

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



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE
PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA
GUACHIPILÍN Y METAPÁN EN LA CUENCA DEL RÍO
LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO**

PRESENTADO POR:

**JONATHAN HUMBERTO AGUIRRE PENADO
SAMUEL GERARDO MEDRANO RODRÍGUEZ
MERCEDES IVONNE PINEDA CUELLAR**

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

INGENIERO(A) INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, AGOSTO 2021

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 SUSTENTABLE
PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA
GUACHIPILÍN Y METAPÁN EN LA CUENCA DEL RÍO
LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO**

Presentado por:

JONATHAN HUMBERTO AGUIRRE PENADO

SAMUEL GERARDO MEDRANO RODRÍGUEZ

MERCEDES IVONNE PINEDA CUELLAR

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. MANUEL DE JESÚS MAYORGA GARZONA

CIUDAD UNIVERSITARIA, AGOSTO 2021

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. MANUEL DE JESÚS MAYORGA GARZONA

AGRADECIMIENTOS

En este punto de mi vida siento como las cosas se van acomodando poco a poco debido al tipo de decisiones que he tomado en la vida, donde siempre intente escuchar los consejos que se me daban y obedecer instrucciones y reglamentos como parte de una educación. Para ello quiero agradecer principalmente a Dios por estar presente en cada momento y lugar para guiarme, bendecirme, brindarme sabiduría y fortaleza.

Agradezco a mi Abuela Ana Silvia de Cruz siendo una madre en su totalidad para mí, ya que ella ha cuidado de mi desde muy pequeño y me ha brindado el 100% de mis estudios básicos como superiores, siempre confiando en mí y mis capacidades para lograr los objetivos que tenía planteados.

Agradezco a mi madre Elsa Gloria Penado por todo su apoyo incondicional en los problemas y momentos difíciles de mi carrera universitaria, brindándome siempre consuelo y apoyo para seguir adelante sin mencionar que ella cuida regularmente de mí y actualmente es mi compañera por las noches y siempre está pendiente de mi salud y necesidades.

Agradezco a mi hermano Dennis Alexander Aguirre Penado Por todos esos momentos en los cuales su comprensión y apoyo fue una base que me sostuvo para seguir adelante y poder llegar al final de este camino, apoyarme sustancialmente en el desarrollo de mi tesis a través de sus conocimientos en diseño gráfico y Marketing del cual estoy muy orgulloso como su hermano mayor y siempre hemos tratado de cuidarnos juntos.

Quiero agradecer también a mi novia Magali Ramos por apoyar en el desarrollo del Plan y contribuir significativamente a los costos de investigación y apoyar en todo momento al equipo en tareas esenciales para la investigación, se agradece su compañía y buenos deseos.

A nuestro asesor: Ing. Manuel Mayorga, que durante todo este tiempo nos brindó su conocimiento y apoyo, pero sobre todo se le agradece por su paciencia ante el grupo y ser muy comprensivo en temas de responsabilidades y por motivos personales.

A la Alcaldía de Santa Rosa Guachipilín, por brindarnos la oportunidad de realizar nuestro trabajo de grado en beneficio de la comunidad y al Sr. Hugo Besael Flores Magaña por estar pendiente del trabajo que se estaba realizando y por apoyarnos siempre.

Jonathan Aguirre

AGRADECIMIENTOS

Podría decir que este es uno de los momentos más nostálgicos de mi vida, es un recorrido rápido por todo lo que ha pasado alrededor de mí. Entrar a la universidad siendo un niño y salir siendo un adulto y viendo la realidad desde otra perspectiva. Finalizar el grado de Ingeniero Industrial es una de las mejores cosas que me ha pasado.

En primer lugar agradecer a Dios, por protegerme y guiarme durante toda esta aventura como estudiante. Me siento muy afortunado y bendecido, sé que eso no es obra del azar, Dios ha estado a mi lado.

En memoria y agradecimiento de mi madre Elsa Mirian Rodríguez (QEPD, 13 de junio 1962 – 23 de agosto de 2019), quien dio los mejores años de su vida para que sus hijos cumplieran sus sueños. Te agradezco mucho mamá, por tu trabajo, sacrificio y entrega. Aunque los recursos económicos eran pocos, tu amor y apoyo eran ilimitados. Cuánto quisiera que estuvieras acá para que juntos pudiéramos poder compartir esta alegría. Cómo no recordar aquellas noches que te quedabas a mi lado, dándome apoyo en aquella casita de tierra. No me queda duda que desde el cielo me sigues apoyando y este triunfo te lo dedico. ¡Te amo mamá, gracias por todo!

A mi padre Samuel Medrano, quien siempre me ayudó a ser consciente de que como personas somos capaces de lograr lo que nos proponemos. Y a pesar de todas las carencias, tu apoyo ha sido incondicional y estaré siempre agradecido.

A mi hermano Elmer, por ser un pilar importante en mi aprendizaje escolar, fuiste mi primer profesor de lectura y mi primer instructor de matemáticas. A mi hermana Roxana, por siempre mostrar tu empatía y apoyo en este camino. A mis hermanos menores Mirna y Milton, por ser una fuente de inspiración. ¡Todos son una pieza fundamental en mi vida!

A mi abuela María Edelmira, por mostrar su afecto, cariño y preocupación por mí.

A mi novia Delmy, que sin duda alguna su apoyo y valiosos consejos han sido muy importantes en esta última etapa de carrera universitaria. Su respaldo me ha dado el último impulso para culminar esta meta.

A mi compañera de tesis y una de mis mejores amigas Mercedes Pineda, con quien hemos compartido desvelos, preocupación, risas y estrés. Gracias por tu compañerismo y amistad. También a Jonathan, quien fue parte fundamental de nuestro equipo de tesis.

Por último pero no menos importante, a la Universidad de El Salvador, su personal administrativo y staff de docentes, especialmente a todos aquellos que me han ayudado a expandir mi conocimiento incluyendo a nuestro asesor ingeniero Manuel Mayorga. Me llevo los mejores recuerdos, experiencias y enseñanzas de mi Alma Mater. ¡Hacia la Libertad por la Cultura!

Gerardo Medrano

AGRADECIMIENTOS

A mi impulso, mi motivación, mi apoyo incondicional, mi inspiración y el ser más importante en mi vida: Mi madre.. gracias por todo lo que eres y has sido para mí.

A la cosa que me dieron por hermano, el Koala, quien siempre fue un ejemplo a seguir y un gran apoyo(en las buenas y en las malas..).

Al tío Juancho, quien desde pequeña me incentivo a ser fuerte, independiente y profesional; me habría gustado tanto, a pesar de todo, que nos acompañes en este nuevo logro.

A mi familia en general, quien siempre me apoyo incondicionalmente a pesar de las adversidades.

A Robbie, quien me llena de ilusión de seguir creciendo cada día más.

A mis amigos y compañeros de trabajo de grado: Gerardo y Jonathan por que juntos emprendimos este reto y a pesar de las indiferencias, contratiempos y singularidades hemos finalizado con éxito.

A Adiel, quien ha sido un amigo y apoyo importante en este proceso y en mi vida en general.

A mis hijas: Sissi y Natasha por acompañarme en mis noches de desvelo.

A todos, gracias totales.

Ivonne Pineda

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES A NUESTRA CONTRAPARTE.

Nuestros más sinceros agradecimientos a nuestra contraparte, en especial a la alcaldía del municipio Santa Rosa Guachipilín, quienes nos dieron su atención incondicional. Esperamos ver que el municipio pueda ejecutar sus planes y ser un referente de turismo en la región.

A Patricia Guevara, representante de turismo del municipio de Santa Rosa Guachipilín, quien estuvo abierta a guiarnos y mostrarnos el 100% del municipio para poder conocer sus atractivos turísticos a potenciarlos con el presente Plan.

Al alcalde Hugo Flores Magaña, por permitirnos realizar nuestro Trabajo de Graduación.

Jonathan Aguirre

Gerardo Medrano

Ivonne Pineda

CONTENIDO

Introducción	i
Objetivos.....	iii
1. Objetivo General	iii
2. Objetivos Específicos	iii
Alcances y Limitaciones.....	v
1. Alcances.....	v
2. Limitaciones	v
Justificación	vi
Importancia	viii
Metodología general	1
Capítulo I: Marco Conceptual.....	2
1. Definición de los conceptos utilizados en el título del Trabajo de Graduación.	2
1.1. Plan de Desarrollo.....	2
1.2. Plan, Programa, Proyecto, Actividad, Tarea	2
2. Turismo Sustentable (Turismo Sostenible).	3
3. Región Trifinio	5
3.1. Dónde están ubicados.....	5
4. Análisis sobre el turismo sostenible para el desarrollo OMT.....	6
5. Apertura al ingreso de divisas extranjeras.	7
6. El emprendimiento y los encadenamientos productivos.	7
Capítulo II: Marco Contextual.....	9
1. Contexto del Estudio.	9
1.1. Santa Ana.	9
1.2. Santa Rosa Guachipilín.....	9
1.3. Metapán.	10
1.4. Cuadro Resumen de los Índices Municipales.	11
2. Estadísticas sobre el turismo.....	12

2.1. Turismo Internacional.....	12
2.2. Estadísticas de turismo nacional.....	12
2.3. Producto Interno Bruto PIB.....	15
2.4. Empleos.....	16
Capítulo III: Marco Legal.....	17
1. Ley de Turismo.....	17
2. Lineamientos de Turismo en El Salvador.....	17
3. Ley de Medio Ambiente.....	19
4. Ley de La Corporación Salvadoreña de Turismo.....	19
5. Política Nacional de Turismo.....	19
6. Política Nacional de Turismo Sostenible.....	19
Capítulo IV. Diagnóstico.....	20
1. Mercado Consumidor.....	20
1.1. Perfil Preliminar.....	20
1.2. Tipo de Investigación.....	20
1.3. Identificación Y Segmentación Del Mercado Consumidor.....	21
1.4. Ficha del Plan de Muestreo.....	21
2. Mercado Competidor.....	54
2.1. Metodología a seguir.....	54
2.2. Definiciones Generales del Mercado Competidor.....	55
2.3. Tabulación de Informacion de Investigación de Campo y Secundaria.....	55
2.4. Algunos ejemplos de los Competidores Analizados.....	57
2.5. Estrategias del Mercado Competidor.....	65
3. Mercado Distribuidor.....	67
3.1. Esquema Metodológico del abordaje del Mercado Distribuidor.....	68
3.2. Canales de distribución.....	68

3.3.	Modelo gráfico del mercado de distribución aplicado a turismo	70
3.4.	Estudio Del Mercado Distribuidor	71
3.5.	Entrevista a Distribuidores: Tour Operadores.....	72
3.6.	Ejemplo de Distribuidor Analizado: Tour Operadora	76
3.7.	Análisis De Los Resultados Obtenidos De Las 9 Tour Operadoras	77
3.8.	Perfil del Distribuidor	80
3.9.	Estrategias para el Canal de Distribución	80
4.	Mercado de Abastecimiento o Proveedor.....	81
4.1.	Metodología del Mercado Proveedor la Investigación.	81
4.2.	Perfil del Abastecedor (Piscinas).....	84
4.3.	Algunos criterios a considerar para la selección optima de los posibles proveedores.....	84
4.4.	Perfil del Abastecedor (Limpieza.)	85
4.5.	Análisis de Datos y Proyecciones.....	86
4.6.	Estrategias y Recomendaciones.	90
Capítulo V. Planteamiento del Problema y conceptualización de la Solución		91
1.	Cuadro Resumen de los Índices Municipales.	91
2.	Inventario de Recursos Turísticos	91
2.1.	Priorización de Recursos y Atractivos Turísticos	94
Capitulo VI: Conceptualización del Diseño.....		95
1.	Planteamiento del Problema.....	95
1.1.	Análisis del Problema	95
1.2.	Análisis del Marco Lógico	97
1.3.	Árbol de Problemas.....	101
1.4.	Árbol de Objetivos.....	104
1.5.	Análisis de Alternativas.	105
1.6.	Estrategias de Solución.....	107

1.7.	Selección de Alternativas.	111
1.8.	Estructura Analítica del Plan.....	111
1.9.	Conceptualización de la solución.	114
CAPÍTULO VII: DESARROLLO DEL PLAN.....		118
1.	Programa: Diseño del Producto.....	118
1.1.	Introducción.....	118
1.2.	Objetivos del Programa	119
1.3.	Proyecto: Circuito Cultural	120
1.4.	Proyecto de Deportes Extremos.....	128
1.5.	Proyecto: Circuito de Ecoturismo	155
1.6.	Proyecto: Servicios Gastronómicos	168
1.7.	Proyecto: Servicios de Alojamiento.	176
1.8.	Proyecto Integrado para el Manejo de Desechos Sólidos.....	181
2.	Programa: Capacitación y Formación de RRHH.....	194
2.1.	Introducción.....	194
2.2.	Objetivos.	194
2.3.	Proyectos de Capacitación y Formación de RRHH.	195
2.4.	Capacitación en Gestión de Turismo.....	197
2.5.	Capacitación en Gestión de la Calidad.....	201
2.6.	Capacitaciones en Seguridad Ocupacional.	204
2.7.	Comité de Desarrollo Turístico.	208
3.	Programa: Infraestructura y Servicios de Apoyo.....	219
3.1.	Objetivos.	219
3.2.	Proyecto de Infraestructura de Parque Los Ranchos	220
	Proyecto de Infraestructura de Plaza Santa Rosa.....	227
3.3.	Proyecto: Señalización Turística	233

3.4.	Proyecto de Mantenimiento General	247
4.	Programa: Organización.....	248
4.1.	Proyecto de Alianzas Estratégicas.	251
4.2.	Proyecto de Seguridad y Salud Ocupacional.....	253
5.	Programa: Marketing.....	266
5.1.	Objetivos del Programa de Marketing.....	266
5.2.	Proyecto de Marketing Mix.	273
	Programa: Monitoreo y Control.....	277
5.3.	Objetivo del Programa.....	278
5.4.	Proyecto del Programa.....	278
6.	Resumen.....	278
6.1.	Capacidad Instalada.....	278
6.2.	Resumen de Paquetes turísticos	280
6.3.	Descripción general de los programas	284
	Capítulo VIII: Evaluaciones del Plan de Desarrollo Turístico	288
6.4.	Metodología General.....	288
6.5.	Inversiones en el Plan: Inversiones Fijas.....	288
6.6.	Inversiones en el Plan: Inversión Fija Tangible.....	289
6.7.	Inversión Fija Intangible.....	299
7.	Costos Plan, Programa, Proyecto.....	300
7.1.	Resumen de Costos de Inversión Fija y Tangible.....	301
7.2.	Inversión Total.....	301
7.3.	Costos Operativos Fijos.	302
7.4.	Costos operativos variables.....	305
7.5.	Resumen de costos operativos fijos y variable	306
7.6.	Presupuesto de Ingresos y Egresos (Ventas - Costos).....	307
7.7.	Capital de trabajo	310

7.8.	Depreciación de Activos Fijos y Diferidos	311
7.9.	Fuente de Financiamiento del Plan	312
7.10.	Estados Financieros Proforma.....	313
7.11.	Punto de Equilibrio.....	315
8.	Evaluación Económica.....	320
8.1.	TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno.).....	320
8.2.	VAN (Valor Actual Neto.).....	320
8.3.	TIR (Tasa Interna de Rendimiento.)	322
8.4.	TRI (Tiempo de Recuperación de la Inversión.).....	322
8.5.	B/C (Relación Beneficio Costo.)	323
8.6.	Resumen de Evaluación Económica	324
9.	Evaluaciones Financieras.....	324
9.1.	Metodología.	325
9.2.	Razones de Rentabilidad.	325
9.3.	Razones de Actividad.....	327
9.4.	Razones de Apalancamiento.....	328
9.5.	Resumen de Evaluaciones Financieras.....	328
9.6.	Análisis de Sensibilidad.....	329
9.7.	Conclusión General de Análisis de Sensibilidad.	341
10.	Evaluación de Género	342
10.1.	Situación de género a nivel de El Salvador.....	342
10.2.	Situación de Genero a nivel de Región Trifinio	343
10.3.	Contribución del plan a la igualdad de género en el municipio.....	345
11.	Evaluación Socioeconómica	346
11.1.	Aspectos económicos.....	346
11.2.	Aspectos sociales	348

11.3.	Impactos negativos del plan en términos socio económicos	349
11.4.	Implementación de ODS.....	349
11.5.	Impacto Social del Turismo.....	356
11.6.	Resumen de evaluación socioeconómica de los factores positivos:.....	356
12.	Evaluación Ambiental	357
12.1.	Generalidades	357
12.2.	¿Por qué tener en cuenta el impacto ambiental?	357
12.3.	Definición.....	357
12.4.	Objetivos.....	358
12.5.	Evaluación	358
12.6.	Parámetros	360
12.7.	Turismo Sustentable	367
Capítulo IX: Administración del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable		369
1.	Planificación de la implantación.....	369
1.1.	Metodología General.....	369
Capítulo X: Administración del Proyecto.....		385
2.	Organización de la Administración del Proyecto	385
2.1.	Organigrama	385
2.2.	Manuales para la administración de la propuesta.....	387
Conclusiones		397
Recomendaciones		399
Bibliografía.....		400
Anexos.....		405
Glosario		406

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1 Metodología General.....	1
Figura 2 Descripción jerárquica de plan, programa, proyecto, actividades y tareas.	3
Figura 13 Impactos del Turismo.....	6
Figura 16: Municipios de Santa Ana.....	9
Figura 17: Escudo Santa Rosa Guachipilín.....	10
Figura 34 Criterios de Aplicación de encuesta	22
Figura 39 Metodología Mercado Competidor	54
Figura 42 Competidor Parque Acuático Apuzunga.....	57
Figura 51 Competidor Parque Acuático Sihuatehuacán	61
Figura 55 Estrategias del Mercado Competidor	65
Figura 56 Metodología Mercado Distribuidor.....	68
Figura 58 Esquema representativo de los canales de distribución.	69
Figura 59 Canales de distribución en turismo.....	70
Figura 60 Esquema de los intermediarios comerciales en turismo.....	71
Figura 61 Fuentes de información sobre la investigación del mercado.	71
Figura 62 Elaboración propia con base a estudio de campo.	79
Figura 63 Metodología de Aplicación Mercado Abastecedor.....	82
Figura 113: Esquema del Programa de Marketing para el Plan de Desarrollo Turístico.	266
Figura 116: Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).....	349
Figura 117: Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	350

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro Resumen de Inventarios Municipales.	11
Tabla 2: Contribución al PIB salvadoreño, dato preliminar; fuente: BCR-CORSATUR.	16
Tabla 3: Normas de Turismo en El Salvador.	17
Tabla 4: Perfil Preliminar del Consumidor.	21
Tabla 5: Ocupación de Hogares por Departamento.	23
Tabla 6: Niveles de Pobreza Extrema y Relativa por departamento.	24
Tabla 7: Segmentación Departamental de la Muestra.	26
Tabla 8: Modelo para la recolección de datos Jóvenes.	27
Tabla 9: Modelo para la recolección de datos Adultos.	28
Tabla 10: Modelo para la recolección de Datos Instituciones.	28
Tabla 11: Modelo para la Tabulación y esquematización de la información.	29
Tabla 12 Check list empleada para competidores.	56
Tabla 13 Evaluación competidores.	57
Tabla 14 Viajes hacia fuera del país.	78
Tabla 15 Viajes dentro del país.	78
Tabla 16: Perfil del Abastecedor en Piscinas.	85
Tabla 17: Aplicación de Abono en Superficies Irregulares.	88
Tabla 18: Aplicación de Herbicidas en Superficies Irregulares.	88
Tabla 19: Aplicación de Insecticidas según Químico Activo.	89
Tabla 20 Cuadro Resumen de los Índices Municipales.	91
Tabla 21 Inventario Turístico.	94
Tabla 22 Priorización.	94
<i>Tabla 23: Matriz de Involucrados.</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 24: Ponderación de la Solución.</i>	<i>110</i>

<i>Tabla 25: Filtros de Alternativa de Solución</i>	110
Tabla 26: Descripción de los Programas.....	117
Tabla 27: Características del Ciclo de Vida Del Producto.	120
Tabla 28: Lineamientos Estratégicos según el ciclo de vida.....	120
Tabla 29: Matriz de Criterios	122
Tabla 30: Matriz de Evaluación de Criterios Culturales.	122
<i>Tabla 31: Itinerario de Recorrido Turístico Cultural</i>	125
<i>Tabla 32: Recursos Humanos para Circuito Cultural</i>	125
<i>Tabla 33: Recursos Materiales para Circuito Cultural</i>	125
<i>Tabla 34: Resumen de Costos Circuito Cultura</i>	125
<i>Tabla 35: Capacidad de Carga Física Máxima Diaria</i>	127
<i>Tabla 36: Capacidad de Carga Física Real Diaria</i>	127
<i>Tabla 37: Recursos Humanos para Canopy</i>	131
Tabla 38: Materiales de Construcción para Canopy.	131
<i>Tabla 39: Equipos de Protección Canopy</i>	133
<i>Tabla 40: Resumen de Costos Canopy</i>	136
<i>Tabla 41: Proceso de Prestación del Servicio de Canopy</i>	138
Tabla 42: Actividades para Canopy.....	139
<i>Tabla 43: Tabla de Edades para Practicar Rafting</i>	141
<i>Tabla 44: Recursos Humanos para Muelle Rafting</i>	145
<i>Tabla 45: Recursos Materiales de Construcción para Muelle</i>	145
<i>Tabla 46: Equipos de Protección Personal Rafting</i>	146
<i>Tabla 47: Resumen de Costos Rafting</i>	147
<i>Tabla 48: Proceso de Prestación de Servicios Rafting</i>	151
<i>Tabla 49: Costo Total de Atractivos en Circuito Extremo</i>	153
<i>Tabla 50: Itinerario de Actividades para Circuito Deportivo</i>	154

Tabla 51: Criterios de evaluación como Destinos Ecoturísticos.	155
Tabla 52: Evaluación de atractivos ecoturísticos.....	156
<i>Tabla 53: Ficha Técnica para el Circuito Campiña Viva</i>	157
Tabla 54: Ficha Técnica para la Ruta Verde	158
Tabla 55: Ficha Técnica para la Ruta Fresca.....	159
<i>Tabla 56: Resumen de Costos</i>	162
Tabla 57: Costos Circuito Eco-Turístico	163
<i>Tabla 58: Capacidad de Carga Física Máxima Diaria</i>	164
Tabla 59: Calculo NG.....	165
Tabla 60: Calculo P.....	165
Tabla 61: Calculo Mix	166
Tabla 62: Calculo FC	166
Tabla 63: Calculo CCR	167
Tabla 64: Tamaño Circuitos Eco-Turísticos.....	167
Tabla 65: Produccion de miel artesanal	168
Tabla 66: Ficha Técnica Produccion de queso artesanal.	169
Tabla 67: Produccion de Quesadilla artesanal	170
Tabla 68: Restaurantes de comidas típicas.....	171
Tabla 69: Insumos mensuales Gastronómicos.....	175
Tabla 70: Mano de Obra	176
<i>Tabla 71: Propuesta de servicios de alojamiento y capacidad instalada.</i>	177
<i>Tabla 72: Mano de obra para la implementación del Proyecto de Alojamiento</i>	180
<i>Tabla 73: Principales actividades del Proyecto de Alojamiento.</i>	180
<i>Tabla 74: Composición de los desechos obtenidos en estudios realizados. Fuente: TRIANGLE INSTITUTE (RTI Internacional)</i>	184
<i>Tabla 75: Distribución típica de componentes en los DSU domésticos para países de Bajo, Medio y Altos Recursos.</i>	184

<i>Tabla 76: Características de los Residuos Sólidos.....</i>	<i>185</i>
<i>Tabla 77: Tipología Municipal</i>	<i>187</i>
<i>Tabla 78: Costos Promedio por Tonelada Recolectada</i>	<i>187</i>
<i>Tabla 79: Consideraciones Legales para la Recolecta de DSU.</i>	<i>189</i>
<i>Tabla 80: Características Principales de Limpieza Pública</i>	<i>189</i>
<i>Tabla 81: Proceso de Desarrollo en disposición final de Desechos en ciudades.....</i>	<i>191</i>
<i>Tabla 82: Requerimientos de Personal para Manejo de Desechos Solidos.....</i>	<i>191</i>
<i>Tabla 83: Requerimientos de Materiales y Equipos</i>	<i>192</i>
<i>Tabla 84: Requerimientos Totales para el Manejo de Desechos Sólidos.</i>	<i>193</i>
<i>Tabla 85: Matriz del Ciclo de la Capacitación.....</i>	<i>196</i>
<i>Tabla 86: Lista de Asistencias a Talleres</i>	<i>199</i>
<i>Tabla 87: Matriz Didáctica de Capacitaciones en Gestión Turística.</i>	<i>200</i>
<i>Tabla 88: Requerimientos para el Proyecto de Capacitación en Gestión Turística.....</i>	<i>201</i>
<i>Tabla 89: Cupos Disponibles de Capacitaciones en Desarrollo Turístico.</i>	<i>201</i>
<i>Tabla 90: Capacitación en Gestión de Turismo.....</i>	<i>201</i>
<i>Tabla 91: Matriz Didáctica de Capacitaciones en Gestión de la Calidad.</i>	<i>204</i>
<i>Tabla 92: Requerimientos para el Proyecto de Gestión de la Calidad.....</i>	<i>204</i>
<i>Tabla 93: Cupos Disponibles en Capacitación en Gestión de la Calidad</i>	<i>204</i>
<i>Tabla 94: Requerimientos para los Proyectos de Higiene y Seguridad Ocupacional.....</i>	<i>207</i>
<i>Tabla 95: Cupos Disponibles para Higiene y Seguridad Ocupacional.....</i>	<i>207</i>
<i>Tabla 96: Personal de la Asamblea General.....</i>	<i>209</i>
<i>Tabla 97: Departamentalización Propuesta para CDTG.....</i>	<i>209</i>
<i>Tabla 98: Áreas Propuestas CDTG.....</i>	<i>210</i>
<i>Tabla 99: Matriz de Relaciones para CDTG.....</i>	<i>212</i>
<i>Tabla 100: Matriz de Motivos Relacionales CDTG</i>	<i>212</i>
<i>Tabla 101:Hoja de Trabajo.....</i>	<i>213</i>

<i>Tabla 102: Área Modular CDTG.....</i>	214
<i>Tabla 103: Resumen de Requerimientos Humana.....</i>	218
<i>Tabla 104: Capacidad de Carga Turística Física Instantánea.....</i>	222
<i>Tabla 105: Capacidad de Carga Física Diaria.....</i>	222
<i>Tabla 106: Capacidad de Carga Turística Real.....</i>	224
<i>Tabla 107: Capacidad de Carga Real Diaria.....</i>	224
<i>Tabla 108: Capacidad de Carga Turística Efectiva Instantánea.....</i>	225
<i>Tabla 109: Capacidad de Carga Turística Efectiva Diaria.....</i>	226
<i>Tabla 110: Resumen de los Costos de Inversión.....</i>	226
<i>Tabla 111: Costo estimados de construcción para la Plaza Santa Rosa (A).</i>	231
<i>Tabla 112: Costo estimados de construcción para la Plaza Santa Rosa (B).</i>	232
<i>Tabla 113: Costo estimados de construcción para la Plaza Santa Rosa (C).</i>	233
<i>Tabla 114: Clasificación de Señales Turísticas Terrestres por su Tipo.....</i>	234
<i>Tabla 115: Clasificación de Señales Turísticas Terrestres por su Tipo.....</i>	234
<i>Tabla 116: Elementos de Señalización Turística Series A y B.</i>	236
<i>Tabla 117: Señalización Preventiva Propuesta.....</i>	238
<i>Tabla 118: Señalización Restrictiva Propuesta.....</i>	239
<i>Tabla 119: Señalización Informativa Propuesta.....</i>	241
<i>Tabla 120: Señalización Complementaria Propuesta.....</i>	242
<i>Tabla 121: Resumen de Señalización Turística.....</i>	242
<i>Tabla 122: Señalización informativa Vial Propuesta.....</i>	244
<i>Tabla 123: Señalización Vial de Ubicación.....</i>	245
<i>Tabla 124: Recursos Humanos para Señalización.....</i>	246
<i>Tabla 125: Costo de Señales Prediseñadas.....</i>	246
<i>Tabla 126: Costos de Señalización Propuesta de Diseño.....</i>	246
<i>Tabla 127: Actividades para Proyecto de Señalización.....</i>	246

Tabla 128: Costo Anual de Mantenimiento.....	247
Tabla 129: Costeo de los principales equipos para el Proyecto de Organización.....	249
Tabla 130: Mano de Obra del Proyecto de Organización.....	250
Tabla 131: Principales actividades del Proyecto de Organización.....	250
Tabla 132: Tipos de Alianzas Estratégicas.....	251
Tabla 133: Resultados esperado de las Alianzas Estratégicas.	252
Tabla 134: Costeo de los principales equipos requeridos para el Proyecto de Alianzas Estratégicas.....	252
Tabla 135: Mano de obra requerida para la implementación del Proyecto de Alianzas Estratégicas.....	252
Tabla 136: Requerimientos Generales del Elemento 1 del PGPRLT.....	254
Tabla 137: Metas propuestas anualmente en Seguridad y Salud Ocupacional.	256
Tabla 138: Propuesta de logotipo 1.....	267
Tabla 139: Propuesta de logotipo 2.....	267
Tabla 140: Propuesta de logotipo 3.....	267
Tabla 141: Isotipo propuesto para la marca del Plan de Desarrollo Turístico.	268
Tabla 142: Propuesta de isotipo para sellos y publicidad monocromática 1.	269
Tabla 143: Propuesta de isotipo para sellos y publicidad monocromática 2.	269
Tabla 144: Costeo de los principales equipos requeridos para el Proyecto de Alianzas Estratégicas.....	272
Tabla 145: Mano de obra para la implementación del Proyecto de Marca y Branding.....	272
Tabla 146: Principales actividades del Proyecto de Marca y Branding.....	273
Tabla 147: Análisis FODA para el diagnóstico previo al proyecto de Marketing Mix.....	274
Tabla 148: Estrategias de Marketing Mix enfocadas al producto.....	275
Tabla 149: Estrategias de Marketing Mix enfocadas al precio.....	276
Tabla 150: Estrategias de Marketing Mix enfocadas al plaza (distribución).....	276
Tabla 151: Mano de obra requerida para el Proyecto de Marketing Mix.....	277

Tabla 152: Resumen Capacidad Instalada Alojamiento	278
Tabla 153: Resumen Capacidad Instalada Plaza Gastronómica.....	278
Tabla 154: Resumen Capacidad Instalada Parque Los Ranchos.....	279
Tabla 155: Resumen Capacidad Instalada Deportes Extremos	279
Tabla 156: Resumen Capacidad Instalada Circuitos Culturales	279
Tabla 157: Resumen Capacidad Instalada Circuitos Ecoturísticos.....	280
Tabla 158: Paquete Turístico "SILVER"	280
Tabla 159: Paquete Turístico "Gold"	281
Tabla 160: Paquete Turístico "Diamond 1 persona"	281
Tabla 161: Paquete Turístico "Diamond 1 pareja"	282
Tabla 162: Paquete Turístico "Diamond Grupo 8 personas"	283
<i>Tabla 163: Inventario de circuitos de ecoturismo.</i>	<i>286</i>
<i>Tabla 164: Oferta turística y sus principales gestores.....</i>	<i>287</i>
<i>Tabla 165: Costos de inversión en obra civil para el Parque Los Ranchos.</i>	<i>293</i>
<i>Tabla 166: Costeo por obra civil en Plaza Santa Rosa.....</i>	<i>295</i>
<i>Tabla 167: Costos en insumos para puesta en marcha del Parque Los Ranchos.....</i>	<i>296</i>
<i>Tabla 168: Inversión mobiliario, equipo e insumos deportivos.....</i>	<i>298</i>
<i>Tabla 169: Descripción de equipo necesario para el funcionamiento de la Organización de Plaza Santa Rosa.</i>	<i>298</i>
<i>Tabla 170: Costo por estudio de factibilidad del plan.</i>	<i>299</i>
<i>Tabla 171: Costos de Registro de Comercio y Permisos Ambientales.....</i>	<i>299</i>
<i>Tabla 172: Permisos Ambientales para implementación del Plan.</i>	<i>300</i>
<i>Tabla 173: Costos de Administración del Plan.</i>	<i>300</i>
<i>Tabla 174: Costos Plan, Programa, Proyecto.</i>	<i>300</i>
<i>Tabla 175: Resumen de Costos de Inversión Fija y Tangible.....</i>	<i>301</i>
<i>Tabla 176: Costo Total de Inversión.....</i>	<i>301</i>

Tabla 177: Costos proyectados por insumo de Parque Los Ranchos por 5 años.....	302
Tabla 178: Costo por insumos mensuales Parque Los Ranchos.	302
Tabla 179: Costos y proyecciones por insumos en Plaza Santa Rosa.	303
Tabla 180: Costos Administrativos mensuales.	303
Tabla 181: Proyección de los costos administrativos por 5 años.....	303
Tabla 182: Costos de comercialización en redes sociales.	303
Tabla 183: Proyección de costos por servicios en Parque Los Ranchos.....	305
Tabla 184: Proyección de costos por servicios en Plaza Santa Rosa.	305
Tabla 185: Costos de insumos para prestación de servicio.....	305
Tabla 186: Resumen de costos operativos.	306
Tabla 187: Proyección mensual de ingresos y ventas en Parque Los Ranchos.	307
Tabla 188: Proyección mensual de ingresos y ventas por deportes extremos.....	307
Tabla 189: Proyección de ventas de servicios deportivos por 5 años.....	307
Tabla 190: Proyección mensual de circuitos.	308
Tabla 191: Proyección de ingresos por renta de locales.	308
Tabla 192: Proyección de ingresos por alojamientos.	308
Tabla 193: Proyecciones Generales de ingresos.	308
Tabla 194: Proyección de costos operativos generales.....	309
Tabla 195: Depreciación de activos fijos y diferidos.	311
Tabla 196: Montos FODES a financiar por las municipalidades	312
Tabla 197: Resumen de Interés Bancario Nacional	312
Tabla 198: Detalle de Préstamo.....	313
Tabla 199: Estado de resultados proforma.....	313
Tabla 200: Balance General Proforma para 5 años	315
Tabla 201: Proyección de ventas de los distintos.....	317
Tabla 202: Determinación del nivel de ventas e ingreso en el punto de equilibrio.....	318

<i>Tabla 203: Resumen de Evaluación Económica</i>	324
<i>Tabla 204: Margen de Utilidad Bruta Anual</i>	325
<i>Tabla 205: Margen de Utilidad Operativa Anual</i>	326
<i>Tabla 206: Rendimiento Sobre los Activos Anual</i>	326
<i>Tabla 207: Rendimiento sobre el Capital Anual</i>	326
<i>Tabla 208: Rotación de Activos Totales Anual</i>	327
<i>Tabla 209: Rotación de Activos Fijos Totales Anuales</i>	327
<i>Tabla 210: Razón de Apalancamiento Anual</i>	328
<i>Tabla 211: Resumen de Evaluaciones Financieras</i>	328
Tabla 212: Estado de Resultado Escenario 1	329
Tabla 213: Flujo de Efectivo Escenario 1	329
<i>Tabla 214: Resumen de Evaluación Económica Escenario 1</i>	330
<i>Tabla 215: Resumen de Evaluación Financiera Escenario 2</i>	330
<i>Tabla 216: Estado de Resultado Escenario 2</i>	331
<i>Tabla 217: Flujo de Efectivo Escenario 2</i>	331
<i>Tabla 218: Resumen de Evaluación Económica Escenario 2</i>	332
<i>Tabla 219: Resumen de Evaluación Financiera Escenario 2</i>	332
<i>Tabla 220: Estado de Resultado Escenario 3</i>	333
<i>Tabla 221: Flujo de Efectivo Escenario 3</i>	334
<i>Tabla 222: Resumen de Evaluación Económica Escenario 2</i>	334
<i>Tabla 223: Resumen de Evaluación Financiera Escenario 2</i>	334
Tabla 224: Ponderaciones de Impacto.....	337
<i>Tabla 225: Estado de Resultado Escenario 4</i>	338
<i>Tabla 226: Flujo de Efectivo Escenario 4</i>	339
<i>Tabla 227: Resumen de Evaluación Económica Escenario 2</i>	339
<i>Tabla 228: Resumen de Evaluación Financiera Escenario 2</i>	340

Tabla 229: población rural por sexo y situación de pobreza (2015).....	343
Tabla 230: Empleos generados en la Administración del Proyecto	346
Tabla 231: Empleos generados con el Plan	346
Tabla 232: Atractivos Turísticos	347
Tabla 233: Recursos con potencial turístico.....	347
Tabla 234: Anuario Estadístico de Homicidios 2014-frecuencia de homicidios	348
Tabla 235: Resumen evaluación socioeconómica.....	356
Tabla 236: Criterios de evaluación ambiental.....	361
Tabla 237: Rangos de calificación de la evaluación ambiental.....	362
Tabla 238: Desagregación del plan para realizar evaluación ambiental	362
Tabla 239: Identificación de los impactos ambientales.....	364
Tabla 240: Evaluación de los impactos	365
Tabla 241: Duración y costos de paquete Trámites Legales y Organización.....	377
Tabla 242: Duración y costos de paquete Contrataciones	377
Tabla 243: Duración y costos de paquete Obra Civil.....	378
Tabla 244: Duración y costos de paquete Infraestructura Rafting y Canopy	379
Tabla 245: Duración y costos de paquete Señalización	379
Tabla 246: Duración y costos de paquete Mobiliario, Equipo y Materiales	379
Tabla 247: Duración y costos de paquete Instalación	380
Tabla 248: Duración y costos de paquete Personal de operación y Capacitación.....	380
Tabla 249: Duración y costos de paquete Prueba piloto y evaluación de Resultados	380
Tabla 250: Actividades y Precedencias del Proyecto	381
Tabla 251: Presupuesto por entregables.....	384
Tabla 252: Salario Mensual de implantación.....	384
Tabla 253: Presupuesto total para la implantación del Plan	384

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Llegada de Visitantes Internacionales.....	13
Gráfico 2: Porcentaje de llegada de visitantes por vía aérea y terrestre.....	13
Gráfico 3: Porcentajes de llegada de visitantes vía terrestre por las distintas fronteras.....	14
Gráfico 4: Participaciones de llegada de turistas según región de procedencias.....	14
Gráfico 5: Llegada de turistas según nacionalidad.	14
Gráfico 6: Llegada de turistas según nacionalidad.	15
Gráfico 7: Salidas de salvadoreños hacia otros destinos.	15
Gráfico 8: Estimación de empleos generados por el sector turismo, según el Ministerio de Turismo.....	16
Gráfico 9: ¿Cuándo y dónde fue la última vez que visito algún destino turístico?.....	30
Gráfico 10: ¿Cuándo y dónde fue la última vez que visito algún destino turístico?.....	31
Gráfico 11: ¿Qué le motiva a realizar turismo? (Jóvenes).....	31
Gráfico 12: ¿Qué le motiva a realizar turismo? (Adultos)	32
Gráfico 13:¿ Cómo prefiere realizar el turismo? (Jóvenes).....	32
Gráfico 14: ¿Cómo prefiere realizar el turismo? (Adultos).....	33
Gráfico 15: ¿De cuántas personas es el grupo con el que realiza turismo? (Jóvenes).....	33
Gráfico 16: ¿De cuántas personas es el grupo con el que realiza turismo? (Adultos)	34
Gráfico 17: ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente para visitar los destinos turísticos? (Jóvenes)	34
Gráfico 18: ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente para visitar los destinos turísticos? (Adultos)	35
Gráfico 19: ¿En el periodo de un año, con qué frecuencia suele realizar turismo?	35
Gráfico 20: ¿En el periodo de un año, con qué frecuencia suele realizar turismo?	36
Gráfico 21: ¿En qué temporadas del año prefiere realizar turismo? (Jóvenes)	36
Gráfico 22: ¿En qué temporadas del año prefiere realizar turismo? (Adultos).....	37
Gráfico 23: ¿Cuál es la duración promedio de sus paseos turísticos? (Jóvenes).....	37

Gráfico 24: ¿Cuál es la duración promedio de sus paseos turísticos? (Adultos)	38
Gráfico 25: Al realizar actividades turísticas, ¿Cuál es el gasto promedio que tiene en cada salida? (Jóvenes).....	38
Gráfico 26: Al realizar actividades turísticas, ¿Cuál es el gasto promedio que tiene en cada salida? (Adultos)	39
Gráfico 27: ¿A qué destina su presupuesto en cada viaje? Puede marcar más de una opción (Jóvenes).....	39
Gráfico 28: ¿A qué destina su presupuesto en cada viaje? Puede marcar más de una opción (Adultos)	40
Gráfico 29: ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar? (Jóvenes)	40
Gráfico 30: ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar? (Adultos)	41
Gráfico 31: Al momento de elegir un destino turístico ¿Qué factores influyen en su decisión? (Jóvenes).....	41
Gráfico 32: Al momento de elegir un destino turístico ¿Qué factores influyen en su decisión? (Adultos)	42
Gráfico 33: ¿En qué lugares o municipios suele realizar turismo normalmente?	42
Gráfico 34: ¿En qué lugares o municipios suele realizar turismo normalmente? (Adultos)..	43
Gráfico 35: ¿Ha visitado la cuenca del Río Lempa, entre los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán? (Jóvenes).....	43
Gráfico 36: ¿Ha visitado la cuenca del Río Lempa, entre los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán? (Adultos)	43
Gráfico 37: Mencione los atractivos turísticos y otros aspectos que más captaron su atención en su visita al Rio Lempa y sus alrededores (Jóvenes).....	44
Gráfico 38: Mencione los atractivos turísticos y otros aspectos que más captaron su atención en su visita al Rio Lempa y sus alrededores (Adultos)	44
Gráfico 39: En cuanto a turismo, ¿Qué aspectos esperaría que cambiaran en la zona? (Jóvenes).....	45
Gráfico 40: En cuanto a turismo, ¿Qué aspectos esperaría que cambiaran en la zona? (Adultos)	45
Gráfico 41: ¿Alguna vez ha visitado un parque turístico, recorrido o Miradores?	46
Gráfico 42: ¿Alguna vez ha visitado un parque turístico, recorrido o Miradores? (Adultos) .	46

Gráfico 43: ¿Qué tan satisfactoria fue su estadía en estos destinos? (Jóvenes).....	46
Gráfico 44: ¿Qué tan satisfactoria fue su estadía en estos destinos? (Adultos).....	46
Gráfico 45: Si visitara un destino turístico como parques recreativos o Miradores, ¿Qué servicios le gustaría encontrar dentro de las instalaciones? (jóvenes)	47
Gráfico 46: Si visitara un destino turístico como parques recreativos o Miradores, ¿Qué servicios le gustaría encontrar dentro de las instalaciones? (Adultos).....	47
Gráfico 47: ¿Qué otros complementos le gustaría encontrar en su destino turístico? (jóvenes).....	48
Gráfico 48: ¿Qué otros complementos le gustaría encontrar en su destino turístico?	48
Gráfico 49: ¿Preferirían un paquete todo incluido o todo por Separado? (jóvenes).....	49
Gráfico 50: ¿Preferirían un paquete todo incluido o todo por Separado? (Adultos)	49
Gráfico 51: ¿Cuánto estarían dispuesto a pagar por un paquete turístico todo incluido? (jóvenes).....	49
Gráfico 52: ¿Cuánto estarían dispuesto a pagar por un paquete turístico todo incluido? (Adultos)	50
Gráfico 53: ¿Por qué medios se informa de los destinos turísticos a los que suele viajar? (jóvenes).....	50
Gráfico 54: ¿Por qué medios se informa de los destinos turísticos a los que suele viajar? (Adultos)	50
Gráfico 55: ¿Suele apoyar el turismo nacional o extranjero? (jóvenes).....	51
Gráfico 56: ¿Suele apoyar el turismo nacional o extranjero? (Adultos)	51
Gráfico 57: SEXO (jóvenes).....	51
Gráfico 58: SEXO (Adultos)	51
Gráfico 59: Edad (jóvenes).....	52
Gráfico 60: Edad (Adultos).....	52
Gráfico 61: Ocupación (jóvenes)	52
Gráfico 62: Ocupación (Adultos)	52
Gráfico 63: Estado Civil (jóvenes)	53
Gráfico 64: Estado Civil (Adultos).....	53

Gráfico 65: Nivel de Ingresos (jóvenes).....	53
Gráfico 66: Nivel de Ingresos (Adultos).....	53
Gráfico 67: Residencia (jóvenes)	54
Gráfico 68: Residencia (Adultos).....	54
Gráfico 69: Análisis de Tour Operadoras.	77
Gráfico 70: Viajes dentro del país.	78
Gráfico 71: Gráfica tomada de la encuesta a mercado consumidor.	79
Gráfico 72: Vida Útil de Bombas para Piscinas	86
Gráfico 73: Dosificaciones de Agentes Químicos en Piscinas.....	87
Gráfico 74 Ventas de alimentos preparados	89

INTRODUCCIÓN

El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de El Salvador. A los excelentes atractivos naturales de nuestro país, como playas paradisíacas, un excelente clima tropical y paisajes exuberantes, se une un importante patrimonio arqueológico y ecológico, con vestigios coloniales y precolombinos, además de reservas nacionales. Uno de sus mayores atractivos turísticos, El Río Lempa con vertiente al Océano Pacífico es el más largo de Centroamérica, su cuenca abarca tres países: Guatemala, Honduras y El Salvador, nace entre las montañas volcánicas de las mesetas centrales de la región a una elevación aproximada de un mil 500 metros sobre el nivel del mar (msnm) en el Departamento de Chiquimula en Guatemala, ingresando a El Salvador al noreste del Departamento de Chalatenango y desemboca en la planicie costera del Océano Pacífico, entre los Departamentos de San Vicente y Usulután.

Es este atractivo el que brinda a los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán una oportunidad de explotación turística increíble, la cual se busca aprovechar a través de diferentes estrategias que permitan su explotación de manera sostenible con el medio ambiente, respetando su diversa flora y fauna que los hacen únicos.

Merece resaltar el contenido que, expuesto en este documento, el cual está estructurado por etapas, cada una integrada en capítulos, divididos en sub capítulos, los cuales se describen a continuación:

Etapas de Diagnóstico: En esta etapa se hace un análisis del marco contextual, marco jurídico, marco teórico conceptual, que muestra la definición, importancia y clasificación del turismo; además se enlista el marco legal, donde se analizan todas las normas y leyes relacionadas con el turismo y los servicios relacionados a este contemplados en el presente plan. Luego se brinda una breve historia del turismo y su evolución en el país, se analizan las diferentes rutas turísticas con las que cuenta el país. En el capítulo VI, se hace un estudio del mercado consumidor, competidor, distribuidor y abastecedor para establecer las estrategias que permitan el posicionamiento en el mercado y comprender que es lo que quiere el consumidor y brindar una mejor oferta turística.

Etapas de Diseño: En la etapa de diseño, se analizan y presentan todos los componentes del plan de desarrollo turístico, el cual se desglosa en programas, proyectos y actividades, todos estos encaminados a impulsar el desarrollo turístico de la microrregión. Además, esta etapa de diseño contiene de manera general; toda la metodología para la elaboración del diseño, la conceptualización del diseño, las directrices de capacitación para así, establecer y estandarizar cada una de las actividades a desarrollar en pro del desarrollo de cada uno de los programas propuestos. Luego, se expone una propuesta estratégica donde se detallan los objetivos del plan, las directrices estratégicas y los programas y proyectos con los que se contará.

Posteriormente sigue el desarrollo de los diferentes programas de promoción y marketing, mejora en servicios de información turística, programa de accesibilidad e infraestructura

adecuada, programa de desarrollo de producto turístico, programa de calidad turística y sostenibilidad, programa de protección del patrimonio cultural y natural y programa de organización y gestión; con dicho diseño se pretende brindar una herramienta para el logro del desarrollo turístico en la cuenca del Río Lempa, a lo largo de los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán; finalmente se detalla el programa de monitoreo y control donde se establecen las directrices que permitirán el control del desarrollo del plan y garantizar su cumplimiento.

Etapa de Evaluaciones: En esta etapa se presentan y recopilan los costos totales en los cuales se incurrirá para el desarrollo de la propuesta, para determinar la inversión necesaria para su implementación, así como su inversión y capital, también la realización de las evaluaciones económicas, financieras, socio económicas, ambientales y de género; las cuales indican si el proyecto es o no factible. Luego se expone la administración del proyecto propuesta, los costos en la relación a esta y sus tiempos.

OBJETIVOS

1. Objetivo General

Diseñar una propuesta de plan para el desarrollo turístico sustentable para los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán en la cuenca del Rio Lempa y Región Trifinio, que contribuya con la integración y el posicionamiento del turismo ecológico en la mente de los turistas.

2. Objetivos Específicos

- Analizar el marco legal, institucional y normas que regulan la actividad turística en El Salvador, para establecer los requerimientos a los que están sujetos los productos turísticos presentados en la propuesta del plan.
- Identificar las preferencias de turismo que permitan atraer los turistas y posicionar los diferentes atractivos propuestos con los que cuenta la región.
- Analizar el estado actual del sector turismo y sus tendencias a nivel mundial y en El Salvador, para conocer el ámbito en el cual se realizará la propuesta para el desarrollo turístico.
- Realizar un inventario turístico de la región, para conocer los atractivos de mayor potencial turístico, que permitan su explotación y posicionamiento en la mente de los turistas enfocados en el turismo ecológico y de aventura.
- Construir el perfil de turistas actuales y potenciales de, para determinar los segmentos del mercado consumidor al que serán dirigidos los productos turísticos.
- Definir la metodología a seguir para el estudio de la situación actual turística de la cuenca del Rio Lempa en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán y así, determinar la problemática principal que conlleva a dicha situación.
- Determinar el estado actual del sector turismo y sus tendencias a nivel mundial y en El Salvador, para conocer el ámbito en el cual se realizará la propuesta para el desarrollo turístico de la zona de la cuenca del Rio Lempa en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán.
- Categorizar los diferentes atractivos que se encuentran en los municipios de interés para establecer las acciones que permitan que estas formen parte de un mismo producto turístico.
- Interpretar cada una de las preferencias de los consumidores en el ámbito turístico para definir las estrategias en un marketing mix que permitan posicionar la cuenca del Rio Lempa en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán en la mente de los consumidores en el tema de turismo ecológico.
- Establecer el marco legal bajo el cual se rige el turismo en El Salvador, como también otras figuras legales como lo son Normas de Turismo afines al desarrollo del Plan, La Ley de Medio Ambiente, para tener la experticia al momento de establecer las acciones a seguir en el desarrollo del plan.
- Considerar los diferentes competidores de turismo ecológico que contempla una oferta turística directa e indirecta para establecer estrategias que permitan el posicionamiento de la cuenca del Rio Lempa en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán como un destino turístico referente.

- Definir a través de las evaluaciones pertinentes la problemática que frena el desarrollo turístico de la cuenca del río Lempa y establecer las acciones necesarias para potenciar su crecimiento económico y social.
- Identificar los competidores de la oferta turística ecológica, analizar sus mayores atractivos y distintivos y establecer contra cuales destinos y atractivos se competirá.
- Definir la metodología que permita diseñar el plan de desarrollo turístico sustentable, de manera tal que abone al desarrollo tanto turístico, económico, social, cultural a lo largo de la cuenca del Río Lempa en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán.
- Determinar la Capacidad Instalada de los atractivos turísticos enlistados en la etapa de diagnóstico para conocer el grado de cumplimiento de atención de la demanda esperada y establecer las estrategias a implementar a fin de brindar la mejor experiencia a los visitantes.
- Establecer cada uno de los proyectos, objetivos, estrategias y acciones de cada programa que logren impulsar el desarrollo turístico de los municipios pertenecientes a la microrregión, teniendo en cuenta los resultados del diagnóstico.
- Establecer las directrices de monitoreo y control que permitirán la implementación del plan de manera eficaz y eficiente, así como también establecer los indicadores que permitan la evaluación del desarrollo del mismo.
- Diseñar una serie de indicadores, que permita a los administradores del desarrollo del plan en sus tareas de gestión y planificación.
- Establecer indicadores que permitan medir los resultados obtenidos en cada uno de los componentes de la propuesta para el desarrollo turístico, a partir de los cuales se obtendrán parámetros para la evaluación y control de los resultados y de tal manera determinar las acciones correctivas de las desviaciones encontradas.
- Establecer la inversión y los costos de la propuesta para gestionar diferentes fuentes de financiamiento que contribuyan a la administración y ejecución de la propuesta.
- Proporcionar los presupuestos y estados financieros proformas para visualizar la proyección del comportamiento financiero de la propuesta.
- Evaluar la propuesta de desarrollo turístico, con el fin de potenciar los aspectos positivos y disminuir las áreas negativas encontradas en los resultados de las evaluaciones: económica, financiera, social y ambiental.
- Presentar la implementación de la ejecución de la propuesta de desarrollo turístico, en todas sus fases e identificar el periodo de realización, con el propósito de definir el tiempo en que se pondrá en marcha la propuesta y el costo de su ejecución.

ALCANCES Y LIMITACIONES

1. Alcances

- El presente Plan se restringe geográficamente en la cuenca del Rio Lempa que atraviesa los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán a fin de aprovechar los atractivos de carácter ecoturísticos, culturales, etc. que se pueden realizar en la zona.
- El enfoque estará orientado hacia el turismo de aventura, ecológico y cultural; donde se puede disfrutar en familia de diferentes atractivos y actividades rodeado de la naturaleza, en un ambiente tranquilo y al aire libre.

2. Limitaciones

- Los datos registrados sobre indicadores de turismo que se presentan, no se cuentan delimitados por municipios si no solo de manera general a nivel nacional dado que a nivel de municipio hasta la fecha no existe un ente encargado de monitorear dichos datos.
- Estadísticas y censos de población desactualizados, el último censo realizado fue en 2007.
- El apoyo de algunas instituciones de interés en la región se ve afectado por intereses ajenos a la naturaleza del estudio como lo son los políticos, sociales, etc.
- La pandemia del año 2020 y la inevitable cuarentena a nivel mundial dificulta el acceso a diversidad de información necesaria, por lo cual se debe recurrir a fuentes virtuales en las cuales la obtención de información específica es más complicada.

JUSTIFICACIÓN

La etapa de diseño del Plan de Desarrollo en la cuenca del río Lempa en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán se justifica por aspectos que generan criterios de oportunidad como los siguientes:

Disposición de las municipalidades a desarrollar el turismo en la región.

Los alcaldes y entidades turísticas de las municipalidades han desarrollado sus propios proyectos para el impulso del turismo de forma individual, sin embargo, en la actualidad estos municipios buscan el desarrollo en conjunto para el aprovechamiento de todos los recursos y atractivos turísticos que ofrece la región.

Enfoque desde de la Ingeniería Industrial y sus herramientas para el impulso de las comunidades.

El diseño del plan de desarrollo turístico se justifica desde la perspectiva de la Ingeniería Industrial, dado que, considera toda organización como un sistema de actividad humana, que con los diferentes recursos (humanos, materiales, tecnológicos, etc.) conforman un flujo de procesos para la generación de productos y servicios, además brinda una visión integral de la organización. Además, la implementación de diferentes técnicas de la ingeniería industrial como Distribución en planta, mercadeo, producción, etc. En base a esto, se busca generar soluciones estratégicas que beneficien a todas las comunidades.

Aprovechamiento de recursos

La cuenca del río Lempa ofrece una variedad de atractivos turísticos en la región, que sumados a los diferentes recursos con los que cada municipio ofrece, brindan al turista, la oportunidad de disfrutar de diferentes actividades al aire libre, así como disfrutar de la gastronomía y cultura que la región ofrece.

Turismo Sostenible

El Salvador, desde el 2009, ha recorrido un camino muy ambicioso en materia de turismo, se han tenido muchos logros y avances, en gobernanza turística, cumplimiento de leyes y reglamentos, posicionamiento de El Salvador como un destino competitivo y en la integración progresiva de la sostenibilidad en las actividades turísticas. Desde entonces a la fecha, el turismo se ha convertido en una importante fuente de ingresos para el país, generando oportunidades y desarrollo a lo largo del territorio salvadoreño, suscitando confianza para invertir en el turismo, crear nuevos negocios y expandir el alcance de los negocios actuales para otros segmentos y mercados.

El turismo ha integrado el territorio nacional a través del Programa Pueblos Vivos, el cual ha sido definido por el PNUD como “una estrategia turística para el desarrollo humano” logrando progresivamente la participación e involucramiento de la población en su propio desarrollo, a

través del turismo, revitalizando la imagen de los pueblos, la organización social y el trabajo desde una visión que procura unir a los diferentes sectores y actores para el progreso de las comunidades y el país. v

Experiencia Turística de Calidad

Una experiencia turística de calidad, es el resultado de la suma de factores humanos, ambientales, culturales y económicos, que el visitante experimenta en el destino y la percepción del mismo es fundamental para su elección, actualmente los viajeros se orientan cada vez más a adquirir experiencias sostenibles y a visitar destinos que muestran interés en conservar, proteger y usar eficientemente los recursos, la biodiversidad, el diseño ecológico y adecuado a las condiciones físicas del lugar, que implementen la responsabilidad social y brinden autenticidad en las experiencias e interacciones con la cultura local, procurando dejar tras su visita la menor huella posible, e incluso colaborar en iniciativas de desarrollo local.

Planificación activa

La dimensión de los impactos del turismo hace necesario que la planificación de su desarrollo se asuma como un asunto de interés nacional. A todo mundo beneficia una planeación del desarrollo del sector que impulse el aprovechamiento pleno de todo el potencial de atracción de los bienes públicos para visitantes nacionales e internacionales, que a su vez se convierta en un motor de atracción de la inversión privada y del desarrollo de los mercados de bienes y servicios para el sector.

IMPORTANCIA

La actividad turística está fuertemente ligada con el concepto de desarrollo local, que representa el esfuerzo de las comunidades organizadas para enfrentar los desafíos de la modernización económica, la reestructuración productiva global, las transformaciones científicas y tecnológicas, la apertura de los mercados, la desregulación y la privatización, que han tenido repercusiones significativas en los territorios.

Los nuevos paradigmas de desarrollo parten de la necesidad de crear y mejorar capacidades locales para gestionar y comunicar conocimientos que permitan transformar los sistemas productivos fortaleciendo la organización interna a través de redes sociales, presenciales y cibernéticas, que se traducen en engranajes de confianza mutua que impulsan la creación de cadenas de valor para aprovechar las singularidades de las diferentes unidades territoriales del país y su conexión con otros territorios subnacionales o con otros lugares del mundo.

Es así como en El Salvador se trabaja desde diferentes escalas geográficas: una localidad, un municipio, grupo de municipios circunvecinos, conectados unos con otros unos con otros en una microrregión, un departamento o una región.

En 1994, los 181 mil turistas dejaron al El Salvador 28,8 millones de dólares. Tres años después se creó un ente rector especializado, denominado Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), ese año ingresaron 387 mil visitantes y 74.7 millones de dólares. Desde ese momento el turismo ha registrado un crecimiento significativo con respecto a los años anteriores. En 2004, la actividad inyectó \$424.7 millones a la economía. Se creó además el Ministerio de Turismo para dirigir la política de desarrollo del sector.

En 2008, visitaron el país 1.8 millones de turistas, quienes dejaron a la economía alrededor de \$720 millones, según cifras del Ministerio de Turismo. Es importante también señalar que el turismo es un importante generador de empleos, según datos del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS), la participación del empleo que genera el sector turismo en la economía nacional es del 8.2%, esto se considera de vital importancia pues los programas que serán diseñados con el plan de desarrollo están encaminados a la generación de empleos en diferentes actividades.

METODOLOGÍA GENERAL

A continuación, se muestra la metodología general para el:

“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILÍN Y METAPÁN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO”.

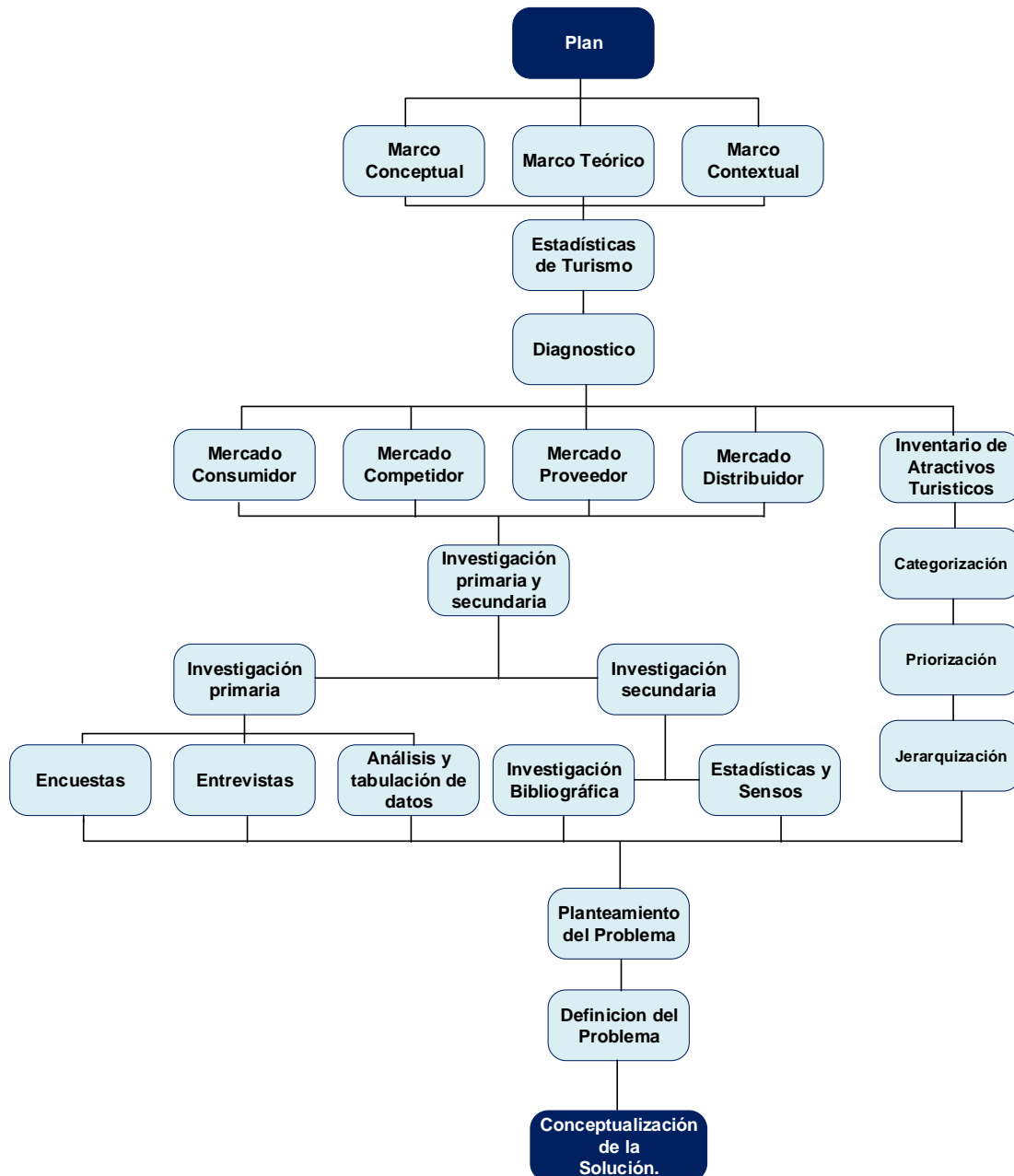


Figura 1 Metodología General

CAPÍTULO I: MARCO CONCEPTUAL

1. Definición de los conceptos utilizados en el título del Trabajo de Graduación.

1.1. Plan de Desarrollo

Un plan de desarrollo 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. Se podría decir que el concepto de desarrollo hace referencia a dar incremento o acrecentar algo, que puede ser físico o intelectual. Cuando el término se aplica a una comunidad humana, aparece relacionado con el progreso económico, cultural, social y político.

En cuanto a la noción del plan, se trata de un modelo sistemático que es diseñado antes de concretar una acción, de manera tal que ésta pueda ser encausada hacia los objetivos deseados.

La intención de un plan de desarrollo 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 tanto, los planes de desarrollo buscan promover la autonomía de las comunidades.

1.2. Plan, Programa, Proyecto, Actividad, Tarea

El alcance y el significado de **plan**, que es el término de carácter más global. Hace referencia a las decisiones de carácter general que expresan los lineamientos políticos fundamentales, las prioridades, la asignación de recursos, las estrategias de acción y el conjunto de medios e instrumentos que se van a utilizar para alcanzar las metas y objetivos propuestos. En otras palabras, el plan es el parámetro técnico-político dentro del cual se enmarcan los programas y proyectos.

Un **programa**, en sentido amplio, hace referencia a un conjunto organizado, coherente e integrado de actividades, servicios o procesos expresados en un conjunto de proyectos relacionados o coordinados entre sí y que son de similar naturaleza. De este modo podemos hablar de programa de la tercera edad, programa de construcción de escuelas, programa de salud materno-infantil, etc. Puede decirse, asimismo, que varios programas hacen operar un plan mediante la realización de acciones orientadas a alcanzar las metas y objetivos propuestos dentro de un período determinado. Un programa está constituido por un conjunto de proyectos.

Lo que se denomina **proyecto**, al igual que los programas se concretan a través de un conjunto de actividades organizadas y articuladas entre sí, para alcanzar determinadas metas y objetivos específicos. La diferencia entre un programa y un proyecto radica en la magnitud, diversidad y especificidad del objetivo que se quiere alcanzar o la acción que se va a realizar: si es compleja, habrá de ser un programa con varios proyectos; si es sencilla, un simple o único proyecto podrá desarrollarla.

Avanzando en la concreción, tenemos también las actividades y tareas. La **actividad** es el medio de intervención sobre la realidad, mediante la realización secuencial e integrada de diversas acciones necesarias para alcanzar las metas y objetivos específicos de un proyecto. Y la es la acción de una actividad con un grado máximo de concreción y especificidad. Un conjunto de tareas configura una actividad, entre las muchas que hay que realizar para concretar un proyecto.

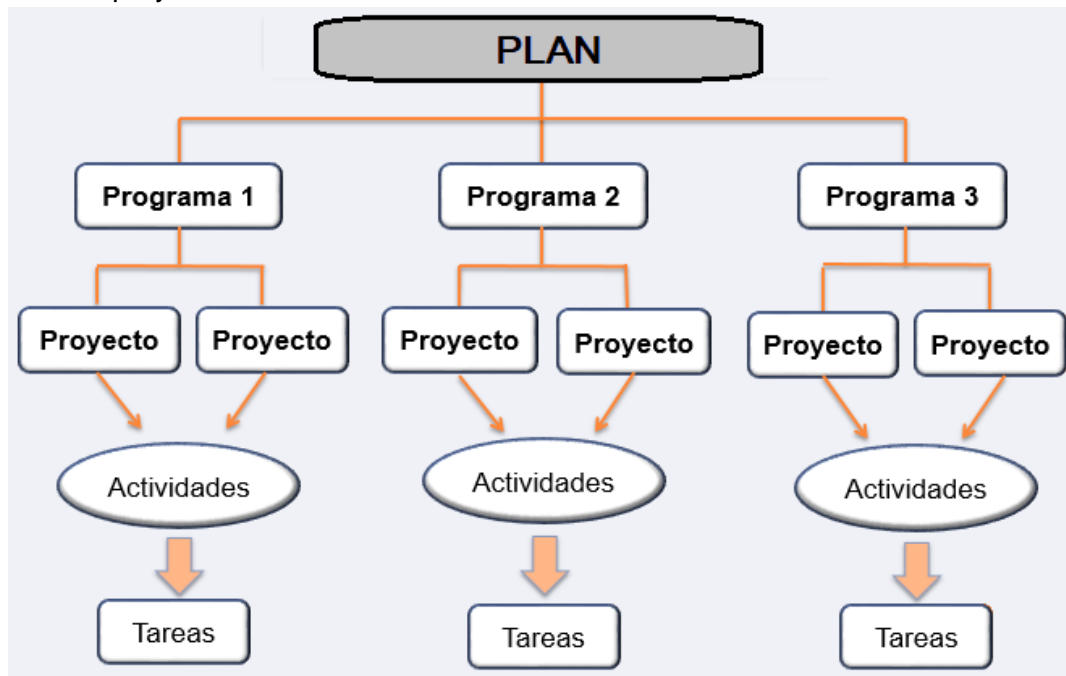


Figura 2 Descripción jerárquica de plan, programa, proyecto, actividades y tareas.

2. Turismo Sustentable (Turismo Sostenible).

El concepto de Desarrollo Sostenible fue introducido por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo en el informe de Brundtland en 1987, definiéndolo como aquél “*desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias*”.

En 1993, en la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible, la Organización Mundial de Turismo (OMT) en el documento titulado “Tourism The Year 2000 and beyond qualitative aspects” definió el concepto de Turismo Sostenible: “El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

En la mayoría de las definiciones de este concepto se habla de:

- a) **Sostenibilidad ecológica.** Es decir, que el desarrollo del turismo no cause cambios irreversibles en los ecosistemas de los diferentes destinos.
- b) **Sostenibilidad social.** Refiriéndose a la capacidad de una comunidad para absorber el turismo.

- c) **Sostenibilidad cultural.** Una comunidad ha de ser capaz de retener o adoptar sus propias características culturales distintivas ante la cultura del turista.
- d) **Sostenibilidad económica.** Que asegure el nivel de ganancia económica que requiere el sector, para que sea viable.

Un poco de historia sobre el concepto de Turismo Sostenible. Desde la década de los noventa, el desarrollo turístico ha cobrado un carácter prioritario para las Instituciones Comunitarias, lo que queda reflejado en la sucesión de los siguientes eventos:

1991. Primera vez que se aplica el término de Turismo Sostenible al concepto de turismo, en la celebración del 41 Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo (AIEST).

1992. Con la Cumbre de Río, comienza a generarse una nueva tendencia que pretende integrar el Desarrollo Sostenible en la actividad turística. La Unión Europea aprueba el V Programa Comunitario de Política y Actuación en Materia de Medio Ambiente y Turismo Sostenible. Con el objetivo de integrar el medio ambiente en todas las políticas de la Unión.

1994. La Organización Mundial del Turismo en la Agenda 21, publica "For the Travel and Tourism Industry. Towards environmentally sustainable development", documento en el que se integran principios básicos en relación a turismo y medio ambiente. Para que el turismo garantice la sostenibilidad no sólo en sí mismo, sino también localmente.

1995. Se celebra en Lanzarote la Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible.

1997. La OMT publica la Guía Práctica para el desarrollo y uso de indicadores de Turismo Sostenible. En este mismo año surge la Declaración de Berlín sobre Diversidad Biológica y Turismo Sostenible, cuyo objetivo es adaptar los principios del Convenio de Diversidad Biológica, firmado en Río en 1992, a la actividad turística.

2002. Se declara el Año Mundial del Ecoturismo.

"Compatibilizar la industria turística y la protección del medio ambiente ha de ser el principal objetivo del Turismo Sostenible."

La OMT plantea el concepto de Desarrollo Sostenible del turismo, en base a los siguientes puntos:

1. Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales vivos y sus valores tradicionales, así como contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos suficientes bien distribuidos.

Este hace referencia a la transformación de la sociedad para satisfacer las necesidades de su población sin comprometer la posibilidad de que las próximas generaciones satisfagan sus

propias necesidades (Informe Brundtland, citado en Chávez, 2005). La OMT (2007) hace referencia al Turismo Sostenible como todas aquellas actividades turísticas que se relacionan con el medio natural, cultural, social y con los valores de la comunidad. Se trata de disfrutar un intercambio de experiencias positivas entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y el visitante debe ser equitativa. Los beneficios de esta actividad deben ser compartidos con la comunidad, asimismo los visitantes tienen la oportunidad de participar y tener una experiencia de viaje inolvidable, en la cual el visitante convive con la naturaleza.

El Turismo Sostenible busca minimizar los impactos sobre los ecosistemas en respuesta al uso de los recursos naturales por actividades turísticas, y asimismo procura la conservación de la cultura y tradiciones del destino. En otras palabras, pretende ser una actividad ambiental y socialmente responsable (Villanueva, 2007). De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT -2004), el Turismo Sustentable se define como las directrices para el desarrollo Sustentable del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destino, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sustentabilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sustentabilidad a largo plazo.

3. Región Trifinio

El Plan Trifinio es un organismo regional que forma parte del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), que busca desarrollar un proceso de gestión del ambiente y del territorio, con el fin de que este se convierta, en la posibilidad de mejorar las condiciones de vida de las comunidades fronterizas. En el año de 1997, se establece la Comisión Trinacional del Plan Trifinio (CTPT), con la firma de un Tratado Trinacional, entre las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras; la cual es liderada por los vicepresidentes de El Salvador y Guatemala y un Designado (a) Presidencial de Honduras, como el ente encargado de tutelar la ejecución del Plan Trifinio y de su permanente actualización (Art.5).

3.1. Dónde están ubicados¹

La Región del Trifinio está ubicada entre los 88°45' y 89°50' de longitud oeste y entre los 14°05' y 15°12' de latitud norte. En el centro de la misma se encuentra el macizo de Montecristo donde confluyen las fronteras de El Salvador, Guatemala y Honduras.

La Región está conformada por 8 municipios de los Departamentos de Santa Ana y Chalatenango en El Salvador; 15 municipios de los Departamentos de Jutiapa y Chiquimula en Guatemala; y 22 municipios de los Departamentos de Ocotepeque y Copán en Honduras. En El Salvador 8 municipios² forman parte de la Región Trifinio: San Antonio Pajonal, Masahuat, Metapán, Santa Rosa Guachipilín y Santiago La Frontera del Departamento de Santa Ana; y Citalá, San Ignacio y La Palma del Departamento de Chalatenango.

¹ Tomado del sitio Plan Trifinio – SICA: <http://www.plantrifinio.int/quienes-somos/municipios-integrantes>

² Fuente: <http://www.vicepresidencia.gob.sv/plan-trifinio/>

El 29 de junio de 2011, a solicitud de los gobiernos de El Salvador, Honduras y Guatemala, la UNESCO declara una extensa área de la Región Trifinio como “Reserva de Biosfera Trifinio Fraternidad”. La designación por la UNESCO de la Reserva de Biosfera Trifinio Fraternidad ha despertado un gran interés en la comunidad científica internacional, quienes han bautizado a esta nueva reserva mundial con el nombre de La Joya de las Américas.

Para los tres gobiernos y pueblos hermanos de la Región Trifinio es un alto compromiso el asegurar la conservación, protección de la Región Trifinio, y seguir impulsando un modelo de desarrollo social en completa armonía con su entorno, respetando a la naturaleza y creando fuertes vínculos de fraternidad y solidaridad entre las comunidades de los tres países. Estos nuevos retos será posible enfrentarlos solamente con una activa participación de las comunidades, de las autoridades e instituciones locales y nacionales, de las asociaciones y organizaciones no gubernamentales que trabajan en la región, y por supuesto del decidido apoyo de la cooperación internacional, que desde hace más de un cuarto de siglo han acompañado la protección y el desarrollo sustentable de la Región Trifinio.

4. Análisis sobre el turismo sostenible para el desarrollo OMT.

Al anunciar la adopción del Año Internacional del Turismo para el Desarrollo (IY2017), la Asamblea General de las Naciones Unidas afirmó que el sector turístico puede contribuir a los tres pilares de la sostenibilidad (*económico, social y del medio ambiente*), y a cada uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Además de encabezar el crecimiento, el turismo propicia una mejor calidad de vida, el fortalecimiento de la protección del medio ambiente, la defensa del patrimonio cultural diverso y la promoción de la paz en el mundo.

Entre los propósitos de dicha conmemoración en el año 2017, se encuentran 5 elementos fundamentales a los que el turismo tiene que aportar una contribución esencial y duradera, estos se muestran a continuación.



- | | | | | |
|--------------------------------------|--|--|---|--|
| 1) Crecimiento económico sostenible. | 2) Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza. | 3) Uso eficiente de los recursos, protección ambiental y cambio climático. | 4) Valores culturales, diversidad y patrimonio. | 5) Comprensión mutua, paz y seguridad. |
|--------------------------------------|--|--|---|--|

Figura 3 Impactos del Turismo.

5. Apertura al ingreso de divisas extranjeras.

McKinnon (1964) indica que, en un sentido simple, el turismo permite el ingreso de divisas extranjeras a las economías, las mismas que pueden ser utilizadas para la importación de bienes de capital que servirán para la producción de bienes y servicios, lo que conduciría a su vez al crecimiento de las economías de los países receptores. Por esta razón, muchos países ven en el turismo un medio para obtener divisas extranjeras e impulsar el bienestar nacional y el crecimiento, debido a que el gasto de un turista incluye en su mayoría el consumo de bienes y servicios no transables en el país de destino y este consumo trae divisas extranjeras; convirtiendo en exportable los bienes y servicios no transables consumidos por los extranjeros.

Sin embargo, los precios de estos bienes y servicios no transables son determinados en el mercado local debido a que no son exportables desde el punto de vista tradicional, siendo el turista quien debe movilizarse para consumir el producto, en vez que sea el producto el que movilice. Desde este punto de vista, al entender al turismo como la exportación de bienes y servicios no transables se convierte en un factor determinante en el desarrollo y el crecimiento económico de un país, puesto que genera empleo y divisas que son utilizadas para la inversión local. Para medir este efecto, diversos estudios hacen referencia a este sector como factor determinante del crecimiento económico y reconocen al consumo per cápita como un indicador de bienestar (Hazari y Sgro, 1995).

Balaguer y Cantavella, (2002) plantean al turismo como un medio para obtener una gran parte del financiamiento necesario para importar, y si esas importaciones son destinadas a bienes de capital e insumos necesarios para la producción de cualquier tipo de bienes, podríamos decir que el turismo está jugando un papel muy importante en el desarrollo de la economía ya que las regiones no turísticas también se benefician mejorando la distribución de la riqueza de un país. Adicionalmente, el turismo internacional contribuiría al crecimiento de la economía en al menos dos formas adicionales como postula la hipótesis del crecimiento impulsado por las exportaciones.

En primer lugar, mejorando la eficiencia de las empresas locales a través de la competencia con las empresas de otros destinos turísticos y en segundo lugar facilitando el desarrollo de economías de escala en las empresas locales. Por otra parte, existe la hipótesis de que el turismo conduce al crecimiento, es decir que el crecimiento económico de los países puede ser generado por medio del incremento en el sector turismo, entendiendo el mismo como exportación, y no únicamente al aumentar el capital físico y humano. Esta hipótesis se fundamenta en que las exportaciones influyen positivamente en el crecimiento económico por medio del impulso que brinda a las economías de escala y a la competitividad; el incremento de divisas extranjeras; y la apertura hacia nuevos conocimientos (Cortés-Jimenez y Pulina, 2010).

6. El emprendimiento y los encadenamientos productivos.

El turismo es un sector aliado del desarrollo endógeno, ya que, en todas las comunidades territoriales, existen recursos productivos, tanto económicos, humanos, institucionales como culturales, que pueden ser explotados, los cuales son la base nuevas iniciativas locales que generen nuevos negocios y empresas (Blasco, 1994). El sector empresarial, se ve

influenciado por el turismo a través del crecimiento de los sectores de servicios, generando una demanda para la producción agrícola e industrial con el objetivo de satisfacer la demanda creada por la expansión del turismo.

Así mismo, el turismo influye en la actividad comercial nacional e internacional y en los diferentes sectores de servicios relacionados con esta actividad. De la misma forma, este sector tiene un importante efecto en la generación de empleo, especialmente en las localidades relacionadas con el turismo por lo que contribuye a la disminución de la tendencia a emigrar o a la propensión de la población a mantenerse en su lugar (Dritsakis, 2004). Por lo tanto, el turismo es una actividad en sí misma y también complementaria a los sectores económicos tradicionales, convirtiéndose en un motor del desarrollo por su capacidad de encadenamiento con otros sectores.

Además podemos decir que “la actividad turística tiene un carácter multisectorial dinámico con encadenamientos antes, durante y después de la prestación de servicios de turismo con el resto de la economía” (Carner, 2001:57), influenciando desde los sectores rurales hasta los urbanos, creando interacción entre la economía, la cultura y el medio ambiente, impulsando el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida, mediante el mejoramiento de técnicas, la incorporación de nuevas tecnologías y la difusión de información (Hopwood, Mellor y O’Brien, 2005).

CAPÍTULO II: MARCO CONTEXTUAL

1. Contexto del Estudio.

Se describirá a continuación el contexto alrededor del cual gira el proyecto en estudio, ubicado en la micro región trifinio de la zona norte del país, donde estudiaremos los municipios llamados Santa Rosa de Guachipilín y Metapán.

El Salvador es un país de América Central ubicado en el litoral del océano Pacífico con una extensión territorial de 21,041 km². Según estimaciones de la Dirección General de Estadísticas y Censos, en el año 2015 se contaba con una población estimada en 71329,015 habitantes, siendo el país más densamente poblado del continente americano. En general, el clima es cálido tropical pero debido al contraste geográfico el clima puede variar.

1.1. Santa Ana.

Santa Ana es una ciudad salvadoreña, cabecera del municipio, departamento, distrito y sede de la diócesis homónimos; y es la ciudad principal de la zona occidental, y segunda ciudad en importancia de El Salvador, ubicada a 64 km de la capital estatal, San Salvador.

El municipio de Santa Ana tiene una población estimada de 264 091 habitantes para el año 2013, ocupando el segundo lugar en población. Aunque hay registros arqueológicos que datan del período preclásico, la ciudad fue fundada alrededor del siglo V o VI, por los mayas, para luego ser ocupada por los pipiles, los cuales le dieron el nombre de Sihuatehuacán.



Figura 4: Municipios de Santa Ana.

1.2. Santa Rosa Guachipilín.

Santa Rosa Guachipilín antes de 1916 llamado cantón “El Guachipilín” y los que posteriormente a su fundación se convirtieron en Cantones eran caseríos antes de proclamarse como Municipio; fue hasta el 28 de junio de 1916 que el Cantón el Guachipilín se declara como Municipio cambiando su nombre original a Santa Rosa Guachipilín. Esta tiene una extensión territorial de 38.40 kilómetros cuadrados, tiene una población de más de

cinco mil habitantes y se encuentra a 430 metros de altura sobre el nivel del mar. Posee el título de Pueblo, concedido en 1916 y se encuentra a una distancia de 131 kilómetros de San Salvador. La primera fiesta patronal fue celebrada el 20 de febrero de 1917.

Origen de su nombre: El nombre Santa Rosa se deriva de la patrona del lugar que es la virgen Santa Rosa de Lima y el complemento del nombre es por la abundancia que existía en la zona de árboles de guachipilín.

Entre las atracciones principales está el río Lempa que circunda a la pequeña población. Además, en Santa Rosa Guachipilín se encuentra uno de los principales afluentes que se unen al río Lempa: "La quebrada de Apanta".



Figura 5: Escudo Santa Rosa Guachipilín.

Santa Rosa celebra sus fiestas del 18 al 20 de febrero.

Administración.

Para su administración Santa Rosa Guachipilín ha contado con distintas administraciones a lo largo de los años donde se encuentra dividido en 6 cantones y 14 caseríos. Siendo sus cantones:

1. El Despoblado
2. El Matazano
3. Llano las Majadas
4. Palo Galán San Francisco Apanta.
5. San José Capulín.

Económicamente Santa Rosa Guachipilín está clasificado como un municipio de Pobreza Extrema Alta, por lo que desarrollar un Plan que permita la apertura hacia un cambio, sería una oportunidad para dinamizar la economía.

1.3. Metapán.

El origen del nombre de Metapán procede de origen náhuatl o pipil que significa "met" (Maguey) y "Apan" (río), por lo que el significado completo es "río de maguey o de magueyes". Los mayas Chortis fundaron en la época prehispánica dos pueblos gemelos, que durante la colonia los españoles llamaron Santiago Metapán y San Pedro Metapán. Durante el siglo XVII el pueblo de Santiago Metapán fue destruido, sus habitantes se trasladaron a San Pedro Metapán.

- Durante la colonia Metapán perteneció a la Alcaldía Mayor de San Salvador, posteriormente en 1786 fue sede del distrito o partido de Metapán de la Intendencia de San Salvador. En 1811 ocurrió un movimiento independentista en la ciudad.

- Metapán tiene una extensión territorial de 668.36 kilómetros cuadrados, tiene una población de más de sesenta mil habitantes y se encuentra a 470 metros de altura sobre el nivel del mar.
- Posee el título de Ciudad, concedido en 1862 y se encuentra a una distancia de 111 kilómetros de San Salvador.
- Después de la independencia, el 22 de agosto de 1823 se le dio el título de villa. Desde 1824 perteneció al Departamento de San Salvador, posteriormente en 1835 formó parte del Departamento de Sonsonate y desde 1855 forma parte del Departamento de Santa Ana. El 11 de febrero de 1862 se le dio el título de ciudad.
- El municipio de Metapán pertenece al departamento de Santa Ana, se encuentra a 117 Km de San Salvador.

Administración.

Para su administración el municipio de Metapán se divide en 29 cantones y 232 caseríos. Siendo sus cantones los siguientes:

1. Aldea Zapote	11. El Panal	21. San Antonio la Junta
2. Belén Guijat	12. El Rosario	22. San Antonio Masahuat
3. Camulián	13. El Shiste	23. San Jerónimo
4. Cañas Dulces	14. La Ceibita	24. San José Ingenio
5. Capulín	15. La Isla	25. San Juan
6. Cuyuiscat	16. La Joya	26. San Miguel Ingenio
7. El Brujo	17. Las Pavas	27. Santa Rita
8. El Carrizalillo	18. Las Piedras	28. Tahuilapa
9. El Limón	19. Matalapa	29. Tecomapa
10. El Malpaso	20. Montenegro	

1.4. Cuadro Resumen de los Índices Municipales³.

	Metapán	Santa Rosa Guachipilín
Población	59,004 habitantes	7909 habitantes
Superficie Territorial	668.36 Km ²	38.41 Km ²
Altitud Media	477 m.s.n.m.	550 m.s.n.m.
Densidad Poblacional	88.28 hab/km ²	31.81 hab/km ²
No. Cantones	29	6
No. Caseríos	232	14
Tasa de Desempleo	6.5%	6.5%
Violencia	56 homicidios/10000 hab	20 homicidios/10000 hab

Tabla 1: Cuadro Resumen de Inventarios Municipales.

³ Fuente: Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2017 DYGESTIC.

2. Estadísticas sobre el turismo

2.1. Turismo Internacional.

Las pruebas presentadas sobre el desempeño y la incidencia del turismo se han extraído de estudios previos realizados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y sus asociados, organizaciones internacionales, investigadores académicos y otras fuentes acreditadas.

ÍNDICE	DATO
Contribución del turismo al PIB mundial ⁴	9.8%
Llegadas internacionales en 2017 ⁵	1,326 millones (+ 7%)
Ingresos generados por el turismo internacional en 2017. ⁶	USD \$ 1.34 Billones
Empleos generados por turismo globalmente. ⁷	1 de cada 10
Exportaciones mundiales de servicios. ⁸	30%
Crecimiento anual de llegadas internacionales hasta 2030. ⁹	3.3%

2.2. Estadísticas de turismo nacional.

a) Estadísticas según el Ministerio de Turismo.

Los indicadores de gestión de turismo en El Salvador muestran el crecimiento en el nivel de ingreso, siendo al cierre del 2017 (US\$ \$1,265.09 millones de dólares) el más alto en los últimos 13 años y en la llegada de visitantes 2, 246,618 miles con un crecimiento del 9.5 %, con respecto al 2016.

Los visitantes del año 2017, están representados por el 69.2% de turistas y el 30.8% de excursionistas. Los turistas tienen dos vías para ingresar a El Salvador, terrestre y aérea, siendo que el 58.7% vía terrestre y el 41.3% vía aérea. Para el caso de los visitantes de día (Excursionistas) entran por dos vías la terrestre (99%) y la marítima (1%). Las regiones de donde se reciben más turistas son Centroamérica (57.8%), Norteamérica (35.3%), Suramérica (3.3%), Europa (2.5%), Caribe (0.3%) y Otros (0.8%). A continuación, se presentan gráficas comparativas del turismo receptor, emisor, ingreso monetario de turismo para el año 2017.

⁴ Estimación del Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC) basada sobre modelos económicos de todos los países.

⁵ Según lo expuesto por el Panorama OMT del turismo internacional Edición 2018, página 2: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>

⁶ Según lo expuesto por el Panorama OMT del turismo internacional Edición 2018, página 2: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>

⁷ Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (2016a) Travel and Tourism Economic Impact 2016. Londres: WTTC

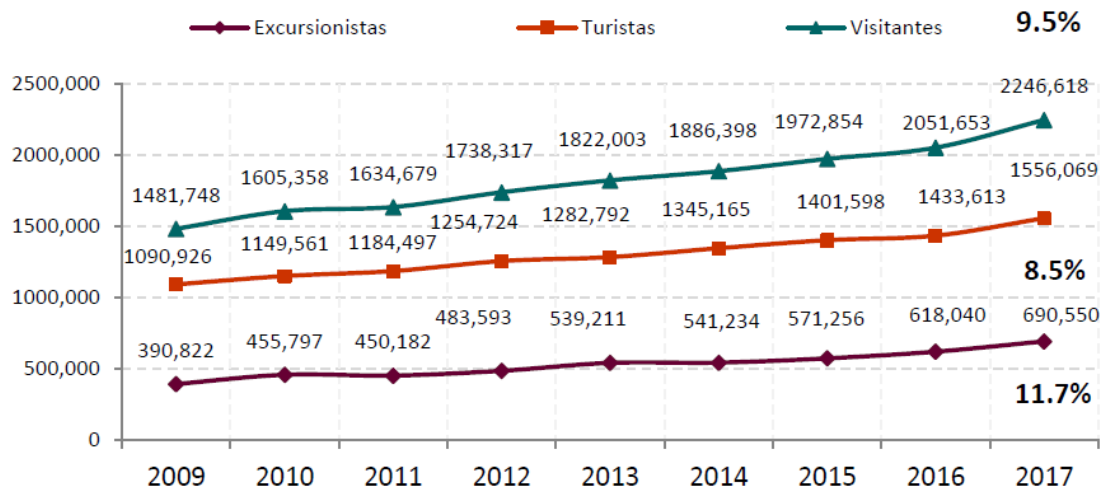
⁸ Ibid.

⁹ Organización Mundial del Turismo (2016a) Panorama OMT del turismo internacional – Edición 2016. Madrid: OMT.

Turismo Receptor 2017.

Las llegadas de visitantes internacionales crecieron en 9.5% en comparación con el mismo período 2016. Al alcanzar los 2, 246,618 para el acumulado enero-diciembre de 2017, ello se debe a las estrategias de comercialización implementadas por CORSATUR y los adelantos del transporte aéreo a nivel internacional.

Llegadas de visitantes Internacionales 2009-2017



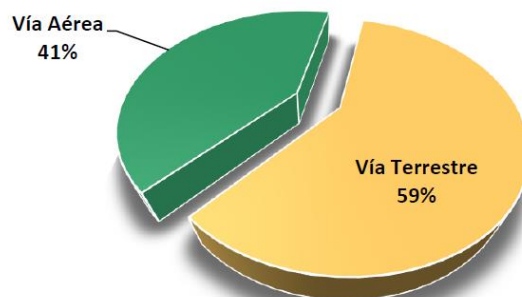
Fuente: Encuesta de Conteos CORSATUR-ARALDI-IT CORNER, SPSS SA de CV y datos vía aérea de MIGRACION

Gráfico 1: Llegada de Visitantes Internacionales.

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 59% y 41%.

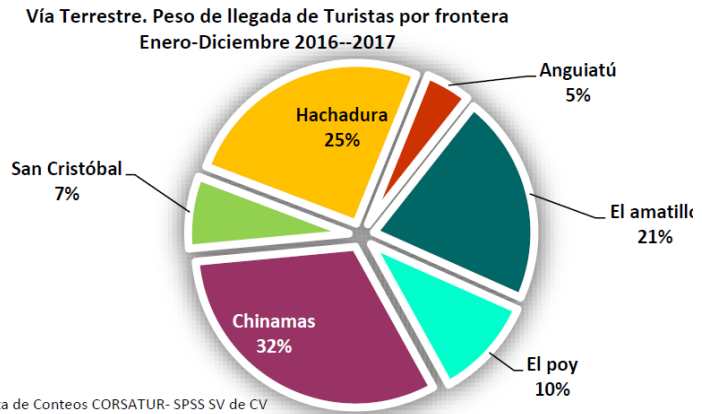
Participación de Llegada de Turistas por Vía Utilizada Enero-Diciembre 2017



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

Gráfico 2: Porcentaje de Llegada de visitantes por vía aérea y terrestre.

Con respecto a la vía terrestre, Las Chinamas, La Hachadura y el Amatillo; continúan siendo las principales fronteras por las que ingresan los turistas vía terrestre con un porcentaje de participación de 32%, 25% y 21% respectivamente.

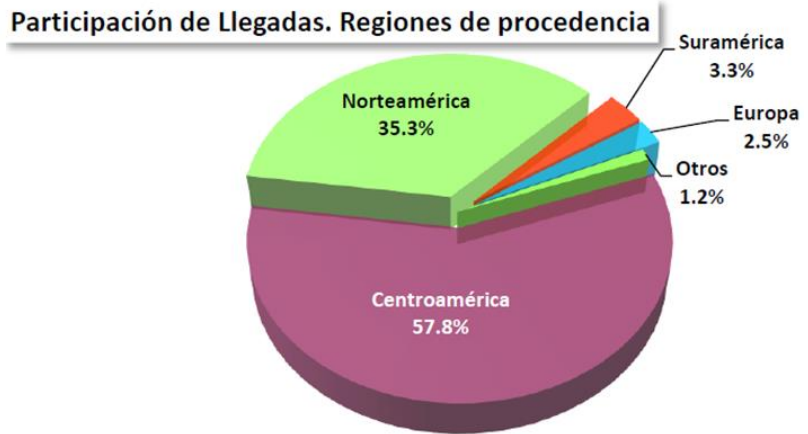


Fuente: Encuesta de Censos CORSATUR- SPSS SV de CV

Gráfico 3: Porcentajes de llegada de visitantes vía terrestre por las distintas fronteras.

Llegada de turistas por principales regiones.

El mercado emisor más importante continúa siendo Centroamérica, ya que el 57.8% de los turistas que recibe El Salvador proceden de la región, seguido de Norteamérica con 35.3%. Cabe destacar que la región de Suramérica y Europa también han tenido aumentos importantes durante el año 2017 comparado con 2016.



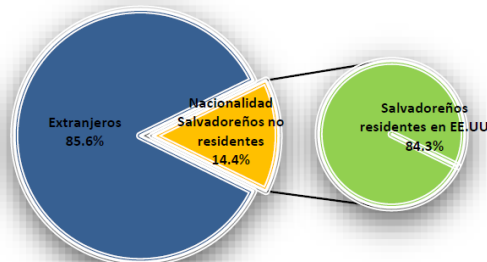
Fuente: Encuesta de Censos CORSATUR- SPSS SA de CV y datos vía aérea de MIGRACION

Gráfico 4: Participaciones de llegada de turistas según región de procedencias.

Llegada de turistas por nacionalidad 2017.

Un 85.6% representa la llegada de Turistas extranjeros y el 14.4% los salvadoreños residentes en el exterior. Es importante subrayar el 84.3% de los salvadoreños residentes en el exterior viven en Estados Unidos.

Llegada de turistas por nacionalidad año 2017



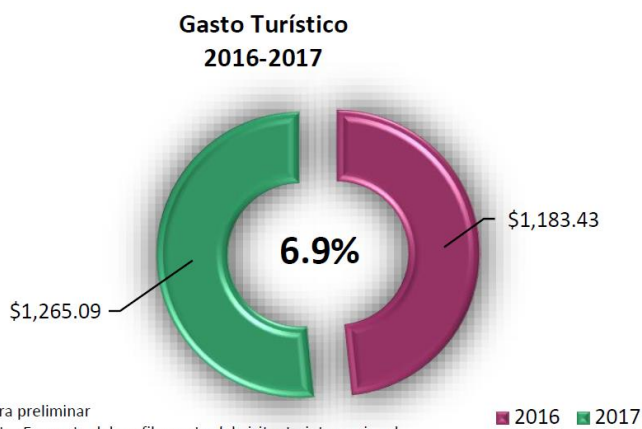
Fuente: Encuesta de Censos CORSATUR- SPSS SA de CV y datos vía aérea de MIGRACION

Gráfico 5: Llegada de turistas según nacionalidad.

Gasto Turístico

Los resultados del año 2017 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 2016. Con \$1,265.09 millones para 2017 contra los \$1,183.43 millones registrados en el 2016, es decir \$81.66 millones más o el equivalente a 6.9% de incremento.

Al analizar el comportamiento de la estadía media que realizan los turistas en El Salvador, se observa que se ha mantenido durante los dos últimos años en 6.2 noches.



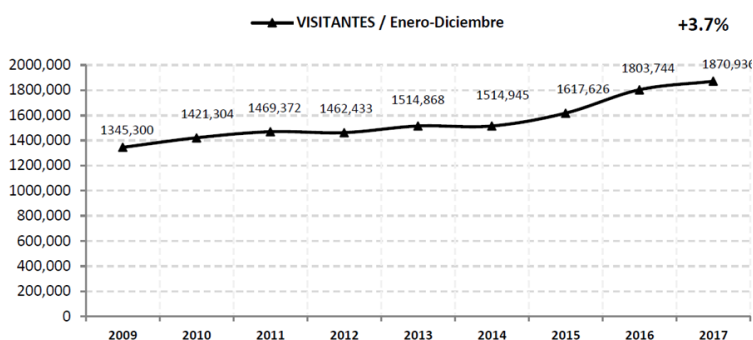
P/Cifra preliminar
Fuente: Encuesta del perfil y gasto del visitante internacional

Gráfico 6: Llegada de turistas según nacionalidad.

Salidas de Salvadoreños hacia otros destinos 2009 - 2018

Turismo Emisor

El número de salvadoreños que realizaron viajes al exterior, en el acumulado a diciembre 2017 fue de 1870,936 visitantes, un 3.7% de crecimiento con respecto al año anterior.



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

Gráfico 7: Salidas de salvadoreños hacia otros destinos.

2.3. Producto Interno Bruto 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 2017 del total del PIB le corresponde el 4.6 %, debido a la captación de \$319.4 millones.

Año	PIB (USD \$Millones)	TURISMO (USD \$Millones)	IT/PIB %
2009	20,661.00	516.6	2.5%
2010	21,418.30	518.0	2.4%
2011	23,139.10	615.1	2.7%
2012	23,813.60	771.5	3.2%
2013	24,350.90	893.8	3.7%
2014	25,054.20	1107.4	4.4%

2015	26,052.30	1169.4	4.5%
2016	26,797.50	1183.4	4.4%
1°T 2016	6,660.30	281.3	4.2%
1°T 2017	6,874.89	280.1	4.1%
2°T 2016	6,644.23	373.5	5.6%
2°T 2017	6,886.72	299.7	4.4%
3°T 2016	6,699.10	298.0	4.4%
3°T 2017	6,956.00	319.4	4.6%
2009	20,661.00	516.6	2.5%

Tabla 2: Contribución al PIB salvadoreño, dato preliminar; fuente: BCR-CORSATUR.

2.4. Empleos

El volumen de empleo en promedio al mes de noviembre en el año 2017 fue de 52,159 aumentó en 4.4% con respecto al año 2016. Otro punto de interés es señalar que la participación del empleo que genera el sector turismo en la economía nacional es del 7.9%.

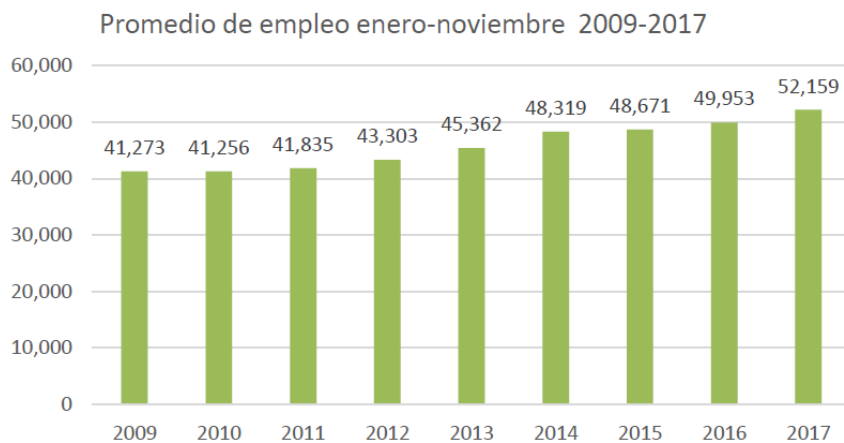


Gráfico 8: Estimación de empleos generados por el sector turismo, según el Ministerio de Turismo.

CAPÍTULO III: MARCO LEGAL

1. Ley de Turismo

Según el decreto ejecutivo N°108, EL PRESIDENTE DE LA Republica de El Salvador, considerando: Que mediante Decreto Legislativo N° 899, de fecha 10 de diciembre de dos mil cinco, publicado en el Diario Oficial N° 237, Tomo N° 369, del 20 de diciembre de ese mismo año, se decretó La Ley de Turismo.

Que es obligación del Estado determinar y velar por el cumplimiento de la Política y del Plan Nacional de Turismo, por ser estas actividades de interés nacional que contribuyen al crecimiento económico del país y lo ayuda a identificarse con un destino turístico internacional; y III. Que para garantizar el cumplimiento de los objetivos de la Ley de Turismo y en base al artículo 39 de la misma, el cual establece que será atribución del presidente de la República, emitir los Reglamentos de Aplicación de la referida Ley, es menester el que se dicte el Reglamento General de la misma.

Ley de Turismo, tiene por objeto desarrollar las disposiciones contenidas en la Ley de Turismo y contribuir a ejecutar esta actividad dentro del territorio nacional.¹⁰

2. Lineamientos de Turismo en El Salvador

El organismo que brinda los lineamientos en los servicios de recepción e información en los centros recreativos en El Salvador es el Organismo Salvadoreño de Normalización (OSN), es quien vela por establecer los lineamientos a seguir en diferentes aspectos relacionados con los servicios turísticos y las actividades que se derivan de este. A continuación, se enlistan algunas que aplican en el desarrollo del plan Sustentable.

Tabla 3: Normas de Turismo en El Salvador.

Norma	Objeto y Campo de Aplicación.
NTS 03.44.01.12: Norma Calidad Turística en Pequeños Hoteles	Establecer los requisitos de calidad para el servicio e infraestructura para pequeños y medianos hoteles, hostales y aparta-hoteles.
NTS 03.61.01.12: Norma Calidad Turística: Artesanías BBPP.	Establecer lineamientos para la implementación de buenas prácticas ambientales, en los procesos de producción artesanal en las siguientes materias primas: madera, metales, fibra vegetal, barro, papel, piedra, semillas, follaje seco, vidrio, hilos, cuero, desechos marinos y hule.
NTS 03.58.01.12: Norma Calidad Turística: Canopy	Establece los requisitos mínimos generales de gestión, calidad y competencias para el desplazamiento en cables en las actividades de canopi, tirolesa o arborismo y aplica a toda persona natural o jurídica que realice los servicios de desplazamiento en cables en las actividades de canopi, tirolesa o arborismo.

¹⁰ Art. 1 Ley de Turismo de El Salvador

NTS 03.59.01.12: Norma Calidad Turística: Canotaje	Establece los requisitos mínimos generales de gestión, calidad y competencias que toda persona natural o jurídica debe cumplir para la realización de servicios guiados de canotaje en mar, ríos y aguas quietas o planas.
NTS 03.44.03.12: Norma Calidad Turística: Categorización Estrellas	Establece los requisitos mínimos generales de gestión, calidad e infraestructura que deben cumplir los hoteles que presten el servicio de alojamiento turístico para la categorización de 1 a 5 estrellas.
NTS 03.55.01.12: Norma Calidad Turística: Guías	Tiene por objeto especificar los requisitos generales, de gestión y calidad, así como las competencias que deben cumplir los guías de turismo para realizar sus funciones en una o más regiones del territorio nacional y es aplicada a los guías de turismo que prestan sus servicios de acompañamiento, información general, asistencia y asesoramiento a personas que realizan visitas a bienes o lugares de interés histórico, cultural, geográfico, artístico o ecológico, museos, monumentos u otros similares.
NTS 03.76.01.15: Norma Calidad Turística: Centros Acuáticos	Establece las especificaciones técnicas de los centros recreativos acuáticos con el propósito de garantizar la calidad en la operación y prestación de servicios para el beneficio de usuarios y operadores.
NTS 03.54.01.12: Norma Calidad Turística: Operador Turístico	Establece los requisitos para la prestación del servicio de los operadores de turismo y es aplicable a operadores de turismo emisores y receptivos que operen a nivel nacional.
NTS 03.57.01.12: Norma Calidad Turística: Rafting	Establece los requisitos mínimos generales de gestión, calidad y competencias que toda persona natural o jurídica debe cumplir para la realización de servicios guiados de descenso en balsa o rafting.
NTS 03.75.01.15: Norma Calidad Turística: Rapel	Determina los requisitos que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos para la operación especializada de ventura en la actividad de rapel y aplica a los prestadores de servicios turísticos que operen a nivel nacional.
NTS 03.67.01-12: Norma Calidad Turística: Sostenibilidad	Especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para la gestión de la sostenibilidad y aplica a los establecimientos turísticos que se encuentren en un destino turístico en El Salvador.
NTS 03.56.01.12: Norma Calidad Turística: Restaurantes	Define requisitos para la prestación de servicio de alimentación y bebidas en restaurantes y establecimientos gastronómicos similares y se aplica en restaurantes y establecimientos gastronómicos.
NTS 03.44.02.12: Norma Calidad Turística: Terminología	Establece la terminología utilizada en los establecimientos de alojamiento turístico para facilitar la comprensión entre los usuarios, los proveedores de servicios de alojamiento turístico y otros entes relacionados.

