonio</b>	<b>\$ 79,972.14</b>	<b>\$ 93,773.63</b>	<b>\$ 109,566.11</b>	<b>\$ 127,403.72</b>	<b>\$ 147,286.47</b>	<b>\$ 169,203.86</b>

Tabla 417. Balance general mensual, año 1

		Inicial	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
<b>Activos</b>							
<b>Activos circulantes</b>		<b>\$ 3,911.07</b>	<b>\$ 4,819.62</b>	<b>\$ 5,143.71</b>	<b>\$ 6,011.37</b>	<b>\$ 12,545.73</b>	<b>\$ 13,102.31</b>
	Efectivo	\$ 3,911.07	\$ 4,819.62	\$ 5,143.71	\$ 6,011.37	\$ 12,545.73	\$ 13,102.31
	Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Activos no circulante</b>		<b>\$ 42,459.97</b>	<b>\$42,072.34</b>	<b>\$41,684.71</b>	<b>\$ 41,297.08</b>	<b>\$ 40,909.45</b>	<b>\$ 40,521.82</b>
	Terreno	\$ 10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
	infraestructura	\$ 18,753.80	\$18,753.80	\$18,753.80	\$ 18,753.80	\$ 18,753.80	\$ 18,753.80
	Equipo para sistema de apoyo	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68
	Mobiliario y equipo	\$ 11,493.54	\$11,493.54	\$11,493.54	\$ 11,493.54	\$ 11,493.54	\$ 11,493.54
	Imprevistos	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95
	Depreciación acumulada	\$ -	\$ 387.63	\$ 775.26	\$ 1,162.89	\$ 1,550.52	\$ 1,938.15
<b>Activos intangibles</b>		<b>\$ 33,601.10</b>	<b>\$33,323.24</b>	<b>\$33,045.38</b>	<b>\$ 32,767.52</b>	<b>\$ 32,489.66</b>	<b>\$ 32,211.80</b>
	Estudios previos	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05
	Capacitaciones	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00
	Registro de marca	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00
	Permisos y legalización	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76
	Administración del proyecto	\$ 24,560.29	\$24,560.29	\$24,560.29	\$ 24,560.29	\$ 24,560.29	\$ 24,560.29
	Amortización de Intangibles	\$ -	\$ 277.86	\$ 555.72	\$ 833.58	\$ 1,111.44	\$ 1,389.30
	<b>Total de activos</b>	<b>\$ 79,972.14</b>	<b>\$80,215.20</b>	<b>\$79,873.80</b>	<b>\$ 80,075.97</b>	<b>\$ 85,944.84</b>	<b>\$ 85,835.93</b>
<b>Pasivos</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Pasivos circulantes</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

	Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Deudas a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	<b>Pasivos no circulantes</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
	Préstamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	<b>Patrimonio</b>	<b>\$ 79,972.14</b>	<b>\$80,215.20</b>	<b>\$79,873.80</b>	<b>\$ 80,075.97</b>	<b>\$ 85,944.84</b>	<b>\$ 85,835.93</b>
	Capital social	\$ 79,972.14	\$79,972.14	\$79,972.14	\$ 79,972.14	\$ 79,972.14	\$ 79,972.14
	Utilidades o Perdidas del plan	\$ -	\$ 243.06	-\$ 98.34	\$ 103.83	\$ 5,972.70	\$ 5,863.79
	<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>\$ 79,972.14</b>	<b>\$80,215.20</b>	<b>\$79,873.80</b>	<b>\$ 80,075.97</b>	<b>\$ 85,944.84</b>	<b>\$ 85,835.93</b>

Tabla 418. Balance general mensual, año 1

		Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	<b>Activos</b>							
	<b>Activos circulantes</b>	<b>\$12,973.51</b>	<b>\$13,498.91</b>	<b>\$17,960.47</b>	<b>\$18,076.23</b>	<b>\$17,112.49</b>	<b>\$17,611.90</b>	<b>\$24,766.00</b>
	Efectivo	\$12,973.51	\$13,498.91	\$17,960.47	\$18,076.23	\$17,112.49	\$17,611.90	\$24,766.00
	Cuentas por cobrar							
	<b>Activos no circulante</b>	<b>\$40,134.19</b>	<b>\$39,746.56</b>	<b>\$39,358.93</b>	<b>\$38,971.30</b>	<b>\$38,583.67</b>	<b>\$38,196.04</b>	<b>\$37,808.41</b>
	Terreno	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00
	infraestructura	\$18,753.80	\$18,753.80	\$18,753.80	\$18,753.80	\$18,753.80	\$18,753.80	\$18,753.80
	Equipo para sistema de apoyo	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68	\$ 196.68
	Mobiliario y equipo	\$11,493.54	\$11,493.54	\$11,493.54	\$11,493.54	\$11,493.54	\$11,493.54	\$11,493.54
	Imprevistos	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95	\$ 2,015.95
	Depreciación acumulada	\$ 2,325.78	\$ 2,713.41	\$ 3,101.04	\$ 3,488.67	\$ 3,876.30	\$ 4,263.93	\$ 4,651.56
	<b>Activos intangibles</b>	<b>\$31,933.94</b>	<b>\$31,656.08</b>	<b>\$31,378.22</b>	<b>\$31,100.36</b>	<b>\$30,822.50</b>	<b>\$30,544.64</b>	<b>\$30,266.78</b>
	Estudios previos	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05	\$ 7,558.05
	Capacitaciones	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00	\$ 732.00
	Registro de marca	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00
	Permisos y legalización	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76	\$ 542.76
	Administración del proyecto	\$24,560.29	\$24,560.29	\$24,560.29	\$24,560.29	\$24,560.29	\$24,560.29	\$24,560.29
	Amortización de Intangibles	\$ 1,667.16	\$ 1,945.02	\$ 2,222.88	\$ 2,500.74	\$ 2,778.60	\$ 3,056.46	\$ 3,334.32

<b>Total de activos</b>		<b>\$85,041.64</b>	<b>\$84,901.55</b>	<b>\$88,697.62</b>	<b>\$88,147.89</b>	<b>\$86,518.66</b>	<b>\$86,352.58</b>	<b>\$92,841.19</b>
<b>Pasivos</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Pasivos circulantes</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
	Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Deudas a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Pasivos no circulantes</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
	Préstamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Patrimonio</b>		<b>\$85,041.64</b>	<b>\$84,901.55</b>	<b>\$88,697.62</b>	<b>\$88,147.89</b>	<b>\$86,518.66</b>	<b>\$86,352.58</b>	<b>\$92,841.19</b>
	Capital social	\$79,972.14	\$79,972.14	\$79,972.14	\$79,972.14	\$79,972.14	\$79,972.14	\$79,972.14
	Utilidades o Perdidas del plan	\$ 5,069.50	\$ 4,929.41	\$ 8,725.48	\$ 8,175.75	\$ 6,546.52	\$ 6,380.44	\$12,869.05
<b>Total pasivo y patrimonio</b>		<b>\$85,041.64</b>	<b>\$84,901.55</b>	<b>\$88,697.62</b>	<b>\$88,147.89</b>	<b>\$86,518.66</b>	<b>\$86,352.58</b>	<b>\$92,841.19</b>

Ya realizado los estados financieros proyectados, habiendo calculado los costos del plan y determinado las inversiones, los ingresos y egresos que se tendrán para los primeros cinco años se procede a realizar las evaluaciones del plan con el propósito de determinar si el plan es o no factible y las principales razones por las que el plan no puede ser factible.

Dichas evaluaciones del proyecto serán:

- Evaluación económica
- Evaluación financiera
- Evaluación social
- Evaluación ambiental
- Evaluación de genero
- Evaluación técnica

## G. EVALUACION ECONOMICA

Para determinar si una iniciativa que necesita una inversión es rentable y posee un buen rendimiento independientemente de la fuente de financiamiento y cómo será la repartición de excedente o utilidades generadas, es necesario basarse en indicadores económicos para poder ser aceptado o no en términos económicos. En el siguiente apartado se determinarán dichos indicadores económicos para el plan de desarrollo turístico del municipio de Chiltiupán que son de mayor importancia en cualquier iniciativa, los cuales son:



*Ilustración 212 Indicadores económicos para el Plan*

Para el cálculo de los indicadores económicos para el plan de desarrollo turístico del municipio de Chiltiupán se hará uso de las utilidades brutas de los estados financieros ya que de acuerdo a la Ley de Turismo en su artículo 36<sup>29</sup>. Existen incentivos especiales que favorecen a inversionistas para permitir recuperación de sus bienes, una de las cuales es en el inciso c del artículo antes mencionado donde se detalla la exención del pago del impuesto sobre la renta por un periodo de 10 de años a partir del inicio de las operaciones de un proyecto de interés turístico nacional, como es el caso del presente Plan de Desarrollo Turístico.

### 1. Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

Antes de calcular la TMAR, se hace necesario interpretar el papel que juega para los inversionistas del proyecto. La TMAR da el parámetro de aceptación de un proyecto en caso de que se considere éxito o parámetros para no invertir, por considerarse que será un fracaso. Es decir, cuando el capital necesario para llevar a cabo una iniciativa es aportado por un inversionista, esta persona siempre tiene en mente un mínimo esperado de porcentaje que desea ganar sobre la inversión que ha realizado, es decir que el inversionista se encuentra interesado en un rendimiento que haga crecer su dinero, pero cubriendo las variaciones por inflación del

<sup>29</sup> Fuente: Transparencia.gob.sv

poder adquisitivo del dinero. Es por ello que para establecer la TMAR de una iniciativa de inversión no se basa en las tasas que maneja un banco por una inversión a plazo fijo.

Para su cálculo se debe considerar dos aspectos

- El índice inflacionario que hace que el poder adquisitivo del dinero se vaya perdiendo en el tiempo por lo tanto si se considera de manera de cubrir esa pérdida se estará garantizando que el capital invertido en el proyecto no perderá su valor en el tiempo, el índice inflacionario para calcular la TMAR deberá ser el promedio del índice inflacionario de datos históricos.
- El premio al riesgo que representa los rendimientos al inversionista por arriesgar el dinero en determinada inversión.

Considerando los dos elementos para el cálculo de la TMAR, esta se define de la siguiente manera:

$$TMAR = I + R + (I * R)$$

Donde:

**I** = Tasa de Inflación

**R** = Premio al Riesgo

La tasa promedio de inflación a utilizar se calculará con datos históricos del índice inflacionario de la última década del país previos al estudio, de acuerdo a los datos siguientes:

*Tabla 419 Inflación histórica de El Salvador*

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Tasa de Inflación</b>	2.10%	5.10%	0.80%	0.80%	0.50%	1.00%	-0.90%	2.00%	0.40%	0.00%

Fuente: datos macro.expansion

Dando como resultado un promedio de inflación de:

<b>Tasa Promedio de inflación:</b>	1.18%
------------------------------------	-------

Para el establecimiento del porcentaje de premio al riesgo (R), se debe de basar en los resultados del estudio de mercado y el tipo de iniciativa, proyecto o plan que se pretende impulsar. Para lo cual se cuenta con rangos porcentuales dependiendo de la variación de demanda que tendrá.

Tabla 420 Porcentajes de premio al riesgo de acuerdo al tipo de iniciativa

Tipo de riesgo	Descripción	Porcentaje, premio al riesgo <sup>30</sup>
Bajo Riesgo	Cuando la demanda del producto a ofrecer es estable sin competencia fuerte de otros proveedores del mismo servicio.	3% a 6%
Riesgo Medio	Cuando la demanda del producto a ofrecer presenta una demanda variable con competencia considerable.	6% a 10%
Alto Riesgo	Cuando la demanda fluctúa de manera que el precio del producto cambia mucho. Aplicable a iniciativas con nuevas ideas para emprender.	10% o más

Ya que la iniciativa por ser un plan con nuevas ideas para emprender y con demanda que no es estable, el porcentaje al riesgo del ente donador a utilizar será del 10%.

La fórmula para el cálculo de la TMAR puede aplicarse directamente cuando un proyecto o iniciativa será financiada por una sola persona o entidad, para la presente propuesta el financiamiento será en concepto de donaciones por lo tanto la formula puede aplicarse directamente con el porcentaje de premio al riesgo determinado para el Plan de Desarrollo Turístico con el objetivo de determinar si el desarrollo del Plan es rentable. Aplicando la fórmula de la TMAR, tasa de inflación y el porcentaje de premio al riesgo se obtiene lo siguiente:

$$TMAR = 1.18\% + 10\% + (1.18\%)(10\%)$$

$$TMAR = 0.0118 + 0.1 + (0.0118)(0.1)$$

$$TMAR = 11.298\%$$

Por lo tanto, para efectos de comparación de la conveniencia o no del desarrollo del plan en cuestión, la tasa mínima aceptable de rendimiento es de **11.298%** indicando que el plan deberá de dar como retorno mínimo este porcentaje para que pueda ser atractivo de realizar.

## 2. Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto o VAN se refiere al valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. O entendido de otra forma equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de un valor en el presente o en un tiempo cero no en el futuro. Para el cálculo de este valor actual neto (VAN) se hace uso de la siguiente formula:

<sup>30</sup> Fuente: Trabajo de Grado, Plan de desarrollo turístico sostenible en el municipio de Berlín.



$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+i)^t} - P$$

Donde:

F= Flujo neto de efectivo anual  
n= Tiempo (años) de análisis del proyecto  
i = Tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR)  
P = Inversión inicial del proyecto

Para la interpretación del VAN se deben establecer que significará el valor que se obtenga por tal razón se define lo siguiente:

Tabla 421 Criterios de decisión VAN

VALOR	SIGNIFICADO	DECISION A TOMAR
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida. Es decir, resultados positivos.	Se recomienda aceptar el proyecto
VAN < 0	La inversión no es recomendable pues el resultado será negativo generándose pérdidas.	Se recomienda rechazar el proyecto
VAN = 0	La inversión en el proyecto no producirá ganancias ni pérdidas.	El proyecto debe basarse en otros criterios para aceptarse o rechazarse.

A continuación, Se presenta el cálculo del VAN para el proyecto en cuestión:

Para el flujo neto o beneficio neto se obtiene restando los Ingresos menos los Egresos por cada año que se va evaluar el proyecto, tal y como se muestra en la tabla resumen de los datos calculados en los estados financieros anuales, también se considera que el valor residual del plan es igual al valor contable de los activos fijos al final del año 5.

Tabla 422 Calculo de VAN del plan

<b>Inversión</b>	\$ 79,912.14	<b>Valor residual (L)</b>	\$19,202.17
<b>Año</b>	<b>Ingresos líquidos</b>	<b>Egresos</b>	<b>Flujo de efectivo neto</b>
1	\$ 68,465.90	\$ 46,678.53	\$ 21,787.37
2	\$ 72,014.53	\$ 48,236.17	\$ 23,778.36
3	\$ 75,638.16	\$ 49,814.66	\$ 25,823.49
4	\$ 79,261.79	\$ 51,393.15	\$ 27,868.63
5	\$ 82,866.94	\$ 52,963.67	\$ 29,903.27

$$VAN = \frac{\$21,787.37}{(1 + 0.11298)^1} + \frac{\$23,778.36}{(1 + 0.11298)^2} + \frac{\$ 25,823.49}{(1 + 0.11298)^3} + \frac{\$27,868.63}{(1 + 0.11298)^4} + \frac{\$29,903.27}{(1 + 0.11298)^5} + \frac{\$19,202.17}{(1 + 0.11298)^5} - \$79,972.14$$

$$VAN = \$104,417.94 - \$79,972.14$$

$$VAN = \$24,445.80$$

Se puede concluir desde una base de Valor actual neto, que el Plan de Desarrollo Turístico para el municipio de Chiltiupán es aceptable ya que en términos de presentes estaría generando utilidades, por lo tanto, se recomienda la ejecución del plan.

### 3. Tasa interna de retorno (TIR)

Para la definición de la tasa interna de retorno es necesario recordar que significaba el VAN de un proyecto el cual como se vio anteriormente representa los beneficios del proyecto traídos al futuro para un periodo a evaluar, ahora bien, el VAN de un proyecto puede ser igual a cero es decir un proyecto que no gana ni pierde, la tasa porcentual que hace que el VAN sea igual a cero se le conoce como Tasa interna de retorno. La TIR sirve o muestra a los interesados en llevar a cabo un proyecto o iniciativa la tasa de interés máxima a la que deben contraer préstamos, sin que este incurra en futuros fracasos financieros con el proyecto a invertir y Cuanto mayor sea la Tasa Interna de Retorno, más deseable será llevar a cabo el proyecto o iniciativa.

Puesto que la TIR proviene del resultado del VAN, primero se debe calcular este como se hizo anteriormente para calcularla se debe igualar la ecuación del VAN a cero y despejar la tasa (i) por lo tanto la fórmula es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1 + i)^t} - P = 0$$

Donde:

- F= Flujo neto de efectivo anual
- n= Tiempo (años) de análisis del proyecto
- i = Tasa interna de retorno (TIR)
- P = Inversión inicial del proyecto

Para la interpretación del TIR se debe comparar con la TMAR encontrándose las siguientes posibles situaciones:

Tabla 423 Criterio de comparación TIR y TMAR

VALOR	DECISION A TOMAR
TIR ≥ TMAR	Se recomienda aceptar el proyecto

TIR < TMAR	Se recomienda rechazar el proyecto
------------	------------------------------------

Se procederá con el cálculo de la TIR del proyecto:

$$0 = \frac{\$21,787.37}{(1 + TIR)^1} + \frac{\$23,778.36}{(1 + TIR)^2} + \frac{\$25,823.49}{(1 + TIR)^3} + \frac{\$27,868.63}{(1 + TIR)^4} + \frac{\$29,903.27}{(1 + TIR)^5} + \frac{\$19,202.17}{(1 + TIR)^5} - \$79,972.14$$

$$TIR = 0.2139$$

$$TIR = 21.39\%$$

$$TIR (21.39\%) \geq TMAR (11.298\%)$$

Tal y como se explicaban los posibles escenarios sobre las relaciones que podían resultar entre la TIR y la TMAR, resulto un escenario donde la TIR es mayor que la TMAR, por lo tanto, desde un punto de vista económico considerando los flujos de efectivo para el periodo en análisis del Plan de Desarrollo Turístico para el municipio de Chilitupán, es recomendable la ejecución del plan en términos económicos.

#### 4. Relación beneficio costo (B/C)

Una forma alternativa de evaluar económicamente una iniciativa de inversión, es mediante el método costo-beneficio, el cual consiste en dividir todos los ingresos sobre todos los egresos económicos en los que se incurrirá. Para tener una base sólida en la evaluación, los beneficios y costos deberán estar expresado en valor presente es decir que no se va tratar de sumar algebraicamente todos los costos por un lado y los beneficios del proyecto por otro lado, se debe considerar el cambio del valor del dinero a través del tiempo.

Ya que el valor a obtener será un número, para saberlo interpretar se definirán las siguientes situaciones:

VALOR	SIGNIFICADO	DECISION A TOMAR
B/C > 1	Indica que los beneficios generados superan los costos por lo tanto hay utilidades. Por otra parte, me indica que por cada unidad monetaria invertida se recuperara la unidad más un excedente.	Se recomienda aceptar
B/C = 1	Indica que no habrá ni pérdidas ni ganancias de las unidades monetarias invertidas.	Se recomienda tomar decisión basada en otros indicadores.

B/C < 1	Indica que se incurrirá en pérdidas ya que no se recuperará la inversión hecha.	Se recomienda no aceptar
---------	---------------------------------------------------------------------------------	--------------------------

Para la determinación de la razón Beneficio-Costo del Plan se procederá a listar el total de ingresos y costos anuales, datos mostrados anteriormente en el estado de resultados para los 5 próximos años y luego se procede a realizar el cálculo de la razón tal y como se muestra a continuación:

*Tabla 424 Razón B/C anual*

<b>Inversión</b>	\$ 79,912.14	<b>Valor residual (L)</b>			\$19,202.17
<b>Tipo de Flujo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos del periodo	\$ 68,465.90	\$ 72,014.53	\$ 75,638.16	\$ 79,261.79	\$ 82,866.94
Costos en el periodo	\$ 46,678.53	\$ 48,236.17	\$ 49,814.66	\$ 51,393.15	\$ 52,963.67

Con el objeto de facilitar la interpretación global durante los 5 primeros años de desarrollo del plan, se procederá a calcular la razón B/C utilizando los valores globales de Ingresos y egresos para los mismos años.

*Tabla 425 Consolidado razón B/C*

<b>CONSOLIDADO</b>	
B=Van(Ingresos)	\$ 285,936.50
C=Van(Costos)	\$ 261,490.68
<b>razón B/C</b>	<b>1.09</b>

De acuerdo al valor obtenido de la razón Beneficio-costo se interpreta primeramente que con el desarrollo y ejecución del Plan de Desarrollo Turístico para el municipio de Chilitupán, se generará utilidades y las utilidades tendrán la siguiente proporción: por cada dólar invertido en el plan se obtendrá un beneficio o ganancia de \$0.09 centavos en promedio para un tiempo de 5 años. Por lo tanto, la recomendación es aceptar el desarrollo del Plan.

### 5. Tiempo de Recuperación de la Inversión

Para muchas personas involucradas en una iniciativa de inversión un dato de mucha importancia es el periodo en el que se retornará el valor de la inversión, generalmente este periodo se expresa en años.

La fórmula establecida para determinar dicho periodo es la siguiente:

$$TRI = \frac{\text{Inversión total}}{\text{Utilidad promedio}}$$

Para encontrar la utilidad promedio se utilizará la utilidad neta de todos los periodos en el análisis sumándolas y dividiéndolas por el número de periodos (años) en análisis, lo anterior se resume en la siguiente formula:

$$\text{Utilidad Promedio} = \frac{\text{Utilidades de todos los periodos}}{\text{Número de periodos del análisis}}$$

Utilidad Neta	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 21,787.37	\$ 23,778.36	\$ 25,823.49	\$ 27,868.63	\$ 29,903.27

Utilidad Promedio	\$ 25,832.22
Inversión	\$ 79,972.14

$$TRI = \frac{\$ 79,972.14}{\$ 25,832.22}$$

$$TRI = 3.10 \text{ años}$$

De acuerdo al resultado, el tiempo esperado en recuperar la inversión se da en un plazo de 3.1 años aproximadamente, esto de acuerdo a las condiciones de utilidades usadas para el cálculo y demás condiciones presentadas para el desarrollo del Plan y, sin tomar en consideración el valor del dinero a través del tiempo.

## 6. Conglomerado de evaluación económica

Los resultados de la evaluación se presentan resumidos en la siguiente tabla:

Tabla 426 Consolidado de Evaluación Económica

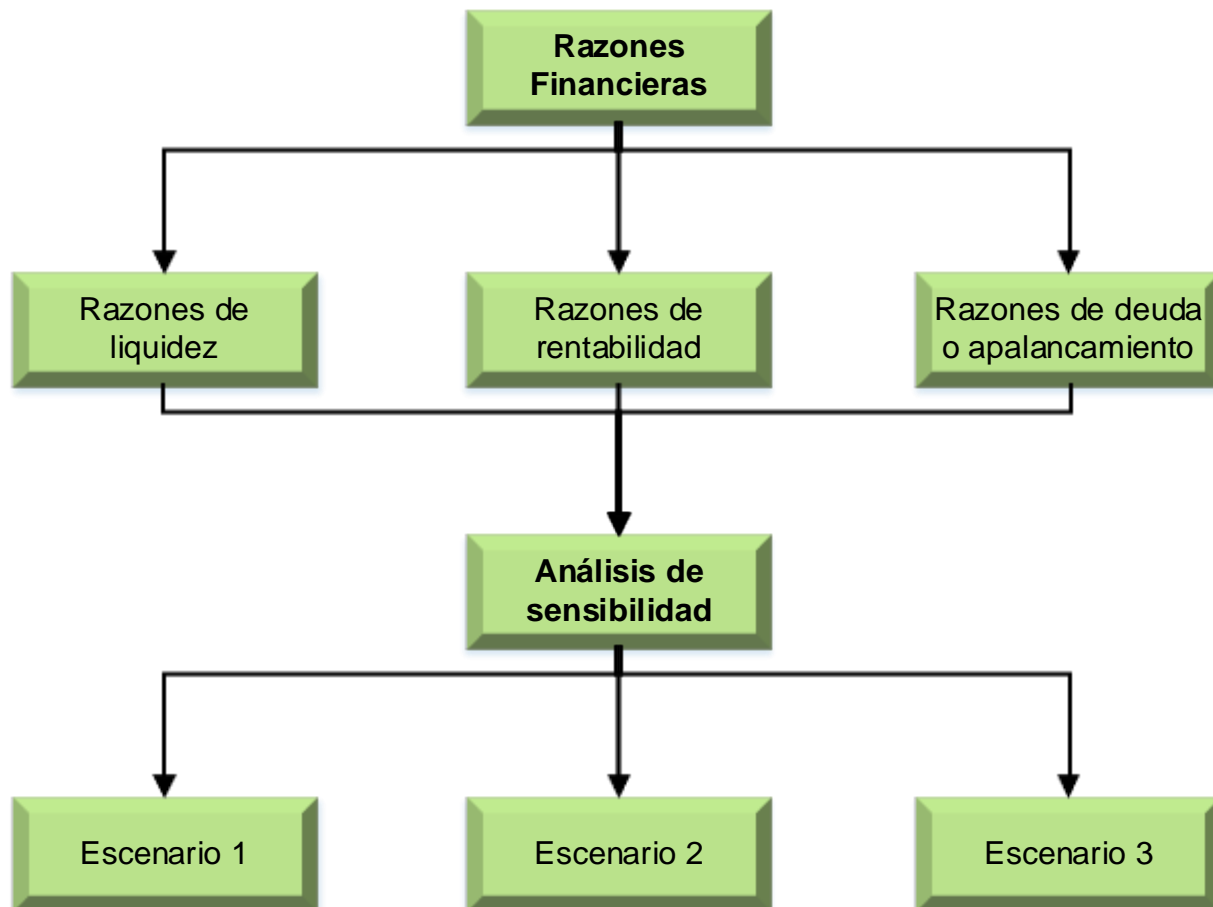
INDICADOR	VALOR
TMAR	11.3%
VAN	\$ 24,445.80
TIR	21.39%
B/C	1.09
TRI	3.1 años

## H. EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera mide la capacidad que tiene el plan de cumplir con compromisos con las entidades externas o incluso la alcaldía, para realizar la evaluación financiera se hará uso de las razones financieras las cuales son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa 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 del plan 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 del plan.

### 1. Metodología



Esquema 17. Metodología Evaluación Financiera

## 2. Razones financieras del plan

Las razones financieras permiten hacer comparativas entre los diferentes periodos contables o económicos del plan para conocer cuál ha sido el comportamiento de esta durante el tiempo y así poder hacer por ejemplo proyecciones a corto, mediano y largo plazo, simplemente hacer evaluaciones sobre resultados pasados para tomar correctivos si fuera necesario.

### a) Razones de liquidez.

Las razones de liquidez permiten identificar el grado o índice de liquidez con que cuenta la empresa, además mide la capacidad de la empresa para cumplir sus obligaciones y para ello se utilizan los siguientes indicadores

- Liquidez Corriente

Mide si el proyecto es capaz de hacerle frente a sus obligaciones inmediatas, si la ratio es mayor a uno significa que se puede solventar las deudas a corto plazo.

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

- Razón Rápida

Mide si el proyecto puede suplir sus obligaciones a corto plazo con los activos circulante sin contar los inventarios.

$$\text{Razón rápida} = \frac{\text{Activos corrientes} - \text{inventario}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

- Rotación de activos totales

Indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas.

$$\text{Rotación de activos} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activos totales promedio}}$$

Tabla 427. Rotación de activos totales

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas netas</b>	\$ 60,480.02	\$ 64,028.65	\$ 67,652.28	\$ 71,275.91	\$ 74,881.06
<b>Activos totales</b>	\$ 93,773.63	\$ 109,566.11	\$ 127,403.72	\$ 147,286.47	\$ 169,203.86
<b>Rotación de los activos</b>	<b>0.64</b>	<b>0.58</b>	<b>0.53</b>	<b>0.48</b>	<b>0.44</b>

Ver: Tabla 410 Estado de resultados anual  
Tabla 416 Balance General anual

De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla, desde el año 1 al año 5 se utiliza en promedio el 50% de los activos que se tiene para generar ventas. Esto indica que la eficiencia del plan para generar ingresos con sus activos totales esta correcta, sabemos que un bajo índice de rotación de activos puede significar que **el plan es ineficiente en el uso de sus activos o que opera en un entorno de capital intensivo**, como se observa en el transcurso de los años

el índice de rotación de activos va disminuyendo, por lo que se tienen que tomar decisiones para posibles inversiones o nuevos proyectos, para poder ir aumentando el tamaño del plan y de esta manera no estar desperdiciando los activos del plan, sino que utilizarlo a beneficio de este y apuntar a una elección estratégica por parte de la alcaldía y el CDT.

### b) Razones de rentabilidad

Evalúan las utilidades de la empresa respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o a la inversión de los propietarios.

- Margen de utilidad neta.

Calcula el porcentaje de cada dólar de ventas que queda a la empresa como utilidad.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 428. Margen de utilidad neta

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Utilidad neta</b>	\$ 13,801.49	\$ 15,792.48	\$ 17,837.61	\$ 19,882.75	\$ 21,917.39
<b>Ventas netas</b>	\$ 60,480.02	\$ 64,028.65	\$ 67,652.28	\$ 71,275.91	\$ 74,881.06
<b>MUO</b>	<b>0.23</b>	<b>0.25</b>	<b>0.26</b>	<b>0.28</b>	<b>0.29</b>

Ver: Tabla 410 Estado de resultados anual

Se observa que el porcentaje de utilidad anual que el plan obtuvo por cada unidad monetaria (\$) que vendió. Es decir, por cada dólar de ventas se tienen 23% de utilidad para el año 1, se obtuvo el 25% para el año 2, mostrando un leve crecimiento a medida pasan los años.

- Rendimiento sobre los activos (ROA)

Mide la eficacia de la gerencia para obtener utilidades con sus activos disponibles.

$$ROA = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos totales}}$$

Tabla 429. Rendimiento sobre los activos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Utilidad neta</b>	\$ 13,801.49	\$ 15,792.48	\$ 17,837.61	\$ 19,882.75	\$ 21,917.39
<b>Activos totales</b>	\$ 93,773.63	\$ 109,566.11	\$ 127,403.72	\$ 147,286.47	\$ 169,203.86
<b>ROA</b>	<b>0.15</b>	<b>0.14</b>	<b>0.14</b>	<b>0.13</b>	<b>0.13</b>

Ver: Tabla 410 Estado de resultados anual  
Tabla 416 Balance general anual



Para el año 1, soy capaz de generar un 15% de rendimiento, a medida los años transcurren dicho rendimiento se va disminuyendo año con año, es decir que se tiene un rendimiento bajo y esto a consecuencia que los activos van creciendo (caja) y el efectivo no se está reinvertiendo para generar más utilidades por lo que está provocando que el rendimiento de los activos no sea suficiente; es decir se tienen activos prácticamente ociosos y no están generando más ingresos para el plan.

- Rendimiento sobre la inversión (ROE)

Estima el rendimiento obtenido de la inversión de los propietarios del plan

$$ROA = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital}}$$

Tabla 430. Rendimiento sobre la inversión

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Utilidad neta</b>	\$ 13,801.49	\$ 15,792.48	\$ 17,837.61	\$ 19,882.75	\$ 21,917.39
<b>Capital</b>	\$ 79,972.14	\$ 79,972.14	\$ 79,972.14	\$ 79,972.14	\$ 79,972.14
<b>ROE</b>	<b>0.17</b>	<b>0.20</b>	<b>0.22</b>	<b>0.25</b>	<b>0.27</b>

Ver: Tabla 410 Estado de resultados anual  
Tabla 416 Balance general anual

Para el año 1 el plan presenta un ROE inicial de 17%, lo que significa que se obtienen \$0.17 de utilidad por cada dólar invertido y se puede ver en la tabla que este va aumentando en el transcurso de los años llegando al año 5 con un ROE de 27%.