NTS 03.70.01.15: Norma Calidad Turística: Rural-Alojamiento	Establece los requisitos para un sistema de gestión integrado de la calidad, seguridad y el ambiente en el establecimiento de alojamiento turístico rural, cuando este requiera un marco de referencia para la optimización de la prestación; desee implementar practicas sustentables y aspire a aumentar la satisfacción del cliente y esta incluye: albergues rurales, alojamientos familiares, cabañas o bungalow, hostales o posadas rurales, sitios de campamento o camping.
---	--

3. Ley de Medio Ambiente

Según el DECRETO No. 233¹¹, la ley de medio ambiente en de conformidad con la Constitución de la República, la protección, conservación y mejoramiento de los recursos naturales y el medio deben ser objeto de legislación especial; además, el deterioro acelerado del ambiente está ocasionando graves problemas económicos y sociales, amenazando con daños irreversibles para el bienestar de las presentes y futuras generaciones, lo que hace necesario compatibilizar las necesidades de desarrollo económico y social con el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y proteger al medio ambiente; también, para enfrentar con éxito y de forma integral los problemas ambientales, tomando en cuenta que el ambiente está compuesto por varios elementos interrelacionados en constante cambio ya sea por causas naturales o provocadas por los seres humanos se requiere dotar al país de una legislación ambiental moderna que sea coherente con los principios de sostenibilidad del desarrollo económico y social.

4. Ley de La Corporación Salvadoreña de Turismo.

La Corporación tiene como finalidad el desarrollo del sector turismo, a través de las siguientes actividades:

5. Política Nacional de Turismo

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

6. Política Nacional de Turismo Sostenible

La Política de Turismo Sostenible tiene por objetivo promover la implementación de un modelo de gestión turística más eficiente y responsable, con el cual se logran beneficios económicos mejor distribuidos, menor impacto en el medioambiente y mayor integración de la población local en las dinámicas de desarrollo, a veces inexistentes o incipientes, antes de la llegada de la actividad turística.

¹¹ DIARIO OFICIAL República de El Salvador, América Central TOMO No. 339, NUMERO 79, San Salvador Lunes 4 de Mayo de 1998.

CAPÍTULO IV. DIAGNÓSTICO

1. Mercado Consumidor

1.1. Perfil Preliminar

En el presente estudio de mercado, se hará uso de diferentes tipos de información, los cuales se enlistan a continuación:

a) Información Primaria

Contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa, es decir, son todos los recursos que contienen datos formales, informales, escritos, orales o multimedia. En la presente investigación, será información obtenida a través de diferentes instrumentos que han sido diseñados para cada uno de los mercados en estudio, como lo son:

- Encuesta a segmento determinado en el mercado consumidor
- Encuestas para Sondeo para turistas dividido en Jóvenes, adultos e instituciones.

Información Secundaria

Este tipo de fuentes, contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales, como lo son enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones.

En este caso, se han tomado como fuentes de este tipo las siguientes:

- VII Censo Económico 2005, El Salvador.
- Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2016, (DIGESTYC).
- Informe Estadístico de Turismo – enero-junio 2017, Unidad de Inteligencia de Mercado, El Salvador.
- Boletín de Estadísticas Turística, El Salvador periodo 2009-2015.

1.2. Tipo de Investigación

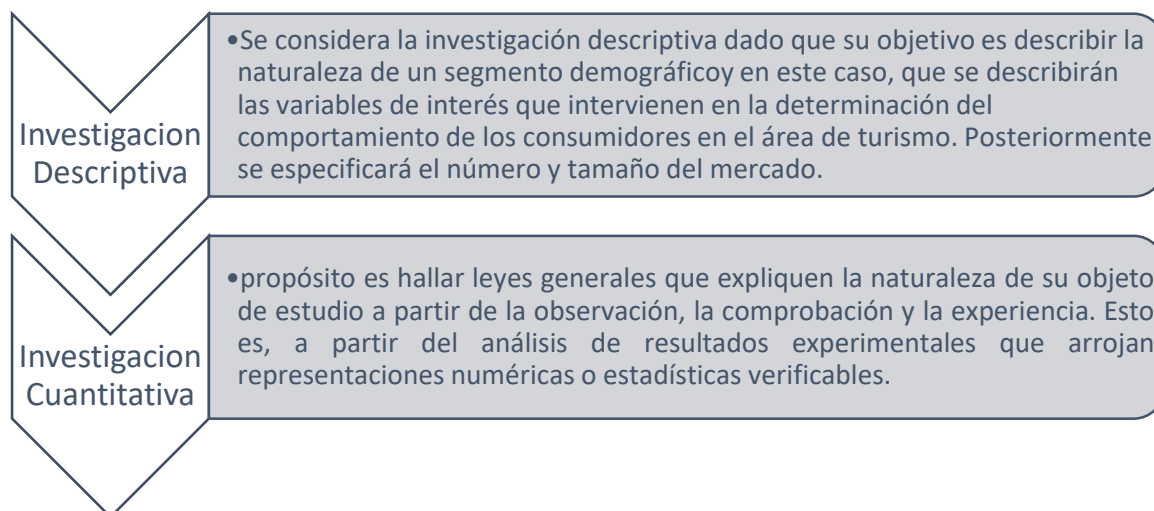


Ilustración 1: Tipos de Investigación

1.3. Identificación Y Segmentación Del Mercado Consumidor

a) Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

Como su propio nombre indica, se trata de identificar segmentos de mercado o grupos uniformes más pequeños, pues la segmentación de un mercado en muchos mercados se puede hacer desde una perspectiva social, de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

En el desarrollo del plan de desarrollo turístico para la cuenca del Rio Lempa a lo largo de los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán, se buscará aquellos segmentos del mercado que tengan una preferencia por las actividades turísticas de tipo ecológicas como las que se pueden explotar en los municipios antes mencionados.

Para el proceso de segmentación del mercado consumidor se tomarán parte los siguientes grupos:

Perfil Preliminar del Consumidor.

Variables Demográficas	Sexo	Hombres y mujeres
	Edad	Jóvenes de 16 a 28 años. Adultos de 29 años en adelante.
	Nacionalidad	Principalmente salvadoreños, pero sin restricción.
Variables Geográficas	Área de impacto	San Salvador, Santa Ana, Chalatenango y La Libertad.
Variables Psicológicas		Personas que gusten de turismo ecológico, acuático, cultural, gastronómico y deportes extremos.
Variables Económicas		Sin restricción, pero se espera que más frecuente el destino sean todos aquellos que están sobre el nivel de pobreza extrema.

Tabla 4: Perfil Preliminar del Consumidor.

1.4. Ficha del Plan de Muestreo

a) Selección de Instrumento.

Las encuestas son el medio por el cual se obtiene información instantánea de un grupo de individuos cualesquiera de una población o universo finitos, considerados para este estudio, de forma que los resultados obtenidos puedan utilizarse a favor de la población. Este Método exige principios básicos de estadística, ya que la encuesta se basa en los métodos inductivos que se obtienen a través de una gran diversidad de datos.

Los tipos de encuesta que llegan a ser más representativas, seguras y fáciles de obtener son: LA ENCUESTA PERSONAL O EN LÍNEA.

Criterios de Aplicación.



Figura 6 Criterios de Aplicación de encuesta

Metodología de Aplicación del Instrumento.

La metodología de aplicación se centró en el censo de encuestas de manera directa en los distintos lugares previamente establecidos en el perfil del proyecto, englobando municipios pertenecientes a los departamentos de San Salvador, La Libertad, Santa Ana y Chalatenango. Las personas a las que se les encuesta se escogieron de una forma totalmente aleatoria. Cabe destacar que los criterios en la partición de las encuestas fueron divididos en TRES categorías, según sus características demográficas y CUATRO según sus características geográficas que se explicaron en la segmentación de nuestro mercado.

Para este caso se utilizaron las fiestas patronales de Santa Ana, en el municipio de Santa Ana para la elección de la nueva reina Santaneca que llevara dicho título por todo un año, celebrado el 17 de julio y coronada el 24 del mismo mes de 2019. En donde acudieron distintos turistas tanto locales como extranjeros para presenciar dichoso acto y celebración por parte de la municipalidad de Santa Ana.

Los entrevistadores se sujetaron a ciertas normas planificadas de presentación personal y ciertos consejos de atención y modales a la hora de pasar el instrumento con los encuestados. Entre estos preparativos se tuvieron:

- Presentación Formal o Casual que refleje seriedad del tema.
- Comprensión total de la encuesta para aclarar dudas, y ser más eficaz y flexible a la hora de contestar las preguntas de los encuestados.

- Tratar de cerciorarse o inspeccionar que todas las preguntas vayan debidamente contestadas si la modalidad fue únicamente entregar el instrumento y estar abierto a dudas.
- Estudiar la Fecha y el lugar de una actividad ampliamente cultural y turística para sacar provecho de esta en llena de encuestas a turistas locales y extranjeros.
- Tener paciencia y tolerancia con las personas.

La encuesta se desarrolló de la siguiente manera:

1. Presentación cordial con las personas, exponiendo nuestro nombre y ocupación de la mejor manera posible.
2. Se hace el preámbulo a la encuesta explicándole a la persona en que consiste el motivo de la encuesta y los objetivos que se andan buscando.
3. Se procede inmediatamente a preguntar si se puede proseguir con la encuesta, ya que la participación en la misma no es obligatoria para las personas, es más bien una petición de colaboración al cual están en su derecho de negarla sin ninguna represaría. Los motivos podrían ser varios, como la falta de tiempo o simplemente el no querer opinar al no interesarles el tema.
4. Si la persona accede a proseguir con la encuesta se procede a pasar el instrumento de manera directa y personal donde la encuesta se le pasa de manera verbal al encuestado anotando los datos propiamente o simplemente brindarle el instrumento junto con apoyo y un bolígrafo para llenarla completamente, el entrevistador estará al pendiente de cualquier consulta
5. Una vez terminada la encuesta el entrevistador se despedirá cordialmente del encuestado agradeciendo su tiempo, cooperación y honestidad a la hora de llenar.
6. Se procede a llenar los datos personales propios del encuestador para tener apoyo posterior en la clasificación y análisis de la información.
7. Nueva búsqueda de posibles encuestas.

Determinación del Universo.

Para la determinación de la muestra es decir el universo a estudiar, se hace uso de los censos poblacionales en sus distintas clasificaciones, para determinar el tamaño poblacional que será encuestado. Para esto nos fiamos del censo 2017 de población y vivienda realizado por la dirección general de estadísticas y censos DYGESTYC.

Departamentos	Población en General	Total, de Hogares en Ocupación	Personas Promedio por Hogares
San Salvador	1,785,829	514,889	3.47
Santa Ana	589,630	170,786	3.45
La Libertad	803,625	224,980	3.57
Chalatenango	204,919	56,235	3.64
TOTALES	3,384,003	966,890	-

Tabla 5: Ocupación de Hogares por Departamento.

Fuente: Ministerio de Economía, Dirección General de Estadística y Censos. Encuesta de hogares de propósitos múltiples, 2017.

Exclusión: De la muestra total delimitada anteriormente de 966,890 familias comprendidas entre hombres y mujeres ubicados en los distintos municipios de los departamentos mencionados, se tomarán únicamente los datos pertenecientes a las familias que permanecen económicamente activa para englobar incluso a los miembros que tienen como ocupación ser estudiantes y no presentan ingresos propios, pero si desembolsos al mercado.

Departamento	Hogares en Ocupación	Hogares en Pobreza Extrema (%)	Hogares en Pobreza Relativa (%)	Población Oficial
San Salvador	514,889	3.68	18.19	402,205
Santa Ana	170,786	6.51	24.15	118,423
La Libertad	224,980	5.72	20.54	165,900
Chalatenango	56,235	8.59	24.76	37,481
TOTAL	966,890	-	-	724,009

Tabla 6: Niveles de Pobreza Extrema y Relativa por departamento

Fuente: ministerio de economía, dirección general de estadística y censos. encuesta de hogares de propósitos múltiples, 2017.

POBLACION DE MUESTREO A UTILIZAR

724,009 familias en Ocupación

Tamaño de la Muestra (Poblaciones Infinitas.)

Las Poblaciones Infinitas son concebidas por la Estadística como un conjunto de individuos, objetos o situaciones, que presentan factores comunes, más allá de su naturaleza o género, pero cuyo número se encuentra calculado más allá de cien mil elementos distintos, oponiéndose entonces al concepto de Poblaciones Finitas, conformada también por individuos con rasgos comunes, pero que cuentan con un número inferior a cien mil individuos u objetos.

Por tanto, la fórmula de aplicación para poblaciones infinitas es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Dónde:

- n = Tamaño de la muestra
- p = Probabilidad de éxito
- q = Probabilidad de fracaso
- e = Error máximo permisible
- Z = Nivel de confianza

❖ **Descripción de Variables.**

N	Es el tamaño de la muestra que se espera determinar mediante la aplicación de la fórmula. Es indispensable tomar en cuenta las leyes de poblaciones, consideradas en este caso como infinitas, al sobrepasar el límite estándar de las poblaciones finitas ($\leq 100,000$)
Z	<p>Es la desviación media que se acepta para lograr un nivel de confianza deseado. En función del nivel de confianza que busquemos, la distribución de Gauss ya viene dado sus valores respectivos para estas variaciones en función del nivel de confianza deseado, por ende, tenemos:</p> <p>Los valores más frecuentes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Nivel de confianza 90% -> Z = 1.645 ○ Nivel de confianza 95% -> Z = 1.96 ○ Nivel de confianza 99% -> Z = 2.575. <p>En este caso usaremos el Z con nivel de confianza del 95% con valor de 1.96. Es un nivel de confianza medio y más utilizado en estudios de factibilidad en las áreas de mercado.</p>
e	Representa el margen de precisión de la metodología aplicado.
p y q	son las probabilidades de éxito y fracaso que puede tener la aplicación del instrumento en la práctica, por lo común suele utilizarse índices del 50% y 50% cada uno, delimitando que las probabilidades de éxito o fracaso sean iguales.

❖ **Determinación de p y q.**

Existe una manera donde se pueden determinar estas variables con un ejercicio muy práctico, para sondear las probabilidades de éxito del estudio, consiste en hacer una pregunta a un número finito de la población, y evaluar la aceptación o rechazo de las respuestas.

Probabilidad de éxito (p) $p = \frac{\text{Casos Favorables}}{\text{Total de Casos}}$	Probabilidad de Rechazo (q) $q = 1 - \text{Probabilidad de Exito (p)}$
Sondeo de Preguntas. (30 Personas) ¿Le gusta realizar turismo de aventura o ecoturismo?	Respuestas: ➤ 26 personas afirmaron que SI. ➤ 4 personas afirmaron que NO
Del cual podemos determinar que el 86% de las personas les gusta realizar turismo regularmente y el 14% prefiere descansar en casa. ❖ Cálculo del Tamaño de la Muestra.	
Datos:	
➤ n = ¿Incógnita?	$n = \frac{(1.96)^2 * 0.86 * 0.14}{(0.05)^2}$
➤ p = 86%	$n = \frac{3.8416 * 0.86 * 0.14}{0.025}$
➤ q = 14%	$n = \frac{0.4625}{0.0025}$
➤ e = 5%	$n = 187.78 \text{ encuestas}$
➤ 95% de confianza para Z = 1.96	$n \cong 188 \text{ encuestas}$

Segmentación de la Muestra.

Para nuestra investigación utilizaremos el método de muestreo aleatorio simple. Este método conceptualmente es el más sencillo debido a que es la técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo y que, por lo tanto, están descritos en el marco muestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra. Obviamente, en la práctica estos métodos pueden automatizarse mediante el uso de ordenadores y paquetes de software diseñados para estos propósitos. El muestreo aleatorio simple consiste en seleccionar elementos de una población, bajo las siguientes condiciones:

- Muestreo aleatorio.
- Muestra sin Reemplazo.

La muestra previamente determinada será distribuida de manera aleatoria en las distintas zonas geográficas anteriormente definidas, generando una proporción de acuerdo a la cantidad de hogares en cada una de dichas localidades.

Seg. Geográfica	No. De Hogares	%	Muestreo
San Salvador	514,889	53.25	100
Santa Ana	170,786	17.66	33
La Libertad	224,980	23.27	44
Chalatenango	56,235	5.82	11
TOTAL	966,890	100	188

Tabla 7: Segmentación Departamental de la Muestra

Obtención de Datos.

La obtención de información se llevará a cabo por medio de fuentes primarias, que permitan obtener información de primera mano, precisa y oportuna por medio de instrumentos de recolección de datos. El instrumento a utilizar se definió anteriormente como la encuesta y estará dirigida a personas jóvenes, adultas o pertenecientes a una institución pública o privada. El tipo de encuesta aplicada fue de manera directa y personal, desplazándose a cada uno de los territorios definidos para completar todas las encuestas.

La encuesta está dividida en tres partes explicadas a continuación:

- **Preferencias Generales de Turismo**

Se plantean las preguntas relacionadas con el turismo en general y las preferencias que tienen los individuos sobre distintas actividades, gustos, destinos preferidos, etc. que detallen si los involucrados son afines a la investigación.

- **Preferencias Específicas del Plan a Realizar**

Se plantean las preguntas específicas al estudio, donde se engloban preguntas específicas sobre el proyecto a realizar, los conocimientos que tienen sobre la micro región trífino cerca de la cuenca del Río Lempa y su competencia al respecto del Turismo en la Región.

- **Información General del Encuestado**

Son preguntas frecuentes que se le realizan al encuestado como parte de la información personal que ellos pueden brindar, como lo son la edad, sexo, residencia, ingresos, etc.

1. Para la aplicación del instrumento se realizaron 2 encuestas diferentes, cada una dirigida a un segmento demográfico específico, el cual fue definido anteriormente.
2. Cada cuestionario va detallado de acuerdo a la naturaleza y objetivos que se buscan conocer en cada uno de dichos segmentos.
3. Cada encuesta posee similitudes entre sí, pero varían en un pequeño porcentaje de acuerdo a la información pertinente del encuestado.
4. La distribución porcentual se realizó en proporciones adecuadas a su importancia para el estudio, prestando más atención a los jóvenes y adultos, debido a que son los grupos considerados más económicamente activos.
5. Los cuestionarios dirigidos a las instituciones poseen un enfoque un poco diferente, prestando más atención a la forma de participación en el turismo como parte de un equipo, ya sea colegios, instituciones públicas o privadas.
6. La división de las encuestas demográficamente serían:
 - Jóvenes: 40% aproximadamente 84 encuestas.
 - Adultos: 50% aproximadamente 104 encuestas.

Método para la Tabulación, Clasificación y Análisis de Datos.

Codificación y Clasificación de Datos.

En el análisis para la determinación de la muestra se concluyó a través del método aleatorio de muestreo simple que el número de instrumentos necesarios para el análisis fuese de 188 encuestas. Dicho instrumento comprende preguntas de opción múltiple y de opiniones abiertas, con un máximo de 24 preguntas a contestar y asesorados por los entrevistadores pertenecientes al equipo.

Para la ayuda y agilidad de la clasificación y conteo de datos se hizo uso de un paquete de software conocido como OFFICE 2016 PLUS, el cual dentro de su suite de aplicaciones se incluye una potente aplicación de hojas de cálculo llamada Excel 2016 para el almacenamiento y clasificación de la información. Además, este programa viene incorporado con un sin número de fórmulas estadísticas aplicadas para el análisis posterior a la recolección de datos. Se incluye también la posibilidad de esquematizar la información introducida al presentarla de manera más sintetizada en forma de gráficos o esquemas.

- ❖ Modelo diseñado en Excel para la recolección, acumulación, conteo y esquematización de datos.

Numero de Encuestas			Plan de Desarrollo Turístico para la Cuenca del Río Lempa y Región Trifinio																							
			Encuesta Dirigida a Jóvenes																							
			1				2					3					4									
0	0	0	a	b	c	d	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	a	b	c	d	e	f			

Tabla 8: Modelo para la recolección de datos Jóvenes

Numero de Encuestas	Plan de Desarrollo Turístico para la Cuenca del Río Lempa y Región Trifinio																							
	Encuesta Dirigida a Adultos																							
	1				2						3					4								
0	0	0	a	b	c	d	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	a	b	c	d	e	f	

Tabla 9: Modelo para la recolección de datos Adultos

Numero de Encuestas	Plan de Desarrollo Turístico para la Cuenca del Río Lempa y Región Trifinio																							
	Encuesta Dirigida a Instituciones																							
	1				2						3					4								
0	0	0	a	b	c	d	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	a	b	c	d	e	f	

Tabla 10: Modelo para la recolección de Datos Instituciones

Descripción de Bloques Numéricos:

Encabezado: Plan de Desarrollo Turístico para la Cuenca del Río Lempa y Región Trifinio

Incluye el nombre del Plan a la cual está destinado el estudio de mercado, tratando de reflejar la permanencia y compromiso a la causa.

Dirigidas a: Encuesta Dirigida a Adultos

Esta parte del encabezado redacta al segmento de la población al cual va destinada el instrumento, como se observa anteriormente existen 3 tablas para la recolección de datos, cada una con propósitos diferentes.

Columnas 1, 2 y 3: 0 0 0

Estas tres columnas que aparecen al inicio de la tabla con un tono amarillento muestran el orden correlativo de todas las encuestas a pasar, con un total de 188 instrumentos el cual está compuesta por tres dígitos lo que obliga a que sean la misma cantidad de columnas en Excel.

Columnas de Preguntas: 1 2 3

Estas columnas de color azul y enumeradas ascendientemente representan el orden correlativo de las preguntas hechas con el instrumento, dependiendo del número de opciones que tenga la pregunta, así será de larga la extensión de este. Para el caso concreto de la base de datos se cuenta con un número de 24 preguntas a encuestar y 6 preguntas adicionales de carácter personal sumando en total 30 columnas de preguntas a rellenar.

Columnas a Rellenar: a b c d e

Justamente debajo de cada columna de preguntas se encuentra las opciones disponibles en opción múltiple para las interrogantes, se representándose con opciones alfabéticas ascendentes y estas varían dependiendo de la pregunta. En total la tabla posee un número de 161 columnas y 188 filas a llenar. El llenado de la tabla se hará mediante la utilización del número "0" las diferentes opciones que tienen cada pregunta (a, b, c, etc.) que corresponden al número de opciones disponibles para el encuestado. El software a través de pequeñas codificaciones totalizara y clasificara las diferentes respuestas obtenidas para su respectivo análisis. Para el llenado de la base de datos se procede a ser uso del símbolo numérico "0" (cero) ya que es la condicionante que se admitió en la codificación del programa, siendo este número el criterio de selección, conteo, acumulado y análisis de la información.

❖ Modelo para la Tabulación y esquematización de la información.

No.	Pregunta	Opción Codificada	FR	%
1	¿Cuándo y dónde fue la última vez que visitaron algún destino turístico?	a) Playa		
		b) Montaña		
		c) Ríos y Lagos		
		d) Pueblos		
		e) Turicentros		
TOTAL				
2	¿Qué le motiva a realizar turismo? Puede marcar más de una opción.	a) Descanso y Relajación		
		b) Arte y Cultura		
		c) Conocer Nuevos Lugares		
		d) Familia		
		e) Pareja		
		f) Actividades Religiosas		
TOTAL				
3	¿Cómo prefiere realizar el turismo?	a) Solo		
		b) En Pareja		
		c) Con Amigos		
		d) Familia		
		e) Excursiones		
TOTAL				
4	¿De cuantas personas es el grupo con el que realiza turismo?	a) 1 – 2 personas		
		b) 2 – 5 Personas		
		c) 5 – 10 Personas		
		d) Mas de 10 Personas		
TOTAL				
5	¿Qué medio utiliza normalmente para visitar los destinos turísticos?	a) Automóvil		
		b) Motocicleta		
		c) Transporte Publico		
		d) Excursiones		
		e) Tour Operadores		
		f) Otros		

Tabla 11: Modelo para la Tabulación y esquematización de la información

Análisis de Resultados.

El estudio de mercado nos ayuda a conocer la respuesta de nuestros posibles clientes (target) y analizar los servicios correspondientes, con respecto a los distintos mercados y la interrelación que existen entre ellos, así como para establecer las estrategias adecuadas. A continuación, se presenta el análisis de cada una de las preguntas que contenía la encuesta del mercado consumidor. Mediante este instrumento se pudo obtener información real de las preferencias y hábitos de consumo de la población que forma parte del estudio. La encuesta está compuesta por 24 preguntas como se muestra a continuación.

ENCUESTA REALIZADA A JÓVENES Y ADULTOS

1. ¿Cuándo y dónde fue la última vez que visito algún destino turístico? (JOVENES)

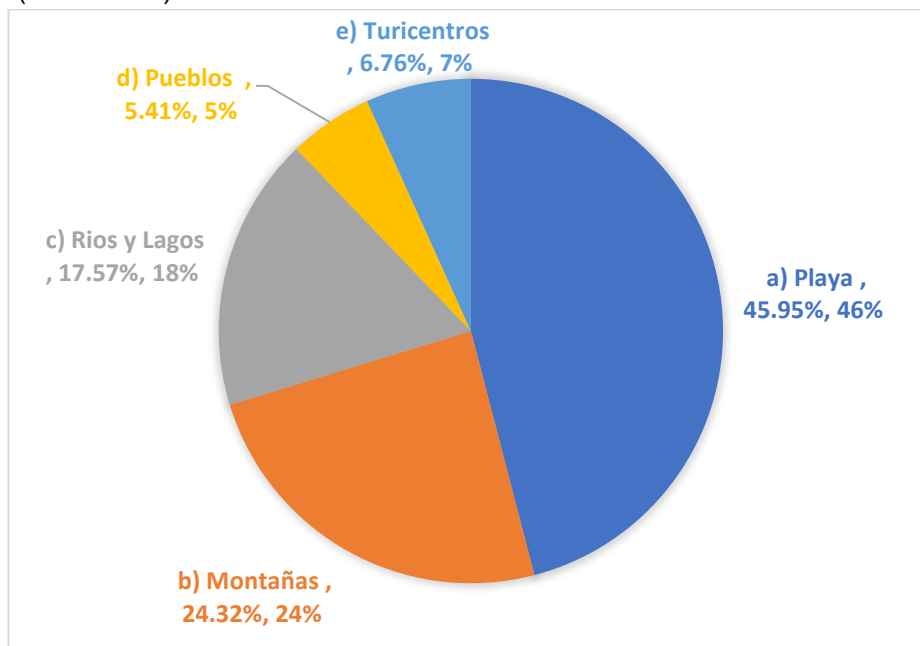


Gráfico 9: ¿Cuándo y dónde fue la última vez que visito algún destino turístico?

Esta pregunta nos ayuda a identificar las preferencias sobre turismo en la población joven en estudio. Como se muestra en el gráfico, los encuestados indican que prefieren las visitas a las playas, teniendo el primer lugar en posicionamiento con un 46% aproximadamente.

El segundo lugar es ocupado por la visita a las montañas con un 24% de aceptación y un tercer lugar para ríos y lagos con 18%, ambos literales forman parte del ecoturismo de El Salvador, y un aspecto bastante importante con respecto a estos resultados es que Santa Ana posee muchos destinos ecoturísticos como lo son el Cerro Verde, Monte Cristo, Lago de Coatepeque y el Rio Lempa, joyas de la naturaleza en nuestro país. Por esta misma razón se nota la influencia en la respuesta de los turistas, ya que hay mucha cercanía entre el mercado meta y el objetivo para el presente estudio. Los tiempos de visitas variaban entre los dos a tres meses aproximadamente en cada uno de los casos.

1. ¿Cuándo y dónde fue la última vez que visito algún destino turístico? (ADULTOS)

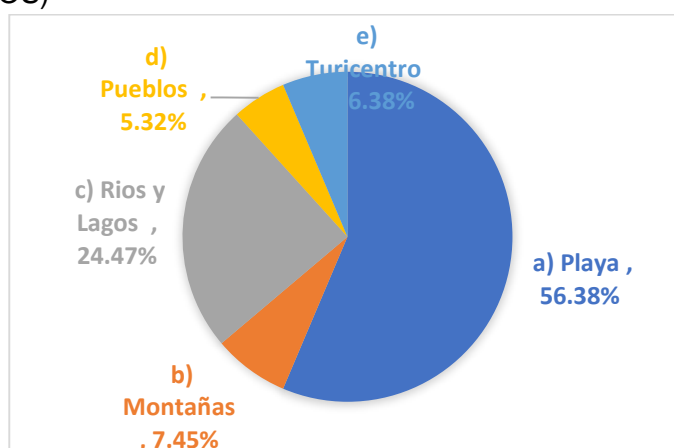


Gráfico 10: ¿Cuándo y dónde fue la última vez que visito algún destino turístico?

Esta pregunta nos ayuda a identificar las preferencias sobre turismo en la población adulta en estudio. Como se puede observar evidentemente las personas relativamente mayores también prefieren los viajes a la playa con más de la mitad de aceptación, 56.36%, y con una pequeña variante donde en segundo lugar se ubican las visitas a lagos y ríos con un 24.47% y precedido de las montañas con un escaso 7.45%. En ambos casos, las visitas a pueblos o Turi centros se mantiene constante con un promedio de 6% en cada caso.

2. ¿Qué le motiva a realizar turismo? Puede marcar más de una opción. (JOVENES)

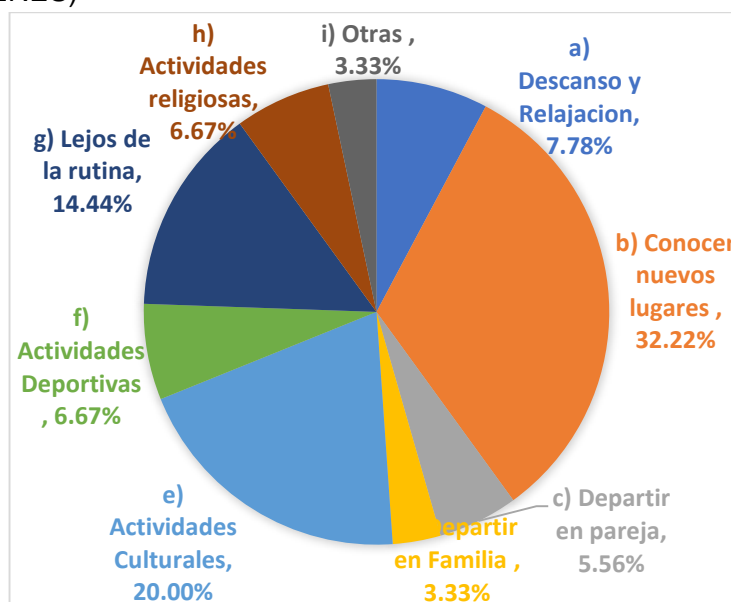


Gráfico 11: ¿Qué le motiva a realizar turismo? (Jóvenes)

Esta interrogante nos permite saber cuáles son las motivaciones del mercado potencial, la respuesta comienza a dar índices de la orientación que deben seguir las estrategias en el mercado de turismo. Se puede notar que hay 3 motivaciones esenciales para los jóvenes y básicamente tienen ponderaciones similares, estas son:

conocer nuevos lugares (32.22%), actividades culturales (20%) y estar lejos de la rutina (14.14%), juntos representan el 66.36% del total de las respuestas.

2. ¿Qué le motiva a realizar turismo? Puede marcar más de una opción. (ADULTOS)

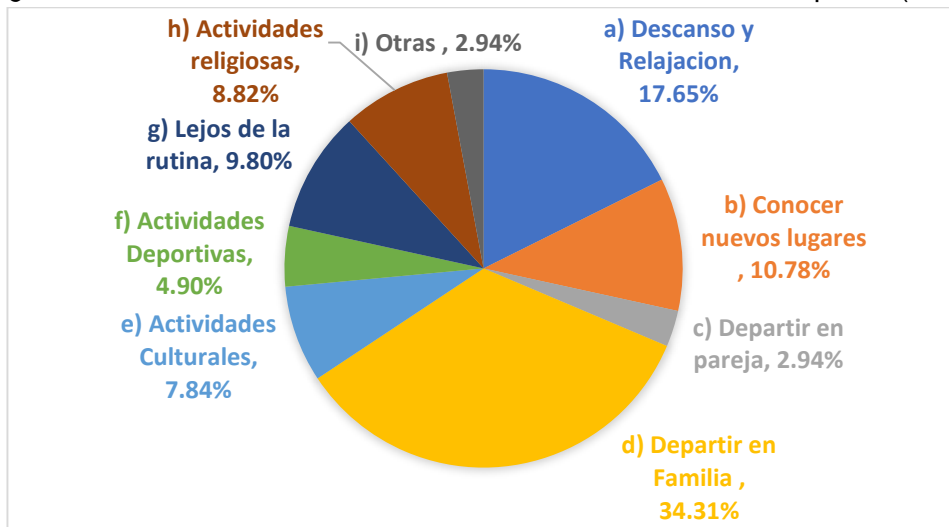


Gráfico 12: ¿Qué le motiva a realizar turismo? (Adultos)

Las motivaciones para un público de mayor edad son muy similares a las denotadas anteriormente en los jóvenes, teniendo en cuenta ciertos cambios en sus gustos y preferencias. Según los encuestados sus principales motivaciones van orientados a las familias con un 34.31%, seguido del descanso y relajación con un 17.65% y el hecho de conocer nuevos lugares con un 10.78%.

3. ¿Cómo prefiere realizar el turismo? (JOVENES)



Gráfico 13: ¿Cómo prefiere realizar el turismo? (Jóvenes)

3. ¿Cómo prefiere realizar el turismo? (ADULTOS)

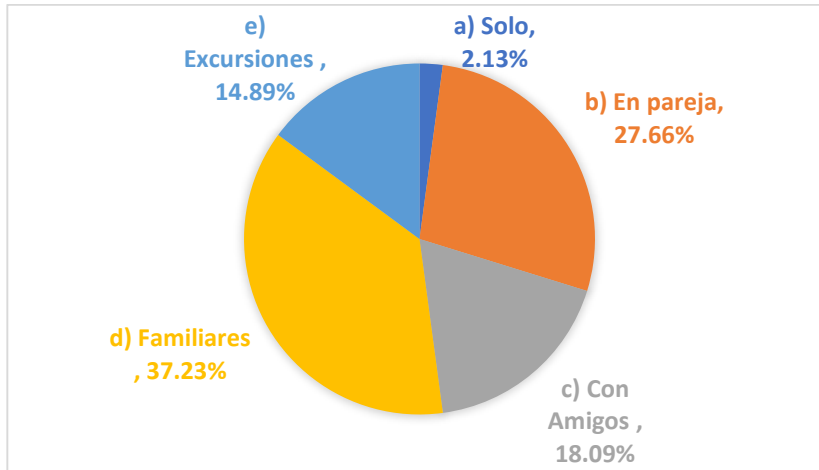


Gráfico 14: ¿Cómo prefiere realizar el turismo? (Adultos)

En relación a la pregunta anterior, se puede afirmar que las motivaciones que tienen las personas mayores es poder salir en familia, según el gráfico anterior el 37.23% de los encuestados buscan salidas familiares como preferencias de turismo, y un 27.66% de salidas en pareja, puesto que no todos los encuestados tienen compromisos mayores y gustan de viajes y salidas en pareja. Las excursiones tienen un leve aumento en relación a los jóvenes (15% aprox.), ya que también son formas de realizar turismo con la familia y de igual manera pocos buscan viajar solos con el objetivo de poder conocer personas nuevas en dichas salidas.

4. ¿De cuántas personas es el grupo con el que realiza turismo? (JOVENES)

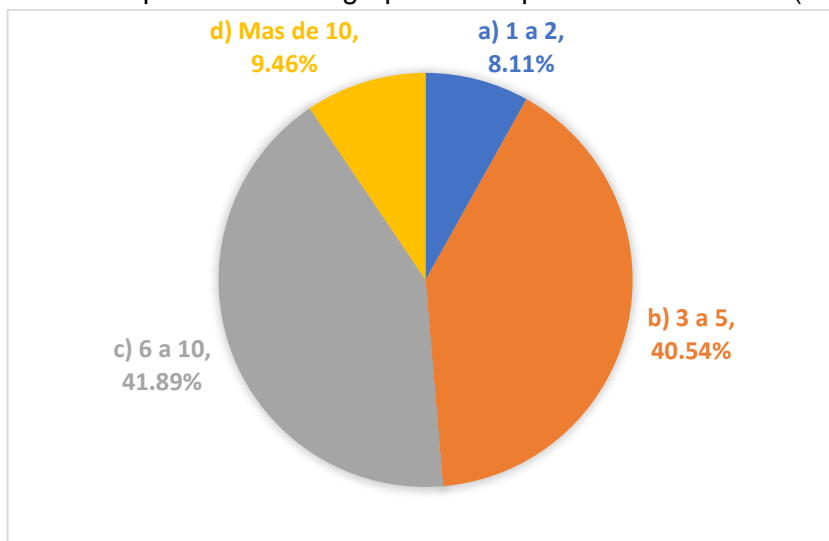


Gráfico 15: ¿De cuántas personas es el grupo con el que realiza turismo? (Jóvenes)

Como era de esperar, sólo el 8.11% de los encuestados hace turismo de manera individual o en pareja, mientras que aproximadamente el 41% buscan realizar turismo en grupos de 3 a 5 e incluso de 6 a 10 personas, ya que como jóvenes las salidas son mayormente en grupos de amigos que comprenden más o menos estos números (5 en promedio). En ciertas ocasiones las excursiones se realizan en grupos de mayor número con 9.46%. Por tanto, se esperaría que más del 81% de los excursionistas (o turistas), este acompañado de un grupo de 4 personas o más.

4. ¿De cuantas personas es el grupo con el que realiza turismo? (ADULTOS)

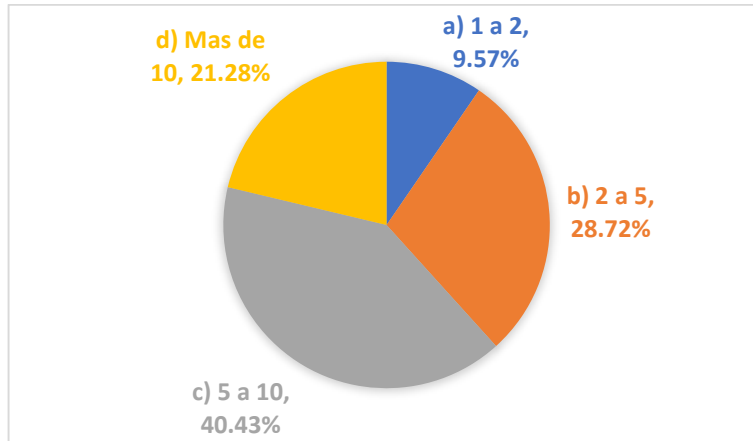


Gráfico 16: ¿De cuantas personas es el grupo con el que realiza turismo? (Adultos)

Cuando se habla de personas mayores en relación a las anteriores preguntas podemos suponer que los grupos con los que más suele salir son iguales o superiores a las 4 personas (familia promedio) dando resultados según el grafico anterior de 28.72% para grupos de hasta 5 personas y 40.72% para grupos de hasta 10 personas, con un total de 69.44%.

5. ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente para visitar los destinos turísticos? (JOVENES)

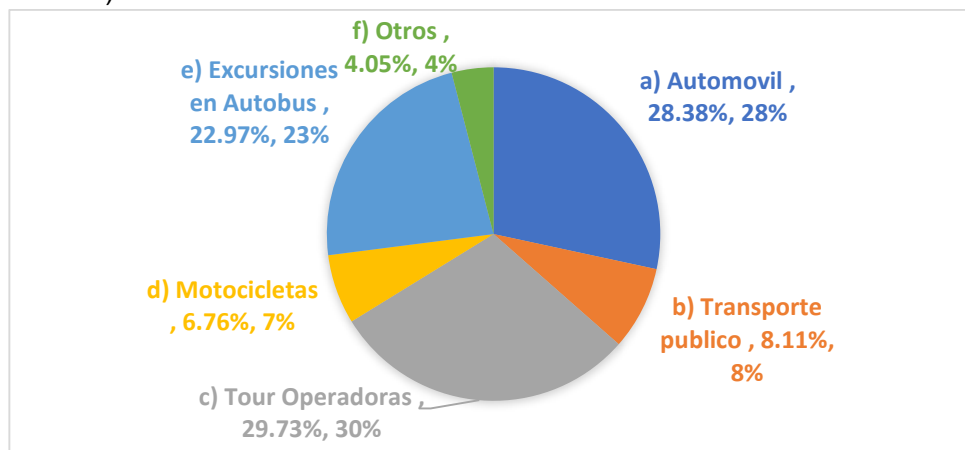


Gráfico 17: ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente para visitar los destinos turísticos? (Jóvenes)

Según el grafico anterior podemos observar que los medios más comunes para los viajes en los jóvenes son los siguientes con porcentajes muy similares: Tour operadoras con 30% aprox. Que suelen brindar sus servicios por medio de sus fan page en redes sociales acerca de las distintas promociones o destinos a los que se busca viajar. Le sigue inmediatamente los viajes en vehículos propios con 28% aprox. siendo de los medios de transporte más comunes en estos tiempos brindando mayor seguridad y comodidad a la hora de viajar. Y por último podemos mencionar las excursiones en autobuses, estas suelen realizarse con fines educativos si se pertenece a una institución educativa o religiosa. Los viajes en motocicletas para un máximo de 2 persona están limitados con un 7% aprox. Un porcentaje esperado según las preguntas anteriores.

5 ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente para visitar los destinos turísticos? (ADULTOS)

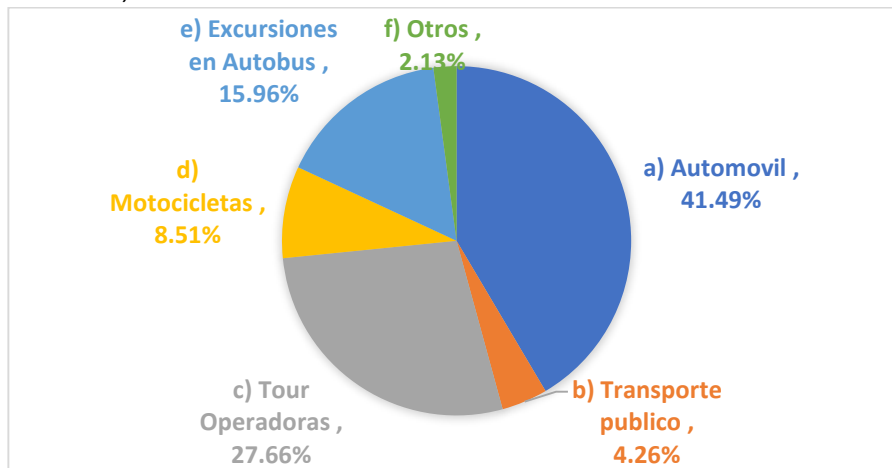


Gráfico 18: ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente para visitar los destinos turísticos? (Adultos)

Se puede comprobar que prevalece la utilización del medio de transporte personal para realizar turismo en personas mayores; un 41.49% de los encuestados indica que realizan turismo utilizando vehículo familiar, propio o de amigos, seguido del 27.66 % que realiza turismo mediante tour operadoras. También se puede notar que aún hoy por hoy se sigue optando por las excursiones como alternativa para salir a divertirse (16%aprox). Esta pregunta está relacionada con el canal de distribución (mercado distribuidor), ya que permite alinear las estrategias con estos requerimientos. Además, hay que mencionar que algunos de los visitantes utilizan medios de transporte público en una proporción de 4.26%.

6. ¿En el periodo de un año, con qué frecuencia suele realizar turismo? (JOVENES)

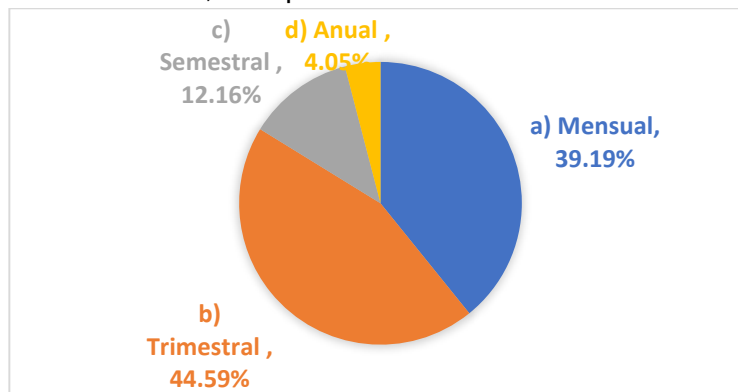


Gráfico 19: ¿En el periodo de un año, con qué frecuencia suele realizar turismo?

Según el gráfico anterior se puede concluir que los jóvenes realizan turismo con más frecuencia. Ubicados con viajes trimestrales alrededor del 45% (4 viajes por año) y un número bastante significativo de 39.19% de viajes al mes, debido a que la juventud posee más tiempo libre y energías para optar salir, aunque la economía no sea muy buena las salidas optan por ser lo más económicamente posible con el único fin de visitar y conocer nuevos lugares. Los encuestados que no buscan mucho el turismo forman un total de 16.21% ya sea por falta de motivación o dinero.

6. ¿En el periodo de un año, con qué frecuencia suele realizar turismo? (ADULTOS)

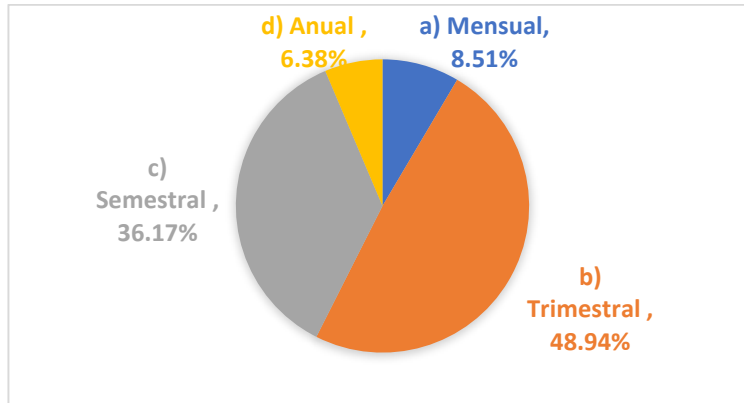


Gráfico 20: ¿En el periodo de un año, con qué frecuencia suele realizar turismo?

La respuesta a esta pregunta es un poco lógica y contrasta con la realidad económica del país, ya que el turismo no es un servicio de primera necesidad, agregado que la capacidad adquisitiva de los salvadoreños no es la mejor, por lo que sólo el 8.51% hace turismo mensualmente, también cabe destacar que el tiempo libre promedio que tienen las personas mayores se reduce drásticamente, haciendo mucho más difíciles las salidas con mayor frecuencia. Se denota un 49% aprox. De personas que realizan turismo trimestralmente (4 veces al año en promedio) y el 36% de los encuestados visita algún lugar turístico 2 veces por año en promedio.

7. ¿En qué temporadas del año prefiere realizar turismo? Puede marcar más de una opción. (JOVENES)

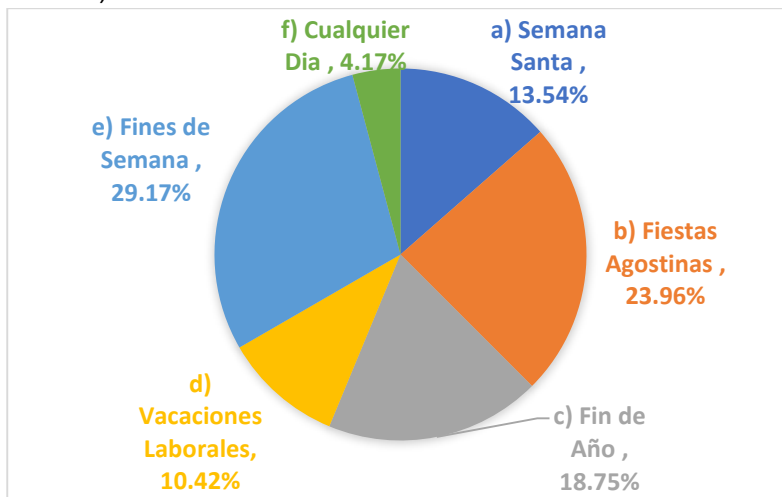


Gráfico 21: ¿En qué temporadas del año prefiere realizar turismo? (Jóvenes)

Como se puede apreciar en el gráfico los jóvenes al tener más libertades de tiempo estos buscan salir mayormente los fines de semana con aceptación de 29.17% sin importar la fecha en los que estos se encuentren. Cuando se habla de vacaciones a nivel nacional, destacan mayormente las fiestas agostinas (23.96%) y las fiestas de fin de año (18.75%) con un total de 42.71% siendo un porcentaje significativamente alto. Las fiestas de semana santa no se quedan atrás, aunque con un bajo porcentaje de participación de tan solo 13.54%.

7. ¿En qué temporadas del año prefiere realizar turismo? Puede marcar más de una opción. (ADULTOS)

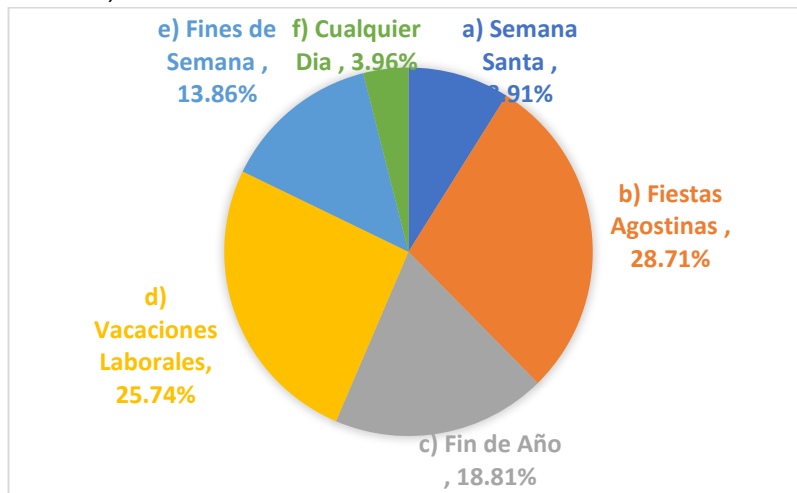


Gráfico 22: ¿En qué temporadas del año prefiere realizar turismo? (Adultos)

Según el gráfico en comparación con el anterior (jóvenes) las personas mayores tienen la posibilidad más que la disponibilidad de salir en sus vacaciones laborales con un 25.76% de aceptación, esto es debido a que gran parte de los encuestados trabaja para instituciones privadas y goza de vacaciones al año (15 días generalmente). Las fiestas agostinas con un (28.71%) presentan la tasa más alta de las temporadas en que las personas suelen salir y realizar turismo, las fiestas de fin de año con un (18.81%) debido a que es una época en la que se suele compartir en familia dentro del hogar (en su mayoría), y las vacaciones de semana santa (8.91%).

8. ¿Cuál es la duración promedio de sus paseos turísticos? (JOVENES)

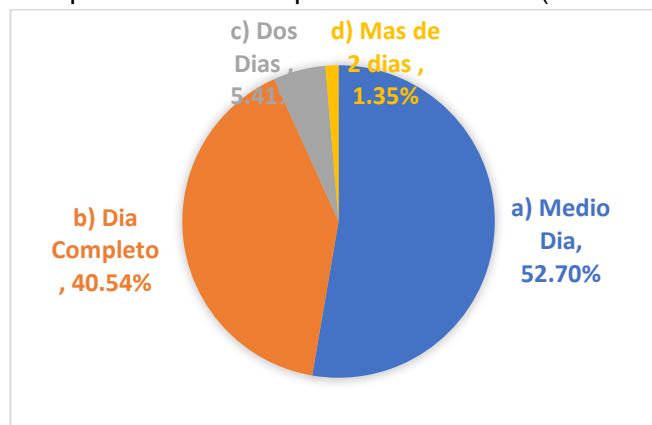


Gráfico 23: ¿Cuál es la duración promedio de sus paseos turísticos? (Jóvenes)

Según el gráfico anterior se puede observar que la duración promedio para las salidas en los jóvenes recae mayormente en medio día (52.7%) y seguidamente de días completos (40.54%) formando un total de 93.12%. Casi todos los encuestados buscan salidas poco prolongadas ya sea por falta de dinero o tiempo en sus actividades cotidianas. Con un escasez del 6.76% las personas jóvenes buscan salidas mayores a los dos días.

8. ¿Cuál es la duración promedio de sus paseos turísticos? (ADULTOS)

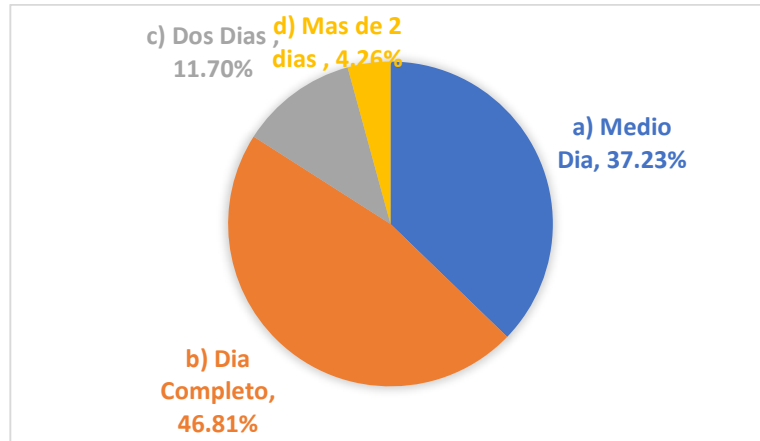


Gráfico 24: ¿Cuál es la duración promedio de sus paseos turísticos? (Adultos)

Se encontró que el tiempo promedio de los paseos en adultos es de un día completo con 46.81% seguido de un 37.23% que puede ser entre 6 y 12 horas al día. Pocos prefieren estar un fin de semana entero fuera de sus hogares (11.70%) debido a responsabilidades o condición física. Finalmente, solo un 4.26% considera estar de tres días a más fuera de casa.

9. Al realizar actividades turísticas, ¿Cuál es el gasto promedio que tiene en cada salida? (JOVENES)

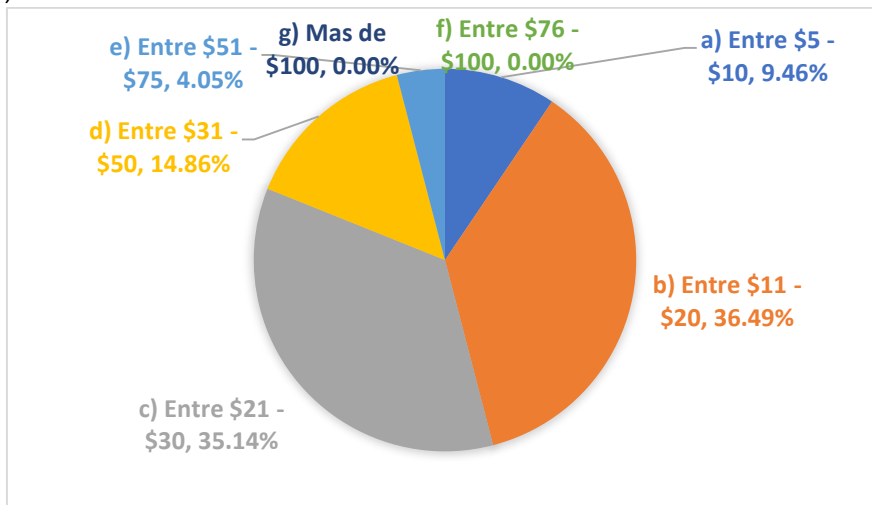


Gráfico 25: Al realizar actividades turísticas, ¿Cuál es el gasto promedio que tiene en cada salida? (Jóvenes)

Los jóvenes como se puede observar tienen gastos promedios entre los \$10 hasta los \$30 con porcentajes totales de 71.73%. Pocos tienen gastos superiores entre los \$31 a los \$50 con porcentaje de 14.86% y aun menores hasta los \$75 con porcentaje de 4.05%. Prácticamente nadie tiene gastos superiores a las \$100, concluyendo que la mayoría de jóvenes viajan más por el motivo de la experiencia que por los gastos o lujos.

9. Al realizar actividades turísticas, ¿Cuál es el gasto promedio que tiene en cada salida? (ADULTOS)

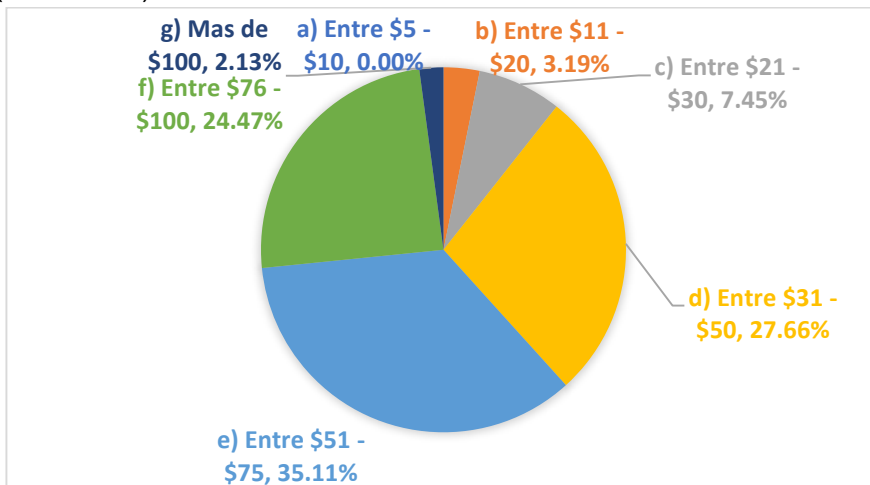


Gráfico 26: Al realizar actividades turísticas, ¿Cuál es el gasto promedio que tiene en cada salida? (Adultos)

En contraste con los gastos realizados por jóvenes en el gráfico anterior, la población más adulta realiza desembolsos más grandes en turismo, dejando los gastos inferiores a los \$30 con un pequeño porcentaje de 10.64% en totalidad. Ascendiendo a gastos predominantes de entre \$51 a \$75 con 35.11% seguido de gastos de hasta \$50 con porcentaje de 27.66%, esto es debido a que como se viene mencionando anteriormente los adultos gastan más al llevar a sus familias a sus destinos turísticos, incluso llegando a gastar entre los \$76 a \$100 en promedio (24.47%).

10. ¿A qué destina su presupuesto en cada viaje? Puede marcar más de una opción. (JOVENES)

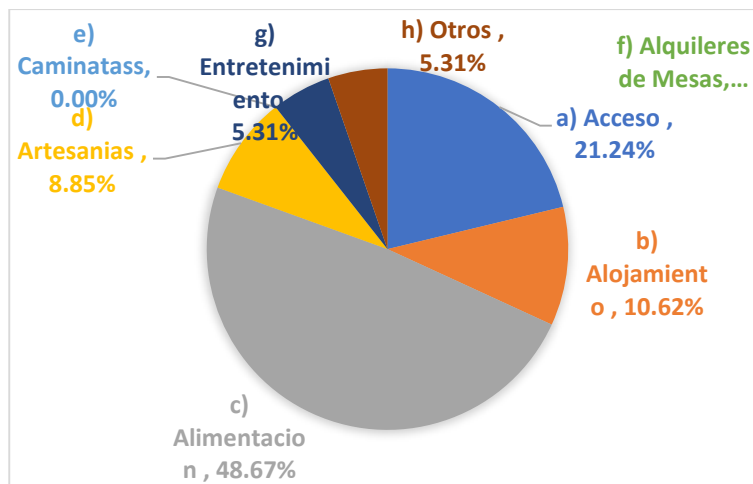


Gráfico 27: ¿A qué destina su presupuesto en cada viaje? Puede marcar más de una opción (Jóvenes)

Con 48.67% los jóvenes invierten con prioridad en la alimentación durante el viaje, en el que incluye platos fuertes, bebidas, degustaciones alcohólicas y snacks. Seguido del acceso con 21.24% como pago de entrada y alojamiento con 10.62%. Al cubrir los aspectos ya mencionados el dinero restante se utiliza para el pago de entretenimiento (5.31%) y la compra de artesanías como recuerdos (8.85%).

10. ¿A qué destina su presupuesto en cada viaje? Puede marcar más de una opción. (ADULTOS)

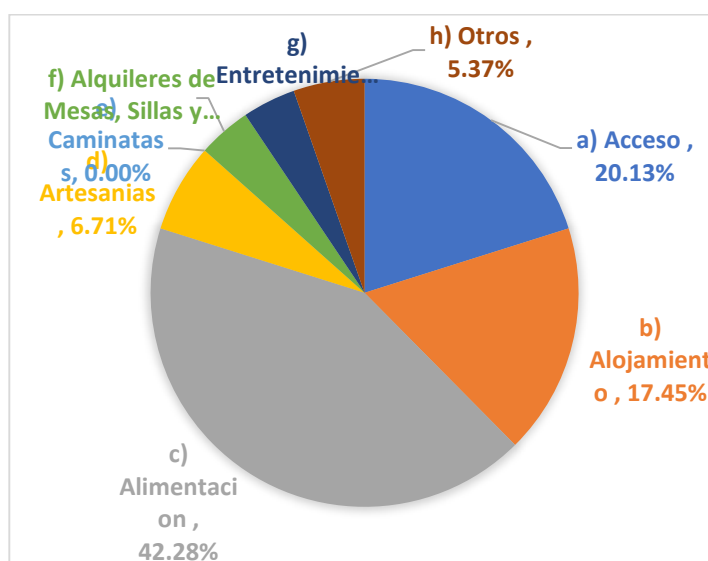


Gráfico 28: ¿A qué destina su presupuesto en cada viaje? Puede marcar más de una opción (Adultos)

Uno de los aspectos más importantes al viajar es el presupuesto y la mayoría de adultos como los jóvenes disponen gran parte de su dinero en la alimentación (42.28%), y acceso (20.13%). Otro porcentaje de 17.45% le gusta pagar por un buen alojamiento para descansar con comodidad y seguridad, denotando que más de la mitad de adultos que llegan a un lugar suelen quedarse. A diferencia de los jóvenes, los adultos hacen mayor uso de mesas, sillas y hamacas (4.03%). Un 6.71% son los que optaron por artesanías o recuerdos del lugar que visitan. Ciertas personas consideran que debe haber entretenimiento básico (4.03%) como show, música en vivo y/o pistas baile.

11. ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar? Puede marcar más de una opción. (JOVENES)

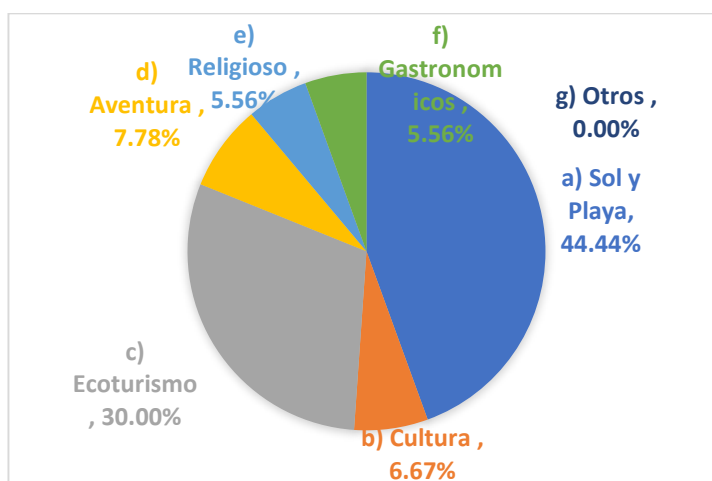


Gráfico 29: ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar? (Jóvenes)

El resultado dejó entrevistado que sol y playa aún se mantiene en primera línea con 44.44%, el ecoturismo con 30% en segundo lugar y el turismo de aventura (deportes extremos) con 7.78% en tercer lugar de preferencias, estos dos últimos datos dan una mayor certeza en la realización del plan Trifinio con un total de 37.78% de aceptación.

11. ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar? Puede marcar más de una opción. (ADULTOS)

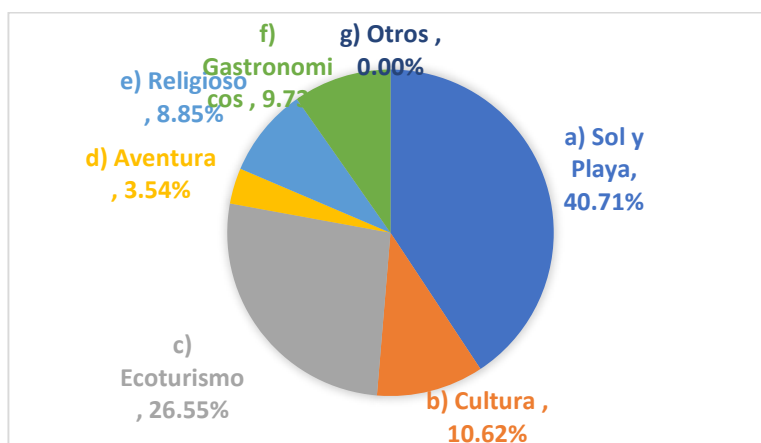


Gráfico 30: ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar? (Adultos)

En comparación con el gráfico anterior (jóvenes) las playas siguen siendo los destinos turísticos más buscados por adultos, con una aceptación de aproximadamente del 41%. Nuevamente el ecoturismo representa el segundo lugar de preferencias con 26.55% y como diferencia principal el turismo cultural predomina en tercer lugar de aceptación con 10.62% seguido muy cercanamente los gastronómicos y religiosos con 9.73% y 8.85% respectivamente. Los turismos de aventura son poco importantes para las personas de mayores edades.

12. Al momento de elegir un destino turístico ¿Qué factores influyen en su decisión? Puede marcar más de una opción. (JOVENES)

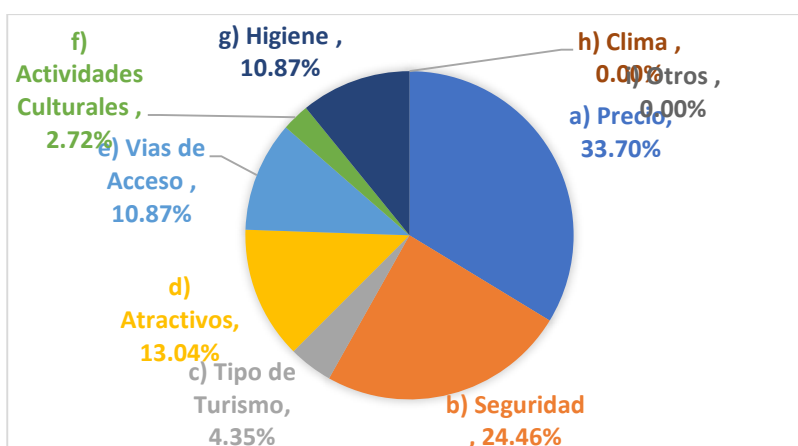


Gráfico 31: Al momento de elegir un destino turístico ¿Qué factores influyen en su decisión? (Jóvenes)

El principal factor para elegir un lugar como destino turístico es el precio (33.70%) ya que los viajes entre más económicos son los jóvenes tienden a verlos más atractivos y tomarlos. Seguidamente con la seguridad (24.46%) debido a que este punto es de los más cruciales en los territorios salvadoreños, donde la violencia y criminalidad tiene índices muy altos. Y como tercer factor influyente son los Atractivos (13.04%) ya que un destino con pocos o ningún atractivo resultara pobre y aburrido para los visitantes.

12. Al momento de elegir un destino turístico ¿Qué factores influyen en su decisión? Puede marcar más de una opción. (ADULTOS).

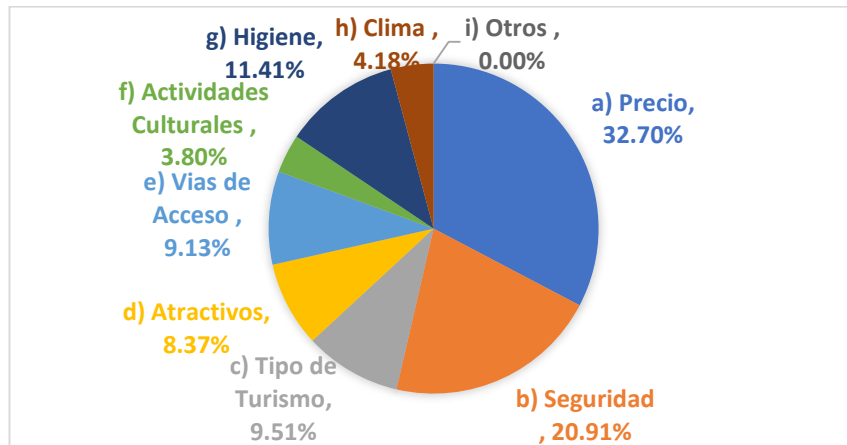


Gráfico 32: Al momento de elegir un destino turístico ¿Qué factores influyen en su decisión? (Adultos)

Según el gráfico anterior al igual que los jóvenes, las personas mayores buscan destinos turísticos económicos donde pueda cubrir la mayoría de necesidades de las familias con un 32.70% de aceptación. Y de igual manera la seguridad representa de las mayores motivaciones o factores influyentes a la hora de realizar el turismo (20.91%). Posteriormente las condiciones sanitarias de los establecimientos se considera clave para una mejor experiencia con un 11.41% de aceptación.

13. ¿En qué lugares o municipios suele realizar turismo normalmente? (JOVENES)

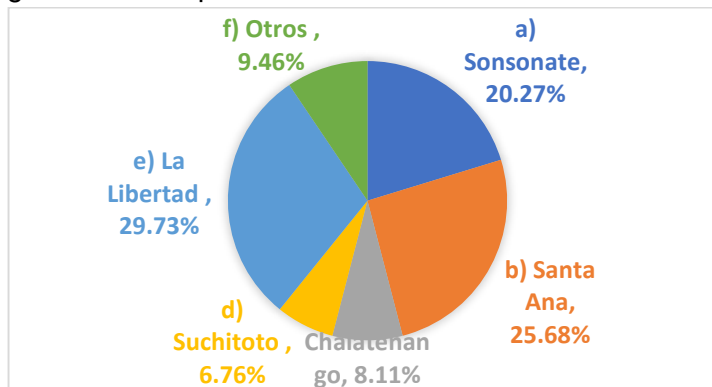


Gráfico 33: ¿En qué lugares o municipios suele realizar turismo normalmente?

En secuencia a la pregunta 11 en esta categoría se prefiere como lugar de destino la libertad (29.73%) debido a los distintos puertos, playas, bares de la localidad, restaurantes de comida marina, entre otros. Santa Ana es de los preferidos (25.68%) ya que muchos optan por el senderismo y caminatas en los complejos volcánicos. Sonsonate es muy elegido (20.27%) ya que forma parte de la Ruta de Las Flores y por sus pueblos vivos. Chalatenango y Suchitoto son parte de pueblos conservadores y ricos culturalmente que se prefieren en un total de 14.87%.

13. ¿En qué lugares o municipios suele realizar turismo normalmente? (ADULTOS)

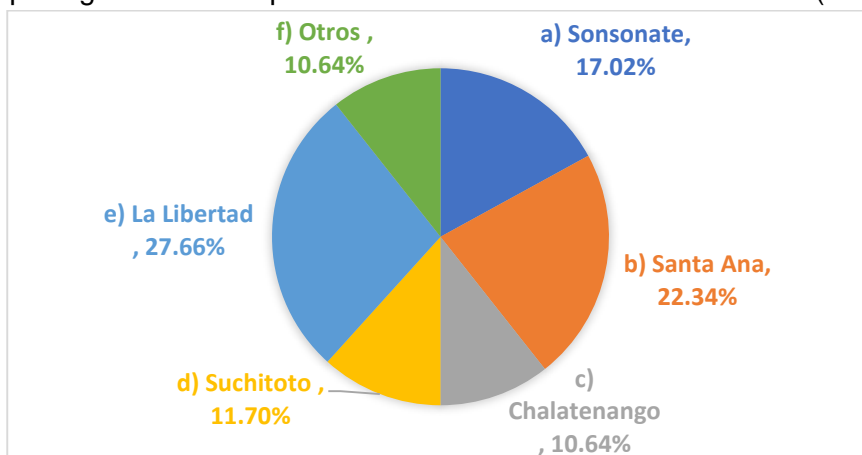


Gráfico 34: ¿En qué lugares o municipios suele realizar turismo normalmente? (Adultos)

Se preguntó a distintas personas adultas en qué lugares realiza turismo normalmente y la mayoría respondió que, en la Libertad (27.66%), evidentemente por las playas y el comercio de mariscos. En segundo lugar, se prefiere Santa Ana (22.34%) donde se encuentran atractivos como la Catedral de Santa Ana, el lago de Coatepeque, Metapán, el lago de Güija, etc. Sonsonate destaca con 17.02% por sus pueblos y gastronomía. Suchitoto es elegido con 11.70% debido a su conservación arquitectónica y reservas naturales. Con poca aceptación de adultos (10.64%) es Chalatenango, donde está ubicado El Pital, el punto más alto del país y por tanto no es de su agrado participar en senderismo o por temperaturas muy bajas.

14. ¿Ha visitado la cuenca del Río Lempa, entre los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán? (JOVENES) (ADULTOS)



Gráfico 35: ¿Ha visitado la cuenca del Río Lempa, entre los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán? (Jóvenes)

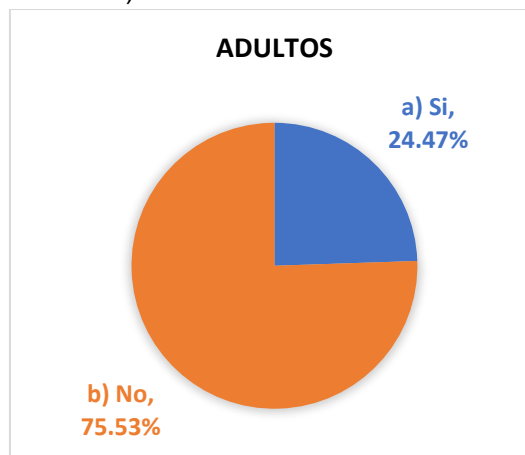


Gráfico 36: ¿Ha visitado la cuenca del Río Lempa, entre los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán? (Adultos)

Como se muestra en los gráficos, poca gente conoce la cuenca del Río Lempa en la micro región trífino comprendida entre Santa Rosa Guachipilín y Metapán con un promedio de 26% de visitantes, y en su mayoría comentan el no conocer el municipio de Santa Rosa Guachipilín lo que indica que debería de darse un mayor reconocimiento y estrategias orientadas a promocionar la zona.

15. Mencione los atractivos turísticos y otros aspectos que más captaron su atención en su visita al Rio Lempa y sus alrededores: (JOVENES)

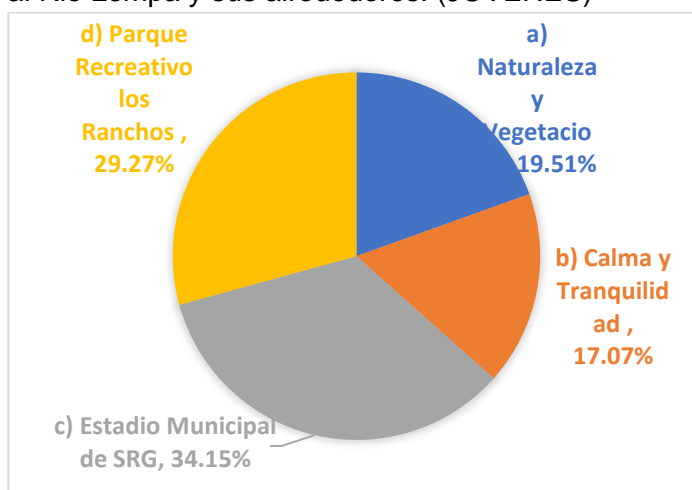


Gráfico 37: Mencione los atractivos turísticos y otros aspectos que más captaron su atención en su visita al Rio Lempa y sus alrededores (Jóvenes)

De los 21 encuestados (28.38%) que afirmaron visitar la cuenca del rio Lempa la mayoría (34.15%) tiene como atractivo principal el Estadio Municipal ya que realizan torneos de futbol y se reúnen jugadores y aficionados que al finalizar dichos partidos se dirigen al segundo atractivo del lugar (con 29.27%) que es el parque Los Ranchos para continuar la convivencia entre ellos y disfrutar de la naturaleza y tranquilidad que conforma el 36.58% restante.

15. Mencione los atractivos turísticos y otros aspectos que más captaron su atención en su visita al Rio Lempa y sus alrededores: (ADULTOS)

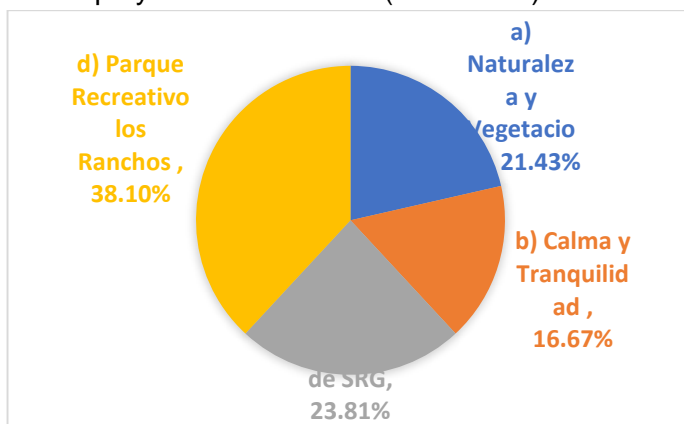


Gráfico 38: Mencione los atractivos turísticos y otros aspectos que más captaron su atención en su visita al Rio Lempa y sus alrededores (Adultos)

De los 23 encuestados (24.47%) que afirmaron visitar la cuenca del rio Lempa, el grafico aprecia que los atractivos del lugar fueron el parque Recreativo Los Ranchos y el Estadio Municipal de Santa Rosa Guachipilín (61.91%) ya que están ubicados a poca distancia entre ellos y ambos se encuentran debidamente cuidados. El 38.1% restante opina que la vegetación y tranquilidad es otro de los atributos que aprovechan para fotografiar dichos paisajes.

16. En cuanto a turismo, ¿Qué aspectos esperaba que cambiaran en la zona? Puede marcar más de uno. (JOVENES).

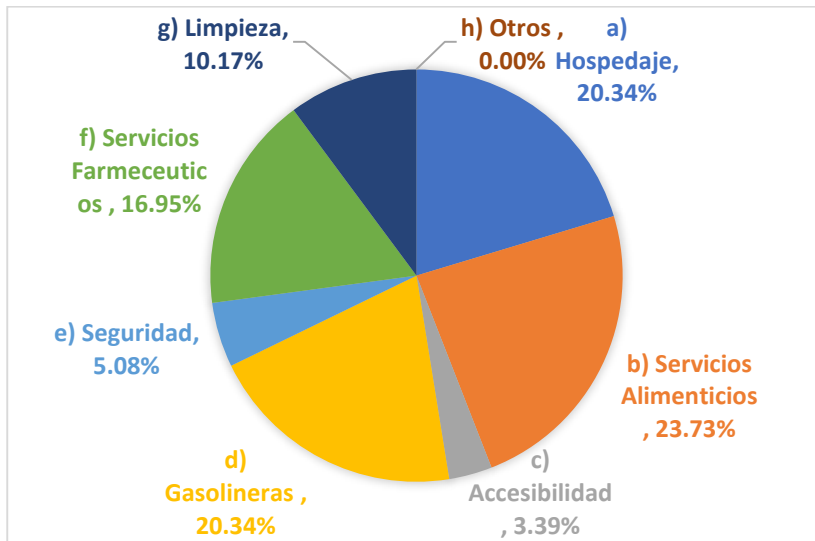


Gráfico 39: En cuanto a turismo, ¿Qué aspectos esperaba que cambiaran en la zona? (Jóvenes)

Según la opinión de los jóvenes encuestados (21 con 28.38%), la falta de hoteles como hospedajes (20.34%), restaurantes como servicios alimenticios (23.73%) y estaciones de servicio (gasolineras 20.34%) dificultan una estadía prolongada en esta región del país. Tanto la seguridad (5.08%) como la accesibilidad (3.39%) son puntos controlados, debido a que las vías de acceso a este lugar se encuentran en buenas condiciones y la delincuencia en la zona es muy baja

16. En cuanto a turismo, ¿Qué aspectos esperaba que cambiaran en la zona? Puede marcar más de uno. (ADULTOS)

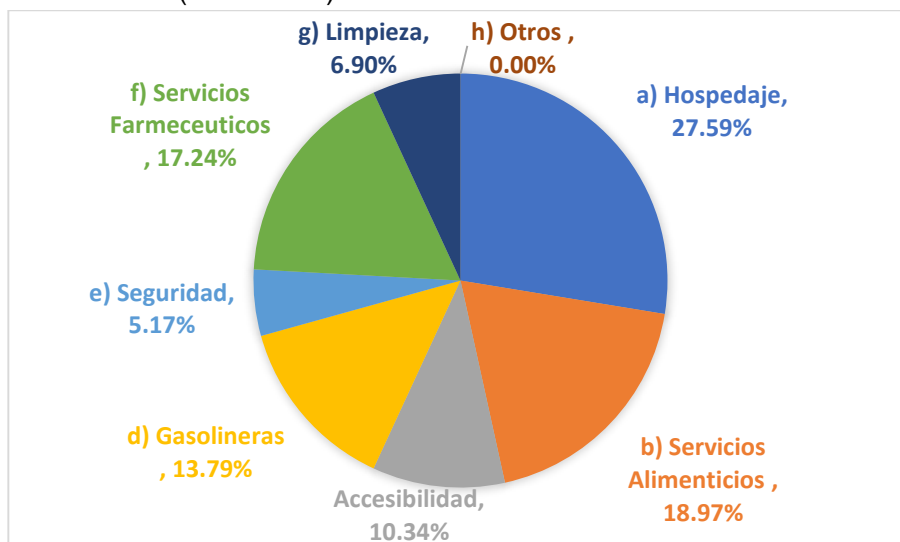


Gráfico 40: En cuanto a turismo, ¿Qué aspectos esperaba que cambiaran en la zona? (Adultos)

Según la opinión de los adultos encuestados (23 con 24.47%), Al igual que en el gráfico anterior se puede notar que la falta de hospedaje, servicios alimentarios, gasolineras y ausencia de farmacias en las cercanías, desmotivan el realizar turismo en la zona.

17. ¿Alguna vez ha visitado un parque turístico, recorrido o Miradores? (JOVENES) (ADULTOS)

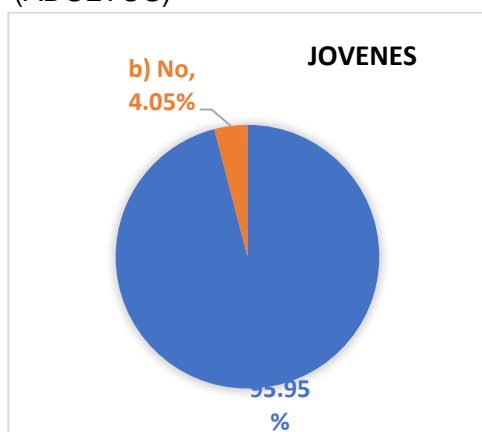


Gráfico 41: ¿Alguna vez ha visitado un parque turístico, recorrido o Miradores?

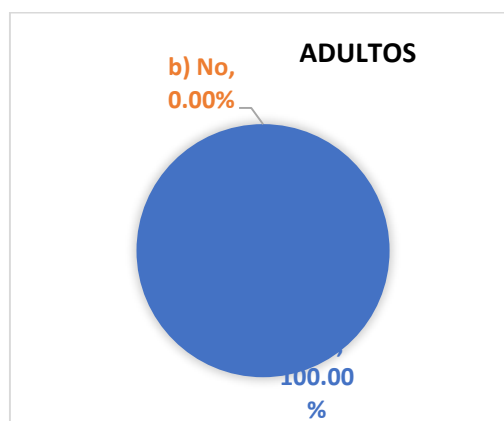


Gráfico 42: ¿Alguna vez ha visitado un parque turístico, recorrido o Miradores? (Adultos)

Esta pregunta fue elaborada para poder saber qué idea nos puede proporcionar el cliente potencial y adaptarla al plan en estudio, esta interrogante está relacionada con las siguientes dos preguntas (18 y 19). Prácticamente el 100% de los encuestados ha visitado alguna vez un parque turístico o miradores, lo cual abre muchas puertas a la posibilidad de obtener un buen resultado. Cabe destacar que el poco porcentaje que brindan los jóvenes al no visitar estos lugares recae en la gente más joven, que aún no han tenido la oportunidad de visitar alguno.

18. ¿Qué tan satisfactoria fue su estadía en estos destinos? (JOVENES) (ADULTOS)

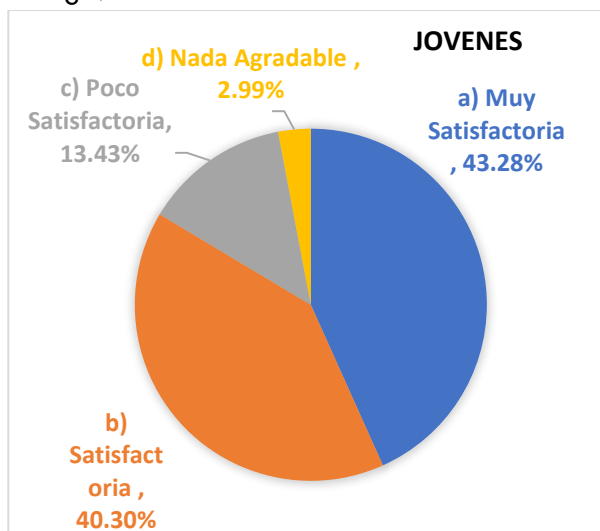


Gráfico 43: ¿Qué tan satisfactoria fue su estadía en estos destinos? (Jóvenes)

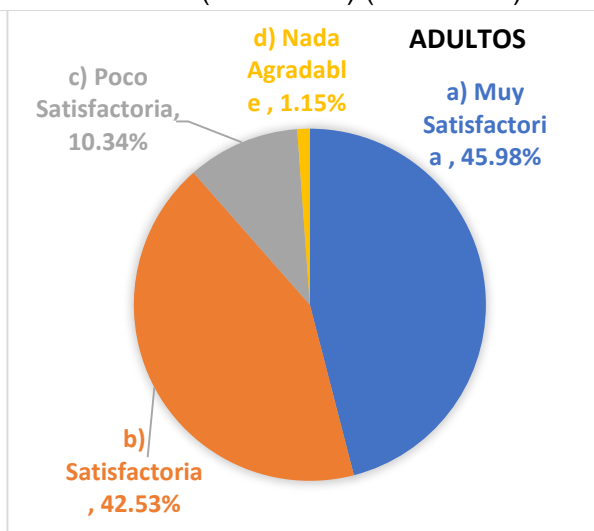


Gráfico 44: ¿Qué tan satisfactoria fue su estadía en estos destinos? (Adultos)

Como se observa en los gráficos anteriores (para los jóvenes y adultos que afirmaron haber visitado un centro turístico, recorridos o miradores, 67 y 87 personas respectivamente) las experiencias satisfactorias se dan de aproximadamente 85% en totalidad para ambos casos (muy satisfactoria y satisfactoria) y las pocas satisfactorias se dan de alrededor de 13.43% para jóvenes y 10.34% para adultos, estas desconformidades se deben al servicio como calidad mal brindada que pudieron ofrecer estos lugares.

19. Si visitara un destino turístico como parques recreativos o Miradores, ¿Qué servicios le gustaría encontrar dentro de las instalaciones? Puede marcar más de uno. (JOVENES)

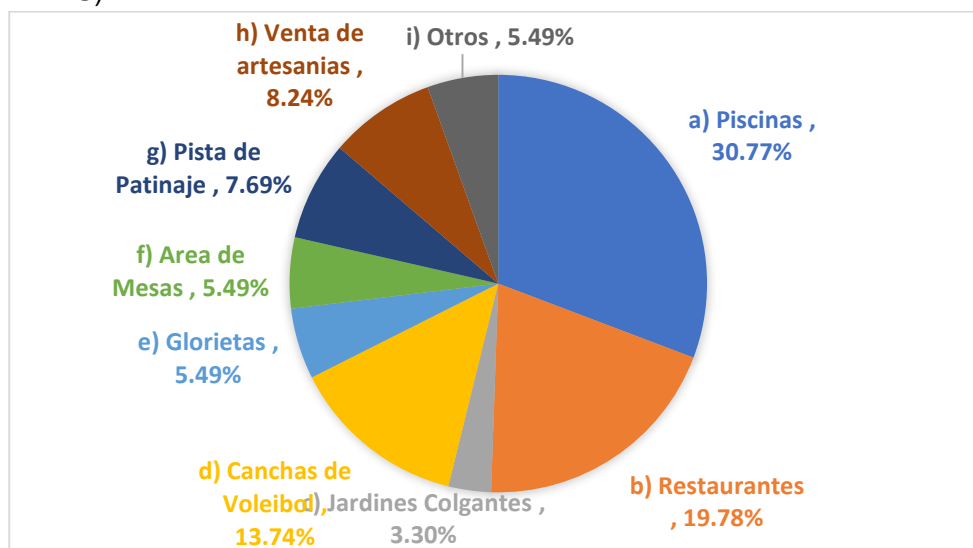


Gráfico 45: Si visitara un destino turístico como parques recreativos o Miradores, ¿Qué servicios le gustaría encontrar dentro de las instalaciones? (jóvenes)

Las piscinas ocupan 30.77% de afirmación, y como se ha observado anteriormente la necesidad de alimentos en los distintos lugares turísticos es de vital importancia (restaurantes) con aceptación del 19.78%. Tanto la presencia de canchas de voleibol (13.74%) como pistas de patinaje (7.69%) son de los atractivos que quedan en segundo plano. Y como todo buen lugar es necesario llevarse algún recuerdo, con venta de artesanías de 8.24% de aceptación.

19. Si visitara un destino turístico como parques recreativos o Miradores, ¿Qué servicios le gustaría encontrar dentro de las instalaciones? Puede marcar más de uno. (ADULTOS).



Gráfico 46: Si visitara un destino turístico como parques recreativos o Miradores, ¿Qué servicios le gustaría encontrar dentro de las instalaciones? (Adultos)

Al igual que para los jóvenes, las piscinas (27.91%) forman parte de los atractivos que más buscan los consumidores, de igual manera, es precedido muy cercanamente con los restaurantes o ventas de comida (26.51%) que generan mayor satisfacción al realizar turismo. Visitas a jardines colgantes (14.88%) y áreas de mesas (10.23%).

20. ¿Qué otros complementos le gustaría encontrar en su destino turístico? (JOVENES)

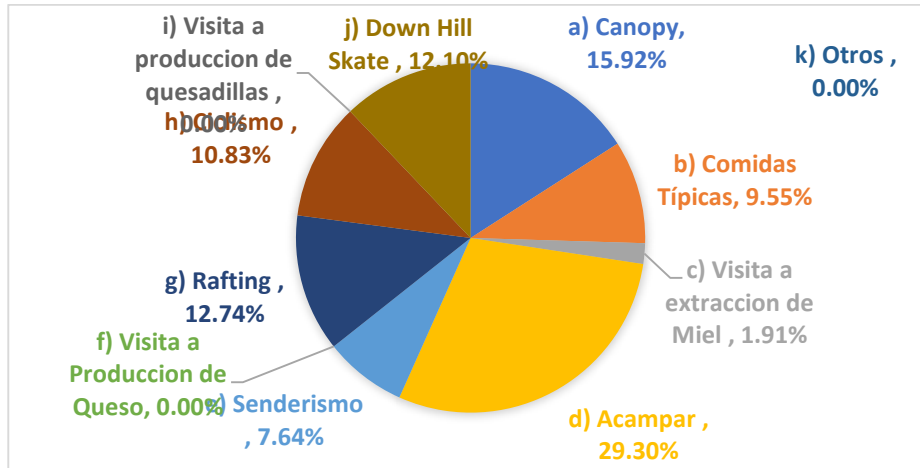


Gráfico 47: ¿Qué otros complementos le gustaría encontrar en su destino turístico? (jóvenes)

Como preferencias adicionales en la realización del ecoturismo, los jóvenes sienten más atractivos los lugares al aire libre que te permiten acampar (29.30%) y pasar las noches en dichos lugares. Otros tipos de atractivos son relacionados a los deportes extremos como tenemos el Canopy (15.92%), Rafting (12.74%) y el Down Hill Skates (12.10%) que son deportes que conjuntamente representan el 40.76% de las preferencias en general sobre atractivos, cabe destacar que dichos deportes necesitan la infraestructura natural y vial para poder realizarlos. Con respecto a la alimentación, se puede observar que un 9.55% de los jóvenes poseen platos de comidas típicas, siendo considerados como platos fuertes o de merienda.

20. ¿Qué otros complementos le gustaría encontrar en su destino turístico? (ADULTOS)

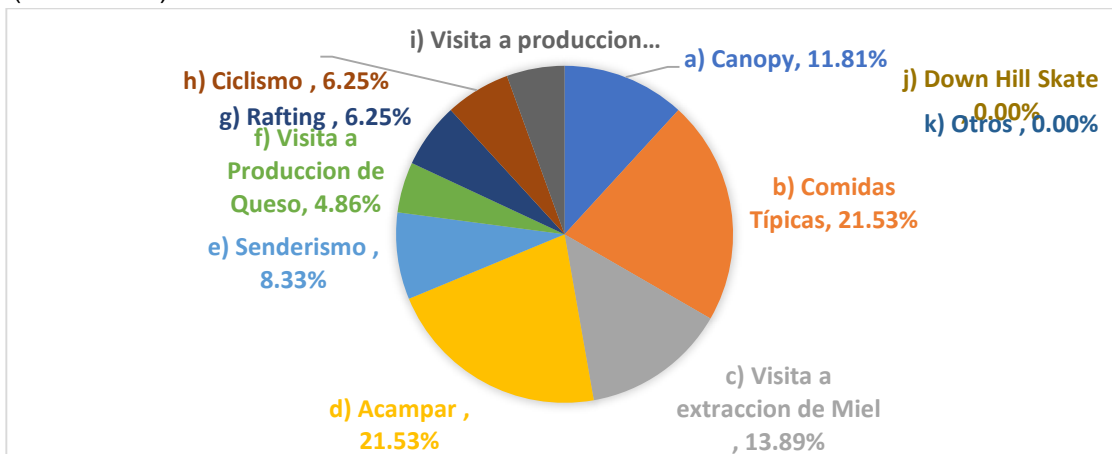


Gráfico 48: ¿Qué otros complementos le gustaría encontrar en su destino turístico?

Acampar y las comidas típicas con 21.53%. Los deportes extremos quedan muy bajos sobre las preferencias de los adultos a diferencia de los jóvenes con un total de 18% incluyendo al Canopy, Rafting y Down Hill Skate. Y al parecer las visitas personales en recorridos a las visitas a la extracción de miel suele ser muy atractivo con 13.89% de aceptación.

21 ¿Preferirían un paquete todo incluido (entrada, almuerzo, derecho a un deporte extremo, estadía, guía para recorridos, etc.) o los servicios por separado? (JOVENES)

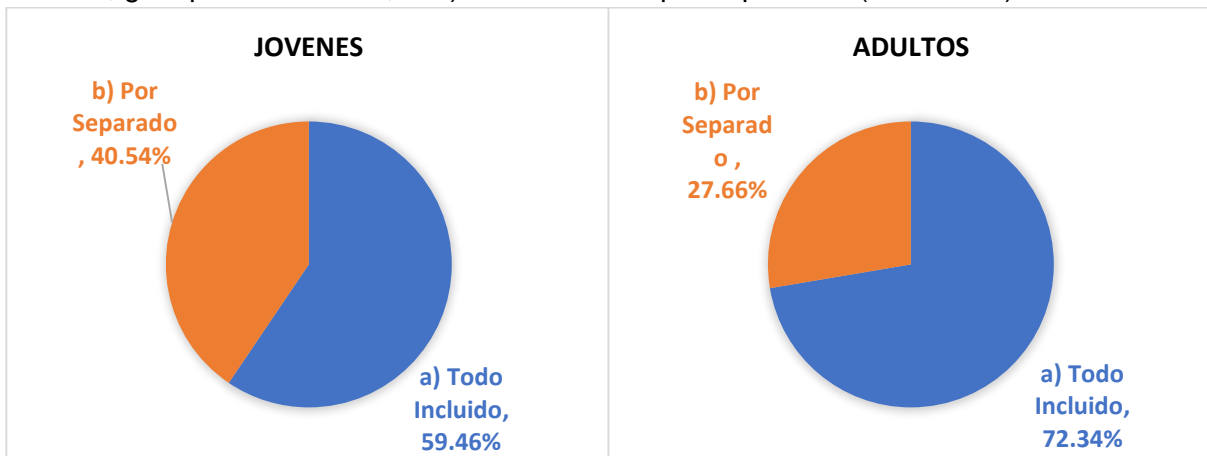


Gráfico 49: ¿Preferirían un paquete todo incluido o todo por Separado? (jóvenes)

Gráfico 50: ¿Preferirían un paquete todo incluido o todo por Separado? (Adultos)

Como se observa en los gráficos anteriores la mayoría de jóvenes como adultos prefieren pagar por paquetes todo incluido con más de la mitad de aceptación en ambos casos. Se puede observar como un gran porcentaje de jóvenes prefieren poder pagar todo por separado, debido a que no todas las actividades o productos que se ofrecen en dichos paquetes no son tan llamativas, por mencionar pago a guías o la comida incluida, se suele llevar comida desde la casa para ahorrar este tipo de gasto.

22. ¿Cuánto estarían dispuesto a pagar por un paquete turístico que incluya los siguientes beneficios: (Entrada, almuerzo, derecho a un deporte extremo, estadía, guía para recorridos, etc.) (JOVENES)

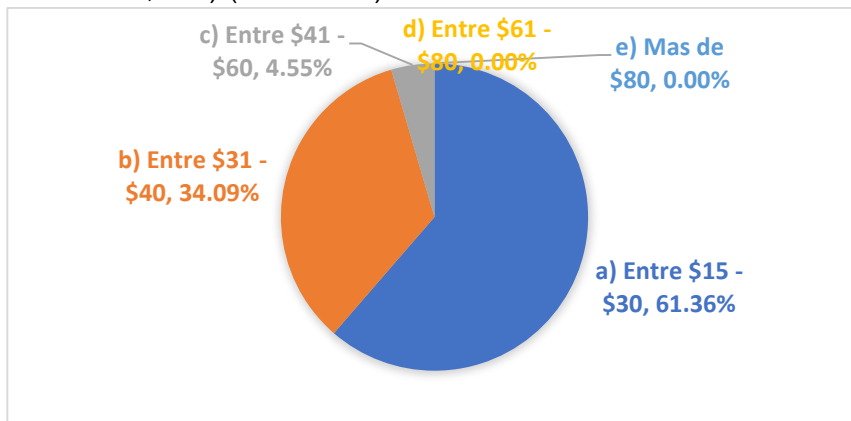


Gráfico 51: ¿Cuánto estarían dispuesto a pagar por un paquete turístico todo incluido? (jóvenes)

Para los jóvenes que expresaron pagar paquetes todo incluido con un total de 44 personas (59.46%), estarían dispuestos a pagar entre los \$15.00 a \$30.00 en su mayoría con un 61.36% de afirmación seguido de paquetes hasta los \$40.00 que representan el 34% de aceptación. Casi nulamente estarían dispuestos a pagar paquetes superiores a los \$50.00 con una escases del 4.55%. cabe mencionar que los encuestados preguntaban si eran combos individuales o podrían considerarse para parejas o grupos de personas de por lo menos 4 integrantes, aunque no estuvieran incluidos todo lo afirmado en la pregunta correspondiente, es decir que solo incluía la entrada y acceso a las distintas atracciones como ejemplo.

22. ¿Cuánto estarían dispuesto a pagar por un paquete turístico que incluya los siguientes beneficios: (Entrada, almuerzo, derecho a un deporte extremo, estadía, guía para recorridos, etc.) (ADULTOS)

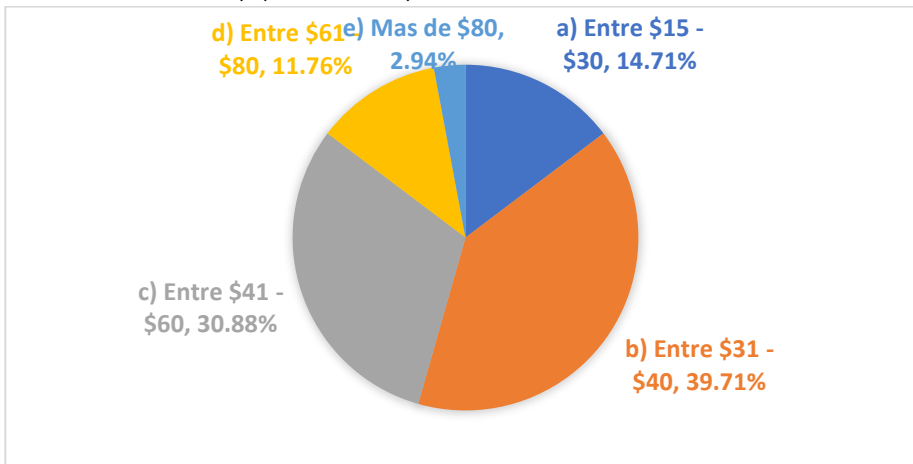


Gráfico 52: ¿Cuánto estarían dispuesto a pagar por un paquete turístico todo incluido? (Adultos)

De las 68 personas encuestadas (72.34%) ellos afirmaron poder pagar paquetes que se podrían encontrar entre los \$30.00 hasta los \$60.00 con porcentajes muy similares en el grafico (39.71% hasta \$40.00 y 30.88% hasta \$60.00) dependiendo de los servicios complementarios que ofrezcan y si dichos paquetes pueden ser extensiones para familias. También se muestra un incremento sustancial al de los jóvenes, al poder pagar paquetes iguales y superiores a los \$80.00 con un porcentaje total de aceptación.

23. ¿Por qué medios se informa de los destinos turísticos a los que suele viajar? (JOVENES) (ADULTOS)

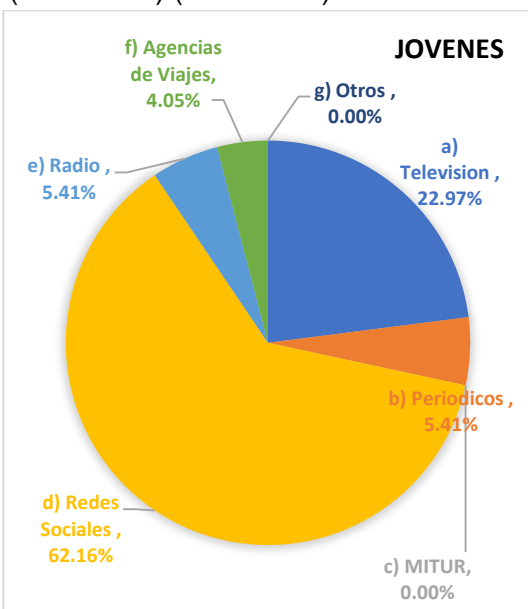


Gráfico 53: ¿Por qué medios se informa de los destinos turísticos a los que suele viajar? (jóvenes)

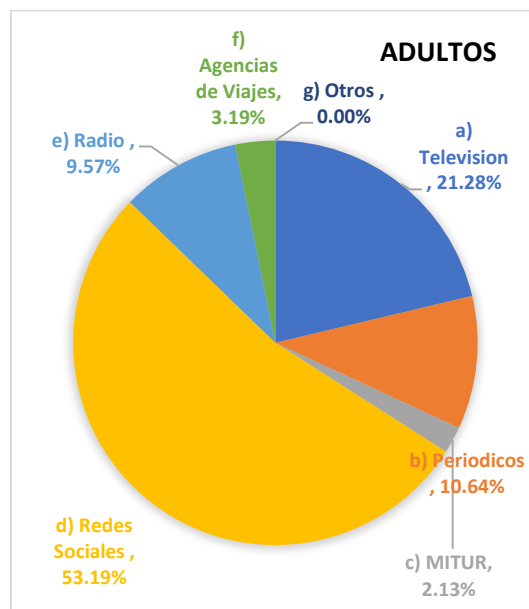


Gráfico 54: ¿Por qué medios se informa de los destinos turísticos a los que suele viajar? (Adultos)

24. ¿Suele apoyar el turismo nacional o extranjero? (JOVENES) (ADULTOS)



Gráfico 55: ¿Suele apoyar el turismo nacional o extranjero? (jóvenes)

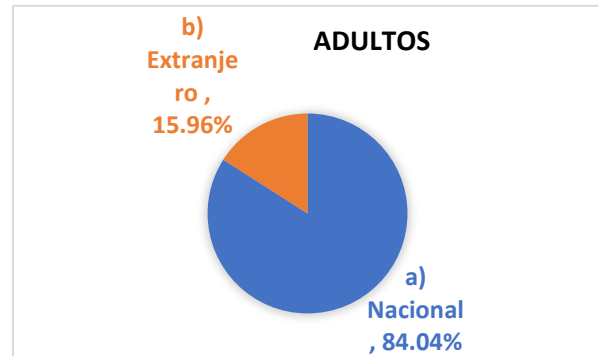


Gráfico 56: ¿Suele apoyar el turismo nacional o extranjero? (Adultos)

Como se puede observar en las gráficas, el turismo nacional es apoyado casi en su totalidad por el pueblo salvadoreño, debido a muchas razones en las que figuran el dinero disponible y el tiempo para realizarlo. En el caso de las personas mayores, presentan un índice más elevado en la realización de turismo extranjero, sin embargo, dicho turismo no es de mucha frecuencia como el que pueden realizar dentro del país y mucho menos desaprueban el turismo nacional, simplemente han tenido la oportunidad y los recursos de poder salir a vacacionar en países extranjeros.