### c) Razones de apalancamiento

La razón de apalancamiento es un indicador que evalúa cuánto del capital proviene de la deuda, lo que indica cómo de arriesgada es una empresa desde la perspectiva de su uso de la deuda en relación con sus activos, es decir, indica cuánto de sus activos se paga con dinero prestado. Cuando la proporción es alta significa que la mayoría de los activos de la compañía se paga con deuda.

En términos generales, las empresas buscan que esta razón caiga entre 0,1 y 1,0. Una razón de 0,1 indica que un negocio casi no tiene deuda en relación con los activos, y una razón de 1,0 indica que un negocio tiene tanta deuda como activos.

Una razón de 0,5 es más común, indicando que una empresa tiene dos veces más activos que lo que tiene de deuda. Las razones más altas son comunes entre las nuevas empresas que recién comienzan o en las empresas con altos costos de producción.

### 3. Conglomerado de evaluación financiera

Tabla 431. Conglomerado de evaluación financiera

Tipos de razones	Razones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razones de liquidez	Rotación de activos totales	0.64	0.58	0.53	0.48	0.44
Rentabilidad	Margen de utilidad neta	0.23	0.25	0.26	0.28	0.29
	Rendimiento sobre la Inversión (ROE)	0.17	0.20	0.22	0.25	0.27
	Rendimiento sobre los activos (ROA)	0.15	0.14	0.14	0.13	0.13

Fuente: Elaboración propia

En base a las razones financieras mostradas anteriormente se puede evidenciar el plan no está reinvertiendo su efectivo, sino que lo está acumulando lo que está provocando un bajo rendimiento de sus activos y desaprovechando las oportunidades de crecimiento.

**Todo lo planteado anteriormente en el análisis da por manifiesto que el rendimiento del plan es viable financieramente para los cinco años estudiados.**

#### 4. Análisis horizontal de los estados financieros del proyecto

El método horizontal es un análisis dinámico que se ocupa de los cambios o movimientos de cada cuenta entre un periodo y otro del Balance general y el Estado de Resultados. Este método relaciona los cambios financieros que sufrió el negocio de un periodo a otro, los cuales pueden estar representados en aumentos o disminuciones, mostrando además dichas variaciones o cambios en cifras, porcentajes o razones, permitiendo obtener un mejor panorama de los cambios presentados en la empresa para su estudio, interpretación y toma de decisiones.

Al realizarse en Estados Financieros Proforma, se pretende analizar el comportamiento de cada cuenta en el horizonte planeado para el plan y que implica dicho comportamiento; para realizarlo se toma los datos de cada cuenta del año 1 como el 100%, y dicho valor de la cuenta en su primer año, se convierte en el denominador para los demás años en esa misma cuenta.

En las siguientes tablas se muestran los índices relativos de cada cuenta del balance general y el Estado de Resultados respectivamente:

Tabla 432. Índices relativos horizontales base año 1, cuentas de balance general

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>						
	<b>Activos circulantes</b>	<b>100%</b>	<b>193%</b>	<b>293%</b>	<b>401%</b>	<b>518%</b>
	Efectivo	100%	193%	293%	401%	518%
	Cuentas por cobrar	0%	0%	0%	0%	0%
	<b>Activos no circulante</b>	<b>100%</b>	<b>88%</b>	<b>75%</b>	<b>63%</b>	<b>51%</b>
	Terreno	100%	100%	100%	100%	100%
	infraestructura	100%	100%	100%	100%	100%
	Equipo para sistema de apoyo	100%	100%	100%	100%	100%
	Mobiliario y equipo	100%	100%	100%	100%	100%
	Imprevistos	100%	100%	100%	100%	100%
	Depreciación acumulada	100%	200%	300%	400%	500%
	<b>Activos intangibles</b>	<b>100%</b>	<b>89%</b>	<b>78%</b>	<b>67%</b>	<b>56%</b>
	Estudios previos	100%	100%	100%	100%	100%
	Capacitaciones	100%	100%	100%	100%	100%

	Registro de marca	100%	100%	100%	100%	100%
	Permisos y legalización	100%	100%	100%	100%	100%
	Administración del proyecto	100%	100%	100%	100%	100%
	Amortización de Intangibles	100%	200%	300%	400%	500%
<b>Total de activos</b>		<b>100%</b>	<b>117%</b>	<b>136%</b>	<b>157%</b>	<b>180%</b>
<b>Pasivos</b>		<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
<b>Pasivos circulantes</b>		<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
	Cuentas por pagar	0%	0%	0%	0%	0%
	Deudas a corto plazo	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Pasivos no circulantes</b>		<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
	Préstamo	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Patrimonio</b>		<b>100%</b>	<b>117%</b>	<b>136%</b>	<b>157%</b>	<b>180%</b>
	Capital social	100%	100%	100%	100%	100%
	Utilidades del plan	100%	214%	344%	488%	647%
<b>Total pasivo y patrimonio</b>		<b>100%</b>	<b>117%</b>	<b>136%</b>	<b>157%</b>	<b>180%</b>

Con respecto a los activos circulantes se puede observar que existe una tendencia creciente a lo largo de los 5 años esto debido al crecimiento en las ventas, con respecto a los activos no circulantes y activos intangibles se puede observar que año con año van disminuyendo su valor, esto es debido a la depreciación y amortización acumulada que se tiene en el plan, con respecto al pasivo no se tienen ningún cambio por que el plan no tiene deudas y por ultimo observamos que el patrimonio va aumentando esto es debido a que año con año el plan va teniendo utilidades con esto se demuestra que el plan no tendrán la necesidad de inyectar más capital social para su funcionamiento.

De manera general podemos decir que la empresa ha tenido más ingresos que gastos, ya que los cambios en el activo son positivos y van aumentando año con año.

Tabla 433. Índices relativos horizontales base año 1, cuentas de estado de resultado

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	100%	106%	112%	118%	124%
Costo de operación	100%	102%	105%	107%	109%
<b>Utilidad de operación</b>	<b>100%</b>	<b>108%</b>	<b>117%</b>	<b>126%</b>	<b>134%</b>
Costo de comercialización	100%	104%	107%	111%	114%
Costo de administración	100%	100%	101%	101%	101%
Costos financieros	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Utilidad neta antes de impuesto</b>	<b>100%</b>	<b>114%</b>	<b>129%</b>	<b>144%</b>	<b>159%</b>
Impuesto sobre la renta(25%)	100%	114%	129%	144%	159%
<b>Utilidad neta después de impuesto</b>	<b>100%</b>	<b>114%</b>	<b>129%</b>	<b>144%</b>	<b>159%</b>

La razón principal por que aumentan las cuentas del estado de resultado es por el crecimiento en las ventas, el crecimiento en ventas, si bien aumenta los costos de operación, administración y comercialización por sus componentes variables (costos variables), también permite inyectar mayor capital de trabajo al plan, esto reflejado en los activos circulantes (5.18 veces mayores en el último año en comparación con el primero), por lo que el crecimiento de las ventas refleja la factibilidad comercial del plan por que las ventas crecerán hasta 1.24 veces en los cinco años estudiados, lo que deriva en un crecimiento de sus activos. El aumento en las ventas también refleja mayor beneficio al Fisco, ya que la Renta a pagar aumenta hasta 1.59 veces en los cinco años. Así mismo el crecimiento en la cuenta de efectivo (hasta 5.18 veces el valor del primer año) le permite tener al plan la liquidez necesaria para el pago de sus obligaciones.

Ya realizado el análisis horizontal se procede a realizar el análisis vertical de los balances generales de los primeros cinco años.

## 5. Análisis vertical de los estados financieros del proyecto

El análisis vertical es de gran importancia a la hora de establecer si una empresa tiene una distribución de sus activos equitativa y de acuerdo a las necesidades financieras y operativas.

Tabla 434. Índices relativos verticales cuentas de balance general

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>						
	<b>Activos circulantes</b>	<b>27%</b>	<b>45%</b>	<b>59%</b>	<b>70%</b>	<b>79%</b>
	Efectivo	27%	45%	59%	70%	79%
	Cuentas por cobrar	0%	0%	0%	0%	0%
	<b>Activos no circulante</b>	<b>40%</b>	<b>30%</b>	<b>22%</b>	<b>16%</b>	<b>11%</b>
	Terreno	11%	9%	8%	7%	6%
	infraestructura	20%	17%	15%	13%	11%
	Equipo para sistema de apoyo	0%	0%	0%	0%	0%
	Mobiliario y equipo	12%	10%	9%	8%	7%
	Imprevistos	2%	2%	2%	1%	1%
	Depreciación acumulada	5%	8%	11%	13%	14%
	<b>Activos intangibles</b>	<b>32%</b>	<b>25%</b>	<b>19%</b>	<b>14%</b>	<b>10%</b>
	Estudios previos	8%	7%	6%	5%	4%
	Capacitaciones	1%	1%	1%	0%	0%
	Registro de marca	0%	0%	0%	0%	0%
	Permisos y legalización	1%	0%	0%	0%	0%
	Administración del proyecto	26%	22%	19%	17%	15%
	Amortización de Intangibles	4%	6%	8%	9%	10%
<b>Total de activos</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Pasivos</b>		<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
	<b>Pasivos circulantes</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
	Cuentas por pagar	0%	0%	0%	0%	0%

	Deudas a corto plazo	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Pasivos no circulantes</b>		<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
	Préstamo	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Patrimonio</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
	Capital social	85%	73%	63%	54%	47%
	Utilidades del plan	15%	27%	37%	46%	53%
<b>Total pasivo y patrimonio</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Con respecto al activo circulante el mayor porcentaje de esta cuenta se concentra en efectivo, esto quiere decir que el plan no presentara problemas de liquidez, y esto se debe a que no posee porcentaje en las cuentas por cobrar, respecto a los activos no circulantes se puede observar que el mayor porcentaje de valor se concentra en la infraestructura, los activos intangibles el mayor porcentaje lo tiene la administración del proyecto ya que poner en marcha el plan implica una inversión, la depreciación y amortización tienen un porcentaje negativo que va aumentando año con año respecto a los activos no circulantes e intangibles esto debido a que tanto la depreciación como la amortización se va acumulando, con respecto a los pasivos circulantes pues no se tienen por lo que no hay acumulación y por último en el patrimonio los primeros 4 años la concentración se da en el capital social pero ya en el 5 año la mayor concentración se da en las utilidades del plan.

**Todo lo planteado anteriormente en el análisis da por manifiesto que el rendimiento del proyecto es viable financieramente para los cinco años estudiados.**

## 6. Análisis de sensibilidad

Se denomina Análisis de Sensibilidad (AS) a un procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la utilidad o rentabilidad del plan, ante los cambios en determinadas variables.

Aunque existen una gran cantidad de variables que pueden ser modificadas, con este análisis no se pretende cambiar aquellas que pueden ser compensadas de inmediato elevando el precio de venta del producto, pues no sería útil. Algunas de las variables que están afuera del control de la alcaldía, son:

Para el análisis de sensibilidad tendremos 3 escenarios, uno donde no se logran las ventas proyectadas, por otra parte, otro escenario donde no se puede obtener la inversión en términos de donaciones para el plan y se tiene que recurrir a un préstamo y el último escenario en el cual aumentan los costos de producción, comercialización y administración.

Con esto se procede hacer los cálculos de los diferentes escenarios

### a) Escenario 1: Disminución de la afluencia turística en 25%

Tabla 435. Estado de resultado para escenario 1.

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	\$ 45,360.01	\$ 48,021.48	\$ 50,739.21	\$ 53,456.93	\$ 56,160.80
Costo de operación	\$ 25,206.27	\$ 25,785.52	\$ 26,360.30	\$ 26,935.08	\$ 27,506.99
<b>Utilidad de operación</b>	<b>\$ 20,153.74</b>	<b>\$ 22,235.96</b>	<b>\$ 24,378.91</b>	<b>\$ 26,521.85</b>	<b>\$ 28,653.81</b>
Costo de comercialización	\$ 8,200.52	\$ 8,496.67	\$ 8,790.67	\$ 9,084.67	\$ 9,377.20
Costo de administración	\$ 8,671.24	\$ 8,689.82	\$ 8,717.82	\$ 8,745.82	\$ 8,773.68
Costos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad neta antes de impuesto</b>	<b>\$ 3,281.98</b>	<b>\$ 5,049.47</b>	<b>\$ 6,870.42</b>	<b>\$ 8,691.36</b>	<b>\$ 10,502.93</b>
Impuesto sobre la renta (25%)	\$ 820.50	\$ 1,262.37	\$ 1,717.60	\$ 2,172.84	\$ 2,625.73
<b>Utilidad neta después de impuesto</b>	<b>\$ 2,461.49</b>	<b>\$ 3,787.11</b>	<b>\$ 5,152.81</b>	<b>\$ 6,518.52</b>	<b>\$ 7,877.19</b>

## Análisis económico

Tabla 436. Cálculo de VAN para escenario 1.

P (Inversión)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	L	TMAR
-\$ 79,972.14	\$ 10,447.37	\$ 11,772.98	\$ 13,138.70	\$ 14,504.40	\$ 15,863.08	\$19,202.17	11.298%



Tabla 437. Cálculo de Beneficio-Costo para escenario 1.

Tipo de Flujo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos del periodo	\$ 45,360.01	\$ 48,021.48	\$ 50,739.21	\$ 53,456.93	\$ 56,160.80
Costos en el periodo	\$ 42,078.03	\$ 42,972.01	\$ 43,868.79	\$ 44,765.57	\$ 45,657.87

Tabla 438. Consolidado de Beneficio-Costo para escenario 1

CONSOLIDADO	
Ingresos	\$ 195,292.02
Costos	\$ 261,490.68
razón B/C	0.75

Tabla 439. Calculo del TRI para escenario 1.

Utilidad Promedio	\$ 13,145.30
Inversión	\$ 79,972.14
TRI	6.08 años

Tabla 440. Consolidado escenario 1.

INDICADOR	VALOR	Decisión a tomar
TMAR	11.3%	
VAN	-\$ 21,566.25	No Factible
TIR	1.68%	No Factible
B/C	0.75	No Factible
TRI	6.08 años	

Implementar el plan asumiendo un déficit del 25% en la afluencia turística generaría algunos inconvenientes, aunque el plan no pudiese seguir sosteniéndose a lo largo del tiempo. Desde el punto de vista de un inversionista el escenario no es favorable tal y como se muestra los indicadores donde no se obtienen ganancias, pero la inversión se recupera en un periodo mayor sin embargo el plan no posee interés de lucrarse en su operación, hay que recordar que el fin de este plan no es de lucrarse económicamente, si no de impulsar el turismo en Chilitupán sin fines de lucro, y se puede observar que para 5 años el plan no lograr recuperar la inversión si no que se vuelve un plan a largo plazo como indica la TRI que se recuperaría la inversión en 6.08 años.

## b) Escenario 2: Solicitud de préstamo a BANDESAL

El escenario trabajado en el presente plan, presenta un panorama en que la alcaldía tendrá una participación de 25% de la inversión y el 75% será en términos de donaciones, ahora bien, ya que las donaciones son una variable no controlada por la alcaldía, para este escenario se maneja solicitar un préstamo para cubrir ese 75% restante en la inversión asumiendo que no se logró cubrir con las donaciones, poniendo como garantía la alcaldía municipal de Chilitupán.

Tabla 441. Datos para préstamos para la inversión

Plazo	Tasa de intereses	Periodo de gracia
5 años	6.50%	1 año

Tabla 442. Cálculo de costos financieros.

Fuente de financiamiento: BANDESAL	
Monto total	59,979.10
Meses a pagar ( 5 años)	60
Cuota mensual	\$1,173.56
Interés mensual	0.54%
Capitalizaciones/año	12
tasa de interés anual	6.50%

Tabla 443. Resumen de costos financieros anuales

RESUMEN COSTOS FINANCIEROS ANUALES					
AÑO	SALDO INICIAL	INTERESES	MENSUALIDAD	AMORTIZACION	SALDO FINAL
1	\$59,979.10	\$3,589.70	\$14,082.72	\$10,493.02	\$49,486.08
2	\$49,486.08	\$2,886.96	\$14,082.72	\$11,195.76	\$38,290.31
3	\$38,290.31	\$2,826.31	\$14,082.72	\$11,945.56	\$26,344.75
4	\$26,344.75	\$2,765.34	\$14,082.72	\$12,745.58	\$13,599.17
5	\$13,599.17	\$2,704.04	\$14,082.72	\$13,599.17	\$0.00

Tabla 444. Estado de resultado escenario 2

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	\$ 60,480.02	\$ 64,028.65	\$ 67,652.28	\$ 71,275.91	\$ 74,881.06
Costo de operación	\$ 25,206.27	\$ 25,785.52	\$ 26,360.30	\$ 26,935.08	\$ 27,506.99
<b>Utilidad de operación</b>	<b>\$ 35,273.75</b>	<b>\$ 38,243.13</b>	<b>\$ 41,291.98</b>	<b>\$ 44,340.83</b>	<b>\$ 47,374.07</b>
Costo de comercialización	\$ 8,200.52	\$ 8,496.67	\$ 8,790.67	\$ 9,084.67	\$ 9,377.20
Costo de administración	\$ 8,671.24	\$ 8,689.82	\$ 8,717.82	\$ 8,745.82	\$ 8,773.68
Costos financieros	\$ -	\$ 3,589.70	\$ 2,886.96	\$ 2,826.31	\$ 2,765.64

<b>Utilidad neta antes de impuesto</b>	<b>\$ 18,401.99</b>	<b>\$ 17,466.94</b>	<b>\$ 20,896.53</b>	<b>\$ 23,684.03</b>	<b>\$ 26,457.55</b>
Impuesto sobre la renta (25%)	\$ 4,600.50	\$ 4,366.73	\$ 5,224.13	\$ 5,921.01	\$ 6,614.39
<b>Utilidad neta después de impuesto</b>	<b>\$ 13,801.49</b>	<b>\$ 13,100.20</b>	<b>\$ 15,672.39</b>	<b>\$ 17,763.02</b>	<b>\$ 19,843.16</b>

## Análisis económico

Tabla 445. Cálculo de VAN para escenario 2.

P (Inversión)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	L	TMAR
-\$ 79,972.14	\$ 21,787.37	\$ 10,593.07	\$ 12,462.52	\$ 13,803.34	\$ 15,083.46	\$19,202.17	11.298%

Tabla 446. Cálculo de Beneficio-Costo para escenario 2.

Tipo de Flujo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos del periodo</b>	\$ 68,465.90	\$ 72,014.53	\$ 75,638.16	\$ 79,261.79	\$ 82,866.94
<b>Costos en el periodo</b>	\$ 46,678.53	\$ 61,421.47	\$ 63,175.64	\$ 65,458.45	\$ 67,783.48

Tabla 447. Consolidado de Beneficio-Costo para escenario 2

<b>CONSOLIDADO</b>	
<b>Ingresos</b>	\$ 285,936.50
<b>Costos</b>	\$ 299,670.24
<b>razón B/C</b>	0.95

Tabla 448. Cálculo del TRI para escenario 2.

<b>Utilidad Promedio</b>	\$ 14,745.95
<b>Inversión</b>	\$ 79,972.14
<b>TRI</b>	5.42 años

Tabla 449. Consolidado escenario 2.

INDICADOR	VALOR	Decisión a tomar
TMAR	11.3%	
VAN	-\$13,733.74	No Factible
TIR	4.73%	No Factible
B/C	0.95	No Factible
TRI	5.42 años	

Pedir un financiamiento por un monto de inversión de \$59.979.10 dólares, con una tasa de interés del 6.5% anual a un plazo de 5 años genera demasiadas incertidumbres si vale la pena o no económicamente hablando ya que todos los indicadores se presentan en negativo lo que quiere decir un escenario no factible para un inversionista individual y el tiempo de recuperación de la inversión es de 5.42 años. Basándose en términos de sostenibilidad, este escenario no es y se puede resumir que entre mayor deuda a largo plazo menos factible será el plan.

**c) Escenario 3: aumentan en un 25% los costos de operación, comercialización y administración**

Tabla 450. Estado de resultado escenario 3

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	\$ 60,480.02	\$ 64,028.65	\$ 67,652.28	\$ 71,275.91	\$ 74,881.06
Costo de operación	\$ 31,507.84	\$ 32,231.90	\$ 32,950.38	\$ 33,668.85	\$ 34,383.74
<b>Utilidad de operación</b>	<b>\$ 28,972.18</b>	<b>\$ 31,796.75</b>	<b>\$ 34,701.90</b>	<b>\$ 37,607.06</b>	<b>\$ 40,497.32</b>
Costo de comercialización	\$ 10,250.65	\$ 10,620.84	\$ 10,988.34	\$ 11,355.84	\$ 11,721.50
Costo de administración	\$ 10,839.05	\$ 10,862.28	\$ 10,897.28	\$ 10,932.28	\$ 10,967.10
Costos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad neta antes de impuesto</b>	<b>\$ 7,882.48</b>	<b>\$ 10,313.63</b>	<b>\$ 12,816.29</b>	<b>\$ 15,318.94</b>	<b>\$ 17,808.72</b>
Impuesto sobre la renta(25%)	\$ 1,970.62	\$ 2,578.41	\$ 3,204.07	\$ 3,829.74	\$ 4,452.18
<b>Utilidad neta después de impuesto</b>	<b>\$ 5,911.86</b>	<b>\$ 7,735.22</b>	<b>\$ 9,612.22</b>	<b>\$ 11,489.21</b>	<b>\$ 13,356.54</b>

## Análisis económico

Tabla 451. Cálculo de VAN para escenario 3.

P (Inversión)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	L	TMAR
-\$ 79,972.14	\$ 13,897.74	\$ 15,721.10	\$ 17,598.09	\$ 19,475.09	\$ 21,342.42	\$19,202.17	11.298%

Tabla 452. Cálculo de Beneficio-Costo para escenario 3.

Tipo de Flujo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos del periodo	\$ 68,465.90	\$ 72,014.53	\$ 75,638.16	\$ 79,261.79	\$ 82,866.94
Costos en el periodo	\$ 54,568.16	\$ 56,293.43	\$ 58,040.07	\$ 59,786.71	\$ 61,524.52

Tabla 453. Consolidado de Beneficio-Costo para escenario 3

CONSOLIDADO	
Ingresos	\$ 285,936.50
Costos	\$ 291,532.98
razón B/C	0.98

Tabla 454. Cálculo del TRI para escenario 3.

Utilidad Promedio	\$ 17,606.89
Inversión	\$ 79,972.14
TRI	4.54 años

Tabla 455. Consolidado escenario 3.

INDICADOR	VALOR	Decisión a tomar
TMAR	11.3%	
VAN	-\$ 5,596.49	No Factible
TIR	8.89%	No Factible
B/C	0.98	No Factible
TRI	4.54 años	

Implementar el plan asumiendo un aumento en los costos del 25% generaría muchos inconvenientes por que los indicadores económicos no son favorables para un inversionista individual para un periodo de 5 años, es de importancia recordar que el fin de este plan de desarrollo turístico del municipio de Chiltiupán no es el de lucrarse económicamente si no de impulsar el turismo en Chiltiupán sin fines de lucro para generar un desarrollo local en el municipio y en el turismo local y nacional.

## 7. Estrategias para el análisis de sensibilidad

Debido a que existen ciertas situaciones que no se pueden evitar como es el caso de los escenarios presentados con anterioridad, es necesario tener estrategias de respaldo con el fin de mitigar las consecuencias que podrían traer al desarrollo del plan. A continuación, se listan una serie de sugerencias a realizar frente el hecho de presentarse cualquiera de los tres escenarios planteados en el desarrollo del plan:

*Tabla 456. Estrategias sugeridas para los posibles escenarios*

ESCENARIOS	ESTRATEGIAS SUGERIDAS
<b>Escenario 1- Disminución de la afluencia turística en 25%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta de productos turísticos opcionales</li> <li>• Usar medios promocionales alternativos</li> <li>• Aumentar la propuesta de valor para los clientes, sin aumentar los precios</li> <li>• Publicidad del municipio en el malecón de La Libertad a través de brochures.</li> </ul>
<b>Escenario 2: Solicitud de préstamo a BANDESAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de donaciones si un monto específico, para contrarrestar los costos financieros.</li> <li>• Realización de eventos en el municipio donde se cobre la entrada a los asistentes.</li> </ul>
<b>Escenario 3: aumentan en un 25% los costos de operación, comercialización y administración</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar la aportación mensual de los asociados del CDT.</li> <li>• Implementación de rifas</li> <li>• Realización de eventos donde se cobre la participación.</li> <li>• Gestión de promoción a través de medios de comunicación nacional con el objetivo de generar mayor afluencia y contrarrestar los costos adicionales.</li> </ul>

## **I. EVALUACION DE GÉNERO**

### **1. Situación de género a nivel nacional**

Las desigualdades de género entre mujeres y hombres han existido al interior de las sociedades, a lo largo de la historia, manifestándose desde diversos espacios, como el social, el cultural, el político, el económico, entre otros. En el ámbito económico estas desigualdades se encuentran claramente marcadas por una menor y desigual participación de las mujeres.

Por otra parte, el sistema de valores patriarcales dominante, es quien promueve las relaciones desiguales entre mujeres y hombres dentro de la sociedad. Dichas desigualdades están asociadas a roles, mandatos y estereotipos de género, debido a que estos les asignan a las mujeres un rol específico dentro de la sociedad, como resultado del proceso de socialización de todos los seres humanos.

Con el proceso de incorporación de las mujeres al mercado laboral, ha ido desapareciendo el modelo familiar tradicional, en donde el hombre es definido como el único proveedor de ingresos y la mujer ama de casa. En donde la figura de ama de casa es la que tiene a ir desapareciendo, lo cual no significa que ésta abandone sus tareas de cuidadora y administradora del hogar, sino todo lo contrario; asume un doble papel: el familiar y el laboral.

Las mujeres hoy en día, están obteniendo mayor calificación académica en relación con los hombres, pero dicha competencia profesional no siempre es considerada al momento de las diferencias salariales, es así, que al encontrarse una mujer y un hombre en la misma escala profesional, el promedio salarial y la posición de ésta, tiende a ser menor que la del hombre, lo cual denota la influencia y persistencia de patrones culturales androcéntricos, en donde el mercado laboral definido y construido por y para los hombres, que a su vez, solo puede funcionar de la forma en que los hace, por que descansa, funciona y depende en gran medida del trabajo doméstico

el Estado salvadoreño implemento los programas de ajuste estructural en la década de los noventa, con los cuales se fueron ejecutando una serie de medidas de política pública que han implicado recortes del gasto público en salud, educación, vivienda, transporte público, liberalización de los precios de los bienes básicos, así como la flexibilización del mercado laboral, con el objeto de reducir los costos salariales y en consecuencia adaptar las jornadas laborales a las exigencias de una mayor productividad de las empresas, sin importar que de ellos se deriva evidentes efectos negativos en la calidad de vida de las personas, entre otras.

Con el cumplimiento de los recortes, han sido las mujeres las que se han visto mayormente afectadas. Debido a que históricamente, se les ha atribuido la responsabilidad de asegurar la reproducción social y como cuidadoras y responsables de los demás, imposibilitando su desarrollo en un mundo construido según el modelo masculino

Según informes como el presentado por el Consejo de Igualdad y la Equidad (CIE) en el año 2010, en El Salvador existe una brecha salarial entre hombres y mujeres del 14% que se ha ido reduciendo, pero que siempre existe a pesar del tiempo. Por mucho estudio o capacitación que

las mujeres puedan tener, pueden ascender a altos puestos técnicos, más no a altos niveles ejecutivos.

Para el año 2010, El Salvador ocupaba el puesto número 27 de 34 países estudiados en función a su índice de Desarrollo Humano relativo al género, que demuestra que la situación de relaciones de género es muy desigual y explica que, en el país, las mujeres realizan más trabajos y sus remuneraciones no compensan el esfuerzo realizado, muchas de ellas no cuentan con todas las prestaciones y viven situaciones de mayor vulnerabilidad

## 2. Situación de género de Chiltiupán

El informe del plan estratégico participativo de Chiltiupán realizado por la municipalidad, basándose en el censo de población y vivienda y agregando una retroalimentación en el año 2012, estima la una población de 10,897 habitantes el cual se detalla en la tabla siguiente.

Tabla 457: Cuadro de población de Chiltiupán

Población	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Urbano	359	418	777	7.0 %
Rural	5,125	4,995	10,120	93.0 %
Total	5,484	5,413	10,897	100 %
Porcentaje	50,33%	49,67%		100%

Fuente: Plan Estratégico participativo de Chiltiupán<sup>31</sup>

Los resultados de la población de hombres y mujeres son equilibrados con 50%, siendo ligeramente mayor el grupo de hombres en el censo oficial y en el censo del plan estratégico.

Tabla 458: Tasas brutas de actividad económica urbana y rural de Chiltiupán

Total			Urbano			Rural		
Ambos sexos	Masculino	Femenino	Ambos sexos	Masculino	Femenino	Ambos sexos	Masculino	Femenino
29.3	48.7	9.4	33.1	50.5	16.4	28.7	48.4	8.1

Fuente: Plan de desarrollo territorial región La Libertad<sup>32</sup>

La tasa de actividad económica del Vice ministerio de vivienda y desarrollo humano, determina que el municipio de Chiltiupán representa el 29.3% de la PEA del departamento de La Libertad, pero se observa una brecha enorme entre hombres y mujeres dentro de la actividad económica, por lo que es importante que el plan de desarrollo se efectuó con una visión integral de género, permitiéndole a la mujer tener oportunidades de empleos.

<sup>31</sup> Alcaldía municipal de Chiltiupán

<sup>32</sup> MOP, Viceministerio de vivienda y desarrollo urbano



### **3. Contribución del plan de desarrollo a la igualdad de género**

El implementar el Plan de desarrollo turístico de Chilitupán busca generar oportunidades de empleo, que permitan dinamizar la economía del municipio, pero sobre todo que represente oportunidades tanto para hombres y mujeres por igual.

Por lo cual dentro de la implementación del plan de desarrollo será importante el cumplimiento de condiciones equitativas de género, que garanticen las oportunidades por igual para hombres y mujeres.

- Condiciones equitativas a desarrollar

Aumentar las oportunidades formativas a las mujeres de la zona y a las mujeres que trabajarán directamente en la propuesta de circuitos turísticos.

Que todas las personas participantes en el plan de desarrollo turístico y las mismas personas que se encuentran involucradas indirectamente en esta pueden tener oportunidad de dar opiniones y sugerencias en relación a la forma de desempeñar el trabajo turístico

Promover la identificación de las oportunidades para potenciar la equidad de género y la igualdad en los programas y proyectos del plan de desarrollo

Involucrar a todos sin discriminación por capacidades o aportaciones, si no brindándoles a estos el apoyo necesario para ser capaces y puedan tener una oportunidad de progresar formativa como económicamente

El salario a ser ofrecido a los empleados será el mismo sin importar el sexo de estos, sea este hombre o mujer y su pago correspondiente será la cantidad exacta destinada para el puesto que ha sido contratado

Las prestaciones ofertadas serán las establecidas por la ley y serán iguales para hombres y mujeres, sin tener preferencias. En el caso de las mujeres en periodo de embarazo, tendrán derecho a vacaciones remuneradas y están exentas a despido por dicha causa, tal y como lo estipula la ley.

Cuando se vaya a realizar una promoción, se evaluarán los perfiles aptos, sin distinción entre hombres o mujeres y sin preferencia, de tal forma que la persona elegida sea idónea para el puesto, cumpliendo con las características que este requiere.

### **4. Beneficios del enfoque de género al plan de desarrollo turístico**

- Generación de fuentes de empleo tanto para hombre y mujeres desarrollando las mismas posibilidades para desempeñar las funciones.
- Igualdad de condiciones laborales para hombres y mujeres.
- Proporcionar salarios equitativos para hombres y mujeres que desempeñen el mismo cargo.

- Promover el crecimiento laboral y permitir que las mujeres tengan acceso a los puestos administrativos dentro de la organización, donde tengan poder de decisión
- Crear un ambiente de igualdad entre empleados, con compañerismo, respeto y sin discriminaciones entre todos los miembros de la organización.
- Crear oportunidades para que las mujeres formen parte del proyecto, brindándoles la oportunidad de obtener cualquiera de los puestos dentro de la empresa según sus habilidades.

## J. EVALUACION SOCIOECONOMICA

El desarrollo del plan de desarrollo turístico sostenible de Chilitupán, trae como consigo una serie de beneficios, costos económicos, así como beneficios y costos no económicos para la población del municipio. Es importante destacar que un turismo mal planeado y mal desarrollado puede acarrear serios problemas. La demanda del turismo puede generar conflicto a las necesidades y deseos de la población receptora. Por lo cual la evaluación socio económica es importante es proyectos de inversión ya sea pública o privada.

La evaluación socioeconómica identifica, cuantifica y valoriza los costos y beneficios que un proyecto genera sobre la sociedad en su conjunto. A éstos se les conoce como beneficios y costos “sociales” y su resultado no depende de quién financie la inversión (sector público o privado) ni del agente que evalúa el proyecto. Los componentes de la evaluación socioeconómica son:

- Beneficios y costos directos
- Beneficios y costos secundarios
- Beneficios y costos indirectos
- Externalidades

### 1. Beneficios y costos del plan de desarrollo turístico

Tabla 459: Beneficios y costos sociales

Beneficios	Costos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de oportunidades de empleos, tanto como indirectos</li> <li>• Aumento del consumo de servicios turísticos.</li> <li>• Aumento de ingresos a nivel micro y macroeconómicos</li> <li>• Desarrollo de infraestructura que estimula el comercio local.</li> <li>• Construcción de instalaciones turísticas y recreativas que pueden ser utilizadas por la población local</li> <li>• Se puede desarrollar el turismo sobre recursos locales.</li> <li>• Diversifica la economía local.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crea un exceso en la demanda de recursos naturales y culturales.</li> <li>• Aumento en el uso de los recursos productivos, reflejados en la utilización de recursos naturales</li> <li>• Costos de inversión</li> <li>• Creación de nuevos impuestos municipales.</li> <li>• Deterioro de los recursos naturales</li> <li>• Contaminación</li> <li>• Comercialización de la cultura, religión e historia.</li> <li>• Crea conflictos en la población local</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de ingresos municipales.</li> <li>• Expansión del desarrollo económico y social.</li> <li>• Mejora la calidad de vida.</li> <li>• Ampliación de conocimientos educativos y culturales.</li> <li>• Preservación del patrimonio cultural y tradiciones de la población.</li> <li>• Justifica la protección y mejora del medio ambiente.</li> <li>• Apertura de industrias relacionadas al turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puede producir un desarrollo económico desequilibrado.</li> </ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 2. Generación de fuentes de empleo

La ejecución del plan de desarrollo, le brindara al municipio oportunidades de empleos, pues las estadísticas de las autoridades de turismo revelan que este rubro de la economía genera 49,227 empleos directos y más de 150,000 empleos indirectos para el país.

- Empleos directos generados

Estos empleos, son los que tienen contacto directo con los turistas al momento de la prestación del servicio.

*Tabla460: Empleos generados año 1 de operación*

<b>Empleos</b>	<b>Año 1</b>
Guías turísticos	5
Personal de mantenimiento y limpieza	7
Guía de museo	1
Técnico en turismo	2
Motoristas	3
<b>Total</b>	<b>18</b>

En total el plan de desarrollo turístico, le generara al municipio un total de 18 empleos directos durante el primer año de operación, donde destacan en cantidad el personal de mantenimiento y limpieza esto debido a la extensión territorial y la ubicación de los atractivos turísticos, siendo beneficiadas un total de 54 personas de forma directa, con la generación de estos empleos.

- Empleos indirectos

La dinámica del turismo receptor en la economía de El Salvador<sup>33</sup> hace énfasis en el efecto multiplicador del turismo con respecto a la generación de empleos, pues la estimación de empleos indirectos es de 3 a 1, es decir por cada empleo directo se generan 3 indirectos. Con esta información se estiman los empleos indirectos que genera el plan de desarrollo turístico sostenible de Chiltiupán.

Tabla 461: Empleos indirectos del plan de desarrollo

<b>Empleos Indirectos</b>	<b>Año 1</b>
Empleos Directos	18
Efecto multiplicador	3
<b>Total, Empleos Indirectos</b>	<b>44</b>

Por lo cual plan de desarrollo beneficiaria a 44 familias, con un promedio de 4 miembros por cada una, teniendo un total de 176 personas beneficiarios indirectos.

### 3. Aspectos sociales del plan

- **Seguridad**

El desarrollo de actividades turísticas trae consigo una serie de factores de seguridad a tomar en cuenta en aspectos de seguridad; por lo cual junto a las autoridades de la PNC y la POLITUR deberán desarrollarse, planes de seguridad que garanticen la seguridad para el turista; pero sobre todo genera un ambiente seguro en los pobladores locales, que permita el desarrollo de las diferentes actividades económicas.

- **Conservación y fomento al patrimonio cultural e histórico del municipio**

Si bien en la actualidad son pocos los municipios que le apuestan por el rescate, conservación y divulgación de su patrimonio histórico-cultural; el plan de desarrollo pretende desarrollar líneas de trabajo enfocada en los aspectos mencionados. Logrando la identificación de los aspectos característicos del municipio, permitiendo transmitir a las nuevas generaciones los rasgos identitarios del municipio.

- **Educación**

El de desarrollo presentado promueve la formación de las capacidades técnicas dentro del rubro turístico, como lo es la capacitación de guías turísticos, en emprendedores para potenciar sus ideas de negocio.

Permitiendo oportunidades para poder trabajar dentro del municipio como prestador de servicios, o también en lugares externos que presentes oportunidades de empleos para los pobladores de Chiltiupán.

<sup>33</sup> Tópicos Económicos, BCR

#### 4. Impactos socioeconómicos del plan de desarrollo turístico

En todo plan de desarrollo económico de los pobladores conlleva una serie de impactos tanto negativos como positivos que de manera directa e indirecta pueden afectar a los pobladores del área de influencia.

- Impactos positivos del plan

De los beneficios listados del plan de desarrollo turístico se describen los siguientes impactos positivos que genera la implementación.

**Generación de empleos:** como se ha especificado el implementar el plan generara 18 empleos directos y 44 empleos indirectos, siendo beneficiadas 62 familias, con un total de 230 pobladores de Chiltiupán.

**Diversificación de la economía local:** el generar un flujo de turistas en la zona alta del municipio trae consigo el incremento de consumo de servicios turísticos, lo cual genera oportunidades para los pobladores de desarrollar ideas de negocios como la gastronomía, tiendas de artesanías, transporte interno, y en futuro hostales u hoteles.

**Expansión del desarrollo económico y social:** el plan permitirá una inversión en los distintos cantones del municipio debido a la importancia de la distribución geográfica de los recursos naturales que serán utilizados para la implementación del mismo, por lo cual a través del mismo se podrá canalizar programas de ayuda social para los pobladores del municipio.

**Justifica la protección y mejora del medio ambiente:** si bien el plan requiere de la utilización de los recursos naturales del municipio, lo cual puede acarrear un deterioro de los mismos, con el plan se pretende utilizarlos de manera adecuada y en vez de generar un deterioro, desarrollar acciones que ayuden al mejoramiento de estos.

**Desarrollo de infraestructura:** la implementación del plan generara condiciones para el mejoramiento de la infraestructura del municipio, como el desarrollo de senderos, caminos, mejora de calles de acceso a los diferentes cantones, diseño de servicios sanitarios que pueden replicarse en las diferentes comunidades, además con el plan se puede mejorar el acceso a agua potable, mejora de energía eléctrica, con los cuales se puede mejorar condiciones de vida de los pobladores.

- Impactos negativos del plan

Los impactos negativos del plan de desarrollo turístico, conocidos como costos sociales, se describen se describen a continuación.

**Exceso en la demanda de recursos naturales y culturales:** como toda actividad económica demanda la utilización recursos, pero el rubro turístico tiene la característica que estos en su mayoría suelen ser naturales y culturales, y el plan de desarrollo turístico de Chiltiupán no es la excepción, lo cual puede generar una sobre explotación de los mismos sino, se utilizan respetando las capacidades de carga establecidas, lo cual se puede generar a si se dan recorridos que no estén acompañados por guías turísticos designados por el CDT de Chiltiupán.

**Contaminación:** el aumento de flujos de personas en las zonas rurales y urbanas del municipio generara incremento de la basura generada en el municipio, por lo que es importante desarrollar un trabajo coordinado entre CDT y la municipalidad y así poder recolectar y darles un tratamiento adecuado a los desechos sólidos, sin afectar el ecosistema de la población de las áreas rurales donde es más difícil poder recolectarla.

## 5. Indicadores socioeconómicos del plan de desarrollo

Se presentan algunos indicadores que reflejan los beneficios que presenta la implementación del plan de desarrollo turístico de Chiltiupán a partir de las inversiones realiza. Estos indicadores se hacen en base al beneficio costo social.

- Beneficio por empleo directo

$$\frac{B}{C} = \frac{18}{\$ 79,972.14}$$

$$\frac{B}{C} = 0.00022251$$

El beneficio costo generado a partir de los empleos directos, indica que por cada dólar de la inversión se generan 0.00022251 empleos directos; por lo cual para generar un empleo directo es necesario invertir \$ 4,442.90

- Beneficio por empleo indirecto

$$\frac{B}{C} = \frac{44}{\$ 79,972.14}$$

$$\frac{B}{C} = 0.0005502$$

El beneficio costo generado a partir de los empleos indirectos, indica que por cada dólar de la inversión se generan 0.0005502 empleos indirectos; por lo cual para generar un empleo indirecto es necesario invertir \$ 1,817.55

- Beneficiados por empleos directos

$$\frac{B}{C} = \frac{54}{\$ 79,972.14}$$

$$\frac{B}{C} = 0.0006752$$

El beneficio costo generado a partir de los empleos directos, indica que por cada dólar de la inversión se generan 0.0006752 beneficiados directos; por lo cual para un beneficiado directo es necesario invertir \$ 1,480.97

- Beneficiados por empleos indirectos

$$\frac{B}{C} = \frac{176}{\$79,972.14}$$

$$\frac{B}{C} = 0.0022383$$

El beneficio costo generado a partir de los empleos indirectos, indica que por cada dólar de la inversión se generan 0.0022383 beneficiados indirectos; por lo cual para un beneficiado indirecto es necesario invertir \$ 446.77

- Flujo de efectivo a partir de la demanda

A partir de la implementación del plan de desarrollo, se genera un flujo de turistas en la parte alta de Chilitupán lo cual se transforma en un flujo de efectivo, determinado en el presupuesto de ingresos, el cual se presenta a continuación de los primeros 5 años de operación.

Tabla462: Ingresos del plan de desarrollo

Ingresos del plan de desarrollo				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$60.480,02	\$64.028,65	\$67.652,28	\$71.275,91	\$74.881,06

La alcaldía dispone de un presupuesto anual de \$10,000 para el rubro turístico del municipio, lo cual se transforma en un costo social para la población, dado que el invertir en el turismo genera un costo de oportunidad que ese monto sea invertido en obras de beneficio social directos para alguna comunidad. Por lo cual el presupuesto para turismo se considera un costo social que permitirá poder dinamizar la economía del municipio y será la misma población la beneficiada, aunque ese monto no se invierta directamente en población

Tabla463: Costos fijos de la alcaldía

Costos fijos de la alcaldía				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00

Con el flujo de ingresos generados por el plan de desarrollo y los costos sociales atribuibles a la alcaldía municipal se puede obtener la VAN social,

El Valor Actual Neto Social permite determinar el valor presente de la ganancia social que genera una inversión, dados una tasa social de descuento y un flujo de beneficios netos (beneficios sociales – costos sociales) para un período determinado u horizonte de evaluación. Por lo tanto, se puede formular como la diferencia entre el valor presente de los flujos de beneficios netos que genera el proyecto y el valor presente de la inversión:

$$VANS = -I_o + \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t}$$

Donde:

$$\begin{aligned}
 VANS &= \text{Valor actual neto social} \\
 I_o &= \text{Inversión social a precios sociales} \\
 B_t &= \text{Beneficio social en el periodo } t \\
 C_t &= \text{Costo social en el periodo } t \\
 t &= \text{año} \\
 r &= \text{tasa social de descuento} \\
 n &= \text{numero de años del horizonte de evaluación}
 \end{aligned}$$

Factores de corrección sociales de mano obra<sup>34</sup>

Tabla464: Factores de corrección social de mano de obra

Tipo de mano de Obra	Factor de corrección
Calificada	0,98
Semi Calificada	0,68
No Calificada	0,62
<b>Promedio</b>	<b>0,76</b>

Con el factor de corrección social se determina la inversión inicial a precios sociales, donde la inversión determinada para la implementación del plan de desarrollo turístico en precios privados es de \$ 79,972.14

$$I_o = \text{Inversión social a precios sociales}$$

$$I_o = \$79,972.14 * 0,76$$

$$I_o = \$60,778.83$$

- Calculo de la VANS

Para el cálculo de la VANS se utilizará la tasa de descuento de la CEPAL de 16.29%

Tabla465: Flujo neto efectivo social

Flujo neto efectivo social				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$50.480,02	\$54.028,65	\$57.652,28	\$61.275,91	\$64.881,06

<b>VANS</b>	\$6.148,18
<b>TIRS</b>	84%

<sup>34</sup> CEPAL en conjunto al gobierno de Chile



Como se puede observar la VAN social es mayor que cero, y siguiendo los principios de evaluación económica de proyectos, se da por aceptado la implementación del plan de desarrollo turístico en base a un enfoque socioeconómico.

Comparando la VAN privada y la VAN social se tiene lo siguiente:

*Tabla 466: Comparación de la VAN privada y social*

	<b>VAN privado &gt;0</b>	<b>VAN privado &lt;0</b>
<b>VAN social &gt;0</b>	Lo hace el privado	El Estado incentiva el proyecto (subsidio) o lo ejecuta directamente
<b>VAN social &lt;0</b>	El Estado desincentiva el proyecto	No se ejecuta el proyecto

- VAN privada = \$5,199.97
- VAN social=\$6,148.18

Por lo cual en base a la tabla comparativa el Plan de desarrollo deberá ser ejecutado, pero es recomendable que la municipalidad de Chiltiupán subsidie por lo menos los primeros años de operación.

En base a la tasa de rentabilidad al obtener una TIR social = 85% se acepta el proyecto para la municipalidad, si bien la rentabilidad no será percibida directamente por la municipalidad; si lo será para la población permitiendo que de genere una dinamización de la economía.

## **K. EVALUACION AMBIENTAL**

### **1. Metodología para la evaluación ambiental**

Las etapas para evaluar los impactos que traerá al ambiente la puesta en marcha del plan de desarrollo turístico sostenible de Chiltiupán es la siguiente:

**Predicción de los impactos:** Se predice la relevancia o significancia ambiental de cada impacto, sobre el entorno para el plan de desarrollo. Se denomina predicción en vista de que el proyecto ni sus alternativas han sido incorporados a la realidad del medio ambiente existente, se distinguen efectos positivos y negativos.

#### **Evaluación de los impactos:**

Se miden en particular las variaciones previstas en:

- La intensidad del impacto con indicadores cuantitativos y cualitativos. En caso de no encontrar un indicador adecuado al efecto, podrá diseñarse una escala

que represente en términos de porcentaje las variaciones de calidad experimentadas por los hábitats y especies afectados.

- La duración, la frecuencia y la reversibilidad de los efectos que el impacto ocasionará sobre el hábitat y especies.
- La abundancia o número de individuos, su densidad o la extensión de su zona de presencia

## 2. Tipos de acción que genera el cambio

**Carácter del impacto:** se establece si el cambio en relación al estado previo de cada acción del proyecto es positivo o negativo.

**Intensidad.** Se refiere al vigor con que se manifiesta el cambio por las acciones del proyecto. Basado en una calificación subjetiva se estableció la predicción del cambio neto entre las condiciones con y sin proyecto. El valor numérico de la intensidad se relaciona con el índice de calidad ambiental del indicador elegido, variando entre 0 y 10.

*Tabla 467: Valor cuantitativo de la intensidad de impacto ambiental*

Intensidad	
Baja	1-2
Media	3-4
Regular	5-6
Alta	7-8
Muy Alta	9-10

**Extensión o influencia espacial.** Es la superficie afectada por las acciones del proyecto, tanto directa como indirectamente o el alcance global sobre el componente ambiental.

*Tabla 468. Valor cuantitativo de la extensión de impacto ambiental*

Extensión	
Predio	2
Local	5
Regional	10

**Duración del cambio.** Establece el período de tiempo durante el cual las acciones propuestas involucran cambios ambientales.

*Tabla 469: Valor cuantitativo de la reversibilidad de impacto ambiental*

Duración	
Corta	2
Mediana	5
Largo Plazo	10

**Reversibilidad.** Capacidad del sistema de retornar a una situación de equilibrio similar o equivalente a la inicial.

Tabla 470: Valor cuantitativo de la reversibilidad de impacto ambiental

Reversibilidad	
Total	2
Parcial	5
Nula	10

**Riesgo.** Se refiere a la probabilidad de ocurrencia del efecto sobre la globalidad del componente.

Tabla 471: Valor cuantitativo del riesgo de impacto ambiental

Riesgo	
Bajo	2
Medio	5
Alto	10

**El índice integral de impacto ambiental VIA.** El desarrollo del índice de impacto se logra a través de un proceso de amalgamamiento, mediante una expresión matemática que integra los criterios anteriormente explicitados. Su formulación es la siguiente:

$$VIA = I * W_I + E * W_E + D * W_D + R_V * W_{RV} + R_I * W_{RI}$$

Donde:

<i>I = Intensidad</i>	<i>W<sub>I</sub> = Peso del criterio intensidad</i>
<i>E = Extensión</i>	<i>W<sub>E</sub> = Peso del criterio Extensión</i>
<i>D = Duración</i>	<i>W<sub>D</sub> = Peso del criterio Duración</i>
<i>R<sub>V</sub> = Reversibilidad</i>	<i>W<sub>RV</sub> = Peso del criterio Reversibilidad</i>
<i>R<sub>I</sub> = Riesgo</i>	<i>W<sub>RI</sub> = Peso del criterio Riesgo</i>

Los pesos relativos asignados a cada uno de los criterios corresponden a los siguientes:

Tabla 472: Pesos relativos para Evaluación del impacto ambiental

Pesos	
$W_I$	0,2
$W_E$	0,2
$W_D$	0,21
$W_{RV}$	0,22
$W_{RI}$	0,17

**Significado.** Se refiere a la importancia relativa o al sistema de referencia utilizado para evaluar el impacto. Consiste en clasificar el Índice o VIA obtenido, según las siguientes categorías:

Tabla 473: Significado o nivel de importancia del impacto ambiental

VIA	Nivel o Significado
$\leq 2,0$	Muy Bajo
2,01-4,00	Bajo
4,01-6,00	Medio
6,01-8,00	Alto
$\geq 8,1$	Muy Alto

### 3. Desarrollo de la evaluación del impacto ambiental del plan de desarrollo

- Identificación de los impactos

Se identifican de manera macro las principales actividades que generan impactos al medio ambiente, sean positivos o negativos.

Tabla 474: Actividades con impactos en el medio ambiente

Fase del plan	Actividades con impacto ambiental
Implementación del plan de desarrollo	Construcción de miradores turísticos
	Construcción de servicios y vestideros
	Construcción de comedor
	Construcción de áreas de descanso
	Instalación de mobiliario y equipo
	Instalación de señalización turística
	Realización de prueba piloto

Operatividad del plan de desarrollo	Implementación de circuito Entre playa y montaña
	Implementación de circuito Historias de Chiltiupán
	Ferias turísticas
	Acciones de sostenibilidad

- Predicción de los impactos

Identificadas las actividades a desarrollar para la puesta en marcha del proyecto, se procede a predecir los principales impactos que estas tendrían sobre el medio ambiente, ya sea con un impacto negativo, es decir el deterioro de este o un impacto positivo, es decir que ayuda al medio ambiente y que es sostenible en el tiempo.

Tabla 475: Predicción de los impactos al medio ambiente

Fase del plan	Actividades con impacto ambiental	Causa/Efecto	Predicción del impacto
Implementación del plan de desarrollo	Construcción de miradores turísticos	Generar espacios de esparcimiento para realizar paisajismo de parte de los turistas y pobladores.	Posible deforestación parcial. Utilización de materiales que generen contaminación
	Construcción de servicios y vestideros	Se construyen letrinas aboneras, por no contar con servicios de aguas negras	Perdidas de terrenos Posible deforestación Posible contaminación del suelo Contaminación del aire
	Construcción de comedor	Generar un espacio para que los emprendedores de gastronomía puedan comercializar sus productos	Posible deforestación Utilización de materiales que generen contaminación
	Construcción de áreas de descanso	Para el desarrollo de actividades turísticas y a fin de mejorar la infraestructura es necesario crear bancas, mesas y sitios de descanso de los turistas	Utilización de terrenos Posible deforestación parcial Uso de materiales químicos como pinturas
	Instalación de mobiliario y equipo	Colocación de mobiliario como basureros	Uso de terrenos Correcta recolección de basura

	Instalación de señalización turística	Colocar señalización con materiales amigables con el medio ambiente	Perdida del paisajismo natural Modificaciones de áreas verdes
	Realización de prueba piloto	Verificar el correcto funcionamiento del plan de desarrollo.	Posibles daños a zonas verdes Generación de basura por parte de los turistas
Operatividad del plan de desarrollo	Implementación de circuito Entre playa y montaña	La operatividad del plan de desarrollo para brindar servicios al segmento joven	Daños a las zonas verdes Generación de desechos sólidos Explotación de los recursos naturales
	Implementación de circuito Historias de Chiltiupán	La operatividad del plan de desarrollo para brindar servicios al segmento familiar	Daños a las zonas verdes Generación de desechos sólidos Explotación de los recursos naturales
	Ferias turísticas	Desarrollo de actividades turísticas del municipio	Generación de desechos sólidos Explotación de los recursos naturales
	Acciones de sostenibilidad	Desarrollo de actividades de conservación de los recursos naturales, a través de la reforestación	Recolección de basura en los diferentes atractivos naturales Mitigación de riesgos ambientales Incremento de la biodiversidad Abundancia de la flora

- Evaluación de los impactos

Se procede a aplicar el método de los criterios relevantes integrados para valorar los impactos ambientales y de esta forma categorizarlos, para luego integrarlos en el índice que facilita el análisis de estos, para conocer el nivel de impacto que la propuesta tiene sobre medio ambiente.

Tabla 476. Evaluación de los impactos ambientales generados por el plan de desarrollo

Actividades que generan impactos	Impacto	Intensidad	Extensión	Duración	Reversibilidad	Riesgo	VIA	Nivel
Construcción de miradores Construcción de servicios y vestidores Construcción de comedor Construcción de áreas de descanso	Deforestación parcial	2	2	5	2	2	2,63	Bajo
Construcción de Miradores Construcción de comedor Construcción de áreas de descanso	Utilización de materiales que generen contaminación	2	2	2	5	2	2,66	Bajo
Construcción de servicios y vestidores Construcción de áreas de descanso Instalación de mobiliario y Equipo	Utilización de terrenos	4	5	5	5	2	4,29	Medio
Construcción de servicios y vestidores	Contaminación del suelo y aire	3	2	2	2	2	2,2	Bajo
Instalación de señalización turística	Perdida del paisajismo natural	3	2	5	2	2	2,83	Bajo
Instalación de señalización turística Realización de prueba piloto Implementación de los Circuitos turísticos	Modificación de áreas verdes	3	2	2	2	2	2,2	Bajo
Realización de prueba piloto Implementación de los circuitos turísticos	Generación de basura	6	5	5	2	2	4,03	Medio
Realización de prueba piloto Implementación de los circuitos turísticos	Explotación de los recursos naturales	8	5	5	5	10	6,45	Alto
Instalación de equipo Acciones de sostenibilidad ambiental	Correcta recolección de basura	10	5	10	5	2	6,54	Alto
Acciones de sostenibilidad	Incremento de la biodiversidad	7	5	5	5	10	6,25	Alto
Acciones de sostenibilidad	Reforestación	10	5	5	5	10	6,85	Alto

- Análisis de los resultados de la Evaluación ambiental

Los resultados obtenidos al evaluar los impactos ambientales que pueda generar el plan de desarrollo turístico de Chiltiupán se describen a continuación:

De los impactos determinados en la implementación del plan de desarrollo se determina que cinco presentan un nivel de impacto **BAJO**, esto se debe a que las actividades son amigables con el medio ambiente, además existes acciones que pueden hacer reversible los daños que se puedan ocasionar.

Los impactos con nivel **MEDIO** son los generados por la utilización de terrenos para la construcción de infraestructura y la generación de basura es el otro impacto con nivel Medio, esto se debe en parte a los flujos de turistas que puedan hacer uso de los mismos.

La explotación de los recursos naturales es el impacto negativo con un nivel **ALTO**, esto se debe a que el plan de desarrollo turístico, hace uso de los principales atractivos naturales del municipio, agregando los altos niveles de personas que pueden visitar estos atractivos, con el tiempo pueden ocasionar un deterioro de los mismos sino se utilizan respetando las capacidades de carga para hacer turismo amigable con el medio ambiente.

Se determinaron también impactos positivos para el medio ambiente estos enfocados en las actividades de sostenibilidad ambiental, los cuales tienen un nivel **ALTO** para la conservación del medio ambiente, estos están enfocados en mejora de la biodiversidad a partir de actividades de reforestación que permitan la reversibilidad de los impactos que generan deforestación parcial, así mismo acompañadas de una adecuada recolección de los desechos sólidos generados por el flujo de turistas.



#### 4. Costos del impacto ambiental

Predichos los impactos ambientales, es importante establecer acciones correctivas para la minimizarlos para que el plan de desarrollo sea sostenible ambiental, estos se desglosan en la tabla siguiente.

*Tabla 477. Costos para minimizar impacto ambiental.*

<b>Actividades que generan impactos</b>	<b>Impacto</b>	<b>Acción correctora</b>	<b>Mensual</b>	<b>Seis meses</b>	<b>Anual</b>
Construcción de miradores Construcción de servicios y vestidores Construcción de comedor Construcción de áreas de descanso	Deforestación parcial	Jornada de forestación	\$ 12,50	\$ 75,00	\$ 450,00
Construcción de Miradores Construcción de comedor Construcción de áreas de descanso	Utilización de materiales que generen contaminación	Utilización de materiales reciclados	\$ 35,00	\$ 210,00	\$ 420,00
Construcción de servicios y vestideros Construcción de áreas de descanso Instalación de mobiliario y Equipo	Utilización de terrenos	Extracción de desechos de los baños	\$ 16,67	\$ 100,00	\$ 200,00
Construcción de servicios y vestideros	Contaminación del suelo y aire	Jornadas de limpieza	\$ 65,00	\$ 390,00	\$ 780,00
Instalación de señalización turística	Perdida del paisajismo natural	Jornada de forestación	\$ -	\$ -	\$ -

Instalación de señalización turística Realización de prueba piloto Implementación de los Circuitos turísticos	Modificación de áreas verdes	Jornada de forestación	\$ -	\$ -	\$ -
Realización de prueba piloto Implementación de los circuitos turísticos	Generación de basura	Programa de reciclaje	\$ 75,00	\$ 450,00	\$ 900,00
Realización de prueba piloto Implementación de los circuitos turísticos	Explotación de los recursos naturales	Delimitar áreas de uso de los recursos	\$ 50,00	\$ 300,00	\$ 600,00
Instalación de equipo Acciones de sostenibilidad ambiental	Correcta recolección de basura	Sistema de recolección de desechos	\$ -	\$ -	\$ -
Acciones de sostenibilidad	Incremento de la biodiversidad	Jornada de forestación	\$ -	\$ -	\$ -
Acciones de sostenibilidad	Reforestación				
<b>Total</b>			<b>\$ 254,17</b>	<b>\$ 1.525,00</b>	<b>\$3.350,00</b>

Nota:

- La jornada de reforestación se realizará una cada seis meses
- La extracción de los desechos de los servicios sanitarios se realizará una anual
- La jornada de limpieza se realizará mensualmente

## L. EVALUACION TECNICA DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

A continuación, se presenta unos indicadores que reflejan parte de los cambios que traería la incorporación del Plan de Desarrollo Turístico el municipio de Chiltiupán para aportar a la situación actual en la que se encuentran los residentes de este municipio.

Cabe destacar que si bien un proyecto debe generar una rentabilidad este también se mide por los aportes que ofrece no solo a nivel económico sino a nivel social inclusive, del uso de instalaciones, como sabemos un solo plan por sí solo no mejorara por completo la vida de los residentes de la zona, pero si abonara al mejoramiento de la misma, ya que para ello hace falta trabajo complementario que involucran a muchas otras entidades.