A1. SEXO

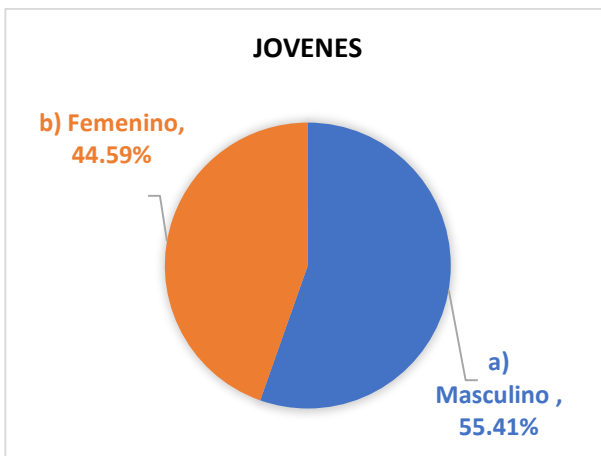


Gráfico 57: SEXO (jóvenes)

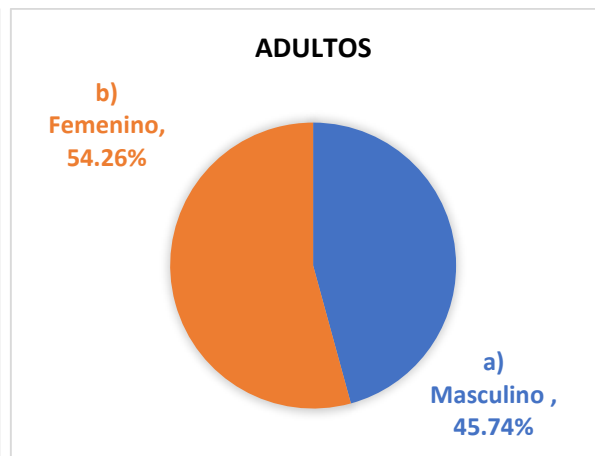


Gráfico 58: SEXO (Adultos)

Para la población joven fueron encuestados 41 hombres (55.41%) y 33 mujeres (44.59%). En el caso de los adultos 43 encuestados fueron hombres (45.74%) y 51 fueron mujeres (54.26%). En ambos casos se trató de mantener un equilibrio similar para saber las preferencias y opiniones de ambos sexos por igual.

A2. EDAD

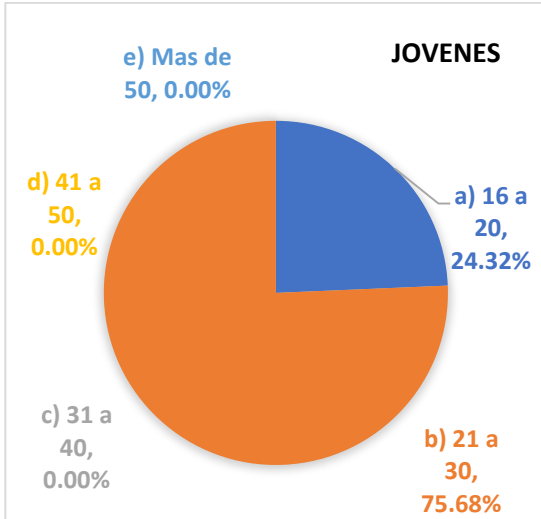


Gráfico 59: Edad (jóvenes)

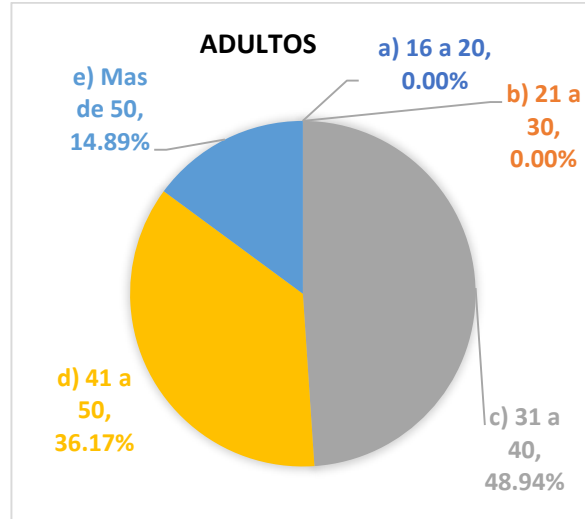


Gráfico 60: Edad (Adultos)

Los jóvenes encuestados mayormente rondan los 20 a 30 años de edad con un 75.68%. Mientras que los adultos, mayormente se encuestaron de edades entre los 31 y 40 años de edad con un 48.94%, seguido de personas entre los 41 y 50 años de edad con un 36.17%. Las personas mayores a los 50 años también poseen opinión acerca del turismo que suelen realizar, con el fin de obtener datos en los distintos rangos de edades posibles.

A3. OCUPACION

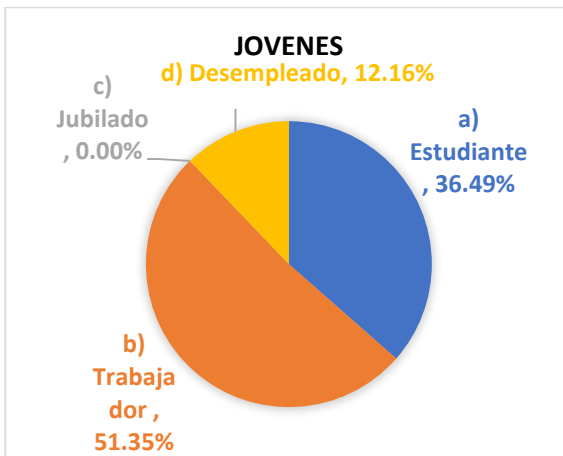


Gráfico 61: Ocupación (jóvenes)

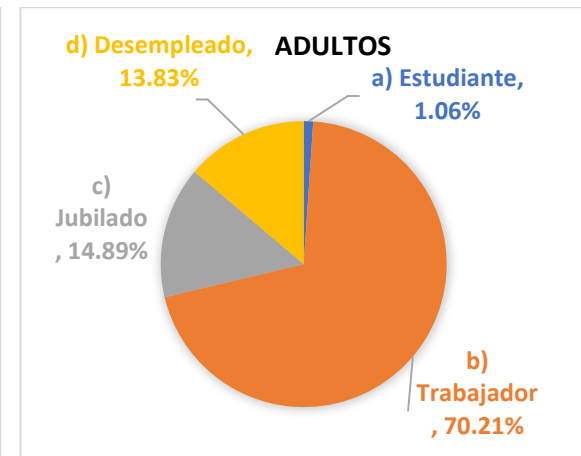


Gráfico 62: Ocupación (Adultos)

Según los gráficos anteriores, para la población joven se encuentra que un buen porcentaje se encuentra realizando estudios de cualquier especialidad (36.49%), mientras que otra gran mayoría ya se encuentra realizando funciones labores (51.35%). Cabe mencionar que algunas personas de las que trabajan, estudian paralelamente. Además de poseer un índice del 12.16% de desempleo para los encuestados jóvenes.

Mientras que, en la población adulta, se puede observar que el porcentaje de trabajadores rebasa más de la mitad de los encuestados con un 70.21% dominante. Al hablar de gente un poco más mayor, algunos cuentan con pensiones por sus jubilaciones al final de sus tiempos laborales con un 14.89% y los índices de desempleo se mantienen algo altos con 13.83% según el estudio.

A4. ESTADO CIVIL

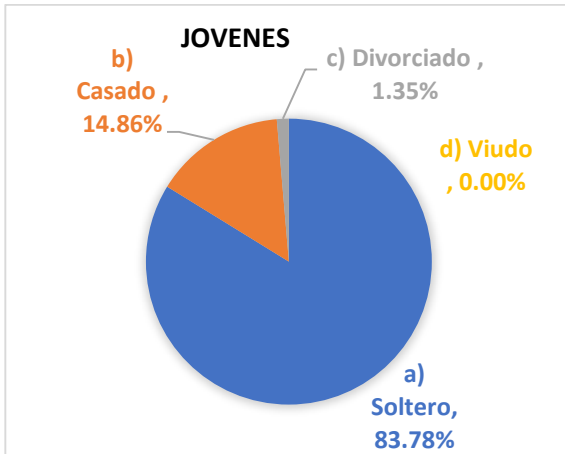


Gráfico 63: Estado Civil (jóvenes)

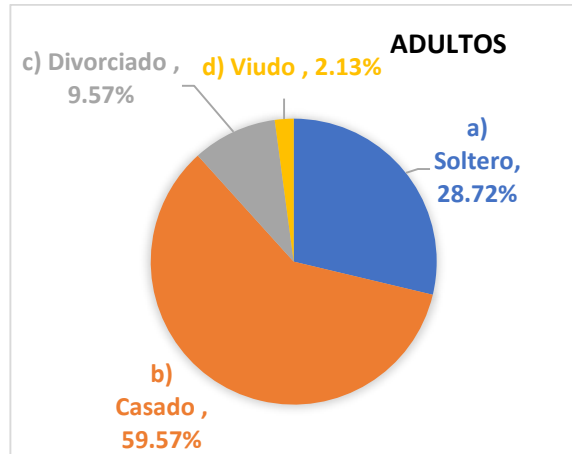


Gráfico 64: Estado Civil (Adultos)

Según las gráficas anteriores, para la población joven predomina notoriamente las personas solteras (83.78%) es muy poco o casi inesperado pensar en personas que se encuentren divorciadas o viudas a estas edades.

Mientras que, en la población adulta, predominan en contraste las personas casadas (59.57%). Cabe resaltar los índices de divorcios que se presentan, son un poco pronunciadas y con 9.57% de afirmación por parte de los encuestados.

A5. NIVELES DE INGRESO.

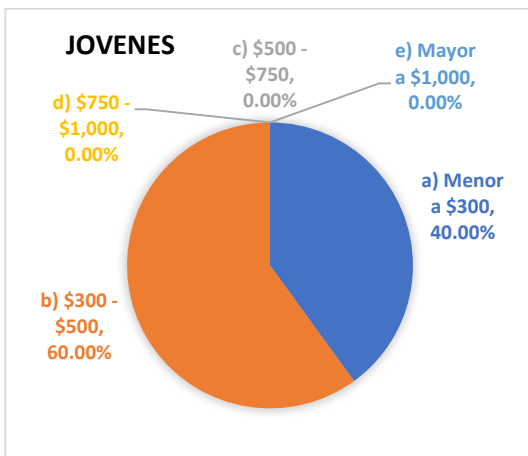


Gráfico 65: Nivel de Ingresos (jóvenes)

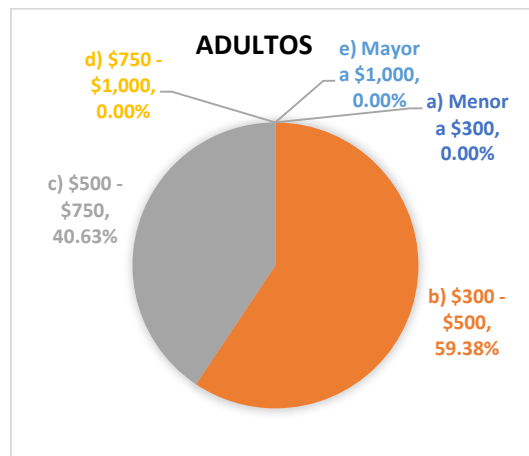


Gráfico 66: Nivel de Ingresos (Adultos)

Hay poco que mencionar de estas gráficas, puesto que la mayoría de encuestados se abstuvieron de responder esta pregunta, casi el 60%, considerando además las personas que no poseen empleos o que aún siguen estudiando como única responsabilidad. Sin embargo, se puede concluir que los salarios promedio para la mayoría de la población rondan de los \$300.00 a \$500.00. sobre la población adulta, se puede apreciar el incremento de ingresos a comparación que los jóvenes con un 40.63%.

A6. RESIDENCIAS

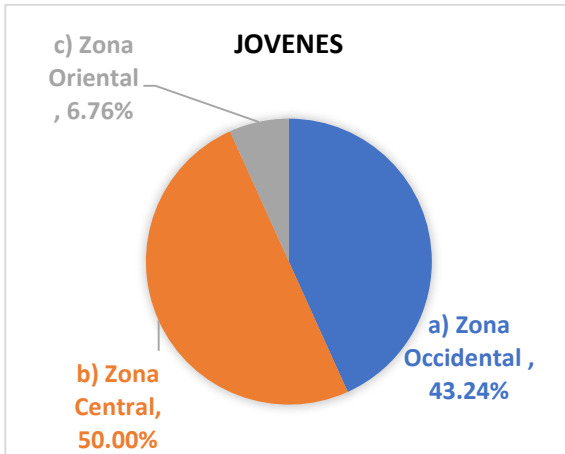


Gráfico 67: Residencia (jóvenes)

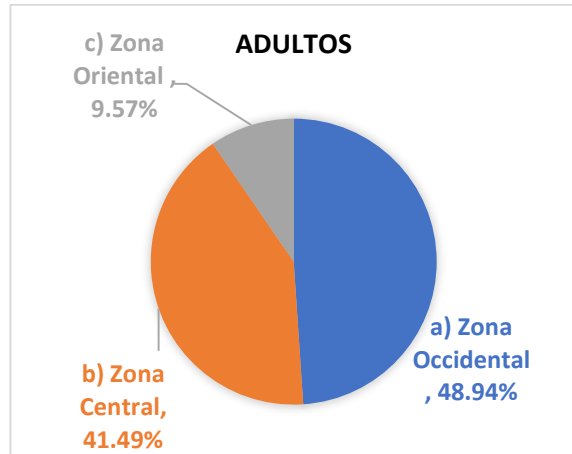


Gráfico 68: Residencia (Adultos)

Según la información recolectada acerca de las residencias o viviendas de todos los encuestados, se puede agrupar en las distintas zonas que posee el país. Tanto en jóvenes como en adultos, la zona central posee el mayor número de residencias de los encuestados, con un aproximado del 50% en ambos casos. Seguidos de la zona occidental con un 43.24% para los jóvenes y 48.94% para los mayores, este punto es debido a que las encuestas fueron hechas aprovechando las fiestas patronales de Santa Ana y Metapán donde acudieron distintos turistas tanto nacionales como extranjeros. La zona oriental tuvo poca presencia en comparación con las demás (6.76% para jóvenes y 9.57% para adultos) debido a la distancia que existe entre las zonas encuestadas y este sector del país.

2. Mercado Competidor

2.1. Metodología a seguir

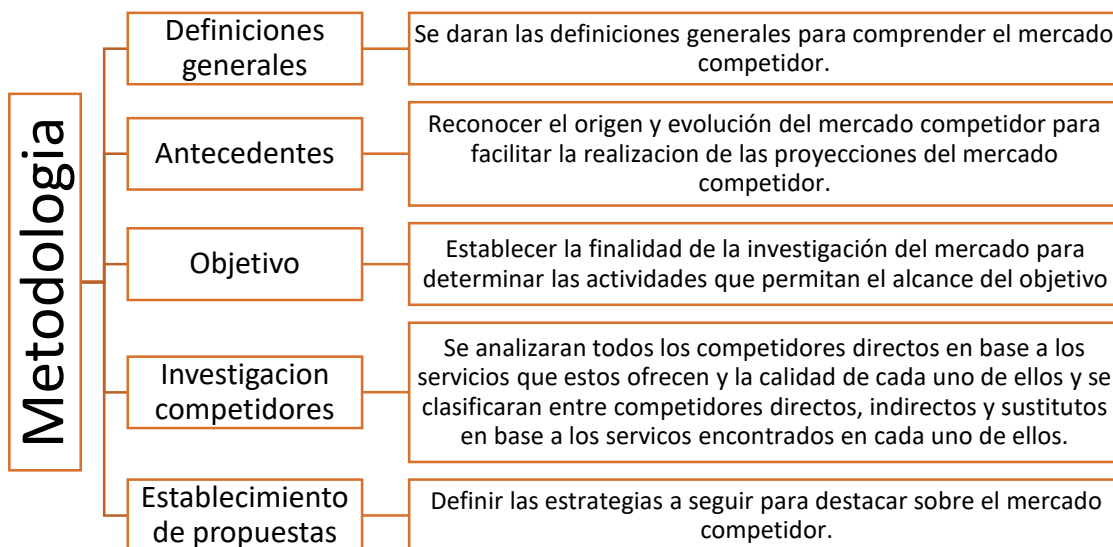


Figura 7 Metodología Mercado Competidor

2.2. Definiciones Generales del Mercado Competidor

Mercado Competidor

Según Kotler¹², el Mercado Competidor está formado por el conjunto de empresas que en la actualidad satisfacen total o parcialmente las necesidades de los potenciales consumidores del proyecto. Estas empresas serán rivales de la empresa que creará el proyecto en la participación por el mercado consumidor, por lo tanto, para la preparación y evaluación de proyectos será imprescindible, conocer la estrategia de marketing que se desarrollará para enfrentar de mejor forma la competencia frente al mercado consumidor.

Más allá de la simple competencia, muchos proyectos dependen de la competencia con otros productos. El estudio del mercado competidor tiene la doble finalidad de permitir al evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto y de ayudarlo a definir las estrategias comerciales competitiva con ellas. Además de conocer el mercado competidor, se debe considerar un mercado no tradicional, donde se compite por un proveedor o distribuidor. A los primeros se les denomina competidores directos, mientras que, a los últimos, competidores indirectos, se definirán de la siguiente manera:

2.3. Tabulación de Información de Investigación de Campo y Secundaria

a) Establecimiento de Competidores

Para lograr el posicionamiento del parque como un atractivo turístico y el reconocimiento en el mercado, deben establecerse quienes son los competidores del juego, los cuales, como se mencionó anteriormente, pueden ser directos, indirectos o sustitutos. Para el análisis de estos, partiremos de los diferentes centros turísticos que ofrecen servicios de piscinas, alimentación, oportunidad de realizar algún deporte extremo, permitiendo determinar a los competidores del mercado, que se encuentran inmersos en el negocio de ofrecer una experiencia de este tipo.

Competidores Directos

Para determinar quiénes son los competidores directos, se requiere tener claridad de los servicios y atractivos que se pretenden ofertar.

Como se mencionó anteriormente, en la actualidad, la cuenca del río Lempa en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán, tiene una gama de atractivos y servicios vigentes limitada; por lo tanto, se partirá de los servicios que más prefieren los consumidores, según el apartado de Mercado consumidor, los cuales fueron:

- Parques acuáticos
- Senderismo
- Rafting
- Áreas de Descanso
- Restaurantes
- Deportes extremos (Canopy, Rafting, etc.)

¹² Fundamentos del Marketing: Philip Kotler y Gary Armstrong, Decimoprimer edición, Pearson Educación, México, 2013.

Además, se definirán los criterios bajo los cuales se facilite identificar los competidores. Para tal efecto, se establecen los siguientes:

- Servicios Ofertados
- Posicionamiento en el mercado
- Distancia del turista, al lugar de destino.
- Rango de precios

Forma de evaluación de los criterios: Check list de servicios ofrecidos

La realización de dicha investigación se llevó a cabo a través de visitas de campo a algunos de los lugares pertenecientes al área de influencia en análisis y que están más próximos al municipio de Santa Rosa Guachipilín o que están en las rutas más comunes desde San Salvador hasta dicho municipio, así como también de manera bibliográfica, a través de información encontrada en redes sociales, teleoperadoras, agencias de MITUR, páginas web, etc.

Se hace uso de un check-list, instrumento de evaluación para determinar si el competidor ofrece atractivos y servicios similares, y así categorizarlo como directo. Este consta de los siguientes puntos:

Servicios	Si	Servicios	Si
Piscinas Niños		Jardines colgantes	
Piscinas Adultos		Cancha de tenis	
Toboganes		Cancha de Voleibol	
Áreas de descanso		Restaurantes/Venta de Alimentos	
Mesas de picnic		Venta de Artesanías	
Área de Parrillada		Senderismo	
Área de campamento		Canopi	
Estacionamiento		Ciclismo de montaña	
Alquiler de Hamacas		Equipo de Seguridad para deportes	
Alquiler de Bicicletas		Pistas de patinaje	
Observaciones:			

Tabla 12 Check list empleada para competidores

En este instrumento, se marcan los ítems que son prestados en los destinos turísticos visitados. Además, se cuenta con un apartado de observaciones donde se especifican variables o detalles importante como precios de entrada, estacionamiento, días de apertura del centro, horarios, etc.

Como segunda evaluación, se tiene una tabla de puntuación de la calidad de los servicios prestados en cada uno de los destinos turísticos, en la cual se evalúan los puntos más críticos como lo son la limpieza del lugar, percepción de costo/beneficio, el servicio al cliente, variedad en servicios ofertados, etc. Además, se cuenta con un espacio para facilitar observaciones de cualquiera de los aspectos a considerar.

Servicio	Calificación	Observación
Servicio al cliente	☆☆☆☆☆	
Información de Servicios	☆☆☆☆☆	
Imagen general del lugar	☆☆☆☆☆	
Señalización de áreas	☆☆☆☆☆	

Variedad de los servicios	☆☆☆☆☆	
Costo/Beneficio	☆☆☆☆☆	
Limpieza general del lugar	☆☆☆☆☆	
Depósitos para Desechos	☆☆☆☆☆	
Limpieza de Sanitarios	☆☆☆☆☆	
Limpieza de Vestideros	☆☆☆☆☆	
Seguridad física del lugar	☆☆☆☆☆	
Calidad Alimentos	☆☆☆☆☆	

Tabla 13 Evaluación competidores.

2.4. Algunos ejemplos de los Competidores Analizados

b) Parque Acuático Apuzunga



Figura 8 Competidor Parque Acuático Apuzunga

Descripción:

Apuzunga del náhuatl Apan (Río) y Tzinca (Comenzar) significa el comienzo, el origen o el principio del río.

En Parque Acuático Apuzunga se puede disfrutar de amplias instalaciones con una extensión de cinco manzanas construidas que incluyen 5 piscinas de aguas cristalinas abastecidas por vertientes naturales, toboganes, trampolín y juegos acuáticos interactivos para niños, canchas de fútbol, basquetbol, mesas de billar, amplias áreas de esparcimiento, zonas verdes, visitas a criadero de tilapias, seguridad privada, servicio de salvavidas, parqueo privado, servicio de Rafting y Canopy.

Además, Parque Acuático Apuzunga cuenta con 2 restaurantes, uno de comida a la carta que es un bello rancho con vistas al río que atraviesa el parque con capacidad para 400 personas, y otro de comida rápida. Posee un rancho de usos múltiples con bar de bebidas nacionales, extranjeras, cócteles y especialidades de la casa.

EVALUACIÓN				
Servicios	Si		Servicios	Si
Piscinas Niños	X		Jardines colgantes	
Piscinas Adultos	X		Cancha de tenis	
Toboganes	X		Cancha de Voleibol	
Áreas de descanso			Venta de Alimentos	X
Mesas de picnic	X		Venta de Artesanías	
Área de Parrillada	X		Senderismo	
Área de campamento			Canopi	X
Estacionamiento	X		Ciclismo de montaña	
Alquiler de Hamacas	X		Equipo de Seguridad para deportes	X
Alquiler de Bicicletas			Pistas de patinaje	
<p>Observaciones: Entrada \$3, adultos; si va únicamente al restaurante, se puede ingresar gratis. Variedad de piscinas para adultos y niños. Hay señalización de las áreas. Amplio parqueo. Poseen helados Sarita.</p>				
Servicio	Calificación		Observación	
Servicio al cliente	★ ★ ★ ★ ★			
Información de Servicios	★ ★ ★ ★ ☆			
Imagen general del lugar	★ ★ ★ ★ ☆			
Señalización de áreas	★ ★ ★ ★ ★			
Variedad de los servicios	★ ★ ★ ★ ★			
Costo/Beneficio	★ ★ ★ ★ ★			
Limpieza general del lugar	★ ★ ★ ★ ☆			
Depósitos para Desechos	★ ★ ★ ★ ☆		No estan clasificados por tipo de desechos.	
Limpieza de Sanitarios	★ ★ ★ ☆ ☆			
Limpieza de Vestideros	★ ★ ★ ☆ ☆		Percepcion olor desagradable.	
Seguridad física del lugar	★ ★ ★ ☆ ☆		Se observan areas sin barreras de prteccion para niños.	
Calidad Alimentos	★ ★ ★ ☆ ☆			

FICHA TÉCNICA: PARQUE ACUÁTICO APUZUNGA.

Ubicación:	<p>Carretera internacional hacia Guatemala en desvío a antigua báscula Km. 100, Conchagua, Metapán, Santa Ana</p> 
Atractivos Turísticos	<p>Variedad de piscinas de agua nacida en la zona y del rio Lempa.</p>
Vías de Acceso:	<p>En bus, ruta 201-A, que hace su recorrido de San Salvador a Metapán. En auto, recorrer la carretera panamericana hasta Santa Ana, luego hacia Metapán, al llegar al km 100 desviar a la derecha y sigue la señalización por aproximadamente 3 kms.</p>
Servicios que ofrece:	<p>Piscinas para niños y adultos, Canopy, rafting, Restaurantes a la carta y de comida rápida, parqueo, mesas de picnic, áreas de descanso. Servicio de alquiler de instalaciones para celebraciones.</p>
Horarios de servicio	<p>Lunes a Domingo, de 7:00 am a 5:00 pm</p>
Rangos de Precios	<ul style="list-style-type: none"> • Adultos y niños desde: \$3.00 USD • Niños menores de 5 años no pagan. • Parqueo \$1.00 USD • Alquileres \$1.50 USD
Formas de pago	<p>Efectivo únicamente.</p>
Ventajas Competitivas	<p>Amplias Instalaciones, excelente clima, agua nacida en la zona.</p>
Contactos	<p>(503) 2440 5130 / (503) 2483-8952 / (503) 2411 9810</p>

MEDIOS PUBLICITARIOS	
Slogan:	N/A
Sitio Web:	https://www.apuzunga.com/
	
Redes Sociales	https://www.facebook.com/apuzungaoficial/
Estrategias Promocionales:	Celebración de eventos, promocionados por página de Facebook.

Análisis de Competidor

¿CUALES SON SUS FORTALEZAS?

- Agua nacida en el área, con excelente clima.
- Amplias instalaciones

¿CUALES SON SUS DEBILIDADES?

- El acceso a las instalaciones es difícil, más en épocas de invierno.
- Lejanía a la ciudad capitalina.

¿QUE TAN BUENA ES SU IMAGEN?

Según los sitios web en general las opiniones sobre el lugar son buenas.

¿TIENEN UNA MARCA?

Si, poseen su propia marca, como Apuzunga.

¿SUS PRECIOS A QUE MERCADO ESTAN DIRIGIDOS?

Los precios de ingreso son accesibles al mercado consumidor de clase media.

¿TRABAJAN EL MISMO MERCADO QUE TU?

Se dirigen a turistas interesados en el turismo acuático, que buscan aventura, ya que este sitio es famoso por ser ideal para la familia, con áreas de descanso, restaurantes, espacio para cocinar al aire libre.

Tipo de Competidor: Directo

Parque Acuático Sihuatehuacán



Figura 9 Competidor Parque Acuático Sihuatehuacán

Descripción:

Su nombre en náhuatl significa: “Ciudad de las Sacerdotisas”, “Pitonisas o Hechiceras”. Está ubicado en el oriente de la “Ciudad Morena” de Santa Ana, a una distancia de 65 Kms. de la ciudad capital.

Es un parque Natural, con senderos peatonales donde puede estar al contacto con el medio ambiente, se puede disfrutar de hermosos jardines en donde se escuchan preciosos cánticos de las aves y se disfruta de un excelente clima y aire fresco.

EVALUACIÓN

Servicios	Si	Servicios	Si
Piscinas Niños	X	Jardines colgantes	
Piscinas Adultos	X	Cancha de tenis	
Toboganes	X	Cancha de Voleibol	
Áreas de descanso	x	Venta de Alimentos	X
Mesas de picnic	X	Venta de Artesanías	
Área de Parrillada	x	Senderismo	
Área de campamento		Canopi	
Estacionamiento	X	Ciclismo de montaña	
Alquiler de Hamacas	X	Equipo de Seguridad para deportes	
Alquiler de Bicicletas		Pistas de patinaje	

Observaciones:

Precios \$1.50 los adultos y niños menores de 6 años gratis, de lunes a domingo.

Servicio	Calificación	Observación
Servicio al cliente	★ ★ ★ ☆ ☆	No hay mucha informacion a la vista.

Información de Servicios	★ ★ ★ ★ ★	
Imagen general del lugar	★ ★ ★ ★ ★	
Señalización de áreas	★ ★ ★ ★ ★	
Variedad de los servicios	★ ★ ★ ★ ★	
Costo/Beneficio	★ ★ ★ ★ ★	
Limpieza general del lugar	★ ★ ★ ★ ★	
Depósitos para Desechos	★ ★ ★ ★ ★	
Limpieza de Sanitarios	★ ★ ★ ★ ☆	
Limpieza de Vestideros	★ ★ ★ ★ ☆	
Seguridad física del lugar	★ ★ ★ ☆ ☆	
Calidad Alimentos	★ ★ ★ ★ ★	

FICHA TÉCNICA: PARQUE ACUÁTICO SIHUATEHUACÁN.	
Ubicación:	<p>Carretera Troncal del Norte Km 35 1/2, Aguilares San Salvador.</p> 
Atractivos Turísticos	Cuenta con 3 piscinas, una piscina familiar, una piscina de niños y una de toboganes de gran altura, zonas verdes, caminatas, renta de sillas, hamacas, mesas, parrillas para asar carne, entre otras cosas, amplio parqueo y un ambiente muy agradable y familiar.
Servicios que ofrece:	Piscinas para niños y adultos, variedad de alimentos, renta de sillas y hamacas, parqueo.
Horarios de servicio	De lunes a domingo de 8:00 a.m. a 4:00 p.m.
Rangos de Precios	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada para adultos: \$1.50 dólar • Turistas Extranjeros: \$3.00 dólares • Gratis para niños menores de 5 años y adultos mayores de 60. • Estacionamiento

	<ul style="list-style-type: none"> • Vehículo liviano \$1.00 dólar • Vehículo pesado \$2.00 dólares • Alquiler de cabañas: \$4.00
Formas de pago	Efectivo únicamente.
Ventajas Competitivas	Amplias Instalaciones, llamativas, seguras.
Contactos	2260 9249

MEDIOS PUBLICITARIOS	
Slogan:	N/A
Sitio Web:	No cuentan actualmente con una página web propia, se publicitan únicamente a través de plataformas de redes sociales y páginas de MITUR.
Redes Sociales	<u>No poseen actualmente con un perfil por medio de redes sociales que les permita darse a conocer.</u>
Estrategias Promocionales:	<p>El parque es promocionado por tour operadores, en las cuales, ofrecen como destino turístico el parque acuático:</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=PhmqcWzEwK0&list=PLQJHupOz0ckV3gJHPqCFs5fYM4foMXeOa</p> 
Otros medios:	<p>Promoción a través de agencias de viajes, donde es incluido en los paquetes turísticos junto a otros destinos:</p> <p>https://www.facebook.com/search/top/?q=Parque%20Acu%C3%A1tico%20sihuatehucan</p>

MEDIOS PUBLICITARIOS

Slogan: N/A

Sitio Web: No cuentan actualmente con una página web propia, se publicitan únicamente a través de plataformas de redes sociales y páginas de MITUR.

Redes Sociales

https://www.facebook.com/pg/LasCascadasParqueAcuatico/about/?ref=page_internal



Estrategias Promocional es:

No se encuentran promociones activas por medios digitales ni por tour operadores. Se promocionan a través de plataformas de redes sociales con perfiles propios y de páginas turísticas.



Otros medios: Algunas paginas promocionan el destino turístico:
<http://www.achus.info/parques/sitio/Parque-Acuatico-Las-Cascadas.asp>

Análisis de Competidor

¿CUALES SON SUS FORTALEZAS?

- Variedad de servicios ofertados.
- Minizoológico.
- Clima agradable rodeado de naturaleza.
- Excelente estructura física.

¿CUALES SON SUS DEBILIDADES?

- Lejanía a la capital.
- Falta de información a través de redes sociales propias o página web.
- Falta de promociones que ayuden a su publicidad.

¿QUE TAN BUENA ES SU IMAGEN?

Según lo observado en la visita de campo y revisiones a través de medios digitales, es un destino turístico que no se promociona activamente a través de medio digitales por su cuenta, pero que tiene mucha aceptación por los consumidores.

¿TIENEN UNA MARCA?

Si, posee una imagen de marca reconocida como destino turístico, aunque no trabaja activamente para mejorarla.

¿SUS PRECIOS A QUE MERCADO ESTAN DIRIGIDOS?

Los precios de ingreso son accesibles al mercado consumidor de clase media.

¿TRABAJAN EL MISMO MERCADO QUE TU?

Si, su mercado va igualmente enfocado al turismo de aventura, con servicios de alimentación y áreas de picnic, relajación.

Tipo de Competidor: Directo

2.5. Estrategias del Mercado Competidor



Figura 10 Estrategias del Mercado Competidor

Consumidores cada vez más exigentes, medios de pago modernos, nuevas opciones de crédito, diversidad de productos importados, precios bajos, Internet y globalización son solamente algunos de los factores que necesitas conocer y controlar para ser la opción favorita de tus clientes. Por lo tanto, se deben establecer estrategias que permitan posicionarse en la mente de los turistas. Dentro de los estudios y análisis realizados a la competencia directa e indirecta se han identificado ciertas estrategias que estas empresas realizan para mantenerse como líderes o mantener su cuota de mercado a la par de la misma competencia que a ellos les afecta, es momento que definamos las estrategias que nos ayuden ante la competencia directa en este caso.

En estas se especificarán los 4 aspectos que componen el marketing mix, como se muestra a continuación:

Producto o Servicio

- Se deben siempre buscar la satisfacción del cliente a través de la prestación de servicios que superen sus expectativas en cada visita.
- La información al turista debe ser primordial, que este conozca que está consumiendo y que pueda percibir el valor agregado.
- El buen trato al cliente es una excelente estrategia para la satisfacción de este y crear una imagen de marca positiva y promover la publicidad de boca en boca.
- Los empleados deben estar previamente capacitados para la brindar la mejor experiencia al turista.
- En cada visita, el turista se debe encontrarse con las señalizaciones correspondientes en cada área, así como también la higiene que garantice la salud de estos. Procurar disponer siempre de los servicios usados frecuentemente por los turistas
- Brindar servicio de información de servicios ofrecidos en la zona y los precios y promociones vigentes por medios telefónicos o digitales para que el turista pueda conocer de antemano los servicios.
- Crear una cultura de renovación constante que atraiga a nuevos turistas o que aumente el interés para que regresen quienes ya han visitado el área.
- Contribuir a una cultura de modernización que permita mantener la cuenca del río Lempa en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán en la mente del consumidor.

Posición o Plaza

- Se deben establecer características diferenciadoras de los servicios prestados así como también los medios de comunicación a utilizar, que permitan crear una imagen de marca mostrando las ideas de identidad cultural que puede brindar un servicio salvadoreño hecho por manos salvadoreñas orientado a un buen servicio.
- El aspecto visual del municipio debe ser un punto de partida para posicionamiento en la mente del turista, se deberán trabajar en aspectos que abonen a la vistosidad de este. Un punto que puede contribuir en este aspecto es el de apoyarse en su cercanía al municipio de Metapán el cual ya cuenta comuna imagen de marca y es reconocido por el turista a nivel nacional.
- Dejar una impresión que supere las expectativas del turista es una excelente herramienta, que estos recuerden el parque por el ambiente y servicio en el lugar y no necesariamente por la marca. Para esto se recomienda emplear la imagen de la empresa de los colores que indiquen frescura y relajación.

Precio

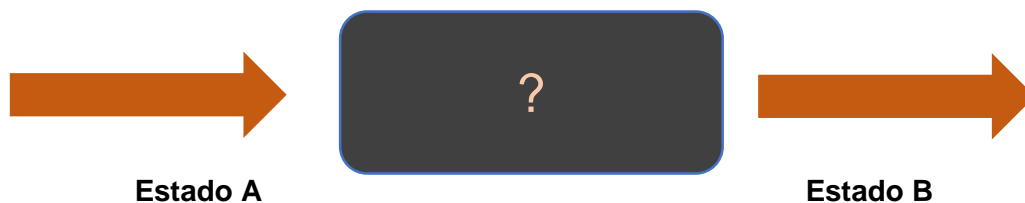
- Establecer un precio por ingreso a las instalaciones del y el acceso a los atractivos turísticos que permitan que este sea considerado como destino turístico y elegido como tal.
- Establecer dinámicas de descuentos a los turistas para incentivar la visita al municipio.

- Programar promociones en fechas particularmente de alta demanda como lo son: vacaciones de semana santa, vacaciones de fiestas agostinas, fin de año, etc.
- Ofrecer descuentos por mayoreo, ofrecer promociones a familias completas o a grupos grandes de turistas.

Promoción

- Desarrollar plataformas que permitan llegar a más turistas e incentivar el turismo en estos, así como también brindar información básica a los turistas, información de contacto, servicios, paquetes, reservaciones. Las redes sociales pueden ser una herramienta de bajo costo y de fácil acceso a una mayor cantidad de posibles turistas.
- Diseñar paquetes turísticos que permitan dar al turista la tranquilidad de un bajo costo y grandes beneficios e incentivar en estos las visitas al municipio
- Crear lealtad en los clientes a través de una tarjeta de cliente frecuente, la cual consistirá en sellos de uso de actividades en la cual a partir de ciertos montos realizados se le selle su tarjeta, después de cierta cantidad de sellos el cliente tiene derecho al servicio de un número de actividades a mitad de precio, o también tiene la opción de elegir entre un descuento o un servicio gratis

3. Mercado Distribuidor



Plan en formulación, no existen alianzas estratégicas con ningún canal de distribución que pueda complementar la prestación de los servicios y que a la vez sirva como pivote para que se puedan promocionar los atractivos turísticos de la cuenca del Río Lempa, específicamente entre Metapán y Santa Rosa Guachipilín.

Identificar cual o cuales son los canales de distribución adecuados para que se puedan establecer las estrategias necesarias, sin incurrir en costos (no ser los administradores ni propietarios del canal de distribución).

La separación geográfica entre compradores y vendedores, la imposibilidad de situar la producción o prestación del servicio frente al consumidor hace necesario el traslado de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta el cliente; esta función se conoce con el nombre de distribución. La distribución tiene tanta antigüedad como el comercio; ahora bien, el estudio científico de la misma es muy reciente.

3.1. Esquema Metodológico del abordaje del Mercado Distribuidor

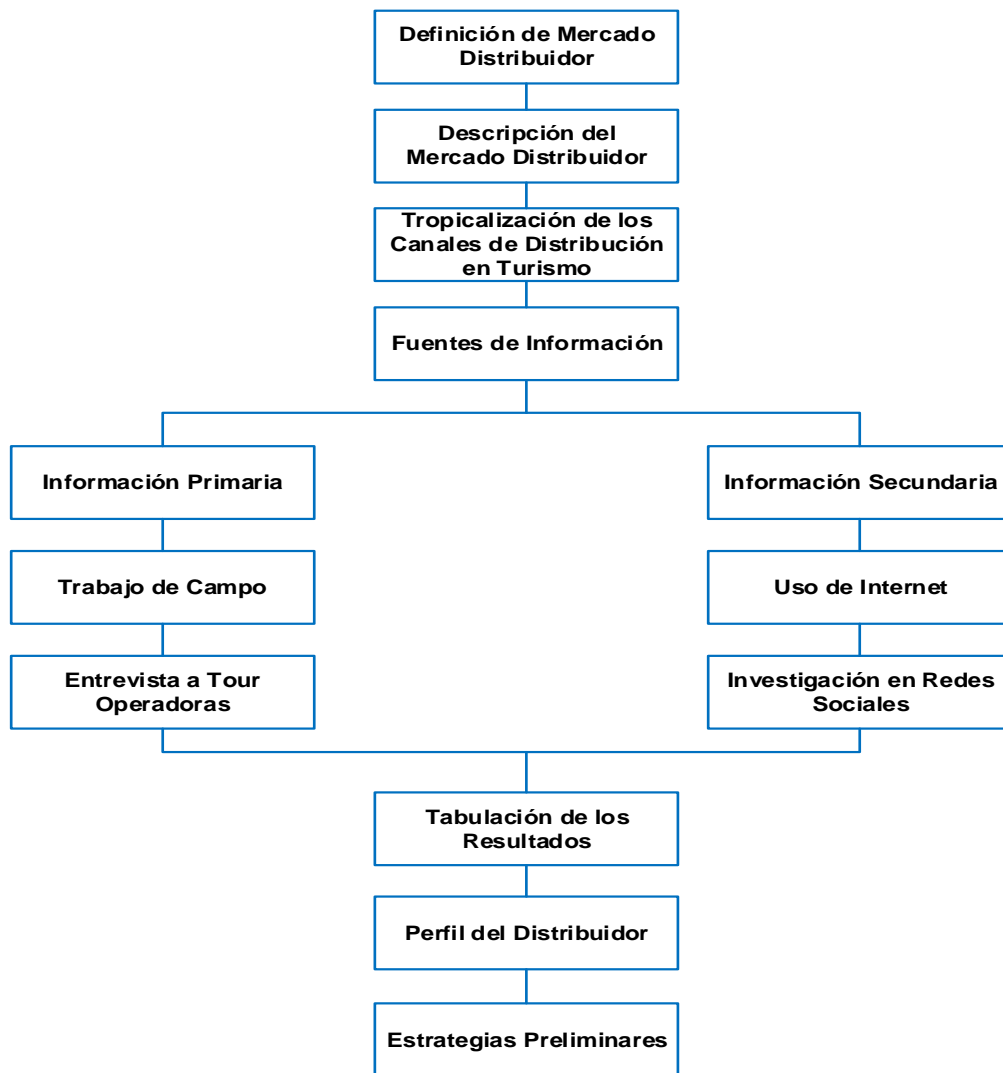


Figura 11 Metodología Mercado Distribuidor.

3.2. Canales de distribución¹³

Son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia, para hacer llegar los productos o servicios hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Gran parte de las satisfacciones, que los productos proporcionan a la clientela, se debe a canales de distribución bien escogidos y mantenidos. Además, los canales de distribución aportan a la mercadotecnia las utilidades espaciales, temporal y de propiedad a los productos que comercializan.

¹³ Marketing Turístico, Philip Kotler, quinta edición, editorial Pearson, capítulo 12, página 420.

Este proceso incluye al conjunto de individuos u organizaciones que participan en el cumplimiento de estas actividades, pudiendo o no tomar derechos sobre la mercadería; a las relaciones que se establecen entre ellos y a los caminos alternativos que puedan utilizarse para cumplir con este objetivo.

En la actualidad hay varios canales de distribución. Los canales más comunes para los bienes de consumo, de negocios y de servicios, se pueden observar en la figura se describen a continuación:

- **Canal 1: Productor → consumidor.**
También llamado canal de distribución directo, no tiene ningún nivel de intermediación. Consiste en un fabricante que vende directamente al consumidor.
- **Canal 2: Productor → detallista → consumidor.**
Muchos grandes detallistas les compran directamente a los productores.
- **Canal 3: Productor → mayorista → detallista → consumidor.**
Si hay un canal tradicional para los bienes de consumo es éste. A los pequeños detallistas y a los fabricantes les parece que este canal es la única opción económicamente viable.
- **Canal 4: Productor → mayorista → intermediario → detallista → consumidor.**
Para alcanzar a los pequeños detallistas, los productores se sirven a veces de agentes intermediarios, los que a su vez visitan a los mayoristas que le venden a las grandes cadenas o pequeñas tiendas detallistas.

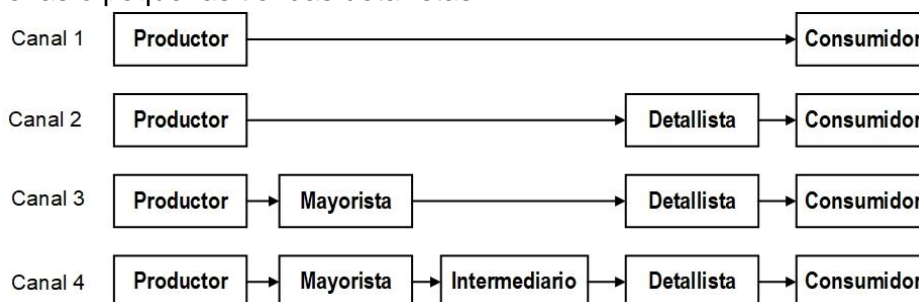
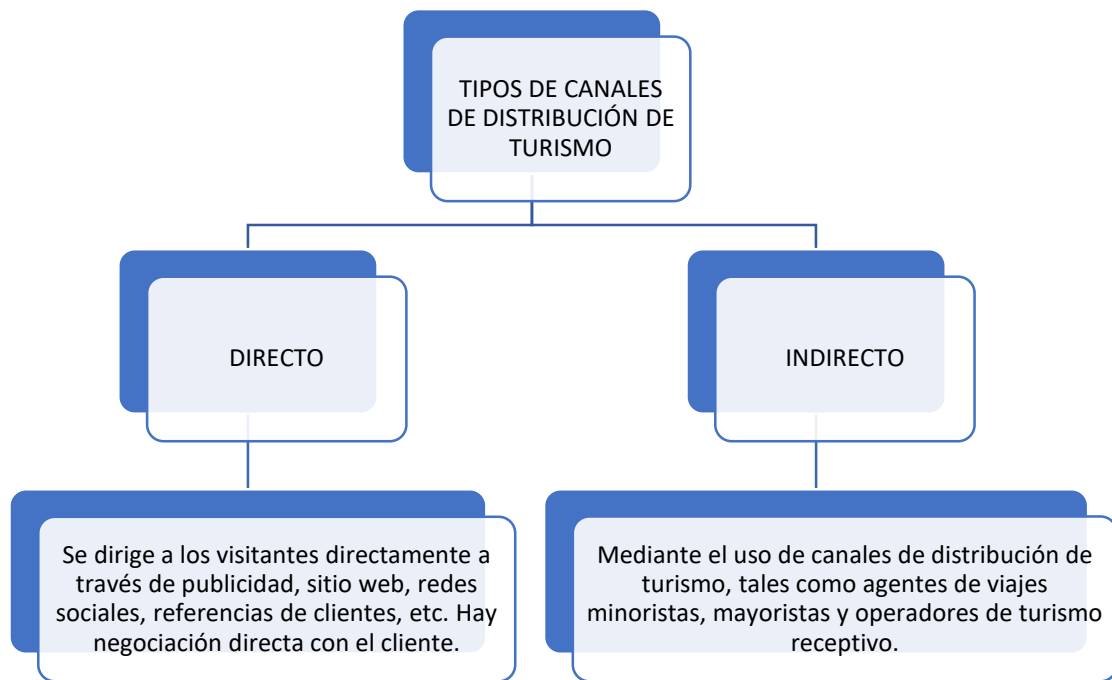


Figura 12 Esquema representativo de los canales de distribución.

Como se puede ver en el esquema anterior, el modelo de distribución muestra los distintos canales a través de los cuales se hace llegar el producto al cliente, lo cual es básicamente lo contrario para el caso de servicios de turismo, es el visitante (turista o excursionista) quien debe llegar al establecimiento donde se ofrece el servicio.

Comprender los sistemas de distribución, las tasas de comisión recomendadas y los roles de los diversos agentes de reservas es esencial para un negocio exitoso. Esta sección ha sido diseñada para ayudar a comprender el papel del mercado distribuidor en turismo. Para explicarlo de manera simple, hay dos formas de llegar a clientes potenciales:



• Ilustración 2: Tipos de canales de distribución de turismo

3.3. Modelo gráfico del mercado de distribución aplicado a turismo

A continuación, se presenta un esquema general en el que se presenta gráficamente la forma en la que los distribuidores acercan el cliente al establecimiento donde se presta el servicio de turismo¹⁴.

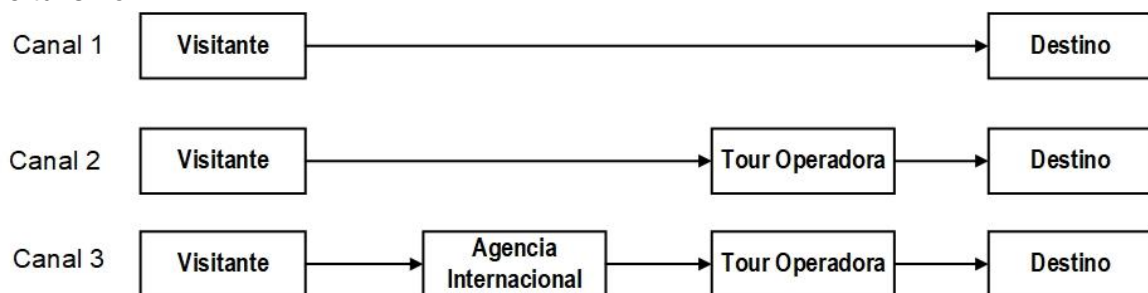


Figura 13 Canales de distribución en turismo.

Intermediarios comerciales en turismo¹⁵

En el caso de la oferta de servicios de ecoturismo, la localización o punto de venta es de vital importancia; sin embargo, ésta no es suficiente, sino que también se hace necesario

¹⁴ Modelo basado en el diagrama del Sistema de Distribución de Viajes, "Tourism Export Council of New Zealand": <https://www.tourismexportcouncil.org.nz/resources-tools/distribution-system-toolkit/>

¹⁵ Principal fuente para las definiciones expuestas: <https://www.entornoturistico.com/que-es-un-canal-de-distribucion-en-el-turismo/>

mantener un circuito de ventas que actúen fuera del lugar donde se brindan los servicios, debido a la distancia entre los usuarios y el prestatario. Esto surge también, por la necesidad del cliente en experimentar una experiencia inolvidable. A continuación se muestran algunos de los tipos de distribuidores que existen en el mercado, algunos de estos solamente son conocidos en el ámbito internacional.

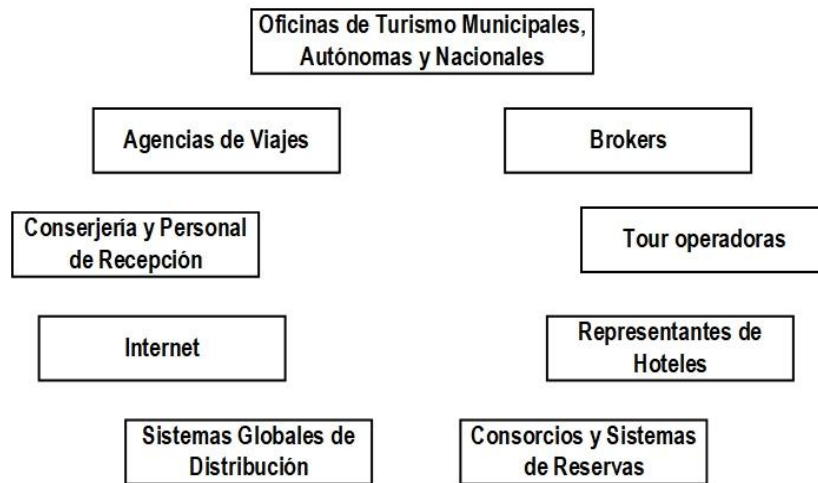


Figura 14 Esquema de los intermediarios comerciales en turismo.

3.4. Estudio Del Mercado Distribuidor

Según el nivel de información que proporcionan las fuentes de información pueden ser primarias o secundarias. En el estudio de mercado distribuidor para el proyecto en estudio se consideran ambos.



Figura 15 Fuentes de información sobre la investigación del mercado.

a) Fuentes De Información Primaria

A continuación, se muestra el instrumento de recolección de información utilizada con los tours operadoras. Con respecto a las tour operadoras entrevistadas, estas han sido 2, donde la primera fue visita directa (First Class Travel), la segunda fue vía correo (Atlantic Tour). Las empresas y sus respuestas se muestran en el orden anteriormente mencionado.

3.5. Entrevista a Distribuidores: Tour Operadores.



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
PARQUE TURÍSTICO LOS RANCHOS**



3.11. Entrevista a Distribuidores: Tour Operadores.

Objetivo: Conocer y recolectar información cualitativa y cuantitativa acerca de la demanda que presentan los distribuidores potenciales en el rubro turístico: tour operadoras y agencias de turismo de El Salvador.

Indicación: Por favor, conteste cada una de las siguientes preguntas según se lo indique el entrevistador.

1. ¿Dónde están ubicadas sus oficinas y/o agencias?

Ahuachapán	<input type="checkbox"/>	La Paz	<input type="checkbox"/>	San Vicente	<input type="checkbox"/>
Cabañas	<input type="checkbox"/>	La Unión	<input type="checkbox"/>	Santa Ana	<input type="checkbox"/>
Chalatenango	<input type="checkbox"/>	Morazán	<input type="checkbox"/>	Sonsonate	<input type="checkbox"/>
Cuscatlán	<input type="checkbox"/>	San Miguel	<input type="checkbox"/>	Usulután	<input type="checkbox"/>
La Libertad	<input type="checkbox"/>	San Salvador	<input checked="" type="checkbox"/>		

2. ¿Qué tipo de turismo es el más ofertado por su empresa?

Sol y playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Cultural	<input checked="" type="checkbox"/>	Ecoturismo	<input checked="" type="checkbox"/>
Aventura	<input type="checkbox"/>	Religioso	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>
Gastronómico	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>		

Especifique:

3. ¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos? Puede marcar ambos, según corresponda.

Destinos Nacionales Destinos fuera del país

El 80% de los viajes son hacia fuera del país, principalmente a Guatemala y Honduras, seguidos de Belice, Nicaragua, Costa Rica y México.

4. ¿Cuál es la cantidad de viajes aproximados que realiza su empresa por temporada?

	Nacionales	Fuera del país
Semana Santa	25	70
Vacaciones Agostinas	25	60
Vacaciones Fin de Año	25	60
Temporada baja	20	45

5. ¿Cuáles de las siguientes rutas nacionales presentan mayor demanda en su empresa y con qué frecuencia? Marque con una "X" del 1 al 5, dónde 5 representa la mayor demanda y 1 la ruta con menor demanda.

	5	4	3	2	1
Ruta Arqueológica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta de la Paz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta de las Flores	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta Artesanal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta de las Cumbres	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta Volcán de San Salvador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta del Paraíso Artesanal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿Ha considerado su empresa al municipio Santa Rosa Guachipilín junto con su parque turístico "Los Ranchos" como destino turístico?

Si

No

¿Por qué? **No se conoce.**

7. Con respecto a su oferta actual, ¿Que atractivos turísticos son los más solicitados?

Nosotros estamos focalizados en ofertar los destinos más llamativos dentro del país, pero también buscamos llevar a los viajeros a lugares en la región centro americana, y a México, específicamente Cancún.

8. De los siguientes ítems, ¿Qué atractivos esperaría de un nuevo destino turístico para poder incluirlo dentro de sus ofertas?

Piscinas	<input type="checkbox"/>	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	Jardines Colgantes	<input type="checkbox"/>
Canchas voleibol	<input type="checkbox"/>	Ciclismo	<input type="checkbox"/>	Pista de Patinaje	<input type="checkbox"/>
Canopy	<input checked="" type="checkbox"/>	Rafting	<input checked="" type="checkbox"/>	Caminatas	<input checked="" type="checkbox"/>
Acampar	<input checked="" type="checkbox"/>	Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>
Artesanías	<input checked="" type="checkbox"/>	Festivales	<input checked="" type="checkbox"/>		

9. ¿Cuál es el mínimo de requisitos y acuerdos que su empresa requiere pactar para poder ofertar un nuevo destino?

Que el lugar sea ya conocido, pues nuestros clientes se basan en recomendaciones de amigos o incluso algunas veces ellos han ido anteriormente y porque han tenido buenas experiencias tanto en el lugar como con nosotros, por lo que deciden regresar. Es importante que la empresa o destino se preocupe por la imagen del lugar, pues eso nos permite tener referencias fotográficas para poder promocionar el lugar. También se hace inspección por parte del equipo y guías, para que de acuerdo a su experiencia digan si reúne los requisitos mínimos de lo que exige el turista salvadoreño. Otro punto importante es la accesibilidad y seguridad.

10. ¿Por qué medios oferta sus viajes de turismo?

Televisivos	<input type="checkbox"/>	Periódicos	<input type="checkbox"/>	Afiches	<input type="checkbox"/>
Redes Sociales	<input checked="" type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>	Instituciones	<input type="checkbox"/>
Otros:	<input checked="" type="checkbox"/>	Página web.			



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
PARQUE TURÍSTICO LOS RANCHOS



Entrevista a Distribuidores: Tour Operadores.

Objetivo: Conocer y recolectar información cualitativa y cuantitativa acerca de la demanda que presentan los distribuidores potenciales en el rubro turístico: tour operadoras y agencias de turismo de El Salvador.

Indicación: Por favor conteste cada una de las siguientes preguntas según se lo indicado.

1. ¿Dónde están ubicadas sus oficinas y/o agencias?

Ahuachapán	<input type="checkbox"/>	La Paz	<input type="checkbox"/>	San Vicente	<input type="checkbox"/>
Cabañas	<input type="checkbox"/>	La Unión	<input type="checkbox"/>	Santa Ana	<input type="checkbox"/>
Chalatenango	<input type="checkbox"/>	Morazán	<input type="checkbox"/>	Sonsonate	<input type="checkbox"/>
Cuscatlán	<input type="checkbox"/>	San Miguel	<input type="checkbox"/>	Usulután	<input type="checkbox"/>
La Libertad	<input type="checkbox"/>	San Salvador	<input checked="" type="checkbox"/>		

2. ¿Qué tipo de turismo es el más ofertado por su empresa, pueden elegir más de una opción?

Sol y playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Cultural	<input checked="" type="checkbox"/>	Ecoturismo	<input checked="" type="checkbox"/>
Aventura	<input type="checkbox"/>	Religioso	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>
Gastronómico	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>		

Especifique:

3. ¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos? Puede marcar ambos, según corresponda.

Destinos Nacionales Destinos fuera del país

Nos explica la empresa que el 70% de los viajes son hacia fuera del país, principalmente a Guatemala y Honduras, seguidos de Belice, Nicaragua y por último Costa Rica.

4. ¿Cuál es la cantidad de viajes aproximados que realiza su empresa por temporada?

	Nacionales	Fuera del país
Semana Santa	30	65
Vacaciones Agostinas	25	55
Vacaciones Fin de Año	25	50

Temporada baja

25

45

Especifique:

5. ¿Cuáles de las siguientes rutas nacionales presentan mayor demanda en su empresa y con qué frecuencia? **Marque con una "X" del 1 al 5, dónde 5 representa la mayor demanda y 1 la ruta con menor demanda.**

	5	4	3	2	1
Ruta Arqueológica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta de la Paz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta de las Flores	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta de las Cumbres	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta Volcán de San Salvador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruta del Paraíso Artesanal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿Ha considerado su empresa implementar un circuito entre Metapán y Santa Rosa Guachipilín, específicamente en la zona de la cuenca del Río Lempa?

Si

No

¿Por qué? **No se sabe nada del lugar, no es reconocido y como empresa no se ha visitado.**

7. Con respecto a su oferta actual, ¿Que atractivos turísticos son los más solicitados?
Lo que más solicita la clientela son lugares que estén al aire, donde pueda tener contacto directo con la naturaleza. Cerro verde, Pital, Ruta de las Flores, Escalar volcanes como llamatepec e Izalco.

8. De los siguientes ítems, ¿Qué atractivos esperaría de un nuevo destino turístico para poder incluirlo dentro de sus ofertas?

Piscinas	<input type="checkbox"/>	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	Jardines Colgantes	<input type="checkbox"/>
Canchas voleibol	<input type="checkbox"/>	Ciclismo	<input checked="" type="checkbox"/>	Pista de Patinaje	<input type="checkbox"/>
Canopy	<input checked="" type="checkbox"/>	Rafting	<input checked="" type="checkbox"/>	Caminatas	<input checked="" type="checkbox"/>
Acampar	<input checked="" type="checkbox"/>	Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>
Artesanías	<input checked="" type="checkbox"/>	Festivales	<input checked="" type="checkbox"/>		

9. ¿Cuál es el mínimo de requisitos y acuerdos que su empresa requiere pactar para poder ofertar un nuevo destino?

Lo que se hace normalmente es visitar el lugar para verificar que reúna requisitos mínimos en cuanto a seguridad y diversidad, como empresa lo que se recomienda es que se hagan fan tour para promocionar el lugar, una vez que el lugar es reconocido se agrega a los destinos ofertados. Es importante que haya diversidad: atractivos naturales, deportes

extremos, alimentación e higiene para que los viajeros puedan sentirse cómodos, pues los salvadoreños son exigentes en cuanto a turismo, ya que los jóvenes que normalmente viajan con nosotros son de estratos medios. Cuando el destino es local, normalmente combinamos los lugares para que haya más aceptación de los clientes, pues ellos piden más por menos.

10. ¿Por qué medios oferta sus viajes de turismo?

Televisivos	<input type="checkbox"/>	Periódicos	<input type="checkbox"/>	Afiches	<input type="checkbox"/>
Redes Sociales	<input checked="" type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>	Instituciones	<input type="checkbox"/>
Otros:	<input type="checkbox"/>				

3.6. Ejemplo de Distribuidor Analizado: Tour Operadora

1- Escaladores Tours El Salvador

Red social	https://www.facebook.com/escaladores.tours/?__tn__=%2Cd%2CPR&eid=ARB_mL1ZAigxA18Sef5gYaM33YDVreiR8WXLrFN1kgQZRhrFJ4Y0T-jlSgvWxd7wlfvZ6pHxMMDcpt6m
Número de seguidores	26,124
Correo	ventas.escaladorestours@gmail.com
WhatsApp	74278719
Página	www.escaladorestours.com
Dirección	Calle Sisimiles, San Salvador, EL Salvador

Destino y precios más comunes dentro del país

Destinos	Tipo de Turismo	Frecuencia mensual	Duración	Precio por Persona	Departamento
Boquerón	Ecoturismo	4	1	7	San Salvador, La Libertad
Ruta de las Flores	Ecoturismo	4	1	15	Sonsonate, Ahuachapán
Malacatiupán y Lago de Coatepeque	Ecoturismo	4	1	19	Ahuachapán/ Santa Ana
Volcán de Conchagua	Ecoturismo	4	1	25	La Unión
Bosque el Imposible	Ecoturismo	4	1	20	Ahuachapán
Cerro verde, Izalco / Ilamatepec	Ecoturismo	4	1	9	Sonsonate/Santa Ana
La Montañona	Ecoturismo	4	1	18	Chalatenango
Volcán Chinchontepec	Ecoturismo	4	1	20	San Vicente
Los Cóbanos	Sol y Playa	4	1	35	Sonsonate

Destino y precios más comunes fuera del país

Destinos	Tipo de Turismo	Frecuencia mensual	Duración (Días)	Precio por Persona	País
Roatán	Sol y Playa	4	3	299	Honduras
Utíla	Sol y Playa	4	3	250	Honduras
Cayos Cochinos	Sol y Playa	4	2	150	Honduras
Península Punta Sal	Sol y Playa	4	2	170	Honduras
Punta Sal y Callos Cochinos	Sol y Playa	4	3	275	Honduras
Poza Azul	Ecoturismo	4	1	25	Honduras
Ruinas de Copán	Cultural	12	1	25	Honduras
Semuc Champey	Ecoturismo	4	2	175	Guatemala
Panajachel y Antigua	Ecoturismo/ Cultural	4	2	75	Guatemala
City Tour y Antigua	Cultural	4	2	85	Guatemala
Antigua	Cultural	12	1	25	Guatemala
Zoo La Aurora City Tour	Aventura	12	1	19.95	Guatemala
Mundo Petapa	Aventura	12	1	19.95	Guatemala
Guate aventura	Aventura	8	1	25	Guatemala
Zafary Chapín	Aventura	4	1	22	Guatemala

3.7. Análisis De Los Resultados Obtenidos De Las 9 Tour Operadoras

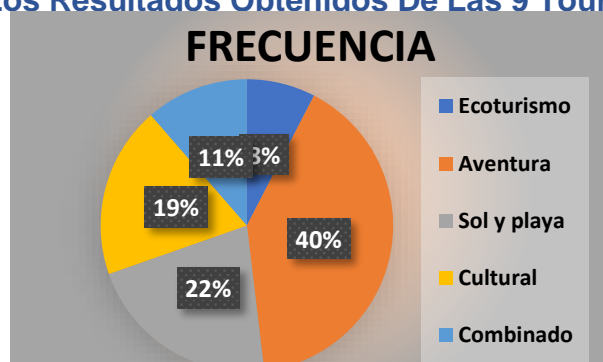


Gráfico 69: Análisis de Tour Operadoras.

Viajes hacia fuera del país:

TIPO DE TURISMO	FRECUENCIA MENSUAL	PORCENTAJE
Ecoturismo	28	7.20
Aventura	185	47.56
Sol y playa	53	13.62
Cultural	100	25.71
Combinado	23	5.91
TOTAL	389	100

Tabla 14 Viajes hacia fuera del país

Se puede observar que para el caso del ecoturismo este solamente representa un 7.20% de los viajes ofertados en el caso de las salidas. Mientras que hay una gran demanda en turismo de aventura¹⁶ (47.56%), especialmente para Guatemala. También se puede notar que la playa es uno de los principales atractivos, principalmente hacia las islas de la costa caribeña de Honduras, tales como Roatán y Utila.

Viajes dentro del país

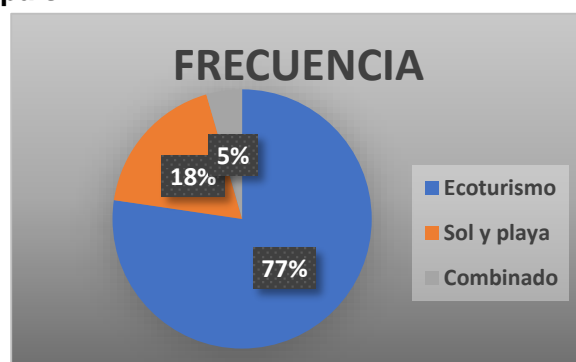


Gráfico 70: Viajes dentro del país.

TURISMO	MENSUAL	PORCENTAJE
Ecoturismo	191	77.33
Sol y playa	45	18.22
Combinado	11	4.45
TOTAL	247	100

Tabla 15 Viajes dentro del país

En el caso del turismo que se mueve dentro de las fronteras del país, es decir, de viajes que tienen origen y destino interno, el ecoturismo es el más demandado por los salvadoreños, esta información coincide con la manifestada por los representantes de las 2 tour operadoras entrevistadas, lo cual es una ventaja para el proyecto de turismo en Metapán y Santa Rosa Guachipilín, pues el mismo incluye ecoturismo por estar en una zona rodeada de paisajes y

¹⁶ Se ha considerado como turismo de aventura el que se hace especialmente a Guatemala, en busca de ciudades con arquitectura moderna, así como visita a zoológicos.

situarse a las riberas del río. Por otra parte, hay que tener presente que el total de viajes por mes realizados por las 9 tour operadoras es de 636, de los cuales aproximadamente 247 de los viajes son internos, lo cual es aproximadamente el 39% del total.

Con base a la observación en los lugares visitados para realizar el estudio de mercado (entre los cuales se encuentra Apuzunga en Santa Ana) y derivado de las encuestas de mercado de consumo, se establece que en El Salvador el canal de turismo se puede representar como se muestra en el siguiente esquema.

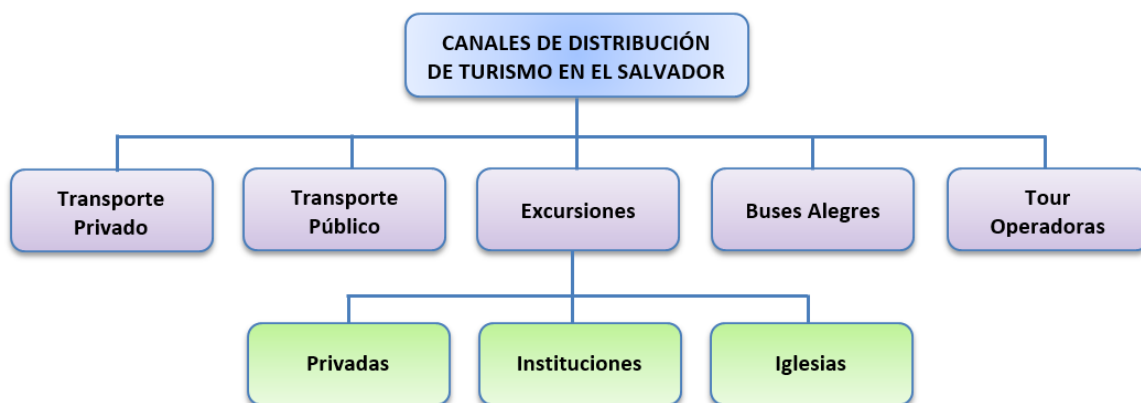


Figura 16 Elaboración propia con base a estudio de campo.

De acuerdo a la encuesta del mercado consumidor, el público salvadoreño utiliza mayormente vehículos privados, esto coincide con el hecho de que los salvadoreños siguen prefiriendo el turismo de sol y playa, en contraste con el ofrecido por las tour operadoras, por lo que se puede establecer que el turismo familiar (para las familias que poseen vehículo propio) se enfoca en la mayoría de casos a visitar playas, mientras que cuando se trata de tour operadoras estas se enfocan a explorar volcanes, cerros, pueblos, festivales, campamentos y deportes extremos.

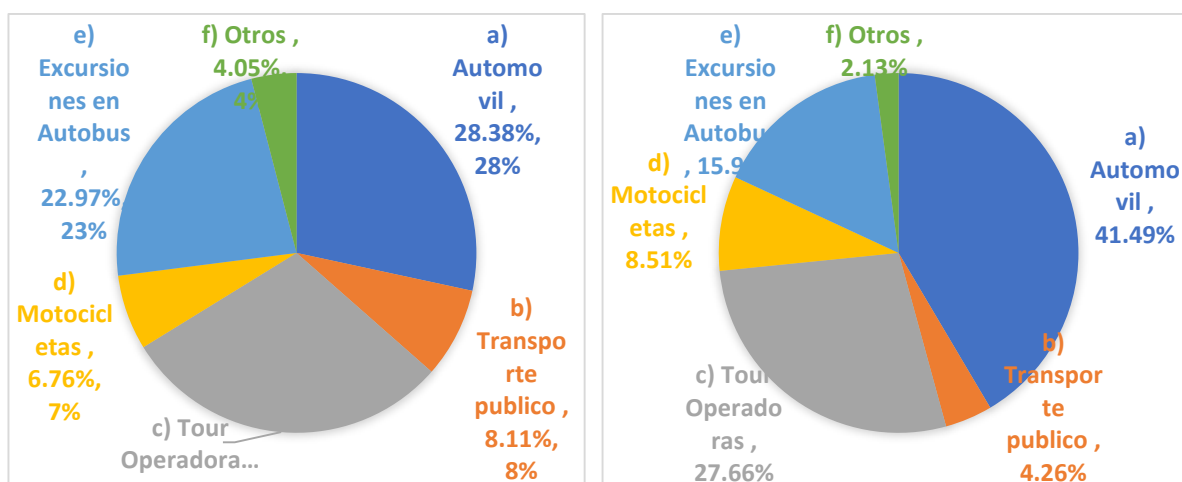


Gráfico 71: Gráfica tomada de la encuesta a mercado consumidor.

3.8. Perfil del Distribuidor

En el caso del perfil del distribuidor, no se tiene total control sobre el canal, ya que por ejemplo si una familia opta por usar su medio de transporte familiar, ellos mismos se convertirían en “un canal”. No obstante, hay familias y personas en general que no cuentan con medios de transporte, por lo que pueden hacer uso de los servicios de las Tour Operadoras, y aunque si bien es cierto, no se puede tener control tampoco sobre estos, pero al menos se pueden establecer líneas de trabajo para poder formar estrategias que ayuden a promocionar los atractivos.

Perfil de empresa Puede ser cualquier Tour Operador o Agencia de Viajes, de preferencia aquellas que tengan más de 3 años de realizar excursiones dentro del país.	Estructura Comercial Compacta La mayoría de Tour Operadoras (como se vio previamente), utilizan las redes sociales para poder publicar los viajes que realizan todos los fines de semanas, entre ellas hay algunas que tienen más de 100,000 seguidores. Lo más conveniente sería establecer convenios de trabajo con alguna de las que pueden catapultar los destinos.
Reputación Comercial Investigar sobre el historial de la empresa, pues aunque el destino sea muy llamativo, pero si el cliente sufre maltrato, mala atención y en general, tiene una mala experiencia en su servicio, esto hará que, dicha mala experiencia sea asociada con el destino. Por esta razón, será necesario recopilar la mayor cantidad de información de la empresa con la cual se decida establecer estrategias y acuerdos comerciales.	Ubicación Las Tour operadoras con más trayectoria, experiencia y capacidad publicitaria se encuentran en San Salvador. El hecho de que se opte por realizar estrategias comerciales en conjunto con empresas capitalinas no deja cerrada la posibilidad de trabajo con cualquier otra tour operadora ubicada fuera de la capital.

3.9. Estrategias para el Canal de Distribución

Longitud de Canal: de un nivel y directo.

Adoptar ambas estrategias para posicionar el destino en la mente de los consumidores de los destinos turísticos. Esto se debe hacer mediante la creación y gestión de redes sociales que mantengan informado al público de las ofertas disponibles.

Amplitud de canal selectivo

Este tipo de distribución es adecuada para el sector turístico ya que posibilita que los intermediarios puedan conocer realmente las características, calidad y nivel de servicio ofrecido por la empresa turística dueña del servicio. Para la selección de los intermediarios la empresa utilizara criterios como potencialidad de ventas e imagen.

Establecer alianzas estratégicas con tour operadores

Basado en el hecho de que actualmente representan uno de los principales medios de distribución de turistas según el estudio de campo (27,96%) y con el propósito de establecer vínculos con las tour operadoras es un trabajo muy difícil, pero que al conseguirlo catapultará a los destinos turísticos para que puedan crecer rápidamente y sin tener costos relacionados con este canal, adicionalmente se sabe que las tour operadoras cuentan con un alto prestigio y demanda en la actualidad, lo cual se puede corroborar con las tour operadoras cuya información ya fue expuesta.

Promocionar el Parque en Escuelas, Colegios e Instituciones

A pesar de que las excursiones representan las formas más elementales de hacer turismo, aún hoy en día representan una buena parte del total de los medios utilizados para visitar destinos turísticos (19% en promedio). Se propone que haya una campaña intensiva en la que se dé a conocer los atractivos turísticos que estarán disponibles.

Estrategia combinada de empuje (push) y atracción (pull)

Empuje: Que el canal (tour operadoras) sirva como instrumento para promover el servicio. Se trata de ejercer sobre los distribuidores una cierta fuerza para que vendan los servicios al consumidor.

Atracción: Dirigir la promoción del producto directamente al consumidor final, tomando control sobre las actividades oportunas, con el objetivo de fomentar por sí mismo la demanda del producto y atraer al consumidor hacia el canal de distribución.

4. Mercado de Abastecimiento o Proveedor.

Proveedor es la persona o empresa que abastece con un producto o un servicio a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. Hoy en día las empresas, deben tener varias cosas en cuenta antes de elegir a sus proveedores. Cada empresa dará más relevancia a una u otra característica del proveedor, pudiendo fijarse más en la calidad de los productos o servicios, en los precios o en la disponibilidad y tiempos de entrega.

4.1. Metodología del Mercado Proveedor la Investigación.

Se presenta a continuación la metodología que se utilizará para poder obtener y recolectar la información pertinente al mercado proveedor que nos servirá para los siguientes pasos de la investigación y poder desarrollar análisis de resultados para poder concluir y recomendar sobre la situación actual del mercado.

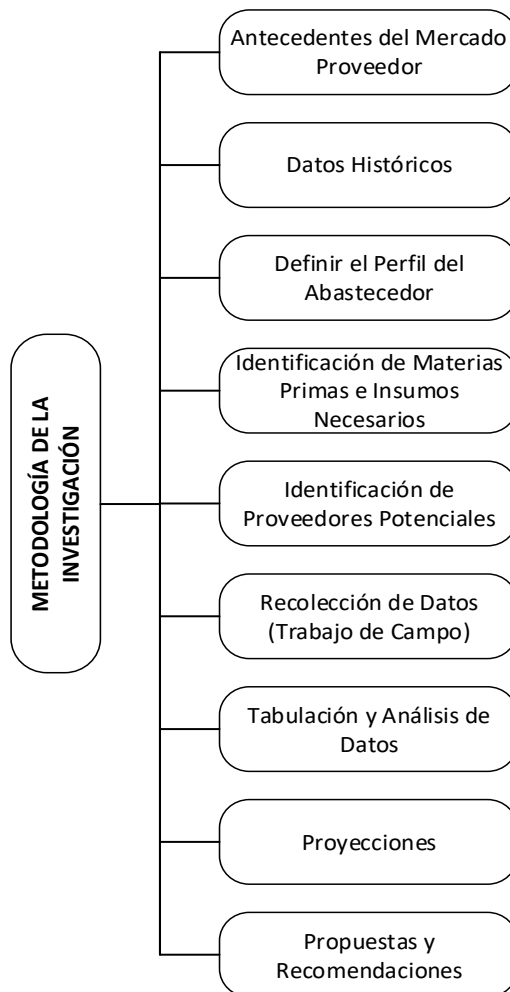


Figura 17 Metodología de Aplicación Mercado Abastecedor

La metodología a emplear para el desarrollo del mercado distribuidor en el plan turístico, aprovechamiento de recursos naturales de la región Trifinio cerca de las cuencas del Rio Lempa, es un plan en vías de iniciación, ya que actualmente gran porcentaje del potencial turístico no se está aprovechando. Por ende, las técnicas y métodos de recolección de información para el análisis de la situación actual darán las pautas para proponer planes y propuestas en base a resultados obtenidos.

Se han identificaron los siguientes servicios a cubrir, lo cual orientara los esfuerzos de compra a los insumos necesarios para ofrecer dichos servicios de manera completa, limpia y segura en todo momento.

1. Mantenimiento Preventivo y Sanitario de Piscinas.
2. Mantenimiento de Jardines y Césped.
3. Servicio Gastronómicos / Alimenticios.
4. Marketing y Señalización.
5. Mantenimiento y Cuido de Instalaciones.

a) **Mantenimiento Preventivo y Sanitario de Piscinas.**

El mantenimiento de piletas es una actividad que puede asociarse al placer o al trabajo. En el primer caso, se asocia al placer cuando lo hacemos en nuestra propia pileta. Puede de hecho ser un momento en el que nos obligamos a salir de nuestra rutina y posiblemente de nuestro hábito sedentario y ocupamos la mente en algo que, si bien es trabajo, también nos distrae.

Etimológicamente, La palabra piscina viene del latín piscis "pez" y originalmente se utilizaba para designar pozos para peces de agua dulce o salada. También se utilizó para designar los depósitos de agua conectados a los acueductos. Los primeros cristianos utilizaron la palabra piscina para designar la pila bautismal. Efectivamente, antes de la invención de las depuradoras, en las albercas, de baño o decorativas, al aire libre, se utilizaban peces para la limpieza del agua, puesto que se comían las larvas de insectos, y de ahí viene el nombre. En algunos países, particularmente México, se utiliza la palabra alberca, de origen árabe, en vez de piscina si se trata de una piscina grande para nadar. Si se trata de una piscina pequeña de poca profundidad, normalmente para uso infantil, recibe el nombre de chapoteadero.

Existe una larga tradición de construcciones artificiales dedicadas al baño, entre las que destacan los numerosos yacimientos de termas romanas, como los encontrados en la ciudad inglesa de Bath, a la que dan nombre. Asimismo, existen varias modalidades, como las fijas, las portátiles y las desmontables. Y de distintos materiales, como acero inoxidable, poliéster, de hormigón armado, recubiertas de mosaico, etc.

Mantenimiento y Depuración.

Hoy en día las piscinas han experimentado un significativo avance tecnológico, sobre todo en términos de depuración e higienización del agua. De esta manera el mantenimiento de piscinas se ha ido haciendo con el tiempo mucho más sencillo y agradable de realizar.

Con este proceso se trata de que las aguas estén limpias y transparentes. Se hace mediante una recirculación del agua por un filtro adecuado. El filtro consiste en un receptáculo generalmente de forma circular para soportar mejor la alta presión a la que es sometido y lleno por dentro de un material filtrante adecuado que puede ser arena sílice de diferentes granulometrías, carbón activado, cuarzo u otro. El tamaño del filtro tendrá relación proporcional a la cantidad de superficie filtrante necesaria para el caudal de agua, por unidad de tiempo, de la piscina a filtrar. Una bomba auto cebante hace pasar el agua por el filtro, reteniendo las impurezas en su interior.

Tipos de Suciedad.

La suciedad del agua puede ser de tres tipos y cada una de ellas tiene un sistema para quitarla:

1. **Suciedad superficial:** hojas o cualquier otra suciedad, incluidos insectos, que flotan en el agua. Para extraerlos, el retorno del agua de la depuradora se impulsa por unas bocas a flor de superficie que arrojan un chorro de agua proveniente de la bomba de la pileta, hacia el lado contrario en el que unas tomas de superficie (conocidas muy normalmente por su nombre en inglés: skimer) absorben el agua superficial, gracias a las bombas de la depuradora. La toma tiene un filtro de gruesos para evitar que las partes más voluminosas de la suciedad superficial, lleguen al filtro de la depuradora.

2. Suciedad en la masa: polvo suspendido en el agua, que queda en la arena del filtro de la depuradora al recircular el agua.
3. Suciedad depositada en el fondo y paredes: para extraerla es necesario un accesorio, la barredera, que puede ser manual o automática. Para usarla tiene una toma específica, generalmente en una de las paredes del vaso y una válvula (o juego de válvulas) hace que el agua se recoja exclusivamente por ella y no por las tomas de superficie o de fondo, de modo que funciona como una aspiradora, frotando y removiendo la suciedad asentada en el fondo o paredes y depurando el agua antes de volver a introducirla en el vaso.
4. Suciedad del Filtro: El filtro requiere una limpieza periódica que se logra haciendo circular el agua en dirección contraria a la de filtrado durante un cierto tiempo, agua que debe ir a el sistema de desagüe.

Higiene.

Se trata de evitar que en el agua florezcan microbios u hongos que puedan ser nocivos para los bañistas. Se emplean derivados de cloro, se controla su pH y en ocasiones incluso la temperatura del agua. Para las algas se emplean agentes floculantes que reducen las algas a residuos sólidos pequeños que quedan en el filtro de la depuradora.

4.2. Perfil del Abastecedor (Piscinas).

Para un seguro mantenimiento y limpieza de las piscinas que se brindara como servicio complementario y obligatorio a todos aquellos negocios y/o centros turísticos que dispongan de estas atracciones como medidas necesarias para un ambiente más higiénico para los turistas. Además, deben contar con cuidadosos procedimientos o métodos que incluyan la correcta manipulación de herramientas y productos para la sostenibilidad y reparación de piscinas. En cuanto a los métodos de aplicación se trata de buscar aquel que contenga una inversión para el cuidado estable en el tiempo de las piscinas, sin comprometer a los turistas con químicos de baja calidad que podrían irritar o dañar la piel.

Debido a las consideraciones anteriores se buscarán proveedores que aseguren la calidad y precedencia de sus productos al no ser dañinos o tóxicos para las personas. Por la naturaleza de los productos de limpieza y mantenimiento, estos deben conseguirse en negocios con cierto grado de formalidad y facturación obligatoria por procedimientos en bases de datos de entradas y salidas de capital.

4.3. Algunos criterios a considerar para la selección optima de los posibles proveedores.

Precio	Los precios exactos aun no serán detallados, ya que corresponden a otro estudio más completo en el que se aborda este caso. De manera general el precio debe de ser justo, entregando ciertas cantidades de insumos con la calidad deseada. El acuerdo del precio generalmente se da de manera personal mediante reuniones en la que intervienen dos o más personas para determinar el precio en el que todos estén de acuerdo.
---------------	---

Confiabilidad	La confiabilidad de los productos y la sana relación entre las distintas entidades (proveedores y compradores) debe ser impecable y de muy alto nivel, debido a que la mayor parte de los proyectos o planes impulsados son a través de información compartida que se realiza a altos niveles de confianza entre ambas partes.
Estabilidad	La estabilidad de la empresa a la que se le solicitara los productos o herramientas necesarias para el cuidado de piscinas tenga sostenibilidad y capacidad de stock altos para no comprometer la ausencia de sus productos, es decir la estabilidad para cumplir sus pedidos siempre.
Área en la que Opera	Es significativo mencionar que los puestos más cercanos al lugar del proyecto son los que presentarían menores costos de trasportación y por ende los preferentes a elegir. Sin embargo, no es el único criterio mencionado, por lo cual la cercanía al lugar no es la única que interviene, pero si es uno de los criterios más importantes para seleccionar a los proveedores. El área delimitada son los municipios de Santa Ana y de Metapán.
Costo de Transporte	Como se ha mencionado anteriormente, este es uno de los criterios en los que se trata de negociar una baja cuota por entrega a puerta sin comprometer el bienestar de las mercancías, en el mejor de los casos los costos de trasportación son gratuitos si se compran cierta cantidad de producto. También existe la modalidad de ir a comprar personalmente la mercancía y que el negocio se hagan cargo de los costos de transportación.
Calidad del Producto	La calidad de los productos debe ser alta incluyendo las herramientas y dispositivos necesarios para el cuidado de las piscinas. En este punto también cabe destacar la destreza y conocimientos que tiene el empleado para la correcta utilización de los productos y herramientas para el mantenimiento de piscinas. Parte de los resultados son debidos a buenos procedimientos.

Tabla 16: Perfil del Abastecedor en Piscinas.

4.4. Perfil del Abastecedor (Limpieza.)

El perfil buscado en este tipo de proveedor no es muy exigente, ya que se buscan productos únicamente de limpieza e higiene, que en su mayoría son productos que pueden conseguirse en casi cualquier lugar y a buenos precios.

Por la naturaleza de los productos estos pueden conseguirse en casi cualquier lugar y sin mayor complicación, atribuyendo las transacciones a pequeños negocios o tiendas que se ubican en las localidades de Santa Rosa de Guachipilín o Metapán. Parte de este perfil engloba la amabilidad de las personas a la hora de atender este tipo de necesidades con respecto a los productos que ellos ofrecen.

Los candidatos a proveedor no son tan estrictos en la selección, ya que la ausencia de algún material puede ser encontrado en otra localidad con mucha facilidad. La base de este sistema de compras es fundamentalmente para ayudar en los pequeños comercios que poseen los municipios.

4.5. Análisis de Datos y Proyecciones.

En el Plan de desarrollo turístico para la Cuencas del Rio Lempa en Metapán, Santa Rosa Guachipilín y Región Trifinio es considerada un área ecológica para la recreación y relajación de los visitantes. Se ofrecerá un número finito de servicios, entre gastronómicos y recreativos, por los cuales anteriormente se trató de detallar cada uno de los insumos necesarios para poderlos llevar a cabo y brindar de manera completa y oportuna estos servicios. La frecuencia de uso de estos insumos varía dependiendo de las condiciones físicas de las instalaciones, y otros dependen directamente de la cantidad de turistas que lleguen al lugar.

La mayoría de los materiales de mantenimiento son de consumo prolongado e indirecto, es decir independientemente de la actividad turística del parque, ya que estos insumos se utilizan por cuestiones de limpieza e higiene en general hasta mantenimientos preventivos de las instalaciones. A diferencia de los alimentos que, si forman un insumo directo respecto a los turistas, a más afluencia de ellos es necesario considerar más provisiones.

❖ Mantenimiento y Cuido de Piscinas.

Sistemas Hidráulicos.

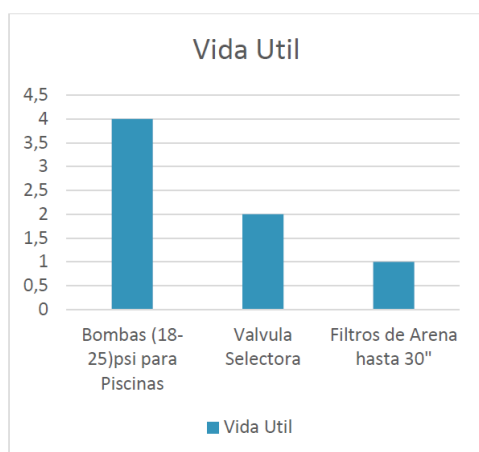


Gráfico 72: Vida Útil de Bombas para Piscinas

En el uso constante para las piscinas el sistema hidráulico presenta su tiempo de duración media para cada uno de los dispositivos necesarios para su correcto funcionamiento. Las bombas de precios para piscinas suelen tener un mecanismo de alta duración, más si la bomba es adquirida con aspas de policarbonato que reducen en un 22% la ausencia de partículas sucias en la piscina.

Los filtros de arena son los indispensables para la limpieza y cristalización del agua, estos filtros suelen cambiarse una vez haya terminado su vida económica, ya que es recomendado que no se espera a que el filtro presente fallos para cambiarlo. Las partículas de arena en su interior dejan de cumplir su funcionamiento.

Agentes Químicos.

- Diarios: se comprueba el estado del pH del agua y régúlo para llevarlo a niveles entre 7,2 y 7,4. Puede llegar hasta 7,6 sin causar problemas, aunque es preferible un nivel hasta los 7,4. El cambio repentino de las condiciones climáticas, incrementar el uso, el añadir de agua nueva, etc. pueden desajustar el pH.
- Analiza el nivel de desinfectante (cloro, oxígeno líquido, bromo, sal). Deberá ajustarlo a los niveles correctos. Lo puedes hacer a poniendo en funcionamiento del motor y modificando la dosificación. Respecto al cloro, debes regularlo a un nivel entre 0,5 ppm y 2 ppm de cloro libre, mientras que el cloro combinado (cloro + materia orgánica) no debe exceder los 0,6 ppm*. *ppm=partes por millón

- Limpia la superficie del agua para quitar hojas o cualquier tipo de suciedad que esté posada sobre el agua de la piscina.
- Añade anti algas, especialmente si las condiciones no son buenas: incrementar el uso cuando el agua está a una temperatura por encima de los 25°, cuando llueve, etc.

Dosificación.

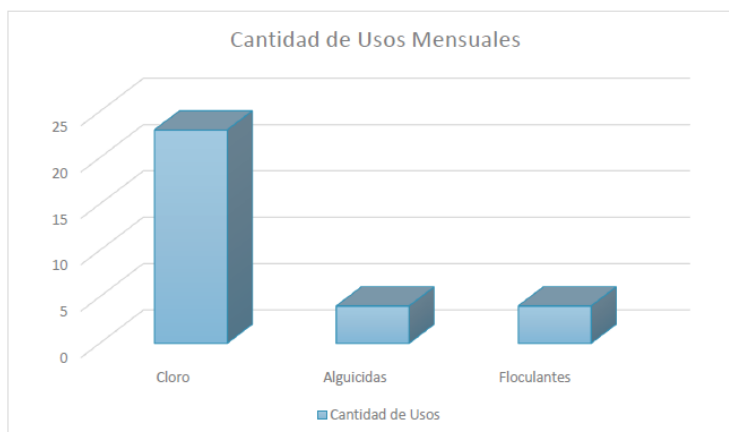


Gráfico 73: Dosificaciones de Agentes Químicos en Piscinas.

Análisis

- **Cloro en Polvo:** 20 grs. cada 10.000 lts, todos los días. Dosificar el doble después de un día de lluvia. Recomendado para piscinas pintadas o plásticas de PRFV. Una libra posee 454g Aprox. De cloro, y si la dosificación es diaria, tendríamos 23 días de aplicación, sobrando 7 para un periodo completo y utilizando únicamente el 30% de otra porción para completarlo.
- **ALGUICIDA:** 1 lt cada 100.000 lts de agua, una vez por semana. Duplicar la dosis después de un día de lluvia. Como las presentaciones de alguicidas vienen en galones se estima que en un Gal equivale a 3.78 Lts, y al ser una aplicación semanal el uso de este agente mensualmente se reduce a cuatro aplicaciones como mínimo lo que convendría adquirir dos o más galones para el cuidado múltiple de piscinas.
- **FLOCULANTES:** Existen muchas partículas en suspensión en el agua que normalmente el filtro no las retiene. El Floculante hace que estas partículas de suciedad que están en suspensión dentro del agua se peguen formando copos (o flóculos) más grandes logrando así que el filtro de arena los retenga y se clarifique el agua. 1 lt cada 100.000 lts de agua, una vez por semana. Duplicar la dosis después de un día de lluvia.

❖ Mantenimiento y Cuido General de Jardinería.

Agentes Orgánicos y Químicos.

Cantidad¹⁷ de Abono químico a aplicar según la superficie (al momento de la fertilización complementaria).

¹⁷ Fuente: Pumisacho y Velásquez (2009).

Abono	Cuadra (7,056m ²)	Solar (2,764m ²)	Cantero (1,641m ²)
Orgánicos	45kg de Abono de Nutriees	15kg de Abono de Nutriees	5kg de Abono de Nutriees
Compostaje Químico	35 kg de urea 1.5 sacos de sulfato de amonio	10 kg de urea y 20 kg de sulfato de amonio	2 kg de urea y 5 kg de sulfato de amonio
Compostaje de Descomposición Lenta	2 sacos de Compostaje	25 kg de Compostaje	7 kg de Compostaje

Tabla 17: Aplicación de Abono en Superficies Irregulares.

Análisis: Los abonos en cantidades consideradas para una Cuadra completa de Área, o en usos de canteros o solares se denotaron en la tabla anterior, con un uso Máximo de 45 Kg de aplicación de abono al compostaje. 45kg equivalen a un aproximado de 99.2Lb de abono a utilizar por jardines. Las presentaciones se dan en 5Lb obteniendo un total aproximado de 20 sacos de abono para fertilizantes al mes, suponiendo áreas extensas de 1km².

Cantidad de Herbicida químico a aplicar según la superficie.

Herbicidas	Cuadra (7,056m ²)	Solar (2,764m ²)	Cantero (1,641m ²)
Químicos	18 Gal	10 Gal	5 Gal
Agentes Permitidas	15 Gal	7 Gal	3 Gal

Tabla 18: Aplicación de Herbicidas en Superficies Irregulares.

Análisis: Los herbicidas son de una aplicación menor, ya que el exceso de estos químicos u agentes podrían perjudicar el bienestar de las plantas en general. Se denota las cantidades necesarias por jardines a utilizar. Al ser agentes químicos en presentaciones líquida, es necesario un rociador para la aplicación del producto. Con un total de 18Gal por Cuadra es necesario la adquisición de 9 unidades de herbicidas (presentación 2Gal) que aproximadamente rinden 1Lt la rociada completa, es decir 3.78 rociadas por galón, y un total de 34 trabajos por extensiones de jardines amplios de 7,056m².

Insecticidas.

Muchas veces las dosis se expresan en tantos por cien (%), tantos por mil (0/00), o partes por millón (p.p.m.). Lo normal para los plaguicidas es la expresión en tantos por cien, y por Ha (hectárea), reservando los tantos por mil y partes por millón para productos hormonales, reguladores del crecimiento enlazantes, bioestimulantes, etc.

- Para pulverizaciones normales los caudales que se están empleando son de 3000 a 5.500 l/Ha, 200 a 450l/hg.
- Para turbo atomizadores son de 800 a 2500 l/Ha, 70 a 200 l/hg.

Insecticidas	Ingrediente Activo	Clase Químicas	Dosis por Hectáreas en Litros de Agua.
Control de mosquitas blancas, pulgones y tripses.	Dinotefuran	Neonicotinoides	300gr a 0.85gr
Control de Gusanos, Hormigas y ciertas arañas.	Spinetoram	Espinosinas	500ml a 2.8Lts
Control de insectos chupadores y coleópteros, algunos dípteros y micro lepidópteros	Imidacloprid	Neonicotinoides	500ml a 1.4Lts
Control de chinches, saltamontes, y algunos lepidópteros	Thiamethoxam	Neonicotinoides	500gr a 2.8Kg

Tabla 19: Aplicación de Insecticidas según Químico Activo.

Análisis: Actualmente, muchos productos, la dosis, vienen expresada por superficie, pero no indica ni el estado de desarrollo, ni la densidad de plantación, ni la maquinaria a emplear. Sin embargo, se cuenta con ciertos estándares de aplicación de estos agentes. Las hectáreas vienen dadas por 10,000 m² de superficie o terreno a tratar. Básicamente el uso de este agente es mensual o de uso fortuito, donde al aplicar al menos 800gr de insecticidas a las plantaciones ayudaran a la contingencia de variedad de insectos.

Servicios Gastronómicos

Los servicios gastronómicos vienen ligados fuertemente con los volúmenes de venta que se esperan obtener. Basándonos en las entrevistas realizadas a los posibles distribuidores de comida, se abordó el tema de la preparación de alimentos y de la facilidad que se tiene de prepararlos, también de los costos asociados en la adquisición de estos insumos y tomando en cuenta la experiencia de los cocineros para las ventas de platillos que se tendría más demanda.

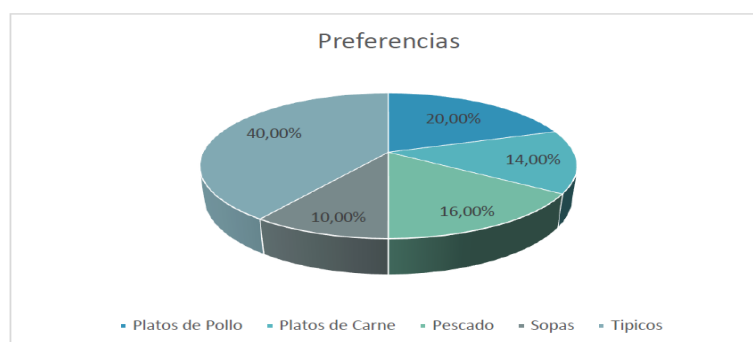


Gráfico 74 Ventas de alimentos preparados

Análisis: En los últimos años la venta estimada de los proveedores de comida se resume en un mayor número de venta de platos típicos en los que figuran las papas fritas, las minutas, la yuca frita o sancochada, nachos, Pupusas, etc. y un pequeño aumento de proporción en la venta de carnes blancas, por lo cual son estos los ingredientes que con mayor estima hay que considerar.

Es de considerar que la opinión se base en el número de platillos que ellos suelen vender a los visitantes, en cualquier punto de la Región Trifinio que Contempla en Plan.

4.6. Estrategias y Recomendaciones.

1. Definición Total de Proveedores.

Para la Maximización del tiempo en la apertura de los nuevos destinos turísticos sobre la cuenca del Rio Lempa es necesario poder haber definido plenamente a los proveedores de cada una de las necesidades a suplir (gastronomía, mantenimiento, etc.) ya que de estas derivaciones pueden surgir nuevas alianzas que conllevaran a un mejor trato entre ambas partes, dando beneficios como extensiones de crédito, más y mejores productos.

2. Crear Alianzas Fuertes con los Proveedores.

Parte de las alianzas con los proveedores se debe a la fidelidad en la adquisición de materiales o productos con el mismo distribuidor. Parte de estas alianzas conllevara a realizar buenas prácticas con los distribuidores y la contraparte. como consecuencia de esto se podrá percibir reducciones en los precios, generalmente conocidos como adquisiciones de cliente frecuentes, así como también promociones únicas y exclusivas para compradores de alto rango.

3. Agrupación de Servicios y Distribuidores.

En la práctica resulta muy útil contar con un mismo distribuidor para una gran variedad de productos, materiales o herramientas, esta práctica conllevara a fortalecer radicalmente las relaciones entre la contraparte y los abastecedores. Parte de esta finalidad incluye los ahorros sustanciales por transporte de mercadería e insumos, ya que el desplazamiento a distintos sitios con la finalidad de abastecerse se reduce significativamente ahorrando no solo dinero, sino que también tiempo.

4. Establecer Parámetros de Calidad en los Insumos.

La calidad es uno de los parámetros más importantes en la adquisición de productos, ya que, al hablarse de proyectos de carácter formales, es de vital importancia justificar y asegurar de todos los productos, en especial los alimenticios. Se medirán los niveles de cumplimiento según el perfilaje que se denoto anteriormente para cada uno de los proveedores y sus productos asociados. Esta estrategia conlleva una gran ventaja la cual es la capacidad de tener poder en devoluciones cuando los productos se encuentran dañados o no cumplan las características mínimas.

5. Flexibilidad de Compra.

Los imprevistos son esencialmente importantes considerarlos en el desarrollo de cualquier plan o proyecto. Ya que al establecer cierto grado de confianza con los distribuidores se pueden obtener beneficios en tiempos extemporáneos de adquisición de mercancías, buscado la capacidad de poder reaccionar ante cualquier emergencia solventado por los medios y políticas establecidas en contratos de compra y venta de bienes.

CAPÍTULO V. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA SOLUCIÓN

1. Cuadro Resumen de los Índices Municipales¹⁸.

	Metapán	Santa Rosa Guachipilín
Población	59,004 habitantes	7909 habitantes
Superficie Territorial	668.36 Km ²	38.41 Km ²
Altitud Media	477 m.s.n.m.	550 m.s.n.m.
Densidad Poblacional	88.28 hab/km ²	31.81 hab/km ²
No. Cantones	29	6
No. Caseríos	232	14
Tasa de Desempleo	6.5%	6.5%
Violencia ¹⁹	56 homicidios/10000 hab	20 homicidios/10000 hab

Tabla 20 Cuadro Resumen de los Índices Municipales

2. Inventario de Recursos Turísticos

La categorización de los atractivos potenciales de la cuenca del río Lempa en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán se lleva a cabo a partir de información recopilada a través de diferentes entrevistas a organizaciones turísticas de los municipios, así como también con información secundaria (Dicha categorización se realizará por el método OEA CICATUR²⁰).

A continuación, se presenta la categorización de los recursos y atractivos turísticos establecidos como potenciales en la cuenca del Río Lempa en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán.

N°	Atractivo Turístico	Categorización
1	Cuenca del Río Lempa El Río Lempa con vertiente al Océano Pacífico es el más largo de Centroamérica, su cuenca abarca tres países: Guatemala, Honduras y El Salvador. Es un excelente destino para practicar eco-turismo, navegación en lanchas, deportes acuáticos como el kayak tradicional y el rafting; ideal para los amantes de la fotografía de paisajes, fauna, flora y los pequeños detalles de la naturaleza.	Categoría Sitios Naturales Tipo: Hidrológicos Sub-tipo Río
2	Parque recreativo Los Ranchos	Categoría

¹⁸ Fuente: Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2017 DYGESTIC.

¹⁹ "Tasa de Desempleo en El Salvador", Información de Mercados en Centro América, Centralamericadata.com

²⁰ "Propuestas metodológica para la jerarquización, categorización y tipificación de Atractivos Turísticos de SERNATUR", Subdirección de Estudios Unidad de Territorio y Medio Ambiente Mayo 2013.