*Tabla 478. Indicadores a evaluar*

Tipo de indicador	
<b>Indicadores de impacto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ingresos generados por la actividad turística</li><li>• Variación en la situación de empleo</li><li>• Variación en oferta de alojamiento turístico</li></ul>
<b>Indicadores de efecto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tasa de participantes capacitados</li><li>• Variación del número de seguidores</li></ul>
<b>Indicadores de resultado</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Porcentaje de satisfacción de turistas</li><li>• Incremento en la afluencia de turistas</li><li>• Producción de residuos</li></ul>

Tabla 479. Evaluación de indicadores

Indicador	Descripción	Antes	Después	Evaluación
<b>Ingresos generados por la actividad turística</b>	Incrementar los ingresos para la municipalidad	No hay incremento de ingresos por alguna actividad turística, los ingresos previstos son de <b>\$184,819.19</b> <sup>35</sup>	Incremento en los ingresos de la municipalidad por la nueva actividad turística son de <b>\$60,480.02</b> <sup>36</sup>	Se estima un incremento en ingresos para la municipalidad de un <b>32.72% al año.</b>
<b>Variación en la situación de empleo</b>	Generador de fuentes de empleo	El porcentaje de desempleo se mantiene cero o va en aumento.	El porcentaje de desempleo disminuye, con la implementación de plan se crean: <b>18 empleos directos</b> <b>44 empleos indirectos</b>	Se logra disminuir el porcentaje de desempleo del municipio. Partiendo de la asunción que cada persona beneficiada genera ingresos para su grupo familiar de 5 integrantes promedio, se tiene la cantidad de beneficiados <b>90 personas directamente</b> <b>220 personas indirectamente.</b>
<b>Tasa de participantes capacitados</b>	Desarrollo de habilidades	No se cuenta con programas de capacitación.	Desarrollo personal mediante capacitaciones, mejoramiento del nivel educativo, instauración de un modelo de negocio o fuente de ingresos para las personas	Se proyecta que para cada capacitación realizada se debe tener un <b>80% de personas capacitadas</b> por curso brindado
<b>Variación del número de seguidores</b>	Que los turistas se informen del municipio de Chiltiupán como lugar turístico para poder visitar	Trabajo de publicidad no se tiene. No se tiene página de Facebook	Creación de una página de Facebook para dar publicidad e informar los productos turísticos que posee el municipio de Chiltiupán	Se establece que la página de Facebook aumente en seguidores <b>mínimo 85 cada mes y 1020 al año.</b>

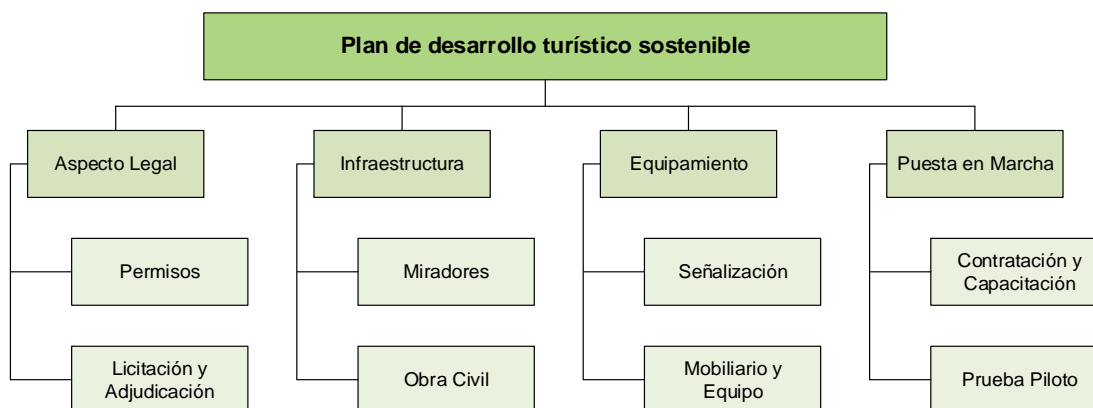
<sup>35</sup> Fuente: Presupuesto de ingresos del año 2020 de la alcaldía de Chiltiupán

<sup>36</sup> Fuente: Estado de Resultado del plan de desarrollo turístico

<p><b>Porcentaje de satisfacción de turistas</b></p>	<p>Potenciar el lugar mediante una categoría de servicio de calidad</p>	<p>Baja calidad de atención al turista</p>	<p>La calidad de servicios se clasifica como un lugar que ofrece servicio de calidad. Un punto de partida para mejora</p>	<p>Se establecen 3 niveles de porcentaje para medir la satisfacción del turista: <b>90% Se está brindando un servicio y atención de calidad</b> <b>70% Se está a un nivel medio</b> <b>50% se necesita mejor el servicio que se le está brindando a los turistas</b></p>
<p><b>Incremento en la afluencia de turistas</b></p>	<p>Incrementar la afluencia y posicionar el municipio de Chiltiupán como un punto preferencial de turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuenta con productos turísticos que ofrecer.</li> <li>• No se hace al promoción al municipio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cuenta con circuitos turísticos para 2 segmentos de mercado.</li> <li>• Se realiza un plan de marketing para la promoción del municipio como lugar turístico</li> </ul>	<p>El porcentaje mínimo que tiene que ir aumentando la afluencia del municipio año con año <b>será del 3%</b></p>
<p><b>Producción de residuos</b></p>	<p>Tratamiento de los desechos, tanto los orgánicos como No orgánicos de forma que se pueda utilizar para reciclaje</p>	<p>Promontorios de basura mezclada</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tratamiento correcto de Desechos orgánicos</li> <li>• Recolección y tratamiento de Desechos no orgánicos, para reducir el impacto ambiental</li> </ul>	<p>Con el monto adicional de desechos se establecerán 3 niveles de porcentaje de reciclaje: <b>20% no se está reciclando lo necesario.</b> <b>40% nivel medio de reciclaje</b> <b>70% me indica un correcto funcionamiento de reciclaje</b></p>

# CAPITULO VIII: ADMINISTRACION DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE

## A. ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO (EDT)



Fuente: Elaboración Propia

### 1. Descripción de los entregables

La estructura de desglose presentada contiene los siguientes cuatro entregables, que serán descritos a continuación:

- **Aspecto Legal:** Este entregable comprende todos los trámites requeridos de carácter legal para poder implementar el Plan de desarrollo, debido a la característica del mismo este requerirá permisos de diferentes organizaciones, el entregable consta de dos paquetes de trabajo;
  - Permisos
  - Licitación y Adjudicación.
- **Infraestructura:** finalizado los trámites legales como permisos y la licitación, se procederá con el entregable “Infraestructura” del plan de desarrollo, el cual comprenderá la construcción de la infraestructura necesario que ha sido detallada en el programa del mismo nombre, que incluye los miradores, el comedor municipal, así como la obra civil necesaria para el desarrollo las actividades turísticas. Siendo los entregables.
  - Miradores
  - Obra civil
- **Equipamiento:** adquirir el mobiliario y equipo necesario para la operatividad y puesta en marcha del plan, lo que comprende este entregable, el cual involucra desde la identificación de los requerimientos, las diferentes cotizaciones y compra de los bienes

tangibles necesarios para la prestación de los servicios turísticos, además en este entregable se adquirirá todo lo relacionado con la señalización turística del municipio, todo el equipamiento que requiera financiamiento propio de la alcaldía, deberá realizarse según la LACAP a través de Unidad de Adquisiciones y Contrataciones (UACI). Los entregables del plan son.

- Señalización
  - Mobiliario y equipo
- **Puesta en marcha:** tendrá como objetivo principal el inicio de operaciones del plan, una vez terminado los entregables de Infraestructura y el de Equipamiento, este entregable garantizará el buen funcionamiento del resto de entregables, además será necesario contar con el respectivo programa capacitación del personal. Puesta en marcha involucra una serie de actividades para realizar una prueba piloto. La realización de la prueba permite identificar fallas y poder tomar medidas correctivas a los diferentes elementos que intervienen en la prestación del servicio; los paquetes de trabajo son los siguientes:
    - Contratación y capacitación
    - Prueba piloto

## 2. Descripción de los paquetes de trabajo

Tabla Tabla 480: Descripción de los paquetes de trabajo

Entregable	Código	Paquete de trabajo	Descripción
Aspecto Legal	A1	Permisos	Comprende la obtención de todos los permisos necesarios, para poder iniciar con la implementación del plan de desarrollo y así poder operar cumpliendo el marco legal.
	A2	Licitación y adjudicación	Tendrá como finalidad el poder realizar el proceso requerido por la LACAP, desarrollando las carpetas técnicas requeridas para poder llevar a licitación pública y su posterior adjudicación de los diferentes proyectos.
Infraestructura	B1	Miradores	Consiste exclusivamente en la construcción de la infraestructura para el mirador turístico de la Litoral así como la remodelación del mirador de Cueva los ladrones
	B2	Obra civil	Este paquete de trabajo incluye la construcción de toda la obra civil necesaria en los diferentes atractivos turísticos, entre esta obra se encuentra baños, des vestidores, áreas de descanso, pasa manos y áreas de descanso.
Equipamiento	C1	Señalización	Comprende la adquisición e instalación de las diferentes señales para tener las instalaciones y atractivos con su debida información turística.

<b>Puesta en marcha</b>	C2	Mobiliario y equipo	Comprende desde el establecimiento de los requerimientos, cotización y compra del mobiliario y equipo necesario para el funcionamiento del plan, este paquete deberá estar regido a por medio de la LACAP.
	D1	Contratación y capacitación	Este paquete de trabajo es importante porque incluye desde la selección y capacitación del recurso humano que será el encargado del funcionamiento del plan de desarrollo.
	D2	Prueba Piloto	Consistirá en la operación de los diferentes servicios turísticos, que permita identificar fallas en el funcionamiento y así poder realizar acciones correctivas, para poder dar un servicio de calidad.

### 3. Descripción de las actividades

Se presentan en las siguientes tablas la descripción de las actividades de los diferentes entregable y paquetes de trabajo.

*Tabla 481: Actividades de entregable Aspecto Legal*

<b>Permisos</b>		
Código	Actividad	Descripción
A	Aprobación el proyecto	Se deberá aprobar la realización del plan de desarrollo, a través del concejo municipal, pus ser la alcaldía el principal financista del plan.
B	Gestionar el proceso para la obtención del permiso ambiental	Se deberá realizar todos los trámites necesarios para obtener el permiso ambiental.
C	Presentar estudio de impacto ambiental	Comprende desde la realización y el gestionar los trámites necesarios para su presentación y posterior aprobación.
D	Presentación de fianza de cumplimiento ambiental	Una vez tramitado y obtenido el aval del estudio ambiental, se presentará una fianza la cual garantice el buen cumplimiento de los compromisos adquiridos en el EIA.
E	Obtener permisos de construcción	Se deberá tramitar los permisos de construcción correspondientes a través de AMUSDELI
<b>Licitación y adjudicación</b>		
Código	Actividad	Descripción
F	Elaborar carpeta técnica para licitación	La UACI deberá elaborar la carpeta técnica que contenga los TDR para realizar la licitación pública.
G	Publicar esquila de licitación	Teniendo las bases de licitación deberá publicarse por los medios correspondientes la esquila de licitación para que las empresas puedan participar.



H	Analizar y evaluar ofertas	Se deberán analizar todas las ofertas de licitación presentadas de forma equitativa, seleccionando la mejor para el proyecto.
I	Adjudicar licitaciones	Una vez seleccionada la licitación deberá adjudicarse a la empresa o empresas ganadoras.
J	Notificación de licitaciones	Se deberá publicar en los medios correspondientes los resultados de la licitación.
K	Contratación	Se realizarán los contratos pertinentes con la o las empresas ganadoras de licitación.

Tabla 482: Actividades de entregable Infraestructura

Miradores		
Código	Actividad	Descripción
L	Establecer requerimientos de los miradores	Se deberán tomar en cuenta requerimientos planteados en la etapa de diseño.
M	Construir mirador de Litoral	Se ejecutará la construcción del mirador de la litoral, a un costado del túnel.
N	Remodelar mirador Los Ladrones	Deberán desarrollarse las actividades de remodelación del mirador Los Ladrones aumentando el potencial turístico del lugar.
O	Inspeccionar obra finalizada	Una vez finalizada la construcción de los miradores se deberá inspeccionar para garantizar que las obras hayan sido realizadas tal como establecen las carpetas técnicas.
Obra Civil		
Código	Actividad	Descripción
P	Establecer requerimientos de la obra civil	Se deberán tomar muy en cuenta los requerimientos propuestos en la etapa de diseño para cada actividad de la obra civil
Q	Construir baños y vestideros	Se construirán 4 baños secos y 4 vestidores, en diferentes atractivos turísticos.
R	Construir comedor municipal	Construcción de las instalaciones para el funcionamiento de un comedor.
S	Construir e instalar pasamanos	Construcción de pasamanos para áreas de senderos utilizados para los circuitos turísticos.
T	Construir áreas de descanso	La construcción de estas áreas está comprendida en mesas y bancas en los diferentes atractivos, a fin que el turista pueda realizar sus actividades satisfactoriamente.
U	Inspeccionar obra finalizada	Una vez finalizada la obra civil se deberá inspeccionar para garantizar que la obra haya sido realizada tal como establecen las carpetas técnicas.

Tabla483: Actividades de entregable Equipamiento

<b>Señalización</b>		
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
V	Elaborar requerimientos	Se deberá listar las señalizaciones necesarias con sus especificaciones técnicas.
W	Realizar cotizaciones	La UACI en coordinación con el gerente operativo del proyecto deberán realizar las cotizaciones necesarias.
X	Analizar y seleccionar cotizaciones	Se deberá analizar las diferentes cotizaciones realizadas para su posterior selección.
Y	Adjudicar proveedor seleccionado	Se debe informar al proveedor seleccionado para informales de su adjudicación.
Z	Elaborar orden de compra	El gerente operativo en coordinación con el administrativo deberá realizar la orden de compra de las señales turísticas.
AA	Recepción de señalización	Se deberá preparar un área para la recepción de las señalizaciones, para su posterior instalación.
AB	Instalar señalización	Se realizará la instalación de la señalización turística tanto en los circuitos, así como en los diferentes atractivos turísticos.
<b>Mobiliario y Equipo</b>		
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
AC	Elaborar requerimientos de equipo y mobiliario	El gerente operativo deberá elaborar la lista de requerimientos necesarios del mobiliario y equipo para la operatividad del plan de desarrollo.
AD	Cotizar mobiliario y equipo	La UACI en coordinación con el gerente operativo del proyecto deberán realizar las cotizaciones necesarias para el mobiliario y equipo.
AE	Seleccionar proveedor	Se deberá analizar las diferentes cotizaciones realizadas para su posterior selección de proveedor.
AF	Elaborar orden de compra de mobiliario y equipo	El gerente operativo en coordinación con el administrativo deberá realizar la orden de compra del mobiliario y equipo.
AG	Recibir mobiliario y equipo	Se deberá preparar un área para la recepción del mobiliario y equipo, para su posterior instalación.
AH	Instalar mobiliario	Se realizará la instalación del mobiliario y equipo en las diferentes instalaciones.

Tabla 484: Actividades de entregable Puesta en Marcha

<b>Contratación y capacitación</b>		
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
AI	Determinar requerimiento de personal	Se determinará el personal necesario la operatividad del plan de desarrollo.
AJ	Desarrollar proceso de selección	Se elegirán de acuerdo a sus capacidades y competencias del puesto requerido.
AK	Formalización de contratos	Una vez seleccionado el personal se deberán crear contratos que formalicen el vínculo con la operatividad del plan de desarrollo.
AL	Elaborar programas de capacitación	Es necesario elaborar el plan de trabajo de capacitación, siguiendo la metodología planteada en el proyecto Capacitación turística.
AM	Gestionar instituciones de capacitación	Se gestionarán las capacitaciones con las instituciones respectivas de dar servicios de capacitación turística.
AN	Desarrollar capacitación de personal	Se implementarán las capacitaciones para el personal operativo para el funcionamiento del plan de desarrollo.
AO	Evaluar resultados de capacitación	Deberá elaborarse un informe que detalle los logros obtenidos con la capacitación del personal.
<b>Prueba Piloto</b>		
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
AP	Desarrollar plan de prueba piloto	Se planificarán las fechas de la prueba piloto y las estrategias para su implementación.
AQ	Ejecución de prueba piloto	Se realizará una prueba piloto en la cual deberá incluir todos los componentes involucrados del plan de desarrollo.
AR	Evaluar resultados de prueba	Se evaluarán los componentes del plan a partir de la prueba piloto, para determinar y realizar acciones correctivas a estos.
AS	Gestionar entrega de obras	Se deberán realizar las acciones correctivas necesarias, así como la gestión para la entrega de la obra.
AT	Entrega de documentos e informes	El gerente del proyecto en conjunto con los otros gerentes deberá realizar los respectivos informes de trabajo para la entrega final de los documentos de cierre del proyecto.

#### 4. Matriz de precedencias

Una vez descritas las actividades, se realiza la definición de las precedencias y duración de cada de las actividades, para implementar de forma ordenada el plan de desarrollo.

Tabla485: Precedencias de entregable Aspecto Legal

<b>Permisos</b>			
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Precedencia</b>	<b>Duración (Días)</b>
A	Aprobación el proyecto		5
B	Gestionar el proceso para la obtención del permiso ambiental	A	3
C	Presentar estudio de impacto ambiental	B	12
D	Presentación de fianza de cumplimiento ambiental	C	4
E	Obtener permisos de construcción	D	5
<b>Licitación y adjudicación</b>			
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Precedencia</b>	<b>Duración (Días)</b>
F	Elaborar carpeta técnica para licitación	A	4
G	Publicar esquila de licitación	F	7
H	Analizar y evaluar ofertas	G	6
I	Adjudicar licitaciones	H	2
J	Notificación de licitaciones	I	3
K	Contratación	J	4

Tabla486: Precedencias de entregable Infraestructura

<b>Miradores</b>			
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Precedencia</b>	<b>Duración (Días)</b>
L	Establecer requerimientos de los miradores	E,K	5
M	Construir mirador de Litoral	L	30
N	Remodelar mirador Los Ladrones	L	35
O	Inspeccionar miradores	M,N	3
<b>Miradores</b>			
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Precedencia</b>	<b>Duración (Días)</b>
Q	Construir baños y vestideros	P	25
R	Construir comedor municipal	P	30
S	Construir e instalar pasamanos	R	15
T	Construir áreas de descanso	Q	30
U	Inspeccionar obra finalizada	S,T	6

Tabla 487: Precedencias de entregable Equipamiento

<b>Señalización</b>			
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Precedencia</b>	<b>Duración (Días)</b>
V	Elaborar requerimientos	E,K	3
W	Realizar cotizaciones	V	6
X	Analizar y seleccionar cotizaciones	W	4
Y	Adjudicar proveedor seleccionado	X	2
Z	Elaborar orden de compra	Y	4
AA	Recepción de señalización	Z	5
AB	Instalar señalización	AA	20
<b>Mobiliario y Equipo</b>			
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Precedencia</b>	<b>Duración (Días)</b>
AC	Elaborar requerimientos de equipo y mobiliario	E,K	3
AD	Cotizar mobiliario y equipo	AC	6
AE	Seleccionar proveedor	AD	4
AF	Elaborar orden de compra de mobiliario y equipo	AE	5
AG	Recibir mobiliario y equipo	AF	5
AH	Instalar mobiliario	O,U,AG	3

Tabla 488: Precedencias de entregable Puesta en Marcha

<b>Contratación y capacitación</b>			
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Precedencia</b>	<b>Duración (Días)</b>
AI	Determinar requerimiento de personal	E,K	3
AJ	Desarrollar proceso de selección	AI	12
AK	Formalización de contratos	AJ	5
AL	Elaborar programas de capacitación	AK	7
AM	Gestionar instituciones de capacitación	AL	15
AN	Desarrollar capacitación de personal	AB,AH,AM	30
AO	Evaluar resultados de capacitación	AN	3

<b>Prueba Piloto</b>			
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Precedencia</b>	<b>Duración (Días)</b>
AP	Desarrollar plan de prueba piloto	AN	5
AQ	Ejecución de prueba piloto	AP	4
AR	Evaluar resultados de prueba	AO,AQ	3
AS	Gestionar entrega de obras	AR	5
AT	Entrega de documentos e informes	AS	12

## 5. Red del plan de la implementación

Ruta Crítica:

- A-B-C-D-E-P-Q-T-U-Fitc2-AB-AN-AP-AQ-AR-AS-AT
- A-B-C-D-E-P-Q-T-U-Fitc2-AB-AN-AP-AO-AQ-AR-AS-AT

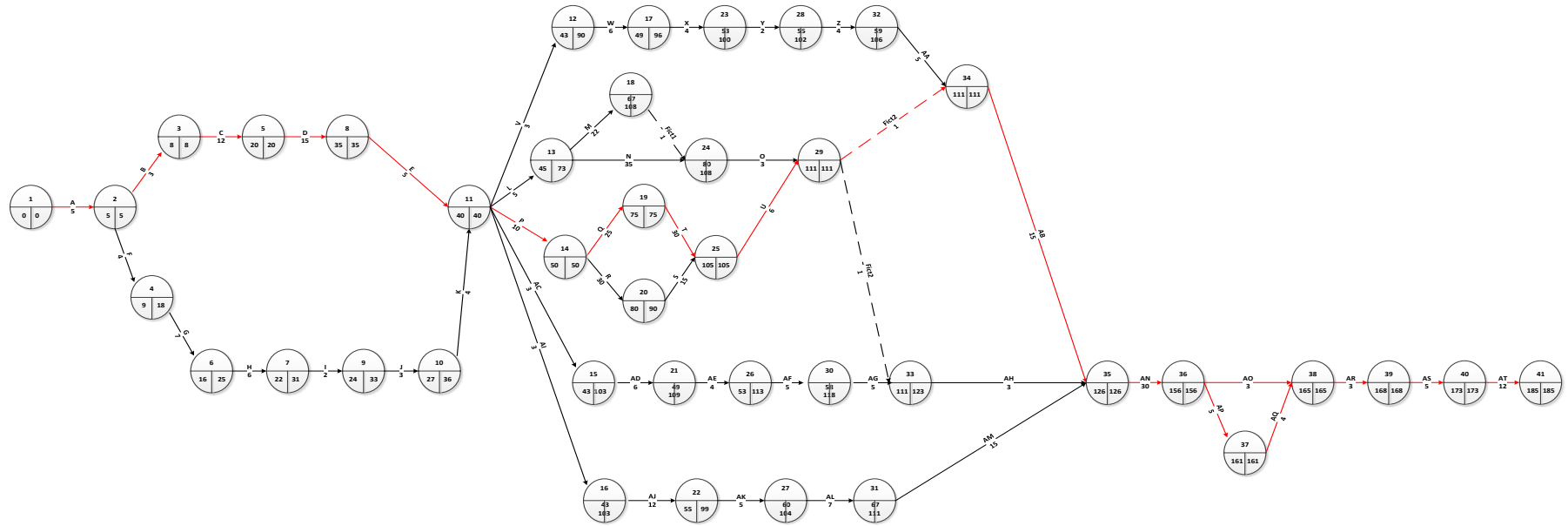


DIAGRAMA CPM PERT: PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE DE CHILTUPÁN, LA LIBERTAD.

FECHA: 25/09/2020

PLANO 1/1

ELABORO: CU13002, PM14041, SM13006, VC11001

## 6. Calendario de trabajo

En siguiente tabla se presentan los tiempos tempranos y tardíos de cada una de las actividades del diagrama de red del proyecto, así como la holgura libre y holgura total, para la implementación del plan de desarrollo turístico sostenible de Chiltiupán.

Tabla 489: Calendario de trabajo de la implementación del plan

Cód.	Actividad	Precedencia	Duración (Días)	TEi	TEj	TLi	TLj	HL	HT
A	Aprobación el proyecto	--	5	0	5	0	5	0	0
B	Gestionar el proceso para la obtención del permiso ambiental	A	3	5	8	5	8	0	0
C	Presentar estudio de impacto ambiental	B	12	8	20	8	20	0	0
D	Presentación de fianza de cumplimiento ambiental	C	4	20	35	20	35	11	11
E	Obtener permisos de construcción	D	5	35	40	35	40	0	0
F	Elaborar carpeta técnica para licitación	A	4	5	9	5	18	0	9
G	Publicar esquila de licitación	F	7	9	16	18	25	0	9
H	Analizar y evaluar ofertas	G	6	16	22	25	31	0	9
I	Adjudicar licitaciones	H	2	22	24	31	33	0	9
J	Notificación de licitaciones	I	3	24	27	33	36	0	9
K	Contratación	J	4	27	40	36	40	9	9
L	Establecer requerimientos de los miradores	E,K	5	40	45	40	73	0	28
M	Construir mirador de Litoral	L	22	45	67	73	108	0	41
N	Remodelar mirador Los Ladrones	L	35	45	80	73	108	0	28
O	Inspeccionar miradores	M,N	3	80	111	108	111	28	28
P	Establecer requerimientos de la obra civil	E,K	10	40	50	40	50	0	0
Q	Construir baños y vestideros	P	25	50	75	50	75	0	0
R	Construir comedor municipal	P	30	50	80	50	90	0	10
S	Construir e instalar pasamanos	R	15	80	105	90	105	10	10
T	Construir áreas de descanso	Q	30	75	105	75	105	0	0
U	Inspeccionar obra finalizada	S,T	6	105	111	105	111	0	0



V	Elaborar requerimientos	E,K	3	40	43	40	90	0	47
W	Realizar cotizaciones	V	6	43	49	90	96	0	47
X	Analizar y seleccionar cotizaciones	W	4	49	53	96	100	0	47
Y	Adjudicar proveedor seleccionado	X	2	53	55	100	102	0	47
Z	Elaborar orden de compra	Y	4	55	59	102	106	0	47
AA	Recepción de señalización	Z	5	59	111	106	111	47	47
AB	Instalar señalización	O,U,AA	15	111	126	111	126	0	0
AC	Elaborar requerimientos de equipo y mobiliario	E,K	3	40	43	40	103	0	60
AD	Cotizar mobiliario y equipo	AC	6	43	49	103	109	0	60
AE	Seleccionar proveedor	AD	4	49	53	109	113	0	60
AF	Elaborar orden de compra de mobiliario y equipo	AE	5	53	58	113	118	0	60
AG	Recibir mobiliario y equipo	AF	5	58	111	118	123	48	60
AH	Instalar mobiliario	O,U,AG	3	111	126	123	126	12	12
AI	Determinar requerimiento de personal	E,K	3	40	43	40	103	0	60
AJ	Desarrollar proceso de selección	AI	12	43	55	103	99	0	44
AK	Formalización de contratos	AJ	5	55	60	99	104	0	44
AL	Elaborar programas de capacitación	AI	7	60	67	104	111	0	44
AM	Gestionar instituciones de capacitación	AL	15	67	126	111	126	44	44
AN	Desarrollar capacitación de personal	AK,AM	30	126	156	126	156	0	0
AO	Evaluar resultados de capacitación	AN	3	156	165	156	165	6	6
AP	Desarrollar plan de prueba piloto	AN	5	156	161	156	161	0	0
AQ	Ejecución de prueba piloto	AP	4	161	165	161	165	0	0
AR	Evaluar resultados de prueba	AO,AQ	3	165	168	165	168	0	0
AS	Gestionar entrega de obras	AR	5	168	173	168	173	0	0
AT	Entrega de documentos e informes	AS	12	173	185	173	185	0	0

## B. COSTOS DE LA IMPLEMENTACION DEL PLAN DE DESARROLLO

Para una correcta implementación del plan de desarrollo turístico sostenible de Chilitupán, es importante la estimación de los costos necesarios; en este apartado se detallan los costos a los que se incurre al implementarlo, los cuales se detallan desde el costo de cada actividad, así como los salarios necesarios para la estructura organizativa encargada de implementarlo.

### 1. Costos directos de los entregables

Se presentan los costos directos para la implementación de los diferentes entregables del plan de desarrollo turístico sostenible de Chilitupán:

Tabla 490: Costo de actividades entregable Aspecto Legal

Permisos		
Código	Actividad	Costo
A	Aprobación el proyecto	\$ 30,00
B	Gestionar el proceso para la obtención del permiso ambiental	\$ 50,00
C	Presentar estudio de impacto ambiental	\$ 100,00
D	Presentación de fianza de cumplimiento ambiental	\$ 50,00
E	Obtener permisos de construcción	\$ 125,00
Licitación y adjudicación		
Código	Actividad	Costo
F	Elaborar carpeta técnica para licitación	\$ 101,00
G	Publicar esquila de licitación	\$ 75,00
H	Analizar y evaluar ofertas	\$ 60,00
I	Adjudicar licitaciones	\$ 25,00
J	Notificación de licitaciones	\$ 65,00
K	Contratación	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 881,00</b>

Tabla: Costo de actividades entregable Infraestructura

Miradores		
Código	Actividad	Costo
L	Establecer requerimientos de los miradores	\$ 100,00
M	Construir mirador de Litoral	\$ 350,00
N	Remodelar mirador Los Ladrones	\$ 130,00
O	Inspeccionar miradores	\$ 50,00
Obra Civil		

<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Costo</b>
P	Establecer requerimientos de la obra civil	\$ 150,00
Q	Construir baños y vestideros	\$ 590,00
R	Construir comedor municipal	\$ 350,00
S	Construir e instalar pasamanos y senderos	\$ 1.081,25
T	Construir áreas de descanso	\$ 350,00
U	Inspeccionar obra finalizada	\$ 80,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.231,25</b>

Tabla 491: Costo de actividades entregable Equipamiento

<b>Señalización</b>		
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Costo</b>
V	Elaborar requerimientos	\$ 75,00
W	Realizar cotizaciones	\$ 100,00
X	Analizar y seleccionar cotizaciones	\$ 60,00
Y	Adjudicar proveedor seleccionado	\$ 100,00
Z	Elaborar orden de compra	\$ 35,00
AA	Recepción de señalización	\$ 30,00
AB	Instalar señalización	\$ 164,88
<b>Mobiliario y Equipo</b>		
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Costo</b>
AC	Elaborar requerimientos de equipo y mobiliario	\$ 40,00
AD	Cotizar mobiliario y equipo	\$ 60,00
AE	Seleccionar proveedor	\$ 25,00
AF	Elaborar orden de compra de mobiliario y equipo	\$ 50,00
AG	Recibir mobiliario y equipo	\$ 25,00
AH	Instalar mobiliario	\$ 360,45
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.125,33</b>

Tabla 492: Costo de actividades entregable Puesta en Marcha

<b>Contratación y capacitación</b>		
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Costo</b>
AI	Determinar requerimiento de personal	\$ 40,00
AJ	Desarrollar proceso de selección	\$ 175,00
AK	Formalización de contratos	\$ 200,00
AL	Elaborar programas de capacitación	\$ 150,00
AM	Gestionar instituciones de capacitación	\$ 50,00
AN	Desarrollar capacitación de personal	\$ 200,00

AO	Evaluar resultados de capacitación	\$ 50,00
<b>Prueba Piloto</b>		
<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Costo</b>
AP	Desarrollar plan de prueba piloto	\$ 100,00
AQ	Ejecución de prueba piloto	\$ 200,00
AR	Evaluar resultados de prueba	\$ 75,00
AS	Gestionar entrega de obras	\$ 150,00
AT	Entrega de documentos e informes	\$ 100,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.490,00</b>

Se presentan de los costos directos de forma breve de cada uno de los entregables, para la implementación del plan de desarrollo turístico sostenible de Chilitupán.

*Tabla 493: Costos directos de la implementación del plan*

<b>Entregable</b>	<b>Costo</b>
Aspectos legales	\$ 881,00
Infraestructura	\$ 3.231,25
Equipamiento	\$ 1.125,33
Puesta en marcha	\$ 1.490,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.727,58</b>

## 2. Costos variables para la implementación del plan de desarrollo

Se detallan las estimaciones de costos variables para la implementación del plan de desarrollo turístico de Chilitupán.

*Tabla 494: Costos variables de la implementación del plan*

<b>Rubro</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Duración del proyecto (Meses)</b>	<b>Sub Total</b>
<b>Agua</b>	\$ 20,00	6,2	\$ 124,00
<b>Electricidad</b>	\$ 9,04	6,2	\$ 56,07
<b>Combustible</b>	\$ 97,20	6,2	\$ 602,64
<b>Papelería</b>	\$ 25,00	6,2	\$ 155,00
<b>Internet y teléfono</b>	\$ 25,00	6,2	\$ 155,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.092,71</b>

### 3. Salarios para la implementación del plan

En la tabla siguiente se detallan los salarios necesarios para la organización encargada de implementar el plan de desarrollo turístico de Chilitupán.

Tabla 495: Salarios para la implementación del plan

Puesto	Salario Mensual	Duración del proyecto (Meses)	Sub Total
Gerente del proyecto	\$1.200,00	6,2	\$ 7.440,00
Gerente de operaciones	\$ 800,00	6,2	\$ 4.960,00
Gerente administrativo	\$ 700,00	6,2	\$ 4.340,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$16.740,00</b>

### 4. Resumen de costos de la implementación del plan

En la tabla siguiente se presenta el consolidado de los costos necesarios para la implementación del Plan de desarrollo turístico de Chilitupán.

Tabla 496: Resumen de costos de implementación

Rubro	Costo
Costos Directos (Entregables)	\$ 6.727,58
Costos indirectos	\$ 1.092,71
Salarios	\$16.740,00
<b>Total Implementación del plan de desarrollo turístico</b>	<b>\$24.560,29</b>

Fuente: Elaboración propia

## 5. Plan de desembolso para la implementación del plan

Teniendo tanto el costo las actividades y el total de la inversión necesaria se planifica los flujos de desembolsos para su correcta ejecución, de igual forma se presenta el avance por cada mes.

Tabla 497: Plan de desembolsos

Mes	Avance del mes	Avance acumulado	Desembolso mensual	Desembolso acumulado
1	22%	22%	\$ 17.593,87	\$ 17.593,87
2	46%	67%	\$ 36.787,18	\$ 54.381,06
3	13%	80%	\$ 10.396,38	\$ 64.777,43
4	4%	85%	\$ 3.198,89	\$ 67.976,32
5	2%	87%	\$ 1.599,44	\$ 69.575,76
6	11%	98%	\$ 8.796,94	\$ 78.372,70
Día 181	2%	100%	\$ 1.599,44	\$ 79.972,14

Fuente: Elaboración propia

Lo anterior deberá compararse con un avance planificado para la implementación por lo cual se realizarán informes en función de dichos avances, se propone realizar estos avances cuando se tengan los porcentajes de 25%, 50%, 75%, 90% y el 100% de la implementación:

Tabla 498: Avance planificado de ejecución

Avance Planificado	Día	Valor Planificado
25%	45	\$ 19.993,04
50%	90	\$ 39.986,07
75%	135	\$ 59.979,11
90%	162	\$ 71.974,93
100%	181	\$ 79.972,14

Fuente: Elaboración propia

La implementación propuesta del plan de desarrollo turístico de Chilitupán, es una Implementación total, es decir en ella se ejecutarán los diferentes proyectos seguidos uno de otro y en los que es posible se desarrollan en simultaneo, se plantea de esta manera debido a que son complementarios unos de otros para el buen funcionamiento del plan.

## C. ORGANIZACIÓN DE LA ADMINISTRACION DEL PROYECTO

### 1. Estructura de la organización

Es importante definir la estructura organizativa para la implementación, esto en base a las características de plan de desarrollo turístico sostenible de Chiltiupán. Para lo cual se propone una “**Estructura organizativa por proyectos**”

La cual es un modelo organizacional, donde todos o gran parte de los integrantes del proyecto trabajan con dedicación exhaustiva al proyecto. Los miembros del equipo están frecuentemente ubicados en un mismo lugar, la mayoría de los recursos de la organización están involucrados en el trabajo del proyecto.

#### Ventajas de la Estructura organizativa por proyecto

- El gerente del proyecto tiene total responsabilidad y un mayor grado de autoridad sobre el proyecto.
- Se acortan las líneas de comunicación, mejorando la coordinación y tiempo de respuesta al cliente.
- Mayor nivel de compromiso y motivación
- Existe unidad de mando
- Mejora la dirección integrada del proyecto.

Por lo cual se muestra la propuesta organizativa para la implementación del plan de desarrollo turístico de Chiltiupán.



*Ilustración 213. Organigrama de la implementación del plan*

## 2. Descripción del organigrama de la implementación

Tabla 499: Descripción del organigrama

Puesto	Descripción
<b>Gerente del proyecto</b>	Es la persona que ejerce la profesión de Project Management, dónde abarca la planeación, organización, dirección y control de los recursos con el fin de cumplir los objetivos de uno o varios proyectos.
<b>Gerente de Operaciones</b>	Responsable de velar y verificar por el funcionamiento de toda el área técnica operativa del proyecto; que se lleven a cabo todas las actividades concernientes a la obra civil, equipamiento, abastecimiento y puesta en marcha, apegados a los objetivos inicialmente trazados
<b>Gerente administrativo</b>	Es la persona responsable de la administración presupuestaria, la administración de los recursos humanos, la administración de materiales y servicios generales, incluyendo las funciones de compras y suministros, de administración y custodia de los bienes a su cargo.

Fuente: Elaboración propia

## 3. Manuales de organización para la implementación

Para una correcta implementación del plan de desarrollo turístico, es importante desarrollar manuales organizativos, que reflejen de forma sistemática los elementos necesarios para la implementación, permitiendo informar y orientar a cada miembro, mediante la definición de cursos de acción para cumplir con los objetivos establecidos.

Se presentan los siguientes manuales:

- Manual de organización
- Manual de puestos
- Manual de funciones



“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”



*Chiltiupán*  
TIERRA DE MISTERIOS

# ***MANUAL DE ORGANIZACIÓN***

Elaborado por:

Castaneda Hernández, Rodrigo Efraín  
Pérez Mártir, Noé Alberto  
Sánchez Moz, Daniel Ernesto  
Velásquez Callejas, Karla Patricia

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
Pág. 2/7		
<b>Contenido:</b>		
		<b>Pág.</b>
Introducción.....		3
Objetivos .....		4
Unidad de Gerencia de proyecto .....		5
Unidad de Gerencia operativa .....		6
Unidad de Gerencia de administrativa .....		7
Elaboró:	Aprobó:	Validó:

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
Pág. 3/7		
<p><b>Introducción</b></p> <p>El presente manual de organización para la Implementación del plan de desarrollo turístico, de observación general, como un instrumento de información y de consulta.</p> <p>El presente manual expone de forma detallada la estructura organizacional para la implementación del Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, a través de la descripción de funciones, autoridad y responsabilidad de los puestos y las relaciones entre ellos.</p> <p>El manual es un medio para familiarizarse con la estructura organizacional y con los niveles jerárquicos que la conforman, su consulta permite identificar con claridad las funciones y responsabilidades de cada una de las áreas que la integran y evitar duplicidad de funciones.</p>		
Elaboro:	Aprobó:	Validó:

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
Pág. 4/7		
<p><b>Objetivos</b></p> <p><b>Objetivo general</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuir con la implementación y puesta en marcha del Plan de desarrollo turístico de Chiltiupán, describiendo las funciones de cada unidad de la estructura organizacional,</li> </ul> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir la relación de autoridad y responsabilidad dentro la estructura organizacional.</li> <li>• Servir al personal que se incorpora al desarrollo del plan, como una guía de familiarizarse con las distintas unidades de trabajo.</li> </ul>		
Elaboro:	Aprobó:	Validó:

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”		Pág. 5/7																
	Fecha de Elaboración																		
	Mes: septiembre	Año: 2020																	
<table border="1"> <tr> <td><b>Unidad organizativa</b></td> <td>Gerencia del proyecto</td> </tr> <tr> <td><b>Unidad superior</b></td> <td>Ninguna</td> </tr> <tr> <td><b>Unidad subordinada</b></td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerencia operativa</li> <li>• Gerencia administrativa</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td><b>Objetivo:</b></td> <td>Planear y organizar el desarrollo y funcionamiento de las actividades para la implementación a través de las diferentes unidades.</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Descripción</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Gerencia de proyectos es la disciplina de organizar y administrar los recursos, de forma tal que un proyecto dado sea terminado satisfactoriamente dentro de las restricciones de alcance, tiempo y costos planteados a su inicio.</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Funciones de la unidad</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar los recursos</li> <li>• Utilizar los recursos humanos, materiales y financieros que se pone a su disposición, en la forma más eficiente posible.</li> <li>• Elaboración de contratos externos si son necesarios.</li> <li>• Gestionar los trámites legales para el inicio de la implementación.</li> <li>• Controlar los gastos y el liderazgo de los equipos de trabajo.</li> </ul> </td> </tr> </table>				<b>Unidad organizativa</b>	Gerencia del proyecto	<b>Unidad superior</b>	Ninguna	<b>Unidad subordinada</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerencia operativa</li> <li>• Gerencia administrativa</li> </ul>	<b>Objetivo:</b>	Planear y organizar el desarrollo y funcionamiento de las actividades para la implementación a través de las diferentes unidades.	<b>Descripción</b>		Gerencia de proyectos es la disciplina de organizar y administrar los recursos, de forma tal que un proyecto dado sea terminado satisfactoriamente dentro de las restricciones de alcance, tiempo y costos planteados a su inicio.		<b>Funciones de la unidad</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar los recursos</li> <li>• Utilizar los recursos humanos, materiales y financieros que se pone a su disposición, en la forma más eficiente posible.</li> <li>• Elaboración de contratos externos si son necesarios.</li> <li>• Gestionar los trámites legales para el inicio de la implementación.</li> <li>• Controlar los gastos y el liderazgo de los equipos de trabajo.</li> </ul>	
<b>Unidad organizativa</b>	Gerencia del proyecto																		
<b>Unidad superior</b>	Ninguna																		
<b>Unidad subordinada</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerencia operativa</li> <li>• Gerencia administrativa</li> </ul>																		
<b>Objetivo:</b>	Planear y organizar el desarrollo y funcionamiento de las actividades para la implementación a través de las diferentes unidades.																		
<b>Descripción</b>																			
Gerencia de proyectos es la disciplina de organizar y administrar los recursos, de forma tal que un proyecto dado sea terminado satisfactoriamente dentro de las restricciones de alcance, tiempo y costos planteados a su inicio.																			
<b>Funciones de la unidad</b>																			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar los recursos</li> <li>• Utilizar los recursos humanos, materiales y financieros que se pone a su disposición, en la forma más eficiente posible.</li> <li>• Elaboración de contratos externos si son necesarios.</li> <li>• Gestionar los trámites legales para el inicio de la implementación.</li> <li>• Controlar los gastos y el liderazgo de los equipos de trabajo.</li> </ul>																			
Elaboro:	Aprobó:	Validó:																	

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”

Fecha de Elaboración

Mes: septiembre

Año: 2020

Pág.  
6/7

<b>Unidad organizativa</b>	Gerencia Operativa
<b>Unidad superior</b>	Gerencia de proyecto
<b>Unidad subordinada</b>	Ninguna
<b>Objetivo:</b>	Desplegar los recursos necesarios para la realización de las actividades de carácter operativa.
<b>Descripción</b>  La gerencia operativa se define como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a las mejoras internas.	
<b>Funciones de la unidad</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• El despliegue de recursos y capacidades para obtener resultados concretos.</li><li>• Análisis de los procesos a través de la gestión de procesos técnicos en el cumplimiento de leyes y normativas.</li><li>• Revisión de los modos de diseñar y dirigir</li><li>• Supervisar el avance de construcciones de infraestructura</li><li>• Realizar las compras pertinentes y seleccionar proveedores de acuerdo a los requerimientos del proyecto.</li></ul>	

Elaboro:

Aprobó:

Validó:

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”

Fecha de Elaboración

Pág.  
7/7

Mes: septiembre

Año: 2020

<b>Unidad organizativa</b>	Gerencia Administrativa
<b>Unidad superior</b>	Gerencia de proyecto
<b>Unidad subordinada</b>	Ninguna
<b>Objetivo:</b>	Desplegar los recursos necesarios para la realización de las actividades de carácter operativa.
<b>Descripción</b>  La gerencia administrativa, es la unidad responsable de asegurar el buen cumplimiento de los objetivos propuestos en materia financiera, así como de gestionar las compras necesarias.	
<b>Funciones de la unidad</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Administrar con efectividad el presupuesto asignado para la implementación del plan de desarrollo</li><li>• Autorizar en base a la LACAP, las disposiciones del presupuesto, para todo tipo de compras y suministros necesarios para la implementación.</li><li>• Asesorar y apoyar a las demás dependencias de la estructura organizativa en relación a la ejecución y control presupuestario.</li><li>• Supervisar el avance de construcciones de infraestructura</li><li>• Optimizar los recursos necesarios para la implementación de los programas y proyectos del Plan de desarrollo turístico.</li></ul>	

Elaboro:

Aprobó:

Validó:

“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”



*Chiltiupán*  
TIERRA DE MISTERIOS

# ***MANUAL DE PUESTOS***

Elaborado por:

Castaneda Hernández, Rodrigo Efraín  
Pérez Mártir, Noé Alberto  
Sánchez Moz, Daniel Ernesto  
Velásquez Callejas, Karla Patricia



MANUAL DE PUESTOS	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
Pág. 2/10		
<b>Contenido:</b>		
		<b>Pág.</b>
Introducción.....		3
Objetivos .....		4
Gerente del proyecto .....		5
Gerente operativo .....		7
Gerente administrativo .....		9
Elaboró:	Aprobó:	Validó:

MANUAL DE PUESTOS	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
Pág. 3/10		
<p><b>Introducción</b></p> <p>El manual de puestos es una herramienta administrativa que describe las actividades, tareas y las responsabilidades de los puestos de la estructura organizativa. Así como las interrelaciones internas y externas, el perfil que se requiere para aspirar a un puesto dentro de la estructura organizativa.</p> <p>El presente manual, contiene la descripción de cada uno de los puestos de la estructura organizacional para la implementación del plan de desarrollo, para un mejor uso el manual agrupa los puestos de la organización.</p> <p>Cada descripción de puesto contiene el nombre del puesto, a quien reporta, a quien supervisa, requerimientos mínimos, la descripción general y específica, especificaciones y las relaciones de trabajo.</p>		
Elaboro:	Aprobó:	Validó:

MANUAL DE PUESTOS	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
Pág. 4/10		
<p><b>Objetivos</b></p> <p><b>Objetivo general</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer una herramienta administrativa que contenga la información necesaria de todos los puestos de trabajo, de acuerdo a la estructura organizativa para la implementación del plan de desarrollo turístico de Chiltiupán.</li> </ul> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los requerimientos mínimos a considerar en los puestos.</li> <li>• Uniformar y controlar los procesos administrativos y operativos que el recurso humano debe seguir.</li> </ul>		
Elaboro:	Aprobó:	Validó:

MANUAL DE PUESTOS	<b>“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”</b>															
	Fecha de Elaboración															
	Mes: septiembre	Año: 2020														
		Pág. 5/10														
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Nombre del puesto</b></td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente del proyecto</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td><b>Dependencia jerárquica</b></td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcaldía municipal de Chiltiupán</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td><b>Unidades subordinadas</b></td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente operativo</li> <li>• Gerente administrativo</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Descripción de puesto</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <p>El Gerente de proyecto es el responsable de asegurar que los integrantes del equipo de trabajo conozcan su rol y sepan ejecutarlo, cuenten con los medios disponibles para realizarlo y con la información necesaria para comprender el alcance y limitaciones de cada tarea o actividad.</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Tareas del gerente del proyecto</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar el plan de trabajo para la implementación del de desarrollo.</li> <li>• Establecer prioridades</li> <li>• Propiciar la comunicación y velar por el mantenimiento de los canales.</li> <li>• Gestionar las compras y los proveedores.</li> <li>• Gestionar el riesgo.</li> <li>• Confeccionar, actualizar y monitorizar el plan de proyecto.</li> <li>• Evaluar y monitorizar la calidad.</li> <li>• Gestionar el presupuesto del proyecto.</li> <li>• Hacer un seguimiento del desarrollo de proyecto en su fase de ejecución.</li> <li>• Motivar a los equipos.</li> <li>• Ejecutar acciones correctoras cuando sea necesario.</li> </ul> </td> </tr> </table>			<b>Nombre del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente del proyecto</li> </ul>	<b>Dependencia jerárquica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcaldía municipal de Chiltiupán</li> </ul>	<b>Unidades subordinadas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente operativo</li> <li>• Gerente administrativo</li> </ul>	<b>Descripción de puesto</b>		<p>El Gerente de proyecto es el responsable de asegurar que los integrantes del equipo de trabajo conozcan su rol y sepan ejecutarlo, cuenten con los medios disponibles para realizarlo y con la información necesaria para comprender el alcance y limitaciones de cada tarea o actividad.</p>		<b>Tareas del gerente del proyecto</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar el plan de trabajo para la implementación del de desarrollo.</li> <li>• Establecer prioridades</li> <li>• Propiciar la comunicación y velar por el mantenimiento de los canales.</li> <li>• Gestionar las compras y los proveedores.</li> <li>• Gestionar el riesgo.</li> <li>• Confeccionar, actualizar y monitorizar el plan de proyecto.</li> <li>• Evaluar y monitorizar la calidad.</li> <li>• Gestionar el presupuesto del proyecto.</li> <li>• Hacer un seguimiento del desarrollo de proyecto en su fase de ejecución.</li> <li>• Motivar a los equipos.</li> <li>• Ejecutar acciones correctoras cuando sea necesario.</li> </ul>	
<b>Nombre del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente del proyecto</li> </ul>															
<b>Dependencia jerárquica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcaldía municipal de Chiltiupán</li> </ul>															
<b>Unidades subordinadas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente operativo</li> <li>• Gerente administrativo</li> </ul>															
<b>Descripción de puesto</b>																
<p>El Gerente de proyecto es el responsable de asegurar que los integrantes del equipo de trabajo conozcan su rol y sepan ejecutarlo, cuenten con los medios disponibles para realizarlo y con la información necesaria para comprender el alcance y limitaciones de cada tarea o actividad.</p>																
<b>Tareas del gerente del proyecto</b>																
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar el plan de trabajo para la implementación del de desarrollo.</li> <li>• Establecer prioridades</li> <li>• Propiciar la comunicación y velar por el mantenimiento de los canales.</li> <li>• Gestionar las compras y los proveedores.</li> <li>• Gestionar el riesgo.</li> <li>• Confeccionar, actualizar y monitorizar el plan de proyecto.</li> <li>• Evaluar y monitorizar la calidad.</li> <li>• Gestionar el presupuesto del proyecto.</li> <li>• Hacer un seguimiento del desarrollo de proyecto en su fase de ejecución.</li> <li>• Motivar a los equipos.</li> <li>• Ejecutar acciones correctoras cuando sea necesario.</li> </ul>																
Elaboro:	Aprobó:	Validó:														

MANUAL DE PUESTOS	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”											
	Fecha de Elaboración											
	Mes: septiembre	Año: 2020										
Pág. 6/10												
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Nombre del puesto</b></td> <td style="width: 50%;">Gerente del proyecto</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Condiciones organizacionales</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Supervisión ejercida:</b> le corresponde organizar, coordinar, asignar funciones y supervisar el trabajo de las unidades subordinadas, permitiendo estar al tanto de cada tarea.</li> <li>• <b>Responsabilidad por funciones:</b> la aplicación de principios y técnicas de la ingeniería de proyectos, para la realización de actividades gerenciales o de apoyo administrativo.</li> <li>• <b>Responsabilidad por relaciones de trabajo:</b> la función principal origina relaciones constantes con superiores, subalternos, funcionarios de instituciones públicas o privadas, las cuales deben ser atendidas de manera profesional.</li> <li>• <b>Condiciones de trabajo:</b> por la importancia del puesto, se enfrenta a actividades sin límites de jornada y trasladarse a diferentes lugares del país, que demande el cargo.</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Requisitos para el puesto</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel académico: Ingeniero Industrial</li> <li>• Experiencia: 3 años en la implementación de proyectos de inversión pública.</li> <li>• Conocimientos: Administración y finanzas</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Liderazgo</li> </ul> </td> </tr> </table>			<b>Nombre del puesto</b>	Gerente del proyecto	<b>Condiciones organizacionales</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Supervisión ejercida:</b> le corresponde organizar, coordinar, asignar funciones y supervisar el trabajo de las unidades subordinadas, permitiendo estar al tanto de cada tarea.</li> <li>• <b>Responsabilidad por funciones:</b> la aplicación de principios y técnicas de la ingeniería de proyectos, para la realización de actividades gerenciales o de apoyo administrativo.</li> <li>• <b>Responsabilidad por relaciones de trabajo:</b> la función principal origina relaciones constantes con superiores, subalternos, funcionarios de instituciones públicas o privadas, las cuales deben ser atendidas de manera profesional.</li> <li>• <b>Condiciones de trabajo:</b> por la importancia del puesto, se enfrenta a actividades sin límites de jornada y trasladarse a diferentes lugares del país, que demande el cargo.</li> </ul>		<b>Requisitos para el puesto</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel académico: Ingeniero Industrial</li> <li>• Experiencia: 3 años en la implementación de proyectos de inversión pública.</li> <li>• Conocimientos: Administración y finanzas</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>	
<b>Nombre del puesto</b>	Gerente del proyecto											
<b>Condiciones organizacionales</b>												
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Supervisión ejercida:</b> le corresponde organizar, coordinar, asignar funciones y supervisar el trabajo de las unidades subordinadas, permitiendo estar al tanto de cada tarea.</li> <li>• <b>Responsabilidad por funciones:</b> la aplicación de principios y técnicas de la ingeniería de proyectos, para la realización de actividades gerenciales o de apoyo administrativo.</li> <li>• <b>Responsabilidad por relaciones de trabajo:</b> la función principal origina relaciones constantes con superiores, subalternos, funcionarios de instituciones públicas o privadas, las cuales deben ser atendidas de manera profesional.</li> <li>• <b>Condiciones de trabajo:</b> por la importancia del puesto, se enfrenta a actividades sin límites de jornada y trasladarse a diferentes lugares del país, que demande el cargo.</li> </ul>												
<b>Requisitos para el puesto</b>												
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel académico: Ingeniero Industrial</li> <li>• Experiencia: 3 años en la implementación de proyectos de inversión pública.</li> <li>• Conocimientos: Administración y finanzas</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>												
Elaboro:	Aprobó:	Validó:										

MANUAL DE PUESTOS	<b>“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”</b>	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
		Pág. 7/10

<b>Nombre del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente operativo</li> </ul>
<b>Dependencia jerárquica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente del proyecto</li> </ul>
<b>Unidades subordinadas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades de apoyo subcontratadas</li> </ul>

**Descripción de puesto**

Es el responsable de las actividades y tareas de tipo operativo, a través del despliegue de recursos y capacidades para obtener resultados concretos. Coordina, ejecuta, dirige y supervisa las actividades relacionadas a la operatividad de la implementación del plan de desarrollo turístico.

**Tareas del gerente operativo**

- Seleccionar el personal adecuado para el desarrollo de la infraestructura del plan.
- Planificar, organizar y controlar los requerimientos para el desarrollo de la infraestructura del plan de desarrollo
- Diseñar las carpetas técnicas y términos de referencia para licitación pública, para la adjudicación de la infraestructura.
- Presentar informes sobre el avance de la actividad operativa.
- Diseñar un plan de trabajo en cumplimiento con la seguridad y salud ocupacional
- Diseñar el plan de trabajo estableciendo un cronograma de las actividades propias del gerente operativo
- Gestionar el cumplimiento de los tiempos establecidos de las diferentes actividades del plan de desarrollo turístico
- Ejecutar acciones correctoras cuando sea necesario.
- Controlar el avance del proyecto respecto a lo planificado.

Elaboro:	Aprobó:	Validó:
----------	---------	---------

MANUAL DE PUESTOS	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”							
	Fecha de Elaboración							
	Mes: septiembre	Año: 2020						
Pág. 8/10								
<table border="1"> <tr> <td><b>Nombre del puesto</b></td> <td>Gerente operativo</td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <p align="center"><b>Condiciones organizacionales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Supervisión ejercida:</b> le corresponde organizar, coordinar, asignar funciones y supervisar el trabajo técnico y operativo de la implementación del plan de desarrollo.</li> <li>• <b>Responsabilidad por funciones:</b> la aplicación de principios y técnicas de la ingeniería de proyectos, para la realización de actividades operativas.</li> <li>• <b>Responsabilidad por relaciones de trabajo:</b> la función origina relaciones constantes con las unidades superiores, del mismo nivel y subalternas contratadas para el apoyo de las actividades operativas, las cuales deben ser atendidas sin e rompimiento de la unidad de mando existente.</li> <li>• <b>Condiciones de trabajo:</b> por la importancia del puesto, se enfrenta a actividades sin límites de jornada establecida y trasladarse a diferentes lugares del país, para desarrollar actividades que demande el cargo.</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <p align="center"><b>Requisitos para el puesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel académico: Ingeniero Civil</li> <li>• Experiencia: 3 años en la implementación de proyectos de inversión pública.</li> <li>• Conocimientos: de la LACAP Administración y finanzas de proyectos públicos. Logística Sostenibilidad ambiental</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Liderazgo</li> </ul> </td> </tr> </table>			<b>Nombre del puesto</b>	Gerente operativo	<p align="center"><b>Condiciones organizacionales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Supervisión ejercida:</b> le corresponde organizar, coordinar, asignar funciones y supervisar el trabajo técnico y operativo de la implementación del plan de desarrollo.</li> <li>• <b>Responsabilidad por funciones:</b> la aplicación de principios y técnicas de la ingeniería de proyectos, para la realización de actividades operativas.</li> <li>• <b>Responsabilidad por relaciones de trabajo:</b> la función origina relaciones constantes con las unidades superiores, del mismo nivel y subalternas contratadas para el apoyo de las actividades operativas, las cuales deben ser atendidas sin e rompimiento de la unidad de mando existente.</li> <li>• <b>Condiciones de trabajo:</b> por la importancia del puesto, se enfrenta a actividades sin límites de jornada establecida y trasladarse a diferentes lugares del país, para desarrollar actividades que demande el cargo.</li> </ul>		<p align="center"><b>Requisitos para el puesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel académico: Ingeniero Civil</li> <li>• Experiencia: 3 años en la implementación de proyectos de inversión pública.</li> <li>• Conocimientos: de la LACAP Administración y finanzas de proyectos públicos. Logística Sostenibilidad ambiental</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>	
<b>Nombre del puesto</b>	Gerente operativo							
<p align="center"><b>Condiciones organizacionales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Supervisión ejercida:</b> le corresponde organizar, coordinar, asignar funciones y supervisar el trabajo técnico y operativo de la implementación del plan de desarrollo.</li> <li>• <b>Responsabilidad por funciones:</b> la aplicación de principios y técnicas de la ingeniería de proyectos, para la realización de actividades operativas.</li> <li>• <b>Responsabilidad por relaciones de trabajo:</b> la función origina relaciones constantes con las unidades superiores, del mismo nivel y subalternas contratadas para el apoyo de las actividades operativas, las cuales deben ser atendidas sin e rompimiento de la unidad de mando existente.</li> <li>• <b>Condiciones de trabajo:</b> por la importancia del puesto, se enfrenta a actividades sin límites de jornada establecida y trasladarse a diferentes lugares del país, para desarrollar actividades que demande el cargo.</li> </ul>								
<p align="center"><b>Requisitos para el puesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel académico: Ingeniero Civil</li> <li>• Experiencia: 3 años en la implementación de proyectos de inversión pública.</li> <li>• Conocimientos: de la LACAP Administración y finanzas de proyectos públicos. Logística Sostenibilidad ambiental</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>								
Elaboro:	Aprobó:	Validó:						

MANUAL DE PUESTOS	<b>“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”</b>	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
		Pág. 9/10

<b>Nombre del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente administrativo</li> </ul>
<b>Dependencia jerárquica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente del proyecto</li> </ul>
<b>Unidades subordinadas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades de apoyo subcontratadas</li> </ul>

**Descripción de puesto**

Es el responsable de planear, ejecutar y dirigir la gestión administrativa y financiera de la implementación del plan de desarrollo, así como la asesoría y asistencia técnica de los niveles intermedios o superiores, para la asignación de recurso y compra de requerimientos de la implementación

**Tareas del gerente operativo**

- Administrar los recursos financieros mediante la asistencia técnica de toma de decisiones.
- Llevar la contabilidad del presupuesto asignado para la implementación del plan de desarrollo
- Cumplir con los requerimientos de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.
- Gestionar la documentación para la obtención de los permisos necesarios de la implementación del proyecto.
- Controlar el avance financiero del proyecto respecto a los desembolsos planificados y los ejecutados.

Elaboro:	Aprobó:	Validó:
----------	---------	---------



MANUAL DE PUESTOS	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”											
	Fecha de Elaboración											
	Mes: septiembre	Año: 2020										
		Pág. 10/10										
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Nombre del puesto</b></td> <td style="width: 50%;">Gerente operativo</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Condiciones organizacionales</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Supervisión ejercida:</b> le corresponde organizar, coordinar, asignar funciones y supervisar el trabajo administrativo del proyecto, así como de las unidades subcontratadas.</li> <li>• <b>Responsabilidad por funciones:</b> la aplicación de principios y técnicas de la administración, para la realización de actividades administrativas del plan de desarrollo.</li> <li>• <b>Responsabilidad por relaciones de trabajo:</b> la función origina relaciones constantes con las unidades superiores, del mismo nivel y subalternas contratadas para el apoyo de las actividades administrativas, las cuales deben ser atendidas sin e rompimiento de la unidad de mando existente.</li> <li>• <b>Condiciones de trabajo:</b> por la importancia del puesto, se enfrenta a actividades sin límites de jornada establecida y trasladarse a diferentes lugares del país, para desarrollar actividades que demande el cargo.</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Requisitos para el puesto</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel académico: Ingeniero Industrial o Licenciado en administración de empresas</li> <li>• Experiencia: 2 años en conocimientos administrativos en la implementación de proyectos de inversión pública. Conocimientos: de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública Administración y finanzas de proyectos públicos. Administración de personal</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Liderazgo</li> </ul> </td> </tr> </table>			<b>Nombre del puesto</b>	Gerente operativo	<b>Condiciones organizacionales</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Supervisión ejercida:</b> le corresponde organizar, coordinar, asignar funciones y supervisar el trabajo administrativo del proyecto, así como de las unidades subcontratadas.</li> <li>• <b>Responsabilidad por funciones:</b> la aplicación de principios y técnicas de la administración, para la realización de actividades administrativas del plan de desarrollo.</li> <li>• <b>Responsabilidad por relaciones de trabajo:</b> la función origina relaciones constantes con las unidades superiores, del mismo nivel y subalternas contratadas para el apoyo de las actividades administrativas, las cuales deben ser atendidas sin e rompimiento de la unidad de mando existente.</li> <li>• <b>Condiciones de trabajo:</b> por la importancia del puesto, se enfrenta a actividades sin límites de jornada establecida y trasladarse a diferentes lugares del país, para desarrollar actividades que demande el cargo.</li> </ul>		<b>Requisitos para el puesto</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel académico: Ingeniero Industrial o Licenciado en administración de empresas</li> <li>• Experiencia: 2 años en conocimientos administrativos en la implementación de proyectos de inversión pública. Conocimientos: de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública Administración y finanzas de proyectos públicos. Administración de personal</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>	
<b>Nombre del puesto</b>	Gerente operativo											
<b>Condiciones organizacionales</b>												
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Supervisión ejercida:</b> le corresponde organizar, coordinar, asignar funciones y supervisar el trabajo administrativo del proyecto, así como de las unidades subcontratadas.</li> <li>• <b>Responsabilidad por funciones:</b> la aplicación de principios y técnicas de la administración, para la realización de actividades administrativas del plan de desarrollo.</li> <li>• <b>Responsabilidad por relaciones de trabajo:</b> la función origina relaciones constantes con las unidades superiores, del mismo nivel y subalternas contratadas para el apoyo de las actividades administrativas, las cuales deben ser atendidas sin e rompimiento de la unidad de mando existente.</li> <li>• <b>Condiciones de trabajo:</b> por la importancia del puesto, se enfrenta a actividades sin límites de jornada establecida y trasladarse a diferentes lugares del país, para desarrollar actividades que demande el cargo.</li> </ul>												
<b>Requisitos para el puesto</b>												
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel académico: Ingeniero Industrial o Licenciado en administración de empresas</li> <li>• Experiencia: 2 años en conocimientos administrativos en la implementación de proyectos de inversión pública. Conocimientos: de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública Administración y finanzas de proyectos públicos. Administración de personal</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>												
Elaboro:	Aprobó:	Validó:										

“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”



*Chiltiupán*  
TIERRA DE MISTERIOS

# ***MANUAL DE FUNCIONES***

Elaborado por:

Castaneda Hernández, Rodrigo Efraín  
Pérez Mártir, Noé Alberto  
Sánchez Moz, Daniel Ernesto  
Velásquez Callejas, Karla Patricia

MANUAL DE FUNCIONES	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
Pág. 2/7		
<b>Contenido:</b>		
		<b>Pág.</b>
Introducción.....		3
Objetivos .....		4
Gerente del proyecto .....		5
Gerente operativo .....		7
Gerente administrativo .....		9
Elaboró:	Aprobó:	Validó:

MANUAL DE FUNCIONES	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
Pág. 3/7		
<p><b>Introducción</b></p> <p>El manual de funciones es una es una herramienta de gestión de talento humano que permite establecer las funciones y competencias laborales de los miembros de la estructura organizacional para la implementación del plan de desarrollo turístico de Chiltiupán; así como los requerimientos de conocimiento, experiencia y demás competencias exigidas para el desempeño de estos. Es, igualmente, insumo importante para la ejecución de los procesos de planeación, ingreso, permanencia y desarrollo del talento humano al servicio de las organizaciones.</p> <p>La importancia de un manual de funciones es describir los niveles jerárquicos de cada unidad dentro una organización. Por cual el presente manual contiene la descripción de las áreas funcionales de la estructura organizacional para la implementación del plan de desarrollo, definiendo las características de cada puesto de trabajo, delimitando las áreas de autoridad y responsabilidades.</p> <p>.</p>		
Elaboró:	Aprobó:	Validó:

MANUAL DE FUNCIONES	“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
Pág. 4/7		
<p><b>Objetivos</b></p> <p><b>Objetivo general</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir las funciones de las diferentes unidades de la estructura organizacional, para la implementación del plan de desarrollo turístico sostenible de Chiltiupán.</li> </ul> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitar la inducción del personal para la implementación de las diferentes actividades, según su unidad de trabajo.</li> <li>• Delimitar las áreas de autoridad y responsabilidades de la estructura organizacional.</li> </ul>		
Elaboró:	Aprobó:	Validó:

MANUAL DE  
FUNCIONES

“Plan de desarrollo turístico sostenible  
del municipio de Chiltiupán, La  
Libertad, integrado a la estrategia  
nacional de Surf City”

Fecha de Elaboración

Pág.  
5/7

Mes: septiembre

Año: 2020

**Área orgánica**

- Gerencia del proyecto

**Unidades subordinadas**

- Unidad operativa
- Unidad administrativa

**Dependencias**

-----

**Nº de personas**

- 1

**Finalidad del área**

Apoyar las gerencias administrativas y operativas a través del trabajo en equipo para el cumplimiento de objetivos previstos, a nivel del alcance de tiempo, costo y calidad.