	Proyecto en desarrollo por parte de la alcaldía de Santa Rosa Guachipilín que busca potenciar el turismo aprovechando la cuenca del río Lempa brindando un espacio con piscinas, mesas de picnic, espacio para hacer parrilladas, oportunidad de practicar Canopy, rafting, etc.	-- Tipo: Otros Sub-tipo Parques de recreación
3	Cerro El Calaire Cerro El Calaire está a 609.0 msnm situado al sureste del área urbana donde se puede ascender en caminatas y tener una excelente vista del municipio y la cuenca del río Lempa y acampar en la cumbre de este.	Categoría Sitios Naturales Tipo: Montaña Sub-tipo Alta Montaña
4	Recorrido San Francisco Apanta Recorrido en el cual se pueden realizar caminatas, recorridos en bicicleta o caballos a través de senderos rodeados de naturaleza pasando por un pequeño parque recreativo con piscinas de agua nacida en el área con un excelente clima y vistas.	Categoría Sitios Naturales Tipo: Lugares de observación de flora y fauna Sub-tipo Observación de Flora.
5	Cascada El Salto Mágico Es el encuentro de 2 quebradas de agua natural en el cual se obtienen excelentes vistas a través de caminatas o andar en bicicletas por territorios dentro de todo el municipio disfrutando de una aventura extrema y con la seguridad que el municipio brinda a sus visitantes.	Categoría Sitios Naturales Tipo: Hidrológicos Sub-tipo Caídas de agua
6	Poza de La Peñona Poza ubicada en el cauce del Río Lempa a unos 5 minutos del centro del municipio en la cual se puede disfrutar de clavados desde puntos altos hacia el río y realizar caminatas a la orilla del río hasta el centro de la ciudad disfrutando de muy bonitos paisajes.	Categoría Sitios Naturales Tipo: Hidrológicos Sub-tipo Río
7	Estadio Municipal José Hernández Estadio de fútbol del municipio en el cual se llevan a cabo diferentes partidos de fútbol y otras actividades deportivas en un ambiente familiar rodeado de la naturaleza que el municipio brinda a la orilla del Río Lempa.	Categoría Acontecimientos programados Tipo: Deportivos Sub-tipo: Fútbol
8	Mirador El Matazano Mirador en el punto más alto del municipio sobre la carretera Longitudinal del Norte donde se pueden tener excelentes vistas rodeados de tranquilidad y seguridad.	Categoría Sitios Naturales Tipo: Lugares de observación de flora y fauna Sub-tipo Observación de Flora.
9	Caserío Cacahuito	Categoría

	<p>Caserío ideal para realizar caminatas o recorridos en bicicletas o caballo con excelentes vistas y seguridad a la orilla de la carretera Longitudinal del Norte.</p>	<p>Sitios Naturales Tipo: Lugares de observación de flora y fauna Sub-tipo Observación de Flora.</p>
10	<p>Circuito Campiña Viva. Santa Rosa Guachipilín y Metapán son municipios pertenecientes a dicho circuito turístico que busca potenciar los diferentes destinos turísticos a través de MITUR.</p>	<p>Categoría Sitios Naturales Tipo: Flora y fauna Sub-tipo Observación de Flora.</p>
11	<p>Apicultura Los habitantes del municipio de Santa Rosa Guachipilín se dedican de manera artesanal a la apicultura aliados a instituciones que los capacita en el tema para una mejora en sus procesos y brindar productos de exportación y para consumo local.</p>	<p>Categoría Folclore Tipo: Típicas Sub-tipo Comidas típicas</p>
12	<p>Queso artesanal La producción de queso artesanal es hecha por parte de habitantes en el municipio que dan sus productos para comercializar de manera local.</p>	<p>Categoría Folclore Tipo: Comidas y bebidas típicas Sub-tipo Comidas típicas</p>
13	<p>Quesadillas Se dedican a la elaboración de deliciosas quesadillas artesanales los días domingos como tradición y para eventos especiales como días festivos y celebraciones de diferente tipo.</p>	<p>Categoría Folclore Tipo: Típicas Sub-tipo Comidas típicas</p>
14	<p>Rafting Deporte extremo que aún no está en práctica en el municipio pero que se busca practicar como parte de las estrategias turísticas aprovechando las características de la cuenca del río Lempa.</p>	<p>Categoría -- Tipo: Otros Sub-tipo Parques de Recreación</p>
15	<p>Canopy Deporte extremo que de igual manera aún no está en práctica en el municipio pero que se busca practicar como parte de las estrategias turísticas aprovechando las características de la cuenca del río Lempa.</p>	<p>Categoría -- Tipo: Otros Sub-tipo Parques de Recreación</p>
16	<p>Restaurantes</p>	<p>Categoría: Folclore Tipo:</p>

Se encuentran 3 restaurantes de comida típica donde se encuentran diferentes alternativas gastronómicas para satisfacer los diferentes gustos de los turistas.	Típicas Sub-tipo Comidas típicas
--	---

Tabla 21 Inventario Turístico

2.1. Priorización de Recursos y Atractivos Turísticos

A continuación, se presenta la priorización de los recursos y atractivos turísticos, según los criterios establecidos anteriormente:

Atractivo Turístico	Criterios			Estado
	Categorización	Representatividad Territorial	Funcionabilidad	
Cuenca del Río Lempa	X	X	X	APROBADO
Parque recreativo Los Ranchos		X	X	APROBADO
Cerro El Calaire	X			NO APROBADO
Recorrido San Francisco Apanta	X		X	APROBADO
Cascada El Salto Mágico	X			NO APROBADO
Poza de La Peñona	X		X	APROBADO
Estadio Municipal José Hernández		X	X	APROBADO
Mirador El Matazano	X		X	APROBADO
Caserío Cacahuito	X			NO APROBADO
Circuito Campiña Viva.	X	X	X	APROBADO
Apicultura	X		X	APROBADO
Queso artesanal	X		X	APROBADO
Quesadillas	X		X	APROBADO
Rafting				NO APROBADO
Canopy				NO APROBADO
Restaurantes	X		X	APROBADO

Tabla 22 Priorización.

Jerarquización de Atractivos Turísticos

Es el examen crítico de los atractivos relevados para establecer su interés turístico sobre bases objetivas y comparables, asignándoles la correspondiente jerarquía.

La metodología para jerarquizar recursos turísticos se realizará con base en el Manual del Inventario de Recursos Turísticos del Perú²¹.

²¹ "Manual del Inventario de Recursos Turísticos del Perú", Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Primera edición, Septiembre 2008.

CAPITULO VI: CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO

1. Planteamiento del Problema.

1.1. Análisis del Problema



Existen numerosos factores externos que condicionan el funcionamiento esperado del Plan, de ahí que el análisis del entorno sea la clave para conocer las tendencias futuras y definir con antelación la estrategia a seguir. Un instrumento de gran utilidad para cumplir con este objetivo es la técnica PESTAL, cuyo acrónimo se deriva de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales. Este permite realizar una investigación pormenorizada de los asuntos que más influirán en el desarrollo de su actividad o del proyecto que se quiere impulsar.

Esta herramienta permite prever tendencias, ofreciendo a los interesados una visión de acción más amplia, mejorando la capacidad para adaptarse a los cambios que se anticipan. También facilita los criterios objetivos para definir la posición estratégica y aportar información para aprovechar las oportunidades que se presentan.



Ilustración 3: Análisis del Problema

Bajo estos enfoques se desarrolló una lluvia de ideas que englobaran estos criterios en la problemática a desarrollar:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO.

a) Lluvia de Ideas.

- En la actualidad, la municipalidad de Santa Rosa Guachipilín posee un Centro recreativo a las orillas del Río Lempa, sin embargo, no hay más atractivos dentro de este municipio, el parque únicamente se utiliza los fines de semana para momentos de ocio familiar o cuando lo requieren los pobladores del municipio para realizar algún tipo de reunión o celebración social, como cumpleaños y bodas.
- Diálogos con la contraparte de la alcaldía de Metapán para exponer los puntos a abordar en el presente trabajo de grado, no se ha obtenido mayor interés de su parte.
- Burocracia en los procesos de transferencia de derechos de terrenos o permisos para poder poner proyectos en marcha; particularmente en el municipio de Santa Rosa Guachipilín donde se pretende construir un parque acuático que permita aumentar el atractivo turístico de la zona.
- El desconocimiento técnico sobre desarrollo y administración de proyectos de turismo por parte de las municipalidades de Santa Rosa Guachipilín representa una barrera para el desarrollo de estos.
- Los atractivos disponibles en la cuenca del Río Lempa entre los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán no están siendo explotados de manera tal, que brinden una experiencia al turista de aventura que busca poder desarrollar actividades únicas, como lo son deportes extremos.
- La oferta de artesanías no ha sido explotada, la cual brinda una oportunidad de desarrollo económico local para los habitantes.
- Falta de capacitación hacia la población en actividades de turismo por parte del gobierno central, acompañado del desinterés de los pobladores en aprender algún oficio relacionado con turismo.
- Desinterés de los jóvenes en aprender a elaborar artesanías en talleres, así como actividades culturales impartidos por la alcaldía con el fin de brindar a jóvenes y adultos actividades que ayuden a brindar oportunidades de desarrollo económico.
- La inversión privada en turismo por parte de entidades locales o extranjeras es muy baja o nula debido a la baja demanda turística en la zona.
- Emigración de los jóvenes al extranjero según lo exponen representantes de las alcaldías quienes buscan mejores oportunidades para ellos y sus familias.
- Santa Rosa Guachipilín comparte diferentes atractivos turísticos a lo largo de la cuenca del río Lempa, los cuales representan una oportunidad de explotación para despertar el interés turístico del lugar, se deben evaluar diferentes actividades que permitan el desarrollo de estas.
- Falta de publicidad y/o mala administración de la misma, en la cooperación con los municipios aledaños para el desarrollo del turismo.
- No se promocionan las actividades artesanales: producción de quesadillas, queso, miel, entre otras posibles.
- No se promocionan actividades al aire libre que el municipio puede brindar: paseos en caballos, senderismo, visita de cascada y caminatas en las campiñas del municipio, entre otras que puedan cumplir con los marcos legales vigentes en materia de protección y respeto al Medio Ambiente.
- No se explota el potencial turístico en cuanto a deportes extremos: rafting, Canopy extremo, downhill skate, ciclismo, entre otros, los cuales dado las características del río Lempa, representa una oportunidad.

- El municipio de Santa Rosa Guachipilín no es un municipio reconocido por ser un destino turístico, se debe trabajar en el posicionamiento de este para aumentar sus posibilidades de desarrollo.
- Falta de servicios complementarios en Santa Rosa Guachipilín como lo son hoteles, restaurantes y otros atractivos que permitan aumentar el interés de los turistas.
- Falta de estrategias y trabajo conjunto con los municipios aledaños que permitan el beneficio mutuo.
- Intereses particulares por parte de los distintos gobiernos municipales circundantes que figuran una barrera en la búsqueda de crecimiento y desarrollo.

b) **Árbol de Problemas.**

Considerando los factores ya expuestos y con base a las ideas expuestas anteriormente se realiza el árbol de problemas, la cual es una técnica participativa que ayuda a desarrollar ideas creativas para identificar el problema y organizar la información recolectada, generando un modelo de relaciones causales que lo explican. Esquemáticamente, el tronco del árbol es el problema central, las raíces son las causas y la copa los efectos. El Árbol de Problemas debe elaborarse siguiendo los pasos que, a continuación, se enumeran:

1. Formular el Problema Central
2. Identificar los EFECTOS (verificar la importancia del problema),
3. Analizar las interrelaciones de los efectos
4. Identificar las CAUSAS del problema y sus interrelaciones
5. Diagramar el Árbol de Problemas y verificar la estructura causal.

Instrumentos Regulatorios del Turismo.

- Ley De Turismo, Ley Nacional De Medio Ambiente, Reglamento General de la Ley del Medio Ambiente, Ley De Áreas Naturales Protegidas, Política De Áreas Naturales Protegidas, Ley De Protección Especial Al Patrimonio Cultural.
- Reglamento de la Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador.
- Ley De Servicios Internacionales.
- Manual Único De Procedimientos Aduaneros.
- Requisitos De Visitantes Extranjeros Al País.

1.2. Análisis del Marco Lógico



TÉCNICA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

El análisis de marco lógico servirá como herramienta para detectar y establecer la problemática de mayor relevancia en el desarrollo turístico de la cuenca del Rio Lempa en el municipio de Santa Rosa Guachipilín y Metapán; este análisis consta de los siguientes pasos:

a) **Matriz de Involucrados.**

Consiste en identificar a todas las personas, grupos e instituciones afectadas por el problema, agruparlas según sus intereses y establecer prioridades de forma tal que se esté en condiciones de hacer un estudio más detallado. Este análisis se puede hacer en términos de intereses, de problemas, de sus recursos, debilidades o de las relaciones existentes y debe llevar a identificar a aquellos grupos que más necesitan de la ayuda extra.

INVOLUCRADOS	INTERÉS	PROBLEMAS	RECURSOS	ACTORES PARTICIPANTES	
Alcaldía de Santa Rosa Guachipilín	Crecimiento en tema de turismo, generación de empleo, crecimiento económico, sostenibilidad económica y aumento de ingresos en concepto de impuesto.	Baja o ninguna disponibilidad de recursos económicos. Falta de apoyo por parte del gobierno central. Falta de experiencia en la formulación y administración de proyectos turísticos.	Dispone del terreno donde se remodelará el parque turístico los Ranchos.	Aliado	DIRECTOS
Alcaldía de Metapán.	Aliado para el establecimiento de nuevos proyectos turísticos que englobe principalmente el mutuo apoyo para un aumento compartido de turistas.	Conflicto de interés políticos que empobrecen las relaciones entre alcaldías de Metapán y Santa Rosa Guachipilín, dando lugar a discrepancias entre acuerdos financieros y en la asignación de recursos y apoyos por parte del gobierno.	Municipio con el más alto porcentaje de tierras asignadas en el salvador, contando con una gran cantidad de atractivos turísticos que podría albergar a distintos visitantes.	Aliado	
Departamento de Turismo de Metapán.	Destacar los atractivos turísticos que el municipio de Metapán posee y explotar los servicios potenciales derivados de estos. Además, brindar un excelente servicio y atención al cliente en la orientación de todo lo relacionado a turismo.	Desinterés en la iniciativa de proyectos desarrollo turístico intermunicipal que permitan trabajar en proyectos como el considerado en el presente trabajo.	Poseen sala de atención para los visitantes y recursos financieros para el financiamiento de proyectos aprobados por la alcaldía de Metapán.	Aliado	
OPLAGEST, Oficina de Planificación y Gestión Territorial de la	Impulsar el desarrollo integral y sostenible de la región transfronteriza, concertando políticas públicas locales, planes, programas y proyectos, municipales, intermunicipales y subregionales; mediante el esfuerzo mancomunado y con el apoyo técnico y	Que no se cumplan los requerimientos que establece la organización, tales como: respeto de los recursos naturales, desarrollo sostenible. Que no se gestione o tramite de forma oportuna los documentos	Probabilidad de financiamiento económico para ayudar a impulsar el crecimiento local.	Aliado	

Región Trifinio - El Salvador	financiero de los gobiernos locales y nacionales de los tres países (Guatemala, Honduras y El Salvador).	que permitan la colaboración de esta entidad.			
Ministerio de Economía	Generación de empleo, desarrollo, sostenibilidad y dinamización económica y aumento de ingresos en concepto de impuesto.	Que se liberen fondos para realizar el desarrollo turístico, pero que no se administren adecuadamente.	Financiamiento del proyecto	Aliado	
Población de la Micro Región Trifinio.	Creación de empleos y generación de oportunidades para dinamizar la economía local. Oportunidades para emprender negocios.	Que se contrate personal que no sea del municipio, eliminando la posibilidad de generar empleo local. Contaminación.	Conocimiento sobre producción artesanal (producción de miel, quesos, quesadillas, entre otros posibles).	Neutro	
Ministerio de Salud	Donación importante de un terreno a la alcaldía de Santa Rosa Guachipilín para poder implementar proyectos de infraestructura en estos espacios a favor del aumento y desarrollo turístico de la Región.	-	Apoyo en donación de Terreno para ser utilizado como espacio turístico del parque Los Ranchos en la cuenca del Río Lempa en el municipio de Santa Rosa Guachipilín.	Aliado	INDIRECTOS
Mercado Potencial (Turistas y/o excursionistas)	Un nuevo destino turístico. Diversificación de servicios. Seguridad.	Que no haya servicios complementarios en el parque y en el municipio (hoteles, circuitos, supermercados, gasolineras, tiendas de artesanías, etc.). Violencia.	Presupuesto para realizar actividades de ocio.	Neutro	
Competencia	Saber cuáles son los productos y/o servicios que se ofrecerán en el parque y en el resto del municipio para poder implementar medidas que eviten perder mercado.	Disminución de visitantes. Ingresos no percibidos por pérdida de cuota de mercado.	Experiencia, agencias, medios de transporte, logística.	Opositor	

Abastecedores para Santa Rosa Guachipilín y Metapán.	Proveer insumos y/o servicios que se requieren para echar a andar el proyecto.	Distancia entre el municipio y las ciudades principales donde puedan encontrarse los productos y/o servicios requeridos.	Insumos y servicios necesarios para poner en marcha los diferentes servicios y atractivos a ofrecer turísticamente.	Aliado	
Distribuidores	Proporcionar a su cartera de clientes un nuevo destino turístico que cumpla con sus expectativas y así difundir la cuenca del río Lempa como un destino turístico y posicionarlo en la mente de los consumidores de este tipo de turismo ecológico. Además, establecer los canales de conexión entre los posibles puntos de influencia y definir según el estudio de mercado.	Agencias, buses, vehículos particulares inclusive.	Gasolineras, Restaurantes, Hospedajes, Ecoturismo, etc.	Aliado	
Ministerio de Medio Ambiente	Proteger los recursos naturales y que se cumplan el reglamento establecido. Desarrollo sostenible.	Que se irrespeten las leyes que protegen el medio ambiente. Que se contamine el Río Lempa.	Leyes vigentes.	Neutro	
Ministerio de Turismo	Aumento de los índices de gestión en el rubro turístico: mayores ingresos por turismo.	-	Posible gestión de ayuda y financiamiento en el sector turismo.	Neutro	
Tour Operadores	Aumento de la oferta turística. Oportunidad de ofrecer un destino turístico con diversidad de servicios.	Que no se cuenten con servicios complementarios, que no se definan y establezcan circuitos específicos.	Experiencia, oficinas de información turística, medios de transporte, logística.	Neutro	
Otros Inversionistas	Oportunidad de emprender un nuevo negocio en el municipio.	-	Dinero para poder invertir en nueva infraestructura y negocios.	Neutro	

Tabla 23: Matriz de Involucrados.

1.3. Árbol de Problemas.

Derivado de las distintas visitas, conversaciones y observación directa en el campo de trabajo, se puede inferir que las principales causas del problema representan una oportunidad de crecimiento económico sostenible para la micro región trifinio en la cuencas del Río Lempa, ya que como se ve en el esquema representativo, no hay algún problema que incluya factores que van directamente relacionados con algún proceso u operación en marcha, a excepción de la gestión turística que se le ha planteado anteriormente con los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán. De hecho, al analizar sistemáticamente las ideas expuestas se puede notar que es un problema más bien estructural, debido a que el mismo involucra muchos actores y factores como ya se vio en la técnica de lluvia de ideas y PESTAL. Todo esto se ve reflejado en un desaprovechamiento del potencial turístico de la micro región.

Causas del Problema Actual.

- Inadecuada gestión turística de la zona: Aunque las municipalidades mencionan que se ha tratado de implementar talleres para dar impulso al ingreso económico vías artesanales de diversos rubros en los que se mencionan los quesos, jabones, manualidades, etc. sin embargo la falta de apoyo y coordinación entre entidades es muy poco y por ende las municipalidades se preocupan íntimamente por velar sus intereses primarios.
- Incorrecta gestión de la publicidad (Marketing): como primera causa del problema descrito, aparece la publicidad. A pesar de que la cuenca del Rio Lempa carece de infraestructura, los atractivos turísticos están ahí, pero nadie sabe de ellos. Al hablar con los representantes de las alcaldías se supo que no se tiene ningún empleado directo para abordar estos proyectos debido a que no hay suficiente presupuesto para poder contratar a una persona.
- Inadecuada infraestructura turística: en relación con lo anterior, es lógico que nadie pagaría por entrar a un lugar poco acogedor. A pesar de que el lugar ofrece un clima tropical agradable y con tranquilidad, se requiere mejorar el diseño y ruta turística con la cual puedan comunicarse los municipios en un solo circuito turístico con destinos claramente definidos.
- Falta de Oferta Turístico en la Zona: se sabe sobre el gran potencial de mejora turística que tiene la micro región trifinio en los alrededores del municipio de Santa Rosa Guachipilín, lo cual implica una pequeña oportunidad de crecimiento turístico y económico. Actualmente carece de variedad y oferta turística al público, más sin embargo sus atractivos y lugares de interés están disponibles para los visitantes.
- Falta de trabajo en coordinación con otros municipios aledaños: aunque esta es una causa de entendimiento, coordinación y reciprocidad, se podría sacar provecho del hecho que algunos municipios aledaños son más reconocidos en cuanto a turismo.
- Alta Burocracia en toda tramitación de permisos: para la realización de cualquier proyecto que conlleve a comprometer la salud ambiental de un sector específico del país. Teniendo que seguir una serie de pasos, que, según experiencias de las mismas alcaldías, son procesos muy lentos y tardados.

Efecto Primario del Problema.

- Poco crecimiento económico: para que el flujo económico sea mayor, es necesario que se dinamice la economía y que las unidades que se producen en exceso se puedan comercializar con los municipios aledaños. Particularmente Santa Rosa Guachipilín sobre las cuencas del Rio Lempa sostiene su economía se mantiene por remesas del extranjero, las personas que viven en las comunidades rurales se dedican a actividades de cultivo y

ganadería. También existe la producción de quesos artesanales y apicultura, estos últimos dos son elaborados por 2 familias con actividades artesanales.

- Falta de Servicios Complementarios: Con base en lo ya escrito se puede deducir que no hay producción de bienes, ni prestación de servicios que ayuden al crecimiento económico. En este caso, el desaprovechamiento del potencial turístico desenfoca en un estancamiento económico.
- Escasa comercialización de bienes y servicios: Luego de esto se comienza a entrar a un proceso cíclico, debido a que la falta de recursos económicos impide que haya inversión de todo tipo, incluyendo turismo. Lo que a su vez impacta en la generación de empleo, dinamización de la economía y como impacto final, en la recepción de visitantes.

Impacto.

- Altos Índices de Desempleo: Es oportuno mencionar que para que los objetivos se logren, se necesita la participación de la población, pues como ya bien se ha mencionado, el turismo contribuye al emprendimiento y encadenamiento de los sectores productivos. Con respecto a este punto, es importante aclarar que el emprendimiento dependerá en cierta manera del grado de educación, conocimiento y deseos de formar parte de proyectos municipales. Si se tratase adecuadamente bajo el marco legal (entendiéndose este como un respeto a los recursos naturales y no como un mero proceso de relleno de formularios), y con apoyo equitativo a los distintos sectores que pueden incidir en turismo y servicios complementarios de la zona (comercio, actividades artesanales y otros en el ámbito turístico, como caminatas, senderismo, deportes extremos, camping, etc.), se podría generar más empleos y por tanto, mejorar los niveles de vida de los habitantes del municipio.
- Pocos ingresos para la economía en concepto de turismo: Es necesario que se impartieran talleres de capacitación adicionales a los que ya se están dando, o con un enfoque distinto, para poder despertar el interés de la población local. Esto debido a que se pretende aprovechar los recursos endógenos y en cierta forma, esto ayudará a que el crecimiento sea sostenible y equitativo, contribuyendo a que el beneficio sea mayormente en la localidad. Como se menciona anteriormente, los procesos cíclicos de poca inversión y dinamización de la economía representan uno de los obstáculos más grandes para el crecimiento económico de la zona, produciendo índices de visitantes bajos en todo el sector triffinio.
- Poco conocimiento de los sitios turísticos: se ha mencionado con anterioridad que la falta de servicios básicos o complementarios hacen difícil el poder visitar estos lugares, con lo cual las pocas personas que conocen la zona quedan desmotivadas al no poder mantener o prolongar sus visitas, debido a la ausencia de factores comerciales determinantes, como lo son la comida en concepto de restaurantes, farmacias o estaciones de servicio como algunos ejemplos.

Árbol de Problemas

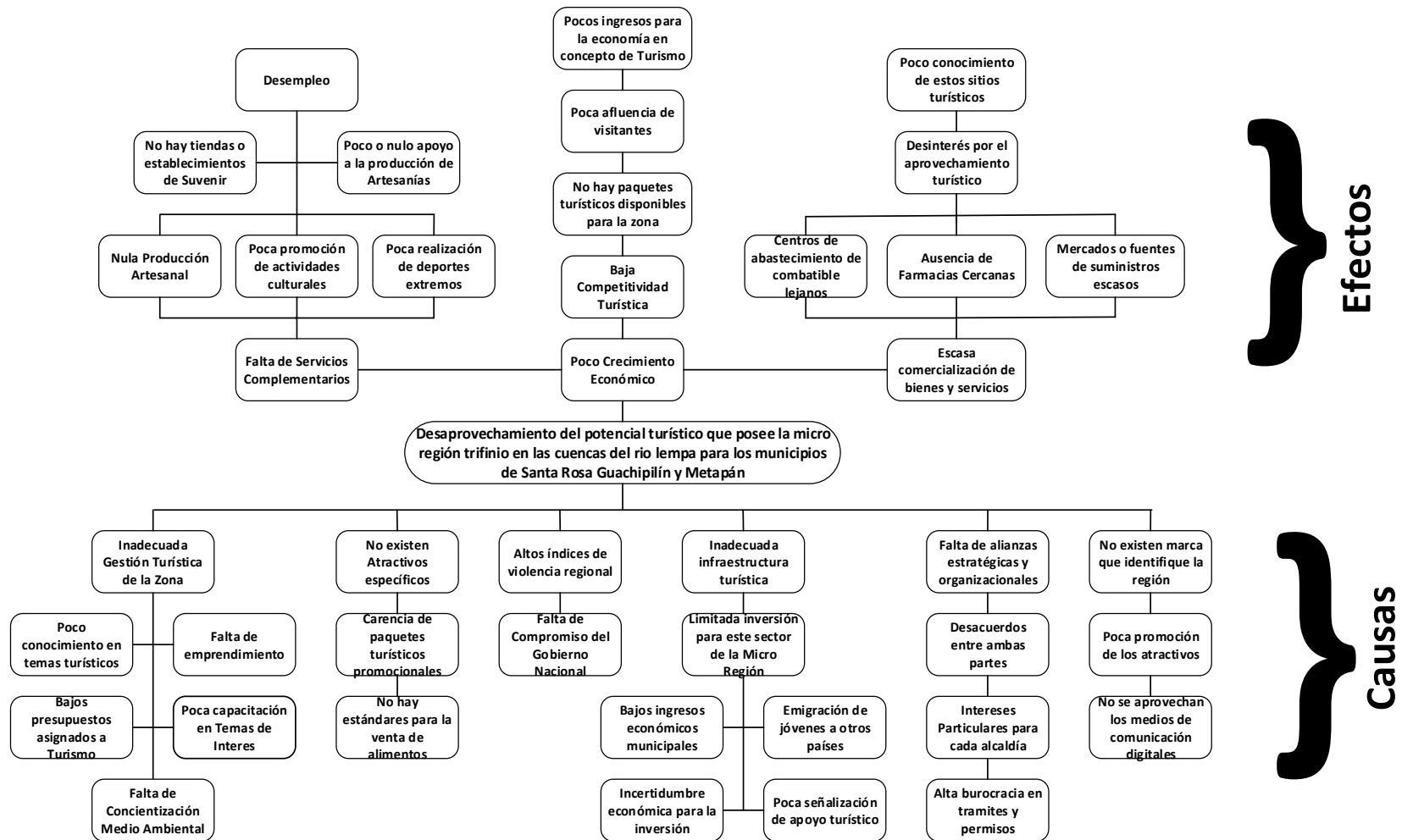


Ilustración 4: Árbol de Problemas

1.4. Árbol de Objetivos.

El análisis de objetivos es un enfoque metodológico empleado para describir la situación a futuro, planteando un escenario en donde los problemas que fueron una vez identificados han sido solucionados, para esto se representan los medios y fines en un diagrama llamado “árbol de objetivos”.

En el árbol de objetivos, las situaciones negativas que fueron expuestas en el árbol de problemas se convierten en soluciones, estas se expresan como “logros positivos”. Estos logros positivos ahora son objetivos, que se presentan en la parte central del árbol de objetivos, en donde también se indica la jerarquización de los medios y fines.

Puesto que las situaciones negativas del árbol de problemas tienen que ser reformuladas en situaciones positivas deseadas y realistas, es de primordial importancia que todos los involucrados en el proceso de discusión proporcionen su retroalimentación. Una consulta preparada adecuadamente ayudará a considerar prioridades, evaluar que tan realista puede ser cumplir con ciertos objetivos, así como identificar los recursos para lograr los fines deseados. Incluso podría ser necesario la reformulación de ciertos problemas, añadir nuevos problemas o eliminar algunos de estos que no sean relevantes o idóneos. Aparte de esto, con el uso del árbol de objetivos se puede identificar varios objetivos que no pueden ser alcanzados al mismo tiempo, para lo cual se tendrá que elegir y priorizar. El árbol de objetivos, una vez que está terminado, es un resumen visual completo de la situación deseada a futuro, que incluye medios, objetivos y fines a alcanzar.

Medios.

- Adecuada gestión turística de la zona: las municipalidades velaran por un interés común, manteniendo una estrecha relación en la gestión y manejo de masas. Las disputas territoriales se reducen a un mejor trabajo en conjunto.
- Adecuada Gestión de la Publicidad (Marketing): Con un adecuado planteamiento de estrategias de marketing se puede garantizar una buena gestión de la publicidad, y con ello lograr obtener mayor renombre de los municipios y sus ofertas turísticas.
- Adecuada infraestructura turística: es de saber que la infraestructura moderna y llamativa es lo que alienta a los turistas a visitar diferentes lugares en calidad de turismo, puesto que las instalaciones físicas donde será realizado el turismo deben de estar acondicionado a las especificaciones necesarias para que sea segura y agradable la visita. Esto conlleva un montaje total o parcial de diferentes puestos o atracciones que tengan como fin albergar y mantener a los turistas.
- Diversificación de la Oferta en la Zona: gracias a los proyectos puestos en marcha se puede llegar a establecer una ruta turística completa dentro de la localidad, impulsando los distintos atractivos turísticos de la zona, invirtiendo en ellas para hacerlas más llamativas y seguras al público. Se pretende ofrecer una gran diversidad de servicios y atractivos en un mismo lugar.
- Alta coordinación con los municipios aledaños: la comunicación es esencial para el desempeño de los programas a desarrollar como resultado de la dinamización de la economía. La información será repartida completa de manera inequitativa, y se planteará pequeños paquetes turísticos que beneficien tanto a la municipalidad de Guachipilín como Metapán.
- Alta burocracia en trámites y permisos: la burocracia y los trámites son cuestiones de ley, es decir, los escenarios planteados deben seguir un régimen legal que debe ser cumplido a cabalidad para justificación ante el estado.

Fines.

- Alto crecimiento económico: es el objetivo que se trata de alcanzar a través de los medios pertinentes. Puesto que un mayor flujo económico proveniente del turismo generaría tanto beneficios directos como indirectos en la zona, ya que la comunidad en general vea este proyecto como una oportunidad de mejorar su calidad de vida.
- Existencia de servicios complementarios: la zona turística a desarrollar deberá tener aquellos servicios complementarios que ayudaran a mantener y retener a los visitantes por mayor tiempo, ejemplificando con el aumento en zonas de descanso como hoteles y el incremento de restaurantes que es uno de los servicios principales que deben cubrirse como necesidad primaria por parte de los turistas.
- Alta comercialización de bienes y servicios: como parte del desarrollo final del plan es desarrollar un cierto nivel de comercio en la mancomunidad Trifinio, logrando que la economía este en constante movimiento y que no se estanque por temporadas, logrando mayores flujos de efectivo durante todo el año.

1.5. Análisis de Alternativas.

En este paso tratamos de dar paso y solución a una interrogante ¿Cómo vamos a lograr cambiar la situación evidenciada en el árbol de problemas hacia lo que queremos en el árbol de objetivos? Se realiza mediante un análisis identificando las alternativas o conjunto de medios que pueden significar estrategias para dar solución a la situación problemática.

Lo que se hace en este análisis es tomar los medios del árbol de objetivos y definir acciones que permitan llegar a cumplir dichos objetivos como medios finales. Posteriormente se definen y aplican los criterios que se creen pertinentes según la naturaleza del problema para filtrar y dejar solo aquellas alternativas óptimas con las que se va a trabajar.

Se define el análisis de alternativas como la identificación de uno o más medios que representan estrategias para dar solución a la problemática abordada. Partiendo del árbol de objetivos, seleccionamos aquellos medios (raíces del árbol) que representan estrategias viables para cambiar la situación problemática. Posteriormente aplicamos filtros o criterios para hacer una segunda selección que deriva en una o más estrategias óptimas para el proyecto.



Ilustración 5: Metodología para el Análisis de Alternativas.

Árbol de Objetivos.

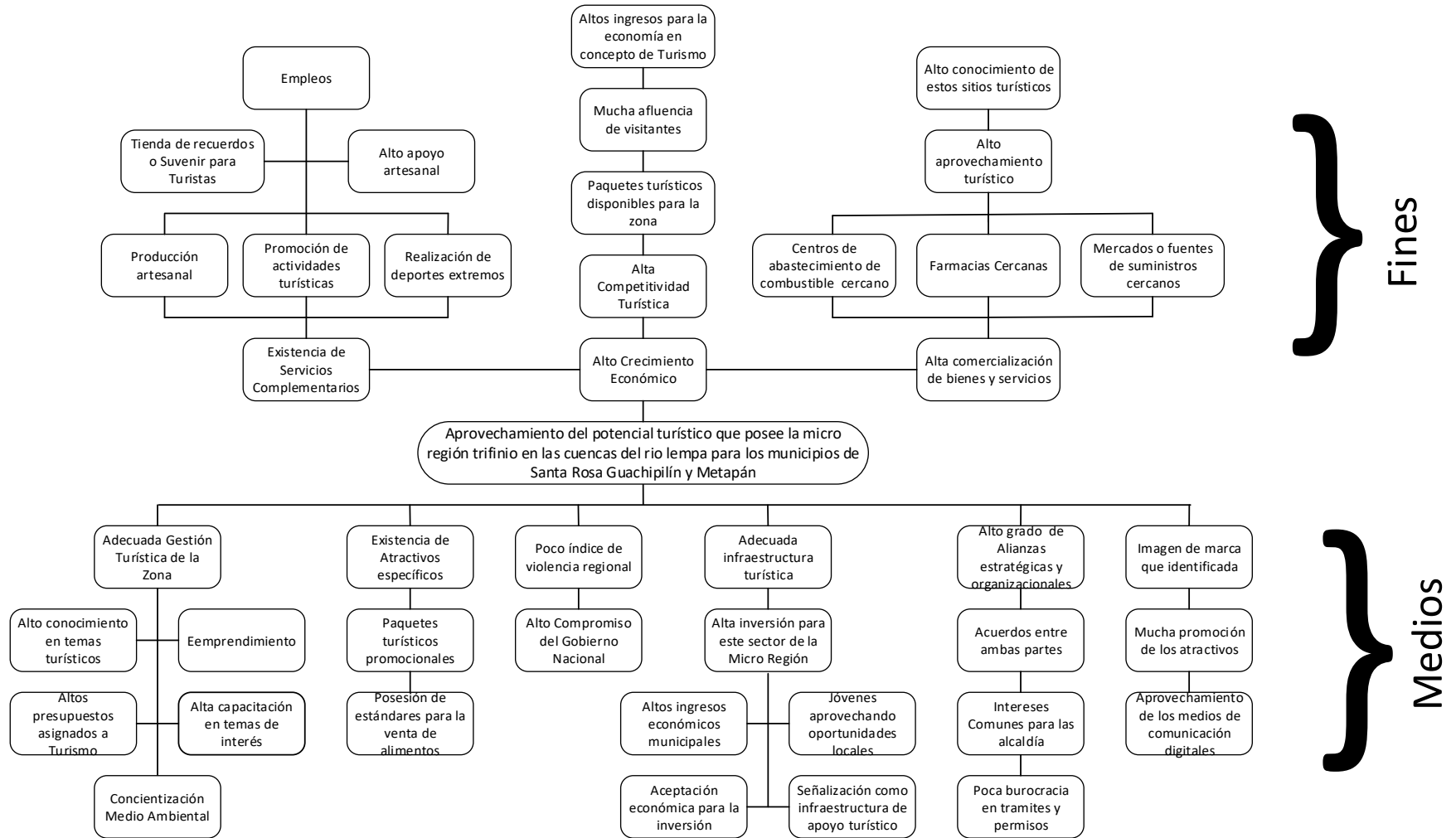


Ilustración 6: Árbol de Objetivos

Paso 1: Identificando alternativas que pueden ser estrategias de proyecto.

Se puede entender por alternativas como el conjunto de medios derivados del objetivo principal y que pueden ser trabajados. Respondiendo estas preguntas:

- ¿Esta alternativa impacta sobre el medio analizado?
- ¿Aporta de alguna forma al objetivo central?
- ¿Nos llevaría al cumplimiento de uno o más fines del árbol de objetivos?

El objetivo es identificar alternativas que no son realizables o deseables y obtener estrategias que pasaran por un “embudo de alternativas” para ser estrategias óptimas. En teoría si se trabaja en los medios de raíz inferiores, las estrategias que se generen deberían impactar los medios superiores, lo que significaría solucionar los elementos de todos los niveles del árbol de problemas.

1.6. Estrategias de Solución.

Adecuada Gestión Turístico de la Zona.

1. Asignar un área especificada para la creación, desarrollo y control de la información en calidad turística, como medios de información para la población en general.
2. Buscar el apoyo de la institución de turismo de Metapán para incluir en mayor medida la participación del sector triffinio en concepto de turismo cerca de la cuenca del Rio Lempa y sus Alrededores.
3. Dar a conocer el potencial turístico de la región triffinio a través de su diversidad en ecoturismo y turismo de aventura, promocionando recorridos y deportes extremos que posee esta región del país (Rafting, Canopy, senderismo, etc.)
4. Alto conocimientos en turismo por parte de un departamento asignado para el manejo eficaz y oportuno de la información, con amplios conocimientos sobre la región triffinios y sus lugares a visitar (diversidad ofertada).
5. Adecuados programas de capacitación para el mejoramiento continuo de los servicios a ofrecer, con información reciente contemplando oportunidades y riesgos de visitar algún sitio turístico del triffinio.

Adecuada Gestión de la Publicidad (Marketing)

1. Diseño de Marca para la identificación de la localidad en los municipios de Santa Rosa Guachipilín.
2. Uso Complementario de redes sociales como medios de información directo y eficaz en la población actual.
3. Uso de materiales visuales para captar la atención de los turistas y motivarlos a visitar los distintos atractivos turísticos que puede ofrecer la zona.

Adecuada infraestructura turística.

1. Incentivar la inversión local y extranjera en la zona, para poder mejorar la infraestructura que se posee actualmente y poder levantar nuevos negocios en beneficio de la dinamización económica de la localidad.
2. Conceder beneficios por donaciones de terreno desaprovechado, para construcción y mejoramiento de la infraestructura turística local, diversificando la oferta turística a ofrecer.

3. Mayor asignación de recursos en beneficio del turismo en la zona, prestando mayor atención por parte de las municipalidades a incrementar y emprender más por el turismo.

Diversificación de la Oferta en la Zona.

1. Con las inversiones propuestas para el plan de desarrollo se pretende aumentar la cartera de atractivos que posee la zona de Santa Rosa Guachipilín en las orillas del Rio Lempa.
2. Aumento de los sistemas complementarios en la localidad, con el propósito de poder mantener por mucho más tiempo a las personas. Los servicios alimenticios, de alojamiento y estaciones de servicio son de las propuestas de trabajo a desarrollar.
3. Promoción de paquetes turísticos a conveniencia del cliente, ofreciéndole diferentes experiencias y destinos en un solo lugar, que incluso podría llegar a disfrutarlas todas.
4. Agrupamiento de Grupos turísticos para el desarrollo de actividades mediante Guía.

Alta coordinación con los municipios aledaños.

1. Llegar a un común acuerdo con las municipalidades aledañas (cercanas) para definir objetivos y beneficios mutuos, que ayuden a elevar más rápidamente las condiciones económicas de los sectores en general, apoyándose unos con otros para impulsar proyectos de alto rendimiento como lo son el mejoramiento de la conectividad vial (reparación de calles) y fortalecimiento de alianzas entre distintas zonas, creando así una conectividad turística (recorridos).
2. Objetivos unidireccionales que compartan las partes involucradas, a través del apoyo económico y físico que se le imparta al desarrollo del plan.

Baja Burocracia en Trámites y Permisos.

1. Los procesos centralizados (con el plan) sean llevados y realizados con anticipación, mediante una correcta división de actividades y responsabilidades que ayuden a agilizar dichos procesos que en su mayoría son de carácter administrativo o público.
2. Mayor flexibilidad por parte de las entidades de gobierno, al facilitar o disminuir el número de trámites para la realización de cualquier transacción tanto económica como de servicio social.
3. Organización y control de actividades para prever estados de condición y prórroga de las actividades.

Paso 2: Definiendo Criterios Pertinentes para las Estrategias.

Consideramos los aspectos necesarios para ejecutar el proyecto. Estos son criterios que definen la viabilidad de las estrategias obtenidas del paso 1. Los criterios dependerán de la naturaleza del proyecto o de la situación problemática que se aborda. Para nuestro caso en particular se tomarán en cuenta los siguientes criterios:

1. **Impacto ambiental:** al tratarse de un plan turístico que busca reflejar la armonía con la naturaleza, es necesario evaluar su impacto negativo o positivo por la implementación de las estrategias anteriormente definidas como medidas de solución. El contexto viene representado por el perfil ecológico del territorio, sus valores naturales y medioambientales, su dotación de recursos naturales y de capital natural que lo configuran como un bio ambiente singular y propio. En tan particular continente el impacto ambiental del turismo vendrá derivado de la planificación y gestión que se realice según

las coordenadas del desarrollo sostenible, o de la ausencia de la misma, tanto del territorio a nivel de planificación estratégica territorial, como de la propia planificación ambiental de la zona en cuestión. La ausencia de tales instrumentos, sus carencias, defectos o contradicciones no provocaran sino una intensificación en el ritmo de uso y deterioro del entorno ambiental.

2. **Impacto social:** todo plan o proyecto requiere de una evaluación social a la hora de implementarlos, tomando en cuenta principalmente el cambio en la calidad de vida que tendrán los habitantes directos post ejecución (tasas de empleo, emprendimiento, aumento de actividades, etc.). El contexto viene representado por el perfil cultural, antropológico y axiológico del área receptora y de sus habitantes. En este sentido el impacto socio antropológico, su intensidad y fuerza dependerán y mucho de las diferencias culturales existentes entre el flujo de visitantes y la comunidad receptora.
3. **Impacto económico (turístico):** criterio que medirá el tamaño, la dimensión, el grado de desarrollo y la diversificación de la economía de manera cuantitativa y cualitativamente. Así el nivel de desarrollo económico del territorio va a establecer tanto el nivel de inversión extranjera como el de inversión local en el segmento turístico, así como la magnitud de los beneficios y costes que se derivan de la actividad turística.
4. **Presupuesto:** criterio importante para definir la cantidad de recursos tanto materiales, humanos y técnicos para poder llevar a cabo cualquier medida de solución, contemplando posibles donantes o ayudas municipales por parte del gobierno. Es imperativo saber cuáles son las limitaciones económicas y políticas que se tienen en la implementación de cualquier estrategia de solución.
5. **Entorno político:** este criterio hace referencia al contexto institucional que existe en la sociedad en la que opera una determinada entidad o entidades interesadas. Este contexto influye en el funcionamiento y la viabilidad de las mismas. Se trata de un elemento externo, por tanto, no puede controlarlo. Sin embargo, dependiendo del tamaño de los proyectos en un sector de actividad, esta puede llegar a influir sobre su entorno político. Se produce así una interrelación entre el entorno político una entidad. El análisis del entorno político es fundamental a la hora de elaborar el plan estratégico de cualquier proyecto turístico o empresaria, si hay más de una parte involucrada.
6. **Sostenibilidad:** La sostenibilidad ambiental es el equilibrio que se genera a través de la relación armónica entre la sociedad y la naturaleza que lo rodea y de la cual es parte. Esta implica lograr resultados de desarrollo sin amenazar las fuentes de recursos naturales y sin comprometer los de las futuras generaciones. En ese sentido, es importante considerar que el aspecto ambiental, más allá de tratarse de un área concreta del desarrollo humano, es en realidad el eje de cualquier forma de desarrollo a la que queramos aspirar, incluyendo primordialmente el turismo.

Paso 3: Aplicando Filtros sobre las Alternativas Escogidas Inicialmente.

En función de la complejidad de los criterios y de la situación problemática, este paso puede tomar menor o mayor esfuerzo. Si se tienen estrategias no muy diferentes en su naturaleza y una serie de criterios que todos entienden, podemos hacer una tabla de puntuación para definir por consenso las estrategias de solución.

Se asignará un valor ponderado de la importancia en la implementación de cualquier estrategia de solución, recolectando y sumando las ponderaciones asignadas, de esta manera se escogerán por medio de filtración aquellas alternativas que contengan un mayor puntaje ponderado superando la calificación mínima de 10, representado la media superior del puntaje:

Ponderación	Descripción
0	Nada Importante
1	Poco Importante
2	Importante
3	Muy Importante

Tabla 24: Ponderación de la Solución

Estrategia	Impacto Ambiental	Impacto Social	Impacto Económico	Presupuesto	Entorno Político	Sostenibilidad	TOTAL
1	0	3	2	1	2	1	9
2	0	2	1	1	2	2	8
3	1	2	3	2	0	1	9
4	0	2	2	2	1	2	9
5	2	2	3	3	1	3	13
6	2	3	2	2	2	1	12
7	0	3	3	3	1	1	11
8	0	2	2	2	0	0	6
9	1	2	2	2	1	1	9
10	1	2	3	2	3	2	13
11	0	2	1	1	3	1	8
12	2	2	1	1	3	1	10
13	0	1	1	1	0	1	4
14	0	2	1	1	1	0	5
15	0	1	1	1	1	1	6
16	1	2	2	3	2	2	12
17	2	1	1	1	2	1	8
18	1	1	1	1	1	2	7
19	1	2	0	1	1	0	5
20	1	2	2	2	1	2	10

Tabla 25: Filtros de Alternativa de Solución

Paso 4: Determinando una o más Estrategias Óptimas para el Programa.

En esta etapa se realizan todos los estudios adicionales para definir la viabilidad y factibilidad de las estrategias obtenidas en el paso 3. Puede no ser un paso obligatorio y que baste con la aplicación de los filtros del paso 3, pero no siempre es así. El resultado: Estrategias óptimas.

1.7. Selección de Alternativas.

Adecuados programas de capacitación para el mejoramiento continuo de los servicios: parte de las estrategias de solución que engloban la gestión turística, se basará principalmente en el diálogo con ambas partes, para que de manera conjunta puedan promocionar y reconocer los atractivos turísticos que puede ofrecer la zona a través de una coordinación especializada y de esta manera poder llegar a un público de mayor densidad, a través de la especialización de conocimientos.

Diseño de Producto y Paquete Turístico: parte de la finalidad del programa es poder reanimar toda la capacidad turística que se posee a través de inversiones inteligentes y oportunas.

Diseño de Marca para la identificación de la localidad: la marca en un producto o servicio es de vital importancia, ya que esta es la única que genera relación permanente entre el turista y la localidad, ya que se logra posicionar en la mente del consumidor en cierta medida, dependiendo de las características y servicios que busca.

Mejoramiento de la Infraestructura: para una adecuada infraestructura turística se debe apostar a la inversión, lanzando iniciativas (proyectos) que ayuden a llamar la inversión local o extranjera dentro de la Región Trifinio y apoyar significativamente el desarrollo económico y social de estos sectores, de cualquier manera, que puedan influir en el turismo (negocios de restaurantes, Turicentros, hospedajes, etc.). como parte de la inversión en infraestructura adecuada, las municipalidades interesadas deben intervenir casi obligatoriamente, debido a que las iniciativas impulsadoras pueden venir de ellos, con objetivos socio culturales que pueden impulsar grandemente la economía de todos los involucrados. Cabe mencionar que los principales anfitriones del turismo recaen grandemente en las alcaldías municipales correspondientes.

Organización: la coordinación entre municipalidades es una de las principales estrategias planteadas, ya que la ayuda mutua podría generar mejores resultados en la implementación de cualquier proyecto. Se podrían realizar mejores y eficientes planes en el levantamiento de cualquier estructura turística que impulse el interés de la población.

Control y Mejora Continua: indispensable en el desarrollo de cualquier proyecto, ya que ayuda a mantener un control sobre las actividades realizadas y de esta misma manera un registro de operaciones, lo cual hace realidad una base de datos con la cual se podrá predecir contra tiempos y poder mejorar los procesos.

1.8. Estructura Analítica del Plan.

Elegidas las alternativas, se debe construir un EAP (Estructura Analítica del Proyecto). Esta estructura es la esquematización de los niveles jerárquicos del proyecto y la solución más viable. Determina un fin, el objetivo central, los componentes (productos o entregables) y las actividades.

Esta es la base para la construcción de la matriz de marco lógico. Acorde a la metodología del Marco Lógico, con la información que se recogió para la selección de la estrategia óptima se construye la Estructura Analítica del Plan, que consiste en diagramar un árbol de objetivos

ajustado a la alternativa seleccionada, pero con 4 niveles jerárquicos: fin, propósito, componentes y actividades.

- **El fin** es un impacto a mediano o largo plazo. Representa la contribución que se alcanza al tener el proyecto culminado. Puede estar compuesto por uno o más elementos.
- **El propósito** es el objetivo central del proyecto y solo debe existir uno. El proyecto se ve culminado una vez que el propósito se consigue, y se consigue cuando tengamos los componentes finalizados.
- **Los componentes** o productos son los entregables (bienes, servicios, productos tangibles) del proyecto. Son el resultado de tener las actividades realizadas.
- **Las actividades** son el “hacer” necesario para entregar los componentes del proyecto.

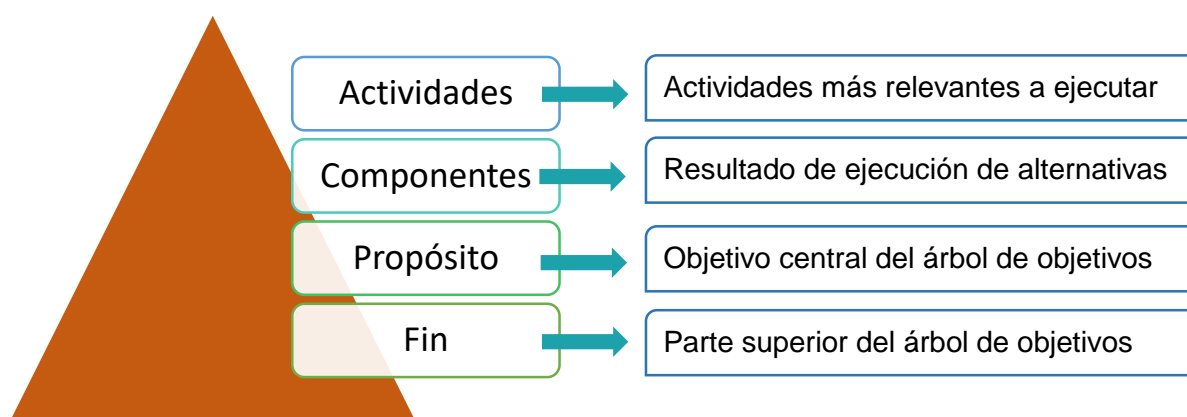


Ilustración 7: Esquema Estructura Analítica del Plan.

A continuación, en este paso se tomarán el árbol de problemas y objetivos junto al análisis de alternativas para esquematizar la relación de la estrategia o alternativa óptima con los objetivos y sus respectivas acciones.

Empezando desde el cuarto nivel, el fin del proyecto se extrae de la parte superior del árbol de objetivos. El propósito es el objetivo central del árbol de objetivos. Los componentes son el resultado de tener ejecutadas las estrategias o alternativas del análisis de alternativas. Por último, para el primer nivel definimos las actividades más relevantes para ejecutar las estrategias y entregar los componentes.

Diagrama Analítico del Plan.

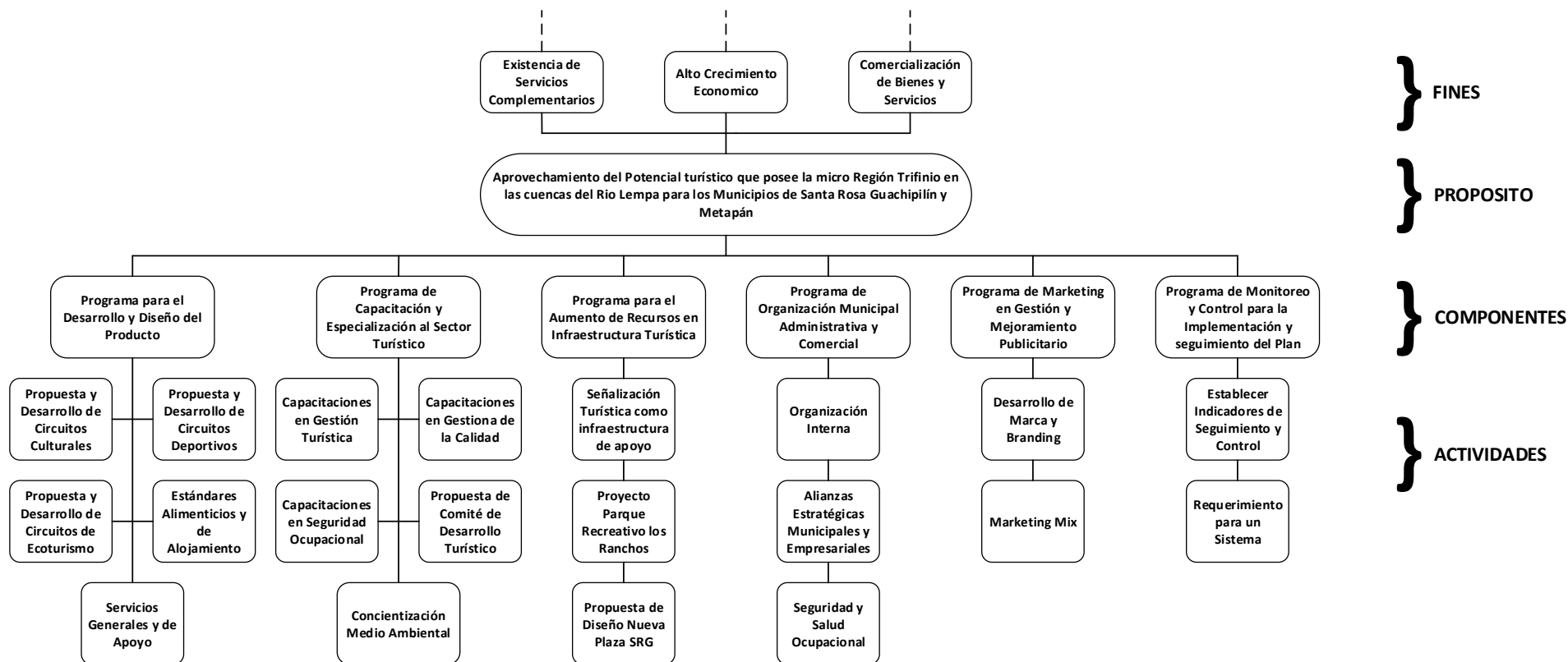


Ilustración 8: Estructura Analítica del Plan

1.9. Conceptualización de la solución.

La Conceptualización del Diseño es el proceso de elaboración de la propuesta de trabajo de acuerdo a los resultados del diagnóstico realizado. En este punto se proyectan las líneas de solución con base a la problemática detectada y al principal objetivo de solución. Al establecer la conceptualización del diseño, se establece el punto de partida para poder materializar el Plan.

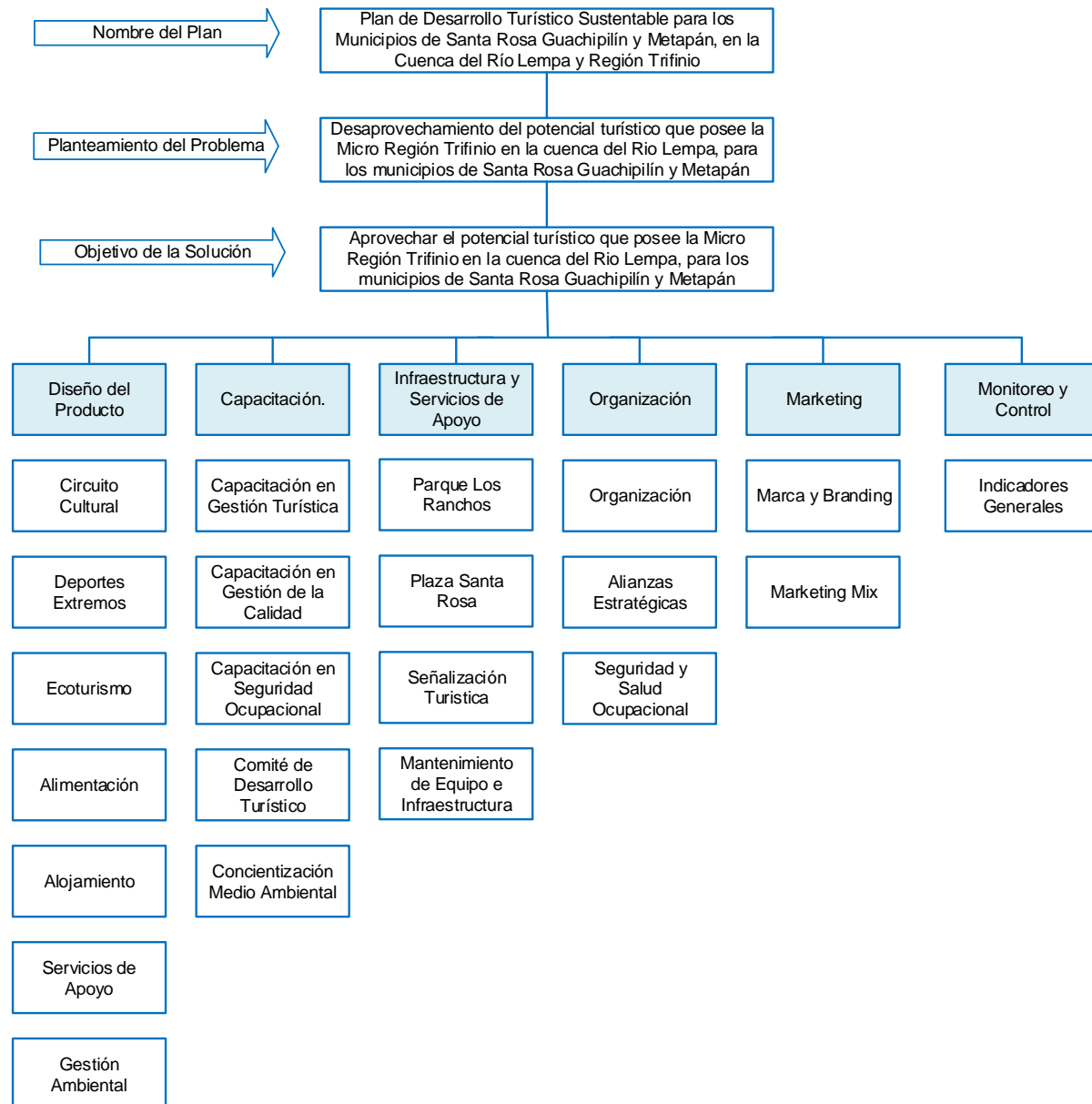


Ilustración 9: Descripción gráfica de la Conceptualización del Diseño, con el objetivo de aprovechar el potencial turístico en la cuenca del Río Lempa, entre los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán.

Del análisis del Marco Lógico se concluyó que el objetivo principal del Plan de Desarrollo Turístico estará encaminado a aprovechar el potencial turístico que la zona ofrece, lo que a su vez ayudará a dinamizar la economía y generar nuevos empleos en la zona.

A continuación, se describen las líneas de acción que se tomarán para poder cumplir con el objetivo de solución, estas líneas se convertirán en Programas en la fase de diseño del Plan.

PROGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESULTADOS ESPERADOS
Diseño del Producto.	<p>La oferta turística estará constituida por el conjunto de bienes, servicios, recursos e y equipos necesarios para poder albergar la carga de visitantes.</p> <p>Para poder incrementar el flujo de visitantes se necesitará explotar todos los recursos disponibles, siempre y cuando sea en armonía con la naturaleza y se respeten las leyes respectivas.</p> <p>Es aquí donde se describirán todos los atractivos que podrán formar parte de los circuitos y de los paquetes turísticos.</p> <p>Esto abarca: senderismo, cabalgatas, deportes, alojamiento, Plaza Santa Rosa y Parque Los Ranchos.</p> <p>Por último, se habla de los servicios de apoyo que pueden ayudar a potenciar el desarrollo y libre implementación del Plan, tales como gasolineras, farmacias, clínicas y tiendas de conveniencia.</p>	<p>Realizar los procesos y procedimientos necesarios para que todos los atractivos que forman parte del inventario turístico puedan satisfacer la expectativa de los clientes.</p> <p>Establecer circuitos turísticos.</p> <p>Crear paquetes turísticos.</p> <p>Proponer servicios de alojamiento.</p> <p>Determinar la Capacidad de Carga.</p> <p>Gestión optima de los residuos y protección ambiental.</p>
Capacitación.	<p>Mediante este programa se capacitará a los representantes de las alcaldías de Santa Rosa Guachipilín y Metapán, con el propósito que puedan tener autonomía en la administración del Plan de Desarrollo de Turismo y no será necesario que paguen por futuras consultorías.</p> <p>También será a través de este programa que se convoque y capacite a todas las personas de las comunidades aledañas a la cuenca del Río Lempa, entre Metapán y Santa Rosa Guachipilín. Específicamente a aquellas personas que quieran emprender o fortalecer sus negocios. Tales como artesanías, producción artesanal de miel y queso, elaboración de quesadillas; así como todas aquellas ideas que necesiten un</p>	<p>Capacitar a los representantes de las alcaldías en Gestión de Turismo.</p> <p>Fomentar el emprendimiento en los miembros de la comunidad.</p> <p>Mejorar las capacidades técnicas de los trabajadores.</p> <p>Asegurar que los involucrados en el Plan tengan el</p>

	<p>Se capacitará a empresarios de tour operadoras, guías turísticos, propietarios de comedores y restaurantes, propietarios de alojamientos, organizadores de deportes extremos, y demás empresarios locales que quieran invertir para generar un mayor flujo de visitantes en los lugares en estudio.</p> <p>Con la capacitación sobre Desarrollo Sostenible se establecerán los lineamientos necesarios para poder garantizar que la flora y fauna existentes en la región no se vean afectadas por el Plan, ya que como el mismo nombre lo describe, el estudio se lleva a cabo propiamente en la cuenca del Río Lempa, entre los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán.</p> <p>Además, con estas capacitaciones se buscará enviar un mensaje a los visitantes y cambiar la cultura, para que ellos mismos puedan aprender a proteger la naturaleza, procesamiento de los desechos, clasificación de los residuos, reciclaje, amor y respeto a la naturaleza, etc.</p>	<p>conocimiento necesario para liderar la puesta en marcha.</p> <p>Garantizar que los trabajadores tengan conocimientos en cuanto a atención a turistas.</p> <p>Que los empleados sepan sobre buenas prácticas de calidad y seguridad laboral.</p> <p>Establecer una cultura de respeto y amor hacia los recursos naturales.</p>
Infraestructura.	<p>En este programa se plantean y da forma a todos los elementos infraestructurales requeridos para poder implementar el Plan, entre ellos se mencionan, los siguientes.</p> <p>Parque Recreativo Los Ranchos, es uno de los principales pivotes para poder echar a andar el Plan, en este se albergarán los servicios típicos de cualquier centro recreativo, tales como, piscina con tobogán, glorietas, cafetería, entre otros.</p> <p>Plaza Santa Rosa, será el segundo elemento más importante y de mayor envergadura, capaz de poder ofrecer servicios de alojamiento dentro de su perímetro.</p>	<p>Infraestructura para cada uno de los circuitos y actividades turísticas.</p> <p>Señalización y rotulación que sirva de guía tanto para turistas nacionales como extranjeros.</p> <p>Mantenimiento de los distintos equipos e infraestructura requerida.</p>
Organización.	<p>Con ello se pretende establecer las directrices estratégicas, políticas y manuales que se requieran para poder gestionar de forma eficaz todos los procedimientos administrativos que se necesiten para poder implementar el Plan.</p>	<p>Crear los lineamientos estratégicos y manuales de procedimientos.</p> <p>Establecer convenios de trabajo entre</p>

	<p>Mediante ello se describirán los lineamientos para facilitar los posibles acuerdos entre la alcaldía de Metapán y Guachipilín, empresarios locales, tour operadores, emprendedores y otros similares, para que puedan establecer convenios que ayuden a mejorar las ofertas y propiciar una mejor la experiencia para los visitantes.</p> <p>Establecer convenios con entes gubernamentales de turismo para una mejor gestión, así como con POLITUR para garantizar la seguridad.</p>	<p>distintas organizaciones a modo de mejorar la oferta de turismo y experiencia del cliente.</p>
Marketing.	<p>Construir una imagen de marca que sea capaz de poder captar la atención de los potenciales visitantes.</p> <p>Con esto se pretende mejorar la gestión de la publicidad de los atractivos turísticos que la zona posee, actualmente no se cuenta con ningún medio que pueda ofrecer información al consumidor de servicios turísticos.</p> <p>Esto ayudará a que la población en general y específicamente, los clientes potenciales puedan saber que existe un nuevo destino que podrán visitar.</p>	<p>Dar a conocer la oferta turística.</p> <p>Mejorar la reputación de los municipios.</p> <p>Mantener informado a los clientes potenciales de las promociones.</p> <p>Crear la Marca Municipales del Plan.</p>
Monitoreo y Control.	<p>Con ello se pretende asegurar que una vez haya finalizado la implementación infraestructural del Plan, este no quede abandonado, y que por el contrario, siempre se le dé seguimiento, por medio de índices de control.</p>	<p>Establecer índices de seguimiento y control para poder medir el desempeño, aprovechamiento y eficacia del Plan.</p>

Tabla 26: Descripción de los Programas

CAPÍTULO VII: DESARROLLO DEL PLAN

El desarrollo del plan consta de 6 programas, y a la vez cada uno de estos consta de diferentes proyectos que tienen como objetivo principal, promover mayores niveles de calidad y competitividad, la generación de capacidades locales, dinamización de la economía, etc. En los siguientes apartados se analizará cada uno de estos programas, así como también cada uno de los proyectos que los componen además del análisis de recursos, materiales, actividades necesarias para llevar a término cada uno de estos y así, garantizar el éxito del plan.

1. Programa: Diseño del Producto

El desarrollo del Programa de Diseño del Producto se representa a través del siguiente esquema donde se observan cada uno de los proyectos que lo conforman:

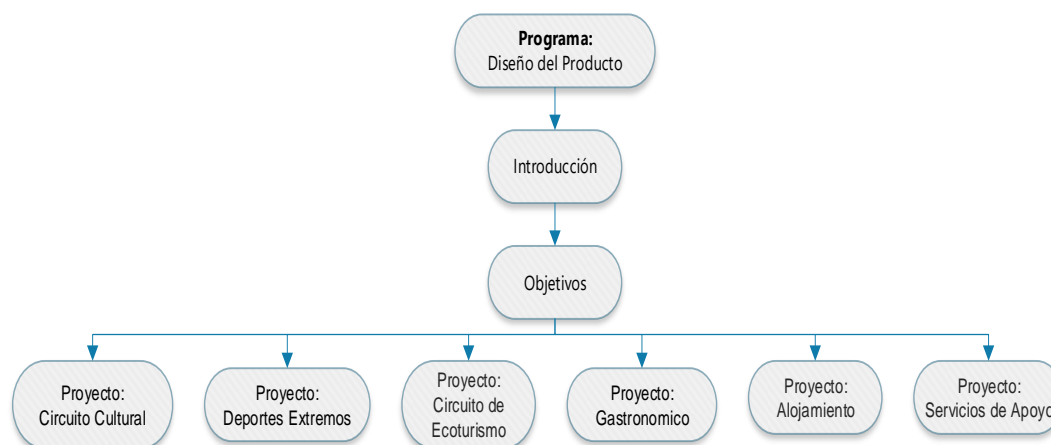


Ilustración 10: Desarrollo Programa de Diseño del Producto.

1.1. Introducción

El turismo se ha convertido rápidamente en una de las principales actividades económicas del mundo y los ingresos generados por el mismo representan ya una parte importante de la economía mundial y las tendencias parecen apuntar a que esta actividad seguirá creciendo. El poder estimular y/o potenciar el desarrollo y crecimiento de turismo como fuente generadora de empleo y riqueza, para un país, región, ciudad o una población depende en muy buena medida de la competitividad de estos como destino turístico, y estos a su vez de la calidad de los productos y servicios turísticos que se le ofrezcan al turista.

La oferta turística estará constituida por el conjunto de bienes, servicios, recursos e infraestructuras necesarios para poder albergar la carga de visitantes. Es aquí donde se describirán todos los atractivos que podrán formar parte de los circuitos y de los paquetes turísticos; esto abarca: senderismo, cabalgatas, deportes, alojamiento, comedores y/o restaurantes, centros recreativos, parques, etc.

1.2. Objetivos del Programa

a) Objetivo General

Diseñar una propuesta de productos turísticos que brinde las oportunidades de desarrollo para los principales actores de la actividad turística de los municipios de interés, enfocados en el mercado consumidor, de los agentes operadores y prestadores de servicios turísticos y de la comunidad local para potencializarse turísticamente como municipios.

b) Objetivos Específicos

- Realizar los procesos y procedimientos necesarios para que todos los atractivos que forman parte del inventario turístico puedan satisfacer la expectativa de los clientes.
- Establecer circuitos turísticos.
- Crear paquetes turísticos.

c) Ciclo de Vida del Producto.

Todo producto al igual que las personas tiene un ciclo de vida con distintas etapas, cada una de las cuales presentan características y necesidades particulares. Por esta razón, al momento de elaborar estrategias de marketing se debe conocer en qué etapa del ciclo de vida se encuentra el producto. Se distinguen 4 etapas (Ilustración 11: Ciclo de Vida del Producto):

- Introducción
- Crecimiento
- Madurez
- Declive.

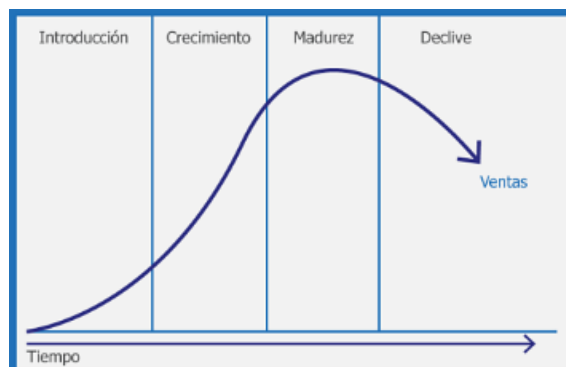


Ilustración 11: Ciclo de Vida del Producto

En la etapa de introducción las ventas del producto son bajas, existen pocos competidores en el mercado y las utilidades son negativas, a medida que avanzamos en el ciclo en la etapa de crecimiento las ventas se incrementan rápidamente, se observa presencia de competidores y las utilidades aumentan, en la etapa de madurez el producto está consolidado, las ventas son estables las utilidades son altas el número de competidores es invariable, finalmente en la etapa de declinación las ventas caen al igual que las utilidades y la competencia disminuye.

Cabe señalar que los productos tienen ciclos de vida distintos, un hotel puede tener un ciclo de vida más largo que un restaurante. Los cambios de la competencia y del entorno determinan cómo se mueve el producto en el ciclo de vida.

FACTOR-FASE	FASE I: INTRODUCCION	FASE II- III:EXPANSION	FASE IV: MADUREZ	FASE V: DESCENSO MADURACION
VENTAS	Bajas	Incrementos rápidos	Incrementos pocos o nulos	Decrecientes
RENTABILIDAD	Nula	Alta	Decreciente	Baja o nula
FLUJO DE DINERO	Bajo	Moderado	Alto	Bajo
TIPO DE CIENTES	Innovadores	Mercados meta	Mercados meta	Nichos de mercado
COMPETIDORES	Pocos	Incremento en número y fuerza	Muchos	Decrecimiento en número y fuerza

Tabla 27: Características del Ciclo de Vida Del Producto.

De acuerdo con la etapa en la que se encuentre determinado producto, distintas serán las estrategias y acciones que se deben tomar para articular la promoción y ventas de estos.

CRITERIO FASE	FASE I: INTODUCCION	FASE II-III: EXPANSIN	FASE IV: MADUREZ	FASE V: DESCENSO O REGENERACION.
ENFQUE	Expansión de mercados	Captura de mercados meta	Mantenimientos de mercados	Renovación de mercados
GASTOS DE MERCADO	Alto	Alto	Decreciente	Muy bajos
ENFASIS DEL MERCADO	Posicionamiento	Promoción masiva	Buscar negocio	Selectivo
PRECIO	Alto para cubrir gastos	Alto para alta demanda	Bajo para mantener ventaja	Bajos para mantener volumen
PUBLICIDAD	Propone innovación	Mercadeo masivo	Propone diferenciación calidad-precio	Enfatiza el bajo costo vs. Volumen

Tabla 28: Lineamientos Estratégicos según el ciclo de vida.

1.3. Proyecto: Circuito Cultural

El turismo cultural es una modalidad de turismo que resalta los aspectos culturales que ofrece un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. Los aspectos culturales se han ido integrando a las nuevas modalidades turísticas, generando así el turismo cultural.

Éste se está desarrollando, no sólo en zonas urbanas, sino también en poblados y zonas rurales, cohesionando regiones a través de distintas rutas temáticas. El patrimonio cultural y natural, la diversidad y las culturas vivas constituyen atractivos del turismo. Es por ello, que la identificación, valoración y difusión apropiada de diferentes circuitos temáticos es un aporte innovador y un nuevo recurso para el desarrollo de medianas y pequeñas comunidades. Este

tipo de turismo generalmente tiene estancias en un lugar por aproximadamente 1 a 2 días, los lugares de destino principalmente son los lugares históricos.

El reconocimiento y valoración del patrimonio natural y cultural tangible e intangible en sus diferentes facetas da origen a diferentes manifestaciones religiosas que los atrae a monumentos o iglesias que busca las personas feligreses, estos lugares también podrían ser caracterizados como culturales:

- ✓ Arte.
- ✓ Arquitectura.
- ✓ Lugares Históricos.
- ✓ Sitios Arqueológicos y Paleontológicos.
- ✓ Plazas y Jardines
- ✓ Monumentos
- ✓ Las Artesanías,
- ✓ Gastronomía,
- ✓ Fiestas y Devociones Populares.

a) **Objetivos del Circuitos Cultural.**

- Promocionar y fomentar la cultura local y regional a partir del reconocimiento y puesta en valor del patrimonio cultural y natural de la región a través de la intervención municipal.
- Ayuda en los procesos de incremento de la estadia turística promedio y atenuación de la estacionalidad a partir de la difusión de nuevos circuitos, todo esto con el fin de incrementar el flujo económico en la región.
- Información de base para el diseño de mapas, material de promoción y difusión, calendarios turísticos locales, etc.
- Dar a conocer los diferentes productos artesanales que posee Portar el Alma.

b) **Circuito Cultural Portal del Alma.**

Con lo anterior podemos definir claramente cuáles son aquellos atractivos que cumplan al menos con una de las características antes mencionadas, ya que un circuito cultural este compuesto regularmente por lugares o monumentos históricos de interés y cumpliendo facetas religiosas, gastronómicas y artesanales.

c) **Metodología para Agrupar Atractivos Culturales.**

Para determinar los recursos y atractivos turísticos que comprenderá el circuito cultural es de evaluar al menos tres criterios de selección, los cuales expondremos a continuación:

- **Monumento o Lugar Histórico:** Se refiere a si al atractivo es considerado cultural y socialmente un monumento de mucho interés

Histórico nacional.

- **Temática:** Se refiere a las facetas que contempla la cultura regional como lo son la religión, gastronomía o artesanías.
- **Valor agregado:** Se refiere al valor extra que puede ser aportar por un destino turístico específico y ser complementado por otros recursos, generando una mejor experiencia hacia el cliente.



Selección de Atractivos: Matriz de Criterios.

CRITERIOS	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	
Monumento o Lugar Histórico	30	Poco Interés	1
		Medio Interés	2
		Mucho Interés	3
Temática o Multifacética	40	Poco Cultural	1
		Medio Cultural	2
		Muy Cultural	3
Valor Agregado	30	Poco	1
		Medio	2
		Mucho	3

Tabla 29: Matriz de Criterios

A continuación, se procederá a realizar estas evaluaciones en cada uno de los atractivos turísticos para poder determinar cuáles serán aquellos que comprenderán el circuito cultural, basándose en su concepto y en la metodología aplicada.

Evaluación de Criterios.

ATRACTIVO TURÍSTICO	MONUMENTO HISTÓRICO (30%)	TEMÁTICA (40%)	VALOR AGREGADO (30%)	TOTAL
Rio Lempa	2	1	1	1.3
Parque Recreativo Los Ranchos	1	1	1	1
Cerro el Calaire	1	1	1	1
Recorrido San Francisco Apanta	1	1	1	1
Cascada el Salto Mágico	1	1	1	1
Poza de la Peñona	1	1	1	1
Estadio Municipal José Hernández	1	1	1	1
Iglesia Municipal de SRG	2	3	1	2.1
Mirador el Matazano	1	1	1	1
Caserío Cacahuito	1	1	1	1
Circuito Campiña Viva	1	1	1	1
Apicultura	1	3	1	1.8
Queso Artesanal	1	3	1	1.8
Quesadilla Artesanal	1	3	1	1.8
Rafting	1	1	1	1
Canopy	1	1	1	1
Restaurantes	1	1	1	1

Tabla 30: Matriz de Evaluación de Criterios Culturales.

Planificación e Itinerario del Recorrido Turístico.

HORA (A.M.)	LUGAR	ACTIVIDAD
8:30–8:31	Santa Rosa Guachipilín.	El guía después de una pronta explicación de su persona procede a iniciar el circuito.
8:32-8:34	Iglesia Municipal de SRG.	El guía explicara sus conocimientos acerca de historia a los turistas en cuanto a las causas y motivos por las cuales se fundó la iglesia.
8:35-8:36	Iglesia Municipal de SRG.	Si el turista lo desea puede preguntarle al guía cualquier inquietud que tengan al respecto del tema o del recorrido en general.
8:37-8:38	Iglesia Municipal de SRG.	Se procederá a entrar a la iglesia para poder apreciar su particular diseño y conocer de primera mano su concepto.
8:38-8:45	Iglesia Municipal de SRG.	Franja de tiempo libre que permitirá la toma de fotografías al gusto.
8:46-8:47	Iglesia Municipal de SRG.	Después de las fotos se tiene que reunir el grupo completo para partir al siguiente destino
8:48-9:02	Caminata Corta.	De la iglesia hasta el comedor hay un aproximado de 1.3km con caminata a paso ligero y apreciando el paisaje
9:03-9:04	Quesadillas Artesanales.	Las dueñas del local amablemente atienden a sus clientes y sirviéndoles de la mejor manera posible para que sea grata su permanencia.
9:04-9:05	Quesadillas Artesanales.	Se puede entrar al local o quedarse en las mesitas que están fuera del local para descansar unos momentos.
9:05-9:06	Quesadillas Artesanales.	En casi todo momento se están cocinando quesadillas en este lugar, por lo cual es usual ver cómo trabajan los grandes hornos a base berro para hacer quesadillas.
9:07-9:21	Quesadillas Artesanales.	Si se te antoja podrás disfrutar de una rica quesadilla recién horneada acompañada de una taza de café o lo que prefieras.
9:22-9:26	Quesadillas Artesanales.	Después de la comida es necesario tomarse un tiempo de descanso
9:27-9:28	Quesadillas Artesanales.	Después de un pequeño refrigerio se tiene que reunir el grupo completo para partir al siguiente destino
9:29-9:59	Caminata Extensa.	El segundo tramo de recorrido es el más extenso con una distancia de aproximadamente 2km.
10:00-10:01	Granja para la Apicultura	Una pequeña bienvenida y presentación por parte del dueño de la propiedad y del negocio.
10:02-10:03	Granja para la Apicultura	Por dentro es una propiedad muy extensa a la cual es necesario pasar a la casa para las explicaciones
10:04-10:13	Granja para la Apicultura	El dueño del local junto a su hijo detalla acerca de lo que consiste su trabajo como apicultores, cuáles son las complicaciones y mejores épocas de recolección. También se habla un poco acerca de los dispositivos de protección para este trabajo y sobre todo de las abejas, todo sobre ellas.
10:14-10:15	Granja para la Apicultura	Si el turista lo desea puede preguntarle al dueño cualquier inquietud que tengan al respecto a la miel o las abejas.

10:16-10:20	Granja para la Apicultura	Antes de proceder a las granjas hay que utilizar un equipo de protección el cual es una careta amallada larga que cubre hasta los hombros como medida de precaución.
10:21-10:25	Granja para la Apicultura	Las granjas se ubican en un lugar alejado a la propiedad (Hogar) por que debido a que son abejas estas no pueden estar cerca de lugares poblados porque inminentemente ocasionaran picaduras ya que las abejas son muy territoriales y buscan alejar a cualquier amenaza.
10:26-10:33	Granja para la Apicultura	Ya que el grado de peligro es un poco alto y hay que saber manejar la situación, se procederá a observar cómo los apicultores manipulan una colmena, dentro de una malla para que no huyan las abejas, a una distancia segura.
10:34-10:36	Granja para la Apicultura	Si las abejas dan por sentado una buena cosecha los apicultores pueden proceder a una demostración de extracción de miel desde el panal, removiendo a las abejas primero y posteriormente extraer la miel. Por ultimo las abejas tienen que retornar a sus colmenas.
10:37-10:41	Granja para la Apicultura	Después de una pequeña visita a la granja se procede a regresar a la propiedad de los dueños apicultores.
10:42-10:46	Granja para la Apicultura	Ya en la propiedad se procederá a una libre venta de productos 100% de miel pura a los turistas a precios razonables.
10:47-10:48	Granja para la Apicultura	Después de un pequeño segmento de compras se tiene que reunir el grupo completo para partir al siguiente destino
10:49-10:59	Caminata Corta.	El tercer tramo del recorrido es el más corto de aproximado de 1km y se encuentra dentro del mismo pueblo de visita.
11:00-11:01	Producción de Queso Artesanal.	Como es costumbre siempre un poco de educación y amabilidad es lo que se demuestra por parte de la dueña de este local.
11:01-11:02	Producción de Queso Artesanal.	Como la localidad es muy pequeña el número de personas dentro es limitado, por lo cual unos tendrán que quedarse fuera escuchando sin ningún problema, ya que el espacio es algo abierto.
11:03-11:12	Producción de Queso Artesanal.	Se procede a la explicación acerca de la producción de quesos y alguno de sus derivados, ya que ciertos quesos necesitan cierta maquinaria especial para crearlos. Se explica el equipo básico y las medidas de higiene y seguridad que se debería de tomar en todo momento
11:13-11:17	Producción de Queso Artesanal.	Como en todo nuestro punto, el objetivo es impulsar el comercio local a través de sus productos, se da una pequeña franja comercial el cual es totalmente opcional por parte de los turistas.
11:18-11:19	Producción de Queso Artesanal.	Al finalizar la última franja de compras se procede a reunir al grupo completo para partir nuevamente al municipio de Santa Rosa Guachipilín.

11:20:11:54	Caminata Extensa.	Es el desplazamiento más largo ya que se compone de una ruta de 3km aproximadamente, el cual es parte del recorrido de ida del circuito.
11:55-12:00	Santa Rosa Guachipilín	El recorrido o circuito cultural termina nuevamente en el municipio de SRG. Los guías se despiden de los turistas agradeciendo su llegada su pronta visita.

Tabla 31: Itinerario de Recorrido Turístico Cultural

d) Costos de Implementación.

Los costos asociados a los recorridos turísticos culturales son mínimos, ya que no se ha necesitado inversiones infraestructurales, a parte de la señalización expuesta en otro apartado, ni la utilización de recursos materiales ni Herramientas. Cabe destacar que los costos asociados a insumos corresponden a un estimado a 6 meses recordando que no todos los días son temporadas altas. Los pagos destinados a los guías de recorrido son bases y aproximado, considerando la demanda que se podrían tener estos pagos pudieran variar. Recursos Humanos para Circuito Cultural.

RECURSOS HUMANOS	CANTIDAD	PAGOS
Guías del Tour Cultural	3	\$150.00
TOTAL	3	\$450.00

Tabla 32: Recursos Humanos para Circuito Cultural

Recursos Materiales para Circuito Cultural.


MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	DESCRIPCIÓN	CANT.	COSTO	TOTAL
	<ul style="list-style-type: none"> • Agua embotellada. • Capacidad de 1 Litro. • Marca: N/A. 	300	\$0.50	\$150.00

Ilustración 12: Botella de Agua 1L

Tabla 33: Recursos Materiales para Circuito Cultural.

Resumen de Costos para Circuito Cultural.

REQUERIMIENTOS	COSTO
Recursos Humanos para Circuito Cultural	\$450.00
Recursos Materiales para Circuito Cultural	\$150.00
TOTAL	\$600.00

Tabla 34: Resumen de Costos Circuito Cultura

e) Precio del Circuito Turístico.

Cuando nos referimos al precio del recorrido se considera en mayor medida el movimiento comercial de la región, por lo cual es circuito está destinado para que se den a conocer los productos artesanales con los que cuenta la región y así poder distribuir y vender en mayores cantidades, es por ello que el costo del recorrido es mínimo, además de considerar que los costos asociados al mismo son mínimos. Según la página de turismo²² de El Salvador estos

²² <https://www.facebook.com/ToursandTripsSV/>

Plan Nacional de Turismo:
<https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/DOCUMENTOS.pdf>

tipos de tour incluyen almuerzo y estadía y rondan de \$35.00 a \$50.00 dependiendo de la extensión del recorrido. Es por ello que estimamos un precio simbólico de Tour de:

Precio de Recorrido Cultural: \$3.00

f) Tamaño Optimo de los Productos de Servicio Turístico.

La cantidad máxima de turistas para el circuito cultura ya está predefinida, debido a la disponibilidad de espacio que presentan algunos de los destinos turísticos. Por ello se trató de mantener un equilibrio entre el número de personas por recorrido y el espacio disponible. Se presentan las capacidades máximas de cada uno de los atractivos, y para ello son necesarios dos datos importantes, el área en m² de los lugares de interés y el factor de carga ocupacional mostrado a continuación:

Destino	m2 x persona
Vivienda (superficie útil):	
Unidades de hasta 60 m2	15,0
Unidades de más de 60 m2 hasta 140 m2	20,0
Unidades de más de 140 m2	30,0
Oficinas (superficie útil):	10,0
Comercio (locales en general):	
Salas de venta niveles -1, 1 y 2	3,0
Salas de venta en otros pisos	5,0
Supermercados (área de público)	3,0
Supermercados (trastienda)	15,0
Mercados y Ferias (área de público)	1,0
Mercados y Ferias (puestos de venta)	4,0
Comercio (Malls):	
Locales comerciales, en niveles con acceso exterior	10,0
Pasillos entre locales, en niveles con acceso exterior	5,0
Locales comerciales, otros niveles	14,0
Pasillos entre locales, otros niveles	7,0
Patios de comida y otras áreas comunes con mesas	1,0
Educación:	
Salones, auditorios	0,5
Salas de uso múltiple, casino	1,0
Salas de clase	1,5
Camarines, gimnasios	4,0
Talleres, Laboratorios, Bibliotecas	5,0
Oficinas administrativas	7,0
Cocina	15,0

Destino	m2 x persona
Salud (Hospitales y Clínicas):	
Áreas de servicios ambulatorios y diagnóstico	6,0
Sector de habitaciones (superficie total)	8,0
Oficinas administrativas	10,0
Áreas de tratamiento a pacientes internos	20,0
Salud (Consultorios, Policlínicos):	
Salas de espera	0,8
Consultas	3,0
Otros:	
Recintos de espectáculos (área para espectadores de pie)	0,25
Capillas, Discotecas	0,5
Salones de reuniones	0,8
Área para público en bares, cafeterías, pubs	1,0
Restaurantes (comedores), salones de juego	1,5
Salas de exposición	3,0
Hogares de niños	3,0
Gimnasios, Academias de danza	4,0
Hogares de ancianos	6,0
Estacionamientos de uso común o públicos (superficie total)	16,0
Hoteles (superficie total)	18,0
Bodegas, Archivos	40,0

TABLA DE CARGA DE OCUPACION
asesorías de arquitectura y construcción

Ilustración 13: Carga Ocupacional²³

Capacidad Máxima de Carga Física.

$$CCF = \frac{S}{AG} \times NV/día$$

$$NV = \frac{HrD}{TS}$$

Donde:

- ✓ S = superficie disponible
- ✓ AG = área ocupado por un grupo o individuo
- ✓ NV/día = número de veces que el sitio puede ser visitado por el mismo grupo o individuo al día.
- ✓ HrD son el total de horas disponibles al día.
- ✓ TS es el tiempo de servicio promedio.

ATRACTIVO	S(M ²)	AG(M ²)	CCFI	HRD(H)	TS(H)	NV/DÍA	CCF (TURISTAS)
Iglesia Municipal de SRG.	120	1.5	80	11	1.5	6	480

²³ <https://www.arqydom.cl/carga-de-ocupacion/>

Producción Artesanal de Quesadillas	60	1.5	40	10	1	10	400
Colmenas de Apicultura	220	2	110	8	1.5	5	550
Producción Artesanal de Queso	45	1.5	30	8	0.75	10	300

Tabla 35: Capacidad de Carga Física Máxima Diaria

Capacidad de Carga Turística Real.

La CCR es el límite máximo de grupos, determinado a partir de la CCF de un sitio, luego de someterlo a los factores de corrección definidos en función de las características particulares del sitio. Los factores de corrección se obtienen considerando variables físicas, ambientales, biológicas y de manejo. Los factores de corrección están estrechamente asociados a las condiciones y características específicas de cada sitio. Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC = \frac{Mi}{Mt} \times 100\%$$

Dónde:

- FC = factor de corrección
- MI = magnitud limitante de la variable
- Mt = magnitud total de la variable
- CCR = Capacidad de Carga Real

$$CCR = CCF \times FC \times NVR$$

Restricciones:

- ✓ **La iglesia** tiene definida su número de bancas el cual corresponde a 8, con un número máximo de 5 personas por banca y no permanece abierta todo el día.
- ✓ **El comedor de Quesadillas Artesanales** solo brinda servicios de desayuno, almuerzo y merienda, en horas específicas. Además, cuenta con un número de 28 sillas para 6 mesas únicamente.
- ✓ **En la producción de Queso Artesanal** el espacio disponible es muy reducido, debido a la cantidad de equipo y materiales presente en el local.

ATRACTIVO	MT (M)	MI (M)	NVR	FC	CCF (TURISTAS)	CCR (TURISTAS)
Iglesia Municipal de Santa Rosa Guachipilín	120	75	2	0.62	80	100
Producción Artesanal de Quesadillas	60	40	4	0.67	40	108
Colmenas de Apicultura	220	150	2	0.72	110	158
Producción Artesanal de Queso	45	16	6	0.36	30	65

Tabla 36: Capacidad de Carga Física Real Diaria

1.4. Proyecto de Deportes Extremos

Gestión e Instalación de Canopy.

Dentro del desarrollo del proyecto, la instalación del Canopy en su mayoría se contempla para realizar el tour en función de los turistas que quieran realizar el descenso al río por medio de las líneas de Canopy donde se encontrara el Parque Recreativo los Ranchos como receptor de esta nueva atracción turística (donde de igual manera se practicara rafting), esto aprovechando la gran cantidad de operaciones que se encontrarían en la zona debido al nuevo proyecto de la placita Guachipilín y contaría con la facilidades y condiciones para accesos de vehículo y vistas panorámica naturales.

Cabe mencionar que, según recomendaciones por parte del departamento de Turismo en Metapán, se deben de Seguir toda la normativa reglamentaria para poder llevar a cabo este tipo de proyectos la cual está basada en **NTS 03.58.01:12**. De esta manera el atractivo es más seguro y confiable, además de cumplir con todas las normativas y medidas de seguridad, que es uno de los temas más importantes en este tipo de proyectos.

a) **Objetivo General:**

Establecer y Gestionar la instalación de un Canopy que se desarrollara a raíz de los resultados obtenidos en el estudio de mercado en concepto de deporte extremo que cumpla con todas las condiciones y normativas de seguridad para los turistas.

b) **Objetivos Específicos:**

- Determinar en la infraestructura los materiales más resistentes y económicos para la instalación del Canopy, que cumpla con los requisitos y expectativa de los clientes como deporte extremo y aventura.
- Determinar los horarios y flujos pico de turistas para el uso de las líneas de Canopy.
- Establecer la infraestructura operativa de la atracción.
- Estimar el costo de inversión para todas las instalaciones necesarias. Instalación del Cable.

PASO 1:

Utilice bloques de madera en las alturas marcadas de los puntos de anclaje para proteger la corteza del árbol contra el corte del bucle de cable. Hay que considerar que una superficie sujeta a fuerza constante genera desgaste tanto en los cables como en la superficie que los soportan, y en tales casos fricciones que agilizan el proceso de corte.

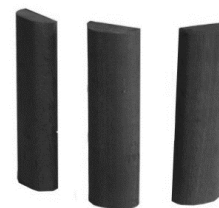


Ilustración 14: Bloques de Madera Protector

PASO 2:

La figura abajo muestra una configuración típica de un kit de 45m de longitud. Tome los dos pedazos cortos del cable de 2,5 m y haga un lazo en ambos extremos. Utilice tres abrazaderas de cable para cada bucle, seguida de la figura, por lo menos un cable de 35 cm. La primera pinza a 8 cm de la punta del bucle, la siguiente a 10 cm cada una.

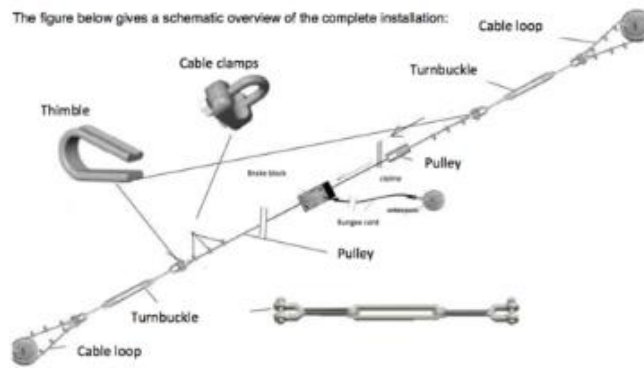


Ilustración 15: Instalación Completa de Tirolesa

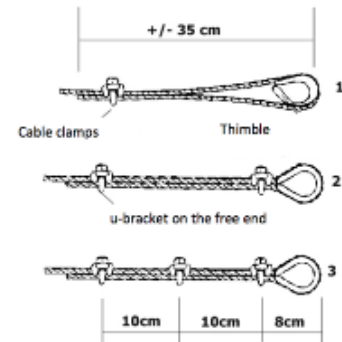


Ilustración 16: Amarres y Nudos de Tirolesa

PASO 3:

Envuelve tus lazos alrededor del árbol.

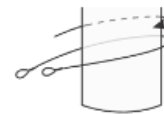


Ilustración 17: Soporte de Tirolesa

PASO 4:

Destornille completamente los tensores (en su posición más larga) y fíjelos a los bucles que estaban colgados alrededor de los puntos de anclaje.



Ilustración 18: Tensores de Cable

PASO 5:

Destornille las tuercas de los pernos. Dibuje los pernos de las mordazas del tensor.



Ilustración 19: Mordaza del Tensor

PASO 6:

Inserte los dos extremos del bucle en la mandíbula del tensor y asegure las tuercas a los pernos de la mandíbula.



Ilustración 20: Mandíbula del Tensor

PASO 7:

Ahora Monte el cable principal en uno de los dos lados al tensor (lugar que es el menos fácil de alcanzar.) La razón de esto es que se tiene que apretar el cable en el otro extremo a una altura más o menos cómoda de alcanzar

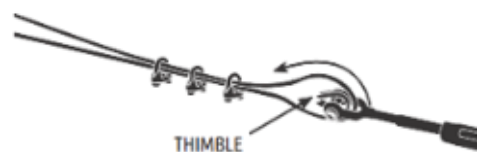


Ilustración 21: Montaje del Cable Principal



Ilustración 22: Tensor Mecánico de Cuerdas

Elementos de Sujeción.

Paso 1:

Instalar un freno bungee de tirolesa, este debe instalarse cerca del extremo de la tirolesa para detener la polea y frenar hasta que se detenga. Monte el bloque de madera con el lado de goma hacia el lado donde la polea choca. Luego, el cordón de bungee va desde el bloque de madera hasta el punto de anclaje del bungee en el costado del cable principal. El Bungee se estira 180%, por lo que asegúrese de que el cordón bungee no se estire más al frenar. Si su bungee extiende más allá del 180%, la inclinación de la tirolesa debe ser ajustada y/o debe instalarse un cordón elástico adicional.

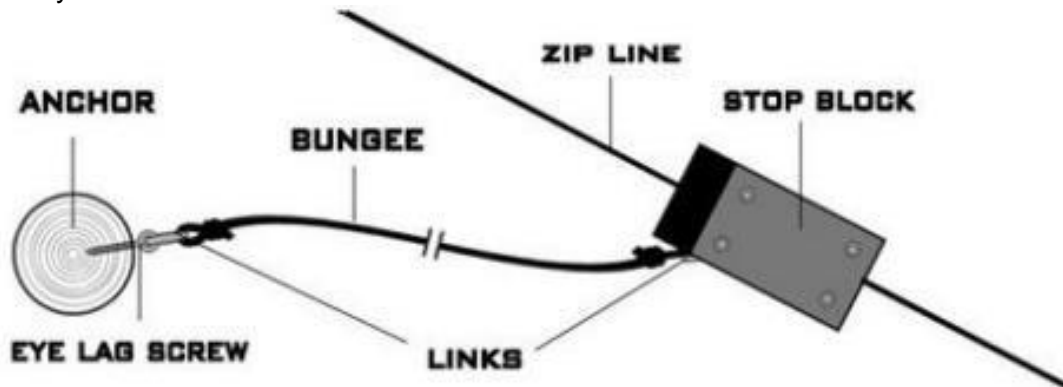


Ilustración 23: Freno de Tirolesa

Paso 2:

Monte el bloque de freno de madera (no se incluye en los kits estándar) con el revestimiento de goma hacia donde la polea golpeará. Inserte los pernos a través del bloque y las arandelas. Apriete las tuercas. Fije el cordón bungee con un enlace rápido. Atornille el tornillo de retardo ocular en un árbol o poste cercano, 4m de distancia al costado de la tirolesa. Use un enlace rápido para conectar el tornillo de retardo ocular al cordón bungee.

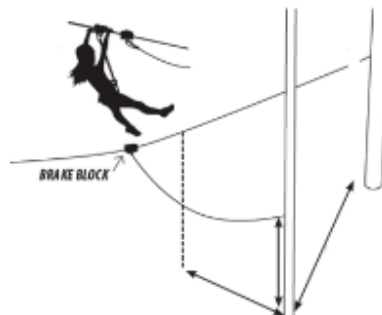


Ilustración 24: Montaje Final del Bloqueo o Freno

PASO 3:

Instalación del engranaje de montar.

Utilice un mosquetón para fijar un manillar, un asiento, un arnés y un cordón a la polea. Sólo fije los mosquetones al punto de enganche de la polea, cada accesorio debe usar un mosquetón para conectarlo directamente al carro, nunca se fija un accesorio a otro bucle u otro accesorio y no conecte los mosquetones de cadena. Apriete la prueba de cada mosquetón para asegurar un bloqueo correcto y la puerta de bloqueo está enganchada.

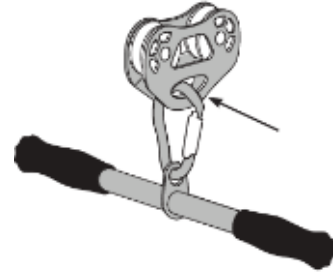


Ilustración 25: Montura de Enganche

Ilustración 26: Prohibiciones del Canopy

c) Costos Estimados de Implementación del Canopy.

Para la obtención de los costos de inversión en la ejecución e instalación del Canopy, se consideran tres clasificaciones de costos, los cuales son: Recursos Humanos, Recursos Materiales de Construcción y Equipos de Protección. Cabe resaltar que muchos de los elementos mostrados en los listados de costeo son **normativos** y esenciales para el desarrollo de esta actividad catalogada como deporte extremo. Cabe resaltar que los pagos realizados a los constructores serán únicos, debido a que la obra estructural del Canopy estaría lista en no más de dos días.

Recursos Humanos para Canopy.

RECURSOS HUMANOS	CANTIDAD	PAGOS
Coordinador de Obra	1	-
Guías Tour Canopy	4	\$200.00
Constructores Infraestructura	2	\$250.00
TOTAL	7	\$1300.00

Tabla 37: Recursos Humanos para Canopy

Recursos Materiales de Construcción para Canopy.

Tabla 38: Materiales de Construcción para Canopy.




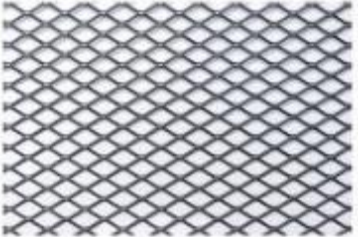


MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	DESCRIPCIÓN	CANT.	COSTO	TOTAL
	<ul style="list-style-type: none">Tubo estructural negro cuadrado de 8" x 1/2 8.0mm 6m.Tubo estructural negro cuadrado 8" x 1/2 8mm de espesor utilizado en metal mecánica y obra de banco.Tubo estructural de Construcción con capacidad máxima de	1	\$148.00	\$148.00

Ilustración 27: Tubo estructural cuadrado 8" x 1/2 8.0mm 6m






 <p><i>Ilustración 28: Cemento Blanco 2Lb.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posee características superiores que se traducen en una gran belleza arquitectónica para la industria de la construcción. • Tiene las mismas propiedades físicas que el cemento portland gris 	3	\$0.90	\$2.70
 <p><i>Ilustración 29: Bloque de Concreto 20x20x40</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bloque de concreto Solido. • Dimensiones 20x20x40cm • Peso Prom. 2.2Kg. • Utilizado para todo tipo de construcción. 	80	0.75	\$60.00
 <p><i>Ilustración 30: Lamina desplegada plana red (pr) Reforzada (yd)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lamina desplegada plano red (pr) #13 1/2 1.78mm 16" Utilizada en metal mecánica. • Lamina de Acero usada como soporte estructural en sedimentaciones como pisos o columnas. 	6	\$5.50	\$33.00
 <p><i>Ilustración 31: Baria Corrugada</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Varilla corrugada 5/8" grado 60 ASTM a 760 6m. • Varilla corrugada 5/8" x 6 metros grado 60 ASTM a706 utilizado en construcción, metal mecánica y obra de cualquier tipo. 	4	\$7.80	\$31.20
 <p><i>Ilustración 32: Cable de Acero Reforzado para Canopy (10m)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cable de acero reforzado de 2" diámetro. • Trenza de 1/8" 3 Capas. • Rigidez A-32 • Acero de Alto Calibre y Resistencia. 	20	\$32.00	\$640.00


 <p>Ilustración 33: Abrazadora de Acero de 3" con perno</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Abrazaderas sólidas para cuerdas. • Autorregulable la presión mediante el avance del perno. • Peso: 1.8lb. 	4	\$5.95	\$23.80
 <p>Ilustración 34: Tabla de Pino para Construcción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tabla de madera 1,9 x 11,5 x 300 cm. • Madera de Pino. • Decoración de interiores y Exteriores. • ofrece elegancia y durabilidad 	30	\$6.50	\$195.00
 <p>Ilustración 35: Perno de Acero Negro con Rosca</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Perno de Cabeza Hexagonal. • Longitud 5cm. • Dimensiones: 5/8 x 2". 	16	\$0.40	\$6.40
 <p>Ilustración 36: Tornillo Galvanizado 12x1"</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tornillo galvanizado de alta resistencia. • Cabezal Phillips. • Tipo Rosca no Liso. 	50	\$0.04	\$2.00
 <p>Ilustración 37: Tornillo para Madera Cabeza Tipo Phillips</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tornillo Largo de Hierro 50mm. • Cabezal Phillips. • Tipo Rosca no Liso 	50	\$0.07	\$3.50
 <p>Ilustración 38: Arandela Plana de Acero</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Arandela plana acabado acero galvanizado con diámetro 7/16 (1 unidad). • Espesor de 1/8". 	50	\$0.03	\$1.50

Equipo de Protección para Canopy.

EQUIPOS DE PROTECCIÓN	DESCRIPCIÓN	CANT.	COSTO	TOTAL
-----------------------	-------------	-------	-------	-------

Tabla 39: Equipos de Protección Canopy

 <p>Ilustración 40: Arnés Reglamentario.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Arnés con cinturón anticaídas • Capacidad de hasta 120Kg. • Color Café • Talla: M o L • Componentes de Acero Reforzado. 	12	\$64.50	\$774.00
 <p>Ilustración 41: Cascos de Seguridad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño híbrido con espuma moldeada EPS, ventilado y suspensión ajustable. • Perilla en la nuca para ajustar el sistema de sujeción. • Puntos de sujeción. • Disponible en 2 tallas. 	12	\$13.00	\$156.00
 <p>Ilustración 42: Polea para Canopy</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ligera polea doble de aleación con placas laterales fijas. • Acero inoxidable montadas sobre cuatro rodamientos. • Hasta 3 mosquetones enganchados en el gran ojal. 	6	\$23.00	\$138.00
 <p>Ilustración 43: Cuerda de Arnés con Absorbedor de Impacto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de peso: 140 kg/310 lb. • Material del gancho: acero alto carbono • Soga de nylon • Resistencia máxima 310 libras • Fabricada en nylon y gancho de acero de alto carbono 	12	\$19.95	\$239.40
 <p>Ilustración 44: Mosquetón de Acero Inoxidable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mosquetón de Acero Inoxidable. • Peso Máximo de hasta 360Lb. • Platinado. • Sistema de Rosca de Seguridad. 	12	\$7.50	\$90.00

 <p>Ilustración 45: Guantes Multiusos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cumple la norma 388 • Protección contra la abrasión, cortes y agarre. • Ideal para montajes mecanizado, estampado, corte y mantenimiento en general. 	12	\$14.50	\$174.00
 <p>Ilustración 46: Resortes de Frenado para Canopy</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pesos y velocidades Variables de hasta 80km/h • Distancia de frenado controlado. • Bajo costo operativo 	4	\$8.00	\$24.00
 <p>Ilustración 47: Cuerdas de Canopy</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuerdas de Cordón Elástico de alto grado. • Colores Fuertes. • Especializado para amarres de Carga u otros. • Longitud 5m. 	12	\$9.50	\$114.00
 <p>Ilustración 48: Botiquín de Primeros Auxilios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Venda de gasa • Gasas de 3x3 • Guantes de látex T – M (par) • Mascarilla cubre boca • Aplicadores / Hisopos • Esparadrapo 1.5" • Tijera • Jabón líquido yodado 120 ml • Alcohol Botella 1L 	2	\$22.75	\$45.50
 <p>Ilustración 49: Camilla de Primeros Auxilios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Longitud 2m. • Poliéster ambientado y ergonómico. • Sujeción de broche. • Tela poli alergénica. • Soporte de hasta 250Lb 	2	\$76.00	\$152.00
TOTAL				\$1906.90

d) Resumen de Costos para Canopy

REQUERIMIENTOS	COSTO
Recursos Humanos	\$1300.00
Materiales de Construcción	\$1171.10
Equipos de Protección	\$1906.90
	\$4378.00

Tabla 40: Resumen de Costos Canopy

Línea de Canopy.

Se ubica en su parte superior en un cerro perteneciente al municipio de Metapán en la cual existen árboles grandes de más de 25cm de grosor en su tronco, y se utilizará una torre de hierro como refuerzo de la estructura y una base de concreto junto a una tarima para el desarrollo de la atracción (Canopy). La plataforma de salida es en madera con un área de 12 m² a una altura de 50 cm del suelo y una longitud de cable de 148m. Este cable, al ser relativamente largo, será un cable con poca pendiente para lograr velocidades no mayores a los 45 kph, de tal manera que el turista se familiarice tanto con las líneas como con el equipo a utilizar en el tour. Es importante resaltar que la estación mencionad están ubicadas geográficamente en función de las pendientes que genera el terreno y de las cuerdas en la disponibilidad y disposición de los árboles sin que interrumpan el recorrido, ya que no se pretende talar ningún árbol para dicho montaje.



Ilustración 50: Recorrido y Ubicación de Línea de Canopy

e) Proceso de Prestación de Servicio Turístico Canopy.

En este apartado se describían todas aquellas actividades relacionadas a la prestación del servicio de Canopy, siguiendo todas las indicaciones por parte de los guías. Para implementar un ambiente enfocado a la calidad del servicio y seguridad del turista, se debe seguir una serie de procesos metódicos y estándar para la práctica del Canopy. Estos procedimientos están desarrollados bajo las metodologías Normativas Nacionales y con la personalización e incorporación de requisitos solicitados por la junta directiva.

NO.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	DURACIÓN
1	Presentación y Bienvenida de los guías(s).	Un guía turístico se dará a conocer y dará la bienvenida a los participantes del Deporte, agradeciendo el apoyo por parte de los mismos.	2min
2	Tiempo de Espera a que el grupo este completo.	El guía dará unos minutos de tiempo antes de iniciar la actividad para que todos los interesados se acerquen a escuchar las indicaciones completas.	3min
3	Presentación de la actividad.	El guía procede a explicar en qué consiste el desarrollo del deporte, un poco de su historia y la manera correcta de practicarlo, junto a las medidas de seguridad obligatorias.	5min
4	Presentación de parámetros normativos bajo los cuales se manejará la actividad.	Se comunica a los turistas aquellos parámetros de procedimiento y seguridad en los que se basa el desarrollo de este deporte. Además de la fauna y flora que se puede presentar en el desarrollo del Deporte.	3min
5	Explicación de EPP	Los guías están obligados a explicar el uso correcto de todo el equipo de seguridad para evitar cualquier contratiempo.	3min
6	Entrega de Equipo	Después de la explicación se procede a entregar el equipo al turista	2min
7	Presentación de los parámetros de seguridad	Explicación de las normas obligatorias de seguridad, sin falta de cumplimiento no se podrá proceder a la realización de la actividad deportiva.	2min
8	Respeto al medio ambiente	Los guías comunican el impacto ambiental que genera el Canopy, que según norma internacional no ocasiona daño alguno a la naturaleza.	1min
9	Posibles Escenarios	Se trata de abordar la temática de posibles accidentes por el uso indebido del equipo	4min
10	Respuesta a Inquietudes	Se abre un espacio de interrogantes, donde los turistas podrán preguntar cualquier duda o incomodidad sobre el desarrollo de la actividad	3min
11	Desarrollo de la Actividad	Se procede a hacer uso de la infraestructura como medio de consumo del producto (Canopy). El tiempo estimado es por persona no por grupo.	2min
12	Revisión y Chequeo	Al finalizar la actividad el guía en la otra punta del Canopy se asegurará de que la persona se encuentre en buen estado de igual manera que el equipo.	1min
13	Retiro EPP	Se procede a asistir al turista a retirar todos los complementos del Canopy	2min

14	Retorno a Anclaje Superior.	Los guías que se lanzan junto a los turistas suelen regresar al punto de anclaje superior para recibir a otro grupo de turistas.	8min
		TOTAL	40min

Tabla 41: Proceso de Prestación del Servicio de Canopy

f) Diagrama de Proceso para Canopy.

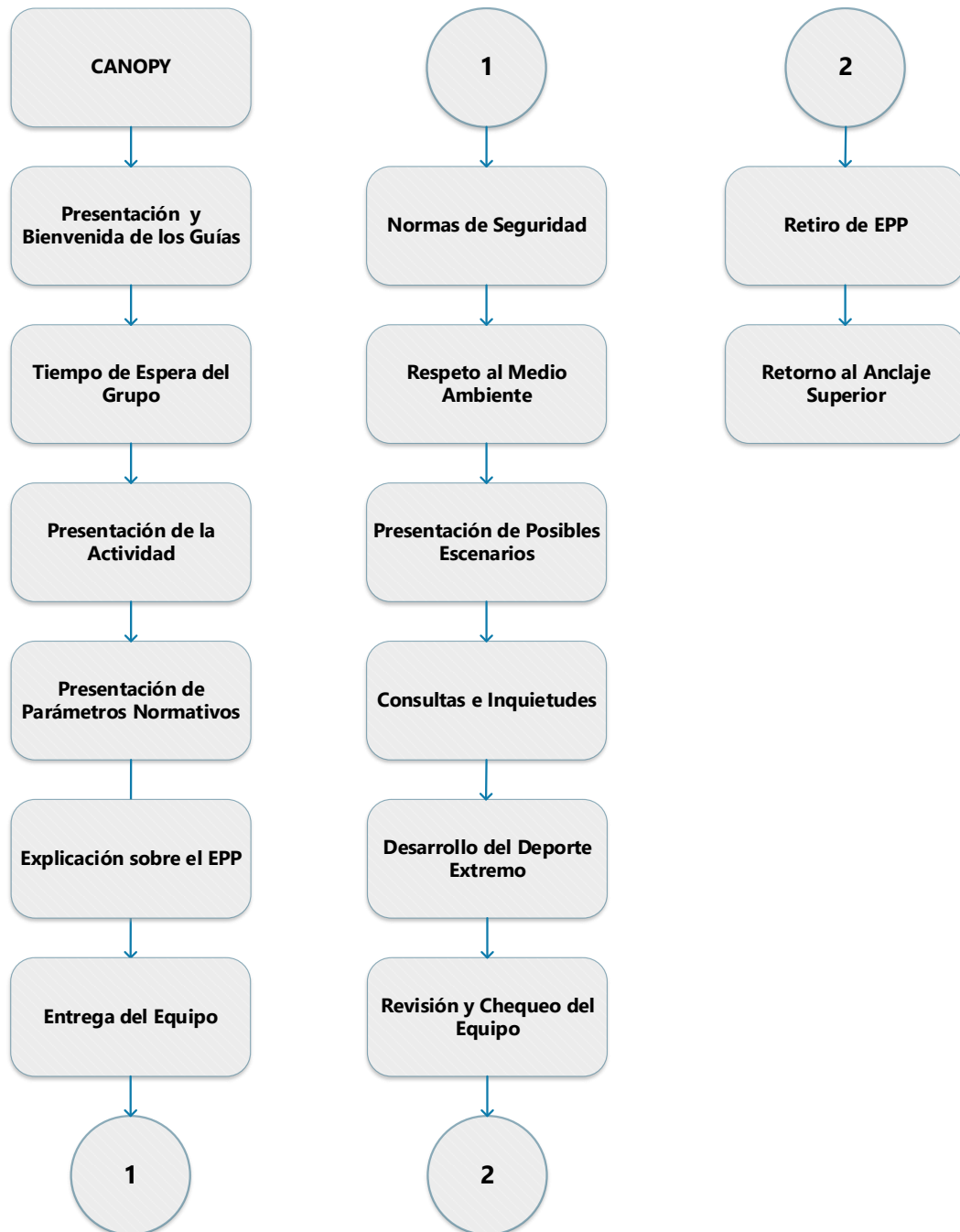


Ilustración 51: Diagrama de Proceso para Canopy

g) Precio del Servicio de Canopy.

Ya se ha dicho que el precio de un producto o servicio es importante, pero no es lo único que debemos tener en cuenta con respecto a las ventas. Siempre los precios tienen que cubrir la suma de todos tus costes fijos y variables, de lo contrario entrarías en pérdidas.

“Tus precios no estarán ligados al coste sino al valor.”²⁴

Estrategia de Precio Barato.

1. Precios de penetración: cuando se trata de un producto o servicio nuevo y se establece un precio bajo para entrar en el mercado y luego subirlo.
- Precios económicos para productos de bajo coste: A los que no se puede aportar mayor valor o por reservas anticipadas, clientes con ventaja...
- Precios promocionales: Descuentos en un período de tiempo, ofertas únicas o situaciones excepcionales en los que se puede tirar de precios bajos para vender a volumen.
- Precio descremado: Se trata de ingresar a un nuevo mercado con un precio alto, y una vez la competencia se abre paso, reducir costes e implementar otras estrategias para bajar precios.

Factores Principales del Precio.

1. Costes por actividad: son los gastos que debes cubrir:
 - Costes variables: cuantas más ventas se tenga, más costes se tendrá.
 - Costes fijos: lo que siempre se va a tener que pagar independientemente de si se vende más o menos.
 - Competencia: es importante conocer cuánto cobra la competencia para conocer el mercado en el que se trabaja. Analizar a la competencia puede ayudar como referencia para saber si el producto ofertado es barato o caro.
 - Posicionamiento de marca (Valor Percibido): el precio estará relacionado directamente con el posicionamiento de marca si las personas desconocen de un producto o servicio, es muy probable que no estén dispuestos a pagar ciertos precios considerados altos.

Para el establecimiento del precio es necesario considerar todos los puntos anteriormente mencionados, donde no podemos proponer un precio muy elevado ya que no es conocido nuestro producto y no se incluye atractivo innovador en el deporte. Por ende, estableceremos el precio basada en la demanda basada por la competencia en donde los precios rondan los \$8.00 - \$35.00²⁵ donde los precios varían dependiendo de la cantidad de metros recorridos por el Canopy. \$15.00 es el precio promedio para recorridos en Canopy de hasta 300m. Basados en esto y que nuestro trayecto es de 150m establecemos un precio tentativo de:

Precio de Canopy: \$10.00 p/p

h) Principales Actividades del Proyecto de Canopy

Act.	Dep.	Duración (Días)	Descripción	Costo (\$)
1	-	1	Preparación de Terreno para Canopy	\$266.67
2	1	1	Construcción de Soporte Fijo Inferior	\$491.57
3	2	1	Montaje de Líneas de Canopy	\$1112.87
4	-	30	Adquisición de Equipos de Seguridad	\$2123.57
5	4	1	Montaje y Prueba de Equipos de Sujeción	\$233.34
6	-	1	Señalización Preventiva	\$150.00
TOTAL				\$4378.00

Tabla 42: Actividades para Canopy

²⁴ <https://es.semrush.com/blog/estrategia-de-precios/> Basados en valor agregado y Mercado

²⁵ <https://devacaciones.elmundo.sv/los-5-mejores-lugares-para-hacer-canopy-en-el-salvador/>

Equipo de Seguridad para Rafting.

El rafting es un deporte de aguas bravas que se practica en muchos entornos diferente y por ende el número de escenarios puede ser variable, pero con cierta probabilidad de suceso. De este modo, para responder a la pregunta cuál es el equipo necesario para realizar rafting, podemos establecer la siguiente clasificación:

La Barca: el primer elemento necesario para la realización de rafting es evidentemente la barca, las barcas de rafting son neumáticas y se realizan en varios materiales. Lo importante es contar con una barca de rafting de uso profesional. Una vez tengamos la barca tendremos que equiparnos nosotros. Lo imprescindible para realizar rafting, sea cual sea el sitio, lugar y circunstancias, será contar con el siguiente material homologado:

- Casco.
- Chalecos salvavidas.
- Calzado adecuado (pueden ser escaarpines o calzado deportivo).
- Traje de neopreno.

El Traje de Neopreno para Rafting: es diferente al de otras modalidades deportivas, se compone de dos piezas, un peto de tirantes y una chaqueta. El peto de tirantes nos da una mayor comodidad a la hora de remar, cuando el clima es frío utilizaremos la chaqueta como complemento y de ese modo tenemos el cuerpo forrado de neopreno. También es más recomendable usar neoprenos con cremalleras en los tobillos para que sea más cómodo ponernos y quitarnos el traje (debe ir muy ajustado al cuerpo)

Dependiendo de las zonas geográficas, épocas y estaciones el equipo de rafting deberá ser más o menos completo. La principal diferencia en el equipamiento para rafting según las zonas radica en el traje de neopreno, ya que el resto de elementos de seguridad son siempre innegociables e imprescindibles (casco y chaleco salvavidas). Por ejemplo, en ríos o zonas muy frías, el traje de neopreno deberá ser completo (peto más chaqueta) y de un grosor de 5mm. Además, es conveniente utilizar escaarpines (calcetín de neopreno).

Por todo ello, cuando realices rafting asegúrate de contar con todos los elementos de seguridad necesarios. De este modo no sólo realizarás la actividad de un modo más seguro, sino que la realizarás de una forma más confortable y la disfrutarás más. En las actividades de aguas bravas es muy importante ir bien equipado para disfrutar de la actividad.

Equipo Básico para Rafting:

- **Bote Inflable:** Está hecho de un material muy resistente que mezcla poliéster y fibra de neopreno, llamado Hypalón. Tiene un sistema de drenaje donde el agua sale por sí sola. Las partes negras ubicadas en el suelo del bote son las almohadillas de los pies, que se utilizan para que la tripulación se una al bote de manera más segura y estable.
- **Remos:** Son muy ligeros. Suelen estar fabricados de plástico resistente o fibra de carbono y asas de aluminio.
- **Bolsa Impermeable:** Es posible que no se dé cuenta de su presencia, pero es importante porque son bolsas de goma impermeables que llevan los artículos necesarios, como botiquín de primeros auxilios, cámara, cambiarse de ropa, bocadillos, parches para el bote, entre otros.
- **Bomba de Emergencia:** Si el bote se pincha, la bomba se usa para inflarlo y luego repararlo. También sirve para vaciar el bote cuando se almacena.
- **Cable de Rescate:** Es un cordón elástico que mide 20 m de largo y se coloca dentro de una bolsa hermética. Se usa cuando alguien cae al agua y se aleja demasiado del bote, luego tira la bolsa (el rescatado la sostiene) y tira de la cuerda para volver cerca del bote.

- **Chalecos Salvavidas:** Es obligatorio para todos los practicantes de rafting, asegurando la flotación en el agua y la protección del cuerpo. Tiene diferentes tamaños y ajustes para adaptarse al tamaño de los participantes.
- **Casco:** Otro elemento de uso individual y obligatorios para practicar la actividad. Son ligeros y están preparados para soportar choques ocasionales en las rocas o entre los participantes. Tiene ajuste interno para acomodar varios tipos de cabeza.
- **Ropa de Neopreno:** No es obligatorio, pero es ideal para hacer rafting y no sales con la ropa mojada al final de la actividad. También son muy útiles en los días más fríos, lo que hace que la temperatura del agua sea más agradable. Generalmente se incluyen en el paquete de rafting o pueden costar una parte alquilarlos.
- **Calzado:** Hay opciones en el mercado para navegar, pero no son obligatorias. Idealmente, debe elegir calzado con suela de goma que ofrezca protección para los pies y una mejor sujeción de los participantes al bote, así como una mayor estabilidad en las piedras.
- **Flotadores de Seguridad:** Un recurso casi indispensable en la actividad, se caracteriza por tener un color anaranjado reglamentario, debido a que tiene que contener colores fuertes y ser rápidamente visibilidad en el agua.

Recomendaciones para el Uso del Equipo de Seguridad.

- Los equipos deben de ser solicitados por una persona responsable de la actividad al encargado del almacenamiento de equipos.
- Luego de la utilización de los equipos estos tienen que ser devueltos completos y en buen estado.
- Nunca dejar los botes inflados al sol porque pueden explotar. Para evitar que esto suceda hay que mantenerla con el contacto al agua el mayor tiempo posible.
- Antes de guardar los equipos hay que limpiarlos y secarlos para evitar daños.

Medidas de Seguridad.

- La regla de oro consiste en nunca intentar el deporte solo.
- Utilizar siempre el equipo adecuado.
- Siempre mantener el casco puesto.
- Estar siempre atentos a los consejos del guía.

Cuadro de Edades para la Practica de Rafting.

EDAD (AÑOS)	GRADO DE DIFICULTAD I	GRADO DE DIFICULTAD II	GRADO DE DIFICULTAD III	GRADO DE DIFICULTAD IV	GRADO DE DIFICULTAD V
5 a 16	SI	SI	12 años de edad y más de 80Lb	NO	NO
17 a 18	SI	SI	SI	Con autorización de los padres, el cual deberá firmar una declaración jurada de riesgos en presencia de un menor	NO
Mayores de 18	SI	SI	SI	SI	SI
Habilidad Natación	Mínima	Mínima	Saber Nadar	Nadador Confiable	Nadador Confiable más una buena condición física

Tabla 43: Tabla de Edades para Practicar Rafting.

Procedimiento de Construcción de Muelles Flotantes.

Construir un muelle en la orilla de un río puede ser un detalle tanto atractivo como funcional. Una vez que hayas determinado el lugar que deseas para el muelle estarás yendo por buen camino a tu creación personalizada. Esta tarea puede ser abrumadora si lo haces por tu cuenta, pero puedes aprender a hacerlo siguiendo los siguientes pasos.

PASO 1:

Reúne todos los materiales que necesitarás para construir los muelles.

- ✓ 8 tablones de madera tratada a presión de 5x20 cm (2x8 in) de 2,4 m (8 ft) de largo.
- ✓ 14 tablones de madera tratada a presión de 5x10 cm (2x4 in) de 2,4 m (8 ft) de largo
- ✓ 34 tablas de madera tratada a presión de 2,5x15 cm (1x6 in) de 2,4 m (8 ft) de largo
- ✓ 8 tacos de madera tratada a presión de 10x10 cm (4x4 in) de 20 cm (8 in) de largo
- ✓ 8 barriles de plástico de 208 l (55 gal)

Paso 2:

Visita el área del agua donde planeas construir el muelle y lleva tus materiales contigo. Constrúyelo tan cerca como sea posible, ya que una vez que esté completo, será muy pesado y difícil de movilizar.

PASO 3:

Construye un marco cuadrado con tus tablones de 2,4 m (8 ft) de largo por 5x20 y únelos con tornillos. Mantén dos de los tablones hacia adentro de modo que puedas construir un cuadrado casi perfecto de aproximadamente 2,5x2,5 m (8x8 ft). Coloca tus pequeños tacos de 10x10 cm (4x4 in) al interior de cada esquina para asegurarte de tener 4 ángulos rectos perfectos. Todavía no los unas con tornillos en caso de que tengas que hacer algún ajuste.

PASO 4:

Prepara tus barriles. Asegúrate de que todos los tapones estén bien colocados y aplícales una capa de masilla de silicona en la superficie para evitar filtraciones.



Ilustración 52: Materiales de Construcción Muelle



Ilustración 53: Río Lempa Ubicación de Muelles



Ilustración 54: Marco de Soporte para Muelle



Ilustración 55: Barriles Flotantes para Muelle

PASO 5:

Añade soportes al marco básico que construiste. Haz mediciones y encuentra el centro del cuadrado. Una vez que lo has hecho, coloca 1 listón de 2,4 m (8 ft) de largo por 5x10 ahí.



Ilustración 56: Soportes para Marco de Muelle

PASO 6:

Coloca 4 de los tabloncillos paralelos al que acabas de colocar al centro. Coloca un barril acostado sobre dos de los tabloncillos. Desplázalos hacia la derecha o izquierda según sea necesario hasta que el barril pueda ubicarse entre dos listones sin tocar el suelo, pero que aún puedan apoyarse sobre estos. Marca los puntos y asegura los 4 tabloncillos con tornillos. Asegúralos por ambos lados.



Ilustración 57: Barriles Paralelos al Marco Base

PASO 7:

Crea una capa de soporte perpendicular sobre la que acabas de construir. Coloca los barriles sobre los tabloncillos de soporte de la capa inferior y mide dónde terminan. Coloca 2 de tus tabloncillos de 2,4 m (8 ft) de largo por 5x10 como soportes para sostenerlos en su lugar. Asegúralos con tornillos.

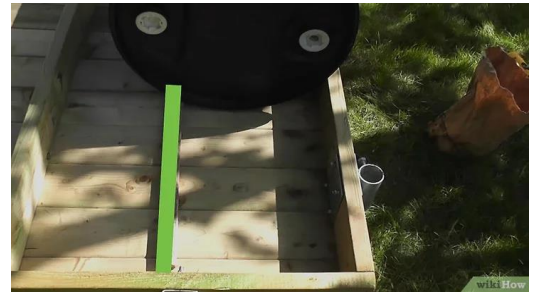


Ilustración 58: Capa de Soporte para Marco de Muelle

PASO 8:

Asegura los tacos de 10x10 cm (4x4 in) con tornillos para lograr un soporte más eficaz. Coloca refuerzos en L en cada una de las intersecciones de los soportes.



Ilustración 59: Aseguramiento de Tacones

PASO 9:

Coloca armellas en la capa de soportes inferior donde se apoyan los barriles. Coloca 2 a cada lado de los barriles. Ubica los barriles acostados entre los tabloncillos de soporte que tienen las armellas y amárralos con la cuerda.



Ilustración 60: Armellas de Soporte para Barriles

PASO 10:

Dale la vuelta a tu muelle parcialmente terminado.



Ilustración 61: Muelle Parcialmente Terminado

PASO 11:

Con ayuda de una o dos personas, lleva tu muelle a la orilla y amárrala a algún lugar seguro de modo que no vaya a alejarse flotando mientras terminas de construirlo.



Ilustración 62: Muelle Flotante

PASO 12:

Crea la cubierta de tu muelle. Coloca las tablas de 2,4 m (8 ft) de largo por 2,5x15 cm y asegúrate de que encajen correctamente dejando un poco de espacio entre cada una. Evita dejar bordes que sobresalgan del marco cuadrado. Utiliza un martillo y clavos y asegurar las tablas en los extremos de la capa de soporte. Debe estar estable como para pararse sobre la cubierta.



Ilustración 63: Cubierta de Muelle

PASO 13:

Empuja tu nuevo muelle completo dentro del agua. Puedes ajustar la distancia a la que quieres que se ubique regulando la longitud de la cuerda que utilizaste para asegurarlo. Además, se pueden agregar pequeños pilares como pasamanos.



Ilustración 64: Muelle Finalizado

Construye un muelle en un área tan plana como sea posible para mantenerlo nivelado. Consigue la ayuda de una o dos personas para movilizar el muelle al agua.

i) **Costos Estimados de Implementación de Rafting.**

Para los costos que se incurrirán en el desarrollo e implementación del Rafting estarán divididos en: Recursos Humanos, Recursos Materiales de Construcción y Equipos de Protección para Rafting. La clasificación es similar al Canopy, debido a que ambos son deportes extremos de alto riesgo, poseen normativas de seguridad que deben de respetarse a cabalidad para evitar posibles accidentes. Los equipos de seguridad personal al no contar con ninguno es necesario adquirirlo al igual que una infraestructura que brinde seriedad y mejor calidad de servicio. El pago realizado por conceptos de construcción es único, debido a que la construcción del muelle es sencilla y no llevaría más de 1 día realizarla.

Recursos Humanos para Rafting.

RECURSOS HUMANOS	CANTIDAD	PAGOS
Coordinador de Obra	1	-
Guías Tour Rafting	2	\$300.00
Constructores Infraestructura	2	\$150.00
TOTAL	5	\$900.00

Tabla 44: Recursos Humanos para Muelle Rafting

Tabla 45: Recursos Materiales de Construcción para Muelle Rafting.





MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	DESCRIPCIÓN	CANT.	COSTO	TOTAL
 <p>Ilustración 65: Tabla de Pino Tratada Cepillada (5X20in) (8ft)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Cumple tratamiento térmico nimf 15 Protección contra agentes biológicos como hongos y termitas Ofrece mayor maniobrabilidad y aplicación de tintes y barnices. No tóxico a menos que se queme. 	8	\$9.90	\$79.20
 <p>Ilustración 66: Costanera de Pino Cepillada (5X10in) (8ft)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Cumple tratamiento térmico nimf 15 Madera de pino tratada para intemperie Protección contra agentes biológicos como hongos y termitas No tóxico a menos que se queme 	14	\$6.25	\$87.50
 <p>Ilustración 67: Regla Tipo Plancha de Madera Tratada (2.5x10in) (8ft)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Cumple tratamiento térmico nimf 15 Resistente a la intemperie Protección contra agentes biológicos como hongos y termitas 	34	\$5.90	\$200.10
	<ul style="list-style-type: none"> Cumple tratamiento térmico nimf 15 Resistente a la intemperie Protección contra agentes biológicos 	8	\$3.50	\$28.00

Ilustración 68: Taco de Madera (10x10x20)	como hongos y termitas			
 Ilustración 69: Barril de Plástico	<ul style="list-style-type: none"> Incluye kit de accesorios para llenado y vaciado Fabricado en polietileno de alta densidad Capacidad en barriles 2.25 Capacidad de 55Gal 	8	\$47.00	\$376.00
 Ilustración 70: Armella de Acero	<ul style="list-style-type: none"> Gancho de Argolla. Tipo rosca. Dimensiones de 3mm de diámetro. Útil para sujeciones de cuerdas y Nylon 	32	\$0.16	\$5.12
 Ilustración 71: Refuerzo en L	<ul style="list-style-type: none"> Conexiones de refuerzo de hierro en ángulo de esquina negra de ancho L 3.2x60x60x40 40x60x3mm Acero reforzado. 	20	\$2.00	\$40.00
 Ilustración 72: Tornillo para Madera Cabeza Hexagonal	<ul style="list-style-type: none"> 1/4x2 - 1/2plg. Tornillo Largo de Hierro 30mm. Cabezal Phillips. Tipo Rosca no Liso. 	60	\$0.11	\$6.60
 Ilustración 73: Masilla Flexible Plástica (1/4Gal)	<ul style="list-style-type: none"> Masilla plástica flexible de 2 componentes diseñada para áreas que están siendo reparadas Adherencia a hierro, galvanizado, aluminio, fibra de vidrio y maderas. 	1	\$6.25	\$6.25
TOTAL				\$836.77

Equipos de Protección para Rafting.

EQUIPOS DE PROTECCIÓN	DESCRIPCIÓN	CANT.	COSTO	TOTAL
-----------------------	-------------	-------	-------	-------

Tabla 46: Equipos de Protección Personal Rafting j)





Resumen de Costos para Rafting.


REQUERIMIENTOS	COSTO
Recursos Humanos	\$900.00

 <p>Ilustración 74: Intex Mariner Bote Inflable</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sólida estructura molecular de este plástico hace que sea muy resistente a daños por abrasión, impacto y la luz solar. Cuatro válvulas Boston en cámara de casco para rápido llenado principal y rápida liberación. 	2	\$360.00	\$720.00
 <p>Ilustración 75: Remos Plásticos para Kayak</p>	<ul style="list-style-type: none"> Juego de remos de plástico de 48 pulgadas de Intex Ligero y duradero. Fácil de montar. Los anillos de retención en cerraduras de remo. Perfecto para barcos inflables. 	4	\$8.00	\$32.00
 <p>Ilustración 76: Bolsa Impermeable Flotante</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ligero, compacto y duradero. Hecho de lona con costuras soldadas resistentes; Impermeable: El sólido sistema de cierre enrollable proporciona un sellado hermético seguro. 	8	\$17.99	\$144.00
 <p>Ilustración 77: Bomba de Emergencia K-PUMP</p>	<ul style="list-style-type: none"> Compacto, fácil de usar, bomba de alto volumen para inflables, incluyendo tubos de flotación, barcos de pontón, RIB y botes Fácil de usar en terrenos irregulares e incluso en condiciones difíciles a flote. 	2	\$66.50	\$133.00

Materiales de Construcción	\$836.77
Equipos de Protección	\$2238.80
Total:	\$3,975.57

Tabla 47: Resumen de Costos Rafting

 <p><i>Ilustración 78: Cuerda de Emergencia de Plástico de 3/8"</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Producto se vende en múltiplo de yarda • Cordel de 3/8 de grosor. • Capacidad de resistencia alta. 	20	\$0.40	\$8.00
 <p><i>Ilustración 79: Chaleco Salvavidas Stearns</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chaleco de navegación de entre 120 y 200 libras. • Apto para personal de embarcaciones, esquí y otros deportes acuáticos. • Con relleno de espuma de flotación Crosstech resistente y altamente confiable. 	16	\$22.00	\$352.00
 <p><i>Ilustración 80: Casco de Protección Certificado</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Engranaje multideportivo. • Resistencia al impacto: carcasa exterior de ABS y espuma interior de alta densidad EPS, que ayudaría a absorber el impacto y proteger la cabeza durante el impacto. • 	16	\$16.00	\$256.00
 <p><i>Ilustración 81: Traje de Neopreno</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Material Neopreno • Multiusos: hecho para buceo, esnórquel, buceo, wakeboard, kayak, piragüismo y otros deportes acuáticos. • Durabilidad: las costuras planas y selladas con puntos de tensión. 	8	\$69.99	\$560.00

 <p><i>Ilustración 82: Flotador Salvavidas</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Flotador de sujeción, perfecta para actividades de rescate. • Máximo peso: 2 Personas. • Color Rojo Intenso para mejor visibilidad. 	4	\$8.45	\$33.80
TOTAL				\$2238.80

k) Recorrido Rafting.

Para el diseño de la experiencia del rafting en el municipio de Santa Rosa Guachipilín viene restringido o limitado por las condiciones geográficas del entorno, ya que los puntos de muelle (Inicio y Fin de los Recorridos) deben de localizarse en un sector de fácil acceso y de tramo seguro. Como se está hablando de un proyecto nuevo para la zona, los recorridos no son deberían de ser muy extensos debido al poco conocimiento que se tiene de ciertos tramos del río más allá de las fronteras del municipio, es por ello que se ha acordado mantener un circuito relativamente pequeño para una experiencia personalizada.

El circuito se compone de aproximadamente de 3Km de navegación, desde un punto de partida fuera del municipio, hasta un punto de llegada dentro de las instalaciones del parque Recreativo Los Ranchos. Se pretende extender el recorrido de descenso dependiendo de la demanda obtenida en épocas de estudio.



Ilustración 83: Circuito de Rafting para SRG.

l) Proceso de Prestación de Servicios Rafting.

En este apartado se describían todas aquellas actividades relacionadas a la prestación del servicio de Rafting, siguiendo todas las indicaciones por parte de los guías. Para implementar un ambiente enfocado a la calidad del servicio y seguridad del turista, se debe seguir una serie de procesos metódicos y estándar para la práctica del Rafting, sobre todo valorando la experiencia y conocimiento que se tiene sobre la natación y el agua en general. Estos procedimientos están desarrollados bajo las metodologías Normativas Nacionales (NTS) y con la personalización e incorporación de requisitos solicitados por la junta directiva.

NO.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	DURACIÓN
1	Presentación y Bienvenida de los guías(s).	Un guía turístico se dará a conocer y dará la bienvenida a los participantes del Deporte, agradeciendo el apoyo por parte de los mismos.	2min
2	Presentación de la actividad.	El guía procede a explicar en qué consiste el desarrollo del deporte, un poco de su historia y la manera correcta de practicarlo, junto a las medidas de seguridad obligatorias.	5min
3	Desarrollo de los Objetivos	Se explicará cual es la finalidad del Tour y de aquellas acciones necesarias para llevarlo a cabo.	2min
4	Presentación de parámetros normativos bajo los cuales se manejará la actividad.	Se comunica a los turistas aquellos parámetros de procedimiento y seguridad en los que se basa el desarrollo de este deporte. Además de la fauna y flora que se puede presentar en el desarrollo del Deporte.	3min
5	Explicación de EPP	Los guías están obligados a explicar el uso correcto de todo el equipo de seguridad para evitar cualquier contratiempo.	3min
6	Entrega de Equipo	Después de la explicación se procede a entregar el equipo al turista	2min
7	Códigos de Comunicación	Se trata de conocer todas aquellas instrucciones corporales que se necesitan navegando en corrientes, pues no siempre es útil utilizar la voz.	2min
8	Presentación de los parámetros de seguridad	Explicación de las normas obligatorias de seguridad, sin falta de cumplimiento no se podrá proceder a la realización de la actividad deportiva.	2min
9	Respeto al medio ambiente	Los guías comunican el impacto ambiental que genera el Rafting, que según norma internacional no ocasiona daño alguno a la naturaleza ya que no se utiliza ningún tipo de combustible.	1min
10	Posibles Escenarios	Se trata de abordar la temática de posibles accidentes por el uso indebido del equipo	4min
11	Respuesta a Inquietudes	Se abre un espacio de interrogantes, donde los turistas podrán preguntar cualquier duda o incomodidad sobre el desarrollo de la actividad	3min
12	Desarrollo de la Actividad	Se procede a hacer uso del equipo como medio de consumo del producto (Rafting). El tiempo estimado es por persona no por grupo.	15min
13	Revisión y Chequeo	Al finalizar la actividad el guía en la otra punta del Rafting se asegurará de que la persona	1min

		se encuentre en buen estado de igual manera que el equipo.	
14	Retiro EPP	Se procede a asistir al turista a retirar todos los complementos Salvavidas.	2min
15	Retorno a Anclaje Superior.	Los guías que se lanzan junto a los turistas suelen regresar al punto de Partida superior para recibir a otro grupo de turistas.	20min
			67min

Tabla 48: Proceso de Prestación de Servicios Rafting

m) Diagrama de Proceso Rafting.

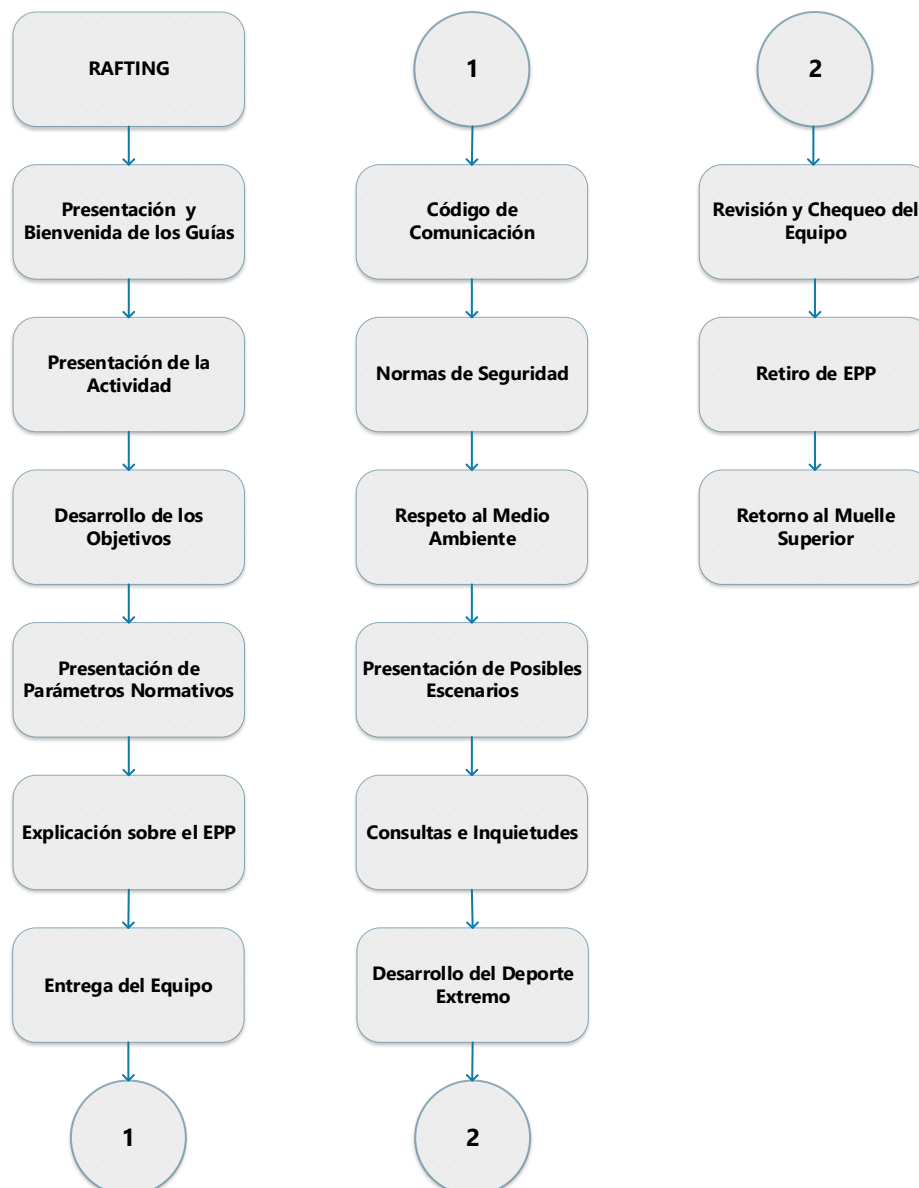


Ilustración 84: Diagrama de Proceso Rafting

n) Precio para el Servicio de Rafting.

Ya se mencionó con anterioridad los criterios factibles para el establecimiento de precios para el deporte extremo del Rafting. De igual manera que en el Canopy, este deporte extremo sobre el agua está acompañada de una desinformación y desconocimiento por parte de la

población turística en general, ya que este proyecto se encuentra en curso de ejecución. Se abordarán los precios de la competencia para poder establecer uno similar y que se adapte a nuestro servicio. De igual manera hay que considerar ciertos gastos adicionales para ser partícipe de esta actividad recreativa y de alto riesgo como lo son el transporte al muelle de iniciación que se encuentra a un par de kilómetros de distancia.

Para el transporte de turista este debería de realizarse en dos pequeñas etapas, la primera incluiría un transporte (motorizado y opcional) para desplazarse fuera de los límites del municipio y cerca del muelle de embarcación para el Rafting. Se puede observar que es un tramo relativamente corto de 2.34Km de distancia para esta primera etapa.



Ilustración 85: Primer Tramo en Vehículo.



Ilustración 86: Segundo Tramo a Pie

Seguidamente se nos presentaría un tramo inaccesible para cualquier tipo de vehículos por lo cual el recorrido deberá ser a pie por un alrededor de 1.2Km de distancia hasta llegar al muelle de iniciación.

Como parte de la investigación de precios se concluyó que los precios para la práctica del Rafting rondan los \$25.00 - \$50.00²⁶ dependiendo de la duración de la experiencia y el nivel de dificultad que presente el río en determinado momento, debido a que a corriente más rápidas es necesario un guía mucho más experimentado.

El recorrido que ofrece Canopy El Portal es de aproximadamente 3Km y de igual manera que en otros servicios se incluye el uso prestado de equipo de protección personal para rafting, incluido en el precio fijado.

Costo de Transporte: \$1.00
Precio de Rafting: \$20.00

²⁶ <https://eldifusordigital.com/entretenimiento/rafting-en-el-salvador-en-direccion-de-la-corriente/> Grupo Rafting El Svador. <http://www.apuzunga.com/promorafting/> Apuzunga Rafting

o) Paquete Turístico de Aventura Extrema.

Para la selección de aquellos atractivos que comprenderán este circuito es de tomar la naturaleza de la actividad a realizar. Esta rama de paquetes turísticos viene estrechamente relacionada con el estudio de mercado que se realizó, donde los porcentajes de aceptación por parte de la población joven como adulta tenían gran aceptación, dando, así como resultado la iniciativa de implementar dos proyectos interesantes que prometen satisfactorios resultados, no solo desde el punto de vista turístico, sino también desde la aventura extrema. Para ello se realizaron dos proyectos por separado para la implementación de CANOPY como RAFTING y los costos recurrentes en los mismos. Posteriormente será evaluado que tan viable son las situaciones de ambos proyectos, aunque pequeñas estimaciones con base al panorama, arroja buenos resultados de cumplimiento de objetivos.

Al tener dos deportes extremos disponibles al público, se pretende hacer un pequeño paquete turístico para poder disfrutar de toda la emoción extrema disponible en El Portal del Alma. Se pretende incluir ambos deportes extremos, los cuales comparten un distintivo en común sus ubicaciones de terminación de recorrido en el mismo lugar, el cual es Los Ranchos el cual será incluido como tercer atractivo del paquete.

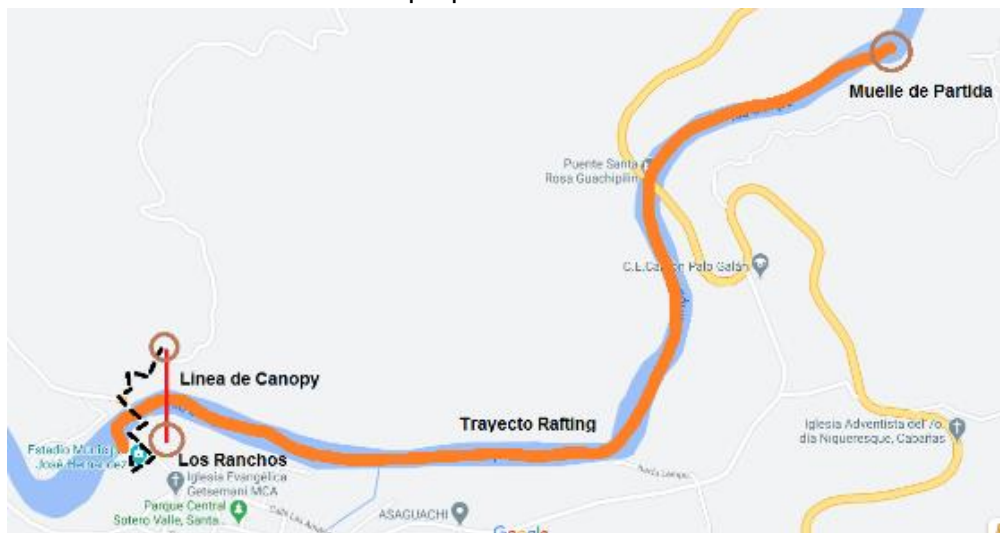


Ilustración 87: Circuito Turístico Deporte Extremo

En el desarrollo de todos los proyectos, se han estimado costos de implementación, mantenimiento y control de operaciones en general. Se fijaron precios por atractivo dependiendo de las inversiones y el precio que existe en el mercado por parte de nuestros competidores directos en la práctica de estos deportes.

Como se puede observar el precio regular de estos tres atractivos es de \$33.50 dólares, es necesario poder aplicar un precio de bienvenida para poder captar a más personas y poco a poco irnos introduciendo en el mercado competidor.

En el circuito se Incluyen:

ATRACTIVO	PRECIO DE USO
Descenso en Balsa Rafting	\$20.00
CANOPY	\$10.00
Centro Recreativo los Ranchos	\$2.50
Transporte	\$1.00
TOTAL	\$33.50

Tabla 49: Costo Total de Atractivos en Circuito Extremo

Dando estos resultados se ha llegado a un acuerdo con junta directiva de incluir como precio por los 3 atractivos de: **\$26.00** el cual representaría un descuento del 22% por la adquisición de este paquete, esta reducción representa un ahorro de \$10.00 para nuestros clientes. Posteriormente se pretenden agregar más servicios a este circuito para que puedan seguir disfrutando de más experiencias junto a Portal del Alma.

$$\text{Porcentaje de Descuento} = \frac{\text{Precio de Circuito}}{\text{Sumatoria de Precios por Atractivo}}$$

$$\text{Porcentaje de Descuento} = \frac{26}{20 + 10 + 5 + 1}$$

$$\text{Porcentaje de Descuento} = 0.22$$

Itinerario de Circuito de Aventura Extrema

HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:30 – 9:00 (A.M.)	Punto de Partida en la Entrada del Parque Recreativo.	El punto de reunión y de Salida para la práctica de deportes extremos es en la calle anexa a Los Ranchos, en donde un vehículo transportara a los turistas hasta cerca del muelle de desembarque, al cual llegaremos caminando a través de un pequeño tramo boscoso.
9:01 – 10:15 (A.M.)	Muelle de Salida en las Afueras de SRG lado de Metapán.	Descenso por el Rio Lempa a través de Rafting. En este punto se imparten todas las actividades explicadas en el proceso de prestación de servicios el cual dio un estimado de 67min es decir un poco más de una hora.
10:16 – 11:00 (A.M.)	Estadía transitoria y Tiempo Libre en El Parque Recreativo Los Ranchos.	Después del Descenso en Rafting a través del Rio Lempa se pretende dar un momento de descanso antes de empezar la siguiente actividad la cual es el Canopy ubicado muy cerca del lugar. Espacio utilizado para desmonta miento de equipo.
11:01 – 11:45 (A.M.)	Practica de Descenso a través de Tirolesa o Canopy.	Este atractivo seria la conclusión del recorrido de aventura extrema, aunque posteriormente quedaría el pase libre para la entrada
11:46 – 2:00 (P.M.)	Finalizando las actividades deportivas se puede relajar en el parque Los Ranchos.	Como parte final del recorrido se llega nuevamente al parque recreativo el cual es un punto de salida como de llegada. Ahí se puede esperar tranquilamente la hora del almuerzo y gozar de la naturaleza que rodea.

Tabla 50: Itinerario de Actividades para Circuito Deportivo

p) Capacidad Instalada de los Deportes Extremos.

Ambos proyectos de Canopy como de Rafting fueron diseñados en base a las Normas (NTS 03.58.01:12) vigentes en El Salvador, por ende, existe una cláusula donde reglamentan el número de turistas por Deporte Extremo y numero de Guías. De esta manera se ha supuesto un numero de guías para ambos deportes que coincidan con los números máximos establecidos por la ley. Es por eso que se ha decido manejar un numero de 4 guías para Rafting y 2 guías para Canopy. Ambas condiciones de guía – Turista permite en el marco de lo legal un número máximo de 16 personas el cual coincidiría perfectamente con ambos deportes.

Como se puede observar a través de los tiempos de servicio para cada deporte y el desarrollo del itinerario para las actividades del circuito se puede estimar un máximo de 3 horas por cada recorrido y con un número máximo de 16 Personas por vuelta. Esto nos indica que solo pueden realizarse 3 circuitos en un día como máximo de trabajo.

- Numero Max. Turistas Diarios = (No. Personas por Vuelta) x (No. De Vueltas al Dia)
- Numero Max. Turistas Diarios = (16personas/vueltas) x(3vueltas/días)

Numero Max. Turistas Diarios =	48 personas/diarias
---------------------------------------	----------------------------

1.5. Proyecto: Circuito de Ecoturismo

a) Introducción

Al recorrer la cuenca del río Lempa, entre los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán se pueden disfrutar de diferentes atractivos turísticos ecológicos (Ver Inventario Turístico), los cuales, se pueden englobar en circuitos que resulten de más interés para los turistas que buscan una experiencia con la naturaleza. Es por ello que se busca explotar de manera sustentable cada uno de estos.

a) Objetivos

- Brindar al turista una alternativa de circuito ecoturístico que llene sus expectativas.
- Presentar las diferentes alternativas de atractivos turísticos del municipios

b) Diseño del proyecto

Para el diseño del proyecto de circuito ecoturístico, constara de las siguientes fases:

Fase 1: Estructuración del Circuito

- Determinación o inventario de recursos turísticos a incluir en el circuito.

Para la determinación de los Atractivos turísticos a incluir en este circuito, se parte de los siguientes criterios:

CRITERIO DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	PESO
Atractivo Natural	Se considera si el recurso turístico cuenta con características naturales importantes que le otorguen una singularidad especial que lo distinguen y lo diferencian.	5.0
Accesibilidad	Se refiere a las condiciones que permitan el fácil acceso de los turistas al atractivo, brindando todas las condiciones de seguridad requeridas para su deleite, según el segmento de turista al cual está dirigido.	3.0
Reconocimientos	Se refiere a la existencia o no de distinciones oficiales que otorgan al recurso turístico algún tipo de reconocimiento como recurso de orden natural así como también el empeño en promover dicho recurso.	2.0

Tabla 51: Criterios de evaluación como Destinos Ecoturísticos.

Atractivo Turístico	Criterio de Evaluación	Atractivo Natural	Accesibilidad	Reconocimiento	Total
	Ponderación	5.00	3.00	2.00	
Cuenca del Río Lempa	Asignación	10	7	10	91
	Sub Total	50	21	20	
Parque recreativo Los Ranchos	Asignación	10	6	7	82
	Sub Total	50	18	14	
Cerro El Calaire	Asignación	9	5	6	72
	Sub Total	45	15	12	
Recorrido San Francisco Apanta	Asignación	10	7	4	79
	Sub Total	50	21	8	
Cascada El Salto Mágico	Asignación	10	4	6	74
	Sub Total	50	12	12	
Poza de La Peñona	Asignación	10	5	5	75
	Sub Total	50	15	10	
Estadio Municipal José Hernández	Asignación	4	8	10	64
	Sub Total	20	24	20	
Mirador El Matazano	Asignación	10	7	6	83
	Sub Total	50	21	12	
Caserío Cacahuito	Asignación	9	7	7	80
	Sub Total	45	21	14	
Circuito Campiña Viva.	Asignación	10	8	9	92
	Sub Total	50	24	18	
Apicultura	Asignación	0	6	6	30
	Sub Total	0	18	12	
Queso artesanal	Asignación	0	5	7	29
	Sub Total	0	15	14	
Quesadillas	Asignación	0	7	10	41
	Sub Total	0	21	20	
Rafting	Asignación	0	9	7	41
	Sub Total	0	27	14	
Canopy	Asignación	0	8	7	38
	Sub Total	0	24	14	
Restaurantes	Asignación	4	10	8	66
	Sub Total	20	30	16	

Tabla 52: Evaluación de atractivos ecoturísticos

c) Circuito Ecoturísticos

Circuito Ecoturístico:
Circuito Campiña Viva
Descripción, Perfil y Recorrido:
<p>Recorrido Propuesto: 4.5 km.</p> <p>Este recorrido comprende caminatas alrededor del río Lempa, donde se pueden apreciar diferentes miradores con vistas panorámicas del río y sus atractivos. Está diseñado para los amantes de la naturaleza, quienes disfrutan de caminatas rodeados de la naturaleza.</p> <p>Su punto de partida es desde la Plaza Santa Rosa Guachipilín, donde se brindará la información sobre el recorrido, sus características, así como también el perfil hacia quienes va dirigido, debido a la distancia a recorrer es necesario que la persona que decida hacer este recorrido tenga un estado físico bueno, como también se recomienda llevar solo lo necesario como por ejemplo agua para mantenerse hidratados.</p>
Proceso
<ul style="list-style-type: none"> • Este recorrido, se hará a partir de 10 personas con un máximo de 30, contando con un guía que se encargará de mostrar el recorrido y explicar la ruta. • Se darán las recomendaciones del recorrido, donde se explicará claramente las condiciones a las que pueden enfrentarse y así garantizar que quienes sean parte del recorrido estén en las condiciones físicas idóneas y puedan dar el recorrido. • El punto de partida es la plaza Santa Rosa Guachipilín a las 10:00 de la mañana. • Se hará esta caminata hasta llegar a cada uno de los miradores donde los turistas podrán descansar, disfrutar de la vista, tomarse fotografías y compartir con sus amigos y familias. • El retorno será al Parque Los Ranchos, donde podrán elegir si quedarse a disfrutar de sus atractivos o retornar finalmente al punto de inicio en la Plaza Santa Rosa Guachipilín.

Tabla 53: Ficha Técnica para el Circuito Campiña Viva

Circuito Ecoturístico:

Circuito Verde



Descripción, Perfil y Recorrido:

Recorrido Propuesto: 12.0 km.

Este recorrido es mucho más extenso, de más exigencia física. Está diseñado para los amantes de caminatas extensas rodeadas de la naturaleza con excelentes paisajes. Se recomienda llevar ropa ligera, abundante agua para hidratarse y de ser posible alguna fruta que pueda brindar energía mientras se hace el recorrido. Su punto de partida es desde la Plaza Santa Rosa Guachipilín, donde se brindará la información sobre el recorrido, sus características, así como también el perfil hacia quienes va dirigido, debido a la distancia a recorrer es necesario que la persona que decida hacer este recorrido tenga un estado físico excelente. Se hará este recorrido a través de diferentes atractivos en el municipio como lo son el Caserío El Cacahuito, el Mirador El Matazano, luego se recorrerá el pueblo San Francisco de Apanta, pasando por la quebrada de Apanta donde se encuentran nacimientos de agua fresca e incluso cuenta con una piscina de agua nacida donde los turistas pueden disfrutar de un baño con agua fresca y limpia.

Proceso

- Este recorrido, se hará a partir de 10 personas con un máximo de 15, contando con un guía que se encargará de mostrar el recorrido y explicar la ruta.
- El punto de partida es la plaza Santa Rosa Guachipilín a las 10:00 de la mañana.
- Se llegará al punto de chequeo 1, donde podrán descansar unos minutos y además, disfrutar de la vista, lo siguiente es la caminata en el caserío El Cacahuito.
- Luego se llegará al mirador El Matazano, donde pueden descansar además de apreciar una excelente vista desde uno de los puntos más altos en el municipio.
- El último tramo es hasta llegar al Parque Los Ranchos, donde podrán elegir si quedarse a disfrutar de sus atractivos o retornar finalmente al punto de inicio en la Plaza Santa Rosa Guachipilín.

Tabla 54: Ficha Técnica para la Ruta Verde

CIRCUITO ECOTURÍSTICO:

Ruta Fresca



Descripción, Perfil y Recorrido:

Recorrido Propuesto: 1.2 km.

Este recorrido es mucho más liviano, pensado en los turistas que desean un recorrido más ligero, para compartir con toda la familia y disfrutar de los paisajes que brinda la cuenca del Río Lempa.

Su punto de partida es El parque Los Ranchos, donde se brindará la información sobre el recorrido, sus características, atractivos y recomendaciones del mismo.

Su punto meta es visitar el atractivo conocido por los habitantes como "El Salto Mágico" dado que se encuentra un mirador desde donde algunos lugareños se lanzan hacia el río, donde tiene un gran profundidad y por lo tanto es seguro para disfrutar.

Proceso

- Este recorrido, se hará a partir de 10 personas con un máximo de 30, contando con un guía que se encargará de mostrar el recorrido y explicar la ruta.
- Se darán las recomendaciones del recorrido.
- El punto de partida es el parque Los Ranchos a partir de las 10:00 de la mañana. (Se deberá solicitar si se desea en otros horarios para conocer la disponibilidad).
- Se hará esta caminata a lo largo de la cuenca del Río Lempa hasta llegar a la poza conocida como "El Salto Mágico"
- Se podrá disfrutar de este atractivo donde se puede tomar un refrescante baño o si lo prefiere solo relajarse con las vistas que brinda el atractivo.
- El retorno será al Parque Los Ranchos, donde podrán elegir si quedarse a disfrutar de sus atractivos o retornar finalmente al punto de inicio en la Plaza Santa Rosa Guachipilín.

Tabla 55: Ficha Técnica para la Ruta Fresca

d) Diagramas de Proceso

Diagrama de proceso de Solicitud de Circuito Ecoturístico:

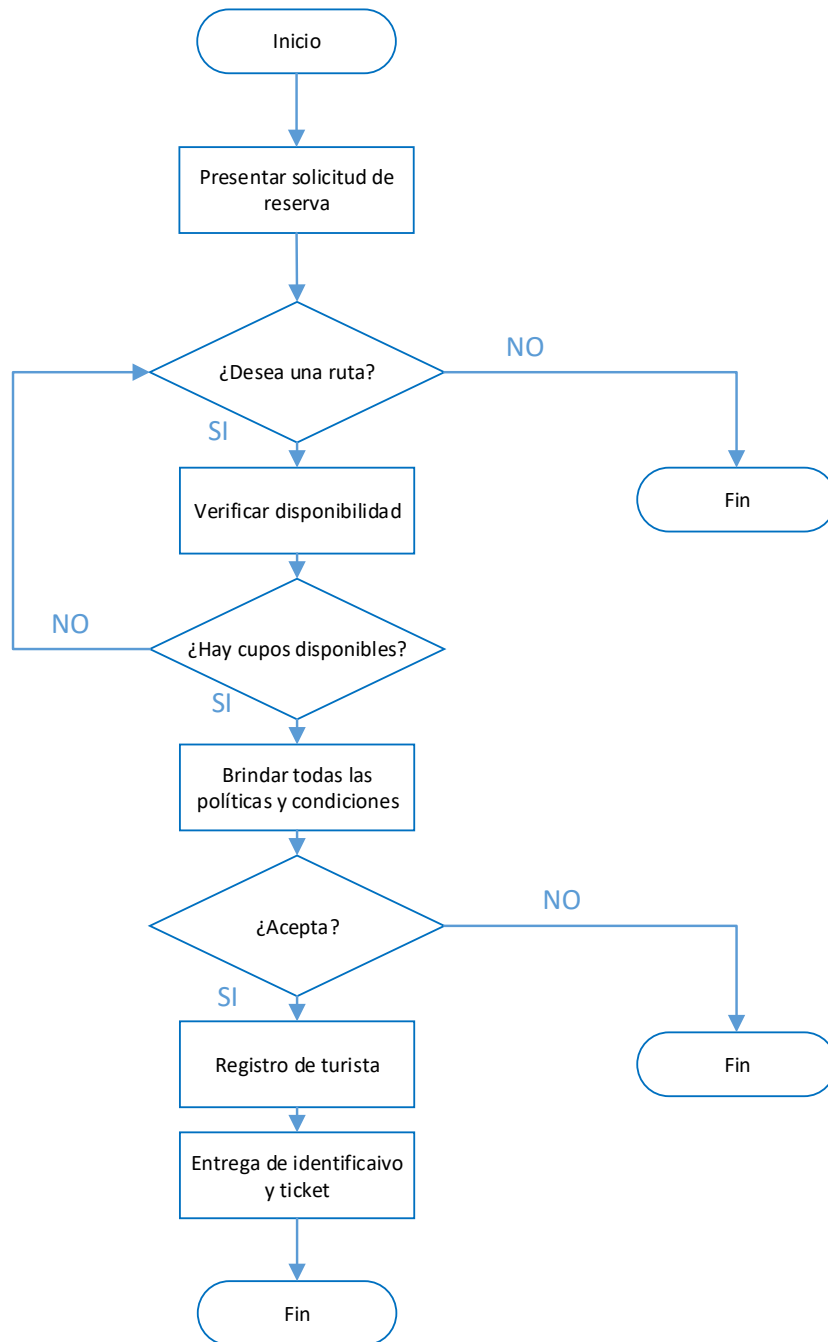


Ilustración 88: Diagrama de proceso de Solicitud de Circuito Ecoturístico

Diagrama de Actividades de Circuito Campiña Viva

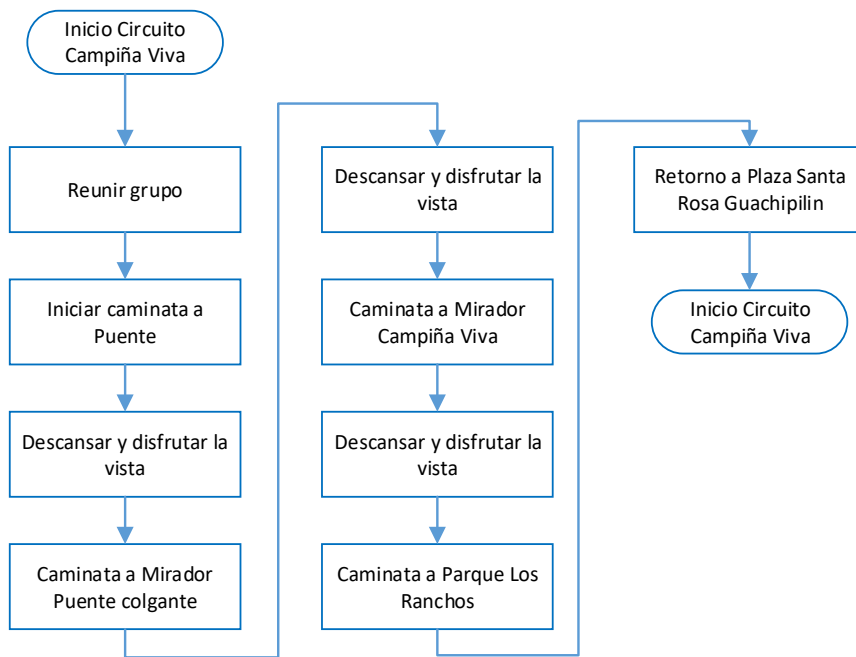


Ilustración 89: Diagrama de Actividades de Circuito Campiña Viva

Diagrama de Actividades de Circuito Verde

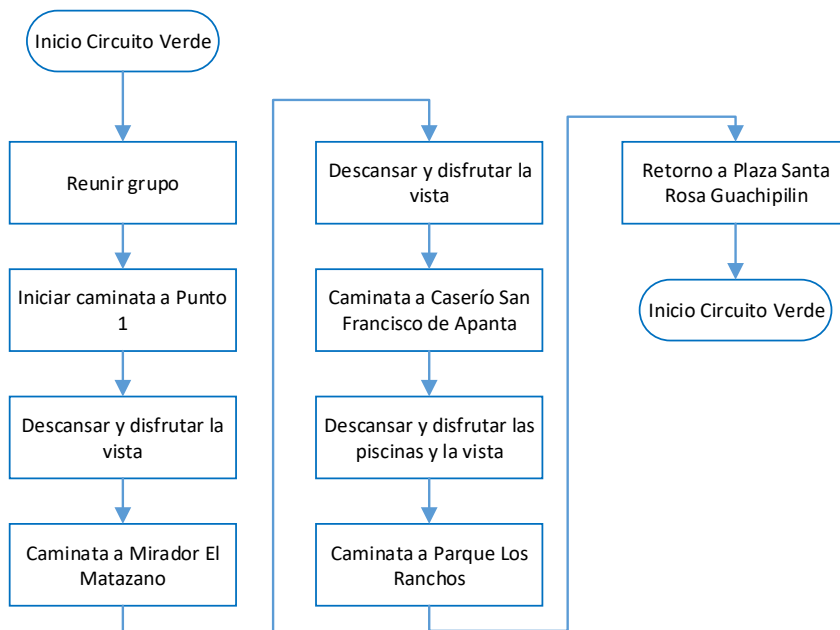


Ilustración 90: Diagrama de Actividades de Circuito Verde

Diagrama de Actividades de Ruta Fresca

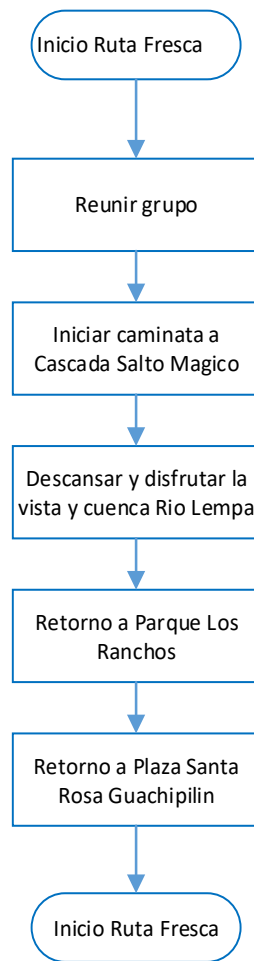


Ilustración 91: Diagrama de Actividades de Ruta Fresca

e) Costos de Implementación.

Resumen de Costos.

REQUERIMIENTOS	COSTO
Recursos Humanos	\$240.00
Recursos Materiales	\$19.00
TOTAL	\$259.00

Tabla 56: Resumen de Costos

f) Precio del Circuito Eco-Turístico.

El precio de cada tour varía en función de su trayecto, los atractivos que se recorren, precios de referencia de recorridos en municipios con atractivos similares, además que estos representan un anclaje para la venta de otros artículos en cada uno de ellos, por lo tanto se propone lo siguiente:

PRECIOS PROPUESTOS			
Circuito	Adultos	Niños	Estudiantes con Carne
Circuito Campiña Viva	\$2.50	\$1.50	\$1.50
Circuito Verde	\$2.50	\$1.50	\$1.50
Circuito de la Ruta Fresca	\$1.50	\$1.00	\$1.00

Tabla 57: Costos Circuito Eco-Turístico

g) Tamaño Óptimo de los Productos de Servicio Turístico.

Para establecer el tamaño óptimo para los cada uno de estos circuitos ecoturísticos, se deberá evaluar el tamaño de los recursos turísticos que los conforman, obteniendo así el tamaño óptimo de este producto para ofertar. Como se calculó previamente la capacidad de carga por recurso que incluye este producto cultural, se tomara la CCE, ya que este mantendría en buenas condiciones los recursos que componen cada recurso, como su infraestructura, su vegetación y su fauna, entre otros. A continuación, se muestra el cálculo de cada uno de estos:

Destino	m2 x persona	Destino	m2 x persona
Vivienda (superficie útil):		Salud (Hospitales y Clínicas):	
Unidades de hasta 60 m2	15,0	Áreas de servicios ambulatorios y diagnóstico	6,0
Unidades de más de 60 m2 hasta 140 m2	20,0	Sector de habitaciones (superficie total)	8,0
Unidades de más de 140 m2	30,0	Oficinas administrativas	10,0
Oficinas (superficie útil):	10,0	Áreas de tratamiento a pacientes internos	20,0
Comercio (locales en general):		Salud (Consultorios, Policlínicos):	
Salas de venta niveles -1, 1 y 2	3,0	Salas de espera	0,8
Salas de venta en otros pisos	5,0	Consultas	3,0
Supermercados (área de público)	3,0	Otros:	
Supermercados (trastienda)	15,0	Recintos de espectáculos (área para espectadores de pie)	0,25
Mercados y Ferias (área de público)	1,0	Capillas, Discotecas	0,5
Mercados y Ferias (puestos de venta)	4,0	Salones de reuniones	0,8
Comercio (Malls):		Área para público en bares, cafeterías, pubs	1,0
Locales comerciales, en niveles con acceso exterior	10,0	Restaurantes (comedores), salones de juego	1,5
Pasillos entre locales, en niveles con acceso exterior	5,0	Salas de exposición	3,0
Locales comerciales, otros niveles	14,0	Hogares de niños	3,0
Pasillos entre locales, otros niveles	7,0	Gimnasios, Academias de danza	4,0
Patios de comida y otras áreas comunes con mesas	1,0	Hogares de ancianos	6,0
Educación:		Estacionamientos de uso común o públicos (superficie total)	16,0
Salones, auditorios	0,5	Hoteles (superficie total)	18,0
Salas de uso múltiple, casino	1,0	Bodegas, Archivos	40,0
Salas de clase	1,5		
Camarines, gimnasios	4,0		
Talleres, Laboratorios, Bibliotecas	5,0		
Oficinas administrativas	7,0		
Cocina	15,0		

TABLA DE CARGA DE OCUPACION
asesorías de arquitectura y construcción

Ilustración 92: Carga Ocupacional²⁷

²⁷ <https://www.arqydom.cl/carga-de-ocupacion/>

Capacidad Máxima de Carga Física.

$$CCF = \frac{S}{AG} \times NV/dia$$

$$NV = \frac{HrD}{TS}$$

Donde:

- S = superficie disponible
- AG = área ocupada por un grupo o individuo
- NV/día = número de veces que el sitio puede ser visitado por el mismo grupo o individuo al día.
- HrD son el total de horas disponibles al día.
- TS es el tiempo de servicio promedio.

Atractivo	S(m ²)	AG(m ²)	CCFI	HrD(h)	TS(h)	NV/día	CCF (Turistas)
Puente Santa Rosa Guachipilín.	1000	1.50	1500	10	0.25	4	6000
Mirador Campiña Viva	60	3.00	180	10	0.25	6	1080
Puente Colgante Parque Los Ranchos	140	2.00	280	10	0.2	6	1680
Mirador El Matazano	900	1.00	900	10	0.25	2	1800
Caserío El Cacahuito	1500	1.00	1500	10	0.5	2	3000
Quebrada de Apanta	225	2.00	450	10	1.5	2	900
Cascada El Salto Mágico	320	3.00	960	10	2	6	5760

Tabla 58: Capacidad de Carga Física Máxima Diaria

Capacidad de Carga Turística Real.

De los anteriores factores mencionados al inicio para el cálculo de la capacidad para los circuitos ecoturísticos, se consideró relevante los siguientes Factores: el Factor Social (Fcsoc), el Factor Biológico (Fcb), y el Factor solar (Fcsol).

Factor Social (Fcsoc). Este factor considera aspectos referentes a la calidad de la visitación y está integrado por el número de personas, el espacio por persona, distancia mínima entre grupo y el espacio mínimo entre grupos:

- **Número de personas por grupo.** Las agrupaciones que eligen estos circuitos realizan por grupo de turistas donde el promedio de los integrantes de grupo es 20 personas.
- **Espacio por persona.** Se considera que el área por persona para moverse libremente es de 2 m².
- **Distancia mínima entre grupos.** Para facilitar la satisfacción del visitante en lo relacionado a las visuales, al registro fotográfico y comodidad, se considera que la distancia entre grupos debe ser de 10 m².

Para continuar con el cálculo del Factor Social se requiere hallar el valor del Número de Grupos (NG) que pueden estar simultáneamente en el área. Este valor se calcula de la siguiente forma: dividiendo el área (Mtx) por área requerida por cada grupo:

$$NG = \frac{Mt_x}{\text{Area requerida por cada grupo}}$$

Atractivo	Mt (m)	Área	NG
Puente Santa Rosa Guachipilín.	1000	50	20
Mirador Campiña Viva	60	50	1.2
Puente Colgante Parque Los Ranchos	140	50	2.8
Mirador El Matazano	900	50	18
Caserío El Cacahuito	1500	50	30
Quebrada de Apanta	225	50	4.5
Cascada El Salto Mágico	320	50	6.4

Tabla 59: Calculo NG

Para el área cerca del río $P = NG \times (\text{Número de personas por grupo})$

Atractivo	Mt (m)	Área	NG	P
Puente Santa Rosa Guachipilín.	1000	50	20	400
Mirador Campiña Viva	60	50	1.2	
Puente Colgante Parque Los Ranchos	140	50	2.8	
Mirador El Matazano	900	50	18	
Caserío El Cacahuito	1500	50	30	
Quebrada de Apanta	225	50	4.5	
Cascada El Salto Mágico	320	50	6.4	

Tabla 60: Calculo P

Luego, se hace el cálculo de la “Magnitud Limitante” (Mlx). La magnitud limitante MI, es aquella porción del área que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos, la cual se obtiene de la siguiente forma:

$$Mlx = Mtx - P(sp)$$

Atractivo	Mt (m)	Área	NG	P	Mlx
Puente Santa Rosa Guachipilín.	1000	50	20	400	200
Mirador Campiña Viva	60	50	1.2	24	12
Puente Colgante Parque Los Ranchos	140	50	2.8	56	28
Mirador El Matazano	900	50	18	360	180
Caserío El Cacahuito	1500	50	30	600	300
Quebrada de Apanta	225	50	4.5	90	45
Cascada El Salto Mágico	320	50	6.4	128	64

Tabla 61: Calculo Mlx

Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

$$FC_x = 1 - \left(\frac{Mlx}{Mt_x}\right)$$

Atractivo	Mt (m)	Área	NG	P	Mlx	FC _x
Puente Santa Rosa Guachipilín.	1000	50	20	400	200	0.8
Mirador Campiña Viva	60	50	1.2	24	12	1
Puente Colgante	140	50	2.8	56	28	1
Mirador El Matazano	900	50	18	360	180	1
Caserío El Cacahuito	1500	50	30	600	300	1
Quebrada de Apanta	225	50	4.5	90	45	1
Cascada El Salto Mágico	320	50	6.4	128	64	1

Tabla 62: Calculo FC

A partir de la aplicación de los factores de corrección mencionados anteriormente, se calculó la capacidad de carga real:

$$CCR = CCF * Fcsoc$$

Atractivo	CCF	Fcsoc	CCR
Puente Santa Rosa Guachipilín.	6000	0.8	4800
Mirador Campiña Viva	1080	1	1080
Puente Colgante Parque Los Ranchos	1680	1	1680
Mirador El Matazano	1800	1	1800
Caserío El Cacahuito	3000	1	3000
Quebrada de Apanta	900	1	900
Cascada El Salto Mágico	5760	1	5760

Tabla 63: Calculo CCR

RUTA	DESTINO TURISTICO	TAMAÑO (VISITAS/DIA)
Circuito Campiña Viva	Puente Santa Rosa Guachipilín.	4800
	Mirador Campiña Viva	1080
	Puente Colgante Parque Los Ranchos	1680
Circuito Verde	Mirador El Matazano	1800
	Caserío El Cacahuito	3000
	Quebrada de Apanta	900
Circuito Ruta Fresca	Parque Los Ranchos ²⁸	1163
	Cascada El Salto Mágico	4800

Tabla 64: Tamaño Circuitos Eco-Turísticos

²⁸ FUENTE: "Estudio de factibilidad para la ampliación y mejoramiento del parque recreativo "Los Ranchos" en el municipio de Santa Rosa Guachipilín", 2018.

1.6. Proyecto: Servicios Gastronómicos

Inventario Turístico Gastronómico	
Producción de miel artesanal	
	
Tipo de Producto.	
Artesanal	
Ubicación y situación actual	
<p>El proceso de recolección y tratamiento de la miel es prácticamente artesanal. Es un alimento totalmente natural, al que no se le añade ningún aditivo ni conservante. Este proceso es llevado a cabo en el cantón El Despoblado, donde se ha desarrollado la infraestructura que ha permitido el crecimiento de este proceso durante los últimos años, se vende de manera local en los municipios aledaños (al detalle) a través de encargos y entregas a domicilio (por barriles) y se planea en los próximos años exportar a estados Unidos.</p>	
Productos	
<ul style="list-style-type: none"> • Miel en medida de media Botella (\$3.00) • Miel en medida de una botella (5.00) • Barriles 	
Propuesta	
<p>Brindar un espacio de exposición de los productos en la Plaza Santa Rosa Guachipilín donde los productores puedan ofertar las diferentes presentaciones así como también derivados de estos productos y ampliar su gama de ofertas a los turistas.</p>	

Tabla 65: Producción de miel artesanal

Inventario Turístico Gastronómico

Producción de Queso artesanal



Tipo de Producto.

Artesanal

Ubicación y situación actual

El proceso de elaboración de lácteos se realiza por diversas familias en el municipio de Santa Rosa Guachipilín, llegando a ser reconocidos por su calidad y variedad de presentaciones, algo en lo que han trabajado estas familias desde hace muchos años. Los procesos son 100 % artesanales, respetando las medidas higiénicas mínimas necesarias para garantizar la calidad de los productos.

Productos

- Queso Fresco (Unidad) (\$3.00)
- Cuajada (Libras) (\$2.50)
- Leche de vaca en botellas(\$0.75)
- Requesón (Libras y media Libras) (\$1.50)
- Crema en botellas. (\$2.75)

Propuesta

Brindar un espacio de exposición de los productos en la Plaza Santa Rosa Guachipilín donde los productores puedan ofertar las diferentes presentaciones así como también derivados de estos productos y ampliar su gama de ofertas a los turistas.

Tabla 66: Ficha Técnica Producción de queso artesanal.

Inventario Turístico Gastronómico	
Produccion de Quesadilla artesanal	
	
Tipo de Producto.	
Artesanal	
Ubicación y situación actual	
<p>Las “Quesadillas de la Niña Mely”, son reconocidas en todo el municipio por su exquisito sabor, las cuales por tradición son elaboradas cada domingo o en ocasiones especiales si son solicitadas por encargo. Estas son reconocidas además por ser elaboradas en hornos totalmente artesanales, los cuales junto a su receta “familiar”, dan un sabor único y reconocido; formando así, un atractivo ya reconocido en hasta en las afueras del municipio.</p>	
Productos	
<ul style="list-style-type: none"> • Quesadillas en medidas de lata. (\$2.50) 	
Propuesta	
<p>Brindar un espacio de exposición de los productos en la Plaza Santa Rosa Guachipilín donde los productores puedan ofertar las diferentes presentaciones.</p>	

Tabla 67: Produccion de Quesadilla artesanal


Inventario Turístico Gastronómico	
Restaurantes de comidas típicas	
	
Ubicación y situación actual	
<p>Existen actualmente pequeños restaurants que ofrecen a los visitantes diferentes opciones de platillos, desde comida a la vista, platillos típicos, comida mexicana, etc.</p>	
Productos	
<ul style="list-style-type: none"> • Comida a la vista (Desde \$2.50 a \$4.50 por platillo) • Platillos típicos: • Yuca Frita (Desde \$1.50 por porción) • Empanadas (Desde \$0.50 por porción) • Pastelitos rellenos de carne (Desde \$0.50 por porción) • Tamales de elote (Desde \$0.35 por porción) • Pollo frito (Desde \$3.50 por platillo) • Comida mexicana (Desde \$4.00 por platillo) 	
Propuesta	
<p>Brindar un espacio de exposición de los productos en la Plaza Santa Rosa Guachipilín donde los productores puedan ofertar los diferentes platillos bajo condiciones adecuadas para los comensales, creando así un espacio de entretenimiento familiar.</p>	

Tabla 68: Restaurantes de comidas típicas

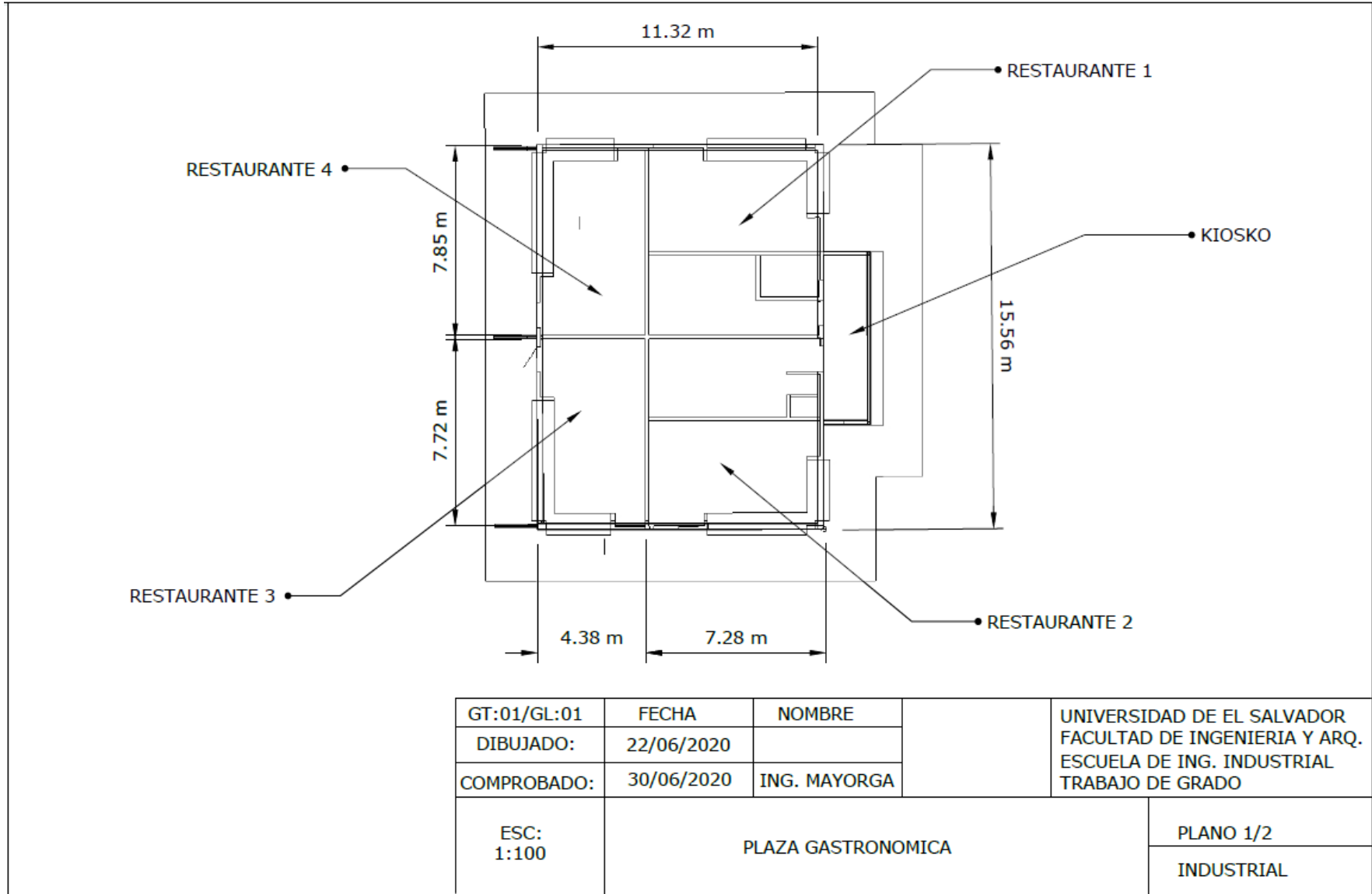
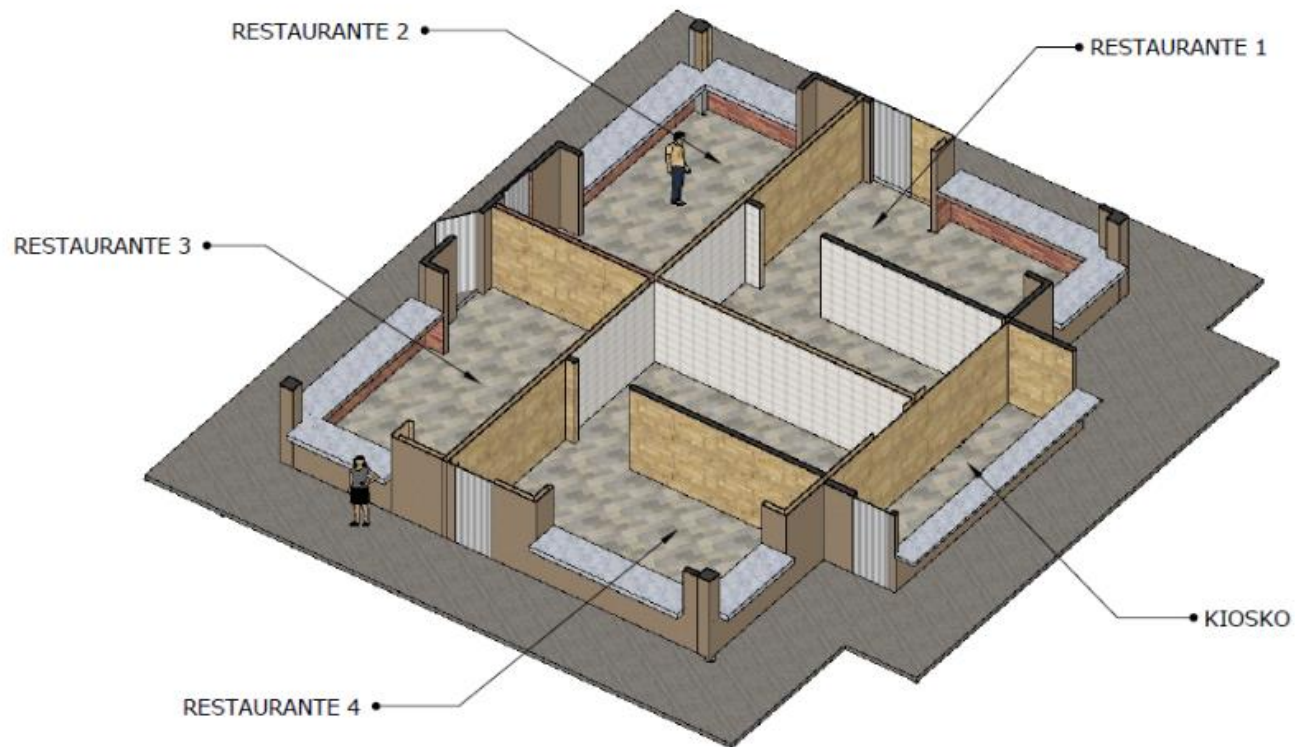


Ilustración 93: Dimensiones Plaza Gastronómica Propuesta



GT:01/GL:01	FECHA	NOMBRE	UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQ. ESCUELA DE ING. INDUSTRIAL TRABAJO DE GRADO
DIBUJADO:	22/06/2020		
COMPROBADO:	30/06/2020	ING. MAYORGA	
ESC: 1:130	3D PLAZA GASTRONOMICA		PLANO 1/2
			INDUSTRIAL

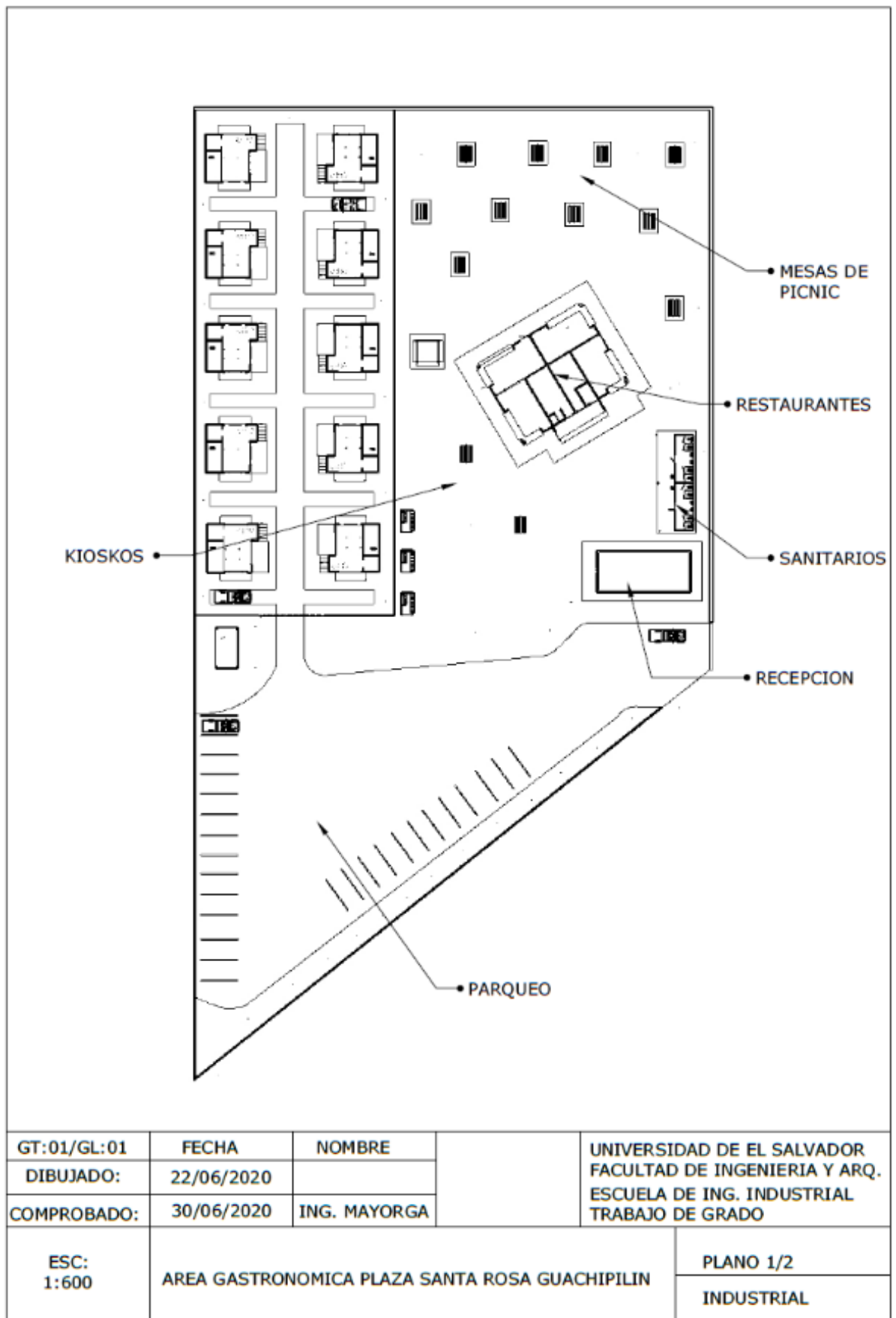


Ilustración 95: Área Plaza Gastronómica

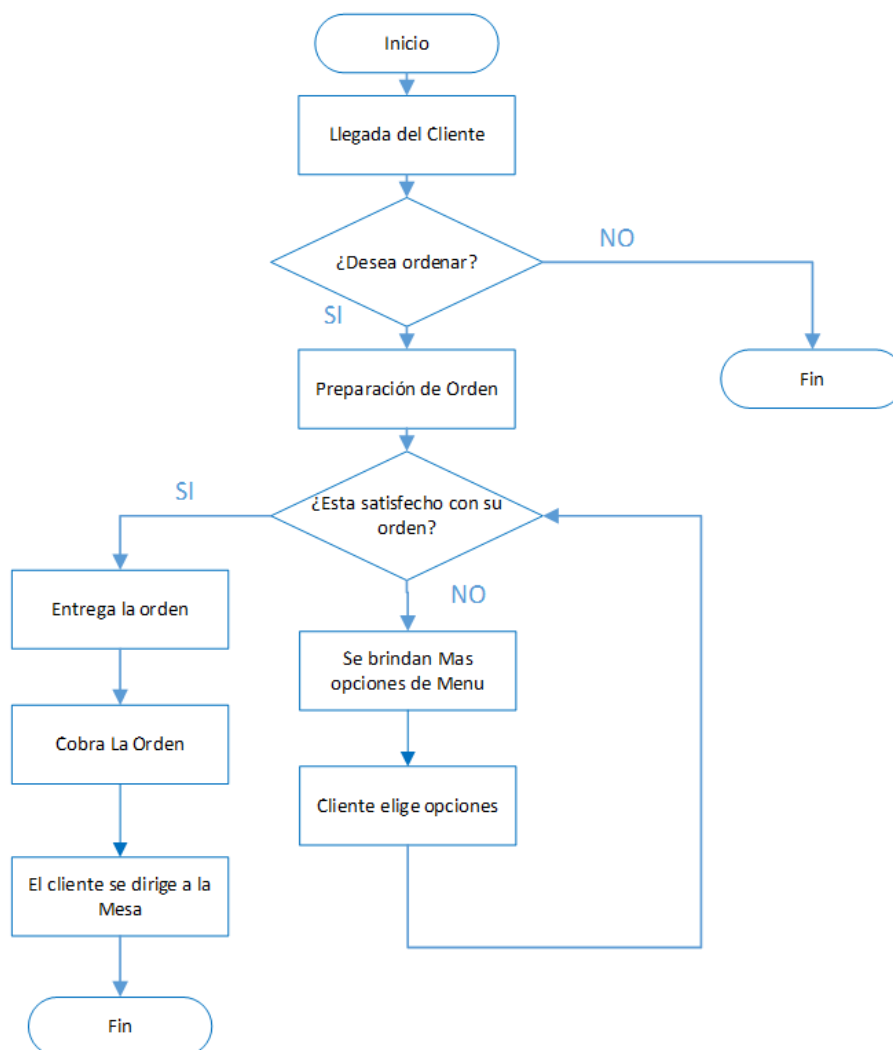


Ilustración 96: Diagrama Proceso

En cuanto a los insumos mensuales requeridos para el área de servicios gastronómicos, se presenta un listado general:

ITEM	COSTO
Consumo de Agua	\$12.00
Energía Eléctrica.	\$25.00
Gas	\$4500
Lavaplatos	\$3.00
Desinfectante	\$4.00
SUBTOTAL FIJO MENSUAL	\$48.50

Tabla 69: Insumos mensuales Gastronómicos

h) Mano de Obra del Proyecto de Servicios Gastronómicos.

A continuación se muestra una tabla con un listado que detalla la mano de obra requerida para la implementación del Proyecto de Servicios Gastronómicos:

CARGO	SALARIO/ MES	ISSS PATRO NAL	AFP PATRON AL	VACACIÓ N %	AGUINALD O %	TOTAL MENSUAL
Cocinero	\$400.0 0	\$30.00	\$31.00	\$10.00	\$16.67	\$487.67
Ayudante de cocina	\$350.0 0	\$26.25	\$27.13	\$8.75	\$14.58	\$426.71
Cajero	\$350.0 0	\$26.25	\$27.13	\$8.75	\$14.58	\$426.71
Total						\$ 1,341.09

Tabla 70: Mano de Obra

1.7. Proyecto: Servicios de Alojamiento.

1. Atención al cliente y recepción de solicitudes de certificación.

- Presentación de Solicitud de Certificación.
- Recepción y revisión de información de la empresa de acuerdo a esquema de certificación.
- Pago de servicio.

2. Evaluación documental y en instalaciones del prestador de servicios.

- Selección y notificación de equipo evaluador.
- Programación de la evaluación.
- Auditoría documental del cliente a evaluar.
- Auditoría en las instalaciones del cliente.
- Entrega de informe de auditoría.

3. Etapa de decisión de certificación.

- Análisis de resultados de la auditoría.
- Emisión de dictamen:
- Otorgamiento de certificación, o
- Seguimiento a deficiencias encontradas en la auditoría.

De la información recopilada se puede observar que actualmente las cabañas ofrecen un servicio muy moderno, pudiendo el huésped preparar sus propios alimentos dentro del alojamiento, hacer uso de los utensilios que una cocina básica. Todo lo anterior, sin dejar de lado la comodidad, la sensación de que se está rodeado de naturaleza.

i) Propuesta de Servicios de Alojamiento y Capacidad Instalada.

Derivado del estudio de la competencia, del ambiente donde se llevará a cabo el Plan de Desarrollo Turístico y de la capacidad económica de la contraparte, se concluye que el alojamiento que más se apropia es el de tipo **hostal con diseño rústico y cabañas**. Dentro del servicio de alojamientos se debe considerar todos aquellos elementos básicos que puedan ayudar a mejorar el servicio y proporcionar una excelente experiencia a los visitantes.

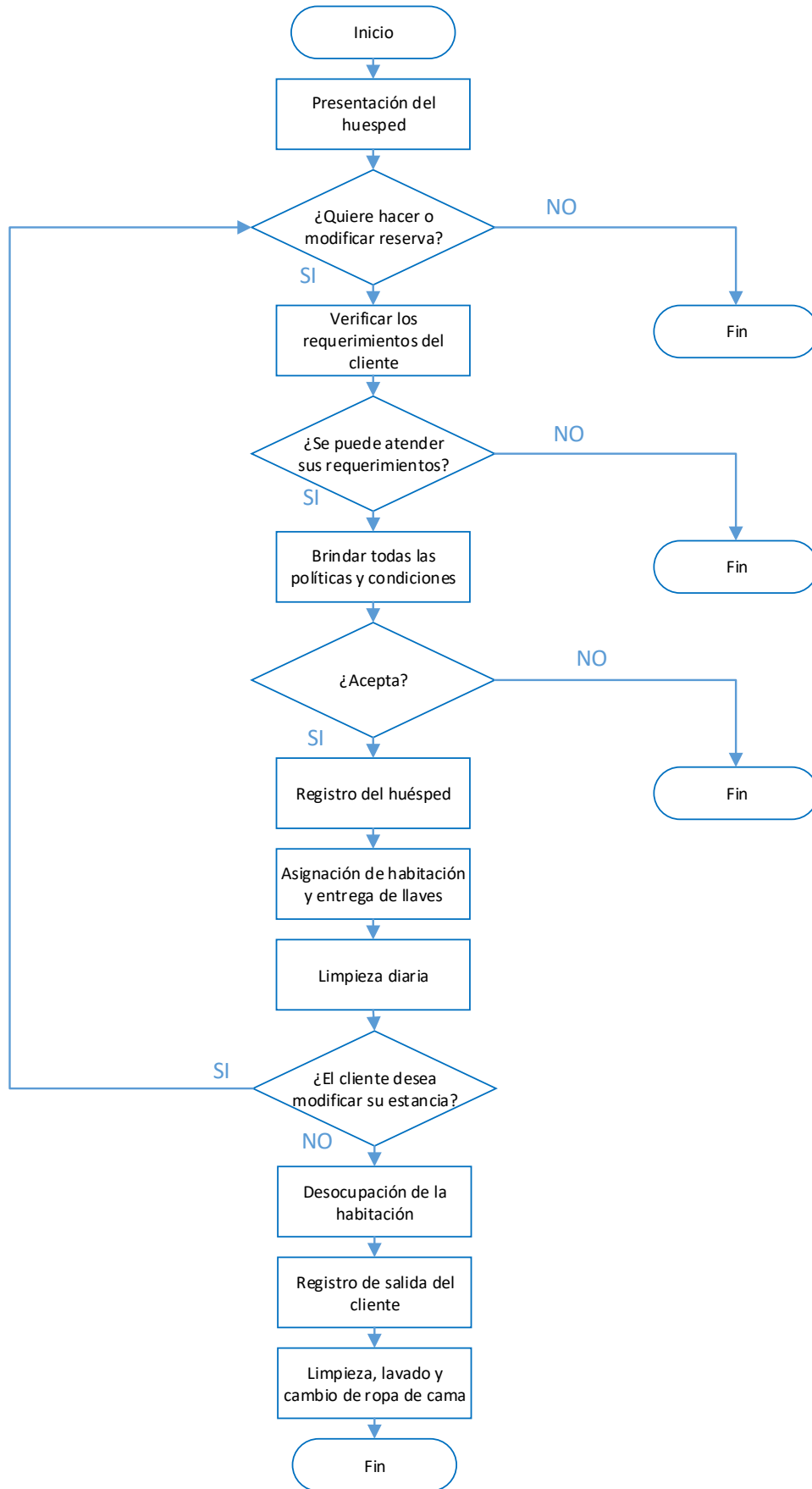
PROPUESTA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO.	
SERVICIO	PRECIO POR NOCHE
2 cabañas con 1 cama doble.	\$ 45.00 Por cabaña, para 1 o 2 personas.
2 cabañas con 1 cama doble y 1 individual.	\$ 50.00 Por cabaña, de 1 a 3 personas.* ²⁹
3 cabañas con 3 camas individuales.	\$ 15.00 por persona, 1 persona por cama. ** ³⁰
3 cabañas con 4 literas cada una.	\$ 10.00 por persona, 2 personas por litera.
Todas las cabañas deberán contar con los siguientes servicios:	
<ul style="list-style-type: none">• Sala de estar.• Cocina con utensilios básicos.• Habitación con equipamiento básico.	<ul style="list-style-type: none">• Baño.• Terraza• Meza de jardín.
CAPACIDAD INSTALADA DEL ALOJAMIENTO	43 PERSONAS

Tabla 71: Propuesta de servicios de alojamiento y capacidad instalada.

²⁹ Se podría permitir 2 adultos para cama doble y 2 niños menores de 15 años para cama individual bajo consideraciones administrativas.

³⁰ Este servicio se puede prestar para grupos o particulares que quieran compartir habitación. En el caso de grupo familiar se pueden aplicar consideraciones administrativas.

Ilustración 97: Diagrama de proceso de servicio al cliente en alojamiento.



j) Medidas y Protocolos en Caso de Pandemias y Epidemias.

Dado al precedente ocasionado por la pandemia del COVID-19, se tomarán las siguientes medidas.

Ingreso al hostel.

Toda persona que ingrese al hostel deberá cumplir con los siguientes procesos:

- Pasar por el Tapete Desinfectante. En caso de llevar maletas con ruedas, se deben rodar por el tapete.
- Todo lo que lleve consigo como bolsos, maletas, paquetes etc. deberá ser desinfectado al ingresar al hostel.
- Deberá llevar colocado el tapabocas. En caso de no tenerlo, le suministraremos uno.
- Someterse al control de toma de temperatura. Si alguien presenta síntomas de gripa o cuadros de fiebre mayor o igual a 38 °C deberá someterse a una evaluación de salud.

Check in y check out.

- Para el caso de huéspedes que ingresen para check in, estos deberán firmar un documento donde certifican que están bien de salud y se comprometen a dar aviso al hotel sí en los quince (15) días posteriores a la fecha de su check out llegan a tener cualquier eventualidad de salud relacionada con el COVID-19.
- Todos los huéspedes deberán contar con un kit que ayude a erradicar o minimizar la posibilidad de transmitir la enfermedad en cuestión.

Zonas comunes

- Las Áreas comunes y las áreas de operaciones se limpiarán y desinfectarán diariamente. Además, se realizará una desinfección general por aspersion al menos una vez por día (Áreas de mayor movimiento se desinfectan dos veces cada día).
- Todos los puntos de contacto frecuente en áreas públicas como: manijas de puertas, botones, mostradores, mesas, barandas, etc. se limpian diariamente y se desinfectan continuamente durante el día.
- En todos los baños habrá dispensadores de jabón y de toallas desechables, así como instructivos para el correcto lavado de manos.
- En todas las áreas del hostel se dispondrá de desinfectantes de manos debidamente aprobados con su respectivo instructivo de higienización de manos.

Habitaciones

- Las habitaciones serán sometidas a un proceso de revisión, en el cual se retirarán todos aquellos elementos que pudiesen representar riesgos para la transmisión.
- Eliminar papelería y reemplazarla por códigos QR.
- Para cada suite, habitación o apartamento que vaya a recibir un nuevo huésped, se le hará un proceso completo de desinfección por aspersion y con máquina de vapor.
- Además, se le colocará un juego de amenities debidamente empacado y desinfectado que incluya solución desinfectante.
- Los controles de TV y aire acondicionado se entregarán limpios, desinfectados y empacados en bolsa sellada.

ITEM	COSTO
COSTO FIJO MENSUAL POR CABAÑA	
Agua	10.00
Energía	20.00
Internet	7.00
Gas	12.00
Jabón	5.00
Papel higiénico	3.00
Escoba	2.00
Trapeador	1.00
Desinfectante	1.00
SUBTOTAL FIJO MENSUAL	61.00

k) Mano de Obra del Proyecto de Alojamiento.

Tabla 72: Mano de obra para la implementación del Proyecto de Alojamiento.

CARGO	SALARIO USD \$ MES	7.5 % ISSS PATRONA L	7.75 % AFP PATRONA L	VACACIÓ N PROPOR C.	AGUINALD O PROPORC.	TOTAL MENSUAL USD
Recepcionista	450	33.75	34.875	11.25	18.75	548.63
Limpieza	350	26.25	27.125	8.75	14.58	426.71
Limpieza	350	26.25	27.125	8.75	14.58	426.71
Vigilancia y Mantto.	350	26.25	27.125	8.75	14.58	426.71
Total						1828.75

l) Principales Actividades del Proyecto de Alojamiento.

Tabla 73: Principales actividades del Proyecto de Alojamiento.