**Funciones del área**

- Gestionar la unidad operativa y administrativa a través de la supervisión de las mismas.
- Gestionar el plan de trabajo general, que permita el cumplimiento con los tiempos establecidos en el calendario de trabajo.
- Identificar y gestionar los riesgos de la implementación del plan de desarrollo turístico.
- Gestionar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades del plan.
- Optimizar los recursos a disposición tanto financieros y humanos.
- Informar a las autoridades correspondientes, sobre los avances de la implementación del plan de desarrollo turístico.
- Supervisar en conjunto con la unidad operativa el avance y cumplimiento de las metas.
- Evaluar la implementación real con la planificada en términos monetarios y de tiempo.

Elaboro:

Aprobó:

Validó:

MANUAL DE  
FUNCIONES

“Plan de desarrollo turístico sostenible  
del municipio de Chiltiupán, La  
Libertad, integrado a la estrategia  
nacional de Surf City”

Fecha de Elaboración

Pág.  
6/7

Mes: septiembre

Año: 2020

<b>Área orgánica</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gerencia operativa</li></ul>
<b>Unidades subordinadas</b>	-----
<b>Dependencias</b>	Gerencia del Proyecto
<b>Nº de personas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1</li></ul>

**Finalidad del área**

Apoyar las gerencias administrativas y operativas a través del trabajo en equipo para el cumplimiento de objetivos previstos, a nivel del alcance de tiempo, costo y calidad.

**Funciones del área**

- Gestionar la unidad operativa a través de la supervisión de las actividades de la misma.
- Dar cumplimiento al plan de trabajo general, que permita el cumplimiento de los objetivos de la unidad operativa.
- Gestionar y cotizar el mobiliario y equipo para la implementación y puesta en marcha del plan de desarrollo turístico.
- Elaborar reportes del avance de la implementación del plan, que permita la toma de decisiones.
- Gestionar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades del plan.
- Ejecutar el proyecto de capacitación del personal necesario para la puesta en marcha.
- Optimizar los recursos a disposición tanto financieros y humanos. .
- Dar a conocer al gerente de proyecto, el avance y cumplimiento de las metas de la unidad operativa.

Elaboro:

Aprobó:

Validó:

MANUAL DE FUNCIONES	<b>“Plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia nacional de Surf City”</b>	
	Fecha de Elaboración	
	Mes: septiembre	Año: 2020
		Pág. 7/7

<b>Área orgánica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia administrativa</li> </ul>
<b>Unidades subordinadas</b>	-----
<b>Dependencias</b>	Gerencia del Proyecto
<b>Nº de personas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1</li> </ul>
<b>Finalidad del área</b>	
<p>Dirigir y coordinar las acciones de la administración de la implementación, así como las actividades financieras, ejecutando las disposiciones de la gerencia del proyecto.</p>	
<b>Funciones del área</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestionar la unidad administrativa a través de la supervisión de las actividades de la misma.</li> <li>Dar cumplimiento al plan de trabajo general, que permita el cumplimiento de los objetivos de la unidad administrativa.</li> <li>Administrar los recursos económicos del presupuesto para la implementación del plan de desarrollo turístico.</li> <li>Realizar las órdenes de compra del mobiliario y equipo para la implementación y puesta en marcha del plan de desarrollo turístico.</li> <li>Realizar los desembolsos para la realización de las actividades de carácter operativo.</li> <li>Elaborar reportes financieros del avance de la implementación del plan, que permita la toma de decisiones.</li> <li>Dar cumplimiento a las disposiciones de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.</li> </ul>	

Elaboro:	Aprobó:	Validó:
----------	---------	---------



## CONCLUSIONES

- La propuesta de diseño presentada para el desarrollo del plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán está encaminada a servir de guía en la implementación de los diversos proyectos, para que los distintos encargados de llevarlos a cabo cuenten con una base de consulta y apoyo.
- El principal problema que se identificó es el aprovechamiento no uniforme de los recursos naturales y culturales con vocación turística del municipio de Chiltiupán. El cual se pudo determinar que se debe a seis principales causas de las cuales son la poca coordinación entre GOES y municipalidad, ingresos bajos de la municipalidad, inexistencia de productos turísticos en la zona de montaña e infraestructura turística, oferta turística existente poco atractiva en la zona de montaña y la inseguridad.
- El municipio no tiene una organización enfocada al turismo a pesar del interés que muestra la municipalidad y otros actores, en desarrollar el turismo en todo el municipio, siendo el principal obstáculo el bajo financiamiento que se posee para este rubro.
- Se identificó que el municipio posee una cantidad de 25 recursos con vocación turística, de los cuales los recursos que más destacan son los Sitios Naturales con un 75%.
- El municipio cuenta con 12 recursos turísticos estratégicos; con los cuales se puede contar para una primera fase el desarrollo de productos turísticos, lo importante de esta priorización, es la variedad de categorías de atractivos turísticos que se han identificados.
- Los recursos culturales e históricos con que cuenta el municipio, como lo son Pueblo Viejo y Cerro el Malacate, están priorizados como Recursos sin Diferenciación, si bien son recursos representativos, pero para su aprovechamiento con fines turísticos requerirá un alto costo de inversión.
- La mayor deficiencia de la planta turística es que está concentrada en la playa El Zonte, lo cual no ha permitido el desarrollo del turismo en diferentes partes del municipio.
- Se determinó que no existe posicionamiento en los consumidores, del municipio de Chiltiupán en el área del sector turismo lo que representa un factor decisivo al momento de visitar el municipio. Por lo cual, el municipio de Chiltiupán tendrá el reto de introducirse al sector Turismo y competir con otros municipios ya desarrollados turísticamente.
- A partir del análisis de la información de campo realizada, se identificó una serie de conductas particulares para los segmentos de consumo, teniendo que para los segmentos de familias y del segmento de jóvenes existe una preferencia por los turismos de sol y playa, turismo natural y turismo cultural, lo que marca un factor importante para la introducción de Chiltiupán como destino turístico ya que entre sus posibles servicios turísticos a ofrecer cuenta con estos tres mayormente preferidos. Y que para satisfacer las exigencias de los consumidores de turismo deberá cumplir con aspectos relacionados a la seguridad, accesibilidad de precios.
- Los pronósticos de afluencia turística para el mercado consumidor en el municipio de Chiltiupán demostraron una tendencia creciente de visitas al municipio, para el desarrollo de productos turísticos que se buscan crear en Chiltiupán, mostrando una tasa máxima de crecimiento de 7.63% para su segundo año.
- En la investigación se pudo identificar que las instituciones que brindan apoyo en capacitación turística son CONAMYPE, ESCATUR, INSAFORP con una diversidad de

áreas de especialización que van desde la gastronomía, formación de emprendedores, capacitación financiera, formación de recurso humano entre otros.

- La calidad turística es un aspecto indispensable para el buen funcionamiento de diferentes servicios involucrados en el rubro turístico, por lo que es importante que sigan una serie de normas de calidad; en El Salvador es el Organismo Salvadoreño de Normalización el ente regulador de los estándares para la certificación en calidad turística por lo que se debe garantizar trabajar bajo los estándares definidos por esta institución.
- Se identificaron otras de instituciones que brindan apoyo al desarrollo del sector turístico las cuales son el OSN, MITUR, AMUSDELI, CASATUR, CAT, ITCA, diferentes universidades las cuales nos brindan apoyo en áreas como, organización, promoción y formación de profesionales, que junto a las instituciones que brindan apoyo en capacitación, seguridad, financiamiento y calidad, integran un sistema de trabajo para el desarrollo de rubro turístico del país.
- De los programas a ejecutar, el programa de Gestión de Cooperación es el que tiene mayor relevancia, debido a que no se cuenta con los recursos necesarios para la implementación del plan; por lo que la cooperación de las instituciones públicas y privadas será el principal pilar para el desarrollo de los programas y proyectos.
- Los tipos de señales donde los encargados de la ejecución del plan de desarrollo turístico del municipio de Chiltiupán deben enfocar sus esfuerzos son aquellas de tipo informativas y de bienvenida.
- Las construcciones en infraestructura que apoyen toda iniciativa de desarrollo turístico sostenible en un destino, deben considerar dentro de sus diseños la protección del entorno donde se encuentran de manera que sea lo menos invasiva y dañina posible para el medio ambiente.
- En el realce de todo destino turístico se debe garantizar que sus raíces y cultura se vaya transmitiendo tanto internamente como externamente por tal razón dentro del Plan de desarrollo turístico para el municipio de Chiltiupán se ha diseñado y planteado la creación de un museo municipal en el cual se pueda transmitir la cultura del municipio a través de exposiciones físicas, ambientalización entre otras.
- Toda iniciativa turística en la que se vea involucrada el uso del medio ambiente debe llevar en paralelo el diseño de buenas prácticas de turismo con el propósito de salvaguardar tanto la integridad del turista como salvaguardar la integridad del medio ambiente de los patrimonios culturales con los que cuenta un destino.
- En cualquier diseño de un plan independientemente del área al cual irá dirigido se debe estar preparado en flexibilidad y adaptación al cambio, ya que vivimos en un entorno cambiante donde las necesidades para garantizar la integridad de personas y medio ambiente también son cambiantes, es por ello que dentro del plan de desarrollo turístico sostenible del municipio de Chiltiupán se ha considerado la incorporación de protocolos de seguridad para el turista y facilitadores de turismo, frente al virus COVID-19.
- Cualquier Plan de desarrollo turístico, no tendrá los resultados esperados planteados en su diseño si no se cuenta con una organización turística, y la existencia de una comité de desarrollo turístico y una Unidad de Turismo es un factor clave en el éxito turístico de un Municipio, por tal razón el diseño del plan para el municipio de Chiltiupán ha considerado este factor a través del diseño de un Comité de desarrollo turístico para todo el municipio

y a través de la creación de una Unidad de Turismo municipal quienes serán los principales entes de la organización y ejecución de las iniciativas aquí presentadas.

- La Sostenibilidad en el plan de desarrollo turístico de Chiltiupán hace referencia al hecho que, al transcurrir el tiempo, este no dependerá de ayuda exterior para su supervivencia, teniendo esto en mente se concluye que debe capacitarse a toda aquella persona que puede jugar un rol en la supervivencia del proyecto con base a esto se ha diseñado un proyecto de apoyo a empresarios o con iniciativas de emprender a través del desarrollo de capacitaciones.
- El desconocimiento de cualquier destino turístico es la principal razón de no contar con afluencia de turistas a él, un municipio exitoso, involucra el enfoque a la promoción y publicidad a través de la creación de una marca municipio detallando los pasos para su legalización, componente del logo, restricciones entre otros. Además de campañas de marketing a través de la creación de ferias y eventos y alianzas comerciales.
- Para que un plan de desarrollo turístico sea correctamente implementado, necesita de la gestión de cooperación de muchos involucrados que garanticen la calidad de los servicios y la satisfacción del turista. Que comprenda desde medios de financiamiento, capacitaciones a las personas que brindaras los servicios turísticos y aquellos que serán responsables de la seguridad física del turista ya que un aspecto que es más valorado por los turistas es la seguridad del destino turístico que visita y la calidad del servicio que contrata.
- La inversión requerida para que el Plan de Desarrollo Turístico se desarrolló se desglosa como sigue: Inversión fija: \$ 40,444.02, inversión Intangible: \$35,617.05, y capital de trabajo: \$3,911.07
- El plan está diseñado sin costos financieros, ya que se propone la gestión y adquisición de fondos en concepto de donaciones, evitando costos por intereses bancarios y apuntando al mejoramiento del municipio de Chiltiupán.
- Los escenarios frente a cambios en variables no controlables presentados son aceptables desde una perspectiva sin fines de lucro como es el caso de la alcaldía del municipio de Chiltiupán la cual trabaja en pro de desarrollo turístico del municipio.
- Se concluye que el Plan de Desarrollo Turístico para el Municipio de Chiltiupán desde una evaluación económica es aceptable.
- El resultado de la evaluación financiera, a través de las razones financieras junto con los demás indicadores de evaluación demuestran que plan de desarrollo turísticos del municipio de Chiltiupán, si es capaz de operar de forma cotidiana y generar utilidades. El método de costeo propuesto es el de absorción ya que debido a su naturaleza es el que más se adapta.
- En base al análisis del punto de equilibrio se determinó que para los circuitos turísticos es punto de equilibrio necesarios en unidades monetarias debe ser de \$15,139.80 anuales, los cuales son equivalentes a 1,009 recorridos anualmente a un precio de venta de \$15.
- Es importante destacar que la evaluación ambiental genera resultados muy satisfactorios en términos de sostenibilidad, si bien hay actividades que generan impactos, estos son de reversibilidad total por lo cual, a lo largo del tiempo, el daño puede ser mitigado en su totalidad.
- Dentro de la evaluación ambiental se determinó que la explotación de los recursos naturales es el impacto con un nivel negativo más alto, por lo que es importante el

desarrollo de las actividades turísticas se realicen respetando los niveles de capacidad de carga establecidos en diseño.

- La evaluación socio económica determina que el proyecto es aceptable y recomendado realizarlos, si bien la utilidad y la rentabilidad de la inversión no directamente percibida por la alcaldía que es la financista en los cinco años de evaluación, esa se traslada directamente a la población que es la finalidad de la municipalidad al no ser una organización sin fines de lucro, sino una institución que vela por desarrollo social y económico de su población.
- El plan de desarrollo en su etapa de operatividad permitirá que tanto hombres y mujeres tengan las mismas oportunidades en términos de trabajo, capacitación y todo lo relacionado con la puesta en marcha, generando un trato equitativo para los pobladores de municipio.
- Con la administración de la implementación del proyecto se determinan que deberá ejecutarse en 185 días, con costo de administración de \$24,560.29, distribuidos en Costos directos, costos indirectos y salarios de la estructura organizativa de la implementación.

## RECOMENDACIONES

- Realizar promoción del municipio y de sus atractivos Naturales para comenzar a ganar reconocimiento y posterior posicionamiento en la mente del consumidor, esto a través de campañas en redes sociales aprovechando su más reconocido atractivo Playa el Zonte.
- Organizar reuniones con los miembros del CDT de su playa El Zonte y los habitantes del municipio que estén interesados en proyectos turísticos o emprendimientos con el propósito de unificar esfuerzos y vincular a la población de todo el municipio en un CDT.
- Se recomienda el desarrollo de una estructura organizativa que vele por el desarrollo del turismo en el municipio, además que se integre por los diferentes actores, involucrándolos en la toma de decisiones de manera que tengan una participación activa.
- Es importante que las autoridades encargadas del turismo, realicen la actualización constantemente el inventario, con el objetivo de realizar mejoras continuas en cada uno de los recursos o atractivos turísticos con los que cuentan.
- Para que el municipio pueda considerarse dentro la oferta de los tours operadores, la municipalidad deberá enfocar el trabajo en los ejes de seguridad, la oferta turística diversa y la accesibilidad a los destinos turísticos.
- Se recomienda potenciar los recursos turísticos del municipio en especial aquellos con mayor abundancia como son los naturales, a fin de transformarlos en atractivos o productos turísticos.
- Es importante velar por el fortalecimiento de la infraestructura turística en el área urbana que permita el desarrollo del turismo en esa zona.
- Se recomienda gestionar con las instituciones de apoyo al sector turismo, programas para la población del municipio, para que conozcan la importancia que representa este rubro en la economía local.
- Es importante que la municipalidad desarrolle programas de becas enfocados en la capacitación en atención al turista, para que sean los pobladores del lugar los encargados de brindar estos servicios.
- Que la municipalidad a través de sus delegados gestione alianzas con los tours operadores, para que el municipio sea incluido en la oferta de estos.
- Generar un producto para cubrir la deficiencia en turismo gastronómico y así cumplir con las principales demandas de los turistas que hacen uso de los tours operadores.
- Se recomienda al CDT del municipio o al encargo de la Unidad de Turismo de la Alcaldía de Chiltiupán llevar un control del flujo de turistas que visitan el municipio, con el propósito de constantemente adecuarse a las nuevas necesidades.
- Se recomienda la búsqueda de donaciones apoyadas por el MITUR como primera opción para el financiamiento del presente plan.
- De no lograr la obtención del monto en donaciones, se recomienda el financiamiento con BANDESAL que es la mejor opción en términos de intereses a pagar y brinda beneficios como el periodo de gracia de 1 año en el pago de interés.
- Los precios de insumos listados son un promedio del mercado, por lo tanto, se recomienda la cotización con diferentes proveedores de los insumos necesarios ya que podrían existir mejores y los cuales pueden significar un ahorro adicional.

- Posterior a la implementación del plan se recomienda la creación de nuevos atractivos turísticos, de acuerdo a las preferencias de los turistas que hacen uso de los productos turísticos.
- Para el desarrollo de actividades turísticas es importante que se incluya tanto el sector rural como el sector urbano.
- Se recomienda que para las capacitaciones se hagan de manera inclusiva entre sectores, que impulsen el desarrollo del turismo rural para explotar la riqueza ambiental y cultural que posee El Salvador ya que se está abandonando cualquier iniciativa turística en zonas con difícil acceso, pero con experiencias únicas por la cercanía con la naturaleza.
- Se debe empezar a cobrar por el uso de espacios públicos para ventas, debido que en el plan se estableció como estrategia de sostenibilidad económica, cobrar dichos servicios a un precio muy bajo para no afectar las ventas, de esta manera se está generando una buena cantidad de dinero que fortalece y da sustentabilidad al plan para que pueda funcionar.
- Se recomienda a los encargados de promoción del municipio, contactar con el encargo del CAT en la Libertad para dar a conocer las iniciativas del presente plan y comenzar a realizar publicidad con las personas locales y de los alrededores.
- Se recomienda a los encargados de ejecutar lo propuesto en el plan de desarrollo turístico sostenible para el municipio de Chiltiupán, desarrollar todos los proyectos propuestos y no descartar uno, esto con el objetivo de garantizar resultados beneficiosos para el municipio.
- Para que garantizar una mayor efectividad en las distancias brindadas en el presente trabajo, se recomienda que se proceda a una posterior medición de distancia entre cada uno de los atractivos y recursos expuestos en el plan de desarrollo turístico de Chiltiupán.
- Se recomienda que durante la ejecución de la colocación de la señalización propuesta se acompañe con campaña de señalización de calles y divisiones de carriles.
- Como parte de la propuesta de diseño de circuitos turísticos del municipio no se consideraron todos los atractivos o recursos del municipio por diversos factores expuestos, se recomiendo la creación posterior de más circuitos que incluyan atractivos y recursos no considerados en los circuitos propuestos en el presente plan con el objetivo de ampliar la oferta turística del municipio de Chiltiupán.
- Durante el desarrollo del nuevo comité de desarrollo turístico, se recomiendo que dentro de la estructura planteada se encuentre un representante del CDT de la zona del zonte como mínimo y que un representante de la alcaldía esté relacionado con el comité de desarrollo turístico.
- Con el propósito de mantener la cultura y su transmisión, se recomienda realizar campañas internas de visitas al museo municipal propuesto e incentivar a los turistas que visitan otros circuitos a través de publicidad del museo.
- Para tener un mayor alcance en promoción y publicidad se recomienda utilizar a personas influyentes en los medios sociales para la realización de recorridos videograbados donde vivan de primera mano las maravillas del municipio e incentiven al turismo al Municipio de Chiltiupán.
- Se recomienda a los encargados de la organización turista tanto Comité de Desarrollo Turístico como Unidad de Turismo del municipio realizar encuentros con representantes

de otros comités de desarrollo para mostrar los resultados una vez implementado el plan de desarrollo turístico con la finalidad de crear alianzas.

- Se recomienda que a través de la Unidad de Turismo el municipio comunique los productos, y atractivos del municipio al centro de alcance del turista ubicado en el municipio de la Libertad con el propósito de que se haga promoción del municipio con los turistas que visitan la costa en especial el puerto de La Libertad.
- Se recomienda otorgar souvenirs con el logo diseñado para la marca municipio a los principales representantes de comités de desarrollo turístico y la exhibición de estos durante los recorridos turísticos en el municipio y museo municipal.

# BIBLIOGRAFÍA

## Medios electrónicos

- CORSATUR. (2018). Informe estadístico de Turismo. (En línea). Consultado el 10 de febrero de 2020. Disponible en: <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/corsatur/documents/308974/download>
- MITUR. (2019). Plan maestro de ordenamiento territorial de las áreas turísticas Prioritarias de la costa del Bálsamo. (En línea). Consultado el 12 de febrero de 2020. Disponible en: [http://www.mitur.gob.sv/wp-content/uploads/2019/07/RE-PM\\_COSTA\\_BALSAMO\\_BR\\_09072019.pdf](http://www.mitur.gob.sv/wp-content/uploads/2019/07/RE-PM_COSTA_BALSAMO_BR_09072019.pdf)
- Casa de la Cultura Chiltiupán. Bellos Paisajes. (En línea). Disponible en: <http://www.actiweb.es/casadelaculturachiltiupan/pagina9.html>
- Reyes, Magdalena. (18 de mayo de 2018). Hotel Palo Verde Eco Surf destaca como proyecto de interés turístico. (En línea). Disponible en: <https://www.elsalvador.com/>
- Orantes, Diana. (15 de agosto de 2019). Los atractivos de El Zonte, un paraíso en La Libertad. (En línea). Disponible en: <https://www.elsalvador.com/>
- Hotelmix. (2007-2020). Garten Hotel-Zonte. (En línea). Disponible en: <https://garten-hotel-chiltiupan.hotelmix.es/>
- El Salvador Travel Network. (2012). K59 SURFHOUSE. (En línea). Disponible en: <http://www.k59surfhouse.com/index.html>
- eHotels Reviews (2005-2020). Hostal Punta El Zonte. (En línea). Disponible en: <https://es.ehotelsreviews.com/>
- Guía Turística Salvadoreña. La casa de Frida Hostal y Restaurante. (En línea). Disponible en: <http://guiaturisticasalvadorena.blogspot.com/2011/07/la-casa-de-frida-hostal-y-restaurante.html>
- Turismo Sucre 2.0 (2014). La Planta Turística. (En línea). Disponible en: <http://turismosucre20.blogspot.com/2017/06/la-planta-turistica.html>
- Hotel Palo Verde. Home page. (En línea). Disponible en: <https://paloverdehotel.com/>
- Plan Cuscatlán, Nueva Gobernanza. (2019). Proyectos Turismo. (En línea). Disponible en: <https://www.plancuscatlan.com/home.php>
- CORSATUR, MITUR. (2015). Plan Maestro para el Desarrollo Turístico Municipal Suchitoto. (En línea). Disponible en:



<http://bibliotecavirtualcorsatur.com/recursos/imagenes/pdf/PLAN%20MAESTRO%20SU CHITOTO.pdf>

- CORSATUR, MITUR. (2015). Inventario Turístico El Salvador 2015. (En línea). Disponible en:  
<http://bibliotecavirtualcorsatur.com/recursos/imagenes/pdf/INVENTARIO%20TURISTICO%202015.pdf>
- CORSATUR. (2018). Informe de labores. (En línea). Disponible en:  
<https://www.transparencia.gob.sv/institutions/corsatur/documents/memorias-de-labores>
- MITUR. Guía de Planificación Turística. (En línea). Disponible en:  
[https://www.transparencia.gob.sv/system/documents/documents/000/194/092/original/Gu%C3%ADa\\_de\\_Planificaci%C3%B3n\\_Tur%C3%ADstica\\_\\_Un\\_Instrumento\\_para\\_el\\_Desarrollo\\_Local\\_en\\_El\\_Salvador.pdf?1500380356](https://www.transparencia.gob.sv/system/documents/documents/000/194/092/original/Gu%C3%ADa_de_Planificaci%C3%B3n_Tur%C3%ADstica__Un_Instrumento_para_el_Desarrollo_Local_en_El_Salvador.pdf?1500380356)
- CORSATUR. Informe estadístico de turismo años 2017, 2018. (En línea). Disponible en:  
<https://www.transparencia.gob.sv/institutions/corsatur/documents/estadisticas>
- DIGESTYC, MINEC. (2018). Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples. (En línea). Disponible en:  
<http://www.digestyc.gob.sv/index.php/novedades/avisos/869-ya-se-encuentra-disponible-la-publicacion-ehpm-2018.html>
- DIGESTYC, MINEC. (2007). VI Censo de Población y V de Vivienda, Tomo IV, municipios. (En línea). Disponible en:  
[http://aplicaciones.digestyc.gob.sv/biblioteca/CENSOS/SERIE%20CENSOS%20NACIONALES/CENSOS%20DE%20POBLACION%20Y%20VIVIENDA/CENSO%20NACIONAL%20DE%20POBLACION%20Y%20VIVIENDA%202007/Tomo\\_IV\\_Vol.I\\_Municipios\\_Caracteristicas\\_Generales.pdf](http://aplicaciones.digestyc.gob.sv/biblioteca/CENSOS/SERIE%20CENSOS%20NACIONALES/CENSOS%20DE%20POBLACION%20Y%20VIVIENDA/CENSO%20NACIONAL%20DE%20POBLACION%20Y%20VIVIENDA%202007/Tomo_IV_Vol.I_Municipios_Caracteristicas_Generales.pdf)
- Sistema de Integración Centroamericana SICA. (2009). Plan Estratégico de Desarrollo Sostenible. (En línea). Disponible en:  
[https://www.sica.int/busqueda/busqueda\\_archivo.aspx?Archivo=odoc\\_40471\\_1\\_07092009.pdf](https://www.sica.int/busqueda/busqueda_archivo.aspx?Archivo=odoc_40471_1_07092009.pdf)
- Carlos Maldonado, Gloria Hernández. (2011). Guía para Autogestión de Sostenibilidad Destinos Turísticos Comunitarios. (En línea). Consultado el 20 de julio de 2020. Disponible en:  
[https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS\\_185024/lang-es/index.htm](https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_185024/lang-es/index.htm)
- Teresa Morales Cuauhtémoc Camarena. (2009). Manual para la creación y desarrollo de museos comunitarios. (En línea). Consultado el 26 de julio de 2020. Disponible en:  
<https://mediacionartistica.files.wordpress.com/2014/02/manual-para-la-creacion-y-desarrollo-de-museos-comunitarios.pdf>
- Organismo Salvadoreño de Normalización. (2011). Turismo, Guías turísticos, Requisitos de bioseguridad para la prestación del servicio, (En línea). Consultado el 26 de julio de

2020. Disponible en: <http://www.osn.gob.sv/documentos/osn-edp-03-55-0220-turismo-guias-turisticos-requisitos-bioseguridad-la-prestacion-del-servicio/>

- Dirección de Infraestructura y Sostenibilidad María del Pilar Granados Galvis. (2014). Guía de buenas prácticas para prestadores de servicios en turismo de naturaleza. (En línea). Consultado el 24 de julio de 2020. Disponible en: <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=f01cde94-55d0-4d6d-b397-1cdc4d682696>
- Fiorela Agustí. (2006). Manual de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible. (En línea). Consultado el 24 de julio de 2020. Disponible en: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/05/185-manual-de-buenas-practic-as-en-turimo-sostenible.pdf>
- Diego Andrade U. (2011). manual de buenas prácticas de turismo comunitario. (En línea). Consultado el 27 de julio de 2020. Disponible en: [http://www.mdgfund.org/sites/default/files/ENV\\_MANUAL\\_%20Buenas%20practic-as%20Turismo%20comunitario.pdf](http://www.mdgfund.org/sites/default/files/ENV_MANUAL_%20Buenas%20practic-as%20Turismo%20comunitario.pdf)
- MITUR. (2018). Fomento a la inversión Turística y al desarrollo territorial. (En línea). Consultado el 20 de septiembre de 2020. Disponible en: <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/57/services/6857>
- BANDESAL. Programas de financiamiento. (En línea). Consultado el 15 de septiembre de 2020. Disponible en: <http://www.bandesal.gob.sv/>
- Tramites Gob. Registro de marca. (En línea). Consultado el 16 de septiembre de 2020. Disponible en: <https://tramites.gob.sv/procedure/910/556?l=es>
- MITUR. Foro de cooperación y oportunidades de Financiamiento. (En línea). Consultado el 12 de septiembre de 2020. Disponible en: <http://www.mitur.gob.sv/foro-de-cooperacion-y-oportunidades-de-financiamiento/>
- ISDEM. (2016). Base Legal del FODES. (En línea). Consultado el 16 de septiembre de 2020. Disponible en: <http://www.isdem.gob.sv/>
- BCR. (2008). Tópicos Económicos: La dinámica del turismo receptor en la economía de El Salvador. (En línea). Consultado el 20 de septiembre de 2020. Disponible en: <https://www.bcr.gob.sv>
- OMT. (2005). Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. (En línea). Consultado el 20 de septiembre de 2020. Disponible en: [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/INDICADORES\\_OMT.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/INDICADORES_OMT.pdf)

- OIT. Guía para la evaluación de impacto de la formación profesional. (En línea). Consultado el 20 de septiembre de 2020. Disponible en: <https://guia.oitcinterfor.org/>
- Transparencia. Gob. (2019). Presupuesto actual municipio de Chiltiupán. (En línea). Consultado el 21 de septiembre de 2020. Disponible en: <https://www.transparencia.gob.sv>

## **Libros**

- Karla Xiomara, Rafael Machuca, Guadalupe Sánchez. (2018). Plan de desarrollo turístico sostenible para el municipio de Jayaque, departamento de La Libertad.
- Ingrid Martínez, Fredy Guerra, Diego Guerrero. (2019) Plan de Desarrollo Turístico Sostenible en el municipio de Berlín, departamento de Usulután.
- Diana Arévalo, María Cerón, Adrián Panameño. (2018). Propuesta para el Desarrollo Turístico Sostenible de la Ruta Nahuat Pipil en el departamento de Sonsonate, El Salvador.
- Escamilla Marlon V. (2015). Pipiles de la Costa del Bálsamo: Resistencia, simbolismo y territorialidad. Museo Nacional de Arqueología y Etnografía, Guatemala.
- Alcaldía de Chiltiupán. (2011). Plan Estratégico Participativo del Municipio de Chiltiupán.
- Gallardo M. Francisco R. El Sitio Arqueológico Cinacantan. Primer levantamiento indígena en Cuscatlán. Universidad Tecnológica de El Salvador.
- Alfredo Plazola Cisneros. (1990). Enciclopedia de Arquitectura Plazola. Volumen 1. Plazola Editores.
- CONAMYPE. (2018). Manual de Acompañamiento a Emprendimientos Dinámicos. El Salvador
- Fondo Social Europeo. (2013). La persona emprendedora y la idea de negocio. España.
- Ministerio de Turismo. (2018). Guía del Emprendedor Turístico. Ecuador
- FEDECATUR. (2012). Manual de Participación en Ferias Turísticas Internacionales. Centro América.
- Orozco, H. (1995). La gerencia de proyectos, una función de la dirección empresarial (Tesis de pregrado). Universidad autónoma de Occidente, Santiago de Cali, Colombia

## ANEXOS

### Anexo 1. Entrevista a Alcaldía del municipio de Chiltiupán



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL  
GUIA DE ENTREVISTA A ALCALDES O REPRESENTANTES  
OFICIALES



**Objetivo:** Indagar acerca de la organización y planificación de la alcaldía del municipio de Chiltiupán, en el tema de desarrollo del turismo.