ACT.	DEP.	DURACIÓN (DÍAS)	DESCRIPCIÓN	COSTO USD \$
1		28	Estudiar el producto y servicio a ofrecer.	100
2		140	Definir el producto y esperar a que se entregue la infraestructura esté.	100
3		21	Contratar personal encargado del alojamiento.	100
4		7	Capacitar personal encargado del alojamiento.	100
5		7	Comprar material y equipo para alojamiento.	2044.95
6		7	Instalar el equipo y alojamiento.	1200.00
7		28	Ofertar el servicio en las plataformas digitales	100.00
TOTAL				3672.95

1.8. Proyecto Integrado para el Manejo de Desechos Sólidos.

m) Metodología.

La elección del método o los métodos más adecuados para el manejo de desechos sólidos en una determinada zona representa un problema complejo. Esto procede del número de variables con las que se plantea el problema.

- Densidad de población.
- Cantidad y composición de los desechos sólidos (Normas de desechos sólidos).
- Permanencia (tiempos y movimientos).
- Forma de recolección (tren de aseo municipal, recolección contratada, etc.).
- Formas de disposición final (relleno sanitario).
- Procedimientos alternativos de tratamiento (reducción, reutilización, reciclaje, compostaje, etc.).

Cada una de estas y otras variables, se traduce en costos directos, sociales, políticos, ecológicos y económicos, diferentes. Por ello, si se pretende tomar decisiones sobre bases racionales, es imprescindible que la elección de cada una de las alternativas técnicas contemple las características concretas que en cada caso puede revestir el problema del tratamiento o el uso productivo de los desechos sólidos. El área urbana del municipio cuenta con una extensión territorial de 38.41 kilómetros cuadrados aproximados, con una población de 7,909 habitantes y para su administración se lo divide en 6 cantones y 25 caseríos con una tasa de incremento anual de desechos sólidos de 3.7 %.

Con esto planteado es necesario solventar las distintas interrogantes para finalizar el estudio y verificar si la metodología es la correcta y la ideal para el proyecto. Por tanto, tenemos:

- ¿Aún es funcional el actual sistema de gestión de desechos sólidos que implementa el municipio de Santa Rosa Guachipilín?
- ¿Cuál Modelo de Manejo Integrado de Desechos Sólidos, es el más adecuado para implementar en el casco urbano del municipio?
- ¿Cuál es el beneficio-costado de implementar la ejecución de un relleno sanitario administrado por la municipalidad, en comparación del uso del actual sistema de disposición final en MIDES?

n) Generalidades.

➤ La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales de México los define como: Materiales inútiles y dañinos (algunas veces peligrosos). Incluyen la basura municipal, los desechos generados por las actividades comerciales e industriales, el lodo de las aguas negras, los desperdicios resultantes de las operaciones agrícolas y de la cría de animales y otras actividades relacionadas, los desechos por demolición y los residuos de la minería. Los desechos sólidos también se refieren a los líquidos y gases en envases.

➤ El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales de El Salvador los define como:

Residuos sólidos que no tienen ninguna utilidad aparente para el ser humano, por ejemplo, la basura; pero este concepto es muy ambiguo y por tal razón se presentan a continuación una serie de definiciones técnicas que ayudarán a entender este concepto.

- **Cenizas:** residuos de la combustión de la madera, carbón u otros materiales.
- **Basura:** Es todo residuo sólido putrescible y no putrescible (excepto excrementos). La basura incluye: desperdicios, desechos, cenizas, producto del barrido de las calles, animales muertos y restos sólidos procedentes de los mercados.
- **Desperdicios:** residuos putrescibles, animales o vegetales procedentes del manejo, preparación y consumo de alimentos.
- **Desechos:** residuos sólidos no putrescibles (excepto cenizas) tanto combustibles como no combustibles.

➤ Desechos Sólidos.

Desechos sólidos: Son los restos de materiales, sustancias, soluciones, mezclas u objetos en estado sólido o semisólido producidos por las actividades humanas, considerados por los generadores como inútiles y para los cuales no se prevé un destino inmediato por lo que deben ser eliminados o dispuestos en forma permanente.

Según lo antes mencionado, los residuos constituyen una fuente valiosa de materias útiles y su generación y eliminación adecuada no sólo constituye un atentado contra el medio ambiente, sino también un despilfarro inadecuado de recursos.³¹

➤ Tipos de Desechos Sólidos.

Desechos sólidos domésticos: también llamados residuos sólidos urbanos, son un tipo de residuo que incluye principalmente los residuos domésticos (basura doméstica) a veces con la adición de productos industriales procedentes de un municipio o de una zona determinada.

Estos desechos, ya sean en estado sólido o en forma semisólida, en general, excluyendo los desechos peligrosos industriales, hacen referencia a los residuos que quedan procedentes de los hogares y contienen materiales que no se han separado o enviado para su reciclaje.

1. **Los desechos biodegradables:** Los productos derivados de la alimentación y de la cocina, residuos verdes, el papel (también puede ser reciclado).
2. **Material reciclable:** papel, vidrio, botellas, latas, metales, algunos plásticos, etc.
3. **Desechos inertes:** Los materiales sobrantes del mundo de la construcción y la demolición, suciedad, piedras, escombros.
4. **Desechos compuestos:** Desechos de prendas de vestir, Tetra Pak, y los desechos de plástico como juguetes.

³¹ [Garrido, 1998, Pág. 13].

5. **Desechos domésticos peligrosos:** (también llamados "residuos peligrosos del hogar") y los desechos tóxicos: Medicamentos, desechos electrónicos, pinturas, productos químicos, bombillas, tubos fluorescentes, aerosoles, fertilizantes y plaguicidas, baterías, betún de zapatos, etc.

Desechos Sólidos Peligrosos: El término comprende a los desechos peligrosos derivados de todos los productos químicos tóxicos, materiales radiactivos, biológicos y de partículas infecciosas.

1. **Desechos sólidos hospitalarios:** son desechos que provienen del uso de la medicina, también conocidos como residuos clínicos. Se refiere normalmente a los productos de desecho que no pueden considerarse residuos en general, producidos a partir de la atención sanitaria en locales, tales como los hospitales.
2. **Desechos tóxicos:** son los desechos que son perjudiciales para la salud humana y para el desarrollo de la vida, es decir que puedan contaminar de alguna manera el medio ambiente y que este pueda ser modificado, entre estos ejemplos están, la radiación y desechos químicos como los ácidos.
3. **Desechos radiactivos:** son los tipos de residuos que contienen elementos químicos radiactivos y que no tienen un propósito práctico. Por lo general son productos de los procesos nucleares, tales como la fisión nuclear. Sin embargo, la industria hospitalaria no está directamente vinculada a la industria nuclear y puede producir grandes cantidades de residuos radiactivos.

Desechos Sólidos Especiales: El término comprende a los desechos provenientes de los productos de uso masivo, que por sus cantidades o su peligrosidad merecen una gestión separada y especial, tales como baterías agotadas de plomo-ácido, vehículos fuera de uso (VFU), neumáticos fuera de uso (NFU), aceites lubricantes usados, residuos de aparatos electrónicos y electrodomésticos (RAEE), etc.

➤ **Composición de los desechos sólidos**

Composición es el término utilizado para describir los componentes individuales que constituyen el flujo de residuos sólidos y su distribución relativa, usualmente basada en porcentajes por peso. La información sobre la composición de los residuos sólidos es importante para evaluar las necesidades de equipo, los sistemas y los programas y planes de gestión. Por ejemplo, si los residuos sólidos generados en una instalación comercial se componen solamente de productos de papel, puede ser apropiado el uso de un equipo especial de procesamiento, como trituradoras y embaladoras. También se puede considerar la recolección por separado si la municipalidad está involucrada en un programa de reciclaje de productos de papel.³²

³² [Tchobanoglous, 1994, Pág. 55].

Componente de los Desechos	Población Menor a los 3000 Habitantes (%)	Población de 3000 a 15000 Habitantes (%)	Población de 15000 a 50000 Habitantes (%)
Materia Orgánica	76.00	71.97	64.78
Papel y Cartón	6.53	6.94	15.93
Plásticos	11.40	7.91	9.73
Textiles	4.44	2.56	3.09
Metales	1.13	1.17	2.61
Madera	0.13	1.42	0.57
Cuero	0.38	0.22	0.61
Vidrio	1.44	2.36	2.09
Finos	1.56	5.45	0.62

Tabla 74: Composición de los desechos obtenidos en estudios realizados. Fuente: TRIANGLE INSTITUTE (RTI Internacional)

Componente	Países de Bajo Ingreso	Países de Mediano Ingreso	Países de Alto Ingreso
ORGÁNICOS			
Residuos de Comida	40 - 85	20 - 65	6 - 30
Papel	1 - 10	8 - 30	20 - 45
Cartón	1 - 10	8 - 30	5 - 15
Plásticos	1 - 5	2 - 6	2 - 8
Textiles	1 - 5	2 - 10	2 - 6
Goma	1 - 5	1 - 4	0 - 2
Cuero	1 - 5	1 - 4	0 - 2
Residuos de Jardín	1 - 5	1 - 10	10 - 20
Madera	1 - 5	1 - 10	1 - 4
Misceláneos	---	---	---
INORGÁNICOS			
Vidrio	1 - 10	1 - 10	4 - 12
Latas de Hojalata	---	---	2 - 8
Aluminio	1 - 5	1 - 5	0 - 1
Otros Metales	---	---	1 - 4
Suciedad y Cenizas.	1 - 40	1 - 30	0 - 10

Tabla 75: Distribución típica de componentes en los DSU domésticos para países de Bajo, Medio y Altos Recursos.

Caracterización de los desechos sólidos.

Las características de los residuos sólidos varían dependiendo de la ciudad y el país en que son generados, ya que éstos se generan en función de los diferentes hábitos y costumbres de la población, de las actividades dominantes, del clima, las estaciones y otras condiciones locales que se modifican con los años.

Tipo	Característica	Unidad
Físicas	Peso	Kg
	Producción Per cápita	Kg/hab/dia
	Volumen	m ³
	Peso Especifico	Kg/ m ³

	Composición	% de elemento
	Humedad	%
Químicas	Hidrogeno y Carbono	%
	Nitrógeno	%
	Fosforo	%
	Potasio	%
	Solidos Volátiles y Cenizas	%
	Poder Calorífico	Kcl/Kg
Biológicas	Organismos Patógenos	---
	Roedores y Vectores	---

Tabla 76: Características de los Residuos Sólidos

Tipos de Recolección de Desechos Sólidos:

1. El servicio de recolección es brindado directamente por la municipalidad: esto significa que los materiales y equipo son propiedad de la municipalidad y el recurso humano y costos son pagados por la alcaldía.
2. El servicio de recolección es a través de un particular: generalmente por contrato, aunque éstos en su mayoría son acuerdos verbales. Representa que la municipalidad paga al transporte, que incluye el motorista y la tripulación, un monto estipulado, que puede ser un pago por viaje, por mes o por día.
3. El servicio de recolección es compartido: esto quiere decir que la municipalidad alquila el transporte y la tripulación de aseo son empleados municipales. Generalmente el dueño del transporte incluye al motorista para trabajar con la cuadrilla municipal.
4. El servicio de recolección es mixto: la existencia de cuadrillas con equipo y recursos de la municipalidad y cuadrillas dadas por contrato. Esta modalidad se da principalmente en las ciudades grandes donde la demanda del servicio es más exigente y optan por conseguir los recursos en el mercado.
5. El servicio de recolección es mixto y compartido: parecida a la anterior, con la diferencia que el privado contratado utiliza la cuadrilla municipal. Esto sucede en las ciudades medianamente grandes que tienen los vehículos de recolección en pésimo estado y rentan el transporte para brindar el servicio.
6. Acuerdos intermunicipales: la existencia de acuerdos entre alcaldías donde el equipo de aseo público hace la recolección en la alcaldía vecina sin hacer ningún cobro.

Servicio de recolección de desechos

- La frecuencia del servicio de recolección varía desde 1 día/semana hasta los 7 días/semana. Las mayores frecuencias se dan en las ciudades con mayores poblaciones.
- Prevalen los horarios matutinos para las jornadas de trabajo, preferentemente iniciando a las 6 AM, 7 AM y 8 AM.
- Es común la utilización del vehículo recolector de basura para otros menesteres que no son el aseo público, como por ejemplo el acarreo de materiales, transporte de personal hasta es utilizado de ambulancia.
- La recolección de los DSU se lleva a cabo en una cantidad variable de horas en cada municipio.

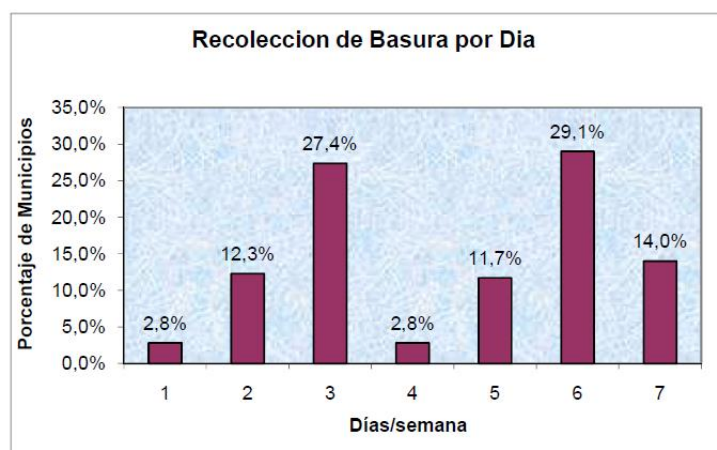


Ilustración 98: Primer Censo Nacional de Recolección de Desechos Sólidos

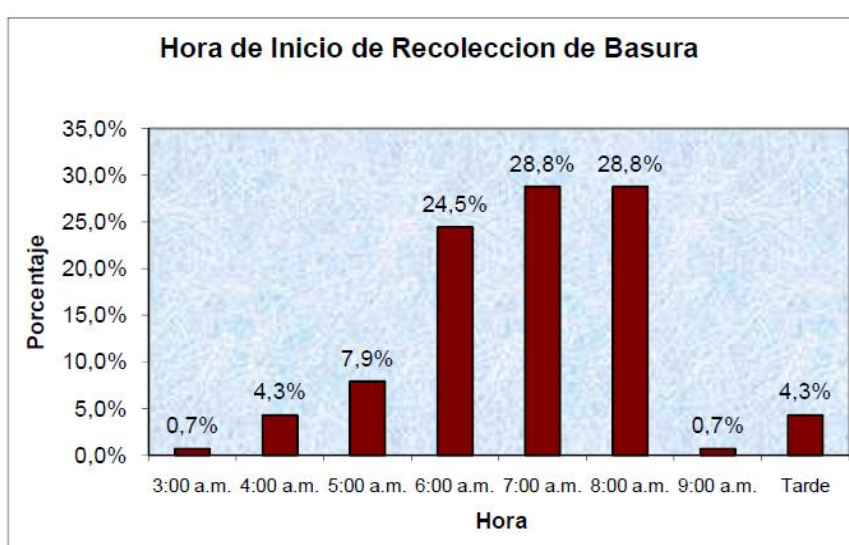


Ilustración 99: Promedio de Horas de Trabajo

o) Aspectos Financieros y Económicos.

Los costos en los que incurre la municipalidad por la prestación del servicio de aseo cuentan con dos componentes: los costos directos, que son los costos provenientes directamente de las actividades de la prestación del servicio, los cuales fueron proporcionados por el departamento de contabilidad de cada municipalidad, y los costos indirectos, que en el caso de las municipalidades, proviene de los costos administrativos-operativos de la municipalidad cargados como un porcentaje de acuerdo al tiempo que demandan los servicios en las diferentes áreas administrativas de la municipalidad.

➤ Tipología Municipal.

Los municipios a nivel nacional han sido clasificados en una tipología que proporciona una clasificación de los municipios de acuerdo a aspectos demográficos, económicos, geográficos, sociales, entre otros. Esta clasificación de tipología ha sido obtenida del documento elaborado por el programa PROMUDE/GTZ junto con el Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local – FISDL, llamado “Propuesta de una Tipología de los Municipios en El Salvador”,

- **Tipo 1:** están agrupados los municipios de mayor número de habitantes, mayor tasa de urbanización y mayores niveles de satisfacción de necesidades básicas.
- **Tipo 2:** se caracterizan por ser de tamaño secundario, con una mezcla de población urbana y rural, pero principalmente urbano, y un INBI (Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas) intermedio/menor.
- **Tipo 3:** se diferencian del segundo por ser un poco menos poblados, siempre con una mezcla entre urbano y rural, pero con mayor población en las zonas rurales, y un INBI intermedio.
- **Tipo 4:** son de tamaño más pequeño, principalmente rural, y un INBI mayor.
- **Tipo 5:** se caracterizan por tener menor número de habitantes, por ser eminentemente rurales, y con índices de necesidades básicas insatisfechas más elevados.

Las diferencias entre los municipios de Tipo 1 y 5 son bastante evidentes, ya que representan los dos extremos de condiciones entre número de habitantes, nivel de urbanización y la calidad de vida de la población, representado por el INBI. Los tipos 2, 3 y 4 presentan situaciones intermedias, pero donde el tipo 2 es más cercano al tipo 1, y el tipo 4 más cercano al tipo 5. La tabla 2.7 resume los resultados de los promedios, y los valores mínimos y máximos de los municipios agrupados en el respectivo tipo

Variable	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3	Tipo 4	Tipo 5	Total
Número de municipios	11	14	65	103	69	262
Número de habitantes						
Promedio	150,738	81,793	21,466	13,954	9,277	23,954
Mínimo	10,306	1,688	2,645	651	540	540
Máximo	479,605	248,964	107,533	66,899	46,239	479,605
Urbanización						
Promedio	77	65	40	29	21	33
Mínimo	22	3	4	0	0	0
Máximo	100	100	83	79	100	100
INBI						
Promedio	15	27	37	46	58	44
Mínimo	8	22	31	41	52	8
Máximo	19	30	40	51	69	69

Tabla 77: Tipología Municipal

Costos Promedio por Tonelada Recolectada.

Costos Promedio por Tonelada Recolectada	
Tipología	\$ / Ton
1	\$71.10
2	\$44.04
3	\$65.01
4	\$77.69
5	\$118.36

Tabla 78: Costos Promedio por Tonelada Recolectada

Al observar el costo promedio por tonelada recolectada y transportada de desechos sólidos para los municipios de Tipología 1 podemos ver que el valor de la tonelada de desechos es mayor que los de Tipología 2 y 3, sin embargo, es de tener en cuenta que dicho valor incluye la disposición final de desechos sólidos, que en el caso de los municipios de Tipología 1 todos la realizan en un relleno sanitario. Siempre al observar los valores del costo promedio por tonelada recolectada y transportada en la Tabla 5 se puede ver que conforme aumenta la tipología del municipio el costo se incrementa, esto se da debido a que entre más pequeño es un municipio tiende a tener costos directos e indirectos por tonelada mayores.

p) Aspectos legales

La gestión de los desechos sólidos en El Salvador es una responsabilidad compartida entre las autoridades nacionales y locales. Las autoridades nacionales tienen como principal responsabilidad facilitar y estandarizar la gestión de los desechos sólidos. Mientras que los actores locales tienen como responsabilidad la operación del sistema de manejo de desechos sólidos. La legislación aplicable de El Salvador para el manejo de los desechos sólidos es la siguiente:

Aspectos Legales y Consolidados	
Constitución de la República de El Salvador.	En los artículos 65 y 117 establece la responsabilidad del estado en cuanto a la preservación del medio ambiente y la salud de los ciudadanos.
Ley del Medio Ambiente.	En el artículo 52 se establece la formulación y aprobación de un programa nacional para el manejo Integral de los desechos sólidos, y establece que las actividades, obras y proyectos tales como sistemas de tratamiento, confinamiento y eliminación, instalaciones de almacenamiento y disposición final de residuos sólidos y desechos peligrosos deben someterse a la evaluación ambiental para obtener su permiso ambiental de ubicación y operación.
Código de Salud	En el artículo 56 literal C se establece la obligación de desarrollar programas para la eliminación de basura y otros desechos. Los artículos 74 al 78 establecen al Ministerio de Salud Pública como autoridad responsable de la ubicación de botaderos públicos de basura. En el artículo 76 establece la obligación a los propietarios, poseedores de predios baldíos y de sitios abiertos de cerrarlos para evitar que se conviertan en basureros públicos.
Código Municipal	En el artículo 3 se establece la autonomía del municipio en cuanto al decreto de ordenanzas y reglamentos locales y en cuanto a la elaboración de sus tarifas de impuestos y reformas a las mismas para proponerlas como ley a la Asamblea Legislativa. En el artículo 4 numeral 5 establece la promoción y desarrollo de programas de salud como saneamiento ambiental. En el artículo 4 numeral 19 se establece la prestación del servicio de aseo, barrido de las calles, recolección y disposición final de basura. Los artículos 6,7 y 18 describen el poder

	del municipio de ejecutar ellos mismos o por medio de empresas privadas los servicios de aseo público.
Reglamento especial sobre el manejo integral de los desechos sólidos.	En el artículo 1 se establece la regulación del manejo de los desechos sólidos de origen domiciliario, comercial, de servicios o institucional; sean procedentes de la limpieza de áreas públicas, o industriales similares a domiciliarios, y de los sólidos sanitarios que no sean peligrosos. En el artículo 2 se establece la ampliación de las disposiciones del reglamento en todo el territorio nacional y serán de observancia general y de cumplimiento obligatorio para toda persona natural o jurídica. En el resto de los artículos se desarrollan las disposiciones para el manejo integral de cada una de las etapas del proceso.

Tabla 79: Consideraciones Legales para la Recolecta de DSU.

q) Servicio de Limpieza Pública.

Aspecto	Descripción
Técnico	Fácil implementación; operación y mantenimiento sencillos; uso de recursos humanos y materiales de la zona; comprende desde la producción hasta de disposición final de residuos sólidos.
Social	Fomenta los hábitos positivos de la población y desalienta los negativos; es participativo y promueve la organización de la comunidad.
Económico	Costo de implementación, operación, mantenimiento y administración al alcance de la población que debe sufragar el servicio.
Organizativo	Administración y gestión del servicio simple y dinámica; es racional.
Salud	Se inscribe en un programa mayor de prevención de enfermedades infecciosas.
Ambiental	Evita impactos ambientales negativos en el suelo, agua y aire.

Tabla 80: Características Principales de Limpieza Pública

➤ Gestión de la basura

La gestión de la basura recae en la municipalidad, debido a que la mayoría de los atractivos turísticos propuestos para los circuitos se encuentran en zonas rurales y distantes del casco urbano. El procedimiento de recolección de desechos deberá realizarse inmediatamente finalizado el circuito, para facilitar el manejo cuando se haya finalizado la estadía en cada atractivo rural se recolectará la basura y se colocará en puntos estratégicos cercanos al casco urbano para que finalizado el circuito dichos desechos sean recogidos. Cada atractivo turístico ubicado en zonas rurales será amueblado con los siguientes propuestos:

Color	Tipo de Desecho
Verde	Residuos Orgánicos
Azul	Plásticos
Amarillo	Metales
Blanco	Vidrios
Gris	Papel y Cartón
Rojo	Material contaminado con fluidos corporales y los corto punzantes que han tenido contacto con pacientes y fluidos corporales

Dichas bolsas se distribuirán de acuerdo a la cantidad de viviendas en el Casco Urbano del Municipio para poder incentivar y a la vez educar a la población acerca de la clasificación de los desechos sólidos en los hogares. La aplicación de la estrategia también incluye la colocación de recipientes especiales en los diferentes barrios del Casco Urbano del Municipio de Carolina para la clasificación de desechos en diferente color y de acuerdo a las siguientes características:



- Ancho Delantero 50cm
- Altura 100cm
- Peso 4Kg
- Colores: Amarillo, Azul, Gris y Rojo.
- Resistencia a Rayos Ultravioleta
- Resistente a Altas Temperaturas
- Tapas de Fácil Acceso y Sellado

r) **Transferencia.**

Es el traslado de DSU desde un vehículo de recolección pequeño hasta uno de mayor capacidad. En aquellas ciudades donde la distancia desde el punto de recojo hasta el de disposición final es superior a 20 km o el tiempo de viaje toma más de 15% de la jornada de trabajo, se presentan problemas económicos en el sistema porque el servicio resulta más costoso. En estos casos, se suele utilizar estaciones de transferencia y medios de transporte vial, ferroviario o barcazas.

s) **Separación de Desechos Sólidos**

El abastecimiento de materias primas no es ilimitado y la recuperación de lo que se considera como residuo constituye un elemento esencial para la conservación de los recursos naturales; por lo tanto, su reutilización, reciclaje y empleo constructivo se constituyen en una actividad importante en la gestión integral de los DSU, cuyo objetivo último es la disminución de su volumen y, especialmente, su aprovechamiento económico.

Algunas de las ventajas que le podría reportar al municipio la recuperación de estos materiales en el origen son:

- Generar empleo organizado por medio de grupos cooperativos.
- Reducir el volumen de RSM.
- Disminuir las necesidades de equipo recolector.
- Aumentar la vida útil de los rellenos sanitarios y, por lo tanto, disminuir la demanda de terrenos, que son cada día más escasos y costosos.
- Disminuir los costos por la prestación del servicio de aseo urbano.
- Conservar los recursos naturales y proteger el ambiente.

t) Disposición Final de Desechos Sólidos.

La disposición final es la última etapa operacional del servicio de aseo urbano. El método de disposición final de prácticamente todos los DSU lo constituye el relleno sanitario. Es el único admisible, ya que no representa peligro alguno ni riesgos para la salud pública. Además, minimiza la contaminación y otros impactos negativos en el ambiente. En los capítulos siguientes se consignarán los detalles más importantes sobre esta obra de saneamiento básico.

Alternativa / Situación	Descripción
Disposición en la vía pública	Esto es común en zonas que no cuentan con un servicio de recolección. El generador de DSU los dispone en algún lugar o botadero público.
Disposición local sin control en pequeños botaderos	Existe un servicio de recolección primaria y un transporte incipiente hacia un sitio cercano (por lo general, dentro de la ciudad) donde se colocan los residuos sin control alguno.
Botadero o vertedero municipal sin control	Existe recolección primaria y secundaria. Los DSU se transportan y disponen sin control alguno en un sitio alejado de la ciudad o bien fuera de ella.
Relleno controlado	Existe recolección primaria y secundaria. Los DSU se transportan y disponen con un control moderado en un sitio deliberadamente diseñado para tal fin y ubicado fuera de la ciudad. Los DSU se entierran con una frecuencia regular.
Relleno sanitario	El relleno sanitario es diseñado, construido y operado con criterios de ingeniería sanitaria y ambiental. El sitio cuenta con los permisos y requisitos de ley, y existe un programa de monitoreo ambiental. Los impactos ambientales son marginales y la población no se opone al proyecto.

Tabla 81: Proceso de Desarrollo en disposición final de Desechos en ciudades.

Recursos Humanos	Cantidad	Pagos	Costo(T)
Jefe Administrativo	1	\$500.00	\$500.00
Jefe de Recolección y Compostaje	1	\$500.00	\$500.00
Recolectores	2	\$400.00	\$800.00
Motoristas	1	\$350.00	\$350.00
Compostaje	2	\$400.00	\$800.00
Separadores y Relleno Sanitario	2	\$400.00	\$800.00
Vigilante de Fabrica	1	\$350.00	\$350.00
Mecánico	1	\$350.00	\$350.00
TOTAL, Mensual			\$4450.00
TOTAL, Semestral			\$26,700.00

Tabla 82: Requerimientos de Personal para Manejo de Desechos Solidos

Equipos de Protección para el tratamiento de Residuos.

Para cada empleado del servicio de aseo público se le deberá brindar el siguiente equipamiento: 2 uniformes, 1 capa para lluvias, 2 pares de guantes, 2 par de zapatos y 8 mascarillas al mes; cuyos costos serán absorbidos en su totalidad por la municipalidad.

Tabla 83: Requerimientos de Materiales y Equipos

Materiales e Insumos	Descripción	Cant.	Costo	Total
 <p>Ilustración 100: Uniforme del Tren de Aseo</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ropa Especial (Petos) Ropa de alta visibilidad y chalecos de seguridad con reflectancia. 	18	\$22.00	\$396.00
 <p>Ilustración 101: Capa Impermeable</p>	<ul style="list-style-type: none"> Vestimenta de Impermeabilidad. Echa de Fibras finas de Plástico. Protector de Cabeza. 	9	\$12.50	\$112.50
 <p>Ilustración 102: Guantes de Protección</p>	<ul style="list-style-type: none"> Agarre firme antideslizante Puntos de goma en ambos lados Fabricados en algodón y poliéster. 	18	\$8.00	\$144.00
 <p>Ilustración 103: Botas Impermeables</p>	<ul style="list-style-type: none"> Hule virgen de la más alta calidad Suela buff antideslizante 	18	\$22.50	\$405.00
 <p>Ilustración 104: Pala de Recolección</p>	<ul style="list-style-type: none"> Mango de madera corto Cuchara de lámina 1.3 mm Ideal para excavaciones 	9	\$5.00	\$45.00
	<ul style="list-style-type: none"> Práctico y fácil de usar Cabeza de acero mango de madera 	9	\$8.00	\$72.00

<i>Ilustración 105: Rastrillo</i>				
	<ul style="list-style-type: none"> • Filtración del 95% • 3 capas de protección. • Contenido 50 piezas. 	4	\$5.00	\$20.00
<i>Ilustración 106: Mascarillas</i>				
	<ul style="list-style-type: none"> • Ancho Delantero 50cm • Altura 100cm • Peso 4Kg • Colores: Amarillo, Azul, Gris y Rojo. 	20	\$12.00	\$240.00
<i>Ilustración 107: Basureros por Categoría de Color</i>				
TOTAL				\$1434.50

u) **Resumen Total de Costos en el Manejo de Desechos Sólidos Semestral.**

Requerimientos	Costos Totales
Recursos Humanos	\$26,700.00
Recursos Materiales y Equipo	\$1,434.50
Mantenimiento y Limpieza	\$2,635.70
Total, Semestral	\$30,770.20

Tabla 84: *Requerimientos Totales para el Manejo de Desechos Sólidos.*

2. Programa: Capacitación y Formación de RRHH.

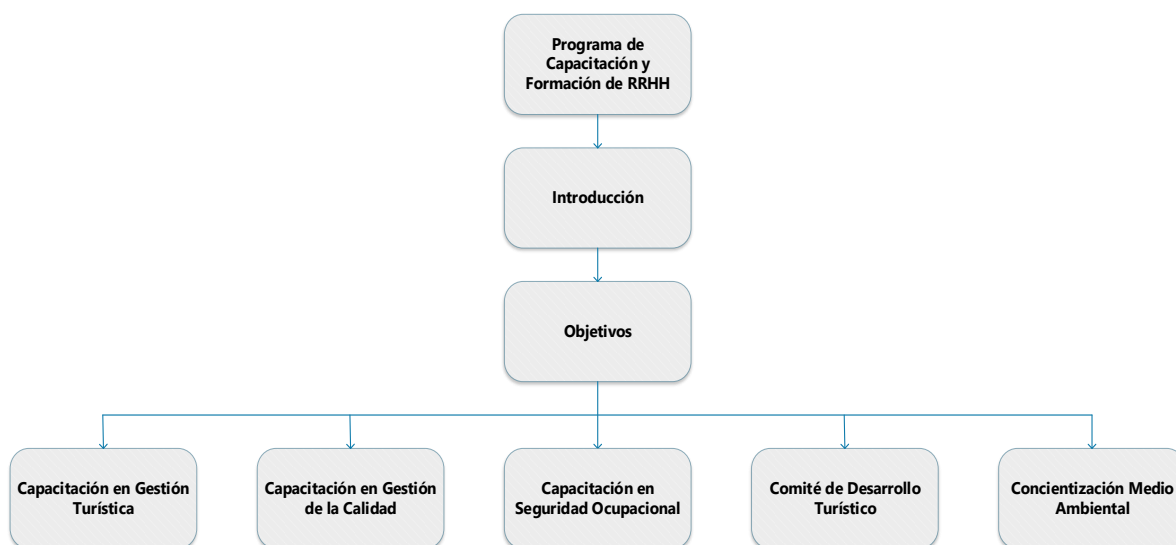


Ilustración 108: Esquema de Programa: Capacitación y Formación de Recursos Humanos.

2.1. Introducción.

La capacitación, por un lado, es el plan que se alinea con los objetivos estratégicos del Plan, para impartir a los empleados motivación y transmitir los conocimientos y habilidades necesarios para llevar adelante los requerimientos del puesto de trabajo. Por su parte el desarrollo de los recursos humanos implica un aprendizaje que va más allá de la capacitación para el puesto de trabajo, y tiene un enfoque a largo plazo.

La capacitación como todo proceso educativo cumple una función eminente; la formación y actualización de los recursos humanos, reditúa en el individuo como progreso personal y en beneficio de sus relaciones con el medio social. En la sociedad actual, la capacitación es considerada como una forma extraescolar de aprendizaje, necesaria para el desarrollo de cuadros de personal calificado e indispensable para responder a los requerimientos del avance tecnológico y elevar la productividad en cualquier organización.

2.2. Objetivos.

Lograr mayores rendimientos a través de la capacitación y desarrollo es la meta estratégica en todas las organizaciones y proyectos. Considerando la capacitación bien planificada una inversión y no un gasto. Los programas de capacitación fortalecen la satisfacción del cliente, contribuyen al desarrollo organizacional, e impactan positivamente en los resultados financieros. Un estudio financiado por el Departamento de Educación de los Estados Unidos desatacó el potencial de la capacitación corporativa para influir en la productividad. Las conclusiones a las que arribaron fueron:

- Aumento 10% capital en acciones de capacitación aumenta la productividad en 3,2%
- Incremento 10% horas de trabajo de una persona aumenta la productividad en 6 %
- Aumento del 10% nivel educativo de una persona aumenta la productividad en 8,6%

a) **Objetivo General.**

Presentar un Programa completo que contenga todas aquellas capacitaciones y enseñanzas necesarias para que los distintos actores de la mancomunidad Trifinio tengan un mejor desempeño de sus labores y así brindar una mejor calidad en el ofrecimiento de productos y servicios.

b) **Objetivos Específicos.**

- Fomentar el desarrollo integral de los integrantes y la capacidad de actuar en equipo para generar un competente servicio en las Municipalidades de Santa Rosa Guachipilín y Metapán.
- Proporcionar conocimientos orientados al mejor desempeño en las distintas ocupaciones laborales que integran los servicios en la zona turística asignada.
- Disminuir los riesgos de trabajo y accidentes a través de la correcta utilización de equipos de protección personal.
- Contribuir al mejoramiento de la productividad, calidad y competitividad de las rutas turísticas a nivel nacional.

2.3. **Proyectos de Capacitación y Formación de RRHH.**

a) **El Ciclo de la Capacitación.**

Es importante conocer el ciclo de la capacitación, ya que con ello podemos ver más allá de lo que es una capacitación, en que consiste su objetivo como tal, verificar que todos los procesos sean acordes a lo especificado y tener un seguimiento sobre el progreso de aprendizaje de todos los trabajadores. El ciclo de la capacitación cuenta con las siguientes fases:

FASES	DEFINICIÓN	ÁREA O SECTOR
Diagnóstico de la necesidad de capacitación	Es el proceso que ayuda a evaluar las necesidades de información y entrenamiento a través de herramientas que permitan medir de forma objetiva las competencias actuales de cada persona frente a las competencias esperadas por la organización.	Se realiza siempre en un sector económico, social o institucional enfocados a una categoría especial de ocupación y especialización, de los sectores más débiles a recuperar su operatividad normal.
Diseño Curricular	Después de la detección de necesidades de capacitación, se desarrolla un estudio de la problemática identificada en el análisis situacional del diagnóstico, que abarque cada nivel de ocupación laboral, para ubicar los problemas que serán resueltos con capacitación y los que requerirán de una atención distinta por parte de la empresa.	Los contenidos del diseño curricular deben responder a las necesidades del sector afectado, donde todas las características pertinentes deben ajustarse a las características detectadas del problema.
Promoción del Programa	Esta principalmente dirigido a los directivos organizacionales para persuadirlos y hacer que analicen, verifiquen y aprueben los presupuestos	Orientado a los directivos y participantes, sobre todo el contenido de la capacitación circundante, tiempos de

	necesarios para la ejecución de los proyectos de capacitación. En esta etapa, las necesidades de capacitación se van a reflejar en un proyecto denominado Plan de Capacitación, que involucra todas las áreas de oportunidad de la empresa, que se ajusta a las características y necesidades reales detectadas en esta, detalla el presupuesto y las inversiones que son destinadas a la preparación integral del personal.	realización, costos, imprevistos, etc.
Selección de Participantes	La población objetiva queda determinada por el diagnóstico, esta puede deberse generalmente a la hora de necesitar a nuevo personal, incluir una nueva rama productiva a la producción habitual, nuevos mercado meta, etc.	Está orientada a lograr cada uno de los objetivos predispuestos en el diseño curricular, mediante la medición del desempeño de los participantes en cada una de sus áreas laborales.
Ejecución del Programa de Capacitación	Es la puesta en marcha del programa de capacitaciones, lo que implica la coordinación de intereses, esfuerzos y tiempos del personal involucrado en la realización de los eventos de capacitación. También se requiere del diseño de instrumentos y las formas de comunicación para supervisar el avance correspondiente del mismo.	Orientada al logro de la capacitación misma, mediante la evaluación de requisitos medios para garantizar la contratación de nuevos integrantes.
Evaluación y Control	Permite conocer el avance real del proceso en cada participante y establecer mientras las mismas herramientas iniciales los resultados obtenidos. También consiste en una serie de reuniones posteriores y periódicas a las acciones de capacitación que permitan fortalecer cada una de las competencias y realizar un monitoreo de las curvas de aprendizaje de cada una de las competencias trabajadas.	El área de aprendizaje junto a sus procesos y resultados van orientados a evaluación dentro del área de RRHH.

Tabla 85: Matriz del Ciclo de la Capacitación

Diagrama del Ciclo de Capacitación

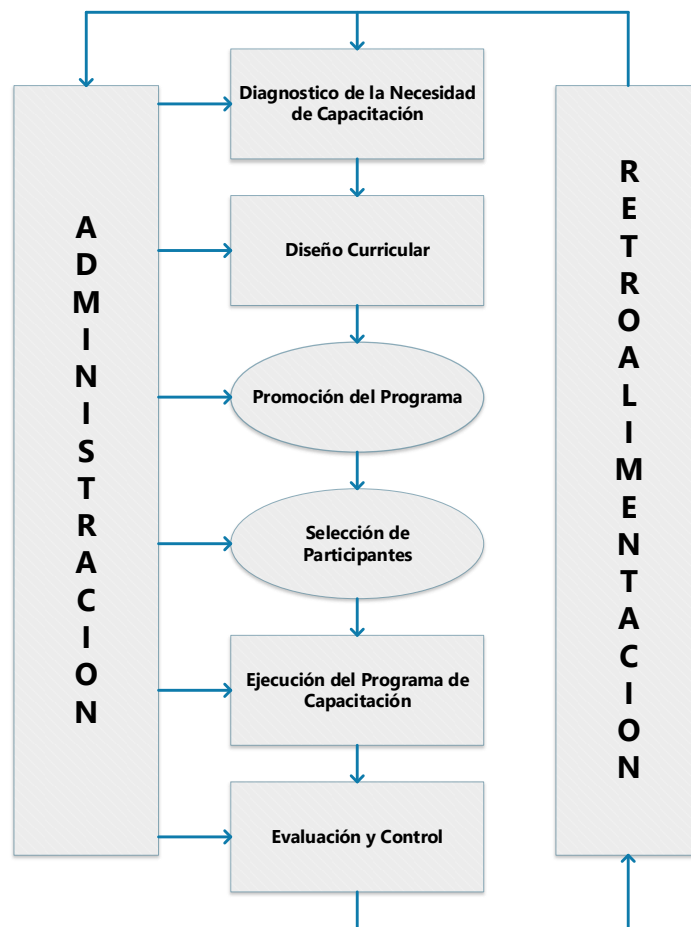


Ilustración 109: Diagrama del Ciclo de Capacitación

2.4. Capacitación en Gestión de Turismo.

a) Capacitaciones a Implementar.

Teniendo en cuenta todos los aspectos anteriores y las necesidades identificadas, se proponen una serie de capacitaciones que se creen indispensables para el correcto desarrollo del plan post ejecución. Entre estas capacitaciones se engloban la atención en el sector turístico y alimenticio principalmente, prevención, seguridad y el desarrollo del emprendimiento en muchas áreas artesanales.

CAPACITACIÓN EN DESARROLLO SOSTENIBLE.

Como se sabe, la sostenibilidad es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social. Es por ello que se requiere de esta capacitación, ya que ayudara a hacer conciencia acerca del impacto negativo que genera el turismo en zonas verdes y como poder disminuirlo significativamente.

CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN A TURISTAS.

El servicio al cliente es la acción que ofrece una entidad para poder relacionarse y comunicarse con el cliente. Definidas como un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la entidad con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si esta responde a ciertas políticas institucionales. Y de hecho al tratarse de un plan de desarrollo turístico, es necesario tener capacitaciones en atención al cliente ya que es de los principales roles que se juega en estos tipos de proyectos, donde se trata de ofrecer un servicio o productos a una cierta cantidad de personas.

TALLERES ARTESANALES.

El desarrollo artesanal es una de las capacitaciones más importantes en la implementación del plan, ya que se busca incrementar significativamente el nivel de emprendimiento que tiene la municipalidad de Santa Rosa Guachipilín y sus Alrededores, a través de la explotación y mejor gestión de los distintos negocios artesanales que se encuentran en la zona como lo son: Quesos Artesanales, Apicultura, Quesadillas, artesanías, etc.

GUÍA TURÍSTICO.

Las capacitaciones para el área cultural en el sector turismo es uno de los puestos esenciales del rubro, puesto que en la actualidad no existe un guía turístico asignado a la mancomunidad trifinio en la municipalidad de Santa Rosa Guachipilín, por lo que se necesita personal que conozca los alrededores de la zona y tenga experiencia en el sector.

b) Metodología.

La metodología propuesta para la detección de necesidades consiste en la realización de cinco acciones generales, mismas que se describen a continuación:

1. Establecimiento de una situación ideal por cada ocupación: En este punto, se van a determinar las condiciones adecuadas, suficientes y óptimas de los recursos humanos, financieros y materiales en cada puesto de trabajo. Asimismo, se establecen los niveles de eficiencia, conocimientos, habilidades y actitudes requeridos para el desempeño de esa ocupación.
2. Consideración de la situación real, por individuo: Consiste en identificar lo que es y se hace actualmente en el puesto de trabajo, además de considerar el desempeño real del colaborador, con base en los elementos proporcionados por el perfil del puesto.
3. Análisis Comparativo: En este se confrontan los datos de las situaciones ideal y real, con el objeto de identificar diferencias. La información se recopila por cada trabajador, para finalmente concentrar las necesidades de todo el personal, datos que se clasifican por ocupación laboral.
4. Establecimiento de estrategias: Esta acción metodológica hace referencia a la especificación de acciones clave para: establecer prioridades de capacitación, sugerir acciones de formación y sus contenidos, así como las personas y áreas para su atención.
5. Elaboración del Informe de Resultados: Describir el estudio, las situaciones investigadas, señalar las necesidades detectadas y precisar las acciones de capacitación a seguir.

Algunos Elementos de enseñanza son:

- ✓ Técnicas de Instrucción: Procedimientos utilizados por el instructor para organizar y realizar las actividades del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- ✓ Técnicas Grupales: Desarrollo de las actividades de instrucción a través de una labor de equipo en la que se involucran los participantes, quienes comparten sus conocimientos y experiencias.
- ✓ Recursos Didácticos: Instrumentos o medios materiales que auxiliarán al instructor para comunicar el conocimiento a los capacitados. Mediante el uso de videos, diapositivas, programas en tiempo real, etc.

Procedimiento de Asistencias.

MANCOMUNIDAD TRIFINIO DE SANTA ROSA GUACHIPILÍN Y METAPÁN					
Tema de la Capacitación:					
Responsable de Foro:			Firma:		
Lugar de Reunión:					
Fecha		Hora de Inicio		Hora de Finalización	
No.	NOMBRES	APELLIDOS		DUI	FIRMA

Tabla 86: Lista de Asistencias a Talleres

Descripción de Lista de Asistencia a Talleres.

- ✓ Tema de la Capacitación: es el primer campo a llenar antes de llevar a cabo cualquier capacitación, en el espacio se redacta de manera completa el nombre específico de la capacitación o taller.
- ✓ Responsable del Foro: segundo campo donde se especifica el nombre de la persona encargada de la charla o foro sobre el tema descrito en el campo anterior. Este campo viene acompañado de una firma obligatoria para constatar que se hizo presente el encargado.
- ✓ Lugar de Reunión: Especifica el lugar o edificio a utilizar para la reunión, este debió de ser reservado con anticipación.
- ✓ Fecha de Reunión: Fecha abreviada de la reunión en formato dd/mm/AA, además de su hora de inicio y su hora de finalización.
- ✓ Asistencias: campos disponibles para las personas que asisten a las charlas, dando constancia de su presencia e interés en la capacitación. En el campo se ingresa primeramente su nombre completo seguido de sus apellidos. Su DUI y firma de asistencia.

La hoja de asistencia se imprimirá o fotocopiará en tinta negra, una única hoja de asistencia por taller en tamaño carta 21.59 cm x 27.94 cm.

c) Matriz Didáctica de Capacitaciones.

CAPACITACIONES	PARTICIPANTES	INSTITUCIÓN A CARGO	CONTENIDO
Capacitación en Desarrollo Sostenible.	Emprendedores. Inversionistas. Directivas. Comités Turísticos. Artesanos.	Depto. Turístico de Metapán.	<u>1er Curso:</u> Desarrollo Sostenible. <u>2do Curso:</u> Planificación de Inversiones. <u>3er Curso:</u> Concientización
Capacitación en Atención a Turistas	Guías Turísticos. Restauranteros. Artesanos. Emprendedores. Unidad de Turismo.	Depto. Turístico de Metapán.	<u>1er Curso:</u> Atención al Cliente. <u>2do Curso:</u> Servicios Auxiliares. <u>3er Curso:</u> Comunicación. <u>4to Curso:</u> Calidad
Talleres Artesanales	Artesanos. Emprendedores.	Alcaldía Municipal Santa Rosa Guachipilín.	<u>1er Curso:</u> Materiales. <u>2do Curso:</u> Innovación. <u>3er Curso:</u> Nuevas Técnicas.
Guías Turísticos	Guías Turísticos.	CORSATUR	<u>1er Curso:</u> Historia y Geografía Regional. <u>2do Curso:</u> Aspectos generales de la Cultura. <u>3er Curso:</u> Seguridad y Prevención <u>4to Curso:</u> Practica de Habilidades. <u>5to Curso:</u> Nivel de Inglés.

Tabla 87: Matriz Didáctica de Capacitaciones en Gestión Turística.

d) Requerimientos para Capacitación en Gestión Turística.

RECURSOS HUMANOS	CANTIDAD
Supervisor General de Capacitaciones	1
Capacitador en desarrollo sostenible y en Atención a Turistas.	1
Capacitador en Talleres Artesanales y Guías Turísticos	2
RECURSOS MATERIALES	CANTIDAD
Pizarra Blanca Lisa (1.5mx1m)	1
Plumones	3
Borrador	1
Basurero	1
Resma de Papel Bong	2
Bolígrafo	24
Mesas	8
Sillas	24
EQUIPO	CANTIDAD
Computador o Laptop	1
Proyector	1

Tabla 88: Requerimientos para el Proyecto de Capacitación en Gestión Turística.

CAPACITACIONES	CUPOS	# GRUPOS
Capacitación en Desarrollo Sostenible.	24	1 grupo de 24 personas
Capacitación en Atención a Turistas	72	3 grupos de 24 personas
Talleres Artesanales	72	3 grupos de 24 personas
Guías Turísticos	48	2 grupos de 24 personas

Tabla 89: Cupos Disponibles de Capacitaciones en Desarrollo Turístico.

e) Principales Actividades del Proyecto

Act.	Dep.	Duración (Días)	Descripción	Costo (\$)
1	-	2	Diseño y desarrollo de temario de capacitaciones en gestión turística y su Metodología.	\$900.00
2	1	1	Contenido y Descripción de los Cursos	\$350.00
3	2	52	Implementación de Capacitaciones	\$1121.27
4	2,3	2	Evaluación	\$800.00
			TOTAL	\$3171.27

Tabla 90: Capacitación en Gestión de Turismo

2.5. Capacitación en Gestión de la Calidad.

a) Capacitaciones a Implementar.

De acuerdo con las variables consideradas anteriormente, y con los objetivos propuestos por la organización, podemos desarrollar los siguientes tipos de Proyectos de Capacitación:

CAPACITACIÓN EN FORMACIÓN CONTINUA.

La formación continua es una modalidad formativa compuesta por actividades y programas de aprendizaje de forma teórica y práctica que se suele realizar por medio de cursos especializados en aquello que se debe aprender. Además, consiste en un conjunto de acciones formativas desarrolladas para mejorar las cualificaciones, conocimientos y competencias de los trabajadores. Pero también se puede extender a personas que se forman para buscar empleo o cualquier actividad de aprendizaje realizada para mejorar conocimientos, competencias y aptitudes de todo tipo.

CAPACITACIONES EN ATENCIÓN AL CLIENTE.

En toda actividad turística una de las cosas más importantes es la interacción entre el cliente y el prestador de servicios ya que esto determina la impresión y la imagen que el cliente se lleva del mismo. Este tipo de capacitación está orientada al fortalecimiento de las capacidades de las personas que estarán en contacto directo con los clientes tanto de los servicios turísticos actuales como de los servicios que se pretenden prestar con el desarrollo del plan.

BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE.

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

Una actividad sostenible será aquella cuyos impactos económicos, sociales y ambientales permitan complacer las necesidades del presente sin limitar la habilidad de satisfacerlas, con el mismo grado de plenitud y disfrute en el futuro; un desarrollo sostenible o la sostenibilidad se alcanza cuando atendemos en forma balanceada tres principios básicos que son: Económico, Ambiental y Socio Cultural.

CAPACITACIONES EN PRÁCTICAS DE INOCUIDAD ALIMENTICIA.

Los consumidores de todo el mundo tienen derecho a esperar que los alimentos que compran y consumen sean seguros y de alta calidad. Los alimentos buenos e inocuos son la base de una dieta nutritiva. Además de salvaguardar el bienestar de los consumidores, la inocuidad de los alimentos también es crucial para que los productores agrícolas puedan acceder a los mercados. Esto a su vez contribuye al desarrollo económico y a la reducción de la pobreza. La inocuidad de los alimentos es la ausencia, o niveles seguros y aceptables, de peligro en los alimentos que pueden dañar la salud de los consumidores. Los peligros transmitidos por los alimentos pueden ser de naturaleza microbiológica, química o física y con frecuencia son invisibles a simple vista, bacterias, virus o residuos de pesticidas son algunos ejemplos.

La inocuidad de los alimentos tiene un papel fundamental para garantizar alimentos seguros en cada etapa de la cadena alimentaria, desde la producción hasta la cosecha, el procesamiento, el almacenamiento, la distribución, hasta la preparación y el consumo.

b) Metodología.

Para la implementación de cada uno de los proyectos en las capacitaciones del aseguramiento de la calidad se tomarán en cuenta estos aspectos:

1. Sistema de documentación: La documentación es una disciplina científica que trata de recopilar, almacenar, analizar y difundir información contenida en documentos de distinto tipo para hacerla accesible a cualquier persona que pueda necesitarla. La Documentación es una disciplina instrumental, ya que sirve a todas las demás ciencias para localizar información necesaria para el avance del conocimiento.
Tiene que ver con la Gestión del conocimiento, que es como utilizar cualquier clase de información y hacerla productiva o que dé el máximo beneficio, como si se tratara de otro bien económico.
2. Instrumentos de control de calidad: Hojas de verificación También conocidas como hojas de control, se pueden utilizar como lista de comprobación a la hora de recoger datos. Las hojas de verificación se utilizan para organizar los hechos de manera que se facilite la recopilación de un conjunto de datos útiles sobre un posible problema de calidad. Son

especialmente útiles a la hora de recoger datos de los atributos mientras se realizan inspecciones para identificar defectos.

3. Definir políticas de calidad: La satisfacción de los clientes es probablemente uno de los factores de mayor interés para la dirección de una empresa, ya que, sin el contento de su público, no sería comercializado su producto o servicio, y como consecuencia, el negocio no podría mantener su actividad productiva y empresarial. Dicha satisfacción depende en gran parte de la calidad del producto o servicio que produce la compañía. Para lograr esa calidad, una empresa recurre a las políticas de calidad. Podríamos llegar a convenir que la definición de políticas de calidad es la siguiente: Es una declaración formal y escrita, que marca los objetivos, directrices y compromisos de una empresa con respecto a la calidad.
4. Gestión de Recursos para la Calidad: la asociación debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para implementar la iniciativa, mantener la gestión de calidad y mejora continua para aumentar la eficiencia y cumplir las expectativas del cliente.
5. Planificación de la Calidad: 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.

c) Matriz Didáctica de Capacitaciones.

CAPACITACIONES	PARTICIPANTES	INSTITUCIÓN A CARGO	CONTENIDO
Capacitación en Formación Continua	Emprendedores. Inversionistas. Directivas. Comités Turísticos. Artesanos. Empresarios	Depto. Turístico de Metapán.	<u>1er Curso:</u> Mejora Continua. <u>2do Curso:</u> innovación.
Capacitación en Atención al Cliente	Guías Turísticos. Restauranteros. Artesanos. Emprendedores. Unidad de Turismo.	Depto. Turístico de Metapán.	<u>1er Curso:</u> Atención al Cliente. <u>2do Curso:</u> Servicios Auxiliares. <u>3er Curso:</u> Comunicación. <u>4to Curso:</u> Calidad
Buenas Prácticas de Turismo Sostenible	Artesanos. Emprendedores. Comité de Turismo.	CORSATUR	1er Curso: Buenas prácticas de turismo sostenible. <u>2do Curso:</u> Normas Salvadoreñas de Turismo. <u>3er Curso:</u> Sistemas de Gestión de la Calidad
Capacitaciones en Prácticas de	Restauranteros. Emprendedores.	CORSATUR	<u>1er Curso:</u> Inocuidad Alimentaria.

inocuidad Alimenticia.	Artesanos Alimenticios. Expositores de Talleres.		<u>2do Curso:</u> Higiene Personal. <u>3er Curso:</u> Manejo de Alimentos.
-------------------------------	--	--	---

Tabla 91: Matriz Didáctica de Capacitaciones en Gestión de la Calidad.

d) **Requerimientos para Capacitación en Gestión de la Calidad.**

RECURSOS HUMANOS	CANTIDAD
Supervisor General de Capacitaciones	1
Capacitador en Gestión de la Calidad	1
RECURSOS MATERIALES	CANTIDAD
Pizarra	1
Plumones	3
Borrador	1
Basurero	1
Resma de Papel Bong	2
Bolígrafo	24
Mesas	8
Sillas	24
EQUIPO	CANTIDAD
Computador o Laptop	1
Proyector	1

Tabla 92: Requerimientos para el Proyecto de Gestión de la Calidad.

CAPACITACIONES	CUPOS	NO. GRUPOS
Capacitación en Formación Continua	48	2 grupo de 24 personas
Capacitación en Atención al Cliente	72	3 grupos de 24 personas
Buenas Prácticas de Turismo Sostenible	48	2 grupos de 24 personas
Capacitaciones en Prácticas de inocuidad Alimenticia.	24	1 grupos de 24 personas

Tabla 93: Cupos Disponibles en Capacitación en Gestión de la Calidad

2.6. Capacitaciones en Seguridad Ocupacional.

a) **Capacitaciones a Implementar.**

Considerando los factores expuestos sobre la seguridad ocupacional en el ámbito turístico es de máxima importancia, ya que dichas medidas preventivas son para salvaguardar no solo la vida de los empleados involucrados, sino que además la salud y vida de todos los turistas **que visitan un área específica en atractivos turísticos.**

CURSO SOBRE HIGIENE SANITARIA.

El turismo y la salud son dos conceptos estrechamente relacionados; ambos inciden directamente en la economía de los países y son parte importante de la política pública social.

Cuando nos referimos a “higiene” abarcamos una serie de procedimientos concretos como son: la limpieza corporal, el mantenimiento correcto de los utensilios utilizados en prácticas sanitarias, el lavado de manos de los profesionales, etc.

Turismo y salud, es visto como un binomio de interacción constante para:

- Mejorar las condiciones sanitarias del entorno turístico, haciendo énfasis en las medidas preventivas
- Asegurar la protección y promoción de la salud del turista.
-

Las acciones para que sean sostenibles, deben ser responsabilidad tanto de la población que habita la zona turística como del visitante, por un lado, y de los prestadores de servicios, el sector privado y las autoridades, por el otro.

CURSO DE PRIMEROS AUXILIOS

Para capacitar al personal se requiere de formación para brindar conocimientos básicos y de refuerzo para aumentar el nivel de conocimiento y experiencia con el fin de prevenir la ocurrencia de algún incidente o accidente y mejorar las condiciones de trabajo.

- Con fines preventivos: Buscan prever cambios en el personal que se pueden dar por sus labores rutinarias, la falta de motivación, deterioro en las destrezas y habilidades. Pretende preparar a los trabajadores para adaptarse a los cambios en la tecnología y ambiente de trabajo.
- Con fines correctivos: Su fin es solucionar y corregir situaciones de riesgo presentes en las labores, se llevan a cabo con el apoyo de estudios, análisis e identificación de dichas situaciones.

CURSOS SOBRE DEPORTES EXTREMOS.

Los deportes extremos son actividades de ocio con algún componente peligroso, que se caracterizan como aquellas que al realizarse suman condiciones difíciles o extremas que implican mayores niveles de riesgo y emoción para quienes las practican. Existen muchos deportes extremos, desde tirarse en paracaídas, descender en canoa por un caudaloso río o lanzarse desde un puente con una cuerda, pero lo importante de practicar estas actividades es hacerlo con las medidas de seguridad adecuadas.

- Preparación adecuada. Los conocimientos teóricos básicos y el entrenamiento previo son indispensables para la práctica segura.
- Equipo y material idóneo para cada caso y en perfecto estado. Calzado, cascos, protecciones, son imprescindibles.
- Prudencia que evite el exceso de confianza. Practicar deportes de riesgo no está reñido con el sentido común.

b) Metodología.

La implementación de la metodología para cada uno de los cursos varía ligeramente con la naturaleza del mismo, teniendo como idea central la seguridad preventiva de todos los habitantes, comenzando con la sanitización de los locales, seguimiento en estado de control y acciones inmediatas en caso de emergencias.

1. Generalidades y Conocimientos: es necesario brindar una capacitación teórica de introducción para todos aquellos involucrados e interesados en el tema. Saber con antelación los posibles peligros y contingencias ayudara enormemente a poder contrarrestarlos, tomando muy en cuenta la naturaleza de cada uno de los atractivos turísticos.
2. Previsión y Evaluación de Accidentes: Por medio de exposición, presentación de casos, fotos, y videos se mostrará la clase de accidentes y formas de prevenirlos en el desarrollo de sus actividades. Para llevar a cabo estas actividades se darán los conceptos necesarios para el desarrollo adecuado del trabajo, y se implementaran acciones correctivas ante los riesgos presentes, se instruirá sobre la manera de evitar posibles accidentes o enfermedades por medio de la exposición de casos reales.
3. Establecimiento de Estrategias: El propósito es involucrar al personal en el tema de la seguridad y salud en el trabajo, por lo que se empleara la metodología de la exposición, trabajos de grupo y talleres para mantener un ambiente cálido entre los participantes. Para poder prevenir accidentes en el desarrollo de actividades culturales, deportivas y de recreación.
4. Requerimiento de Materiales y Equipos: Como es de saber para el desarrollo de actividades en términos de salud y seguridad ocupacional es necesario contar con un mínimo necesario de insumos para tratar las diferentes problemáticas.
5. Procedimientos de Intervención:
 - ✓ Lo primero y más importante es mantener la calma para no provocar inquietud ante el accidentado.
 - ✓ Nunca dejar sólo al herido y estar pendientes de él, haciéndoles preguntas y tranquilizándolo en la medida de lo posible.
 - ✓ Independientemente del tipo de lesiones que sean, existen una serie de pasos o normas a tener en cuenta a la hora de enfrentarse a una situación inesperada, accidente o emergencia.
 - ✓ **Evaluar:** los riesgos en los que se encuentra el accidentado o enfermo y asegurarnos que la víctima y la persona que socorre estén fuera de peligro.
 - ✓ **Llamar:** de inmediato para solicitar la ayuda médica profesional si es necesario.
 - ✓ **Actuar:** para aplicar los primeros auxilios que eviten o minimicen cualquier tipo de riesgo para el accidentado.
6. Documentación: la documentación de accidentes es indispensable para un mayor control de riesgos, pues esto nos determina el número de incidencias que tiene un caso en particular para poder tratarlos, y de esta manera poder priorizar las instancias que necesiten más atención.

RECURSOS HUMANOS	CANTIDAD
Supervisor General de Capacitaciones	1
Capacitador en Seguridad Ocupacional	1
RECURSOS MATERIALES	CANTIDAD
Pizarra	1
Plumones	3
Borrador	1
Basurero	1

Resma de Papel Bong	2
Bolígrafo	24
Mesas	8
Sillas	24
EQUIPO	CANTIDAD
Computador o Laptop	1
Proyector	1
Botiquín Primeros Auxilios	CANTIDAD
Guantes de Látex T – M (par)	2
Botella con alcohol (1L)	1
Vendas (Rollos)	2
Esparadrapos	2
Bolsa de Gasas 3X3	1
Mascarillas	2
Isopos (Aplicadores)	10
Bolsa de Algodón M	1
Tijeras	1
Jabón líquido Yodado	1

Tabla 94: Requerimientos para los Proyectos de Higiene y Seguridad Ocupacional

CAPACITACIONES	CUPOS	NO. GRUPOS
Capacitación sobre Higiene Sanitaria.	48	2 grupo de 24 personas
Capacitación sobre Primeros Auxilios	48	2 grupos de 24 personas
Capacitación en Deportes Extremos	24	1 grupos de 24 personas

Tabla 95: Cupos Disponibles para Higiene y Seguridad Ocupacional

2.7. Comité de Desarrollo Turístico.³³

a) Organización de una CDT.

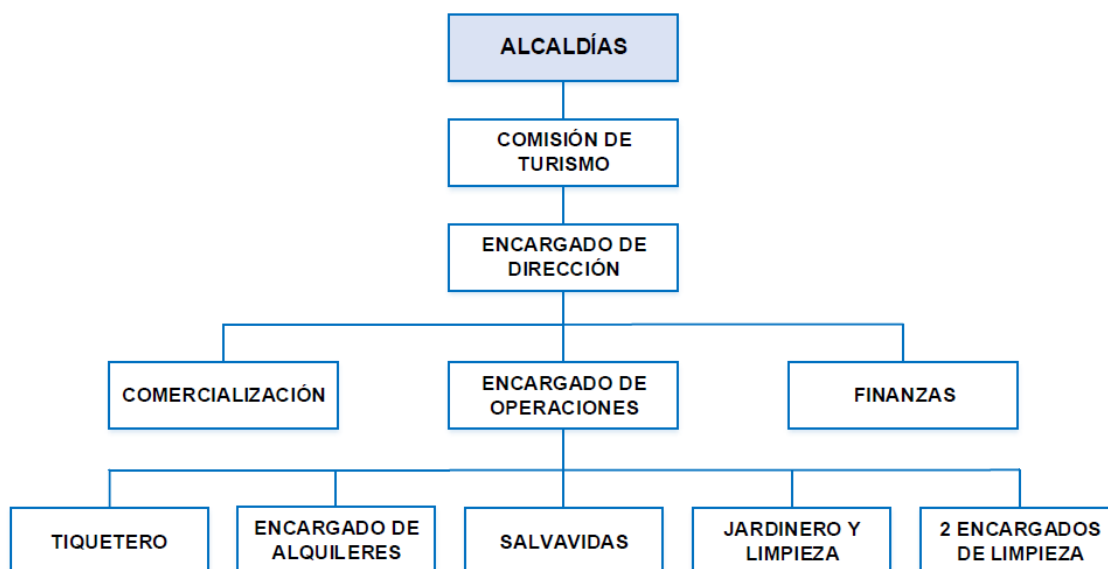


Ilustración 110: Descripción de la integración y conformación del Comité y su jerarquía.

Asamblea General: La Asamblea General debidamente convocada es la máxima autoridad de la asociación y estará constituida por todos los asociados activos. Dicha asociación estará compuesta por los principales actores de turismo del municipio, la cual cada cierto periodo, será elegido por los miembros de la asociación, y que velará por los intereses de los asociados y por el desarrollo del municipio por medio de sus iniciativas, estrategias o proyectos.

Responsabilidades y Obligaciones.

- Aprobar, reformar o derogar los Estatutos y reglamentos de la asociación.
- Elegir, destituir total o parcialmente a los miembros de la Junta Directiva previa audiencia.
- Aprobar y/o modificar los planes, programas o presupuesto anual de la asociación.
- Aprobar o desaprobar las labores de la asociación, presentada por la Junta Directiva.
- Fijar la cuantía de las cuotas ordinarias y extraordinarias de los asociados.
- Decidir todos aquellos asuntos de interés para la asociación y que no estén contemplados en los presentes Estatutos.
- Acordar la disolución de la asociación.

³³ <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/35/documents/210206/download>

Personal de la Asamblea General.

PERSONAL	CANTIDAD
Presidente	1
Vicepresidente	1
Sindico	1
Tesorero	1
Secretaria	1
Vocal	1

Tabla 96: Personal de la Asamblea General

Departamentos Propuestos:

DEPARTAMENTO	PERSONAL	CANTIDAD
Administración y Gerencia	Presidente	1
	Vicepresidente	1
	Tesorero	1
	Secretaria	2
Apoyo Turístico	Encargado de Capacitación en Gestión Turística	1
	Encargado de Talleres Turísticos	2
	Encargado de Capacitación en Gestión de la Calidad	1
	Encargado de Capacitación en Seguridad Ocupacional	1
Mercadeo y Comercialización	Coordinador de Marketing	1
TOTAL		11

Tabla 97: Departamentalización Propuesta para CDTG.

b) Distribución en Planta CDTG.

Para fines organizativos para la creación de una CDT en Santa Rosa Guachipilín, se ha venido planteando una propuesta de crear y levantar un centro de atención turística para todos los miembros pertenecientes y activos en la realización del plan, para darle un mejor seguimiento al desarrollo y control de todas las actividades meramente culturales, y principalmente que desde ese lugar se pueda promover de manera concreta los diferentes recorridos que se ofrecen, así como de administrar que se maneje la logística y contacto directo con los turistas y las organizaciones de apoyo necesarias. De esta manera hay que tener en cuenta la correcta distribución de la localidad, para que los procesos internos sean ejecutados de manera rápida, sencilla y oportuna, sin la necesidad de mayores contratiempos.

De esta manera se buscó la localidad que cumpliera con la mayoría de requisitos, especialmente los de espacios y distancias a recorrer por los miembros de la directiva. Se encuentra un terreno cerca de la alcaldía Municipal de Santa Rosa Guachipilín aproximadamente a unos 170m de distancia, cercana a una iglesia, cuenta con un terreno de al menos 560m² aproximadamente. Ya cuenta con una Fachada (Casa) con disponibilidad de luz eléctrica, agua y servicios sanitarios principalmente.

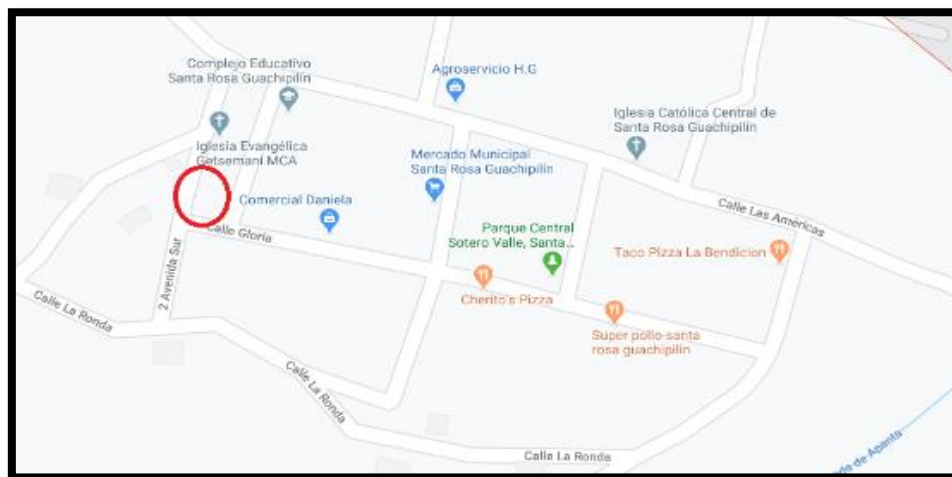


Ilustración 111: Ubicación del CDTG.

Áreas Necesarias para Brindar los Servicios.

En resumen, todas las áreas necesarias para el funcionamiento del proyecto se listan en la siguiente tabla:

N O.	DEPARTAMENTO	ÁREA
1	Gerencia	56m ²
2	Administración	48m ²
3	Secretaría y Recepción	32m ²
4	Sala de Conferencias	90m ²
5	Marketing (Publicidad)	32m ²
6	Área de Baños	12m ²
7	Parqueo	130m ²

Tabla 98: Áreas Propuestas CDTG

Fachada Inicial Distribución en Planta.

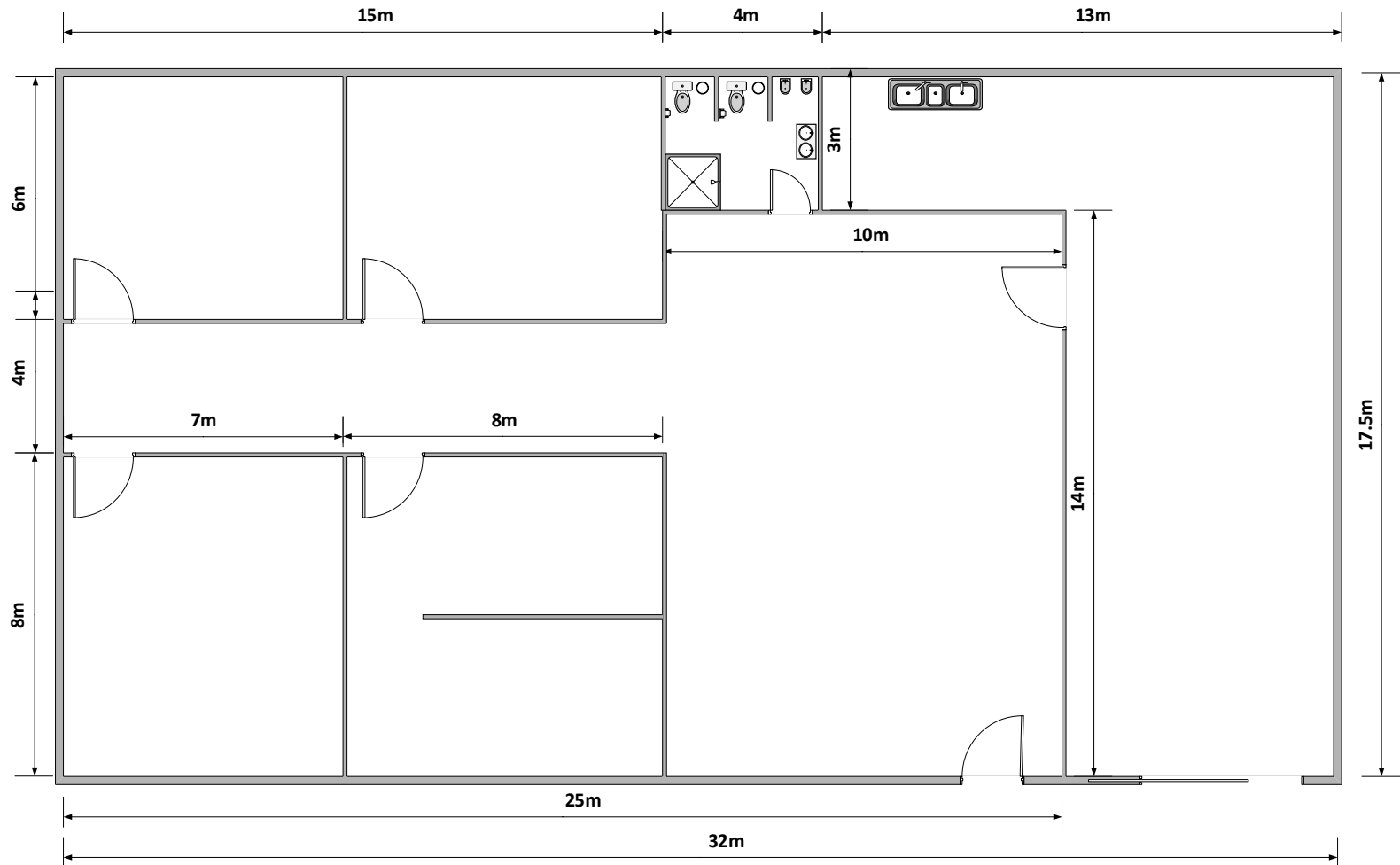


Ilustración 112: Fachada Inicial de CDTG

Matriz de Relaciones.

Para llevar a cabo el análisis de relaciones que hay que tomar en cuenta cuales son los movimientos más importantes que tiene una institución y la relación continua que guarda con los distintos departamentos para llevarse a cabo, es por ello que se trata de establecer los hilos de proximidad más importantes para el desarrollo de un CDT.

SIMBOLOGÍA	CÓDIGO	RELACIÓN DE PROXIMIDAD
	A	Absolutamente Importante
	E	Especialmente Importante
	I	Importante
	O	Ordinario
	U	Sin Importancia
	X	No Recomendado

Tabla 99: Matriz de Relaciones para CDTG

Matriz de Motivos Relacionales.

Para justificar las relaciones que se han establecido para cada área se agregan motivos diferentes de acuerdo a la naturaleza de los procesos que resultan entre un área y otra, estos se muestran a continuación:

MATRIZ DE MOTIVOS RELACIONALES	
1	Supervisión y Control de Actividades.
2	Higiene y Necesidades Personales
3	Realización de Procesos Consecutivos.
4	Comparten Equipo y Materiales.
5	Comunicación entre personal.
6	Conveniencia

Tabla 100: Matriz de Motivos Relacionales CDTG

Carta de Actividades Relacionadas.



**TÉCNICA
DE INGENIERÍA
INDUSTRIAL**

El diagrama de la relación de actividades, al que también se le da el nombre de diagrama de análisis de afinidades, muestra las relaciones de cada departamento, oficina o área de servicio, con cualquier otro departamento y área.



Ilustración 113: Diagrama de Actividades Relacionadas

Hoja de Trabajo de Actividades Relacionadas.

Ya teniendo el Diagrama de relación de actividades se desarrolla la hoja de trabajo obtiene los datos básicos para elaborar el diagrama adimensional de bloques.

ACTIVIDADES RELACIONADAS	A	E	I	O	U	X
Gerencia	2	5	3,4		6, 7	
Administración	1, 3		4, 5		6, 7	
Secretaria y recepción	2		1	4, 5	6, 7	
Sala de Conferencias		6	1, 2	3,5	7	
Área de Marketing		1	2	3	4, 6, 7	
Área de Baños		4			1, 2, 3, 5, 7	
Parqueo					1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	

Tabla 101:Hoja de Trabajo

Diagrama Adimensional de Bloques.

Una vez teniendo el Diagrama de relación de actividades y la hoja de trabajo se procede a realizar el Diagrama Adimensional de bloques el cual es el primer intento de distribución. Se consideran todos los bloques en las mismas dimensiones y magnitudes para poder hacer aproximaciones preliminares de acuerdo a las relaciones que presentan.

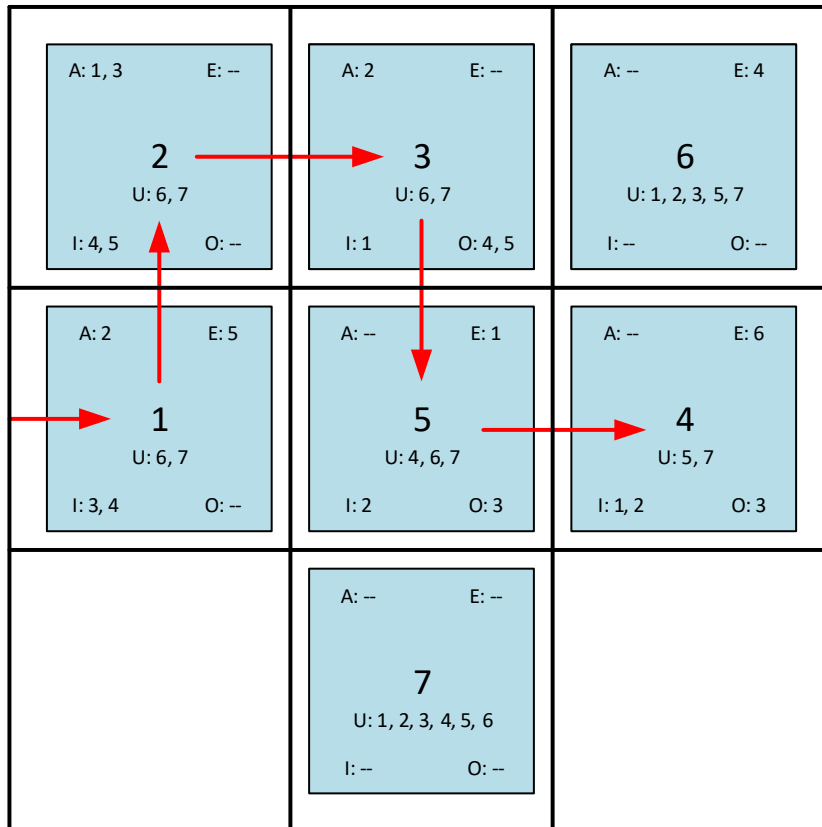


Ilustración 114: Diagrama de Bloques Adimensional

Determinación de Área Modular.

NO.	DEPARTAMENTOS	ÁREA	MÓDULOS (A/5)	MOD. APROX	COD. COLOR
1	Gerencia	56m ²	11.2	12	
2	Administración	48m ²	9.6	10	
3	Secretaria y Recepción	32m ²	6.4	6	
4	Sala de Conferencias	90m ²	18	18	
5	Marketing (Publicidad)	32m ²	6.4	6	
6	Área de Baños	12m ²	2.4	3	
7	Parqueo	130m ²	26	26	
8	Corredor	120m ²	26	26	
TOTAL				106	

Tabla 102: Área Modular CDTG

Diagrama de Relaciones de Actividades.

I. PRIMERA ITERACIÓN.

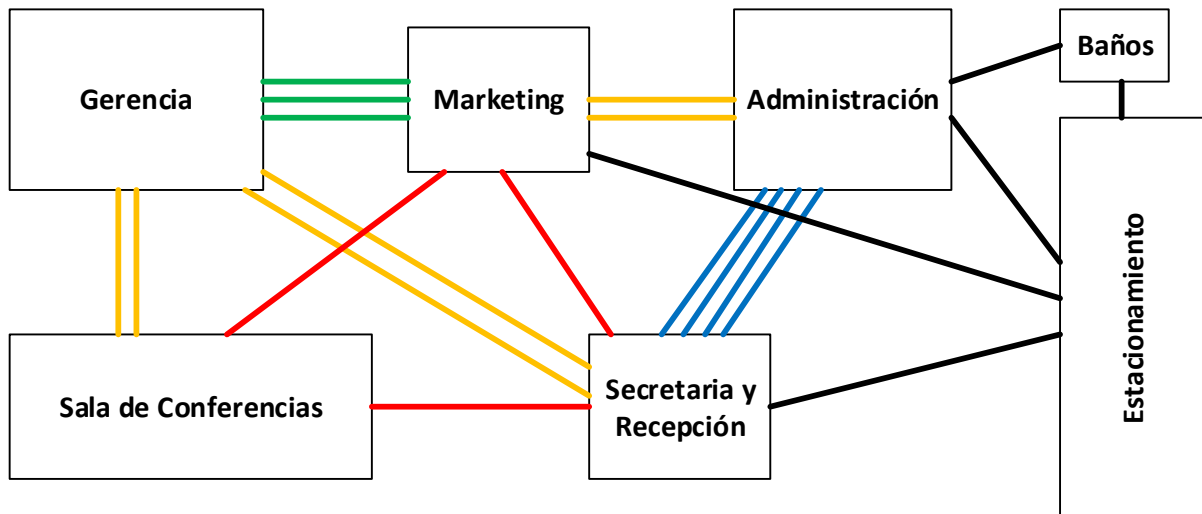


Ilustración 115: Primera Iteración del Diagrama de Relaciones

Diagrama de Distribución de Bloques.

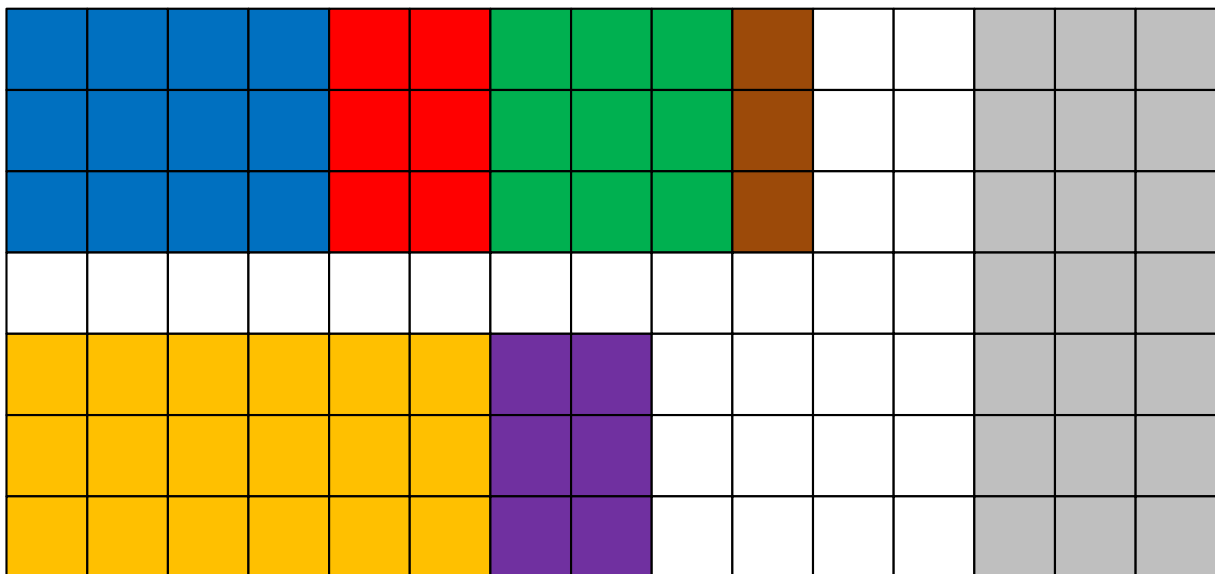


Ilustración 116: Diagrama de Distribución de Bloques 1

Diagrama de Relaciones de Actividades.

I. SEGUNDA ITERACIÓN.

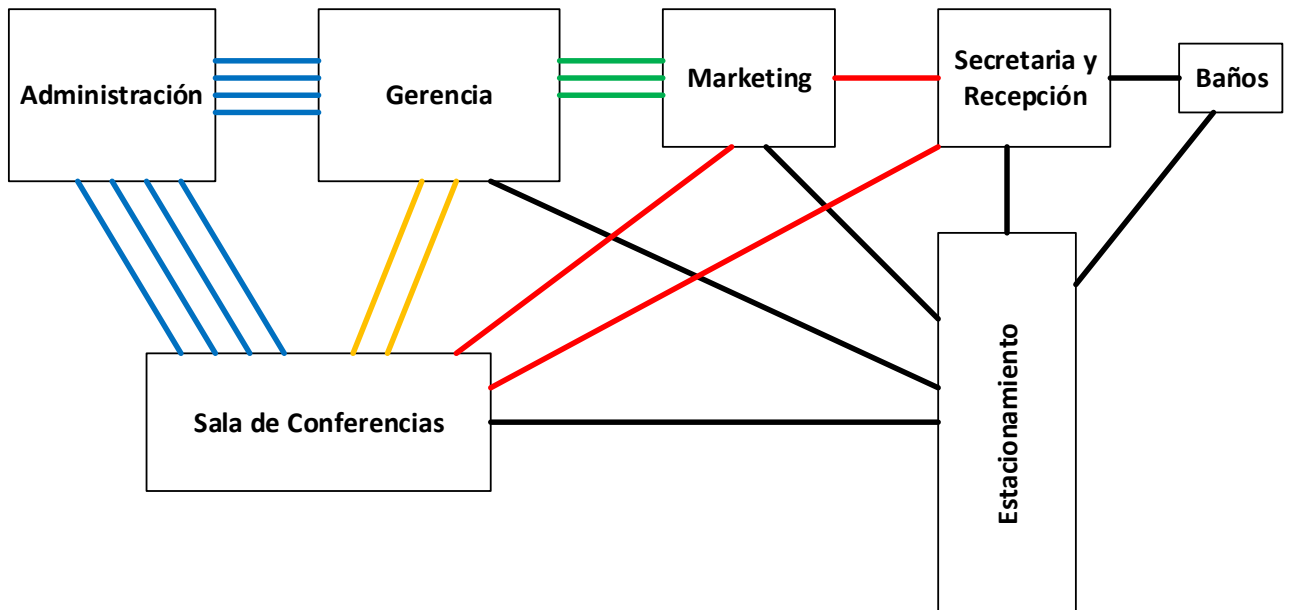


Ilustración 117: Segunda Iteración del Diagrama de Relaciones

Diagrama de Distribución de Bloques.

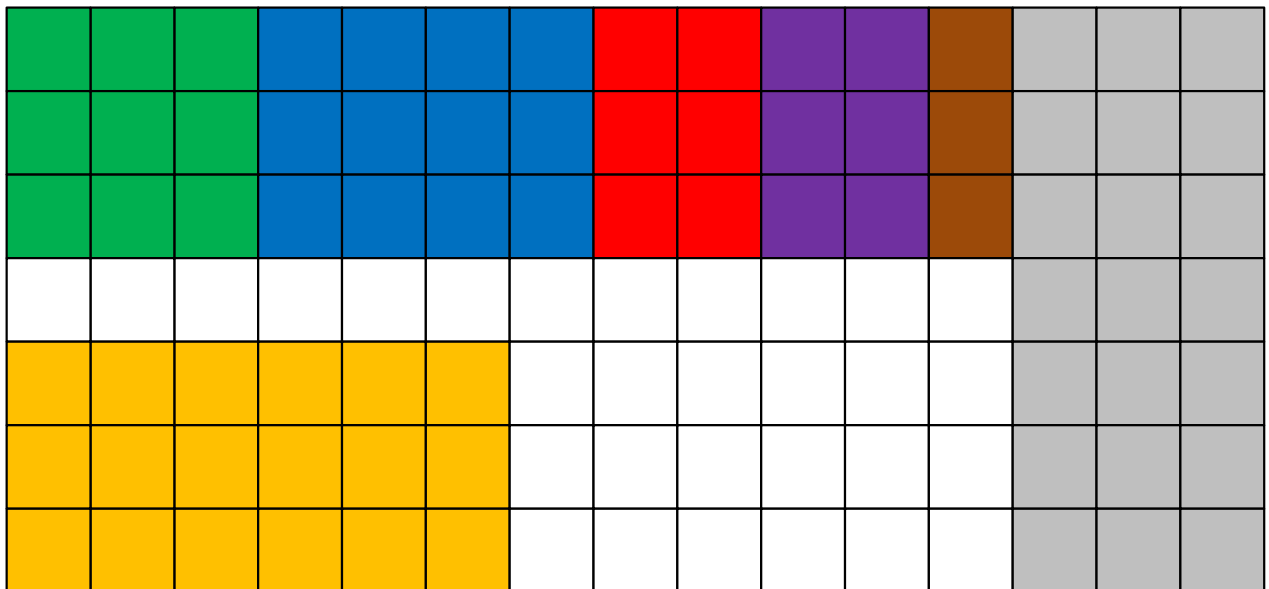


Ilustración 118: Diagrama de Distribución de Bloques 2

Diagrama de Relaciones de Actividades.

II. TERCERA ITERACIÓN.

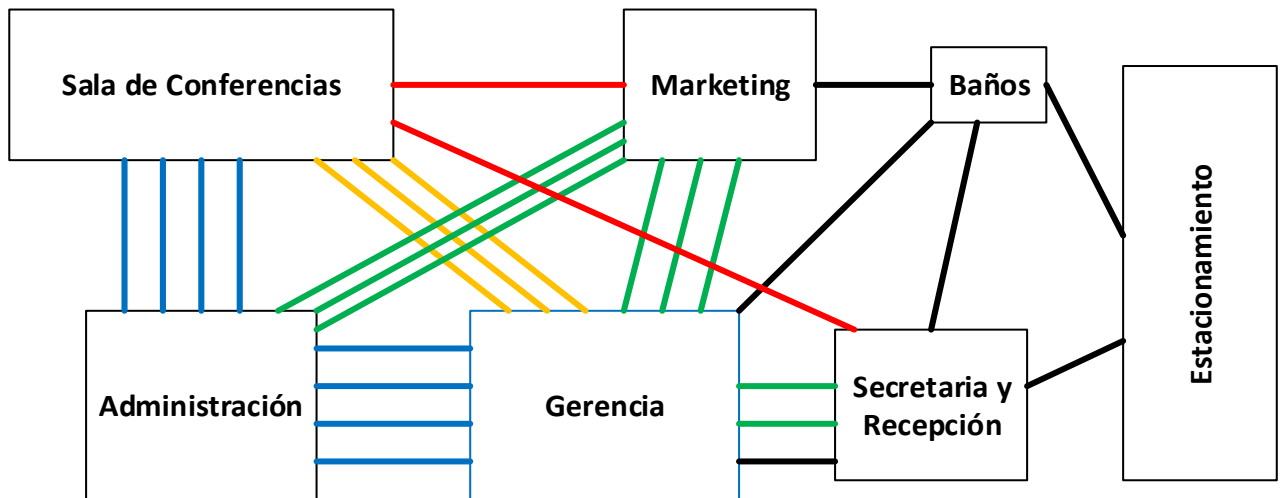


Ilustración 119: Tercera Iteración del Diagrama de Iteraciones.

Diagrama de Distribución de Bloques.

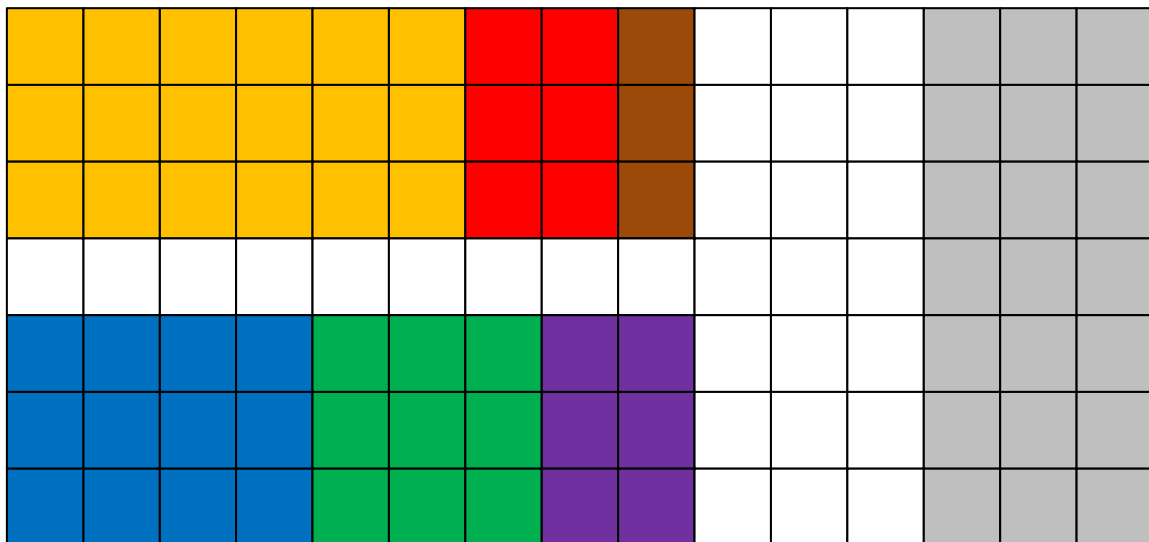


Ilustración 120: Diagrama de Distribución de Bloques

Distribución Final en Planta PROPUESTA.

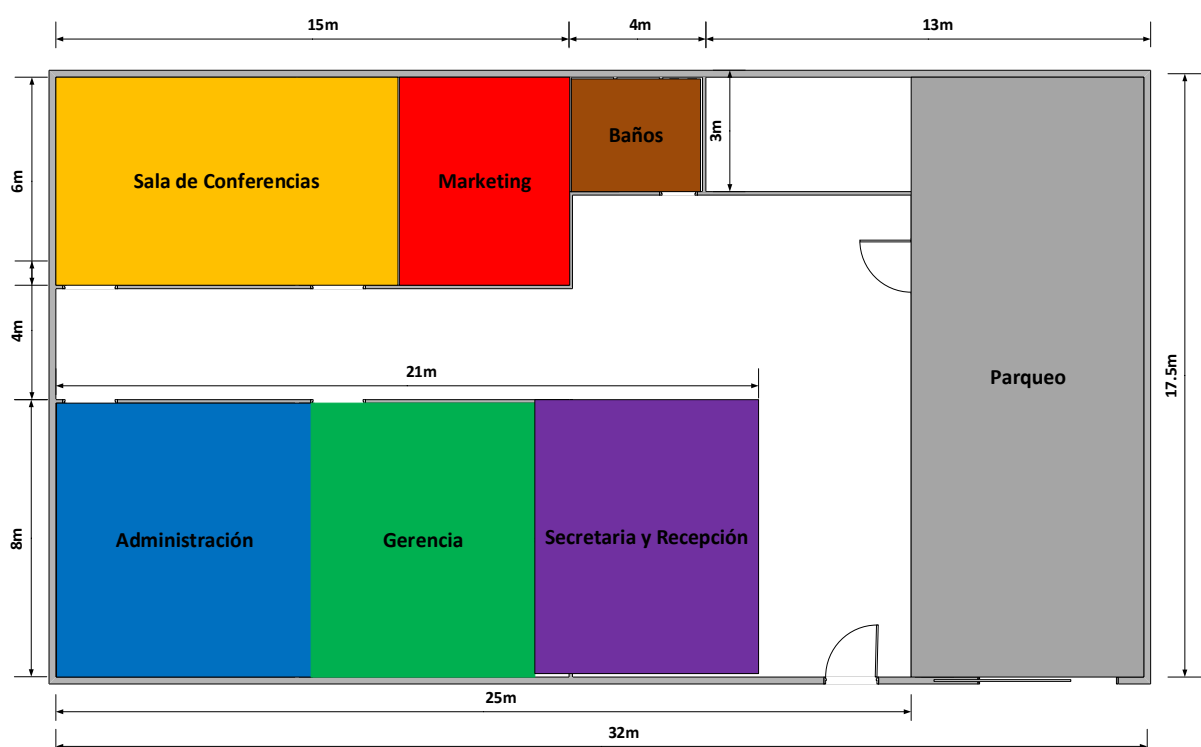


Ilustración 121: Distribución Final de Planta CDTG.

Hoja Resumen de Requerimientos para Programa de Capacitaciones.

Es de tomar en cuenta que los costos adjudicados a la implementación de capacitaciones serán fuertemente considerados al inicio del plan e irán disminuyendo sus costos con el tiempo. De esta manera se aclara que los costos asignados son para un periodo semestral.

RECURSOS HUMANOS	CANTIDAD	PAGOS
Presidente	1	\$500.00
Vicepresidente	1	\$400.00
Tesorero	1	\$300.00
Secretaria	2	\$300.00
Encargado de Capacitación en Gestión Turística	1	\$150.00
Encargado de Talleres Turísticos	2	\$150.00
Encargado de Capacitación en Gestión de la Calidad	1	\$200.00
Encargado de Capacitación en Seguridad Ocupacional	1	\$200.00
Coordinador de Marketing	1	\$350.00
Total	11	\$2550.00
Total Semestral		\$15,300.00

Tabla 103: Resumen de Requerimientos Humana

3. Programa: Infraestructura y Servicios de Apoyo

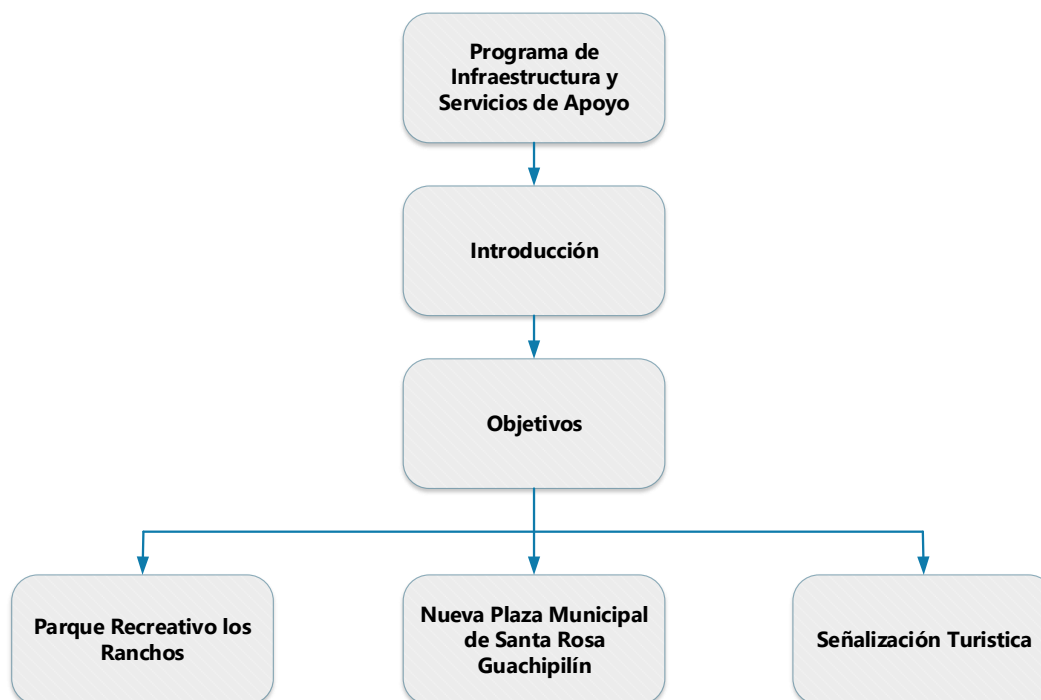


Ilustración 122: Programa Infraestructura

3.1. Objetivos.

La inversión en infraestructura y la innovación son motores fundamentales del crecimiento y el desarrollo económico. Con más de la mitad de la población mundial viviendo en ciudades, el transporte masivo y la energía renovable son cada vez más importantes, así como también el crecimiento de nuevas industrias y de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Los avances tecnológicos también son esenciales para encontrar soluciones permanentes a los desafíos económicos y ambientales.

a) **Objetivo General.**

Contribuir a mejorar las condiciones de habitabilidad de los centros de atención turística en las Zonas dentro del Trifinio a través del Programa y del desarrollo de proyectos de infraestructura básica, complementaria, equipamiento urbano y mejoramiento de la propiedad pública dentro del municipio.

b) **Objetivos Específicos.**

- Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles y de calidad, incluidas infraestructuras regionales y turísticas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo hincapié en el acceso equitativo para todos.
- Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas a la localidad para incrementar el valor turístico de la zona.
- Facilitar el desarrollo de infraestructuras sostenibles mediante un mayor apoyo financiero, tecnológico y técnico en los problemas venideros.

- Apoyar el desarrollo cultural, artesanal, gastronómico y deportivo de la región a través de la ejecución de proyectos municipales de toda índole.
- Desarrollar el Proyecto de renovación turística para el Parque Recreativo los Ranchos en la remodelación de instalaciones y atractivos.
- Proponer una iniciativa turística sobre el desarrollo local e infraestructural de la región, a través de la construcción de una plaza municipal en Santa Rosa Guachipilín.
- Establecer o definir la Señalización turística necesaria para la implementación de los nuevos proyectos en la región Trifinio.

3.2. Proyecto de Infraestructura de Parque Los Ranchos

c) Desarrollo del Parque Los Ranchos.

La Distribución del Parque recreativo Los Ranchos, se muestra a continuación incluyendo

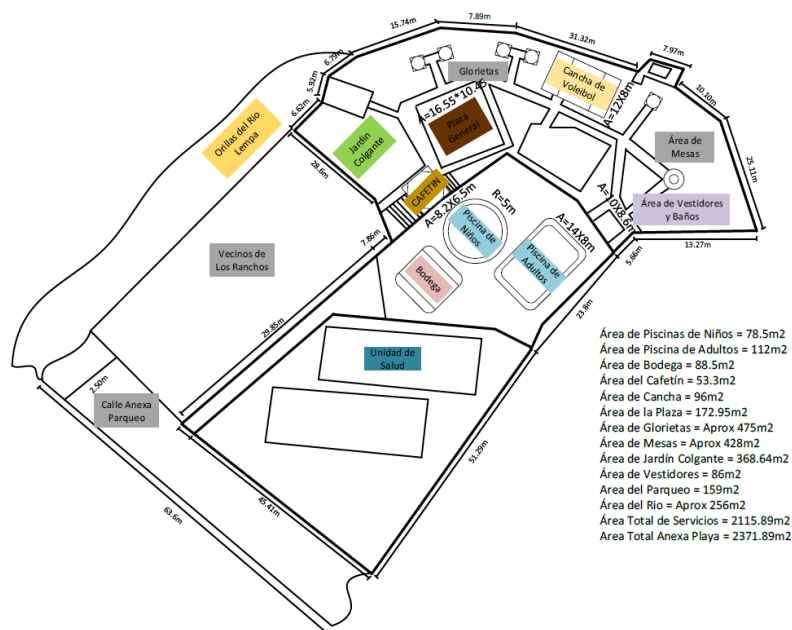


Ilustración 123: Distribución en Planta de Parque "Los Ranchos"

d) Capacidad Instalada de Parque Ecoturístico Los Ranchos

Determinación de Carga Turística.

La capacidad de carga turística es también un tipo de capacidad de carga ambiental; se refiere a la posibilidad biofísica y social que tiene determinado lugar para permitir un determinado flujo de personas mientras realizan una actividad turística, a la par que se mantiene el desarrollo del área y la completa satisfacción del visitante. Representa el máximo nivel de personas que un espacio físico puede soportar antes que el recurso ambiental se comience a deteriorar.

De igual manera, se puede definir la capacidad de carga ambiental como la capacidad máxima de población que permite un ecosistema para preservar con vida sus organismos

(flora y fauna), mientras mantiene su productividad, adaptabilidad y capacidad de regeneración.

Determinar la capacidad de carga turística es fundamental para el desarrollo sustentable de los recursos en un destino turístico, ya que permite conocer la intensidad de uso que se les dará. De esta manera tomar decisiones sobre el manejo de sus visitantes y reducir los posibles impactos. Para obtener la capacidad de carga de un destino, es necesaria una evaluación científica y de sentido común, mientras se analizan factores ecológicos, físicos, sociales, económicos y culturales. También se deben conocer las condiciones propias de la zona y el impacto que dejarán los visitantes en relación a las actividades que se van a realizar.

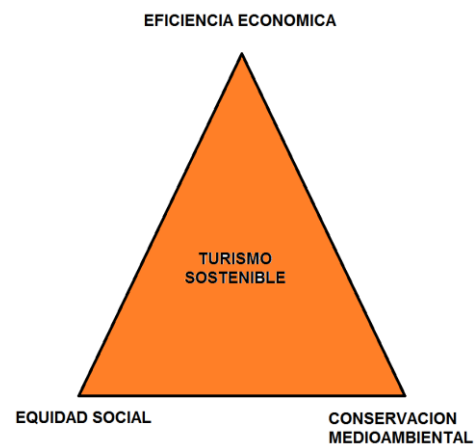


Ilustración 124: Principios del Turismo Sostenible

Para ello, se definen 3 niveles: cada nivel está estrechamente relacionado con los espacios disponibles, es por ese caso que se presenta un mapeo de las áreas de interés que piensa albergar a turistas durante un periodo corto de tiempo y que a su vez cumplan con su rol de atracción turística.

Capacidad de Carga Física (CCF)

Es la simple relación entre el espacio disponible y la cantidad de personas que lo pueden visitar durante un día, sin considerar el daño que se ocasiona. Considera factores como: el espacio disponible, el horario en que está abierto el sitio y el tiempo de visita por grupo. La CCF es el límite máximo de grupos que pueden visitar un sitio durante un día. Para este cálculo, se usan los factores de visita (horario y tiempo de visita), la superficie disponible y los factores sociales.

En base de esta información se calcula la CCF de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$CCF = \frac{S}{AG} \times NV/\text{día.}$$

Donde:

- S = superficie disponible
- AG = área ocupado por un grupo o individuo
- NV/día = número de veces que el sitio puede ser visitado por el mismo grupo o individuo al día.

Por parte de la administración del Parque recreativo los Ranchos se proceden a evaluar cuál es la capacidad de carga turística que tienen las instalaciones y terrenos en cada una de sus atracciones en un lapso no mayor a 10 horas de actividad (1 día). Las dimensiones que ocupan cada una de las atracciones están identificadas en el mapeo y acotación del Parque Los Ranchos, estimando los espacios necesarios que se necesitan para poder desarrollar cada actividad en todas las novedosas atracciones.

El termino **AG** es también referido a individuos que ocupan un espacio reservado en la localidad turística en donde las distancias entre personas deben de ser adecuada y cómoda para realizar un turismo placentero. De acuerdo a las actividades dirigidas a cada atracción se estiman los espacios necesarios de acorde a distintos criterios como están:

- Estadías prolongadas.
- Espacios amplios y naturales.
- Seguridad de riesgos a terceros.

Capacidad de Carga Física Instantánea.

ATRACCIÓN	S (M ²)	AG(M ²)	NV/DÍA	CCF(TURISTAS)
Piscina de Niños	78,5	4	1	20
Piscina de Adultos	112	4,5	1	25
Bodega	88,5	3	0	0
Cafetín	53,3	2,5	1	21
Cancha de Voleibol	96	8	1	12
Plaza Central	172,95	5	1	35
Área de Glorietas	475	5	1	95
Área de Mesas	428	5	1	86
Jardines	368,64	3	0	0
Vestidores	86	3,5	1	25
Rio Lempa	256	6	1	43
TOTAL				360

Tabla 104: Capacidad de Carga Turística Física Instantánea

Capacidad de Carga Física Diaria.

ATRACCIÓN	S (M ²)	AG(M ²)	NV/DÍA	CCF(TURISTAS)
Piscina de Niños	78,5	4	2	39
Piscina de Adultos	112	4,5	2	50
Bodega	88,5	3	0	0
Cafetín	53,3	2,5	2	43
Cancha de Voleibol	96	8	3	36
Plaza Central	172,95	5	2	69
Área de Glorietas	475	5	2	190
Área de Mesas	428	5	2	171
Jardines	368,64	3	0	0
Vestidores	86	3,5	2	49
Rio Lempa	256	6	1	43
TOTAL				690

Tabla 105: Capacidad de Carga Física Diaria.

Cabe resaltar que la capacidad turística que se refleja por atracción es un resultado ideal, donde las condiciones de uso de las instalaciones están siendo aprovechadas a su máxima capacidad dando como resultado una capacidad total de 961 turista al día, sin embargo la cantidad de turistas que puede captar idealmente en un instante determinado el terreno de Los Ranchos es de alrededor de 506 turistas debido a una extensión total en su terreno de 3265m² (Detallado en Planos) donde los espacios utilizados son únicamente los pertenecientes a cada atracción.

De esta manera se procede a ajustar los valores de carga turística con factores de corrección que ayudaran a tener una respuesta cada vez más real y con un índice de **acolchonamiento** indispensable para futuras contingencias en los cambios de la demanda y en la necesidad de nuevos espacios.

Capacidad de Carga Real (CCR)

En este caso, se lleva la capacidad de carga física a un siguiente nivel. Aquí se analiza otra serie de factores más del sitio, como son: el factor social, la vulnerabilidad del suelo, la accesibilidad, la precipitación, el brillo solar, los cierres temporales, la propensión a inundarse del terreno, entre otros.

La CCR es el límite máximo de grupos, determinado a partir de la CCF de un sitio, luego de someterlo a los factores de corrección definidos en función de las características particulares del sitio. Los factores de corrección se obtienen considerando variables físicas, ambientales, biológicas y de manejo.

Los factores de corrección están estrechamente asociados a las condiciones y características específicas de cada sitio. Esto hace que la capacidad de carga de un área protegida tenga que calcularse sitio por sitio. Aplicando estos factores de corrección al cálculo de la CCF, se obtiene la CCR por sitio por día. Los factores de corrección se expresan en términos de porcentaje y para calcularlos se usa la fórmula general:

- $FC = MI/Mt \times 100$
- $CCR = CCF \times FC$

Dónde:

- FC = factor de corrección
- MI = magnitud limitante de la variable
- Mt = magnitud total de la variable

La magnitud Limitante de la variante se referirá a aquellos lugares o espacios a los cuales se es inaccesible por motivos de seguridad, cuidado al medio ambiente o condiciones desfavorables del terreno. La intención principal es demostrar una carga turística que este más en armonía con el medio ambiente, sin deteriorarlo y cumplir las normas de seguridad para cada caso.

a) *Capacidad de carga Real Instantánea.*

ATRACCIÓN	MT	ML	FC	CCF	CCR
Piscina de Niños	78,5	50,26	0,64	20	13
Piscina de Adultos	112	92	0,82	25	20
Bodega	86,5	0	0,00	0	0
Cafetín	53,3	21,32	0,40	21	9
Cancha de Voleibol	96	58	0,60	12	7
Plaza Central	172,95	164,3	0,95	35	33
Área de Glorietas	475	356,25	0,75	95	71
Área de Mesas	428	363,8	0,85	86	73
Jardines	368,64	0	0,00	0	0
Vestidores	86	86	1,00	25	25
Rio Lempa	256	204,8	0,80	43	34
TOTAL					284

Tabla 106: *Capacidad de Carga Turística Real*

Capacidad de Carga Real Diaria.

ATRACCIÓN	MT	ML	FC	CCF	CCR
Piscina de Niños	78,5	50,26	0,64	39	25
Piscina de Adultos	112	92	0,82	50	41
Bodega	86,5	0	0,00	0	0
Cafetín	53,3	21,32	0,40	43	17
Cancha de Voleibol	96	58	0,60	36	22
Plaza Central	172,95	164,3	0,95	69	66
Área de Glorietas	475	356,25	0,75	190	143
Área de Mesas	428	363,8	0,85	171	146
Jardines	368,64	0	0,00	0	0
Vestidores	86	86	1,00	49	49
Rio Lempa	256	204,8	0,80	43	34
TOTAL					542

Tabla 107: *Capacidad de Carga Real Diaria*

Capacidad de Carga Efectiva (CCE)

Es el límite máximo aceptable de personas que un lugar puede recibir sin dañarlo o afectarlo. La CCE es el límite máximo de grupos que se puede permitir, dada la capacidad para ordenarlos y manejarlos. Se obtiene comparando la CCR con la Capacidad de Manejo (CM)

de la administración del área protegida. La CCE será el porcentaje de la CM, relacionada esta última con su óptimo.

La fórmula general de cálculo es la siguiente:

- $CCE = CCR \times CM$
- Dónde: CM es el porcentaje de la capacidad de manejo óptima.

La CM se define como la suma de condiciones que la administración del área protegida necesita para poder cumplir a cabalidad con sus funciones y objetivos. La medición de la CM no es una tarea fácil, puesto que en ella intervienen variables como: respaldo jurídico, políticas, equipamiento, dotación de personal, financiamiento, infraestructura y facilidades (instalaciones) disponibles. Algunas de estas variables no son medibles.

Al tratarse de un proyecto completamente nuevo de iniciación pues no se espera que la administración, manejo de personal y turistas sea de excelencia en primera instancia. Otra limitante de la capacidad de manejo del parque será afectada por las pocas olas de demanda que pueda generarse a plazos durante el lanzamiento, dando como consecuencia probables espacios inutilizados u atracciones poco aprovechadas.

En muchos casos la capacidad de manejo administrativo puede permanecer ociosa por factores de temporadas bajas de turistas o poca penetración del mercado en los primeros años de ejecución. Se estima una administración empleada de alrededor del 60% efectiva dando como resultado las siguientes capacidades administradas por el parque.

Capacidad de Carga Turística Efectiva Instantánea.

ATRACCIÓN	CCR	CCE
Piscina de Niños	13	9
Piscina de Adultos	20	14
Pista de Patinaje	0	0
Cafetín	9	6
Cancha de Béisbol	7	5
Plaza Central	33	23
Área de Glorietas	71	50
Área de Mesas	73	51
Jardines	0	0
Vestidores	25	17
Rio Lempa	34	24
TOTAL		199

Tabla 108: Capacidad de Carga Turística Efectiva Instantánea

Capacidad de Carga Turística Efectiva Diaria.

ATRACCIÓN	CCR	CCE
Piscina de Niños	25	18
Piscina de Adultos	41	29
Pista de Patinaje	0	0
Cafetín	17	12
Cancha de Béisbol	22	15
Plaza Central	66	46
Área de Glorietas	143	100
Área de Mesas	146	102
Jardines	0	0
Vestidores	49	34
Rio Lempa	34	24
TOTAL		379

Tabla 109: Capacidad de Carga Turística Efectiva Diaria

Como puede observarse la cantidad máxima que puede albergar el Parque recreativo los Ranchos es de alrededor 379 Personas diarias, con aprovechamientos esperados en cada una de las atracciones como fuentes de supuestos de espacios. Por otro lado tenemos la fotografía instantánea de la capacidad efectiva lo que nos muestra idealmente el número de personas que pueden estar dentro del parque recreativo al mismo tiempo sin perturbar las acciones de los demás.

Resumen de costos

DESCRIPCION	COSTO	SUB TOTAL
COSTOS FIJOS		\$136,604.60
Terreno	\$0.00	
Obra civil	\$124,451.15	
Mobiliario, equipo y deportes	\$11,861.45	
Costos Señalización	\$292.00	
COSTOS DIFERIDOS		\$38,425.37
Estudio	\$11,654.00	
Capacitaciones	\$6,553.00	
Permisos	\$99.00	
Costos de Administración	20,119.37	
TOTAL SIN IMPREVISTO		\$175,029.97
TOTAL COSTOS + IMPREVISTO (10%)		\$192,532.97

Tabla 110: Resumen de los Costos de Inversión.

Proyecto de Infraestructura de Plaza Santa Rosa

a) Desarrollo de la Plaza Santa Rosa.

A continuación, se muestra la propuesta a grandes rasgos de la Plaza Santa Rosa, en la misma se proyecta ofrecer productos alimenticios, así mismo, contará con un área aislada para brindar alojamiento en el “Hostal y Cabañas Portal del Alma”.



Ilustración 125: Plaza Santa Rosa, propuesta para gastronomía y alojamiento.



b) Capacidad Instalada de la Plaza Santa Rosa

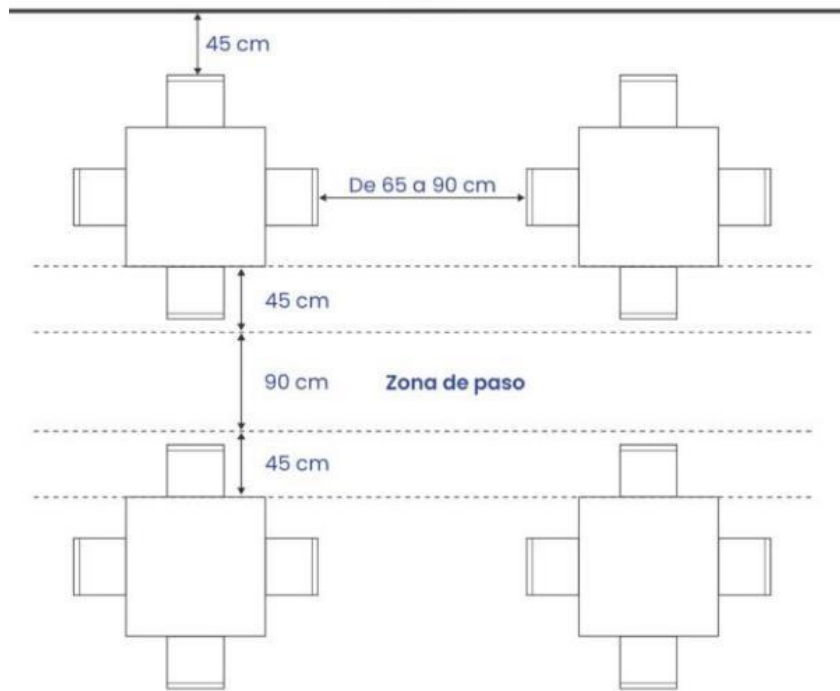
Para maximizar la capacidad del restaurante no basta con llenarlo de mesas y sillas, la comodidad es un factor que el cliente valora y si no cuentan con la suficiente privacidad puede que no repitan en otra ocasión.

El mobiliario donde va a disfrutar el cliente del negocio y alimentos es la parte que determinará el aforo máximo, esto se ha de calcular dependiendo del mobiliario que se ha escogido. A éste hay que dejar un espacio de circulación para clientes y que los camareros puedan trabajar cómodamente y sin riesgos³⁴.

- El tamaño de una mesa estándar es de 80 cm. x 80 cm.
- El tamaño de una silla ronda los 45 cm.
- El espacio que requiere un cliente para acomodarse y sentir cierta privacidad ronda los 45 cm. a partir de la silla. $45+45+80+45+45=260$ cm.

La Plaza Santa Rosa es una infraestructura recomendada para poder alojar un mayor número de visitantes y en consecuencia, brindar una mayor capacidad instalada al destino general. Además, la construcción de la plaza permitiría que haya una mejor apreciación del destino por parte de los turistas, generando vistosidad, a la vez que dentro de su infraestructura se puede ofrecer una oportunidad de emprendimiento a los habitantes de las comunidades aledañas. La Plaza Santa Rosa albergará 12 puestos de cocina y en el área de mesas tendrá una capacidad para alojar 84 comensales de forma simultánea. Adicionalmente se estima que cada comensal o grupo de comensales permanezca en promedio 2 horas, lo cual permitirá atender alrededor de 1,200 personas por día.

³⁴ <https://www.repagas.com/capacidad-restaurante/>



Para el caso de la Plaza Santa Rosa se utiliza el área "A" de una cafetería. A continuación, se obtiene la Carga Ocupacional, utilizando el área efectiva de la plaza, es decir, sin interrumpir el área donde se hace fila y pide la comida. Por tanto:

$$CCF = CO_{m\acute{a}x} = \frac{(20.00m)(6.48m)}{(1.00m^2/cliente) + (0.20m^2)}$$

$$CCF = CO_{m\acute{a}x} = 108 \text{ clientes}$$

Mediante el uso del Software para ubicar los set de mesa, se puede concluir que la Capacidad de Ocupación Máxima es de 21 mesas, esto es igual a **84 clientes**, para tal evaluación se utilizó las medidas estándares de un sete de mesa.

- El tamaño de una mesa estándar es de 80 cm. x 80 cm.
- El tamaño de una silla ronda los 45 cm.

Por ser más restrictivo, se utilizará este dato por ser más restrictivo:

$$CO_{max} = 84 \text{ clientes.}$$

Capacidad Ocupacional Real

Se calcula que en promedio, cada cliente permanecerá 2 horas en la plaza. Y el tiempo de servicio diario de la plaza se prevé que será 11 horas (7:00 am a 6:00 pm).

$$CCR = CO_{real} = \frac{(CO_{max})(T)}{(t)}$$

Donde:

- T = Tiempo en que la plaza estará abierta por día = 11 horas/cliente.
- t = Tiempo promedio que se proyecta que tardará cada cliente en la plaza = 2 horas.

$$CCR = CO_{real} = \frac{(84 \text{ clientes})(11 \text{ horas/día})}{(2.00 \text{ horas/cliente})}$$

$$CCR = CO_{real} = 462 \text{ clientes/día}$$

$$CCR = CO_{real} = 462 \text{ clientes/día}$$

Item	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Sub-total	Total
0.00	TERRENO					254360
0.01	Terreno para Plaza	m2	6359	40	254360	
1.00	OBRAS PRELIMINARES					7485.71
1.01	Bodega	SG	1	1300.00	1300.00	
1.03	Limpieza y Descapote	m2	6359	0.69	4387.71	
1.04	Destroncado de árboles	c/u	10	15.00	150.00	
1.05	Suministro he instalación de barrera protectora	m	344	4.50	1548.00	
1.06	Desalojo arboles	c/u	10	10.00	100.00	
2.00	EXCAVACIÓN					10838.20
2.01	Trazo y nivelación muro	m	344.00	0.40	137.60	
2.02	Excavación para muro perimetral prefabricado	m3	200.00	17.80	3560.00	
2.03	Trazo y nivelación cabañas	m	350.00	0.40	140.00	
2.04	Excavación para verja perimetral de cabañas	m3	30.00	17.80	534.00	
2.05	Excavación de bases para cabañas	m3	200.00	17.80	3560.00	
2.06	Trazo y nivelación recepción y bodega	m	35.00	0.40	14.00	
2.07	Excavación de bases para recepción y bodega	m3	20.00	17.80	356.00	
2.08	Trazo y nivelación kioscos	m	60.00	0.40	24.00	
2.09	Excavación de bases para kioscos	m3	17.00	17.80	302.60	
2.10	Trazo y nivelación plaza	m	150.00	0.40	60.00	
2.11	Excavación de bases para plaza de comida	m3	100.00	17.80	1780.00	
2.12	Trazo y nivelación baños	m	35.00	0.40	14.00	
2.13	Excavación de bases para baños	m3	20.00	17.80	356.00	
3.00	COMPACTACIÓN					8455
3.01	Compactación para muro perimetral prefabricado	m3	130.00	22.25	2892.5	
3.02	Compactación para verja perimetral de cabañas	m3	22.00	22.25	489.5	
3.03	Compactación de bases para cabañas	m3	130.00	22.25	2892.5	
3.04	Compactación de bases para recepción y bodega	m3	13.00	22.25	289.25	
3.05	Compactación de bases para kioscos	m3	12.00	22.25	267	
3.06	Compactación de bases para plaza de comida	m3	60.00	22.25	1335	
3.08	Excavación de bases para baños	m3	13.00	22.25	289.25	
4.00	ESTRUCTURAS DE FUNDACIÓN					9315.00
4.01	Solera para muro perimetral prefabricado	m3	70.00	45.00	3150	
4.02	Solera para verja perimetral de cabañas	m3	8.00	45.00	360	
4.03	Solera de bases para cabañas	m3	70.00	45.00	3150	
4.04	Solera de bases para recepción y bodega	m3	7.00	45.00	315	
4.05	Solera de bases para kioscos	m3	5.00	45.00	225	
4.06	Solera de bases para plaza de comida	m3	40.00	45.00	1800	
4.07	Solera de bases para baños	m3	7.00	45.00	315	

Tabla 111: Costo estimados de construcción para la Plaza Santa Rosa (A).

5.00	PAREDES					60845.25
5.01	Pared para muro perimetral prefabricado	m	345.00	78.00	26910.00	
5.02	Pared para verja perimetral de cabañas	m	90.00	78.00	7020.00	
5.03	Pared para cabañas	m3	157.50	85.00	13387.50	
5.04	Pared para recepción y bodega	m3	15.75	85.00	1338.75	
5.05	Pared para kioscos	m3	7.65	85.00	650.25	
5.06	Pared para plaza de comida	m3	120.00	85.00	10200.00	
5.07	Pared para baños	m3	15.75	85.00	1338.75	
6.00	ACERAS					14840
6.01	Acera concreto rústico en cabañas	m3	110.00	35.00	3850	
6.02	Acera tipo emplantillado de piedra cuarta en cabaña	m2	220.00	29.75	6545	
6.03	Acera concreto rústico en recepción y bodega	m3	11.00	35.00	385	
6.04	Acera concreto rústico en kioscos	m3	30.00	35.00	1050	
6.05	Acera concreto rústico en plaza	m3	75.00	35.00	2625	
6.06	Acera contreto rustico baño	m3	11.00	35.00	385	
7.00	PARQUEO					10000.00
7.01	Construcción de parqueo	SG	1	10,000	10000	
8.00	CALLE DE ACCESO					10000.00
8.01	Construcción de calle de acceso	SG	1	10,000	10000	
9.00	ACABADO EN PAREDES					23576.10
9.01	Repello y afinado en cabañas	m2	1320.00	6.60	8712.00	
9.02	Pintura en cabañas	m2	1320.00	2.30	3036.00	
9.03	Repello y afinado en recepción y bodega	m2	132.00	6.60	871.20	
9.04	Pintura en bodega y bodega	m2	132.00	2.30	303.60	
9.05	Repello y afinado en kioscos	m2	65.00	6.60	429.00	
9.06	Pintura en kioscos	m2	65.00	2.30	149.50	
9.07	Repello y afinado en plaza	m2	1000.00	6.60	6600.00	
9.08	Pintura en plaza	m2	1000.00	2.30	2300.00	
9.09	Repello y afinado en baño	m2	132.00	6.60	871.20	
9.10	Pintura en baño	m2	132.00	2.30	303.60	
10.00	TECHOS					20160.00
10.01	Techo para cabañas	m2	560.00	24.00	13440	
10.02	Techo para recepción y bodega	m2	56.00	24.00	1344	
10.03	Techo para kioscos	m2	28.00	24.00	672	
10.04	Techo para plaza	m2	140.00	24.00	3360	
10.05	Techo en baños	m2	56.00	24.00	1344	
11.00	INSTALACIONES HIDRAULICAS					16000.00
11.01	Tuberia de pvc para aguas lluvias	SG	1.00	8000.00	8000.00	
11.02	Tuberia de pvc para aguas potable	SG	1.00	4000.00	4000.00	
11.03	Tuberia de pvc para aguas negras	SG	1.00	4000.00	4000.00	

Tabla 112: Costo estimados de construcción para la Plaza Santa Rosa (B).

12.00	INSTALACIONES ELECTRICAS					16000.00
12.01	Suministro e instalacion de sistemas de iluminaci3n	SG	1.00	10000.00	10000.00	
12.02	Suministro e instalacion de tuberia subterranea	SG	1.00	5000.00	5000.00	
12.03	Suministro e instalacion de faroles decorativos	SG	1.00	1000.00	1000.00	
13.00	INSTALACIONES DE JARDINES					10000.00
13.01	Suministro e instalacion de tuberia de pvc para agua	SG	1.00	10000.00	10000.00	
14.00	BUNGALOWS					15000.00
14.01	Construcci3n de bungalows	SG	10.00	1500.00	15000.00	
14.00	ROTULACI3N					1000.00
14.01	Rotulado	SG	1.00	1000.00	1000.00	
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS E INDIRECRIS DE CONSTRUCCI3N						233515.26
IVA (13%)						30356.98
GRAN TOTAL						263872.24

Tabla 113: Costo estimados de construcci3n para la Plaza Santa Rosa (C).

3.3. Proyecto: Se~alizacion Turistica

a) Se~ales Turisticas.

Funci3n de Se~ales Turisticas.

Las se~ales turisticas, adem~as de poseer un significado convencional, responden a un idioma universal para informar al turista sobre los sitios, atractivos, servicios y actividades que podr~a realizar. Las se~ales turisticas deber~an ser usadas de acuerdo a las recomendaciones de los estudios t~cnicos realizados, de manera que los iconos y letreros sean f~cilmente reconocidos y comprendidos. La se~alizacion turistica debe orientar a los visitantes en su recorrido hacia el atractivo turistico, d~ndole informaci3n importante durante su acceso y salida del sitio.

Se~alizacion Turistica en Vias Terrestres.

Se~alizacion turistica en vias terrestres sirve para dirigir al visitante hacia los atractivos, servicios o actividades turisticas, que normalmente requiere un desplazamiento vial para llegar hasta ~l. La Clasificaci3n de se~alizacion turistica en vias terrestres de acuerdo a su contenido es:

TIPO	DESCRIPCION
Informativa	Son aquellas que cuentan con la informaci3n m~s completa referida al atractivo, servicio o actividad turistica correspondiente, y se utilizan al inicio de una ruta o circuito turistico, en los desv~os de carreteras principales y en el ingreso o acceso inmediato al mismo.
Referencial	Son aquellas se~ales que se colocan en puntos intermedios de una ruta o circuito, y que sirven de gui~a y orientaci3n. Se utilizar~an con mucha frecuencia en los puntos de intersecci3n y bifurcaci3n de vias.

Tabla 114: Clasificación de Señales Turísticas Terrestres por su Tipo

SERIE		DESCRIPCIÓN
Serie A	Señalización para el Visitante en Vehículo.	Aplicable en carreteras asfaltadas. Son señales de gran tamaño debido a la velocidad de circulación en este tipo de vías.
Serie B	Señalización para el Visitante en Vehículo.	Aplicable en carreteras no asfaltadas, caminos rurales, ingresos y alrededores de sitios turísticos. Por su velocidad son señales de escala intermedia.
Serie C	Señalización para el Visitante Peatón.	Aplicable en el ámbito de los sitios e instalaciones de servicios, siendo mayoritariamente zonas de acceso peatonal y/o acémilas; por lo tanto, son señales de menor escala. No aplica al interior de los recursos turísticos cuando se trata de sitios arqueológicos o áreas naturales protegidas.

Tabla 115: Clasificación de Señales Turísticas Terrestres por su Tipo.



Ilustración 126: Croquis de Señalización Turística

Señalización Turística dentro del Municipio SRG.

La señalización turística dentro del municipio sirve para orientar al visitante a localizar un atractivo, servicio o actividad turística dentro del casco urbano. Se debe tener presente que en las áreas urbanas la velocidad que desarrollan los vehículos es bastante distinta a la que

se emplea en las carreteras, debido a que en este caso las reglas de tránsito toman en consideración la presencia de peatones en el área.

Criterios para Señalización Municipal.

- Se deberá tener especial cuidado para no saturar la información.
- Se deberá lograr un diseño adecuado acorde con el entorno.
- Se deberá efectuar en coordinación con la alcaldía de SRG.
- Se tendrá cuidado en ser específicos y directos con la señalización turística.
- Se evitará posibles duplicidades de señalización con otros sectores.
- La señalización turística no deberá afectar física ni visualmente el entorno urbano.
- La señalización turística no deberá llevar publicidad.

b) Diseño de Señales Turísticas.

Consideraciones Generales para el Diseño.

- 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.
- Estudios de Ingeniería: La decisión de utilizar señales turísticas en cualquier ubicación, sea calle o carretera, debe estar basada en un estudio de ingeniería; cuyo alcance deberá abarcar las características de la señal y geometría visual, así como su funcionalidad y el entorno. El estudio conlleva la responsabilidad del profesional y de la autoridad respecto al riesgo que pueden causar por una señalización inadecuada.
- Ejecución de Obra: La ejecución de obras de señalización turística en la vía pública, implica responsabilidad durante el proceso. Se deberá instalar señales temporales de construcción y conservación vial autorizadas por la entidad competente para la protección del público, equipos y trabajadores. Estas señales de prevención deberán ser retiradas una vez finalizadas las obras correspondientes.

Color.

En general, para las señales turísticas se utilizará el color azul de tonalidad 15056 Standard Federal 595– USA. La iconografía será de color blanco para la figura y marco, el cual marcará el contraste con el color azul utilizado para el fondo y borde de las señales. Adicionalmente, se ha considerado, como marcadores, círculos de color blanco para destacar o recomendar actividades específicas y círculos de color rojo de tonalidad 32197 Standard Federal 595–

USA7 (atravesados por una diagonal del mismo color) para señalar la prohibición de una actividad. Se puede optar además por una Diagonal de negación.

Iluminación.

Es imprescindible que las señales comuniquen sus mensajes a toda hora, por lo que se recomienda que estén debidamente iluminadas. La iluminación se puede obtener de la siguiente manera:

- Por medio de una luz independiente separado de la señal y que ilumine uniformemente toda la cara de la misma.
- Usando un incandescente que siga la forma de los símbolos o de la leyenda.

Contenido de Señales.

SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA EN VÍAS TERRESTRES (SERIES A Y B)	
Icono	Para el atractivo, servicio o actividad turística como elemento de mayor importancia. Se utilizará como máximo de 4 a 6 iconos para series A y B.
Leyenda	Las leyendas se harán necesarias especialmente en los letreros a ubicarse al inicio de la ruta y en la proximidad de destinos.
Flechas	Para las indicaciones de los sentidos y direcciones. Se empleará especialmente en el inicio de una ruta, en los puntos de bifurcación o cambio de rutas y en las proximidades al destino turístico.
Distancia	Expresada en Kilómetros (Km) o Metros (m). indica la distancia promedio que hay entre la localización con el destino especificado en la misma señal.

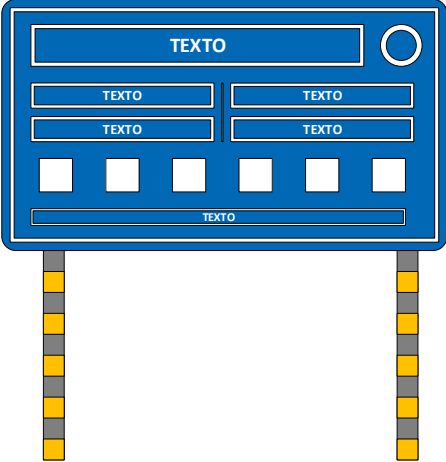


Ilustración 127: Letrero B3-CTL

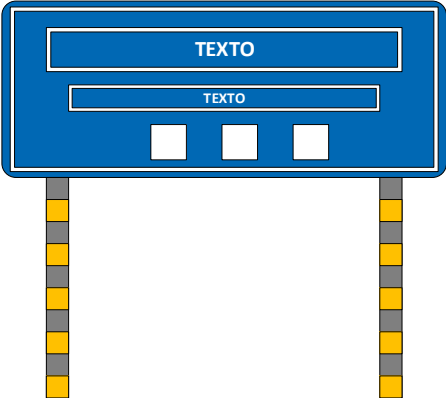


Ilustración 128: Letrero B1-CTL

Tabla 116: Elementos de Señalización Turística Series A y B.

c) Señalización Propuesta para el Proyecto.

Señalización Preventiva Turística.

NOMBRE DE LA SEÑAL	ILUSTRACIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Tipo de Señal: PREVENTIVAS			
ATENCIÓN. CAÍDA A DISTINTO NIVEL.		Estas señales representan las posibilidades de caída en descenso o cambio a nivel inferior. Señales utilizadas en zonas altas de niveles superiores.	3
PELIGRO DE AHOGAMIENTO		Señal utilizada para advertir a los turistas el riesgo por ahogamiento en el río. Niños sin supervisión son los que corren mayor peligro.	2
ATENCIÓN. PANDEMIA COVID-19		Debido a los acontecimientos actuales se debe tener presente que el virus sigue presente en el medio, y es de responsabilidad social recordarlo.	2
PRECAUCIÓN. POSIBLES DERRUMBES		Peligro por derrumbe es la señal utilizada para advertir a los turistas que las condiciones de la tierra pueden ser inestables debido a muchos factores como lluvias, terremotos, etc.	3
CÁMARA DE VIGILANCIA DE MONITOREO		Zona segura por monitoreo de vigilancia. Por lo general conectada a un servidor público – privado grabando contenido las 24 horas del día.	1
ALTO		Señales de precaución utilizadas para peatones, debido a que dentro de los pueblos no existe mucha señalización reglamentaria es de tener cuidado para cruzar calles.	3


MEDIDAS DE SEGURIDAD CONTRA EL COVID-19		Señalización de la pandemia covid-19 que contiene las nuevas normas básicas de servicio y atención al cliente. Como lo son el uso obligatorio de mascarilla, uso de alcohol gel y mantener el distanciamiento social.	4
TOTAL			18

Tabla 117: Señalización Preventiva Propuesta

Señalización Restrictiva Turística.







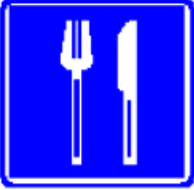
NOMBRE DE LA SEÑAL	ILUSTRACIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
NO INGRESAR CON ALIMENTOS		Señal que prohíbe el ingreso de alimentos a ciertas áreas.	2
NO UTILIZAR DISPOSITIVOS MÓVILES		Se prohíbe el uso de dispositivos inteligentes o smartphone, debido a la posible pérdida del objeto por daños en el agua o deportes al riesgo.	2
NO BOTAR BASURA	 	Prohibido tirar la basura es de las señales mas importantes, ya que se pretende bajar significativamente los niveles de suciedad que dejaran los turistas.	4
PROHIBIDO FUMAR EN ESTA ZONA		Se prohíbe fumar es una señal de prohibición de uso ocasional para ciertas zonas públicas en ambientes generalmente cerrados.	3

PROHIBIDO LAS MASCOTAS		Se prohíbe el ingreso de mascotas. No significa que sean prohibidas, pero hay ciertos atractivos donde si se restringes su ingreso.	2
PROHIBIDO EL PASO EN ESTADO DE EBRIEDAD		Se prohíbe el ingreso bajo bebidas alcohólicas es una norma contemplada en reglamentaciones deportivas donde la sobriedad es un requisito de participación.	2
TOTAL			15

Tabla 118: Señalización Restrictiva Propuesta

Señalización Informativa Turística.

NOMBRE DE LA SEÑAL	ILUSTRACIÓN	DESCRIPCIÓN	CANT.
COMEDOR AL AIRE LIBRE		Señalización indicando lugares o zonas al aire libre disponibles para comer	1
BOTE DE BASURA		Señalización indicando la proximidad de basureros públicos,	4
PESCA		Señalización de lugares donde se puede practicar pesca. En el rio Lempa, la pesca es una actividad muy común en varios tramos del mismo.	2

SENDERISMO		Señalización indicando el inicio de circuitos turísticos en lo que aplica caminatas y senderismo.	3
MONUMENTO RELIGIOSO		Monumentos religiosos indican la cercanía de iglesias o templos religiosos que atraen la visita de varias personas creyentes.	2
CASCADA		Indica la cercanía de un riachuelo o cascada.	1
PRIMEROS AUXILIOS		Señalización turística de primeros auxilios, indicando el lugar donde se encuentra un botiquín equipado.	1
ESTACIÓN DE SERVICIO		Indica la cercanía de una estación de servicio o gasolinera.	1
SERVICIOS SANITARIOS		Señala el lugar de baños públicos tanto para hombres como mujeres.	1
RESTAURANTES		Señalización de restaurantes en la proximidad.	2







HOSPEDAJE		Señalización de servicios de hospedaje y hotelería en la proximidad.	1
MUELLE		Muelle de embarque para los turistas.	1
ESTACIONAMIENTO		Señalización indicando el estacionamiento permitido en el lugar designado.	4
SE PUEDE NADAR		Señalización indicando la posibilidad de nadar en los ríos, lagos o piscinas presentes.	2
MIRADOR Y VISTA PANORÁMICA		Indica un atractivo turístico especificando los miradores.	2
		TOTAL	28

Tabla 119: Señalización Informativa Propuesta

Señalización Complementaria.

NOMBRE DE LA SEÑAL	ILUSTRACIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Tipo de Señal: COMPLEMENTARIA			
Salida de emergencia		Señalización empleada en lugares estratégicos y claramente visibles, que muestra la dirección en la que se encuentra la puerta de evacuación o salida en caso de emergen.	8



Extintor de emergencia		Señalización de Extintor.	2
PELIGRO ALTO VOLTAJE		Señalización de Precaución ante Posible alto Voltaje en las cercanías a una pequeña o gran fuente suministradora.	2
		TOTAL	12


Tabla 120: Señalización Complementaria Propuesta


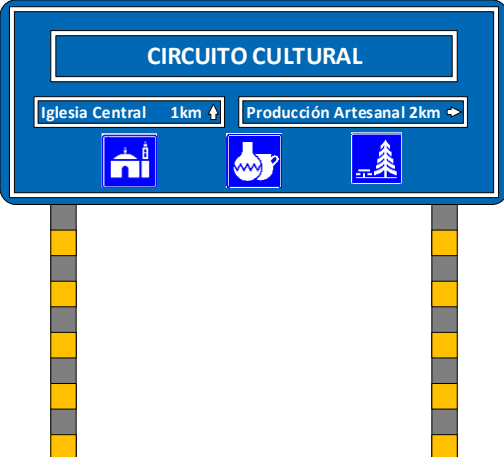

Resumen de Señalización Turística Pre-Elaboradas.

TIPO DE SEÑAL	COLOR	CANTIDAD
Preventivas		18
Restrictivas		15
Informativas		28
Complementarias		12
TOTAL		73

Tabla 121: Resumen de Señalización Turística

Señalización informativa Vial Turística.

NOMBRE DE LA SEÑAL	ILUSTRACIÓN	DESCRIPCIÓN	CANT.
Tipo de Señal: INFORMATIVA VIAL			
Letrero B3-CTL de Bienvenida		Es un letrero de grandes dimensiones, las cuales están normalizadas por la NTS 01.00.01.14. Su objetivo es dar a conocer la llegada al destino turístico Portal del Alma y las diferentes actividades que podrá encontrar en este lugar.	1

<p>Letrero B3-CTL de Ecoturismo</p>	 <p>The sign is rectangular with a blue background and white text. At the top, it reads 'ECOTURISMO PORTAL DEL ALMA' next to a small logo of a mountain and water. Below this, there are four directional boxes: 'Rio Lempa 2km' (up arrow), 'Cerro el Calaire 2km' (down arrow), 'Mirador Matazano 3km' (left arrow), and 'Campiña Viva 1km' (up arrow). Underneath these boxes are five icons: a tree, a tent, two trees, a hiker, and a person swimming. At the bottom, it says 'Turismo de Aventura'.</p>	<p>Es un letrero de grandes dimensiones, las cuales están normalizadas por la NTS 01.00.01.14. se emplea para señalar los circuitos ecoturísticos, ya que son los que se encuentran con mayor disponibilidad para el público.</p>	<p>1</p>
<p>Letrero B1-CTL de Circuito Cultural</p>	 <p>The sign is rectangular with a blue background and white text. At the top, it reads 'CIRCUITO CULTURAL'. Below this, there are two directional boxes: 'Iglesia Central 1km' (down arrow) and 'Producción Artesanal 2km' (right arrow). Underneath these boxes are three icons: a church, a pottery wheel, and a tree.</p>	<p>Letreo terrestre para conductores, es de una categoría más baja y con dimensiones reducidas. Su propósito es informar el tipo de recorrido y actividad que se encuentran en una dirección.</p>	<p>1</p>
<p>Letrero B3-CTL De Circuito Deportivo</p>	 <p>The sign is rectangular with a blue background and white text. At the top, it reads 'CIRCUITO DEPORTIVO'. Below this, there are two directional boxes: 'RAFTING 3km' (up arrow) and 'CANOPY 1km' (up arrow). Underneath these boxes are three icons: a person in a raft, a person on a bicycle, and a person on a kayak.</p>	<p>Letreo terrestre para conductores, es de una categoría más baja y con dimensiones reducidas. Su propósito es informar el tipo de recorrido y actividad que se encuentran en una dirección.</p>	<p>1</p>


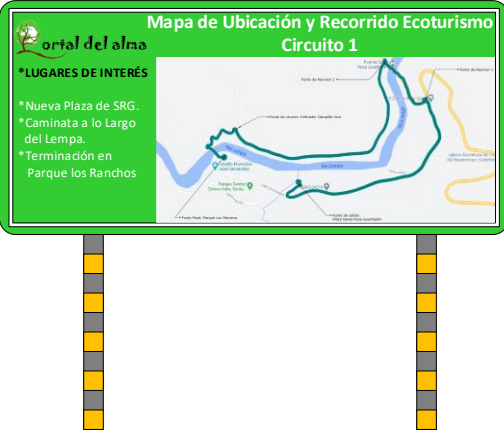

<p>Letreros Agrupados en poste empotrado. Muestra direcciones cercanas del perímetro</p>		<p>Es un empotramiento donde los letreros son agrupados en una flecha o poste de aluminio reforzado que tiene como finalidad indicar direcciones cercanas a puntos de interés.</p>	<p>1</p>
<p>TOTAL</p>		<p>5</p>	<p>5</p>

Tabla 122: Señalización informativa Vial Propuesta

NOMBRE DE LA SEÑAL	ILUSTRACIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
<p>Mapa de ubicación ecoturismo circuito 1.</p>		<p>Un cartel informativo sobre los atractivos turísticos disponibles dentro de Portal el Alma. Se especifica el destino de los circuitos ecoturísticos.</p>	<p>1</p>
<p>Mapa de ubicación ecoturismo circuito 2</p>		<p>Un cartel informativo sobre los atractivos turísticos disponibles dentro de Portal el Alma. Se especifica los destinos de los circuitos ecoturísticos 2</p>	<p>1</p>




<p>Mapa de ubicación ecoturismo circuito 3</p>		<p>Un cartel informativo sobre los atractivos turísticos disponibles dentro de Portal el Alma. Se especifica los destinos de los circuitos ecoturísticos 3</p>	<p>1</p>
<p>Mapa de ubicación Circuito Cultural</p>		<p>Un cartel informativo sobre los atractivos turísticos disponibles dentro de Portal el Alma. Se especifica los destinos Culturales dentro del Municipio.</p>	<p>1</p>
<p>Mapa de Ubicación Circuito Deportivo</p>		<p>Un cartel informativo sobre los atractivos turísticos disponibles dentro de Portal el Alma. Se especifica los destinos Deportivos en las cercanías del Municipio.</p>	<p>1</p>
<p>TOTAL</p>			<p>5</p>

Tabla 123: Señalización Vial de Ubicación

d) Costos de Señalización.

Los costos asociados a la señalización estarán siendo asumidos por la municipalidad de Santa Rosa Guachipilín, ya que la mayoría de los atractivos a ofertar se encuentran en sus cercanías más que en las de Metapán. Hay que considerar 3 cosas en los costos de señalización los cuales se resumen:

1. Los costos asociados a recursos humanos serán un grupo de 4 trabajadores que se encargarán de hacer las instalaciones en parejas para que el trabajo de señalización esté listo aproximadamente en 1 meses.

2. Hay que considerar que la mayor parte de la señalización vial esta prefabricada con costos específicos que rondan los \$25.00 hasta los \$55.00 dependiendo de las dimensiones y estructura que podría acompañar a la señal. Consideraremos un total de 73 señales como se expresó y detallo anteriormente en las señalizaciones propuestas.
3. Los costos asumidos por la señalización complementaria serán detallados por separado, debido a que este tipo de estructuras y señalizaciones no están estandarizadas a la venta, por lo cual su construcción es por separado a las prefabricadas.

I. Recursos Humanos.

RECURSOS HUMANOS	CANTIDAD	PAGOS
Coordinador de Obra	1	-
Constructores Infraestructura	4	\$400.00
TOTAL (Mes)	5	\$1600.00

Tabla 124: Recursos Humanos para Señalización

II. Costos de Señales Prediseñadas.

SEÑALES PREDISEÑADAS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Señales Preventivas	18	\$36.00	\$648.00
Señales Restrictivas	15	\$30.00	\$450.00
Señales Informativas	28	\$25.00	\$700.00
Señales Complementarias	12	\$28.00	\$336.00
TOTAL	73		\$2134.00

Tabla 125: Costo de Señales Prediseñadas

Resumen de Costos para Instalación de Señalización Turística.

REQUERIMIENTOS	COSTO
Recursos Humanos	\$9,600.00
Costo de Señalización Prediseñada.	\$2,134.00
Costo de Señalización Complementaria	\$578.60
TOTAL	\$12,312.60

Tabla 126: Costos de Señalización Propuesta de Diseño.

e) Principales Actividades del Proyecto Señalización.

Act.	Dep.	Duración (Días)	Descripción	Costo (\$)
1	-	4	Estudio de Campo e Identificación	\$2600.00
2	1	4	Comprobante de Terrenos y Superficies	\$2000.00
3	1,2	14	Compra de Señales Prefabricadas	\$2134.00
4	1,2	7	Diseño de Señales Turísticas	\$578.60
5	3,4	30	Ejecución e Instalación de Señales	\$5000.00
			TOTAL	\$12,312.60

Tabla 127: Actividades para Proyecto de Señalización

3.4. Proyecto de Mantenimiento General

a) Objetivos del Proyecto

Objetivo General.

Establecer un adecuado mantenimiento periódico a los equipos, infraestructura y demás elementos necesarios que estén involucrados en el Plan, con el fin de mantener una imagen atractiva y sobretodo, funcional.

Objetivos específicos.

- Mantener un ambiente atractivo y agradable, calles pintorescas, infraestructura bien pintada.
- Asegurar que la infraestructura se proteja constantemente para que pueda tener una vida útil aceptable.
- Checar los equipos de deportes extremos para evitar accidentes.
- Revisar la señalización periódicamente para que los visitantes identifiquen con facilidad los distintos lugares, atractivos, productos y servicios.
- Identificar cuando es oportuno realizar cambio de material, equipo o infraestructura, para poder obtener resultados óptimos sobre la experiencia de los visitantes.

Ítem	Costo de Mantenimiento Anual
Vallas publicitarias	2,800
Murales	1,400
Senderos	840
Canopy	1,250
Rafting	994
Río Lempa Y Cuenca	320
Cerro El Calaire	320
Cascada El Salto mágico	320
Posa de la Peñona	320
Mirador Matazano	320
Circuito Campiña Viva	320
Parque Los Ranchos	1,900
Plaza Santa Rosa	2,450
Cabañas Portal del Alma	2,550
Costo Anual de Mantenimiento	16,104

Tabla 128: Costo Anual de Mantenimiento.

4. Programa: Organización.

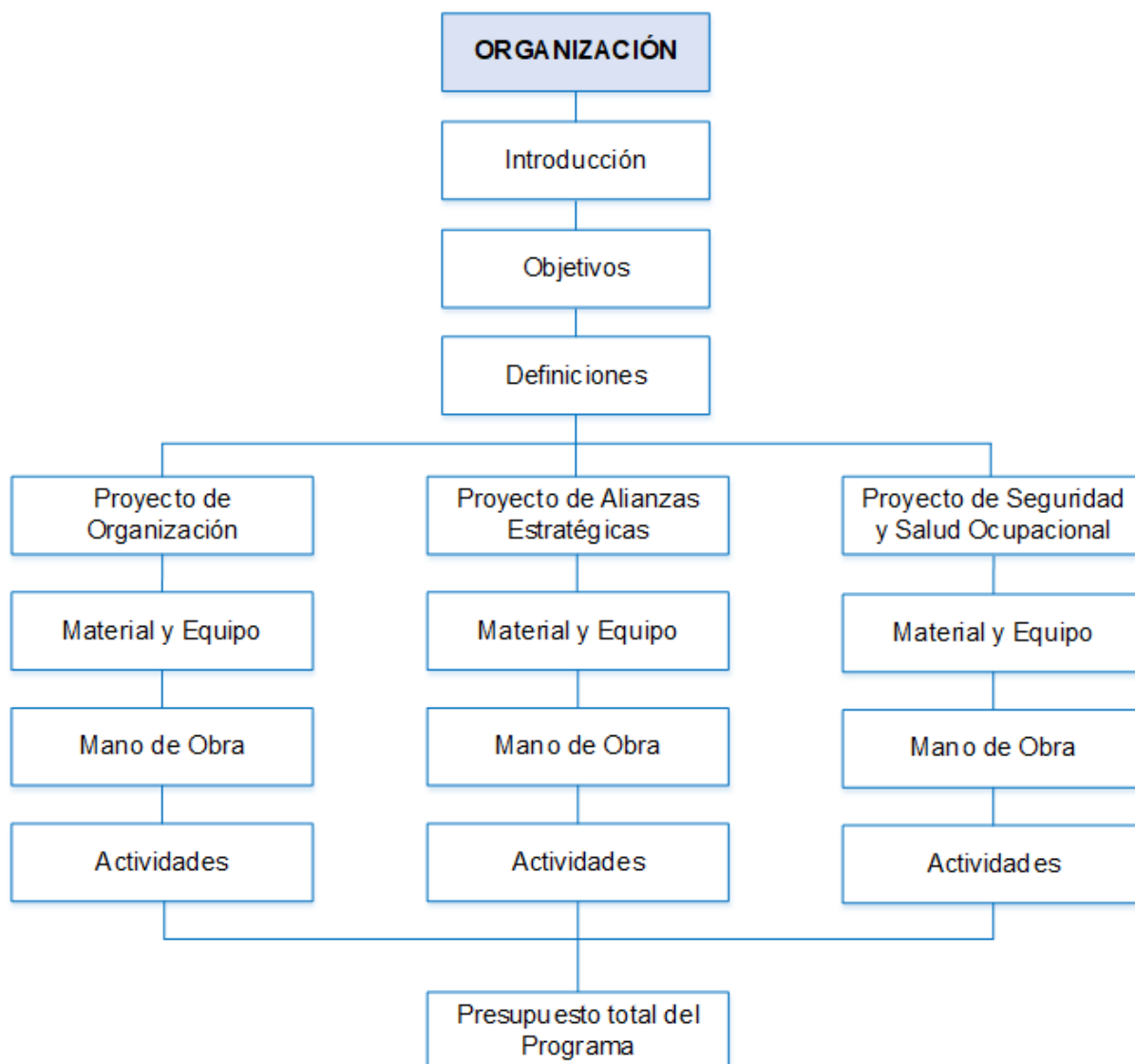


Ilustración 129: Esquema del Programa de Organización para el Plan de Desarrollo Turístico.

a) Análisis de la Organización

Antes de poner la organización en marcha, se debe tener clara la forma en que ésta se organizará de cara a las tareas propias de la actividad comercial. Este proceso se conoce como organización empresarial o estructuración del negocio.

Ninguna labor de gestión y administración será posible si antes no se fija un plan de organización, el cual debe sentar las bases para el funcionamiento de la empresa y para elementos asociados, por ejemplo, el control de riesgos, la gestión de calidad o los Recursos Humanos, entre otros. En la capacidad de organización se refleja, además, la idea de negocio que las esferas directivas tienen de la misma y la claridad de las metas que se han propuesto. La estructura en sí es, la materialización de la idea.

El concepto de organización empresarial supone el correcto orden de los recursos y funciones precisas para satisfacer los objetivos hacia los cuales el *Plan de Turismo* se proyecta. La organización se basará en el supuesto de que se establezca una estructura para la adecuada sistematización de los recursos existentes, a través de jerarquías, correlación, disposición y agrupación de tareas con el propósito de realizar las distintas funciones de la organización de la manera más sencilla posible.

Todo ello se plasma en los manuales administrativos, los cuales son documentos escritos que concentran en forma sistemática una serie de elementos administrativos con el fin de informar y orientar la conducta de los integrantes de la empresa en este caso para el Plan de Desarrollo Turístico, unificando los criterios de desempeño y cursos de acción que deberán seguirse para cumplir con los objetivos trazados.

Para conocer mejor en qué consiste la organización del Plan de Turismo hay que prestarles atención a los objetivos. El principal fin es hacer que todo resulte más fácil y cómodo para quienes prestan sus servicios dentro de la organización, pero también para los clientes. Una correcta coordinación y la optimización de los recursos contribuirán a todo ello.

Tabla 129: Costeo de los principales equipos para el Proyecto de Organización.

DETALLE DE COSTOS EQUIPOS USD \$			
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO ESTIMADO	TOTAL
Escritorio dirección	1	175	175
Escritorio gerencias	4	140	560
Computadora director	1	1300	1300
Computadora	4	750	3000
Silla de oficina	5	125	625
Sillas de espera	5	30	125
Celular dirección	1	168	168
Cámara	1	299	299
Multifuncional: Impresora, copiadora, escáner	1	219	219
Calculadora científica	1	30	30
Calculadora de oficina	1	15	15
Perforadora	1	2.70	2.7
Engrapadora y quita grapas	2	4.9	9.8
Archivero	1	160	160
Ventiladores	3	30	30
Dispensador de agua	1	130	130
Cafetera	1	35	35
Papelería y utensilios	1	50	50
TOTAL			3,933.50

a) **Mano de Obra del Proyecto de Organización.**

A continuación, se muestra una tabla con un listado que detalla la mano de obra requerida para la implementación del Proyecto de Organización.

Tabla 130: Mano de Obra del Proyecto de Organización.

CARGO	SALARIO USD \$ MES	7.5 % ISSS PATRONA L	7.75 % AFP PATRONA L	VACACIÓ N PROPOR C.	AGUINALD O PROPORC.	TOTAL MENSUA LUSD
Administración	1000	75.00	77.5	25	41.67	1219.17
Comercialización	550	41.25	42.625	13.75	22.92	670.54
Finanzas	550	41.25	42.625	13.75	22.92	670.54
Operación	600	45.00	46.5	15	25.00	731.50
Tiquetero	328	24.60	25.42	8.2	13.67	399.89
Alquileres	328	24.60	25.42	8.2	13.67	399.89
Salvavidas	328	24.60	25.42	8.2	13.67	399.89
Jardinería y mtto.	328	24.60	25.42	8.2	13.67	399.89
Limpieza puestos) (2)	328	24.60	25.42	8.2	13.67	399.89X2
TOTAL						6933.50

a) **Principales Actividades del Proyecto de Organización.**

A continuación se muestra una tabla con un listado que detalla las principales obras necesarias para la implementación del Proyecto de Organización.

Tabla 131: Principales actividades del Proyecto de Organización.

ACTIVIDAD	DEPENDENCIA	DURACIÓN (DÍAS)	DESCRIPCIÓN	COSTO USD \$
Esperar a que la infraestructura esté lista para implementar el Proyecto de Organización				
1		14	Equipar oficinas administrativas.	6933.50
2		21	Contratar personal encargado de administración, dirección e implementación del Plan.	100
3		7	Reunirse con los representantes de las alcaldías y estudiar el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable.	100
4		21	Establecer el plan de trabajo y líneas de ejecución del mismo.	100
5		14	Coordinar una mesa de trabajo con las alcaldías, los restaurantes, hostales, parques, comedores, emprendedores y demás negocios.	100
6		30	Revisar, adaptar e implementar los manuales organizacionales.	1500
7		30	Proponer e implementar alianzas estratégicas con las distintas organizaciones contempladas en el Plan.	1500
8		15	Verificar el funcionamiento y puesta en marcha de la organización, alianzas estratégicas y PGPRLT en todos los negocios que formen parte del Plan de Desarrollo Turístico.	300

TOTAL	3,700
--------------	--------------

4.1. Proyecto de Alianzas Estratégicas.

Una alianza estratégica es un acuerdo realizado por dos o más partes (previamente constituidas como sociedad o afín) para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte independientemente. Esta forma de cooperación se encuentra entre las fusiones y adquisiciones y el crecimiento orgánico. Las alianzas estratégicas ocurren cuando dos o más organizaciones se unen para conseguir beneficios mutuos. Las alianzas estratégicas se realizan entre dos o más empresas o cualquier tipo de sociedad previamente constituida; a diferencia entre las asociaciones estratégicas que se realizan entre dos o más personas generalmente para abordar nuevos negocios y emprendimientos.

Implementar las alianzas estratégicas trae consigo buenos resultados para dos o más organizaciones, pues están basadas en un modelo ganar – ganar. En resumen, se plantea que las alianzas estratégicas sean formales, flexibles, de distribución, comercialización y promoción.

TIPO DE ALIANZA	ELECCIÓN	PROPÓSITO
Según el tipo de acuerdo	Alianzas formales	Establecer compromisos reales y explícitos por las partes involucradas.
Según los tipos de socios	Distribuidores + Empresas	Aumentar el ingreso de visitantes mediante alianzas con tour operadores y las distintas empresas para formar paquetes atractivos a precios especiales.
De acuerdo con la propiedad	Alianzas comerciales	El principal propósito es establecer lazos de trabajo para poder ofrecer una mejor experiencia al visitante y por tanto incrementar las ventas y la buena imagen del destino.
Alianza estratégica	<ol style="list-style-type: none"> 1- Asociación flexible. 2- Acuerdo de distribución. 3- Alianzas de promoción. 	<ol style="list-style-type: none"> 1- Las empresas siguen siendo independientes una de otra, aunque se tengan alianzas en marcha. 2- Estimular el uso de las tour operadoras para visitar el destino. 3- Establecer paquetes turísticos que pueda traer beneficios para las empresas y visitantes. Mediante la filosofía ganar–ganar.

Tabla 132: Tipos de Alianzas Estratégicas.

RESULTADO ESPERADO DE LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS.

- Formar un bloque o barrera competitiva contra sus semejantes en el rubro de turismo.
- Crear una imagen unificada de marca para la zona donde se desarrolle el Plan.
- Crear valor agregado.
- Ampliar los mercados.
- Poder dar un mejor servicio a los clientes o visitantes.
- Poder ofrecer diversos productos y servicios de forma ágil y oportuna.
- Crear paquetes que incluyan los distintos productos y/o servicios disponibles.
- Poder establecer precios preferenciales para aquellos clientes que opten por tomar los paquetes que se ofrezcan.

Tabla 133: Resultados esperado de las Alianzas Estratégicas.

Tabla 134: Costeo de los principales equipos requeridos para el Proyecto de Alianzas Estratégicas.

DETALLE DE COSTOS EQUIPOS USD \$			
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO ESTIMADO	TOTAL
Pizarras acrílica	1	40	40
Materiales diversos	1	140	140
Papel bond	6	3.50	21
Combustible	-	150	150
Parlantes	1	25	25
Proyector	1	599	599
TOTAL			975.00

a) Mano de Obra del Proyecto de Alianzas Estratégicas.

A continuación, se muestra una tabla con un listado que detalla la mano de obra requerida para la implementación del Proyecto de Alianzas Estratégicas. Se espera que dicho proyecto sea dirigido e implementado por el equipo que dirigirá el Proyecto de Organización. Por esta razón, los costos serían los mismos incluidos en la tabla de Mano de Obra del Proyecto de Organización, por lo que no se generaría costo de mano de obra adicional, más allá que la del representante legal o abogado para establecer las cartas compromisos o contratos.

Tabla 135: Mano de obra requerida para la implementación del Proyecto de Alianzas Estratégicas.

CARGO	SALARIO USD \$ MES	7.5 % ISSS PATRONAL	7.75 % AFP PATRONAL	VACACION PROPORC.	AGUINALDO PROPORC.	TOTAL MENSUAL USD
Administración	1000	75.00	77.5	25	41.67	-
Comercialización	550	41.25	42.625	13.75	22.92	-
Finanzas	550	41.25	42.625	13.75	22.92	-
Operación	600	45.00	46.5	15	25.00	-
Tiquetero	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-

Alquileres	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Salvavidas	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Jardinería y mtto.	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Limpieza (2 puestos)	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Abogado para la carta de compromiso de las alianzas estratégicas						750
Total						750

4.2. Proyecto de Seguridad y Salud Ocupacional

a) Marco Legal

Constitución de la República de El Salvador

En el Capítulo II: Derecho Sociales, en la Sección Segunda: Trabajo y Seguridad Social, contempla al trabajo con una función social, la misma cuenta con dieciséis artículos que establecen las relaciones, condiciones y recursos de los trabajadores.

En el Artículo 38, se hace mención del Código de Trabajo que contiene los derechos y obligaciones tanto de trabajadores como patronos y los fundamentos en principios generales que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores, para lo cual se apoya en la Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo.

En el Artículo 44, se establece que es la Ley la encargada de reglamentar las condiciones que deben reunir los talleres, fábricas y locales de trabajo; y El Estado el responsable de verificar el cumplimiento de la misma.

En el Artículo 50, se define la Seguridad Social como un servicio público de carácter obligatorio, determinando una política de protección social regulada por las instituciones adecuadas, entre estas, el Seguro Social.

Según establece el título segundo, Capítulo 1, Artículo 314 del Código de Trabajo: “Todo patrono debe adoptar y poner en práctica medidas adecuadas de seguridad e higiene en los lugares de trabajo, para proteger la vida, la salud y la integridad corporal de sus trabajadores”.

Reglamento General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo

El presente informe nace en cumplimiento a lo reglamentado por el Ministerio de Trabajo y Previsión Social, Reglamento General de Prevención de Riesgos en los lugares de Trabajo, Decreto No. 254. Cuyo objetivo es el siguiente:

Establecer los requisitos de seguridad y salud ocupacional que deben aplicarse en los lugares de trabajo, a fin de establecer el marco básico de garantías y responsabilidades que garantice un adecuado nivel de protección de la seguridad y salud de los trabajadores y trabajadoras, frente a los riesgos derivados del trabajo de acuerdo a sus aptitudes psicológicas y fisiológicas para el trabajo, sin perjuicio de las leyes especiales que se dicten para cada actividad económica en particular.

De este se desprenden 4 decretos más, que dan forma a la Ley que Regula la Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo. Esto se puede ver en el siguiente esquema:



Ilustración 130: Reglamentos en materia de Prevención de Riesgos Laborales en El Salvador.

Alcance

El presente Programa de Gestión de Prevención de Riesgos Ocupacionales está orientado a ser una guía en materia de Seguridad y Salud Ocupacional para los empleados de los distintos negocios y empresas contemplados en el Plan de Desarrollo Turístico, así como de visitantes.

PGPRLT: Abreviación para Programa de Gestión de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo.

b) Elemento 1 del PGPRLT.

Nombre	Mecanismos de evaluación periódica del programa de gestión de prevención de riesgos ocupacionales para el plan de desarrollo turístico.
Elementos exigibles	<ul style="list-style-type: none"> • Definir la política • Objetivos • Metas • Métodos de evaluación como auditorias • Indicadores de la gestión • Incluir los riesgos psicosociales
Base legal.	<ul style="list-style-type: none"> • Artículo 39 del Reglamento de Gestión de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo.

Tabla 136: Requerimientos Generales del Elemento 1 del PGPRLT.

Estructura organizativa del programa de gestión de prevención de riesgos ocupacionales

El Plan de Desarrollo Turístico tendrá un Comité de Seguridad y Salud Ocupacional que cuente como mínimo con los siguientes integrantes:

El comité se prevé que se integre por 6 miembros, 50% representantes de la fuerza laboral y 50% integrados por los representantes patronales (gerentes, administradores, etc.).

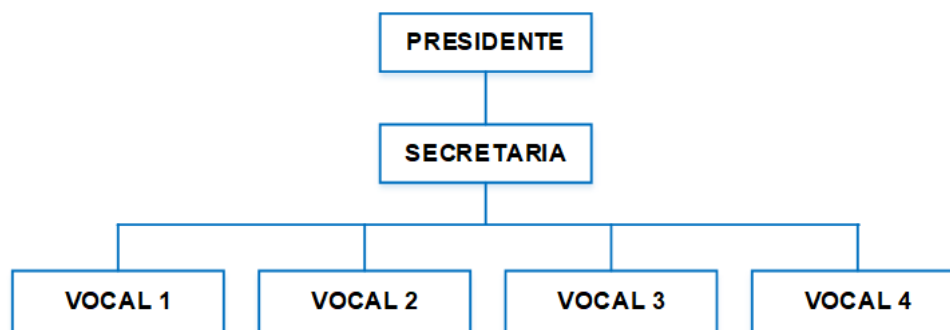


Ilustración 131: Estructura del Comité de Seguridad y Salud Ocupacional.

Políticas del programa de gestión de prevención riesgos

Política General

- Establecer condiciones seguras y saludables para todos los empleados en sus puestos de trabajo como en su entorno, así como a todos los visitantes.

Políticas Específicas

- Cumplir con la legislación vigente en materia de Seguridad y Seguridad Ocupacional.
- Mantener un programa de inspección rutinaria de por lo menos 1 vez cada semestre, con el propósito de identificar los peligros y riesgos existentes y potenciales en la organización y en las actividades realizadas por los trabajadores, y por ende tratar de eliminar, o reducir los niveles de riesgos operacionales.
- Implementar un programa de formación permanente para la prevención de accidentes y enfermedades laborales.
- Estimular la correcta ejecución de las actividades. Por tanto, promover la toma de conciencia, para que en cada puesto, tanto operativo como administrativo para que se asuma la debida responsabilidad.
- Que los encargados del Comité comprometan esfuerzos en pro de la mejora continua en su sistema de seguridad y salud ocupacional, para prevenir accidentes y posibles enfermedades en la salud de todos los trabajadores y visitantes.
- Brindar capacitaciones en materia de Seguridad y Salud Ocupacional al personal y visitantes que realicen actividades en las que se puede estar expuesto algún tipo de riesgos.
- Mantener un Plan de Emergencia vigente, así como la asignación de recursos para que este pueda desarrollar las actividades necesarias para su implementación.
- Verificar que en todos los niveles de cada institución deben participar y acatar las normas de seguridad, así como formar parte de las actividades del Comité de Seguridad y Salud Ocupacional.
- Mantener la seguridad del empleado y visitante por encima de los intereses de la institución. Cualquier actividad, por importante que sea, sólo podrá ser realizada

cuando se hayan cumplido las medidas de seguridad para preservar la integridad del trabajador y visitante.

Objetivos del programa de gestión de prevención riesgos

Objetivo General

- Mantener control estricto en cuanto a la identificación, eliminación (o reducción) de riesgos, así como la capacitación integral sobre aspectos de Seguridad y Salud Ocupacional del personal que labore en la implementación del Plan de Desarrollo Turístico.

Objetivos Específicos

- Identificar, eliminar o reducir los riesgos actuales y potenciales.
- Establecer un instrumento de control formal para el manejo de los Riesgos Ocupacionales y sus diferentes tópicos.
- Evitar que suceda algún imprevisto o situación de emergencia por negligencia o falta de conocimiento del personal, tales como: caídas, incendios, etc.
- Normalizar dentro de la organización la prevención de riesgos laborales.
- Ofrecer a los trabajadores toda la información e instrucciones necesarias para que puedan contribuir con las buenas prácticas y la normativa vigente en materia de prevención en el trabajo.
- Identificar puntos de mejoras en cuanto a las situaciones laborales y hacer propuestas en esta línea a las autoridades competentes para obtener soluciones que mejoren la seguridad y el clima laboral.
- Ayudar a que exista un clima laboral agradable, estimulando las buenas relaciones sociales sin distinción y prejuicios de ningún tipo.

Metas propuestas para el Comité de Seguridad y Salud Ocupacional.

Tabla 137: Metas propuestas anualmente en Seguridad y Salud Ocupacional.

PROPUESTAS	DESCRIPCIÓN	CUANTIFICACIÓN
Revisión del Programa	Revisión del Programa de Gestión de Riesgos	1 vez por año
Reuniones	Realizar reuniones con periodicidad, según lo recomendado por el Ministerio de Trabajo.	1 vez por mes ³⁵
Control de los riesgos	Actualizar las fichas de riesgo, mediante inspecciones puesto por puesto.	1 vez por año

³⁵ Fuente: <http://www.mtps.gob.sv/wp-content/uploads/descargas/DGPS/Presentaciones/mtps-modulo-vi-organizacion-y-funcionamiento-de-los-comites-de-seguridad-y-salud-ocupacional.pdf>

Inspección rutinaria aleatoria puestos de trabajo	y de de	Realizar recorrido general y aleatorio cada uno de los puestos de trabajo de las instalaciones para constatar que no haya una situación que pueda poner en riesgo un trabajador, un grupo de trabajadores o en su defecto, las instalaciones en general.	2 veces por año
Identificar posibles condiciones inseguras.		Cuando se presenten fenómenos naturales como: sismos, huracanes, etc. Así como cuando haya cambios en infraestructura, maquinaria, equipo, herramientas y todo aquel material que pueda alterar las condiciones de trabajo.	Cada vez que se presenten estos eventos o cambios
Inspección de señalización	de	Verificar si es necesario realizar cambios, adaptaciones o sustituciones a la señalética existente.	2 veces por año
Inspección mínima Extintores ³⁶	de	Comprobar si el extintor está ubicado en el lugar adecuado, si hay golpes, abolladuras y si resista la presión funcional requerida.	Cada 2 meses
Charlas capacitaciones	y	Sensibilización y conocimiento general, peligro, riesgo, condiciones inseguras, acciones inseguras, señalización, prevención, etc. Programa de exámenes médicos. Capacitación sobre primeros auxilios. Charlas sobre programas complementarios sobre consumo de alcohol y drogas, prevención de infecciones de transmisión sexual, VIH/SIDA, salud mental y salud reproductiva. Charlas sobre equidad de género, maltrato, problemas psicosociales, etc.	1 vez por año (realizar jornadas por temas)
Simulacros		Realizar un simulacro de emergencias para verificar la capacidad de respuesta ante una emergencia.	1 vez

³⁶ Al momento de realizar el Programa de Gestión de Prevención Riesgo Laborales no existía ningún extintor, no obstante, se ha realizado en paralelo con este documento, la propuesta de extintores.

Investigación de accidentes

La investigación de accidentes permite descubrir las causas del evento y evitar su repetición, de esta manera ganan las personas al trabajar en ambientes seguros y el empleador evita incrementos en sus costos de trabajo (en la siguiente página se muestra el formato).

Cuando un accidente ocurre, comúnmente se busca determinar responsable sin hacer una investigación efectiva. Por otra parte una buena investigación de accidentes no sólo disminuirá la ocurrencia de estos sino que contribuirá a evitar enfermedades profesionales y sucesos peligrosos.

J. W. Heinrich, uno de los pioneros de la prevención de accidentes, sostenía que por cada accidente grave ocurrido se generan 300 exposiciones (sucesos peligrosos) que no tendrían consecuencias aparentes. En otras palabras, por cada accidente grave que ocurre se dejan escapar 300 oportunidades para evitarlo.

Recolectar información

Tan pronto ocurre el accidente o suceso peligroso, se debe acudir al lugar y evitar la pérdida valiosa de información física, visual y verbal presente en el área involucrada. Las primeras horas de investigación serán vitales para esa actividad.

Acciones recomendadas a seguir:

- Si se requiere debe delimitarse y aislarse el área del accidente.
- Poner mucho sentido común.
- Si es posible hablar cuanto antes con el personal afectado en el evento.
- Consultar los hechos con los Testigos presenciales del accidente y o suceso peligroso.
- Prestar atención a todas las versiones ya que pueden dar elementos importantes.
- Si existen dudas en cuanto al proceso o lugar de trabajo corroborar la información con personal de mayor experiencia no debe arriesgarse opiniones.
- Registrar fotos videos dibujos en general y aspectos específicos del área del accidente.
- Si es necesario tomar medidas del área y levantar muestra.
- Dar cumplimiento al artículo 66 de la Ley General de Prevención de Riesgos en Lugares de Trabajo.



Formulario de Investigación de Accidentes Laborales

FICHA DE INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES DE TRABAJO				
Nombre del establecimiento:				
Nombre del empleado:				
Fecha y hora del accidente:				
Lugar del accidente:				
Fecha de la investigación del accidente:				Hora:
Responsable de la investigación:				
Nombre de la persona que brindó los datos:				
Descripción del accidente:				
Reconocimiento y verificación del lugar del accidente:				
DETERMINACIÓN DE CAUSALES				
1	Causas inmediatas			
a)	Acto inseguro	Si	No	Explique:
b)	Condiciones inseguras	Si	No	Explique:
2	Causas básicas			
a)	Factores personales	Si	No	Explique:
b)	Factores de trabajo	Si	No	Explique:
3	Fallos del Programa de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales	Si	No	Explique:
Observaciones:				
Recomendaciones:				
Fecha de verificación de Cumplimiento a las recomendaciones:				

**PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS
PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y
METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO.**

REPORTE DE EMERGENCIA

FECHA: ___ / ___ / ___

HORA: _____

REPORTE No.: _____

DESCRIPCIÓN SINIESTRO:

LESIONADOS

SI _____ NO _____ No. LESIONADOS: _____

DESCRIPCIÓN DE EVENTOS

Evento 1: _____

Hora: _____

Descripción: _____

Evento 2: _____

Hora: _____

Descripción: _____

Evento 3: _____

Hora: _____

Descripción: _____

OBSERVACIONES COMPLEMENTARIAS:

OPERADOR DE COMUNICACIONES: _____

FIRMA: _____

JEFE DE EMERGENCIA: _____

FIRMA: _____

**PROGRAMA DE PREVENCION DE RIESGOS
PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y
METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO.**

Fecha: ____ / ____ / ____ Hora del accidente: _____
Empresa: _____
Rubro: _____
Puesto: _____
Lugar donde sucedió: _____
Nombre del accidentado: _____
Edad: _____ Sexo: _____

ESPACIO PARA SUBSISTEMA DE INFORMACIÓN

CÓDIGO DE REGISTRO:

ESPACIO PARA EL SUBSISTEMA DE PLANIFICACIÓN Y OPERACIÓN

Subsistema de Control, realizar la investigación del Accidente anterior.

REPORTE DE PERSONAL ACCIDENTADO

OBSERVACIONES COMPLEMENTARIAS:

VISTO BUENO (Comité):

AUTORIZA: _____
CARGO: _____

FIRMA: _____

**PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS
PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y
METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO.**

MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL	DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD E HIGIENE OCUPACIONAL
---	--

REPORTE DE ACCIDENTE DE TRABAJO CON LESIÓN

LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA EN ESTE FORMULARIO ES ABSOLUTAMENTE CONFIDENCIAL Y SERVIRÁ ÚNICAMENTE CON FINES DE PREVENCIÓN DE ACCIDENTES Y ENFERMEDADES PROFESIONALES. ESTE FORMULARIO SERVIRÁ PARA REPORTAR TODO ACCIDENTE DE TRABAJO CON LESIÓN QUE IMPOSIBILITE AL TRABAJADOR PARA DESEMPEÑAR SUS LABORES POR UNO O MAS DÍAS O TURNOS DE TRABAJO. EL PATRONO DEBERÁ LLENAR ESTE FORMULARIO EN DUPLICADO, DEBIENDO ENVIAR EL ORIGINAL AL DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD E HIGIENE OCUPACIONAL Y GUARDAR LA COPIA PARA EL ARCHIVO DE LA EMPRESA. ESTE REPORTE DEBERÁ REMITIRSE DENTRO DE LOS CINCO DÍAS SIGUIENTES A LA FECHA DEL ACCIDENTE.

Día	Mes	Año		Oficina que reporta	Municipio	Departament

DATOS DEL PATRONO

<p>1. Nombre completo: _____ _____</p> <p>2. Dirección: _____ _____ _____</p>	<p>No Patronal: _____</p> <p>Municipio: _____</p> <p>Departamento: _____</p> <p>3. Actividad económica: _____ _____ _____</p>
---	---

DATOS DEL TRABAJADOR

<p>4. Nombre completo: _____ _____</p> <p>5. Ocupación en la empresa: _____</p>	<p>No de afiliación: _____</p> <p>Sexo: _____</p>
---	---

DATOS DEL ACCIDENTE

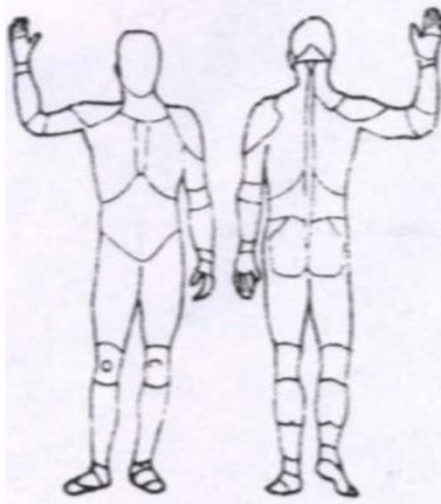
<p>6. Fecha en que ocurrió: _____</p> <p>7. Ocupación en la empresa: _____</p>	<p>Hora: _____ Día: ____ Mes: _____ Año _____</p> <p>Municipio: _____ Departamento: _____</p>
--	---

8: Clase de accidente: _____ (Ver al reverso clase de accidente)

9: Nombre de la Maquina-Vehículo o Sustancia que se relacionó estrechamente con el accidente: _____

10: Tipo de lesión: _____

11. MARQUE CON UNA "X" EL SITIO DE LA LESIÓN, EN LA FIGURA QUE CORRESPONDA.



Firma y Sello Patronales: _____

Exclusivo para la sección de estadística	
CONCEPTO	CÓDIGO
Fecha De recibo del aviso	
Hora de suceso de	
Municipio de accidente	
Departamento de accidente	
Riesgo	
Sexo	
Ocupación	
Actividad Económica	
Tipo de Accidente	
Agente que lo produjo	
Tipo de lesión	
Región afectada	
Numero Ordinal	

OBSERVACIONES COMPLEMENTARIAS: _____

VISTO BUENO (Comité)

AUTORIZA: _____

CARGO _____

FIRMA: _____



Fecha del Accidente: (DD / MM / AAAA)	
Breve descripción de cómo sucedió el accidente:	
IV. Clasificación del accidente	
Forma de accidente :	
Agente Material:	
Tipo de lesión:	
Parte del cuerpo lesionada	
V. Atención médica	
Se brindaron primeros auxilios en el lugar: Si No	
Recibió atención médica: SI NO	
Centro de atención médica:	
VI. Datos del notificador	
Nombre completo:	
Cargo en la empresa:	
No. de DUI:	
Fecha y hora de notificación:	

Firma del patrono

Sello Patronal

**PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS
PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA
GUACHIPILIN Y METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO.**



Instrumentos

Anexo 1
para la vigilancia de accidentes de trabajo y prevención
de enfermedades profesionales

Ministerio de Salud

Nombre del Establecimiento que reporta: _____,
Departamento: _____, hora: _____, fecha: _____,
Persona que registra la Información: _____

Formulario 1A
Registro de accidentes de trabajo

Institución: _____					
Accidente: _____		Con lesiones leves: __	Con lesiones graves: ____	Con lesiones mortales: __	
Fecha de ocurrencia: _____					
Causas: condición insegura (descripción): _____					
Acción insegura (descripción): _____					
Personas lesionadas					
Nombre	Observaciones especiales de la víctima	Edad (años cumplidos)	Sexo	Tipo de lesión	Acciones tomadas (descripción breve)

Nota: cuando el accidente tenga como causa principal una acción insegura, ubicar en la tabla en la primera casilla a la persona que provocó la acción.

Observaciones, comentarios: _____

Fecha del reporte: _____
Persona que reporta: _____

La jefatura debe dar aviso del accidente a los miembros del Comité de Seguridad y Salud Ocupacional, para que llenen el reporte de accidente. El formulario se llena en duplicado. El original se envía a la Base de datos y la copia quedará en la jefatura que dio aviso.

Instrucciones para el llenado del formulario

Institución: escribir el nombre de la dependencia.

Ejemplo: Secretaría de Estado del MINSAL; Región de Salud; Hospital; Unidad de Salud y/o Ecos.

Accidente: describir el accidente brevemente. Ejemplo: caída de aparato de aire acondicionado en oficina de trabajo.

5. Programa: Marketing

A continuación, se muestra el esquema representativo del contenido del programa de marketing.

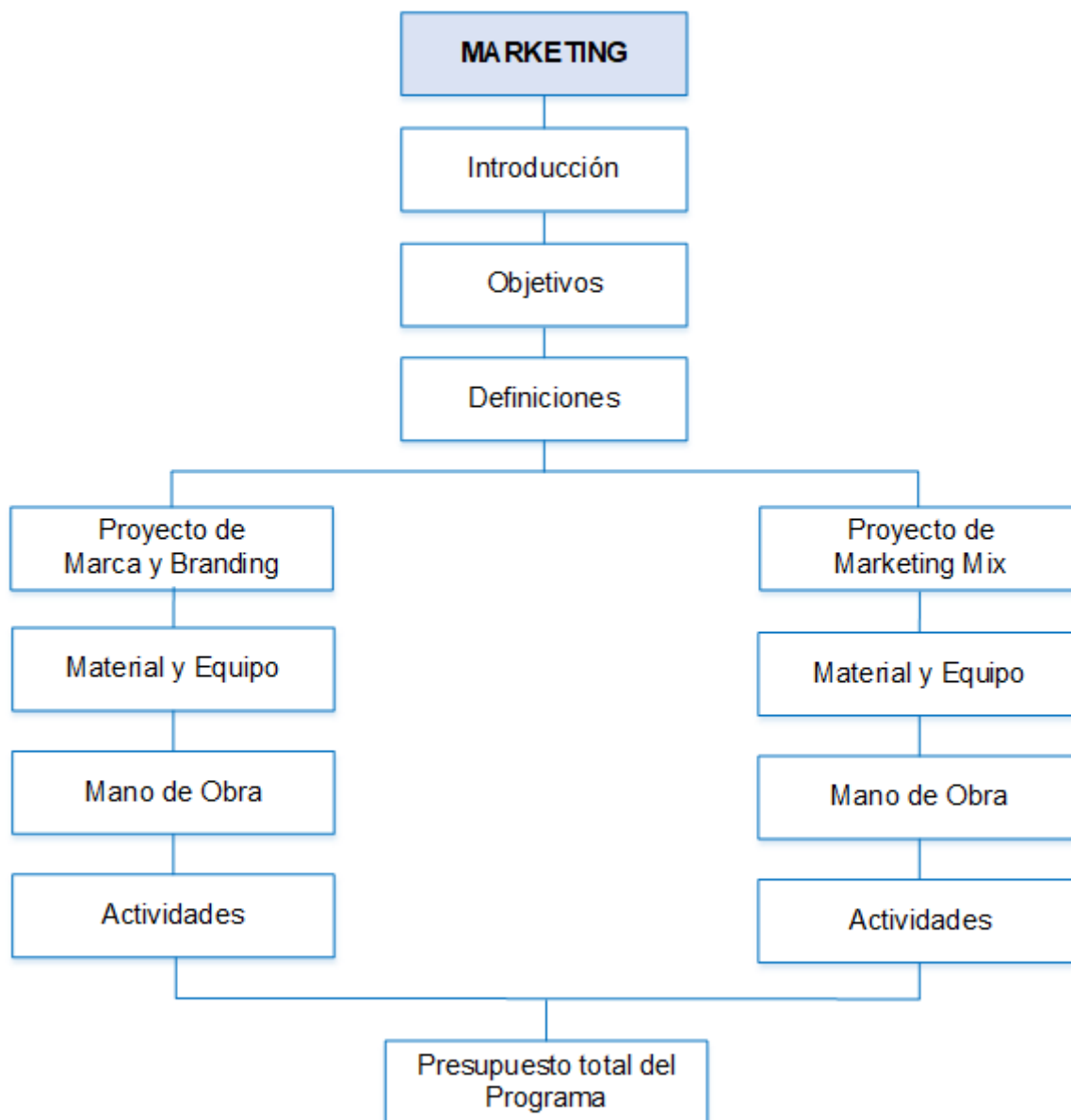


Figura 18: Esquema del Programa de Marketing para el Plan de Desarrollo Turístico.

5.1. Objetivos del Programa de Marketing.

a) **Objetivo General.**

- Desarrollar un programa de marketing integral, que permita impulsar y posicionar el turismo en la cuenca del Río Lempa, específicamente entre los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán.

b) Objetivos Específicos.

- Crear una guía que contenga los elementos mínimos necesarios para poder integrar
- Analizar los factores externos e internos para determinar el potencial turístico real en el municipio.
- Definir los segmentos y mercado meta hacia el que estarás dirigido los productos y servicios.
- Desarrollar las estrategias de marketing mix que ayuden a posicionar la cuenca del Río Lempa compartida por los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán.

A continuación, se presentan los logotipos propuestos para el Plan:

Propuesta de logotipo 1.


CARACTERÍSTICAS		LOGOTIPO
Tipo de letra	Jokerman	
Rojo	18	
Verde	18	
Azul	100	

Tabla 138: Propuesta de logotipo 1.

Propuesta de logotipo 2.


CARACTERÍSTICAS		LOGOTIPO
Tipo de letra	Magneto	
Rojo	18	
Verde	18	
Azul	100	

Tabla 139: Propuesta de logotipo 2.

Propuesta de logotipo 3.


CARACTERÍSTICAS		LOGOTIPO
Tipo de letra	Tempus Sans ITC	
Rojo	18	
Verde	18	
Azul	100	

Tabla 140: Propuesta de logotipo 3.

a) Isotipo

Es la representación gráfica de un objeto, que es un signo o icono. También conocido como símbolo o imagotipo, en diseño gráfico es un elemento usado para identificar una marca, sea de una organización, de un producto, de un evento, de una campaña de comunicación o de una consigna ideológica. Es un signo gráfico que no incluye el nombre de la entidad identificada.

A continuación, se presenta el isotipo propuesto para el Plan:

- Propuesta de isotipo.



CARACTERÍSTICAS		ISOTIPO
Para borde del círculo		
Rojo	12	
Verde	125	
Azul	2	
Para Montaña		
Rojo	12	
Verde	125	
Azul	2	
Para Río		
Rojo	181	
Verde	220	
Azul	219	
Para Base		
Rojo	106	
Verde	115	
Azul	13	
Para Fondo		
Rojo	212	
Verde	220	
Azul	100	

Tabla 141: Isotipo propuesto para la marca del Plan de Desarrollo Turístico.

b) Gama cromática o cromatismo

Propuesta de isotipo para sellos y publicidad monocromática 1.

CARACTERÍSTICAS		ISOTIPO
Para borde del círculo		
Rojo	13	
Verde	21	
Azul	136	
Para Montaña		
Rojo	13	

Verde	21
Azul	136
Para Río (blanco)	
Rojo	255
Verde	255
Azul	255
Para Base	
Rojo	106
Verde	115
Azul	13
Para Fondo (blanco)	
Rojo	255
Verde	255
Azul	255




Tabla 142: Propuesta de isotipo para sellos y publicidad monocromática 1.

Propuesta de isotipo para sellos y publicidad monocromática 2.

Características	Isotipo
Para borde del círculo	
Rojo	0
Verde	0
Azul	0
Para Montaña	
Rojo	0
Verde	0
Azul	0
Para Río	
Rojo	0
Verde	0
Azul	0
Para Base	
Rojo	0
Verde	0
Azul	0
Para Fondo	
Rojo	0
Verde	0
Azul	0




Tabla 143: Propuesta de isotipo para sellos y publicidad monocromática 2.

c) **Diseño gráfico o grafismo**

Son los dibujos, ilustraciones, no pronunciables, que forma parte de la identidad visual de marca. Esta es la parte donde se junta lo expuesto anteriormente, es decir, el Logotipo y el isotipo, para poder formar un diseño gráfico.



Es necesario mantener congruencia entre lo que se plasma en la imagen de marca y el destino, ya que la gente usualmente cambia sus percepciones al visitar el lugar y, por lo tanto, es esencial vincular la marca del lugar al concepto de la experiencia. Al hacerlo, es necesario tener en cuenta que las experiencias implican una interacción entre el individuo y el ambiente social, físico o virtual a través de:

Los sentidos (vista, olfato, oído, tacto y gusto), que interactúan con:

- Los recuerdos de experiencias pasadas y lo que saben las personas (incluyendo procesos de imaginación).
- Generación de emociones.
- Acciones (reacciones conativas).
- Interacciones sociales.

Una vez obtenido el nombre se procede a hacer el tríptico para ser utilizado posteriormente en la realización de publicidad. En el mismo se ha realizado teniendo en cuenta el impacto que imagen puede tener en la mente del consumidor y mostrando todos los atractivos que se consideran.

PORTAL DEL ALMA



Naturaleza – Alma – Vida

- ▶ Paisajes naturales
- ▶ Deportes extremos
- ▶ Productos artesanales

- ▶ Senderismo
- ▶ Camping
- ▶ Gastronomía

Teléfono: +503 2486 0200
 Correo: portaldelalma@gmail.com
 Protege los recursos naturales

Siguenos:
 "Portal del Alma"



CANOPY

CICLISMO





RAFTING

CABALGATAS



DEPORTES Y DIVERSIÓN



GASTRONOMÍA

Misión

Proporcionar a cada uno de los visitantes un espacio acogedor, de relajación, descanso y tranquilidad en armonía con la naturaleza; brindando experiencias inolvidables y fomentando la cultura de protección de los recursos naturales.

Visión

Ser uno de los mejores destinos turísticos en la región occidental de El Salvador, reconocidos contribuir a la sensibilización y protección del medio ambiente.

COMPROMISO

Ilustración 132: Construcción de la imagen de marca.

d) Implementación

Tabla 144: Costeo de los principales equipos requeridos para el Proyecto de Alianzas Estratégicas.

DETALLE DE COSTOS EQUIPOS USD \$			
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO ESTIMADO	TOTAL
Pizarras acrílica	1	40	40
Materiales diversos	1	140	140
Papel bond	6	3.50	21
Combustible	-	150	150
Parlantes	1	25	25
Proyector	1	599	599
TOTAL			975.00

e) Mano de Obra del Proyecto de Marca y Branding.

A continuación, se muestra una tabla con un listado que detalla la mano de obra requerida para la implementación del Proyecto de Marca y Branding. Es preciso aclarar que, para el caso del Proyecto de Marca y Branding, se espera que las actividades sean desarrolladas por la administración general propuesta en el Proyecto de Organización, es decir, el administrador general del plan, junto con el resto de gerencias. Por tal razón se puede apreciar que el costo de esta mano de obra no se refleja, pues ya está incluido en el proyecto de Organización.

Tabla 145: Mano de obra para la implementación del Proyecto de Marca y Branding.

CARGO	SALARIO USD \$ MES	7.5 % ISSS PATRONAL	7.75 % AFP PATRONAL	VACACION PROPORC.	AGUINALDO PROPORC.	TOTAL MENSUAL USD
Administración	1000	75.00	77.5	25	41.67	-
Comercialización	550	41.25	42.625	13.75	22.92	-
Finanzas	550	41.25	42.625	13.75	22.92	-
Operación	600	45.00	46.5	15	25.00	-
Tiquetero	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Alquileres	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Salvavidas	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Jardinería y mtto.	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Limpieza (2 puestos)	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Abogado para la carta de compromiso de las alianzas estratégicas						750
Total						750

f) Principales Actividades del Proyecto de Marca y Branding.

A continuación, se muestra una tabla con un listado que detalla las principales obras necesarias para la implementación del Proyecto de Marca y Branding.

Tabla 146: Principales actividades del Proyecto de Marca y Branding.

ACTIVIDAD	DEPENDENCIA	DURACIÓN (DÍAS)	DESCRIPCIÓN	COSTO USD \$
Esperar a que la infraestructura esté lista. Esperar a implementar el Proyecto de Organización esté en Marcha.				
1		42	Contratar asesor para revisar y adaptar el Programa de Gestión de Prevención de Riesgos en los Puestos de Trabajo.	100
2		7	Realizar la identificación de riesgos.	100
3		7	Revisar y actualizar el mapa de riesgos.	100
4		7	Revisar y actualizar la señalización en general.	100
5		7	Capacitar a los distintos propietarios de negocios en el tema de Seguridad y Salud Ocupacional.	100
6		7	Crear y capacitar el Comité de Evacuación.	100
7		7	Crear y capacitar la Brigada Contra Incendios.	100
8		7	Realizar el Plan de Evacuación.	100
9		7	Realizar simulacros y evacuación.	100

5.2. Proyecto de Marketing Mix.

Objetivo General

- Crear una propuesta de marketing para posicionar al “Portal del Alma” como un destino turístico reconocido en el occidente de El Salvador.

Objetivos Específicos

- Dar a conocer los componentes necesarios para desarrollar el Marketing Mix.
- Explicar brevemente en que consiste cada uno de los componentes y su importancia en el crecimiento de la empresa.

a) Diagnóstico

Para realizar el diagnóstico se utiliza el análisis FODA para reconocer la situación actual y tener una mejor perspectiva del abordaje.

Tabla 147: Análisis FODA para el diagnóstico previo al proyecto de Marketing Mix.

		Análisis Externo	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ FODA		<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos naturales. • Paisajes naturales. • Producción artesanal de queso y apicultura. • Cercanía con el Río Lempa. • Parque los Ranchos. • Área con ambiente de relajación. • Producción de quesadillas. • Municipio sin violencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en gestión de turismo. • Pocas actividades culturales y festivales. • Desaprovechamiento de los recursos turísticos. • Falta de señalización turística. • No hay servicios complementarios como farmacias, gasolineras y centros comerciales.
		OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del sector turismo anualmente en El Salvador. • Amplia oferta de tur operadoras. • Interés del gobierno por atraer turistas extranjeros. • Potencial de apertura de restaurantes. • Potencial de apertura de hostales. • Ofrecer una nueva opción con variedad de atractivos. • Implementación de deportes extremos. 	Estrategias Ofensivas <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de los recursos turísticos disponibles en la zona. • Crear convenios con tur operadoras para poder acercar con mayor facilidad a los clientes al destino y a la vez tener mayor alcance en la publicidad, ya que ellos cuentan con más experiencia. • Incentivar a las personas de la localidad que actualmente viven en Estados Unidos a que puedan invertir en hostales, restaurantes y deportes.
Análisis Externo	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> • Rutas turísticas con renombre y posición en el mercado nacional. 	Estrategias Defensivas <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad donde se resalte el Río Lempa y los deportes que se pueden realizar dentro 	Estrategias de Rescate <ul style="list-style-type: none"> • Promover la realización de eventos culturales tales como festivales

	<ul style="list-style-type: none"> • Alta competencia en mercado de ecoturismo en el país. • Índices de violencia nacional. 	<p>de este como un elemento diferenciador y que agrega más valor a la experiencia turística.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar con la Policía Nacional Civil y con POLITUR (Policía de Turismo), para garantizar que en la zona siempre haya seguridad. 	<p>gastronómico, producción artesanal y además hacer eco en el respeto hacia los recursos naturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pedir asesoría y apoyo a las instituciones del gobierno central a través del Ministerio de Turismo. • Atraer inversionistas de fuera de la localidad para que puedan contribuir en la creación de más y mejores infraestructuras.
--	---	---	---

Tabla 148: Estrategias de Marketing Mix enfocadas al producto.

Estrategias enfocadas al producto.
<ul style="list-style-type: none"> • Explotar el potencial turístico de la zona y diversificar la oferta: ecoturismo, turismo cultural, deportes y gastronomía. • Crear una oficina de gestión del turismo y atención al turista. • Incorporar paquetes turísticos y/o circuitos que puedan incluir varios atractivos. • Descripción detallada de las distintas rutas, paquetes, circuitos y atractivos disponibles. • Proporcionar una infraestructura adecuada para poder desarrollar los rubros anteriormente expuestos. • Contar con una óptima oferta de alojamiento: hostales y/o cualquier otra infraestructura que permita a los visitantes pernoctar. • Capacitar a los empleados para que puedan atender a los visitantes de forma adecuada. • Creación de manuales de organización y manual de procedimientos para brindar una mejor atención a los clientes. • Mantener una imagen impecable de la zona, limpieza, higiene y con los procedimientos de salubridad exigidos por el Ministerio de Salud. • Establecer acuerdos con la Policía de Turismo y con la Policía Nacional Civil, para poder asegurar la seguridad de los visitantes. • Desarrollar la infraestructura de apoyo requerida, farmacias, gasolineras, tiendas de conveniencia y clínicas médicas. • Gestionar la incorporación de nuevas rutas de transporte público en la zona. • Reforestación y protección a los recursos naturales de la zona.

❖ Precio.

Es la variable que ayuda a entender y posicionar el nivel de competitividad de la empresa. Las estrategias de liderazgo en costes o de diferenciación justifican el precio elegido y significa si buscamos el volumen de ventas o el margen de beneficio.

Tabla 149: Estrategias de Marketing Mix enfocadas al precio.

Estrategias enfocadas al precio.

- Realizar Benchmarking con los actuales destinos turísticos en la zona occidental y central del país (El Salvador), para poder establecer precios racionales y competitivos.
- Alianzas estratégicas entre las distintas empresas, negocios o atractivos turísticos, con el propósito de brindar paquetes que puedan estar compuestos por distintos productos.
- Ofrecer precios preferenciales a quienes tomen los paquetes con los distintos productos ofrecidos.
- Alianzas estratégicas con tour operadores, a través de los cuales se puedan dar a conocer los paquetes disponibles y sus precios a grupos.
- Realizar descuento a grupos de más de 10 personas.
- Descuentos especiales para grupos de estudiantes.

❖ Plaza (Distribución).

Engloba las fases y canales que atraviesa el producto hasta que llega al consumidor; es decir, desde su producción hasta su almacenaje y transporte. En el caso del turismo, se enfoca más a los medios utilizados para hacer llegar el visitante al destino turístico, y el destino turístico propiamente.

Tabla 150: Estrategias de Marketing Mix enfocadas al plaza (distribución).

Estrategias enfocadas a la distribución y plaza.

- Alianzas estratégicas entre las distintas empresas, negocios o atractivos turísticos, con el propósito de brindar paquetes que puedan estar compuestos por distintos productos.
- Ofrecer precios preferenciales a quienes tomen los paquetes con los distintos productos ofrecidos.
- Alianzas estratégicas con tour operadores, a través de los cuales se puedan dar a conocer los paquetes disponibles y sus precios a grupos.
- Realizar descuento a grupos de más de 10 personas.
- Gestionar la apertura de más rutas de transporte público, para facilitar el desplazamiento a los visitantes potenciales.

b) Mano de Obra del Proyecto de Marketing Mix.

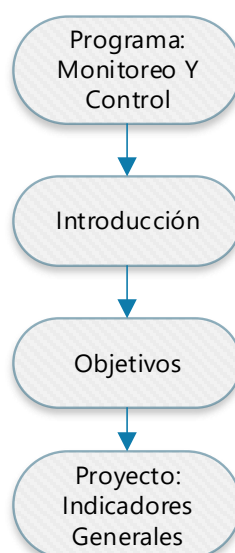
A continuación, se muestra una tabla con un listado que detalla la mano de obra requerida para la implementación del Proyecto de Marketing Mix.

Tabla 151: Mano de obra requerida para el Proyecto de Marketing Mix.

CARGO	SALARIO USD \$ MES	7.5 % ISSS PATRONAL	7.75 % AFP PATRONAL	VACACION PROPORC.	AGUINALDO PROPORC.	TOTAL MENSUAL USD
Administración	1000	75.00	77.5	25	41.67	-
Comercialización	550	41.25	42.625	13.75	22.92	-
Finanzas	550	41.25	42.625	13.75	22.92	-
Operación	600	45.00	46.5	15	25.00	-
Tiquetero	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Alquileres	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Salvavidas	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Jardinería y mtto.	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Limpieza (2 puestos)	328	24.60	25.42	8.2	13.67	-
Abogado						750
Total						750

Programa: Monitoreo y Control

El desarrollo del programa de Monitoreo y Control se representa a través del siguiente esquema:



5.3. Objetivo del Programa

Brindar una serie de indicadores que permitan establecer un seguimiento y control del desarrollo de las actividades y así conocer, medir y monitorear el grado de satisfacción de los turistas que consumen los diferentes productos turísticos encontrados en la cuenca del río Lempa previamente establecidos.

5.4. Proyecto del Programa

a) Descripción General

Se establecerán una serie de indicadores que permitirán controlar los puntos de interés en el plan de desarrollo turístico sustentable con los cuales se busca la manera de comparar el nivel de cumplimiento de los objetivos buscados en cada uno de los proyectos que conforman cada uno de los programas.

- **Indicadores de Impacto** Representan el cambio esperado en la situación de los participantes una vez que la formación se lleva a cabo. Usualmente se pueden medir en períodos de mediano o largo plazo debido a que se requiere un lapso, para que se puedan medir el mejoramiento de los ingresos, las condiciones de trabajo, la empleabilidad, etc.
- **Indicadores de Gestión** Se utilizan para realizar el monitoreo de los procesos, de los insumos y de las actividades que se ejecutan con el fin de lograr los productos específicos en el desarrollo del proyecto.

6. Resumen

6.1. Capacidad Instalada

A continuación, se muestra el resumen de la capacidad instalada de los distintos servicios que el destino Portal del Alma proveerá.

ALOJAMIENTO: HOSTAL Y CABAÑAS PORTAL DEL ALMA	
SERVICIO	CAPACIDAD DIARIA
2 cabañas con 1 cama doble.	4 persona
2 cabañas con 1 cama doble y 1 individual.	6 personas
3 cabañas con 3 camas individuales.	9 personas
3 cabañas con 4 literas cada una.	24 personas
TOTAL DIARIO	43 PERSONAS
TOTAL MENSUAL (30 DÍAS)	1,290 PERSONAS
TOTAL ANUAL (365 DÍAS)	15,695 PERSONAS

Tabla 152: Resumen Capacidad Instalada Alojamiento

PLAZA GASTRONÓMICA SANTA ROSA	
SERVICIO	CAPACIDAD
Set de mesa: Tamaño la mesa 80 cm x 80 cm. Tamaño de la silla 45 cm x45 cm.	21 sets
Capacidad de atención.	84 clientes (cada 2 horas)
Tiempo de tención jornada diaria.	11 horas/día
TOTAL DIARIO	462 PERSONAS
TOTAL MENSUAL (30 DÍAS)	13,860 PERSONAS
TOTAL ANUAL (365 DÍAS)	168,630 PERSONAS

Tabla 153: Resumen Capacidad Instalada Plaza Gastronómica.

PARQUE LOS RANCHOS	
Atracción	Capacidad de carga Diaria
Piscina de Niños	18 Personas
Piscina de Adultos	29 Personas
Cafetín	12 Personas
Cancha de Béisbol	15 Personas
Plaza Central	46 Personas
Área de Glorietas	100 Personas
Área de Mesas	102 Personas
Vestidores	34 Personas
Rio Lempa	24 Personas
TOTAL DIARIO	379 personas por día
TOTAL MENSUAL (30 DIAS)	11,370 personas
TOTAL ANUAL (365 DIAS)	138,335 personas

Tabla 154: Resumen Capacidad Instalada Parque Los Ranchos

DEPORTE EXTREMO	
Servicio	Capacidad
Canopy Y Rafting (Servicio con todos los equipamientos de seguridad)	16 clientes (cada 3 horas)
Atención por Jornada Laboral	9 horas/día
Total, Diario	48 personas
Total, Mensual	1,440 personas
Total, Anual	20,160 personas

Tabla 155: Resumen Capacidad Instalada Deportes Extremos

Circuitos Culturales								
Atractivo	Mt (m)	Mi (m)	NVR	FC	CCF (Turistas)	CCR (Turistas)	CCR Mes	CCR Año
Iglesia Municipal de Santa Rosa Guachipilín	120	75	2	0.62	80	100	3000	36000
Producción Artesanal de Quesadillas	60	40	4	0.67	40	108	3240	38880
Colmenas de Apicultura	220	150	2	0.72	110	158	4740	56880
Producción Artesanal de Queso	45	16	6	0.36	30	65	1950	23400

Tabla 156: Resumen Capacidad Instalada Circuitos Culturales

CIRCUITOS ECOTURISTICOS		
Ruta	Destino Turístico	Tamaño (Visitas/día)
Circuito Campiña Viva	Puente Santa Rosa Guachipilín.	4800
	Mirador Campiña Viva	1080
	Puente Colgante Parque Los Ranchos	1680
Circuito Verde	Mirador El Matazano	1800
	Caserío El Cacahuito	3000
	Quebrada de Apanta	900
Circuito Ruta Fresca	Parque Los Ranchos	379
	Cascada El Salto Mágico	4800

Tabla 157: Resumen Capacidad Instalada Circuitos Ecoturísticos.

6.2. Resumen de Paquetes turísticos

A continuación, se muestran 3 paquetes que se prevé ofrecer a los clientes potenciales, los mismos servirán para hacer publicidad a través de las redes sociales. Estos paquetes también se podrían ofertar a través de las tour operadoras.