Datos Generales	
Municipio:	Chiltiupán
Nombre del alcalde o representante oficial:	Jorge Díaz (Alcalde)
Fecha de entrevista:	14-febrero-2020

1. ¿Existe una unidad o departamento especializado para el área del turismo del municipio?  
**no hay, nunca ha habido, pero les comenté al consejo municipal que creáramos una unidad de turismo, pero por falta de visión no se ha realizado y por eso se estanca. Hay un grupo de personas que se encargan de temas de turismo que las nombro yo para realizar tareas.**
2. ¿Existen planes o han existido planes de desarrollo municipales del turismo?  
**Sí, tenemos una carpeta técnica y un “Plan parcial Turístico” para la zona el zonte que se ésta construyendo es el tercero en el país.**
3. ¿Posee el municipio un CDT?  
**En el zonte hay un comité turístico más no se considera para todo el municipio ya que solo ésta formado por gente del zonte antes existía un comité turístico solo de señoras en el municipio.**
4. ¿Cómo es el rol de la alcaldía en el CDT o con la comunidad en el área de turismo?  
¿brindan recursos, de que tipo? **Ser un ente enlace entre ONG’s alcaldías y personas que quieren aportar al turismo. El apoyo o recurso que brindamos son materiales como para mejorar calles construcciones sociales, madera y se apoya con lo que solicitan y si están dentro de nuestras capacidades.**
5. ¿Poseen programas de formación a emprendedores locales? **Si, se hizo más que todo en el primer periodo de gestión (2006-2009) pero se va a reactivar se está en reuniones con la directora del CONAMYPE.**

6. ¿Cuáles son los atractivos turísticos (recursos naturales) que más afluencia o visitas tiene el municipio? **La playa el zonte, solo el zonte genera los ingresos como todo el municipio**
7. ¿Cuentan con otras actividades o productos propios del municipio que generen visitas de turistas al municipio? (cultural, religioso, histórico, gastronómico)  
**La extracción del bálsamo, y la venta de productos que se hacen de él, como dulces, perfumes, jarabes, shampoo, velas entre otros, Carreras de caballo.**
8. ¿cuentan con un circuito o ruta turística propiamente del municipio, que englobe los atractivos más visitados? **No, no hay.**
9. ¿existen trabajos a corto plazo (1 año) que se pretenden impulsar o crear en el municipio para aumentar la afluencia turística?  
**Si, el proyecto de sendero turístico y reactivar el mirador de la peña, colocando ventas gastronómicas en ese sector sobre la peña montada.**
10. ¿manejan estadísticas de cuantos turistas visitan el municipio o los lugares turísticos?  
¿Cómo miden ese número de turistas?  
**No, no contamos con ese dato específico.**
11. ¿cuentan con un presupuesto base para la aplicación en turismo en el municipio?  
**Si, la para turismo se tiene destinado \$10,000 dólares.**
12. ¿han recibido o reciben apoyo del gobierno para el desarrollo del turismo en el municipio?  
¿en qué sentido o en recursos han apoyado? **En los pasados gobiernos si, con el programa de pueblos donde se hacían actividades en cualquier parte donde se invitaba a Chiltiupán. En el gobierno actual no, ya que solo se está visualizando al Tunco y no de manera global como era pueblos vivos.**
13. ¿existe temporada de mayor afluencia de turistas al municipio o es uniforme?  
**Los días domingos son periodos concurridos se visitan iglesias y se realizan compras en el municipio y los días festivos. En el mes específico de abril en semana santa.**
14. ¿existe apoyo o programas de parte de la policía nacional civil para la protección del turista? **Si, cuando se van a realizar eventos o actividades se pide el apoyo a la PNC junto con el ejército y la unidad de POLITUR brindan apoyo monitoreando el municipio.**
15. ¿Cuentan con atractivos turísticos donde se deba pasar por propiedades privadas?  
¿existe un acuerdo o permiso escrito para ello?  
**Si hay atractivos donde tenemos que pasar por propiedades privadas, pero solo hablamos con el dueño que son conocidos. No hay acuerdo escrito. Queremos comprar el paso para que sea libre. Se debe trabajar en legalizaciones.**

16. ¿Invierten en publicidad para dar a conocer el municipio y aumentar las visitas de turistas? **Ahorita se ésta creando un promocional, donde se toma video a puntos o atractivos turísticos. Anteriormente también con spot publicitarios cuando se estaban con iniciativas de crear la micro región.**
17. ¿Cómo se logró desarrollo turístico en el municipio? ¿invirtiendo o apostando a qué? **Solo en el zonte hay desarrollo y fue con la inversión de empresarios para poner negocios, edificios como hoteles.**
18. ¿Quiénes consideran que son sus mayores competidores como municipio? **La libertad con su atractivo del puerto de la libertad porque ese el solo se vende.**
19. ¿Cómo es la seguridad en el municipio? **Estamos bastantes bien quizás 75% favor en seguridad.**



**ENTREVISTA CDT EL ZONTE  
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL**



**Objetivo:** Conocer el funcionamiento de los comités de desarrollo turístico de municipios exitosos en el sector.

<b>Datos Generales</b>	
<b>Municipio:</b>	Chiltupán
<b>Nombre del representante del CDT:</b>	Julio Santos
<b>Nombre del CDT</b>	Comité de desarrollo turístico del Zonte
<b>Fecha de entrevista:</b>	9 de marzo de 2020

1. ¿Cuál es la estructura organizativa del CDT?

La estructura fundamental son los empresarios representados por la directiva la cual ésta conformada por: son 11 miembros pertenecientes al CDT de playa El Zonte

- **Presidente**
- **Vicepresidente**
- **Secretario**
- **Sindico**
- **Vocales**

2. ¿Cuál es la función principal que el CDT realiza para apoyar e impulsar al turismo del municipio? ¿gestionan capacitaciones?

**Se tienen un plan estratégico el cual cuenta con objetivos, el cual cada uno de estos objetivos ayuda a promover el turismo en playa el zonte.**

3. ¿Cuentan con apoyo de la alcaldía, u organizaciones privadas o gubernamentales en algún sentido? ¿qué clase de apoyo?

- **Se tiene reuniones y planes que puedan potenciar el turismo del municipio, pero nunca se logra concretar nada, ya que muchas veces no toma la iniciativa a alcaldía.**

- Hay algunos proyectos que ofrece la alcaldía, pero son bien pocos, brinda recursos económicos.
  - proyectos que impulsa el CDT y solicita recursos a la municipalidad (proyecto de seguridad en temporada de afluencia de turistas).
4. ¿Cuentan con otras actividades o productos propios del municipio que generen visitas de turistas al municipio? (cultural, religioso, histórico, gastronómico)

**Oferta turística diversa de productos que se encuentre oferta para personas de alto poder adquisitivo y de bajo poder adquisitivo, más que todo gastronómico y hospedajes.**

5. ¿Apoyan a emprendedores locales? ¿qué clase de apoyo les brindan?

**Se le brinda información por si un nuevo empresario quiere brindar un nuevo producto turístico.**

6. ¿han recibido o reciben apoyo del gobierno para el desarrollo del turismo en el municipio? ¿en qué sentido o en recursos han apoyado?
- De momento el único plan es el de surf city que se encuentra en el levantamiento de la información, surf city viene a trabajar con comunidades, se pueden proponer proyectos lo cual les brindas los recursos necesarios para ser implementados.
  - Fomilenio con el trabajo de aguas residuales
  - Otro proyecto de agua potable
7. ¿Según su perspectiva que municipio es más atractivo turísticamente?

**Playa el tunco, y ruta de las flores**

8. ¿Qué medidas implementan para la protección del medio ambiente?

**No hay un plan para la protección de los atractivos turísticos que posee el municipio**

9. ¿existen trabajos a corto plazo (1 año) que se pretenden impulsar o crear en el municipio para aumentar la afluencia turística?

**Existe un plan parcial de ordenamiento, pero directamente para la zona de playa el zonte, cuales son las debilidades que se tienen y como mejorar para atraer más turísticas y oportunidades que puedan beneficiar**

10. ¿manejan estadísticas de cuantos turistas visitan el municipio o los lugares turísticos? ¿Cómo miden ese número de turistas?

**No manejan estadísticas de cuantas personas visitan el municipio o la zona de playa.**

11. ¿Trabaja con tour operadores?, ¿Qué estrategias implementan con tour operadores?

**No, no existe un trabajo con tours operadores.**



12. ¿Qué actividades coordina el CDT para promocionar el municipio?

**Desarrollo demás actividades, como la creación de eventos, por ejemplo, mercado artesanal global en semana santa para atraer más turistas, eventos deportivos competencia de surf y futbol playa. Concurso de murales donde se enseñe lo atractivos que posee el municipio de Chiltiupán en la parte alta, La zona de playa el zonte tiene la apuesta de crear alianzas para poder potenciar el turismo de montaña.**

13. ¿Cómo se logró desarrollo turístico en el municipio?

**Se ha invertido en un tema bohemio, familiar en playa zonte**

14. ¿existe apoyo o programas de parte de la policía nacional civil para la protección del turista?

**Sea aproxima el proyecto de la construcción de un puesto policial en la playa el zonte que beneficiara para darle protección al turista ya que no lo hay, al igual que no hay seguridad para el turista al visitar los diferentes atractivos**

15. ¿Según su punto de vista, que deberían realizar los municipios que aún no han sido desarrollados turísticamente?

- **Lo principal es el apoyo de la municipalidad, porque hay municipios que tienen el territorio y los atractivos, pero no se cuentan con accesos y con seguridad.**
- **CDT deberá gestionar con entidades y organizaciones que impulsan el turismo.**
- **El apoyo de los empresarios haciendo inversiones a largo plazo.**

16. Dada la situación de emergencia que se vive a nivel mundial, ¿Qué medidas adoptaran como CDT pasada la emergencia, para reactivar las actividades turísticas?

- **Impulsar el turismo interno**
- **Ofrecer un buen servicio**

Anexo 3. Clasificación de los recursos turísticos

CATEGORIA 1 SITIOS NATURALES					
TIPO : 1.1 Montañas y Cordilleras		TIPO : 1.2 Puna, Altiplano y Valles		TIPO : 1.3 Llanuras	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION
1.1.1 Macizo	Importancia	1.2.1 Mesetas	Importancia / Mitología	1.3.1 Sabanas o Llanos	Importancia / Mitología
1.1.2 Picos / Nevados	Mitología	1.2.2 Valles	Altura, extensión, morfología, clima	1.3.2 Praderas	Altura, extensión, morfología, clima
1.1.3 Volcanes / Nevados	Altura, morfología, clima	1.2.3 Yungas	Flora y fauna	1.3.3 Llamuras selváticas	Paisajes de interés
1.1.4 Glaciales	Pasajes de interés	1.2.4 Abras	Paisajes de interés	1.3.4 Bosques	Caminos y sendas pintorescas
1.1.5 Montes	Caminos o rutas de ascenso	1.2.5 Cañones o desfiladeros	Caminos y sendas pintorescas	1.3.5 Desiertos	Flora y fauna
1.1.6 Lomas o Colinas	Senderos y refugios	1.2.6 Depresiones	Poblados interesantes	1.3.6 Depresiones húmedas	Actividades agropecuarias
1.1.7 Sierras	Áreas con nieve	1.2.7 Salinas	Actividades agropecuarias	1.3.7 Altiplano	Temporada recomendable de visita
1.1.n	Flora y fauna	1.2.n	Temporada de vista recomendable	1.3.8 Efectos ópticos	Temperaturas extremas
	Temporada de visita recomendable		Cambios estacionales	1.3.9 n	
	Temperaturas extremas		Temperatura extremas		
	Actividades posibles de realizar				
TIPO : 1.4 Lagos		TIPO : 1.5 Ríos y caídas de Agua		TIPO : 1.6 Fenómenos Cársticos	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION
1.4.1 Lagos	Importancia	1.5.1 Manantial o fuente	Importancia	1.6.1 Cuevas	Importancia
1.4.2 Lagunas	Paisaje circundante	1.5.2 Riachuelo o arroyo	Tamaño (largo, ancho y caudal)	1.6.2 Cavemas	Dimensiones y conformación geológica
1.4.3 Ciénagas	Extensión, profundidad y clima	1.5.3 Rápidos y cachuelas	Características y calidad del agua	1.6.3 Grutas	Formaciones de interés
1.4.4 Lagos Salinos	Características y calidad de agua	1.5.4 Torrentes	Flora y Fauna	1.6.n	Senderos de recorrido y grado de riesgo
1.4.5 Lagos amargos	Características de las riberas	1.5.5 Cascadas, cataratas o saltos	Paisajes de interés		Temporada de visita recomendable
1.4.6 Lagunas glaciares	Flora y fauna	1.5.6 Riberas	Características de las riberas		Estalactitas y estalagmitas
1.4.7 Bahías	Poblados de sus riberas	1.5.7 Confluencias	Actividades posibles de realizar		
1.4.8 Penínsulas	Islas existentes	1.5.8 Meandros o curvas	Poblados de sus riberas		
1.4.n	Recorridos pintorescos	1.5.9 Yugo de buey	Recorridos pintorescos		
	Actividades posibles de realizar	1.5.n	Temporada de visita recomendable		
	Temporada de visita recomendable				
TIPO : 1.7 Aguas Subterráneas		TIPO: 1.8. Tierras insulares		TIPO:1.9 Lugares de Caza Fotografía y Pesca Deportiva	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION
1.7.1 Aguas minerales frías	Importancia	1.8.1 Islas lacustres	Importancia	1.9.1 Caza fotográfica	Importancia
1.7.2 Aguas termales	Características y calidad del agua	1.8.2 Islas fluviales	Dimensiones	1.9.2 Pesca Deportiva	Tipo de pesca
1.7.3 Fumarolas y géisers	Temperatura	1.8.3 Islas en salinas	Descripción del paisaje	1.9.n	Delimitación del área
1.7.4 Ojos de agua	Propiedades curativas del agua	1.8.n	Flora y fauna		Temporadas de veda
1.7.n	Paisaje circundante				Licencia de operación
	Facilidades para bañarse				Paisaje, Guías especializados.
	Temporada de visita				

TIPO: 1.10 Lugares de Obs. de Flora y Fauna		TIPO : 1.11 Caminos y Senderos Pintorescos		TIPO : 1.12 Áreas Naturales Protegidas	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
1.10.1 Flora 1.10.2 Fauna	Extensión, morfología, clima Importancia Tipo de flora y fauna Época del año en que son visibles los ejemplares Paisajes de interés Recorridos o senderos posibles	1.11.1 Sendas peatonales 1.11.2 Caminos Prehispánicos	Importancia Descripción del recorrido Longitud, puntos de interés y vistas panorámicas Tipo de obra vial Poblados y sitios de interés Paisaje natural y cultural del entorno	1.12.1 Parques Nacionales 1.12.2 Santuarios de Flora y Fauna Silvestre 1.12.3 Monumentos Naturales 1.12.4 Reservas de Vida Silvestre 1.12.5 Áreas Natural de Manejo Integrado 1.12.6 Reservas Naturales de Inmovilización 1.12.7 Reservas Particulares	Importancia Extensión, morfología y clima Flora y fauna Paisajes de interés Especies naturales de mayor interés Sitios de observación de las especies de interés Poblados y sitios de interés cultural Temporada de visita Permisos y autorizaciones de visita Capacidad de carga por temporada Precios para la visita Actividades permitidas
TIPO: 1.13 Formaciones Geológicas y Paleontológicas		TIPO:		TIPO:	
SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
1.13.1 Formaciones rocosas 1.13.2 Sitios o Yacimientos Paleontológicos 1.13.n	Importancia Dimensiones Paisaje Circundante Epocas y proceso de formación Temporada de visita recomendada				

C A T E G O R I A 2 : PATRIMONIO URBANO ARQUITECTONICO Y ARTISTICO MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES					
TIPO: 2.1 Legado Arqueológico		TIPO : 2.2 Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva		TIPO : 2.3 Museos y Salas de Exposición	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
2.1.1 Sitios o conjuntos 2.1.2 Arquitectura y arte 2.1.n	Importancia Antigüedad Originalidad y rareza Superficie que ocupa Valor histórico y cultural Diseño, técnica y material empleado en el monumento u obra Elementos destacables Grado de conservación Entorno paisajístico Valores ambientales Medidas de protección Condiciones de visita Temporada y/o horas de visita	2.2.1 Regiones de interés 2.2.2 Centros poblados y ciudades 2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura 2.2.4 Lugares de interés histórico 2.2.n	Importancia Antigüedad Originalidad y rareza Diseño, técnica y material empleado en el sitio Valor histórico y cultural Valores ambientales Valores Socio Urbanos Muestras relevantes Entorno paisajístico Superficie ocupada Uso original, uso actual Grado de Conservación Medidas de protección Propiedad del sitio de interés Grado de adaptabilidad al turismo Temporada y/o horas de visita	2.3.1 Etnografía y folklore 2.3.2 Arqueológico 2.3.3 Artes 2.3.4 Antropológico 2.3.5 Histórico Cultural 2.3.6 Religioso 2.3.7 Mineralógico 2.3.8 Historia Natural 2.3.9 Salas de Exposición 2.3.n	Importancia Temática central Salas y muestras permanentes Objetos representativos Instalaciones y servicios Días y horarios de visita Precios y facilidades
TIPO: 2.4 Obras de Arte Representativas		TIPO:		TIPO:	
SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
2.4.1 Esculturas, pinturas 2.4.2 Arte rupestre 2.4.3 Murales 2.4.n	Descripción Valor artístico, histórico y cultural Estilo, técnica y material Grado de Conservación Medidas de Protección Días y horarios de visita				

<b>CATEGORIA 3 : ETNOGRAFIA Y FOLKLORE</b>					
<b>TIPO: 3.1 Grupos Etnicos</b>		<b>TIPO : 3.2 Folklore Material Artesania</b>		<b>TIPO : 3.3 Folklore Espiritual Mental</b>	
<b>SUBTIPO</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>
	Importancia Ubicación del Asentamiento Número de componentes Vida, economía y costumbres Vestimenta y utensilios Religión, creencias, cosmovision Relación histórica de su evolución	3.2.1 Cerámica 3.2.2 Tejidos 3.2.3 Metalurgia 3.2.4 Trabajos en cuero 3.2.5 Industrias Líticas 3.2.6 Inst. musicales 3.2.7 Carpintería 3.2.8 Cestería 3.2.9 Bordados 3.2.10 Mascaras 3.2.11 Miniaturas 3.2.12 Imaginería 3.2.13 Joyería 3.2.14 Tocados en pluma 3.2.n	Importancia Lugar de producción Diseño y material Tipo, calidad y presentación Proceso de producción Lugares de venta	3.3.1 Música 3.3.2 Danzas y bailes 3.3.3 Manifestaciones y creencias populares 3.3.4 Magia 3.3.5 Medicina popular 3.3.6 Esoterismo 3.3.n	Importancia Lugar y fecha del acontecimiento Motivo de su realización Descripción de las actividades relevantes Duración Oportunidad de presenciarlos
<b>TIPO: 3.4 Folklore Social</b>		<b>TIPO</b>		<b>TIPO</b>	
<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>
3.4.1 Ferias y mercados 3.4.2 Comidas y bebidas 3.4.n	Importancia Descripción de la producción Tipo, calidad y presentación Características de la producción Instalaciones existentes Principales rasgos relevantes Características de la preparación Duración del evento				

<b>CATEGORIA 4 : REALIZACIONES TECNICAS CIENTIFICAS</b>					
<b>TIPO: 4.1 Explotaciones Mineras</b>		<b>TIPO : 4.2 Explotaciones Agropecuarias</b>		<b>TIPO : 4.3 Explotaciones Industriales</b>	
<b>SUBTIPO</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>
4.1.1 Minas 4.1.2 Lavaderos 4.1.3 Bocaminas 4.1.4 Ingenios 4.1.5 Riberas de ingenios 4.1.6 Explotaciones a cielo abierto 4.1.n	Importancia Descripción del proceso de explotación Equipos e instalaciones principales Senderos y recorridos Horario de visita	4.2.1 Institutos de investigación 4.2.2 Centros de producción 4.2.3 Estaciones experimentales 4.2.n	Importancia Tipos de productos y procesos Instalaciones y equipos Oportunidades de visita Horario de visita	4.3.1 Complejos 4.3.2 Ingenios 4.3.3 Fabricas 4.3.n	Importancia Procesos de producción Aspectos más notables Instalaciones existentes Oportunidades de visita Horarios de visita
<b>TIPO: 4.4 Obras de Ingeniería</b>		<b>TIPO: 4.5 Obras Arquitectónicas actuales</b>		<b>TIPO: 4.6 Centros Científicos y Técnicos</b>	
<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>
4.4.1 Represas 4.4.2 Diques 4.4.3 Acueductos 4.4.4 Puentes 4.4.5 Túneles 4.4.6 Teleféricos 4.4.n	Importancia Autor de la obra Descripción de sus aspectos más relevantes Calidad e importancia de la obra Ubicación	4.5.1 Edificaciones de importancia 4.5.2 Centros de importancia 4.5.3. Complejos recreacionales 4.5.n	Importancia Autor de la obra Descripción de sus aspectos más relevantes Calidad e importancia de la obra Ubicación	4.6.1 Zoológicos, acuarios, mariposarios 4.6.2 Jardín Botánico 4.6.3 Bibliotecas 4.6.4 Observatorios astronómicos	Importancia Descripción Aspectos más notables Instalaciones existentes Condiciones de visita Horarios de visita

<b>CATEGORIA 5 : ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS</b>					
<b>TIPO: 5.1 Artísticos</b>		<b>TIPO : 5.2 Deportivos</b>		<b>TIPO : 5.3 Espectáculos, Congresos y otros</b>	
<b>SUBTIPO</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SUBTIPO:</b>	<b>DESCRIPCION</b>
5.1.1 Expresiones de música y danza contemporánea	Importancia Lugar y fecha de realización	5.2.1 Local	Importancia	5.3.1 Concursos de belleza	Importancia
5.1.2 Festivales de teatro	Descripción general del evento	5.2.2 Nacional	Lugar y fecha de realización	5.3.2 Convenciones y congresos	Lugar y fecha de realización
5.1.3 Festivales de cine	Vestuario e instrumentos utilizados	5.2.3 Internacional	Descripción general del evento	5.3.3 Corridos de toros	Descripción general del evento
5.1.4 Exposiciones de artes	Rituales y actividades principales		Instalaciones existentes	5.3.4 Rodeo	Instalaciones existentes
5.1.5 Carnavales	Instalaciones de realización		Organización y cumplimiento	5.3.5 Ferias Nacionales e Internacionales	Organización y cumplimiento
5.1.6 Fiestas populares y religiosas	Organización y cumplimiento		Condiciones de visita	5.3.n	Calidad y seriedad del evento
5.1.7 Peregrinaciones	Condiciones de visita				Condiciones de visita
5.1.n	Horario de visita				



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



**PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE PARA EL MUNICIPIO DE CHILTIUPAN,  
INTEGRADO A LA ESTRATEGIA NACIONAL SURF CITY**

**ESTUDIO DE MERCADO PARA MUNICIPIO DE CHILTIUPÁN, EN EL DEPARTAMENTO DE  
LA LIBERTAD, EL SALVADOR**

**Encuesta dirigida a: Turistas nacionales (FAMILIA)**

**Objetivo de la encuesta:** Identificar las características y preferencias del segmento de mercado que práctica el turismo, para determinar oportunidades para el desarrollo turístico del Municipio de Chiltiupán en el departamento de La Libertad, El Salvador.

**Departamento de residencia:** \_\_\_\_\_

**Sexo:**

- Masculino
- Femenino

**Edad:**

- Entre 26 y 35 años
- Entre 36 y 50 años
- Mayor a 50 años

**Ocupación:**

- Empleado
- Desempleado
- Jubilado
- Negocio Propio
- Otros, especifique \_\_\_\_\_

**1. ¿Cuántas personas forman parte de su núcleo familiar?**

- De 1 a 3
- De 4 a 6
- Más de 6

**2. Ingresos mensuales de su núcleo familiar**

- Entre \$250y \$350
- Entre \$351 y \$450
- Entre \$451 y \$550
- Entre \$551 y \$650
- Mayores a \$650

**3. ¿Realiza turismo en el interior del país?**

- Si
- No

**4. ¿Con qué frecuencia realiza turismo?**

- De 1 a 2 veces al año
- De 3 a 4 veces al año
- Más de 5 veces al año

**5. ¿Con quién realiza actividades turísticas?**

- Solo
- Grupo familiar
- Amigos
- En Pareja
- Otros, especifique: \_\_\_\_\_

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. **¿Al realizar actividades turísticas, ¿Cuál es el gasto promedio diario del grupo que lo acompaña?**
- Entre \$10 y \$20
  - Entre \$21 y \$50
  - Entre \$51 y \$70
  - Entre \$71 y \$100
  - Más de \$100
8. **¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo? (Puede marcar más de una opción)**
- Semana Santa
  - Vacaciones agostinas
  - Fin de año
  - Días de asueto
  - Fines de semana
  - En cualquier temporada
9. **¿Qué tipo de turismo prefiere realizar? (Puede Marcar más de una opción)**
- Turismo sol y playa
  - Turismo de aventura
  - Turismo de montaña
  - Turismo rural
  - Turismo religioso
  - Turismo en pueblos
  - Turismo cultural
  - Turismo gastronómico
  - Otros, especifique: \_\_\_\_\_
10. **¿Qué busca cuando realiza turismo? (Seleccione una o varias opciones)**
- Paisajes Naturales
  - Buena gastronomía
  - Aventura
  - Conocer cultura del lugar
  - Actividades deportivas
  - Diversión
  - Otros
11. **¿De qué forma realiza turismo? (Puede marcar más de una opción)**
- Por operadores turísticos
  - De forma independiente
  - Por excursiones
12. **¿Qué medio de transporte utiliza cuando realiza turismo?**
- Vehículo particular
  - Transporte público
  - Transporte contratado
13. **¿Por qué medio se informan de los destinos turísticos a visitar? (Puede marcar más de una opción)**
- Televisión
  - Redes sociales
  - Periódicos
  - Radio
  - Otros Especifique: \_\_\_\_\_
14. **Al momento de elegir un destino turístico, ¿Qué factores influyen en su decisión? (Puede marcar más de una opción)**
- Distancia
  - Seguridad
  - Atractivos del lugar
  - Precio Vías de acceso
  - Tipo de turismo que oferta del lugar
  - Limpieza.
15. **¿Qué municipios prefiere para realizar turismo?**

**16. ¿Ha realizado turismo en algún municipio del departamento de La Libertad?** Si su respuesta es No pasar a la pregunta (X), si es Si, pasar a la siguiente pregunta

- Si
- No

**17. ¿En cuáles municipios del departamento de La Libertad ha realizado turismo?** (Puede marcar más de una opción)

- Santa Tecla
- Antiguo Cuscatlán
- Chiltiupán
- Colón
- Comasagua
- Huizúcar
- Jayaque
- Jicalapa
- Nuevo Cuscatlán
- Sacacoyo
- Zaragoza
- Teotepeque
- Talnique
- Tamanique
- San Pablo Tacachico
- San Matías
- San José Villanueva
- Quezaltepeque
- San Juan Opico
- La Libertad
- Ciudad Arce

**18. ¿Ha visitado alguna vez el municipio de Chiltiupán?** Si indica "No", pase a la pregunta (x)

- Si
- No

**19. ¿Cuántas veces ha visitado el municipio de Chiltiupán?** (Seleccione una opción)

- 1 vez
- 2-3 veces
- 4-5 veces
- Mayor a 5 veces

**20. De los siguientes sitios turísticos con los que cuenta Chiltiupán ¿Cuáles visitó?** (Seleccione una o varias opciones)

- Pueblo viejo (sitio arqueológico)
- Cueva El Limón
- Poza las golondrinas
- Cascada los números
- Peña montada
- Cascada los cuyos
- Poza de Pablo Alas
- Posa el Tecolote
- Cueva de Siberia
- Poza la esperanza
- Puentes de Hamaca
- Parroquia Santo Domingo
- Poza Las Golondrinas
- Cascada Las Golondrinas
- Poza el letrero
- Cueva de los ladrones
- Cueva del amor
- Playa El Zonte
- Playa 59

**21. ¿Qué servicios turísticos ha consumido en su/s visita/s a Chiltiupán?** (Seleccione 1 o varias opciones)

- No he consumido ningún servicio turístico
- Alojamiento: Hostales y casa de huéspedes
- Alimentación: Restaurantes, pupuserías, cafeterías y bar
- Otros servicios: Tiendas de artesanías, antojitos



**22. ¿Cómo considera usted que se encuentra la infraestructura vial del municipio de Chilitupán?**

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Pésima

**23. ¿Cómo considera usted que es señalización turística con la que cuenta el municipio de Chilitupán? (Seleccione una opción)**

- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Pésima

**24. ¿Qué otro tipo de actividades o servicios le gustaría encontrar y disfrutar en el municipio de Chilitupán? (Seleccione una o varias opciones)**

- Servicio de información o guías turísticos en c/u de los atractivos turísticos
- Vida nocturna (discotecas, bares)
- Tuors enfocado al café y el bálsamo
- Camping
- Senderismo y caminatas ecológicas
- Otro tipo de servicios de alimentación (especifique): \_\_\_\_\_
- Otros (especifique): \_\_\_\_\_

**25. ¿Por qué motivos no ha visitado el municipio de Chilitupán? (Seleccione una o varias opciones)**

- No conozco para nada el municipio
- Queda muy lejos de mi lugar de residencia
- No me llama la atención por el momento
- No sé cómo llegar
- No estoy suficientemente informado de los atractivos y servicios turísticos
- Hay otros lugares que me son más atractivos (especifique):- \_\_\_\_\_

**26. ¿Le gustaría visitar el municipio de Chilitupán?**

- Sí
- No

**27. ¿Que sugiere para los sitios turísticos al terminar la emergencia por COVID-19?**

**28. Pasada la emergencia por COVID-19, ¿qué municipios desearía visitar?**

**29. ¿Qué medidas espera tomen las autoridades para el sector turismo luego de la emergencia del COVID-19?**



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



**PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE PARA EL MUNICIPIO DE CHILTIUPAN,  
INTEGRADO A LA ESTRATEGIA NACIONAL SURF CITY**

**ESTUDIO DE MERCADO PARA MUNICIPIO DE CHILTIUPÁN, EN EL DEPARTAMENTO DE LA  
LIBERTAD, EL SALVADOR**

**Encuesta dirigida a:** Turistas nacionales (Jóvenes)

**Objetivo de la encuesta:** Identificar las características y preferencias del segmento de mercado que práctica el turismo, para determinar oportunidades para el desarrollo turístico del Municipio de Chiltiupán en el departamento de La Libertad, El Salvador.

**Departamento de residencia:** \_\_\_\_\_

**Sexo:**

- Masculino
- Femenino

**Edad:**

- Entre 18 y 25 años
- Entre 26 y 35 años

**Ocupación:**

- Estudiante
- Empleado
- Desempleado
- Negocio Propio
- Otros, especifique \_\_\_\_\_

**1. Ingresos mensuales propios**

- Entre \$250y \$350
- Entre \$351 y \$450
- Entre \$451 y \$550
- Entre \$551 y \$650
- Mayores a \$650

**2. ¿Con qué frecuencia realiza turismo?**

- De 1 a 2 veces al año
- De 3 a 4 veces al año
- Más de 5 veces al año

**3. ¿Con quién realiza actividades turísticas?**

- Solo
- Grupo familiar
- Amigos
- En Pareja
- Otros, especifique: \_\_\_\_\_

**4. ¿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

**5. ¿Al realizar actividades turísticas, ¿Cuál es el gasto promedio diario propio?**

- Entre \$10 y \$20
- Entre \$21 y \$50
- Entre \$51 y \$70
- Entre \$71 y \$100
- Más de \$100

**6. ¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo? (Puede marcar más de una opción)**

- Semana Santa
- Vacaciones agostinas
- Fin de año
- Días de asueto
- Fines de semana
- En cualquier temporada

**7. ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar? (Puede Marcar más de una opción)**

- Turismo sol y playa
- Turismo de aventura (agua, tierra, aire)
- Turismo de montaña
- Turismo rural
- Turismo religioso
- Turismo en pueblos
- Turismo cultural
- Turismo gastronómico
- Turismo deportivo
- Turismo de camping
- Necro turismo (cementeros)
- Turismo arqueológico
- Otros, especifique: \_\_\_\_\_

**8. ¿Qué actividades realiza con frecuencia? (Selecciones una o varias opciones)**

- Caminatas por parques o montañas
- Espectáculos artísticos o deportivos
- Discoteca/Bares
- Eventos folklóricos y culturales
- Visitar museos o exposiciones
- Visitar playas y balnearios
- Ir de compras a centros comerciales
- Cine
- Ciclismo
- Turismo ecuestre
- Acampar
- Otras, especifique \_\_\_\_\_

**9. ¿Qué busca cuando realiza turismo? (Seleccione una o varias opciones)**

- Paisajes Naturales
- Buena gastronomía
- Aventura
- Conocer cultura del lugar
- Actividades deportivas
- Diversión
- Otros

**10. ¿De qué forma realiza turismo? (Puede marcar más de una opción)**

- Por operadores turísticos
- De forma independiente
- Por excursiones

**11. ¿Qué medio de transporte utiliza cuando realiza turismo?**

- Vehículo particular
- Transporte público
- Transporte contratado

**12. ¿Por qué medio se informan de los destinos turísticos a visitar?** (Puede marcar más de una opción)

- Televisión
- Redes sociales
- Periódicos
- Radio
- Otros Especifique: \_\_\_\_\_

**13. Al momento de elegir un destino turístico, ¿Qué factores influyen en su decisión?** (Puede marcar más de una opción)

- Distancia
- Seguridad
- Atractivos del lugar
- Precio Vías de acceso
- Tipo de turismo que oferta del lugar
- Limpieza.

**14. ¿Qué municipios prefiere para realizar turismo?**

**15. ¿Ha realizado turismo en algún municipio del departamento de La Libertad?**

- Si
- No

Si su respuesta es No pasar a la pregunta (X), si es Si, pasar a la siguiente pregunta

**16. ¿En cuáles municipios del departamento de La Libertad ha realizado turismo?** (Puede marcar más de una opción)

- Santa Tecla
- Antiguo Cuscatlán
- Chiltiupán
- Colón
- Comasagua
- Huizúcar
- Jayaque
- Jicalapa
- Nuevo Cuscatlán
- Sacacoyo
- Zaragoza
- Teotepeque
- Talnique
- Tamanique
- San Pablo Tacachico
- San Matías
- San José Villanueva
- Quezaltepeque
- San Juan Opico
- La libertad
- Ciudad Arce

**17. ¿Ha visitado alguna vez el municipio de Chiltiupán?** Si indica "No", pase a la pregunta (x)

- Si
- No

**18. ¿Cuántas veces ha visitado el municipio de Chiltiupán?** (Seleccione una opción)

- 1 vez
- 2-3 veces
- 4-5 veces
- Mayor a 5 veces

**19. De los siguientes sitios turísticos con los que cuenta Chilitupán ¿Cuáles visitó? (Seleccione una o varias opciones)**

- Pueblo viejo (sitio arqueológico)
- Cueva El Limón
- Poza las golondrinas
- Cascada los números
- Peña montada
- Cascada los cuyos
- Poza de Pablo Alas
- Posa el Tecolote
- Cueva de Siberia
- Poza la esperanza
- Puentes de Hamaca
- Parroquia Santo Domingo
- Poza Las Golondrinas
- Cascada Las Golondrinas
- Poza el lebrero
- Cueva de los ladrones
- Cueva del amor
- Playa El Zonte
- Playa 59

**20. ¿Qué servicios turísticos ha consumido en su/s visita/s a Chilitupán? (Seleccione 1 o varias opciones)**

- No he consumido ningún servicio turístico
- Alojamiento: Hostales y casa de huéspedes
- Alimentación: Restaurantes, pupuserías, cafeterías y bar
- Otros servicios: Tiendas de artesanías, antojitos

**21. ¿Cómo considera usted que se encuentra la infraestructura vial del municipio de Chilitupán?**

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Pésima

**22. ¿Cómo considera usted que es señalización turística con la que cuenta el municipio de Chilitupán? (Seleccione una opción)**

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Pésima

**23. ¿Qué otro tipo de actividades o servicios le gustaría encontrar y disfrutar en el municipio de Chilitupán? (Seleccione una o varias opciones)**

- Servicio de información o guías turísticos en c/u de los atractivos turísticos
- Vida nocturna (discotecas, bares)
- Tuors enfocado al café y el bálsamo
- Camping
- Senderismo y caminatas ecológicas
- Otro tipo de servicios de alimentación (especifique): \_\_\_\_\_
- Otros (especifique): \_\_\_\_\_

**24. ¿Por qué motivos no ha visitado el municipio de Chiltiupán?** (Seleccione una o varias opciones)

- No conozco para nada el municipio
- Queda muy lejos de mi lugar de residencia
- No me llama la atención por el momento
- No sé cómo llegar
- No estoy suficientemente informado de los atractivos y servicios turísticos
- Hay otros lugares que me son más atractivos (especifique): - \_\_\_\_\_

**25. ¿Le gustaría visitar el municipio de Chiltiupán?**

- Sí
- No

**26. ¿Que sugiere para los sitios turísticos al terminar la emergencia por COVID-19?**

**27. Pasada la emergencia por COVID-19, ¿qué municipios desearía visitar?**

**28. ¿Qué medidas espera tomen las autoridades para el sector turismo luego de la emergencia del COVID-19?**

*Anexo 6 Pregunta base para cálculo de la demanda*

Se realizó un sondeo para poder determinar el promedio de jóvenes que hacen turismo

Al realizar turismo con tus amigos, ¿Cuántos amigos suelen acompañarte?

*Tabla 500. Promedio de jóvenes que realizan turismo*

Rangos	Frecuencia	Porcentaje
2- 3	7	28%
3-4	12	48%
5-6	4	16%
6 o mas	2	8%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Anexo 7 Mesa Plástica plegable

**LIFETIME - MESA PLASTICA PLEGABLE  
ARTICULADA 6 PIES**



- RESISTENTE A LAS MANCHAS
- COMPACTA, FÁCIL DE ARMAR
- DIMENSIONES: 180 X 76 X 73.5 CM

**QUEDAN: 1**

*Ilustración 214 Base para medidas de mesas comedor municipal*

Anexo 8 Silla Plástica Plegable

**LIFETIME - SILLA PLASTICA PLEGABLE  
BLANCA LIFETIME**



- CAPACIDAD DE PESO 350 LB
- IDEAL PARA EXTERIORES
- MEDIDAS: 50 X 45.7 X 86 CM

*Ilustración 215 Base para medidas de sillas comedor municipal*

Anexo 9 Porcentajes de prestaciones laborales para el cálculo de salarios:

Tabla 501 Porcentajes ISSS y AFP

PRESTACION	PORCENTAJE
AFP	7.75%
ISSS	7.5%

Anexo 10 Proveedores para consulta de costos

Tabla 502 Fuente y proveedores cotizados

Tipo	Recurso	Cotizado en
EQUIPO	Computadora Portátil	La curacao
	Impresora Multiuso	La curacao
	Teléfono Celular	Walmart
	Proyector	Office depot

<b>MOBILIARIO</b>	Escritorio personal	EPA
	Silla Ejecutiva	Office depot
	Sillas Plásticas	Vidrí
	Pizarrón	Office depot
	Archivero	Office depot
	Mesa rectangular plástica	Vidrí
	Vitrinas	OLX
	Mamparas	
	Stand para promocionar	
	Binoculares de Moneda	Alibaba
<b>ACCESORIOS DE OFICINAS</b>	Dispensador de Agua	Vidrí
	Fotografías Profesionales (30 fotografías)	Artista Independiente
	Dibujos	
	Cedulas	
	Tijeras	Vidrí
	Papel Bond (Resma)	Walmart
	Plumones de Pizarra	Office depot
	Borrador de pizarra	Office depot
<b>EQUIPO DE MANTENIMIENTO</b>	Escoba	Walmart
	Basurero de Oficina	Office depot
	Trapeador	Walmart
	Rastrillo	Walmart
	Basureros para baño	Office depot
	Cubetas	Walmart
	Dispensador de Jabón	Vidrí
	Machete	EPA
	Basureros para exterior	Vidrí
<b>OBRA CIVIL</b>		Arquitecto



**FUNDACIÓN INTERAMERICANA**  
**SOLICITUD DE DONACIÓN**  
**PRIMERA PARTE: PORTADA**

**Nombre de la organización:** Escriba el nombre legal de la entidad solicitante.

**SIGLA de la organización**

**Título del proyecto:**

**Resumen del proyecto:** (No exceder las 50 palabras)

**Duración:** \_\_\_\_ meses. La duración del apoyo solicitado deberá adecuarse a la naturaleza y complejidad de la actividad propuesta.

**Monto solicitado a la IAF:** US\$ \_\_\_\_\_ (en dólares estadounidenses)

Contraparte del proponente: US\$ \_\_\_\_\_ (en dólares estadounidenses)\*

Otra contraparte: US\$ \_\_\_\_\_ (en dólares estadounidenses)\*

\*La contraparte es la contribución de la organización que está presentando el proyecto ("proponente") o de otras fuentes. La contraparte puede ser en efectivo o en especie, incluyendo, pero no limitado, a tierra, materiales e insumos, infraestructura, personal, oficina, depósito y espacio para reuniones.

Donde obtuvo información sobre la Fundación Inter-Americana (IAF)?

**DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN**

**Dirección:**

Calle: \_\_\_\_\_

Dirección postal (si corresponde): \_\_\_\_\_

Ciudad: \_\_\_\_\_, Provincia (Dpto. /Estado): \_\_\_\_\_

País \_\_\_\_\_ Código postal \_\_\_\_\_

**Teléfono:** \_\_\_\_\_

Códigos de país y área Número

**Teléfono:** \_\_\_\_\_  
 Códigos de país y área      Número

**Celular:** \_\_\_\_\_  
 Códigos de país y área      Número

**Fax:** \_\_\_\_\_  
 Códigos de país y área      Número

**Correo electrónico:** \_\_\_\_\_ (email)

**Persona(s) de contacto de la organización:** Escriba el nombre de la(s) persona(s) principalmente responsable(s) de las comunicaciones con la IAF.

Sr.    Sra.    Srta.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 (apellido)                              (nombre)                              (cargo)

Sr.    Sra.    Srta.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 (apellido)                              (nombre)                              (cargo)

**Año en que se estableció la organización:** \_\_\_\_\_

**Fecha de personería jurídica:** \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_  
 día / mes / año

**Beneficiarios directos:** (número de personas que participarán directamente o se beneficiarán de las actividades del proyecto.

**Beneficiarios indirectos:** (número de personas que se beneficiarán indirectamente de las actividades del proyecto.

**Antecedentes de financiación:** Incluir fuentes, años y montos previamente recibidos, incluyendo donaciones de la IAF (en dólares).

<u>Fuente</u>	<u>Años</u>	<u>Monto</u>
---------------	-------------	--------------

**¿Ha recibido la organización proponente financiación de la IAF en años anteriores?** Si es así, ¿cuándo? **Número del convenio (si está disponible):** \_\_\_\_\_

**Presupuesto Anual/Gastos Operativos para los últimos tres años:** \_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_.

**Antecedentes de la organización:** Breve descripción de la organización solicitante, incluida su misión, estructura (operativa y administrativa), miembros y logros.

**Misión** (No exceder las 50 palabras)

**Estructura administrativa** (Se refiere al liderazgo y la forma organizativa que puede incluir un consejo directivo, una asamblea de socios, un comité fiscal y/o un director ejecutivo; también incluya cómo se toman decisiones, con qué periodicidad, etc.) *Enumere la junta directiva con nombres completos y cargos.*

**Estructura operativa** (Se refiere a la división de trabajo dentro de la organización que puede incluir un equipo educativo, uno de comunicaciones, un departamento administrativo, etc.)

**Membresía** (Sólo para organizaciones que tienen membresía; describa a los miembros, los criterios para ingresar, cuota, etc.)

**Logros organizativos** (Describa el origen de la organización, historia y los logros alcanzados hasta el momento)

**Experiencia relacionada al proyecto** (Describa la experiencia organizativa en las áreas o sectores propuestos por el proyecto)

## FUNDACIÓN INTERAMERICANA

### SEGUNDA PARTE: DESCRIPCIÓN NARRATIVA

La solicitud es el primer paso para establecer una posible relación con la IAF. Ésta es su oportunidad de comunicarnos cómo formuló sus ideas. Por favor, conteste todas las preguntas a continuación.

#### Contexto

1. Describa la comunidad o las comunidades cuya participación se prevé, incluyendo todas las características que usted considere importantes.
2. ¿Cómo se relacionan los miembros o integrantes de la comunidad con su proyecto?
3. ¿Ha trabajado con ellos anteriormente? ¿Cómo y por qué?
4. Identifique el (los) problema(s) objeto de su proyecto (su alcance, naturaleza, causas e impacto social o económico).
5. ¿Cómo se decidió en favor de este enfoque y quiénes participaron en el proceso?

#### Proyecto

6. Describa las actividades que se llevarán a cabo.
7. Explique (narrativamente) su plan de trabajo y proponga un cronograma de actividades.
8. ¿Qué socios participan en este proyecto y qué contribuciones han comprometido?
9. Describa los resultados previstos, tanto a corto como a largo plazo. ¿Cómo sabrá que han sido alcanzados? ¿Cómo serán medidos?
10. ¿Qué hace que su proyecto sea innovador o diferente?
11. Explique por qué su proyecto es factible.
12. Describa las potenciales dificultades del proyecto y la forma en que su organización piensa encararlas.
13. ¿Cómo proseguirán sus actividades cuando cese la financiación de la IAF?

**FUNDACIÓN INTERAMERICANA**

**TERCERA PARTE: PRESUPUESTO**

- El presupuesto del proyecto deberá presentarse en dólares estadounidenses:  
 Fecha: \_\_\_\_\_ Tasa de cambio: \_\_\_\_\_
  - Diligencie por rubro el monto solicitado a la IAF además de las contrapartidas que se requerirán para el proyecto;
  - “Contrapartida del proponente” se refiere a las contribuciones de la organización que está presentando el proyecto;
  - “Contribuciones de los beneficiarios” se refiere a las contribuciones de las personas que se beneficiarán o que participarán en las actividades del proyecto, en el caso que sean diferentes al “Proponente”;
  - “Otras contribuciones” se refiere a los recursos que serán movilizados de otras fuentes para la ejecución del proyecto;
  - Contribuciones en-especie (por ejemplo, bienes, servicios, oficina, espacios para reuniones, depósito, tierras, etc.) deben atribuírseles un valor monetario;
  - Utilice pie de páginas para precisar la fuente de cada contrapartida.
- Identifique por lo menos un sub-rubro (letra) para cada rubro (número) que aplique al proyecto. Encontrará una lista de ejemplos por sub-rubro en la próxima página.
- Tenga en cuenta que los salarios deben incluir todos los beneficios requeridos por la ley.

Partidas presupuestarias	Solicitado a la IAF	Contrapartida del proponente		Contribuciones de los beneficiarios		Otras Contribuciones	
		En efectivo	En efectivo	En especie	En efectivo	En especie	En efectivo
1. Gastos Administrativos a. b. etc.							
2. Construcción a. etc.							
3. Divulgación a. etc.							
4. Equipo a. etc.							
5. Recursos Humanos - Salarios a. etc.							
6. Recursos Humanos – Servicios Contratados							

a. etc.							
7. Recursos Humanos – Servicios Contribuido a. etc.							
8. Capital de inversiones a. etc.							
9. Fondo de préstamos a. etc.							
10. Materiales y suministros a. etc.							
11. Gastos de operación a. etc.							
12. Otros a. etc.							
13. Actividades preliminares a. etc.							
14. Inmuebles a. etc.							
15. Fondo de subdonaciones a. etc.							
16. Capacitación a. etc.							
17. Viajes a. etc.							
<b>TOTAL</b>							

*Anexo 14. Consumo de agua infraestructura turística.*

Mes	Lavado	Limpieza	Comedor	Total litros/mes
Enero	660	4474.4	16800	21934.4
Febrero	340	2237.2	16800	19377.2
Marzo	490	2237.2	16800	19527.2
Abril	2130	4474.4	16800	23404.4
Mayo	330	2237.2	16800	19367.2
Junio	250	2237.2	16800	19287.2
Julio	510	2237.2	16800	19547.2
Agosto	1360	4474.4	16800	22634.4
Septiembre	290	2237.2	16800	19327.2
Octubre	290	2237.2	16800	19327.2
Noviembre	390	2237.2	16800	19427.2
Diciembre	2130	4474.4	16800	23404.4

*Anexo 15 Consumo de agua museo municipal*

Mes	Baño	Limpieza	Total de litros/mes
Enero	1	17250	17415
Febrero	1	11500	11585
Marzo	1	11500	11622,5
Abril	1	11500	12032,5
Mayo	1	11500	11582,5
Junio	1	11500	11562,5
Julio	1	11500	11627,5
Agosto	1	17250	17590
Septiembre	1	11500	11572,5
Octubre	1	11500	11572,5
Noviembre	1	11500	11597,5
Diciembre	1	17250	17782,5

*Anexo 16 Consumo de energía museo municipal*

Equipo	Watts	Horas diarias	Horas mes	Cantidad	kW/hora
Focos	9	6	150	8	10.8
Ventilador	30	6	150	2	9
<b>TOTAL</b>					<b>19,8</b>

Anexo 17 Costos fijos de salarios para museo municipal

Mes	Salario				
	Personas	Salario	AFP	ISSS	Costo Mensual
Enero	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
Febrero	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
Marzo	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
Abril	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
Mayo	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
Junio	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
Julio	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
Agosto	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
Septiembre	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
Octubre	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
Noviembre	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
Diciembre	1	\$ 304,17	\$ 23,57	\$ 22,81	\$ 350,56
<b>Total</b>		<b>\$3.650,04</b>	<b>\$ 282,88</b>	<b>\$ 273,75</b>	<b>\$ 4.206,67</b>

Anexo 18 costos fijos de salarios para unidad de turismo

Mes	Salario				
	Personas	Salario	AFP	ISSS	Costo Mensual
Enero	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
Febrero	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
Marzo	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
Abril	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
Mayo	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
Junio	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
Julio	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
Agosto	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
Septiembre	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
Octubre	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
Noviembre	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
Diciembre	1	\$ 350,00	\$ 27,13	\$ 26,25	\$ 403,38
<b>Total</b>			<b>\$ 325,50</b>	<b>\$ 315,00</b>	<b>\$ 4.840,50</b>



Anexo 19. Costo fijo de salario encargado de promoción del municipio

Mes	Salario				
	Personas	Salario	AFP	ISSS	Costo Mensual
Enero	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
Febrero	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
Marzo	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
Abril	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
Mayo	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
Junio	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
Julio	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
Agosto	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
Septiembre	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
Octubre	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
Noviembre	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
Diciembre	1	\$ 300.00	\$ 23.25	\$ 22.50	\$ 345.75
<b>Total</b>			<b>\$ 279.00</b>	<b>\$ 270.00</b>	<b>\$4,149.00</b>

Anexo 20 Flujo de efectivo mensual para establecer Capital de trabajo.

Se inició con un capital de trabajo de 0 para la primera iteración

Tabla 503 Flujo de efectivo mensual para cálculo de capital de trabajo

Rubro	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Octubre	Nov	Dic
<b>Saldo inicial</b>	\$ -	\$ 908.55	\$ 1,232.64	\$ 2,100.30	\$ 8,634.66	\$ 9,191.24	\$ 9,062.44	\$ 9,587.84	\$ 14,049.40	\$ 14,165.16	\$ 13,201.42	\$ 13,700.83
Ingreso por ventas	\$ 4,235.15	\$ 2,827.37	\$ 3,271.63	\$ 12,527.10	\$ 2,827.37	\$ 2,383.11	\$ 3,715.89	\$ 8,571.70	\$ 2,383.11	\$ 2,383.11	\$ 2,827.37	\$ 12,527.10
Costo de operación	\$ 2,359.61	\$ 1,884.23	\$ 1,777.48	\$ 2,866.09	\$ 1,735.35	\$ 1,889.76	\$ 2,324.33	\$ 2,102.93	\$ 1,733.15	\$ 2,424.46	\$ 1,771.96	\$ 2,336.90
<b>Utilidad de operación</b>	\$ 1,875.54	\$ 943.14	\$ 1,494.15	\$ 9,661.01	\$ 1,092.02	\$ 493.35	\$ 1,391.56	\$ 6,468.77	\$ 649.97	-\$ 41.35	\$ 1,055.41	\$ 10,190.19
Costo de comercialización	\$ 815.91	\$ 572.74	\$ 518.13	\$ 1,074.98	\$ 496.59	\$ 575.57	\$ 797.86	\$ 684.61	\$ 495.46	\$ 849.08	\$ 515.31	\$ 804.29
Costo de administración	\$ 735.56	\$ 711.79	\$ 706.45	\$ 760.88	\$ 704.35	\$ 712.07	\$ 733.79	\$ 722.72	\$ 704.24	\$ 738.80	\$ 706.18	\$ 734.42
Costos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación y amortización	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49
Impuesto sobre la renta (25%)	\$ 81.02	\$ -	\$ 67.39	\$ 1,956.29	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,265.36	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,162.87
Amortización de capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Saldo Final</b>	\$ 908.55	\$ 1,232.64	\$ 2,100.30	\$ 8,634.66	\$ 9,191.24	\$ 9,062.44	\$ 9,587.84	\$ 14,049.40	\$ 14,165.16	\$ 13,201.42	\$ 13,700.83	\$ 20,854.93

A pesar que en la iteración no se cuenta con capital de trabajo el plan puede sostenerse por sí mismo, pero en una situación real de cualquier proyecto, iniciativa o plan la caja siempre se necesita un monto inicial en caja con el propósito de enfrentar imprevistos.

Para la iteración número 2 se asume el capital de trabajo para un mes.

Tabla 504 flujo de efectivo con caja iniciando con capital de trabajo equivalente a 1 mes

Rubro	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Octubre	Nov	Dic
<b>Saldo inicial</b>	<b>\$3,911.07</b>	<b>\$4,819.62</b>	<b>\$5,143.71</b>	<b>\$6,011.37</b>	<b>\$12,545.73</b>	<b>\$13,102.31</b>	<b>\$12,973.51</b>	<b>\$13,498.91</b>	<b>\$ 17,960.47</b>	<b>\$ 18,076.23</b>	<b>\$ 17,112.49</b>	<b>\$ 17,611.90</b>
Ingreso por ventas	\$4,235.15	\$2,827.37	\$3,271.63	\$12,527.10	\$2,827.37	\$2,383.11	\$3,715.89	\$8,571.70	\$ 2,383.11	\$ 2,383.11	\$ 2,827.37	\$ 12,527.10
Costo de operación	\$2,359.61	\$1,884.23	\$1,777.48	\$2,866.09	\$1,735.35	\$1,889.76	\$2,324.33	\$2,102.93	\$ 1,733.15	\$ 2,424.46	\$ 1,771.96	\$ 2,336.90
<b>Utilidad de operación</b>	<b>\$1,875.54</b>	<b>\$943.14</b>	<b>\$1,494.15</b>	<b>\$9,661.01</b>	<b>\$1,092.02</b>	<b>\$493.35</b>	<b>\$1,391.56</b>	<b>\$6,468.77</b>	<b>\$ 649.97</b>	<b>-\$ 41.35</b>	<b>\$ 1,055.41</b>	<b>\$ 10,190.19</b>
Costo de comercialización	\$815.91	\$572.74	\$518.13	\$1,074.98	\$496.59	\$575.57	\$797.86	\$684.61	\$ 495.46	\$ 849.08	\$ 515.31	\$ 804.29
Costo de administración	\$735.56	\$711.79	\$706.45	\$760.88	\$704.35	\$712.07	\$733.79	\$722.72	\$ 704.24	\$ 738.80	\$ 706.18	\$ 734.42
Costos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación y amortización	\$665.49	\$665.49	\$665.49	\$665.49	\$665.49	\$665.49	\$665.49	\$665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49	\$ 665.49
Impuesto sobre la renta (25%)	\$81.02	\$ -	\$67.39	\$1,956.29	\$ -	\$ -	\$ -	\$1,265.36	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,162.87
Amortización de capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Saldo Final</b>	<b>\$4,819.62</b>	<b>\$5,143.71</b>	<b>\$6,011.37</b>	<b>\$12,545.73</b>	<b>\$13,102.31</b>	<b>\$12,973.51</b>	<b>\$13,498.91</b>	<b>\$17,960.47</b>	<b>\$ 18,076.23</b>	<b>\$ 17,112.49</b>	<b>\$ 17,611.90</b>	<b>\$ 24,766.00</b>

Como se muestra contando con un capital de trabajo equivalente a un mes con un monto de \$ 3911.07 correspondiente al mes de enero se puede sostener igualmente el plan de desarrollo Turístico, por lo tanto, se estará trabajando con este monto.

Anexo 21. Ingresos de la Alcaldía de Chiltiupán para el año 2020.

Tabla 505. Ingresos de la alcaldía de Chiltiupán

## SUMARIO DE INGRESOS DE LA ALCALDIA DE CHILTIUPÁN PARA EL AÑO 2020

RUBRO	CLASIFICACION PRESUPUESTARIA DE INGRESOS	TOTAL
11	IMPUESTOS	\$ 48,858.18
12	TASAS Y DERECHOS	\$ 135,961.01
14	VENTA DE BIENES Y SERVICIOS	\$ 10,494.92
15	INGRESOS FINANCIEROS Y OTROS	\$ 38,026.45
16	TRANSFERENCIAS CORRIENTES	\$ 364,287.96
22	TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	\$ 1,502,128.36
31	ENDEUDAMIENTO PUBLICO	
32	SALDOS DE AÑOS ANTERIORES	\$ 467,010.58
<b>TOTAL, INGRESOS</b>		<b>\$ 2,566,767.46</b>

Anexo 22 Primera reunión con el alcalde de Chiltiupán.



*Anexo 23. Entrevista con alcalde de Chilitupán*



*Anexo 24. Entrevista con representante de AMUSDELI*





*Anexo 25. Entrevista con representante de AMUSDELI*



*Anexo 26. Visita a mirador la Peña con alcalde de Chilitupán*



*Anexo 27. Entrevista a representante de CAT, La Libertad*



*Anexo 28. Entrevista con chef de ESCATUR*





*Anexo 30. Entrevista con presidente de CDT de playa El Zonte*



*Anexo 29. Entrevista con presidente del CDT de playa El Tunco*





Anexo 31. Entrevista con director de POLITUR



## GLOSARIO TÉCNICO

- **Actividad turística:** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista.
- **Alojamiento:** Se entiende por actividad turística de alojamiento la ejercida por las empresas que presten servicios de hospedaje al público mediante precio, de forma profesional, bien sea de modo permanente o temporal, con o sin prestación de servicios complementarios.
- **Atractivo turístico:** Valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo.
- **Centro de Amigos del Turista (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.
- **Comité de Desarrollo Turístico (CDT):** Grupos de personas organizadas y representativas de una localidad, cuya principal labor es coordinar la actividad turística en sus localidades, elaborando planes de trabajo encaminados a mostrar la belleza y riqueza de los pueblos a los que pertenecen.
- **Estadísticas De Turismo:** Es una herramienta que se utiliza para el estudio de los fenómenos relacionados con el sector turismo, mediante un conjunto de procedimientos de recolección, procesamiento, clasificación, análisis y difusión de información, para conocer el comportamiento de la actividad turística, describiéndolo cuantitativamente para la toma de decisiones en materia de políticas turísticas.
- **Gasto Turístico:** Total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino.
- **Oferta turística:** Aquella que está compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística. (Organización Mundial de Turismo).
- **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).

- **Promoción Turística:** Implica la difusión de las bondades de la oferta turística hacia los "clientes" potenciales, es decir dar a conocer el producto turístico. Este incluye tanto los atractivos, como actividades turísticas, infraestructura y todo tipo de servicios que dentro del territorio comunal pueden ser de interés para una visita.
- **Recurso turístico:** Son los elementos naturales, culturales, tradiciones, costumbres y acontecimientos que posee una determinada zona o área con potencial que podría captar el interés de los visitantes.
- **Ruta turística:** También conocida como ruta temática, es un recorrido o circuito, terrestre específico (ruta, camino o vía de agua), que permite sobre un ámbito geográfico variable descubrir y apreciar la belleza natural, los productos, la historia, la cultura, el estilo de vida o el folclore de los sitios y lugares visitados o atravesados.
- **Servicio turístico:** Son todos los servicios que el turista requiere y consume mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, otros.