PAQUETE SILVER: 1 PERSONA POR 1 DÍA PARQUE + CIRCUITO DE ELECCIÓN + ALMUERZO	
INCLUYE	PRECIO TOMANDO LOS PRODUCTOS POR SEPARADO
Entrada al Parque Los Ranchos.	\$2.50
Circuito de elección: Circuito Deportivo	-
▪ Canopy	\$10.00
▪ Rafting	\$20.00
▪ Transporte	\$1.00
▪ Almuerzo	\$3.50
COSTO TOTAL	\$37.00
Precio de Paquete con 22% de Descuento: \$28.90 por persona	

Tabla 158: Paquete Turístico "SILVER"

PAQUETE GOLD: 1 PERSONA POR 1 DÍA PARQUE + CIRCUITO DE ELECCIÓN + DEPORTE EXTREMO DE ELECCIÓN + ALMUERZO	
INCLUYE	PRECIO TOMANDO LOS PRODUCTOS POR SEPARADO
Entrada al Parque Los Ranchos.	\$2.50
Circuito de elección:	
▪ Circuito Cultural, o	\$3.00
▪ Circuito de Ecoturismo.	
Deporte extremo de elección:	
▪ Canopy	\$10.00
• Rafting	\$20.00
Almuerzo:	\$3.50

COSTO TOTAL	
Con Canopy:	\$19.00
Con Rafting:	\$29.00
Precio de Paquete Con Canopy con 22% de Descuento: \$14.90 por persona Precio de Paquete Con Rafting con 22% de Descuento: \$22.90 por persona	

Tabla 159: Paquete Turístico "Gold"

PAQUETE DIAMOND: 1 PERSONA 2 DÍAS PARQUE + CIRCUITO + DEPORTES + ALIMENTACIÓN COMPLETA + ALOJAMIENTO	
INCLUYE	PRECIO TOMANDO LOS PRODUCTOS POR SEPARADO
Entrada al Parque Los Ranchos.	\$2.50
Circuito de elección: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Circuito Cultural, o ▪ Circuito de Ecoturismo. 	\$3.00
Deporte extremo de elección: <ul style="list-style-type: none"> • Rafting 	\$20.00
Almuerzo:	\$3.50
Cena:	\$3.50
Alojamiento: Se trata de alojamiento en cabaña con 3 camas individuales, a compartir con particulares.	\$ 15.00
Desayuno:	\$3.00
Entrada al Parque Los Ranchos.	\$2.50
Circuito de elección: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Circuito Cultural, o ▪ Circuito de Ecoturismo. 	\$3.00
Deporte extremo de elección: <ul style="list-style-type: none"> • Canopy 	\$10.00
Almuerzo:	\$3.50
COSTO TOTAL	\$69.50
Precio de Paquete con 22% de Descuento: \$55.00 por persona	

Tabla 160: Paquete Turístico "Diamond 1 persona"

PAQUETE DIAMOND: PAREJA 2 DÍAS PARQUE + CIRCUITO + DEPORTES + ALIMENTACIÓN COMPLETA + ALOJAMIENTO	
INCLUYE	PRECIO TOMANDO LOS PRODUCTOS POR SEPARADO
Entrada al Parque Los Ranchos.	\$5.00
Circuito de elección: ▪ Circuito Cultural, o ▪ Circuito de Ecoturismo.	\$6.00
Deporte extremo de elección: • Rafting	\$40.00
Almuerzo:	\$7.00
Cena:	\$7.00
Alojamiento: Se trata de alojamiento en cabaña completa con cama doble.	\$ 45.00
Desayuno:	\$6.00
Entrada al Parque Los Ranchos.	\$5.00
Circuito de elección: ▪ Circuito Cultural, o ▪ Circuito de Ecoturismo.	\$6.00
Deporte extremo de elección: • Rafting	\$20.00
Almuerzo:	\$7.00
COSTO TOTAL	\$154.00
Precio de Paquete con 20% de Descuento: \$120.00 por pareja	

Tabla 161: Paquete Turístico "Diamond 1 pareja"

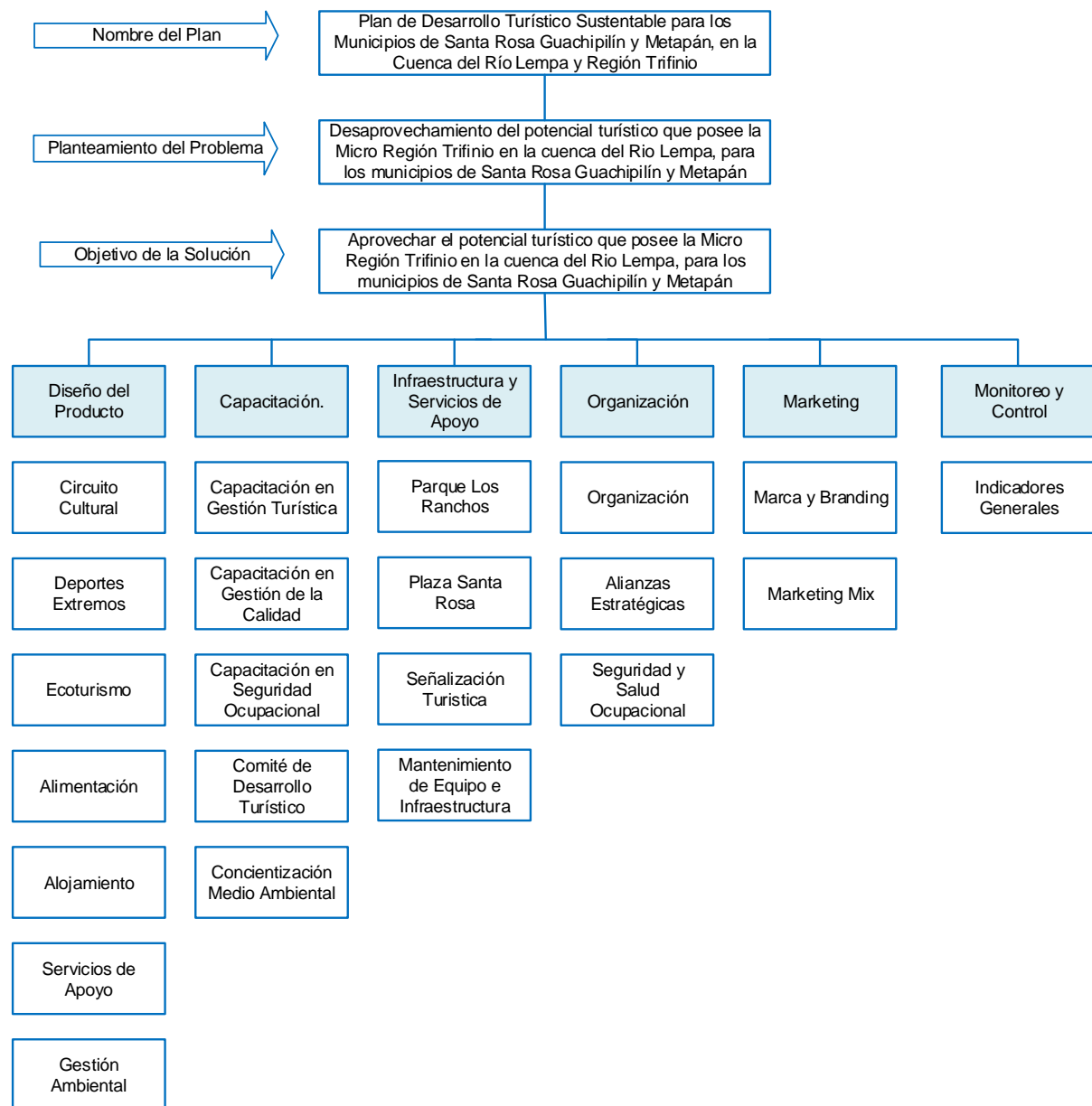
PAQUETE DIAMOND: GRUPO DE 8, 2 DÍAS PARQUE + CIRCUITO + DEPORTES + ALIMENTACIÓN COMPLETA + ALOJAMIENTO	
INCLUYE	PRECIO TOMANDO LOS PRODUCTOS POR SEPARADO
Entrada al Parque Los Ranchos.	\$20.00
Circuito de elección: ▪ Circuito Cultural, o ▪ Circuito de Ecoturismo.	\$24.00
Deporte extremo de elección: • Canopy	\$160.00
Almuerzo:	\$28.00
Cena:	\$28.00

Alojamiento: Se trata de alojamiento en cabaña con 4 literas a compartir con su grupo.	\$80.00
Desayuno:	\$24.00
Entrada al Parque Los Ranchos.	\$20.00
Circuito de elección: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Circuito Cultural, o ▪ Circuito de Ecoturismo. 	\$24.00
Deporte extremo de elección: <ul style="list-style-type: none"> • Rafting 	\$80.00
Almuerzo:	\$28.00
COSTO TOTAL	\$516.00
Precio de Paquete con 20% de Descuento: \$400.00 por Grupo de 8 personas, \$50.00 por persona.	

Tabla 162: Paquete Turístico "Diamond Grupo 8 personas"

6.3. Descripción general de los programas

A partir de la conceptualización de la solución se puede describir cada uno de los circuitos propuestos y los negocios que estos involucran.



Programa de diseño del producto e infraestructura.

Este programa contiene 7 proyectos orientados a desarrollar el producto, atractivos turísticos y todas las ofertas que se tendrán disponibles en el destino, junto con un programa dirigido a la gestión necesaria para que el turismo sea sustentable y amigable con el ambiente, hablamos de la Gestión Ambiental. A continuación se enlistan y describen los circuitos y negocios considerados.

1. Circuito Cultural

Este es un proyecto que involucra todas aquellas actividades culturales propias del lugar. Los atractivos que comprenderán el circuito cultural de Portal el Alma serían:

- Iglesia Municipal de Santa Rosa Guachipilín.
- Apicultura.
- Queso artesanal.
- Quesadilla artesanal.



Ilustración 133: Mapa del circuito cultural.

2. Deportes Extremos

a) Canopy

Se ubica en su parte superior en un cerro perteneciente al municipio de Metapán en la cual existen árboles grandes de más de 25cm de grosor en su tronco, y se utilizará una torre de hierro como refuerzo de la estructura y una base de concreto junto a una tarima para el desarrollo de la atracción (Canopy).



Ilustración 134: mapa del área donde se instalará el canopy.

b) Rafting

El circuito se compone de aproximadamente de 3Km de navegación, desde un punto de partida fuera del municipio, hasta un punto de llegada dentro de las instalaciones del parque Recreativo Los Ranchos.

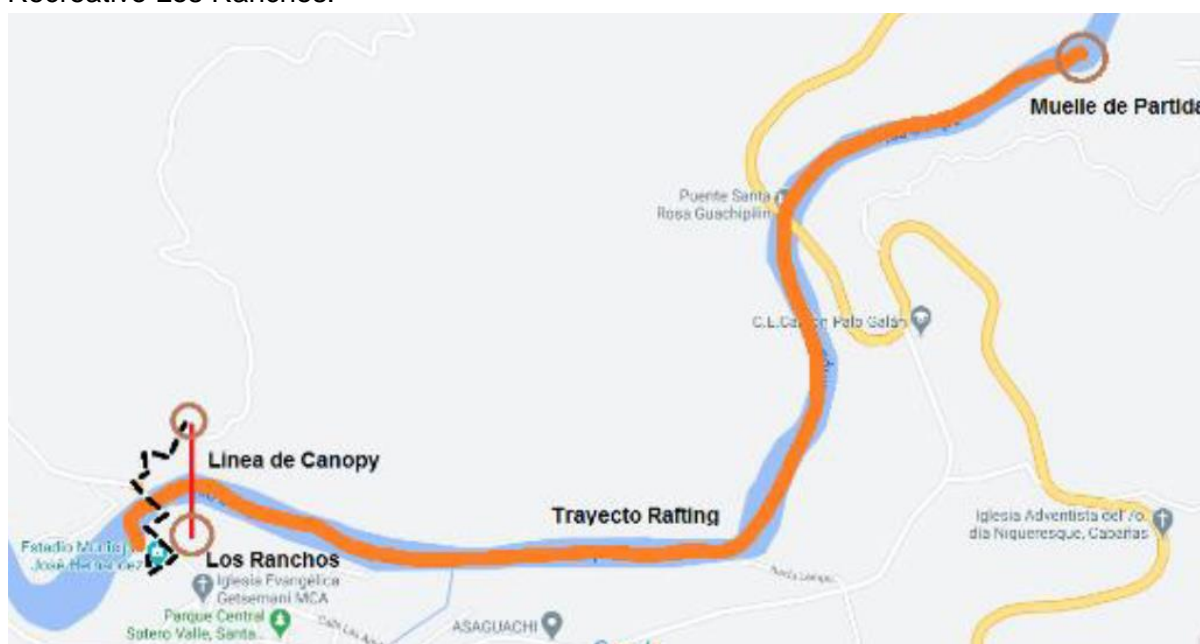


Ilustración 135: mapa del área donde se instalará el rafting.

3. Ecoturismo

Al recorrer la cuenca del río Lempa, entre los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán se pueden disfrutar de diferentes atractivos turísticos ecológicos (ver inventario de circuitos en la siguiente tabla), los cuales, se pueden englobar en circuitos que resulten de más interés para los turistas que buscan una experiencia con la naturaleza. Es por ello que se busca explotar de manera sustentable cada uno de estos.

ATRATIVOS ECOTURÍSTICOS	
1	Cuenca del Río Lempa
2	Parque recreativo Los Ranchos
3	Cerro El Calaire
4	Recorrido San Francisco Apanta
5	Cascada El Salto Mágico
6	Poza de La Peñona
7	Mirador El Matazano
8	Caserío Cacahuito
9	Circuito Campiña Viva.

Tabla 163: Inventario de circuitos de ecoturismo.

4. Alimentación

El este proyecto se encierra la gestión de los servicios de gastronomía que existen actualmente y que se potencializarán, tales como producción artesanal de quesadillas, miel y quesos. Así como la oferta de alimentación típica y general (desayunos, almuerzos y cenas).

Aclarar que si bien en el presente estudio se ha profundizado en el proceso y procedimientos de la oferta gastronómica, solo se contempla el alquiler de locales por parte de la organización encargada, para que los emprendedores puedan rentar locales y ofertar sus productos.

5. Alojamiento

El alojamiento es un programa administrado directamente por la organización que administra el Plan de Turismo en general. Por lo que la prestación de este servicio estará a cargo de dicha organización, el objetivo es poder brindar una opción a los turistas para que puedan pernoctar y disfrutar de forma placentera de este lugar, ya que será necesario más de un día para poder hacerlo.

6. Parque Los Ranchos

Este es un parque que tiene piscinas como atractivo principal, adicionalmente y es donde terminará el recorrido del rafting.

7. Plaza Santa Rosa.

Contiene las Cabañas y Plaza de comida. El principal objetivo de esta infraestructura es poder ofrecer una mayor capacidad instalada, y a la vez poder albergar negocios de comida y que los turistas puedan tener una opción de alojamiento.

A continuación, se muestra una tabla que resume los productos, servicios e infraestructura, así como un poco de su gestión.

Producto/Servicio	Qué contiene	Quien lo gestiona
Circuito Cultural	Iglesias	Encargado de Operaciones (ver diagrama de jerarquías).
	Apicultura	
	Queso artesanal	
	Quesadilla artesanal	
Deportes Extremos	Canopy	
	Rafting	
Ecoturismo	Cuenca del Río Lempa	
	Cerro El Calaire	
	Recorrido San Francisco Apanta	
	Cascada "El Salto Mágico"	
	Poza de la Peñona	
	Mirador "Matazano"	
	Caserío Cacahuito	
Circuito Campiña Viva		
Gastronomía	Plaza Santa Rosa	Administrador general
	Apicultura	Propia
	Queso artesanal	Propia
	Quesadilla artesanal	Propia
	Platos típicos y comida	Emprendedores en plaza Santa Rosa.
Alojamiento	Cabañas Portal del Alma	Administrador general
Parque Los Ranchos	Piscinas	Encargado de Operaciones (ver diagrama de jerarquías).
	Cancha de voleibol	
	Glorietas	
	Cafetines	

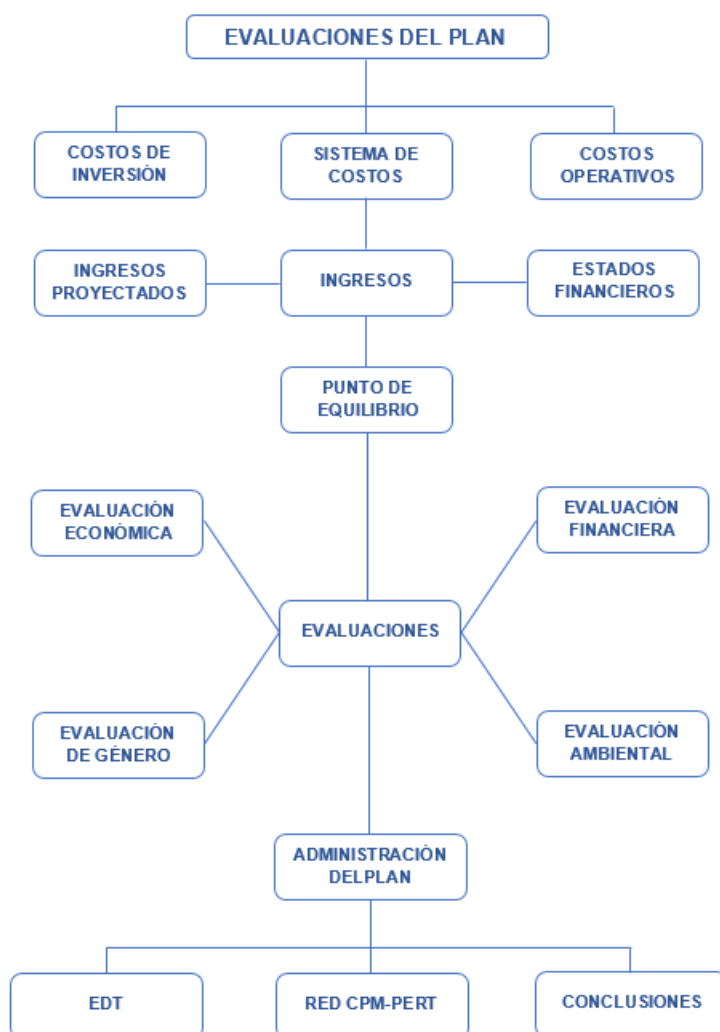
Tabla 164: Oferta turística y sus principales gestores.

CAPÍTULO VIII: EVALUACIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

6.4. Metodología General

En la presente etapa se abordarán los elementos económicos, financieros y de administración de la implementación del Plan, para ello se seguirá la siguiente temática.

Ilustración 136: Metodología de abordaje de la etapa económica - financiera.



6.5. Inversiones en el Plan: Inversiones Fijas

Este rubro se agrupa en tangible e intangible, diferenciación que va a facilitar el costeo del Plan en su fase operativa. La estimación de la inversión se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto. Forma parte de la infraestructura operativa del negocio, es decir, la base para iniciar la producción para el mercado seleccionado.

A continuación, se presenta un esquema que ilustra los costos de inversión del Plan.

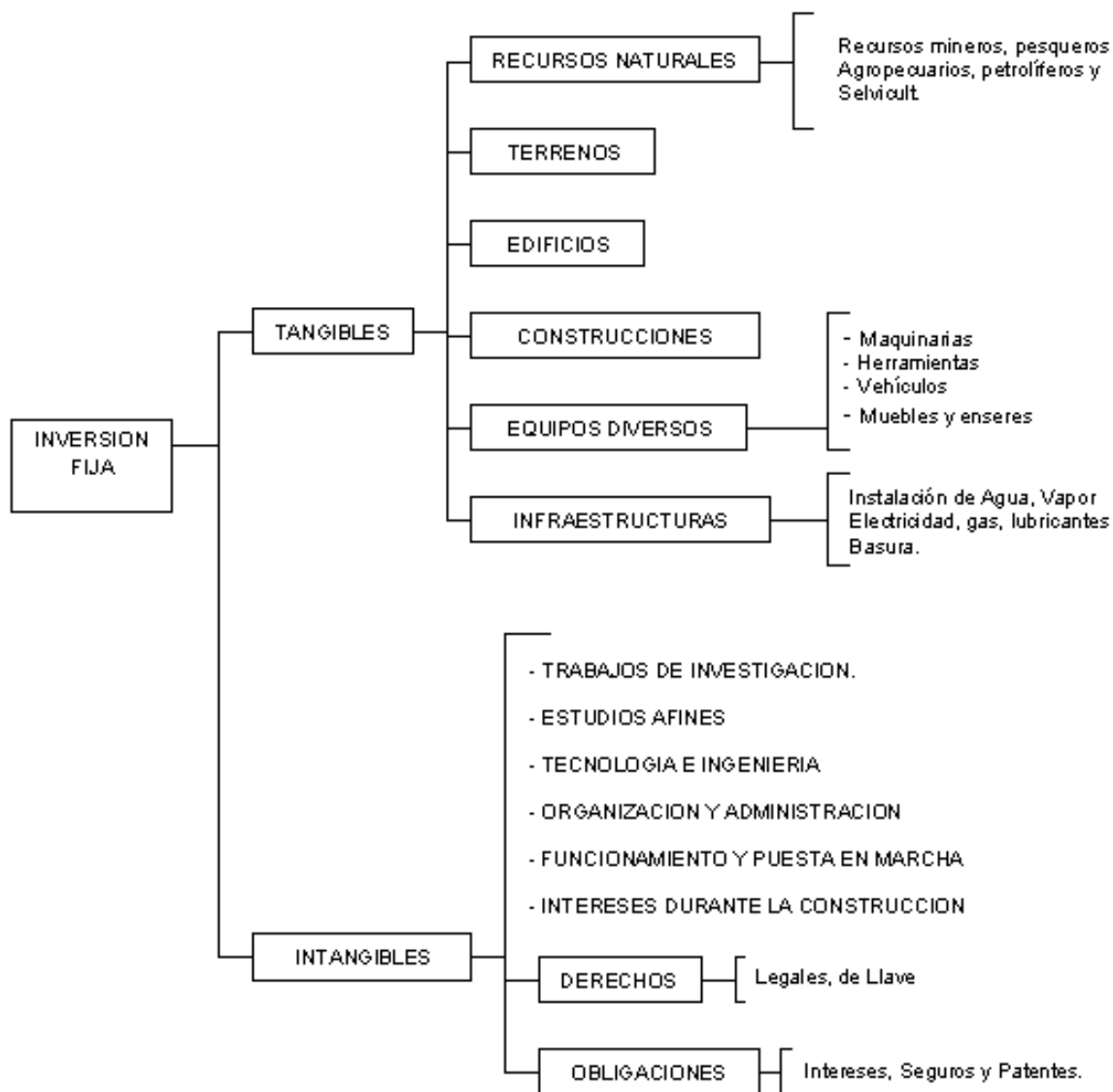


Ilustración 137: Esquema ilustrativo de los costos de inversión.

6.6. Inversiones en el Plan: Inversión Fija Tangible

La inversión tangible o física son gastos que se reflejan en bienes fácilmente identificables y son objetivos o reales.

a) Costo por terreno y obra civil del Parque Los Ranchos

Terreno para Parque Los Ranchos

El terreno ya es parte de la alcaldía, y otra parte será donada por FOSALUD, para que pueda ser parte del Parque Los Ranchos.

La vara es una medida española que corresponde a 0,836 metros, elevando al cuadrado dicha igualdad equivale a 1 vara cuadrada = 0,698896 metros cuadrados. Por tanto el terreno

tiene un total de 4,671.65 v2, cuyo precio ronda los USD \$19.00 por v2. Valor total USD \$88,780.35. En este caso, no se tendrá que desembolsar este dinero.

b) Costo por obra civil parque los ranchos.

La obra civil del Parque Los Ranchos contempla los costos involucrados aproximados, desde que se inicia la terracería hasta los acabados finales. Dicha información está contemplada en la siguiente tabla:

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Sub Total	Total
Obras preliminares					\$2,687.33
Bodega		1	\$1,200.00	\$1,200.00	
Trazo	m	78	\$0.60	\$46.80	
Limpieza	m ²	1102.92	\$0.69	\$761.01	
Desmontaje de malla ciclón	m	117.78	\$1.21	\$142.51	
Suministro e instalación de barrera protectora	m	70	\$4.50	\$315.00	
Desalojo	m ³	21	\$7.00	\$147.00	
Destroncado de árboles	c/u	5	\$15.00	\$75.00	
Excavación					\$9,956.65
Excavación de muro prefabricado	m ³	112.21	\$17.80	\$1,997.34	
Trazo y nivelación	m	112.21	\$0.40	\$44.88	
Excavación para muro en fachadas	m ³	12	\$17.80	\$213.60	
Excavación para piscina	m ³	115	\$17.80	\$2,047.00	
Excavación de jardinería	m ³	8.31	\$17.80	\$147.92	
Excavación para aceras	m ³	73.2	\$17.80	\$1,302.96	
Excavación de paredes de acceso al parque	m ³	9.71	\$17.80	\$172.84	
Excavación para piscina	m ³	175	\$22.25	\$3,893.75	
Excavación para bases de grada y tobogán	m ³	0.7	\$17.80	\$12.46	
Excavación para tuberías, aguas lluvias y electricidad.	m ³	7	\$17.70	\$123.90	
Compactación					\$7,948.99
Compactación para muro prefabricado	m ³	84.16	\$22.25	\$1,872.56	
Trazo y nivelación	m	100	\$0.40	\$40.00	
Compactación para muro en fachadas	m ³	84.16	\$22.25	\$1,872.56	
Compactación para piscina	m ³	42.7	\$22.25	\$950.08	
Compactación jardineras	m ³	5.56	\$22.25	\$123.71	

Compactación para aceras (áreas de mesas)	m ³	134.88	\$22.25	\$3,001.08	
Compactación de paredes de acceso al parque	m ³	0.6	\$22.25	\$13.35	
Compactación para bases de grada en tobogán	m ³	0.4	\$22.25	\$8.90	
Compactación tuberías, aguas lluvias y electricidad	m ³	3	\$22.25	\$66.75	
Estructuras de fundación					\$6,310.65
Solera de muro pre fabricado	m ³	36.75	\$45.00	\$1,653.75	
Solera para muro en fachadas	m ³	3.75	\$45.00	\$168.75	
Solera para jardineras	m ³	10.4	\$45.00	\$468.00	
Base para aceras	m ³	185.57	\$20.00	\$3,711.40	
Soleras para paredes de acceso al parque	m ³	3.75	\$45.00	\$168.75	
Bases de concreto armado para gradas para tobogán	m ³	4	\$35.00	\$140.00	
Calle de acceso					\$5,555.90
Adoquinado	m ²	191.12	\$25.00	\$4,778.00	
Cunetas de concreto simple	m	51.86	\$15.00	\$777.90	
Paredes					\$23,218.50
Pared prefabricada perimetral	m	177	\$78.00	\$13,806.00	
Pared de acceso principal	m ²	60	\$85.00	\$5,100.00	
Jardinera a media altura acceso principal	m	25	\$45.00	\$1,125.00	
Parapeto de cafetería y vestidores	m ²	37.5	\$85.00	\$3,187.50	
Aceras y jardineras					\$13,401.00
Acera acabado de concreto rústico	m ²	115	\$15.20	\$1,748.00	
Acera tipo emplantillado de piedra cuarta	m ²	522	\$19.75	\$10,309.50	
Limpieza de acera existente	m ²	275	\$3.50	\$962.50	
Pretil de bloque de 15x20x40	mL	31.75	\$12.00	\$381.00	
Acabado en paredes					\$1,303.63
Repello y afinado	m ²	128	\$6.60	\$844.80	
Pintura	m ²	128	\$2.30	\$294.40	

Enchape de duchas exteriores	m ²	3.6	\$29.85	\$107.46	
Pintura en jardineras	m ²	31.65	\$1.80	\$56.97	
Piscinas y Otros					\$17,715.00
Piscina para adultos	m ²	49	\$115.00	\$5,635.00	
Piscina para niños	m ²	47	\$115.00	\$5,405.00	
Piscina	m ²	45	\$115.00	\$5,175.00	
Tobogán	SG	1	\$1,500.00	\$1,500.00	
Fascias					\$825.00
Fascia en acceso principal	m	15	\$55.00	\$825.00	
Techos					\$921.60
Desmontaje de techo en cafetería	m ²	16	\$1.60	\$25.60	
Desmontaje de techo en vestidores	m ²	20	\$1.60	\$32.00	
Suministro e instalación de techo nuevo en cafetería	m ²	16	\$24.00	\$384.00	
Suministro e instalación de techo en vestidores	m ²	20	\$24.00	\$480.00	
Instalaciones hidráulicas					\$11,200.00
Suministro e instalación de tubería de pvc para aguas lluvias	SG	1	\$5,500.00	\$5,500.00	
Suministro e instalación de tubería de pvc para aguas potables	SG	1	\$2,850.00	\$2,850.00	
Suministro e instalación de tubería de pvc para aguas negras	SG	1	\$2,850.00	\$2,850.00	
Instalaciones Eléctricas					\$11,600.00
Suministro e instalación de sistema de iluminación	SG	1	\$5,500.00	\$5,500.00	
Suministro e instalación de tubería subterránea	SG	1	\$2,500.00	\$2,500.00	
Suministro e instalación de faroles decorativos	SG	8	\$450.00	\$3,600.00	
Elementos decorativos					\$5,760.00
Suministro e instalación de estructura de pozo decorativos	c/u	1	350	\$350.00	
Suministro e instalación de pérgola para jardines colgantes	c/u	7	450	\$3,150.00	
Suministro e instalación de pérgola	c/u	2	650	\$1,300.00	

Suministro e instalación de bancas de madera	c/u	6	160	\$960.00	
Jardinería					\$5,141.20
Engramado	SG	201.15	3.2	\$643.68	
Suministro y colocación de tierra negra	m ²	201.15	4.8	\$965.52	
Faroles decorativos de tres brazos con foco de intemperie	c/u	16	220.75	\$3,532.00	
Rótulos					\$905.71
Inicio	SG	1	280	\$280.00	
Finalización	SG	1	280	\$280.00	
Placa Conmemorativa	SG	1	345.71	\$345.71	
INVERSIÓN TOTAL EN OBRA CIVIL PARQUE LOS RANCHOS					\$124,451.15

Tabla 165: Costos de inversión en obra civil para el Parque Los Ranchos.

c) Costo por Obra civil Plaza Santa Rosa.

Al igual que con el parque, los costos de construcción desde la compra del terreno se muestran resumidos en la siguiente tabla:

Item	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Sub-total	Total
0.00	TERRENO					\$ 254,360.00
0.01	Terreno para Plaza	m2	\$ 6,359.00	\$ 40.00	\$254,360.00	
1.00	OBRAS PRELIMINARES					\$ 7,485.71
1.01	Bodega	SG	\$ 1.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	
1.03	Limpieza y Descapote	m2	\$6,359.00	\$ 0.69	\$ 4,387.71	
1.04	Destroncado de árboles	c/u	\$ 10.00	\$ 15.00	\$ 150.00	
1.05	Suministro he instalación de barrera protectora	m	\$ 344.00	\$ 4.50	\$ 1,548.00	
1.06	Desalojo arboles	c/u	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 100.00	
2.00	EXCAVACIÓN					\$ 10,838.20
2.01	Trazo y nivelación muro	m	\$ 344.00	\$ 0.40	\$ 137.60	
2.02	Excavación para muro perimetral prefabricado	m3	\$ 200.00	\$ 17.80	\$ 3,560.00	
2.03	Trazo y nivelación cabañas	m	\$ 350.00	\$ 0.40	\$ 140.00	
2.04	Excavación para verja perimetral de cabañas	m3	\$ 30.00	\$ 17.80	\$ 534.00	
2.05	Excavación de bases para cabañas	m3	\$ 200.00	\$ 17.80	\$ 3,560.00	
2.06	Trazo y nivelación recepción y bodega	m	\$ 35.00	\$ 0.40	\$ 14.00	
2.07	Excavación de bases para recepción y bodega	m3	\$ 20.00	\$ 17.80	\$ 356.00	
2.08	Trazo y nivelación kioscos	m	\$ 60.00	\$ 0.40	\$ 24.00	
2.09	Excavación de bases para kioscos	m3	\$ 17.00	\$ 17.80	\$ 302.60	
2.10	Trazo y nivelación plaza	m	\$ 150.00	\$ 0.40	\$ 60.00	
2.11	Excavación de bases para plaza de comida	m3	\$ 100.00	\$ 17.80	\$ 1,780.00	
2.12	Trazo y nivelación baños	m	\$ 35.00	\$ 0.40	\$ 14.00	
2.13	Excavación de bases para baños	m3	\$ 20.00	\$ 17.80	\$ 356.00	
3.00	COMPACTACIÓN					\$ 8,455.00
3.01	Compactación para muro perimetral prefabricado	m3	\$ 130.00	\$ 22.25	\$ 2,892.50	
3.02	Compactación para verja perimetral de cabañas	m3	\$ 22.00	\$ 22.25	\$ 489.50	
3.03	Compactación de bases para cabañas	m3	\$ 130.00	\$ 22.25	\$ 2,892.50	
3.04	Compactación de bases para recepción y bodega	m3	\$ 13.00	\$ 22.25	\$ 289.25	
3.05	Compactación de bases para kioscos	m3	\$ 12.00	\$ 22.25	\$ 267.00	
3.06	Compactación de bases para plaza de comida	m3	\$ 60.00	\$ 22.25	\$ 1,335.00	
3.08	Excavación de bases para baños	m3	\$ 13.00	\$ 22.25	\$ 289.25	
4.00	ESTRUCTURAS DE FUNDACIÓN					\$ 9,315.00
4.01	Solera para muro perimetral prefabricado	m3	\$ 70.00	\$ 45.00	\$ 3,150.00	
4.02	Solera para verja perimetral de cabañas	m3	\$ 8.00	\$ 45.00	\$ 360.00	
4.03	Solera de bases para cabañas	m3	\$ 70.00	\$ 45.00	\$ 3,150.00	
4.04	Solera de bases para recepción y bodega	m3	\$ 7.00	\$ 45.00	\$ 315.00	
4.05	Solera de bases para kioscos	m3	\$ 5.00	\$ 45.00	\$ 225.00	
4.06	Solera de bases para plaza de comida	m3	\$ 40.00	\$ 45.00	\$ 1,800.00	
4.07	Solera de bases para baños	m3	\$ 7.00	\$ 45.00	\$ 315.00	
5.00	PAREDES					\$ 60,845.25
5.01	Pared para muro perimetral prefabricado	m	\$ 345.00	\$ 78.00	\$ 26,910.00	
5.02	Pared para verja perimetral de cabañas	m	\$ 90.00	\$ 78.00	\$ 7,020.00	
5.03	Pared para cabañas	m3	\$ 157.50	\$ 85.00	\$ 13,387.50	
5.04	Pared para recepción y bodega	m3	\$ 15.75	\$ 85.00	\$ 1,338.75	
5.05	Pared para kioscos	m3	\$ 7.65	\$ 85.00	\$ 650.25	
5.06	Pared para plaza de comida	m3	\$ 120.00	\$ 85.00	\$ 10,200.00	
5.07	Pared para baños	m3	\$ 15.75	\$ 85.00	\$ 1,338.75	

Item	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Sub-total	Total
7.00	PARQUEO					\$ 10,000.00
7.01	Construcción de parqueo	SG	\$ 1.00	\$10,000.00	\$ 10,000.00	
8.00	CALLE DE ACCESO					\$ 10,000.00
8.01	Construcción de calle de acceso	SG	\$ 1.00	\$10,000.00	\$ 10,000.00	
9.00	ACABADO EN PAREDES					\$ 23,576.10
9.01	Repello y afinado en cabañas	m2	\$1,320.00	\$ 6.60	\$ 8,712.00	
9.02	Pintura en cabañas	m2	\$1,320.00	\$ 2.30	\$ 3,036.00	
9.03	Repello y afinado en recepción y bodega	m2	\$ 132.00	\$ 6.60	\$ 871.20	
9.04	Pintura en bodega y bodega	m2	\$ 132.00	\$ 2.30	\$ 303.60	
9.05	Repello y afinado en kioscos	m2	\$ 65.00	\$ 6.60	\$ 429.00	
9.06	Pintura en kioscos	m2	\$ 65.00	\$ 2.30	\$ 149.50	
9.07	Repello y afinado en plaza	m2	\$1,000.00	\$ 6.60	\$ 6,600.00	
9.08	Pintura en plaza	m2	\$1,000.00	\$ 2.30	\$ 2,300.00	
9.09	Repello y afinado en baño	m2	\$ 132.00	\$ 6.60	\$ 871.20	
9.10	Pintura en baño	m2	\$ 132.00	\$ 2.30	\$ 303.60	
10.00	TECHOS					\$ 20,160.00
10.01	Techo para cabañas	m2	\$ 560.00	\$ 24.00	\$ 13,440.00	
10.02	Techo para recepción y bodega	m2	\$ 56.00	\$ 24.00	\$ 1,344.00	
10.03	Techo para kioscos	m2	\$ 28.00	\$ 24.00	\$ 672.00	
10.04	Techo para plaza	m2	\$ 140.00	\$ 24.00	\$ 3,360.00	
10.05	Techo en baños	m2	\$ 56.00	\$ 24.00	\$ 1,344.00	
11.00	INSTALACIONES HIDRAULICAS					\$ 16,000.00
11.01	Tuberia de pvc para aguas lluvias	SG	\$ 1.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	
11.02	Tuberia de pvc para aguas potable	SG	\$ 1.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	
11.03	Tuberia de pvc para aguas negras	SG	\$ 1.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	
12.00	INSTALACIONES ELECTRICAS					\$ 16,000.00
12.01	Suministro e instalacion de sistemas de iluminación	SG	\$ 1.00	\$10,000.00	\$ 10,000.00	
12.02	Suministro e instalacion de tuberia subterránea	SG	\$ 1.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	
12.03	Suministro e instalacion de faroles decorativos	SG	\$ 1.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
13.00	INSTALACIONES DE JARDINES					\$ 10,000.00
13.01	Suministro e instalacion de tuberia de pvc para aguas	SG	\$ 1.00	\$10,000.00	\$ 10,000.00	
14.00	BUNGALOWS					\$ 15,000.00
14.01	Construcción de bungalows	SG	\$ 10.00	\$ 1,500.00	\$ 15,000.00	
14.00	ROTULACIÓN					\$ 1,000.00
14.01	Rotulado	SG	\$ 1.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE CONSTRUCCIÓN						\$ 487,875.26
IVA (13%)						\$ 63,423.78
GRAN TOTAL						\$ 551,299.04

Tabla 166: Costeo por obra civil en Plaza Santa Rosa.

d) Costo por mobiliario, equipo y suplementos en Parque los Ranchos.

Tabla 167: Costos en insumos para puesta en marcha del Parque Los Ranchos.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Sub Total	Total
Oficina				\$2,234.50
PC	2	\$679.00	\$1,358.00	
Sellos	3	\$6.00	\$18.00	
Talonnario	1	\$2.50	\$2.50	
Impresora	1	\$45.00	\$45.00	
Sillas con rodo	3	\$60.00	\$180.00	
Estante	1	\$100.00	\$100.00	
Archivero	1	\$100.00	\$100.00	
Caja registradora	1	\$250.00	\$250.00	
Papel resma	2	\$4.00	\$8.00	
Lapiceros, borrador, lápices, tijera (juego)	1	\$5.00	\$5.00	
Libretas de apuntes	3	\$1.00	\$3.00	
Agendas	3	\$2.00	\$6.00	
Oasis de Agua	1	\$159.00	\$159.00	
Piscinas				\$2,214.68
Bomba piscina niño		\$385.00	\$385.00	
Bomba piscina adultos	1	\$345.00	\$435.00	
Válvula selectora de funciones	1	\$94.95	\$94.95	
Filtro de arena niños	1	\$330.00	\$330.00	
Filtro de arena adultos	1	\$390.00	\$390.00	
Limpia fondos	2	\$13.50	\$27.00	
Cepillo piscina 10 pulgadas	1	\$12.00	\$12.00	
Cepillo piscina 18 pulgadas	1	\$15.00	\$15.00	
Recoge hojas	2	\$6.75	\$13.50	
Regulador de PH	2	\$199.99	\$399.98	
Equipo Medidor de PH y Cloro probador de Agua	1	\$4.95	\$4.95	
Cloro 100 lb	100	\$2.00	\$20.00	
Floculante galón	5	\$14.55	\$14.55	
Alguicidas galón	5	\$14.55	\$72.75	

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Sub Total	Total
Jardín				\$191.20
Manguera 20 pies	1	\$7.95	\$7.95	
Manguera 50 pies	1	\$11.95	\$11.95	
Manguera 75 pies	1	\$17.95	\$17.95	
Tipon pistola 5 funciones	1	\$3.95	\$3.95	
Tipon metálico 7 funciones	1	\$6.50	\$6.50	
Surtidor oscilatorio múltiple	1	\$7.20	\$7.20	
Sulfato de amonio 90 kg	1	\$28.00	\$28.00	
Abono triple 15, 90 kg	1	\$55.00	\$55.00	
Podadora	2	\$11.25	\$22.50	
Machete 20 pulgadas	1	\$8.55	\$8.55	
Cuma clásica	1	\$4.85	\$4.85	
Rastrillo	3	\$5.60	\$16.80	
Limpieza				\$292.92
Escobas	3	\$2.10	\$6.30	
Trapeadores	3	\$4.50	\$13.50	
Esponjas	3	\$2.15	\$6.45	
Cepillo con mango largo	2	\$1.75	\$3.50	
Guates Limpieza	3	\$1.99	\$5.97	
Bolsas para basura 100 unidades	1	\$7.00	\$7.00	
Carretilla	1	\$45.00	\$45.00	
Basureros	10	\$20.00	\$200.00	
Desinfectante galón	2	\$2.60	\$5.20	
Baños				\$21.90
Papel higiénico jumbo	5	\$2.30	\$11.50	
Jabón líquido Galón	1	\$4.50	\$4.50	
Jabonera para liquido acrílica	2	\$2.95	\$5.90	
Artículos para alquiler				\$5,557.35
Hamacas	20	\$15.00	\$300.00	
Ganchos para hamaca	40	\$1.25	\$50.00	
Sogas	40	\$0.70	\$28.00	
Tabla para escribir	1	\$2.00	\$2.00	
Lapiceros	2	\$0.30	\$0.60	

Sillas plástico	100	\$5.99	\$599.00	
Mesas plástico	25	\$35.99	\$899.75	
Salvavidas adultos	25	\$22.00	\$550.00	
Salvavidas niños	16	\$19.00	\$304.00	
Pelotas de futbol	3	\$20.00	\$60.00	
Pelota de voleibol	3	\$20.00	\$60.00	
Gomones rafting equipado	3	\$900.00	\$2,700.00	

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Sub Total	Total
Implementos salvavidas				\$422.00
Silbato	2	\$6.00	\$12.00	
Amarine	1	\$275.00	\$275.00	
Camilla de primeros auxilios	1	\$135.00	\$135.00	
Seguridad y Salud Ocupacional				\$926.90
Botiquín	1	\$26.90	\$26.90	
Extintores 20 lb	5	\$180.00	\$900.00	

Una vez obtenida la información detallada de todos los costos en cada uno de los elementos a utilizar, se procede a obtener el costo total de todos los mobiliarios y equipos requeridos en Parque Los Ranchos.

Tabla 168: Inversión mobiliario, equipo e insumos deportivos.

INVERSION TOTAL EN INSUMOS PARA PARQUE LOS RANCHOS.	
TOTAL	\$ 11,861.45

e) Costo por Mobiliario, Equipo y Suplementos en Plaza Santa Rosa.

La siguiente tabla muestra la descripción de los elementos requeridos para la puesta en marcha de la organización en la Plaza Santa Rosa, con sus respectivos costos.

Tabla 169: Descripción de equipo necesario para el funcionamiento de la Organización de Plaza Santa Rosa.

DETALLE DE COSTOS EQUIPOS USD \$			
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO ESTIMADO	TOTAL
Escritorio dirección	1	175	175
Escritorio gerencias	4	140	560
Computadora director	1	1300	1300
Computadora	4	750	3000
Silla de oficina	5	125	625
Sillas de espera	5	30	125
Celular dirección	1	168	168
Cámara	1	299	299
Multifuncional: Impresora, copiadora, escáner	1	219	219
Calculadora científica	1	30	30
Calculadora de oficina	1	15	15
Perforadora	1	2.70	2.7

Engrapadora y quita grapas	2	4.9	9.8
Archivero	1	160	160
Ventiladores	3	30	30
Dispensador de agua	1	130	130
Cafetera	1	35	35
Papelería y utensilios	1	50	50
TOTAL			\$6,933.50

6.7. Inversión Fija Intangible

a) Costo por estudio de factibilidad.

A continuación, se muestra una tabla que representan los costos derivados del estudio de factibilidad realizado. Si bien es cierto que estos costos no representan un desembolso, hay que contabilizarlo como parte de los requerimientos de un estudio formal.

Tabla 170: Costo por estudio de factibilidad del plan.

Descripción	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Meses	Costo Total
Horas de Trabajo	60	\$ 8.00	24	\$ 11,520.00
Papelería Resma	7	\$ 6.00	--	\$ 42.00
Impresiones	3000	\$ 0.05	--	\$ 150.00
Viáticos	1	\$ 20.00	12	\$ 240.00
Internet	1	\$ 2.00	24	\$ 48.00
TOTAL				\$ 12,000.00

b) Costo de capacitaciones.

Estos representan el capital necesario para poder entrenar y mejorar las capacidades de las personas que participaran en la implementación del Plan de Desarrollo Turístico.

El costo total que representa el programa de capacitaciones asciende a \$27,340.81.

c) Costos de Registro de Comercio y Permisos Ambientales.

Tabla 171: Costos de Registro de Comercio y Permisos Ambientales.

Detalle	Costo
Escritura	\$ 11.40
Matricula	\$ 91.43
Registro de Local	\$ 34.29
Comprobante de Balance Inicial	\$ 17.14
Pago de NIT	\$ 1.67
Derechos de Registro	\$ 155.93
Honorario de Notario	\$ 300.00
Total	\$ 611.86

Tabla 172: Permisos Ambientales para implementación del Plan.

Descripción	Sub Total
Registro Sanitario	\$35
Permiso Ministerio Medio Ambiente	\$14
Diligencias	\$50
TOTAL	\$99

d) Costos de Administración del Plan.

El costo de administración representa el costo de planilla de las personas que estarán a cargo de la dirección y construcción de la obra civil y demás infraestructura requerida.

Tabla 173: Costos de Administración del Plan.

Cargo	Total Mensual	Total 8 meses
Gerente General	\$ 1,500	\$ 12,000
Gerente Administrativo	\$ 1,150	\$ 9,200
Gerente Operativo	\$ 1,200	\$ 9,600
TOTAL	\$ 3,850	\$ 30,800

7. Costos Plan, Programa, Proyecto.

La siguiente ilustración es una aproximación de los costos generales del Plan, cuyo prorratio sigue la estructura Plan, Programa, Proyecto.

Tabla 174: Costos Plan, Programa, Proyecto.

TOTAL PLAN: \$791,624.24					
DISEÑO DEL PRODUCTO \$39,365.44	CAPACITACIÓN \$27,340.81	INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS DE APOYO \$699,854.24	ORGANIZACIÓN \$18,738.75	MARKETING \$5075.00	MONITOREO Y CONTROL \$1,250.00
Circuito Cultural	Capacitación en Gestión Turística	Parque Los Ranchos	Organización	Marca y Branding	Indicadores Generales
Total \$600	Total \$3171.27	Total \$136,312.60	Total: \$10,633.50	Total: \$ 3225.00	Total: \$1250
Deportes Extremos	Capacitación en Gestión de la Calidad	Plaza Santa Rosa	Alianzas Estratégicas	Marketing Mix	
Total \$8353.57	Total \$2571.27	Total \$551,299.04	Total: \$2275	Total: \$1850.00	
Ecoturismo	Capacitación en Seguridad Ocupacional	Señalización Turística	Seguridad y Salud Ocupacional		
Total \$259	Total \$ 2662.27	Total \$12,312.60	Total: \$5830.25		
Gastronomía	Capacitación del Comité de Desarrollo Turístico	Mantenimiento de Equipo e Infraestructura			
Total \$1375	Total \$ 17,986.00	Total \$1342.00*			
Alojamientos	Concientización Ambiental				
Total \$22,149.50	Total \$950.00				
Servicios de Apoyo					
Total \$1500					
Gestión Ambiental					
Total \$5128.37					

* Esto NO es costo de operación para implementar el plan. Este costo se implementará mes a mes, para dar mantenimiento a la infraestructura y equipo cuando el destino esté en marcha.

7.1. Resumen de Costos de Inversión Fija y Tangible.

Los costos de inversión, llamados también costos pre-operativos, corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el Plan en funcionamiento.

Tabla 175: Resumen de Costos de Inversión Fija y Tangible.

DETALLE	COSTO	SUB TOTAL
Terreno y Obra Civil Parque	\$ 124,451.15	
Terreno y Obra Civil Plaza	\$ 551,299.04	
Mobiliario, Equipo e Insumos Parque	\$ 11,861.45	
Mobiliario, Equipo e Insumos Plaza	\$ 6,933.50	
Equipos para Diseño del Producto	\$ 6,372.57	
Insumos Organización y Marketing	\$ 1,950.00	
Mobiliario e Insumos para Alojamiento	\$ 20,449.50	
Señalización Turística	\$ 12,312.60	
Señalización y Equipo de Higiene y Seguridad	\$ 5,830.25	
TOTAL COSTOS FIJOS		\$ 741,460.06
Estudio de Factibilidad	\$ 12,000.00	
Gestiones Generales y Diligencias	\$ 17,765.00	
Gestión Ambiental	\$ 5,128.37	
Capacitaciones	\$ 27,340.81	
Permisos e inscripciones	\$ 710.86	
Costos de Administración del Plan	\$ 30,800.00	
TOTAL DE COSTOS DIFERIDOS (INTANGIBLES)		\$ 93,745.04
TOTAL DE COSTOS DE INVERSIÓN		\$ 835,205.10

7.2. Inversión Total

Representa todos los costos de inversión fija y diferida, junto con el capital de trabajo necesario para que haya liquidez en los primeros 3 meses de operaciones.

Tabla 176: Costo Total de Inversión.

CONCEPTO	COSTO
Inversión Fija	\$741,460.06
Inversión Diferida	\$93,745.04
Capital de Trabajo	\$37,159.75
TOTAL DE CAPITAL REQUERIDO	\$872,364.85

7.3. Costos Operativos Fijos.

a) Costos por insumos de mantenimiento y funcionamiento del Parque.

Descripción	Total año 1	Total año 2 (5% +)	Total año 3 (5% +)	Total año 4 (5% +)	Total año 5 (5% +)
Oficina	\$ 1,116.00	\$ 1,171.80	\$ 1,230.39	\$ 1,291.91	\$ 1,356.50
Piscinas	\$ 5,892.00	\$ 6,186.60	\$ 6,495.93	\$ 6,820.73	\$ 7,161.76
Jardín	\$ 1,197.60	\$ 1,257.48	\$ 1,320.35	\$ 1,386.37	\$ 1,455.69
Limpieza	\$ 542.40	\$ 569.52	\$ 598.00	\$ 627.90	\$ 659.29
Baños	\$ 2,754.00	\$ 2,891.70	\$ 3,036.29	\$ 3,188.10	\$ 3,347.50
TOTAL	\$ 11,502.00	\$ 12,077.10	\$ 12,680.96	\$ 13,315.00	\$ 13,980.75

Tabla 177: Costos proyectados por insumo de Parque Los Ranchos por 5 años.

Tabla 178: Costo por insumos mensuales Parque Los Ranchos.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Sub Total	Total Mes
Oficina				\$ 93.00
Almohadillas	\$ 4.00	\$ 2.00	\$ 8.00	
Talonario	\$ 30.00	\$ 2.50	\$ 75.00	
Tinta para almohadilla	\$ 1.00	\$ 5.00	\$ 5.00	
Papel resma	\$ 1.00	\$ 4.00	\$ 4.00	
Lapiceros, borrador, lápices	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	
Piscinas				\$ 491.00
Cloro 100 lb	\$ 100.00	\$ 2.00	\$ 200.00	
Floculante galón	\$ 10.00	\$ 14.55	\$ 145.50	
Alguicidas galón	\$ 10.00	\$ 14.55	\$ 145.50	
Jardín				\$ 99.80
Sulfato de amonio 90 kg	\$ 1.00	\$ 28.00	\$ 28.00	
Abono triple 15, 90 kg	\$ 1.00	\$ 55.00	\$ 55.00	
Rastrillo	\$ 3.00	\$ 5.60	\$ 16.80	
Limpieza				\$ 45.20
Escobas	\$ 1.00	\$ 2.10	\$ 2.10	
Trapeadores	\$ 1.00	\$ 4.50	\$ 4.50	
Esponjas	\$ 1.00	\$ 2.15	\$ 2.15	
Cepillo con mango largo	\$ 1.00	\$ 1.75	\$ 1.75	
Guates Limpieza	\$ 10.00	\$ 1.99	\$ 19.90	
Bolsas para basura 100 unidades	\$ 1.00	\$ 7.00	\$ 7.00	
Desinfectante galón	\$ 3.00	\$ 2.60	\$ 7.80	
Baños				\$ 229.50
Papel higiénico jumbo	\$ 90.00	\$ 2.30	\$ 207.00	
Jabón líquido Galón	\$ 5.00	\$ 4.50	\$ 22.50	
TOTAL INSUMOS MENSUALES				\$ 958.50

b) **Costos por insumos de mantenimiento de Plaza Santa Rosa.**

Tabla 179: Costos y proyecciones por insumos en Plaza Santa Rosa.

Detalle	Costo Mensual por Cabaña	Por 10 cabañas por mes	Total año 1	Total año 2 (5% +)	Total año 3 (5% +)	Total año 4 (5% +)	Total año 5 (5% +)
Jabón	\$5.00	\$50.00	\$600.00	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$729.30
Papel higiénico	\$3.00	\$30.00	\$360.00	\$378.00	\$396.90	\$416.75	\$437.58
Escoba	\$2.00	\$20.00	\$240.00	\$252.00	\$264.60	\$277.83	\$291.72
Trapeador	\$1.00	\$10.00	\$120.00	\$126.00	\$132.30	\$138.92	\$145.86
Desinfectante	\$1.00	\$10.00	\$120.00	\$126.00	\$132.30	\$138.92	\$145.86
Total	\$12.00	\$120.00	\$1,440.00	\$1,512.00	\$1,587.60	\$1,666.98	\$1,750.33

c) **Costos de administración general.**

Los costos de administración representan el costo relacionado a la dirección de la organización.

Tabla 180: Costos Administrativos mensuales.

Cargo	Salario Mensual	7.5% ISSS Patronal	7.75% AFP Patronal	Vacación Proporcional	Aguinaldo Proporcional	Total Mensual
Administración	\$800.00	\$60.00	\$62.00	\$10.00	\$22.22	\$954.22

Tabla 181: Proyección de los costos administrativos por 5 años.

Cargo	Total Año 1	Total año 2	Total año 3 (5% +)	Total año 4	Total año 5 (5% +)
Administración	\$11,450.67	\$11,450.67	\$12,023.20	\$12,023.20	\$12,624.36

d) **Costos de comercialización general.**

Tabla 182: Costos de comercialización en redes sociales.

Concepto	Costo por mes	Año 1	Año 2 (+5%)	Año 3 (+5%)	Año 4 (+5%)	Año 5 (+5%)
Publicidad en Facebook	\$150.00	\$1,800.00	\$1,890.00	\$1,984.50	\$2,083.73	\$2,187.91
Publicidad en Instagram	\$150.00	\$1,800.00	\$1,890.00	\$1,984.50	\$2,083.73	\$2,187.91
Concepto	\$300.00	\$3,600.00	\$3,780.00	\$3,969.00	\$4,167.45	\$4,375.82

e) **Costos de planilla general.**

La presente tabla contiene la cantidad total de empleados que requiere la implementación del plan con sus respectivos costos. Se puede notar que esta incluye las prestaciones de ley, vacaciones y la previsión de los cambios de pasivo laboral después de los años 3 y 5.

Cargo	Salario Mensual	7.5% ISSS Patronal	7.75% AFP Patronal	Vacación Proporcional	Aguinaldo Proporcional	Total Mensual	Total Año 1	Total año 2	Total año 3 (5% +)	Total año 4	Total año 5 (5% +)
Administración	\$800.00	\$60.00	\$62.00	\$10.00	\$22.22	\$954.22	\$11,450.67	\$11,450.67	\$12,023.20	\$12,023.20	\$12,624.36
Comercialización	\$550.00	\$41.25	\$42.63	\$6.88	\$15.28	\$656.03	\$7,872.33	\$7,872.33	\$8,265.95	\$8,265.95	\$8,679.25
Finanzas	\$550.00	\$41.25	\$42.63	\$6.88	\$15.28	\$656.03	\$7,872.33	\$7,872.33	\$8,265.95	\$8,265.95	\$8,679.25
Operación	\$600.00	\$45.00	\$46.50	\$7.50	\$16.67	\$715.67	\$8,588.00	\$8,588.00	\$9,017.40	\$9,017.40	\$9,468.27
Tiquetero	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Vigilante	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Salvavidas	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Jardinería y mto.	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Limpieza	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Limpieza	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Canopy	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Canopy	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Rafting	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Circuito Cultural	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Circuito Ecoturístico	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Recepcionista	\$350.00	\$26.25	\$27.13	\$4.38	\$9.72	\$417.47	\$5,009.67	\$5,009.67	\$5,260.15	\$5,260.15	\$5,523.16
Vigilante	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Limpieza	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
Limpieza	\$300.00	\$22.50	\$23.25	\$3.75	\$8.33	\$357.83	\$4,294.00	\$4,294.00	\$4,508.70	\$4,508.70	\$4,734.14
TOTAL	\$7,050.00	\$528.75	\$546.38	\$88.13	\$195.83	\$8,409.08	\$100,909.00	\$100,909.00	\$105,954.45	\$105,954.45	\$111,252.17

f) **Costos por Servicios en Parque Los Ranchos.**

Los costos de servicio se refieren a las prestaciones básicas de energía, agua e internet.

Tabla 183: Proyección de costos por servicios en Parque Los Ranchos.

Servicio	Costo Previsto Mes	Total año 1	Total año 2 (5% +)	Total año 3 (5% +)	Total año 4 (5% +)	Total año 5 (5% +)
Energía	\$250.00	\$3,000.00	\$3,150.00	\$3,307.50	\$3,472.88	\$3,646.52
Agua	\$250.00	\$3,000.00	\$3,150.00	\$3,307.50	\$3,472.88	\$3,646.52
Internet	\$70.00	\$840.00	\$882.00	\$926.10	\$972.41	\$1,021.03
Total	\$570.00	\$6,840.00	\$7,182.00	\$7,541.10	\$7,918.16	\$8,314.06

g) **Costos por servicios en Plaza Santa Rosa.**

Tabla 184: Proyección de costos por servicios en Plaza Santa Rosa.

Detalle	Costo Mensual por Cabaña	Por 10 cabañas mensual	Total año 1	Total año 2 (5% +)	Total año 3 (5% +)	Total año 4 (5% +)	Total año 5 (5% +)
Agua	\$15.00	\$150.00	\$1,800.00	\$1,890.00	\$1,984.50	\$2,083.73	\$2,187.91
Energía	\$20.00	\$200.00	\$2,400.00	\$2,520.00	\$2,646.00	\$2,778.30	\$2,917.22
Internet	\$10.00	\$100.00	\$1,200.00	\$1,260.00	\$1,323.00	\$1,389.15	\$1,458.61
TOTAL	\$45.00	\$450.00	\$5,400.00	\$5,670.00	\$5,953.50	\$6,251.18	\$6,563.73

7.4. Costos operativos variables.

a) **Costos de insumos para prestación de servicio**

Tabla 185: Costos de insumos para prestación de servicio

COSTOS OPERATIVOS	MES	Total año 1	Total año 2 (5% +)	Total año 3 (5% +)	Total año 4 (5% +)	Total año 5 (5% +)
Insumos de mantenimiento Parque	\$958.50	\$11,502.00	\$12,077.10	\$12,680.96	\$13,315.00	\$13,980.75
Insumos de mantenimiento Plaza	\$120.00	\$1,440.00	\$1,512.00	\$1,587.60	\$1,666.98	\$1,750.33
Costo de planilla general	\$7,454.86	\$89,458.32	\$89,458.32	\$93,931.24	\$93,931.24	\$98,627.80
Costos de Administración	\$954.22	\$11,450.67	\$11,450.67	\$12,023.20	\$12,023.20	\$12,624.36
Comercialización general	\$300.00	\$3,600.00	\$3,780.00	\$3,969.00	\$4,167.45	\$4,375.82
Costos por servicios parque	\$570.00	\$6,840.00	\$7,182.00	\$7,541.10	\$7,918.16	\$8,314.06
Costo por servicios plaza	\$450.00	\$5,400.00	\$5,670.00	\$5,953.50	\$6,251.18	\$6,563.73
Costos Operativos Fijos	\$10,807.58	\$129,690.99	\$131,130.09	\$137,686.59	\$139,273.20	\$146,236.86
Insumos de ventas	\$237.00	\$2,844.00	\$2,986.20	\$3,135.51	\$3,292.29	\$3,456.90
Costos por mantenimiento general	\$1,342.00	\$0.00	\$16,104.00	\$16,909.20	\$17,754.66	\$18,642.39
Costos Operativos Variables	\$1,579.00	\$2,844.00	\$19,090.20	\$20,044.71	\$21,046.95	\$22,099.29
Costos Operativos Totales	\$12,386.58	\$132,534.99	\$150,220.29	\$157,731.30	\$160,320.14	\$168,336.15

7.5. Resumen de costos operativos fijos y variable

Tabla 186: Resumen de costos operativos.

COSTOS OPERATIVOS	MES	Total año 1	Total año 2 (5% +)	Total año 3 (5% +)	Total año 4 (5% +)	Total año 5 (5% +)
Insumos de mantenimiento Parque	\$958.50	\$11,502.00	\$12,077.10	\$12,680.96	\$13,315.00	\$13,980.75
Insumos de mantenimiento Plaza	\$120.00	\$1,440.00	\$1,512.00	\$1,587.60	\$1,666.98	\$1,750.33
Costo de planilla general	\$7,454.86	\$89,458.32	\$89,458.32	\$93,931.24	\$93,931.24	\$98,627.80
Costos de Administración	\$954.22	\$11,450.67	\$11,450.67	\$12,023.20	\$12,023.20	\$12,624.36
Comercialización general	\$300.00	\$3,600.00	\$3,780.00	\$3,969.00	\$4,167.45	\$4,375.82
Costos por servicios parque	\$570.00	\$6,840.00	\$7,182.00	\$7,541.10	\$7,918.16	\$8,314.06
Costo por servicios plaza	\$450.00	\$5,400.00	\$5,670.00	\$5,953.50	\$6,251.18	\$6,563.73
Costos Operativos Fijos	\$10,807.58	\$129,690.99	\$131,130.09	\$137,686.59	\$139,273.20	\$146,236.86
Insumos de ventas	\$237.00	\$2,844.00	\$2,986.20	\$3,135.51	\$3,292.29	\$3,456.90
Costos por mantenimiento general	\$1,342.00	\$0.00	\$16,104.00	\$16,909.20	\$17,754.66	\$18,642.39
Costos Operativos Variables	\$1,579.00	\$2,844.00	\$19,090.20	\$20,044.71	\$21,046.95	\$22,099.29
Costos Operativos Totales	\$12,386.58	\$132,534.99	\$150,220.29	\$157,731.30	\$160,320.14	\$168,336.15

a) Costo por depreciación.

DETALLE	COSTO	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN - AMORTIZACIÓN ANUAL
Obra Civil Parque	\$124,451.15	20	\$6,222.56
Obra Civil Plaza	\$296,939.04	20	\$14,846.95
Mobiliario, Equipo e Insumos Parque	\$11,861.45	5	\$2,372.29
Mobiliario, Equipo e Insumos Plaza	\$6,933.50	5	\$1,386.70
Equipos para Diseño del Producto	\$6,372.57	5	\$1,274.51
Insumos Organización y Marketing	\$1,950.00	5	\$390.00
Mobiliario e Insumos para Alojamiento	\$20,449.50	5	\$4,089.90
Señalización Turística	\$12,312.60	5	\$2,462.52
Señalización y Equipo de Higiene y Seguridad	\$5,830.25	5	\$1,166.05
Depreciación en inversión fija			\$34,211.48
Capacitaciones	\$27,340.81	5	\$5,468.16
Permisos e inscripciones	\$710.86	5	\$142.17

Costos de Administración del Plan	\$30,800.00	5	\$6,160.00
Depreciación en inversión diferida			\$11,770.33
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL (1-5 AÑOS)			\$45,981.82

7.6. Presupuesto de Ingresos y Egresos (Ventas - Costos).

Tabla 187: Proyección mensual de ingresos y ventas en Parque Los Ranchos.

Detalle	Capacidad de Personas por Día	Cantidad Inicial Proyectada por Día	Precio	Total día	Total mes
Sólo entrada	379	55	\$2.50	\$137.50	\$4,125.00
Alquiler de Mesa	--	12	\$1.00	\$12.00	\$360.00
Alquiler de Hamaca	--	15	\$1.00	\$15.00	\$450.00
Alquiler de Balones	--	7	\$1.00	\$7.00	\$210.00
Salvavidas	--	8	\$1.00	\$8.00	\$240.00
Alquiler cafetería	--	1	--	--	\$300.00
TOTAL					\$5,685.00

Se puede notar que los deportes extremos son los servicios que mayor costo tienen, aparte del alojamiento, esto se debe a que los deportes son los principales atractivos del destino en estudio.

Tabla 188: Proyección mensual de ingresos y ventas por deportes extremos.

Detalle	Capacidad de Personas por Día	Cantidad Inicial Proyectada por Día	Precio	Total día	Total mes
Canopy	24	10	\$20.00	\$200.00	\$6,000.00
Rafting	24	10	\$10.00	\$100.00	\$3,000.00
Subtotal	48	20	--	\$300.00	\$9,000.00

Tabla 189: Proyección de ventas de servicios deportivos por 5 años.

Detalle	Total año 1	Total año 2 (5% +)	Total año 3 (5% +)	Total año 4 (5% +)	Total año 5 (5% +)
Canopy	\$43,200.00	\$45,360.00	\$47,628.00	\$50,009.40	\$52,509.87
Rafting	\$21,600.00	\$22,680.00	\$23,814.00	\$25,004.70	\$26,254.94
Subtotal	\$64,800.00	\$68,040.00	\$71,442.00	\$75,014.10	\$78,764.81

Tabla 190: Proyección mensual de circuitos.

Detalle	Capacidad de Personas por Día	Cantidad Inicial Proyectada por Día	Precio	Total día	Total mes
Circuito Cultural	431	15	\$3.00	\$45.00	\$1,350.00
Circuito Ecoturístico	21439	15	\$2.50	\$37.50	\$1,125.00
TOTAL	21,870	30	--	\$82.50	\$2,475.00

Adicionalmente, el Parque Los Ranchos tendría una cafetería que se alquilaría, la cual se señala en los servicios del mismo parque.

Tabla 191: Proyección de ingresos por renta de locales.

Detalle	Cantidad disponible	Alquilados	Precio	Total mes
Renta de locales	12	12	\$250.00	\$3,000.00

La oferta de alojamientos espera obtener una demanda inferior al 50%, sin embargo, a pesar de esto, será la principal fuente de ingresos.

Tabla 192: Proyección de ingresos por alojamientos.

Descripción	Cantidad de Cabañas	Capacidad de Personas x Día	Proyección Demanda Inicial	Dda. Mensual	Precio	Total mes
Cabañas con 1 cama doble	2	4	0.5	30	\$45.00	\$1,350.00
Cabañas con 1 cama doble y 1 individual	2	6	0.5	30	\$50.00	\$1,500.00
Cabañas con 3 camas individuales	3	9	0.4	108	\$15.00	\$1,620.00
Cabañas con 4 literas	3	24	0.4	288	\$10.00	\$2,880.00
Subtotal	10	43	--	456	--	\$7,350.00

La siguiente tabla resume todos los servicios y el ingreso mensual, anual y sus proyecciones en un horizonte de 5 años, se espera que estos ingresos vayan aumentando anualmente 5%, a medida que el destino tome popularidad.

Tabla 193: Proyecciones Generales de ingresos.

Detalle	Total mes	Total año 1	Total año 2 (5% +)	Total año 3 (5% +)	Total año 4 (5% +)	Total año 5 (5% +)
Entrada al Parque	\$4,125.00	\$49,500.00	\$51,975.00	\$54,573.75	\$57,302.44	\$60,167.56
Alquiler de Mesa	\$360.00	\$4,320.00	\$4,536.00	\$4,762.80	\$5,000.94	\$5,250.99
Alquiler de Hamaca	\$450.00	\$5,400.00	\$5,670.00	\$5,953.50	\$6,251.18	\$6,563.73

Alquiler de Balones	\$210.00	\$2,520.00	\$2,646.00	\$2,778.30	\$2,917.22	\$3,063.08
Salvavidas	\$240.00	\$2,880.00	\$3,024.00	\$3,175.20	\$3,333.96	\$3,500.66
Alquiler cafetería	\$300.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00
Canopy	\$6,000.00	\$72,000.00	\$75,600.00	\$79,380.00	\$83,349.00	\$87,516.45
Rafting	\$3,000.00	\$36,000.00	\$37,800.00	\$39,690.00	\$41,674.50	\$43,758.23
Circuito Cultural	\$1,350.00	\$16,200.00	\$17,010.00	\$17,860.50	\$18,753.53	\$19,691.20
Circuito Ecoturístico	\$1,125.00	\$13,500.00	\$14,175.00	\$14,883.75	\$15,627.94	\$16,409.33
Renta de Locales	\$3,000.00	\$36,000.00	\$36,000.00	\$36,000.00	\$36,000.00	\$36,000.00
Cabañas con 1 cama doble	\$1,350.00	\$16,200.00	\$17,010.00	\$17,860.50	\$18,753.53	\$19,691.20
Cabañas con 1 cama doble y 1 individual	\$1,500.00	\$18,000.00	\$18,900.00	\$19,845.00	\$20,837.25	\$21,879.11
Cabañas con 3 camas individuales	\$1,620.00	\$19,440.00	\$20,412.00	\$21,432.60	\$22,504.23	\$23,629.44
Cabañas con 4 literas	\$2,880.00	\$34,560.00	\$36,288.00	\$38,102.40	\$40,007.52	\$42,007.90
TOTAL	\$27,510.00	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88

a) Proyecciones Generales de Costos Operativos.

En la siguiente tabla se resumen todos los costos operativos expuestos anteriormente, además se presenta su proyección en un horizonte de 5 años, al igual que los ingresos, se espera un incremento proporcional de los costos, con un impacto del 5% anual.

Tabla 194: Proyección de costos operativos generales.

COSTOS OPERATIVOS	MES	Total año 1	Total año 2 (5% +)	Total año 3 (5% +)	Total año 4 (5% +)	Total año 5 (5% +)
Insumos de mantenimiento Parque	\$958.50	\$11,502.00	\$12,077.10	\$12,680.96	\$13,315.00	\$13,980.75
Insumos de mantenimiento Plaza	\$120.00	\$1,440.00	\$1,512.00	\$1,587.60	\$1,666.98	\$1,750.33
Costo de planilla general	\$7,454.86	\$89,458.32	\$89,458.32	\$93,931.24	\$93,931.24	\$98,627.80
Costos de Administración	\$954.22	\$11,450.67	\$11,450.67	\$12,023.20	\$12,023.20	\$12,624.36
Comercialización general	\$300.00	\$3,600.00	\$3,780.00	\$3,969.00	\$4,167.45	\$4,375.82
Costos por servicios parque	\$570.00	\$6,840.00	\$7,182.00	\$7,541.10	\$7,918.16	\$8,314.06
Costo por servicios plaza	\$450.00	\$5,400.00	\$5,670.00	\$5,953.50	\$6,251.18	\$6,563.73

Costos Operativos Fijos	\$10,807.58	\$129,690.99	\$131,130.09	\$137,686.59	\$139,273.20	\$146,236.86
Insumos de ventas	\$237.00	\$2,844.00	\$2,986.20	\$3,135.51	\$3,292.29	\$3,456.90
Costos por mantenimiento general	\$1,342.00	\$0.00	\$16,104.00	\$16,909.20	\$17,754.66	\$18,642.39
Costos Operativos Variables	\$1,579.00	\$2,844.00	\$19,090.20	\$20,044.71	\$21,046.95	\$22,099.29
Costos Operativos Totales	\$12,386.58	\$132,534.99	\$150,220.29	\$157,731.30	\$160,320.14	\$168,336.15

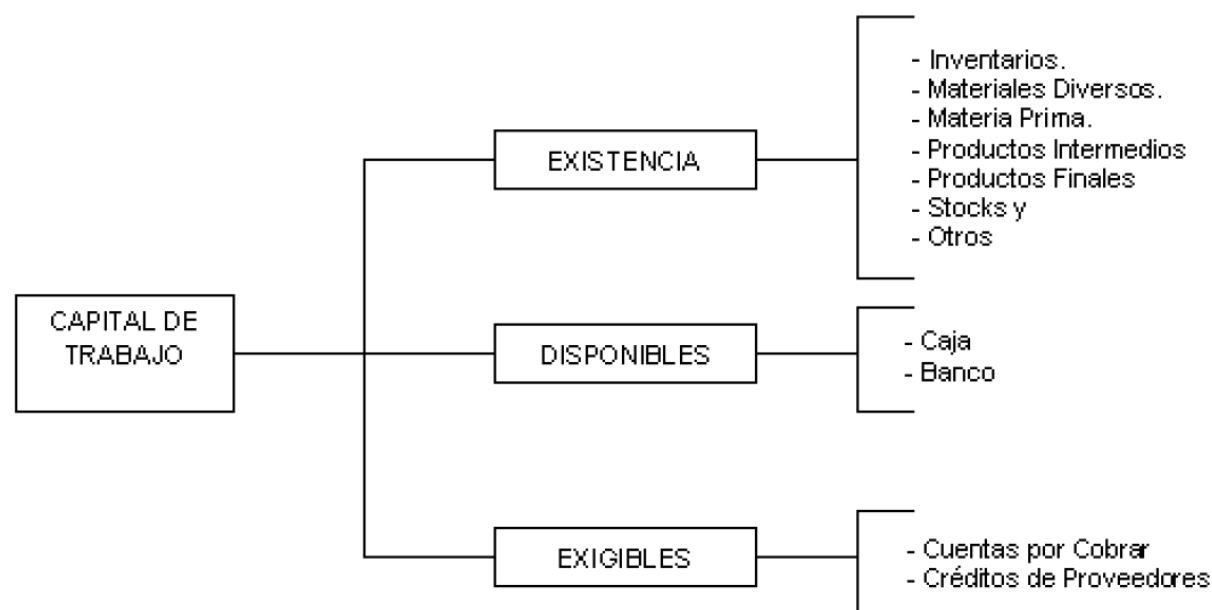
7.7. Capital de trabajo

Capital de Trabajo:

$$KT = A.C - P.C$$

El Capital de Trabajo está compuesto por tres cuentas principales como: Existencias, Exigibles y Disponibles:

Ilustración 138: Esquema representativo del capital de trabajo.



a) Método corriente para cálculo del capital de trabajo

El método corriente o método contable toma como relación del Capital de Trabajo el siguiente:

$$KT = A.C - P.C$$

KT = Capital de Trabajo; AC = Activo Circulante; PC = Pasivo Circulante.

A continuación se muestra la tabla que refleja los requerimientos de capital de trabajo en operaciones:

- **Costo Fijo Mensual = \$ 10,807.58**
- **Costo Variable Mensual = \$ 1,579.00**
- **CF + CV = KT = \$12,386.58**

Capital de Trabajo para un trimestre = **\$37,159.75**

7.8. Depreciación de Activos Fijos y Diferidos.

Tabla 195: Depreciación de activos fijos y diferidos.

DETALLE	COSTO	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Obra Civil Parque	\$124,451.15	20	\$6,222.56
Obra Civil Plaza	\$296,939.04	20	\$14,846.95
Mobiliario, Equipo e Insumos Parque	\$11,861.45	5	\$2,372.29
Mobiliario, Equipo e Insumos Plaza	\$6,933.50	5	\$1,386.70
Equipos para Diseño del Producto	\$6,372.57	5	\$1,274.51
Insumos Organización y Marketing	\$1,950.00	5	\$390.00
Mobiliario e Insumos para Alojamiento	\$20,449.50	5	\$4,089.90
Señalización Turística	\$12,312.60	5	\$2,462.52
Señalización y Equipo de Higiene y Seguridad	\$5,830.25	5	\$1,166.05
TOTAL COSTOS FIJOS			\$34,211.48
Estudio de Factibilidad	\$12,000.00	5	\$2,400.00
Gestiones Generales y Diligencias	\$17,765.00	5	\$3,553.00
Gestión Ambiental	\$5,128.37	5	\$1,025.67
Capacitaciones	\$27,340.81	5	\$5,468.16
Permisos e inscripciones	\$710.86	5	\$142.17
Costos de Administración del Plan	\$30,800.00	5	\$6,160.00
TOTAL DE COSTOS DIFERIDOS (INTANGIBLES)			\$18,749.01
TOTAL DE COSTOS DE INVERSIÓN	\$580,845.10		\$52,960.49

7.9. Fuente de Financiamiento del Plan

Detalle	Monto
Monto Total de la Inversión	\$ 872,364.85
Total a Prestar (90%)	\$ 785,128.36
Financiamiento propio ambas alcaldías	\$ 87,236.49
Monto a financiar por alcaldía	\$ 43,618.25
FODES anual en Santa Rosa Guachipilín	\$ 751, 848
FODES anual en Metapán	\$ 3,135, 228

Tabla 196: Montos FODES a financiar por las municipalidades

a) Selección de la Entidad Bancaria para Financiar Operaciones.

Luego de investigadas las diferentes entidades que pueden ser sujeto para el financiamiento de la propuesta para el desarrollo turístico del Plan, se procede a la selección de la mejor alternativa, para lo cual cabe mencionar que según los requisitos especificados anteriormente y las tasas de interés que se muestra de nuevo en un cuadro resumen:




Bancos Financiadores	Tasa de Interés
 Banco Agrícola	19.50%
 BANCO CUSCATLAN TU BANCO, TU FUTURO	14.95%
 DAVIVIENDA	21.25%
 Banco Promerica	23.55%
 Banco Azul de El Salvador	20.00%
 BANDESAL BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR	7.50%

Tabla 197: Resumen de Interés Bancario Nacional

Según la tabla resumen de las tasas de interés bancaria se puede observar detallar que BANDESAL posee las tasas de interés más bajas para para créditos en actividades productivas. Con un margen del 7.5% de interés sobre el reintegro de inversión se escoge a BANDESAL como banco para financiar las operaciones del Plan de desarrollo turístico en las cuencas del Rio Lempa.

Detalle del préstamo.

Una vez obtenidos los costos totales y analizadas las fuentes de financiamiento, se obtiene que los gastos financieros serán los siguientes.

Detalle	Monto
Monto Total de la Inversión	\$872,364.85
Total a Prestar (90%)	\$785,128.36
Interés	7.5%
Abono de interés anual	\$54,958.99
Plazo del préstamo	10 años
Abono de Capital Anual	\$78,512.84

Tabla 198: Detalle de Préstamo

7.10. Estados Financieros Proforma.

a) Estado de Resultados Proforma para 5 Años.

Este nos ayuda a ver un horizonte de tiempo y saber si los niveles de ventas proyectados son óptimos para que la empresa funcione bien.

Tabla 199: Estado de resultados proforma.

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Servicios Totales	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
(-) Costo variable	\$2,844.00	\$19,090.20	\$20,044.71	\$21,046.95	\$22,099.29
(=) Margen de Contribución	\$327,276.00	\$325,555.80	\$339,853.59	\$354,866.27	\$370,629.58
(-) Costos Fijos	\$129,690.99	\$131,130.09	\$137,686.59	\$139,273.20	\$146,236.86
(=) Utilidad de operaciones	\$197,585.01	\$194,425.71	\$202,167.00	\$215,593.07	\$224,392.72
(-) Depreciación Activos Fijos	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48
(-) Amortización de Activos diferidos	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01
(=) Utilidad antes de Impuestos e Intereses	\$144,624.52	\$141,465.22	\$149,206.51	\$162,632.58	\$171,432.23
(-) Gastos financieros	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$89,665.54	\$86,506.24	\$94,247.52	\$107,673.60	\$116,473.25
Impuesto Sobre la Renta	\$22,416.38	\$21,626.56	\$23,561.88	\$26,918.40	\$29,118.31
(=) UTILIDAD NETA	\$67,249.15	\$64,879.68	\$70,685.64	\$80,755.20	\$87,354.94

b) Flujo de Efectivos Proforma para 5 Años

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Aporte de Alcaldías	\$87,236.48					
(+) Financiamiento BANDESAL	\$785,128.36					
(-) Inversión	\$835,205.10					
Saldo Inicial (Caja + Banco)	\$37,159.74	\$37,159.75	\$157,369.39	\$275,209.56	\$398,855.69	\$532,571.38
(+) Ingresos por Ventas	\$0.00	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
(-) Costo variable	\$0.00	\$2,844.00	\$19,090.20	\$20,044.71	\$21,046.95	\$22,099.29
(-) Costos Fijos	\$0.00	\$129,690.99	\$131,130.09	\$137,686.59	\$139,273.20	\$146,236.86
(=) Utilidad Antes de Interés e Impuesto	\$37,159.74	\$234,744.76	\$351,795.11	\$477,376.56	\$614,448.76	\$756,964.10
(-) Gastos financieros (Interés)	\$0.00	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99
(=) Utilidad Antes de Impuesto	\$37,159.74	\$179,785.78	\$296,836.12	\$422,417.57	\$559,489.78	\$702,005.12
(-) Impuesto Sobre la Renta	\$0.00	\$22,416.38	\$21,626.56	\$23,561.88	\$26,918.40	\$29,118.31
(=) Utilidad Después de Impuesto	\$37,159.74	\$157,369.39	\$275,209.56	\$398,855.69	\$532,571.38	\$672,886.81
(+) Depreciaciones	\$0.00	\$34,211.48	\$68,422.96	\$102,634.44	\$136,845.92	\$171,057.40
(+) Amortizaciones	\$0.00	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01
(-) Abono de Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$78,512.84	\$78,512.84
(-) Dividendos	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Saldo Final (Caja + Banco)	\$37,159.74	\$210,329.88	\$362,381.53	\$520,239.14	\$609,653.47	\$784,180.37

c) Balance General Proforma para 5 años

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CIRCULANTE						
Caja y Bancos	\$37,159.74	\$157,369.39	\$275,209.56	\$398,855.69	\$532,571.38	\$672,886.81
Total Activo Circulante	\$37,159.74	\$157,369.39	\$275,209.56	\$398,855.69	\$532,571.38	\$672,886.81
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES						
Terreno	\$254,360.00	\$254,360.00	\$254,360.00	\$254,360.00	\$254,360.00	\$254,360.00
Obra Civil	\$421,390.19	\$421,390.19	\$421,390.19	\$421,390.19	\$421,390.19	\$421,390.19
Equipo	\$65,709.87	\$65,709.87	\$65,709.87	\$65,709.87	\$65,709.87	\$65,709.87
Depreciación	\$0.00	-\$34,211.48	-\$68,422.96	-\$102,634.44	-\$136,845.92	-\$171,057.40
Total Activo Fijo Tangible	\$741,460.06	\$707,248.58	\$673,037.10	\$638,825.62	\$604,614.14	\$570,402.66
ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES						
Estudio de Factibilidad	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00
Gestiones Generales y Diligencias	\$17,765.00	\$17,765.00	\$17,765.00	\$17,765.00	\$17,765.00	\$17,765.00

Gestión Ambiental	\$5,128.37	\$5,128.37	\$5,128.37	\$5,128.37	\$5,128.37	\$5,128.37
Capacitaciones	\$27,340.81	\$27,340.81	\$27,340.81	\$27,340.81	\$27,340.81	\$27,340.81
Permisos e inscripciones	\$710.86	\$710.86	\$710.86	\$710.86	\$710.86	\$710.86
Costos de Administración del Plan	\$30,800.00	\$30,800.00	\$30,800.00	\$30,800.00	\$30,800.00	\$30,800.00
Amortización	\$0.00	-\$18,749.01	-\$37,498.02	-\$56,247.02	-\$74,996.03	-\$93,745.04
Total Activo Fijo Tangible	\$93,745.04	\$74,996.03	\$56,247.02	\$37,498.02	\$18,749.01	\$0.00
TOTAL ACTIVO	\$872,364.84	\$939,614.00	\$1,004,493.68	\$1,075,179.33	\$1,155,934.53	\$1,243,289.47
PASIVOS						
PASIVO CIRCULANTE						
Abono de Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$78,512.84	\$78,512.84
Total Pasivo Circulante	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$78,512.84	\$78,512.84
PASIVO NO CIRCULANTE						
Prestamo a largo plazo	\$785,128.36	\$785,128.36	\$785,128.36	\$785,128.36	\$706,615.52	\$706,615.52
Total Pasivo No Circulante	\$785,128.36	\$785,128.36	\$785,128.36	\$785,128.36	\$706,615.52	\$706,615.52
TOTAL PASIVO	\$785,128.36	\$785,128.36	\$785,128.36	\$785,128.36	\$785,128.36	\$785,128.36
CAPITAL						
Aportaciones de Capital	\$87,236.48	\$87,236.48	\$87,236.48	\$87,236.48	\$87,236.48	\$87,236.48
Utilidades Retenidas	\$0.00	\$0.00	\$67,249.15	\$132,128.83	\$202,814.47	\$283,569.67
Utilidades del Ejercicio	\$0.00	\$67,249.15	\$64,879.68	\$70,685.64	\$80,755.20	\$87,354.94
TOTAL CAPITAL	\$87,236.48	\$154,485.64	\$219,365.32	\$290,050.96	\$370,806.16	\$458,161.09
TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$872,364.85	\$939,614.00	\$1,004,493.68	\$1,075,179.32	\$1,155,934.52	\$1,243,289.45

Tabla 200: Balance General Proforma para 5 años

Se concluye que el Plan de Desarrollo Turístico será factible y que los niveles de venta son suficientes para poder tener una buena salud financiera, cubriendo los costos operativos, financieros y de depreciación. Adicionalmente, será un detonante de la economía en la zona de la cuenca del Río Lempa entre los municipios de Metapán y Santa Rosa Guachipilín.

7.11. Punto de Equilibrio

La estimación del punto de equilibrio permitirá que una empresa, aún antes de iniciar sus operaciones, sepa qué nivel de ventas necesitará para recuperar la inversión.

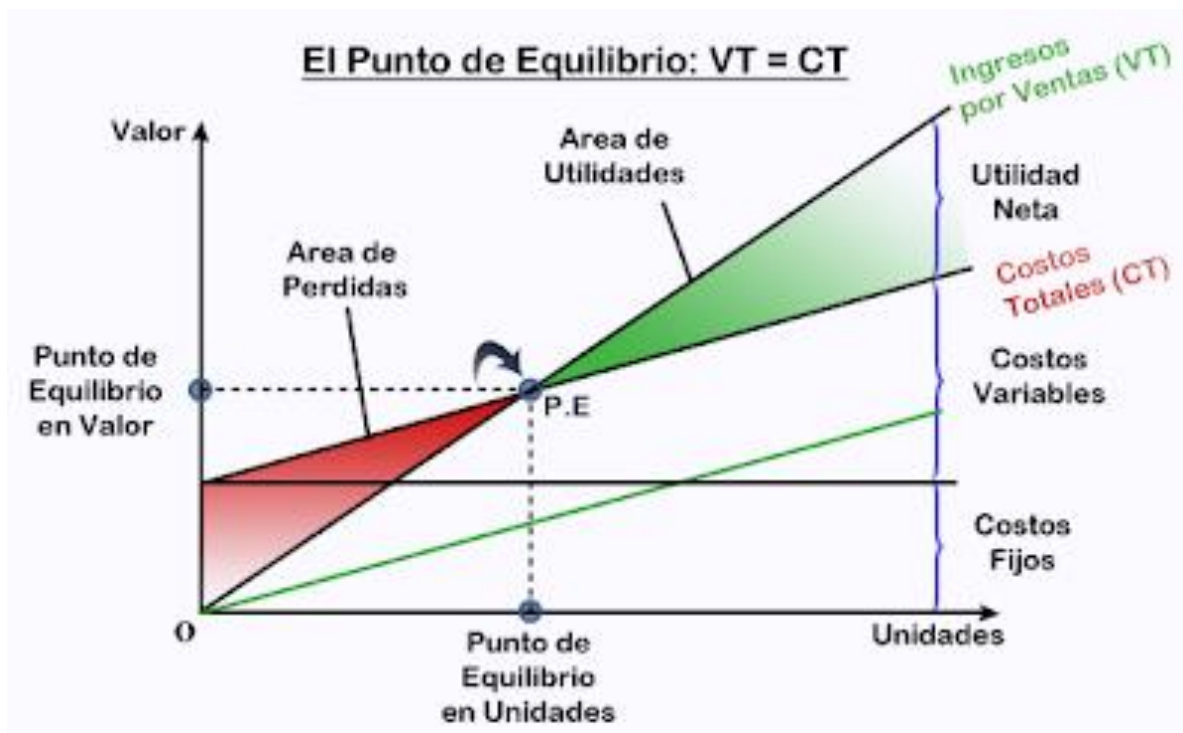


Ilustración 139: Descripción gráfica del punto de equilibrio.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utilizan los siguientes términos:

Fórmula para calcular punto de equilibrio:

- $(P * Q) - (CV * Q) - CF = 0$
- $Q * (P - CV) = CF$
- $Q = CF / (P - CV)$
- $MCU = P - CV$
- $Q = CF / MCU$

P = Precio de venta.

CV = Costos variables.

CF = Costos fijos totales.

Q = Volumen de ventas.

MCU = Margen de contribución unitario.

- a) **Análisis del punto de equilibrio respecto a los Costos Fijos Operacionales.**

$$Utilidad\ de\ Operaciones = Ventas - Costos\ Variables - Costos\ Fijos$$

$$(Precio)(Ventas) = Costos\ Variables + Costos\ Fijos$$

La pregunta sería, ¿Cuál es el nivel de ventas necesario para poder cubrir los costos operativos?

Partiendo del costo fijo operacional se tiene que:

Costos Fijos Operacionales = \$129,690.99

Y se determinó que para un nivel de ingresos (Ventas) de \$330,120 los costos variables eran:

Costos Variables Operacionales = \$2,844.

Entonces, se tiene que:

Tabla 201: Proyección de ventas de los distintos.

Detalle	Capacidad	Proyección	Precio	Total día	Total mes	Total año
Sólo entrada	379	55	2.5	\$137.50	\$4,125.00	\$49,500.00
Alquiler de Mesa	--	12	1	\$12.00	\$360.00	\$4,320.00
Alquiler de Hamaca	--	15	1	\$15.00	\$450.00	\$5,400.00
Alquiler de Balones	--	7	1	\$7.00	\$210.00	\$2,520.00
Salvavidas	--	8	1	\$8.00	\$240.00	\$2,880.00
Alquiler cafetería	1	1	--	--	\$300.00	\$3,600.00
Canopy	24	10	20	\$200.00	\$6,000.00	\$72,000.00
Rafting	24	10	10	\$100.00	\$3,000.00	\$36,000.00
Circuito Cultural	431	15	3	\$45.00	\$1,350.00	\$16,200.00
Circuito Ecoturístico	21439	15	2.5	\$37.50	\$1,125.00	\$13,500.00
Renta de locales	12	12	12	\$250.00	\$3,000.00	\$36,000.00
Cabañas con 1 cama doble	2	1	45	\$45.00	\$1,350.00	\$16,200.00
Cabañas con 1 cama doble y 1 individual	2	1	50	\$50.00	\$1,500.00	\$18,000.00
Cabañas con 3 camas individuales	3	3.6	15	\$54.00	\$1,620.00	\$19,440.00
Cabañas con 4 literas	3	9.6	10	\$96.00	\$2,880.00	\$34,560.00
TOTAL					\$27,510.00	\$330,120.00

Adicionalmente se tiene que el Costo Variable aumenta proporcionalmente respecto al nivel de las ventas, así:

$$\% = \$2,844 / \$330,120 = 0.008615 = 0.8615\%$$

Esto significa que:

$$CV = 0.008615VT$$

Mediante esas proporciones y la ecuación del punto de equilibrio, podemos obtener una ecuación matemática que relacione la proporcionalidad del costo variable con las ventas en su punto de equilibrio, como sigue. Sea VT = Ventas Totales, entonces:

- $PQ = VT = CV + CF$
- $VT = CV + CF$
- $E = CV_E + CF$
- $E = (0.008615)VT_E + CF$
- $VT_E = CF / (0.991385)$
- **$VT_E = \$130,817.98$**

El dato encontrado muestra que las ventas totales deben ser como mínimo de **\$130,817.98** para poder cubrir los costos operativos. Para poder encontrar los volúmenes de ventas individuales de cada servicio, se utiliza las proyecciones de las ventas para el primer año y el total de ventas en el punto de equilibrio, como sigue:

$$\% = \frac{\$130,817.98}{\$330,120.00} = 0.3963 = 39.63\%$$

Por tanto, el porcentaje de venta respecto a lo proyectado debe ser el 39.63% para poder establecer el punto de equilibrio en unidades de servicio vendido. Al comparar la siguiente tabla con la anterior, se puede observar que PE (punto de Equilibrio) es el resultado de multiplicar las proyecciones de la tabla predecesora por el 39.63%.

Tabla 202: Determinación del nivel de ventas e ingreso en el punto de equilibrio.

Detalle	PE ³⁷	Precio	Total día	Total mes	Total año
Sólo entrada	21.8	2.5	\$54.49	\$1,634.74	\$19,616.85
Alquiler de Mesa	4.8	1	\$4.76	\$142.67	\$1,712.02
Alquiler de Hamaca	5.9	1	\$5.94	\$178.34	\$2,140.02
Alquiler de Balones	2.8	1	\$2.77	\$83.22	\$998.68
Salvavidas	3.2	1	\$3.17	\$95.11	\$1,141.34
Alquiler cafetería	1.0	--	--	\$300.00	\$3,600.00
Canopy	4.0	20	\$79.26	\$2,377.80	\$28,533.60
Rafting	4.0	10	\$39.63	\$1,188.90	\$14,266.80
Circuito Cultural	5.9	3	\$17.83	\$535.01	\$6,420.06
Circuito Ecoturístico	5.9	2.5	\$14.86	\$445.84	\$5,350.05
Renta de locales	5.0	--	--	\$1,250.00	\$15,000.00
Cabañas con 1 cama doble	0.4	45	\$17.83	\$535.01	\$6,420.06
Cabañas con 1 cama doble y 1 individual	0.4	50	\$19.82	\$594.45	\$7,133.40
Cabañas con 3 camas individuales	1.4	15	\$21.40	\$642.01	\$7,704.07
Cabañas con 4 literas	3.8	10	\$38.04	\$1,141.34	\$13,696.13
TOTAL				\$11,144.42	\$133,733.08

- $E \geq (0.008615)VT_E + CF$
- $\$133,733.08 \geq (0.008615)(\$133,733.08) + \$129,690.99$
- $\$133,733.08 \geq \$1152.11 + \$129,690.99$
- $\$133,733.08 \geq \$130,843.10$

Conclusión

Se puede notar que el valor de ventas encontrado sobrepasa a los costos variable y costos fijos por \$2,889.98. La explicación es sencilla, esto se debe a que los alquileres de locales son cantidades que se deben reflejar como unidades mensuales, a diferencia del resto de

³⁷ PE es la abreviación utilizada para la proyección de ventas en el punto de equilibrio.

servicios. Lo cual conlleva a la aproximación de venta (alquiler) de unidades por mes, y por ende, obtenemos un ingreso levemente mayor al de los costos.

Se concluye que para poder cubrir los costos fijos y variables, es necesario un nivel de ventas de **\$133,733.08**.

8. Evaluación Económica.

8.1. TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno.)

a) Formula TMAR.

La tasa se expresa en forma porcentual y se calcula con la siguiente fórmula:

$TMAR = \text{Taza de Inflación Actual} + \text{Premio al Riesgo}$

$$TMAR = I + R + (I * R)$$

b) Cálculo de TMAR.

<p>TMAR BANDESAL (Préstamo)</p> $TMAR = I + R + (I * R)$ $TMAR_{BANDESAL} = 1.06\% + 8.45\% + (1.06\% * 8.45\%)$ $TMAR_{BANDESAL} = 9.51\% + 0.0896\%$ $TMAR_{BANDESAL} = 9.5996\%$	<p>TMAR Alcaldías (Fondos)</p> $TMAR_{Alcaldia} = 1.06\% + 13.45\% + (1.06\% * 13.45\%)$ $TMAR_{Alcaldia} = 12.51\% + 0.1214\%$ $TMAR_{Alcaldia} = 14.6526\%$
<p>TMAR Compuesta (Prestamos + Fondos)</p> $TMAR = (TMAR_{BANDESAL})(\% Participacion) + (TMAR_{Alcaldia})(\% Participacion)$ $TMAR = (9.5996\%)(90\%) + (14.6526\%)(10\%)$ <p style="text-align: center;">TMAR = 10.1048%</p>	

Como la TMAR es superior a la inflación, el proyecto puede ser rentable para los inversionistas, la TMAR es muy buena de alrededor de 10 veces su índice de inflación. Esta tasa es aceptable con 10.1048%, y se tomará de referencia para comparar la conveniencia o no del proyecto desde el punto de vista económico, con esta tasa se espera ganar un rendimiento superior, como se esperaría en la implementación del proyecto.

8.2. VAN (Valor Actual Neto.)

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN).

Para ello trae todos los flujos de caja al momento presente descontándolos a un tipo de interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en nº de unidades monetarias (euros, dólares, pesos, etc.).

a) Fórmula Valor Actual Neto (VAN)

Se utiliza para la valoración de distintas opciones de inversión. Ya que calculando el VAN de distintas inversiones vamos a conocer con cuál de ellas vamos a obtener una mayor ganancia.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

- Ft: son los flujos de efectivo en cada periodo t
- I₀: es la inversión realiza en el momento inicial (t = 0)
- n: es el número de periodos de tiempo.
- k: es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión (TMAR).

b) Calculo VAN.

- **Inversión Inicial:** \$872,364.85
- **Flujo Neto de Efectivo Anual:**

\$210,329.88	\$362,381.53	\$520,239.14	\$609,653.47	\$784,180.37
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

- **TMAR:** 10.1048%
- **n:** 5 Años

Mediante la Función VNA (Valor Neto Actual) de Excel (2016), el cual no considera la inversión inicial del plan, pero si la tasa de retorno atractiva TMAR se obtiene lo que es el valor del proyecto actual de los flujos de efectivo futuros en el presente. Por tanto:

VAN = \$906,745.52

El resultado del VAN es positivo, por ende, se puede percibir un factor positivo para la implementación del Plan, se puede observar una cómoda ganancia de \$906,745.52 en un margen de 5 años siendo muy alta el retorno. Hay que tener en cuenta, que el fin principal de la implementación del plan es que, a largo plazo, todo el municipio se convierta en un destino turístico reconocible, tomando estas pequeñas ganancias como parte de fondos para una nueva inversión a futuro mucho mejor.

8.3. TIR (Tasa Interna de Rendimiento.)

a) Fórmula para TIR.

También se puede definir basándonos en su cálculo, la TIR es la tasa de descuento que iguala, en el momento inicial, la corriente futura de cobros con la de pagos, generando un VAN igual a cero:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Donde:

- Ft: son los flujos de dinero en cada periodo t
- I₀: es la inversión realiza en el momento inicial (t = 0)
- n: es el número de periodos de tiempo

b) Cálculo de TIR.

- **Inversión Inicial:** \$872,364.85
- **Flujo Neto de Efectivo Anual:**

• \$210,3 29.88	• \$362,3 81.53	• \$520,2 39.14	• \$609,6 53.47	• \$784,1 80.37
--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

- **n:** 5 Años

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{ft}{(1 + TIR)^n}$$

Mediante la función TIR proporcionada por Excel (2016) el valor de la tasa interna de retorno es: **TIR = 37.6320% (TIR>TMAR)**

Como TIR es mayor que la TMAR = 10.1048% entonces se acepta el proyecto, bajo el supuesto que la recuperación de la inversión será dentro de los años de análisis.

8.4. TRI (Tiempo de Recuperación de la Inversión.)

a) Cálculo de TRI.

Para el caso del Plan a implementar el promedio de las utilidades lo obtenemos del flujo de efectivo donde las utilidades están por separado en los distintos años de análisis (n=5) con un valor acumulado, si dividimos este valor por el periodo de estudio obtendremos la utilidad promedio del proyecto para 5 años.

- **Inversión Inicial:** \$872,364.85
- **Utilidad Neta (Antes de Impuesto):**

\$89,665.54	\$86,506.24	\$94,247.52	\$107,673.60	\$116,473.25
-------------	-------------	-------------	--------------	--------------

- **n:** 5 Años

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

$$Utilidad\ Prom = \sum \frac{Utilidad\ Neta}{N}$$

$$Utilidad\ Prom = \frac{494,566.15}{5}$$

$$Utilidad\ Prom = 98,913.23$$

Por Tanto:

$$TRI = \frac{872364.85}{98,913.23}$$

$$TRI = 8.82\ Años$$

TRI = 8 Años con 10 Meses Aproximadamente

8.5. B/C (Relación Beneficio Costo.)

- a) **Fórmula para B/C.**

$$\frac{B}{C} = \frac{Ingresos\ Totales}{Costos\ Totales}$$

- b) **Cálculo de B/C.**

- **Ingreso por Ventas.**

\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

- **Costos Totales.**

\$240,454.47	\$258,139.77	\$265,650.78	\$268,239.62	\$276,255.63
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

- **Tasa de Retorno:** 10.1048%
- **n:** 5 Años

Utilizando doble función básica de Excel (2016): VNA para los valores de ingresos y egresos para proyectarlos al presente al cabo de 5 años. Posteriormente se procede a la división aritmética de ambos valores, por tanto:

$$\frac{B}{C} = \sum \frac{\frac{Ingresos_n}{(1 + TMAR)^n}}{\frac{Costos_n}{(1 + TMAR)^n}}$$

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
Egresos	\$240,454.47	\$258,139.77	\$265,650.78	\$268,239.62	\$276,255.63
B/C	1.372900242	1.335113919	1.35477976	1.401408263	1.421614032

$$\frac{B}{C} = 1.36$$

A lo largo de los 5 años proyectados se poseen tasas positivas lo cual indican que por cada dólar invertido obtenemos un beneficio superior a ese dólar recuperándolo y beneficiándonos de ello. Con el valor promedio actual de ingresos y egresos se obtiene la relación B/C y esta resulta mayor que uno con un valor de 1.36, por lo que se interpreta que, por cada dólar de inversión, se estaría recuperando dicho dólar y además se obtendrá un beneficio de \$0.36.

8.6. Resumen de Evaluación Económica

Evaluación Económica	Resultado	Análisis
TMAR	10.1048%	TMAR > Tasa de Inflación (1.06%) el Proyecto es aceptable
VAN	\$906,745.52	VAN > 0 el Proyecto es Aceptable
TIR	37.6320%	TIR > TMAR el Proyecto se Acepta
TRI	8.82 Años	Tiempo de Recuperación Alto
B/C	1.36	B/C > 1 genera rentabilidad

Tabla 203: Resumen de Evaluación Económica

9. Evaluaciones Financieras

La evaluación financiera del plan se realiza con la finalidad de determinar la rentabilidad de la inversión inicial, además genera información que nos permite comparar el plan en diferentes escenarios.

9.1. Metodología.

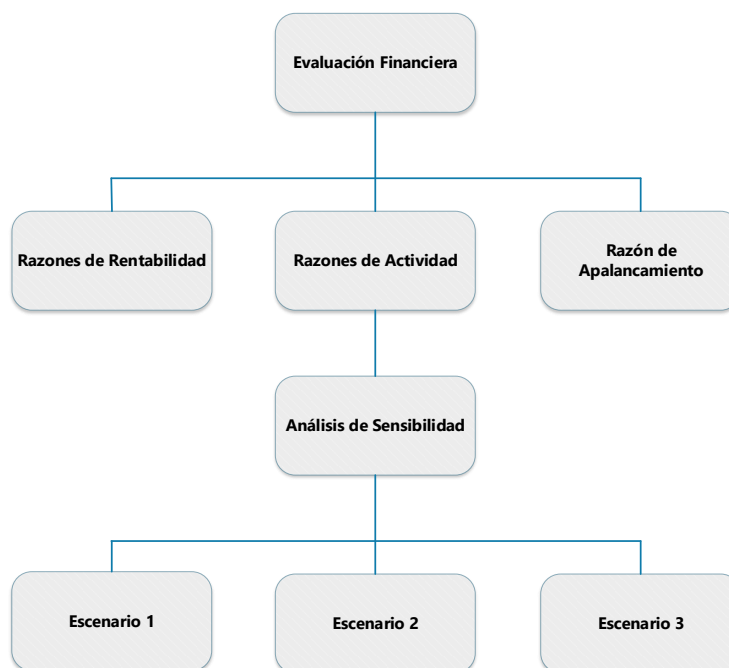


Ilustración 140: Evaluación Financiera

9.2. Razones de Rentabilidad.

a) Margen de Utilidad Bruta (MUB).

$$MUB = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo Venta}}{\text{Ventas}}$$

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
Costos	\$240,454.47	\$258,139.77	\$265,650.78	\$268,239.62	\$276,255.63
MUB	0.26	0.25	0.27	0.29	0.31

Tabla 204: Margen de Utilidad Bruta Anual

Como se puede observar existe un margen de utilidad bruta en el tiempo para el desarrollo del plan donde se esperan tener ganancias iniciales con un margen del 25%, es decir que por cada dólar en venta (Ingresos) adquirimos \$0.25ctvs de ganancia, y de esta manera se puede apreciar que para al cabo de los primeros 5 años obtendremos una utilizada del 31% aceptable para la junta directiva de las alcaldías.

b) Margen de Utilidad Operativa (MUO).

$$MUO = \frac{\text{Utilidad antes de Impuestos}}{\text{Ventas}}$$

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	\$89,665.54	\$86,506.24	\$94,247.52	\$107,673.60	\$116,473.25
Ventas	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
MUO	0.27	0.25	0.26	0.29	0.30

Tabla 205: Margen de Utilidad Operativa Anual

El margen operativo que se muestra anteriormente nos permite tener una idea de cuánto variarían las entradas producidas anualmente, Para el año 1 por cada dólar invertido se generar un 27% de rendimiento, con poco incremento durante los primeros 5 años del 3%.

c) **Rendimiento sobre los Activos (ROA).**

$$ROA = \frac{Utilidad\ Neta}{Activos\ Totales}$$

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	\$67,249.15	\$64,879.68	\$70,685.64	\$80,755.20	\$87,354.94
Activos (T)	\$939,614.00	\$1004,493.68	\$1075,179.32	\$1155,934.52	\$1243,289.45
ROA	0.07	0.06	0.07	0.07	0.07

Tabla 206: Rendimiento Sobre los Activos Anual

Por cada unidad monetaria invertida en activos generamos un beneficio monetario del 7% durante el primer año, manteniéndose una pequeña tendencia, una pequeña reducción (1%) que afectaría significativamente los beneficios del Plan.

d) **Rendimiento sobre el Capital (ROE).**

$$ROE = \frac{Utilidad\ Neta}{Capital\ Social}$$

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	\$67,249.15	\$64,879.68	\$70,685.64	\$80,755.20	\$87,354.94
Capital (T)	\$154,485.64	\$219,365.32	\$290,050.96	\$370,806.16	\$458,161.09
ROE	0.44	0.30	0.24	0.22	0.19

Tabla 207: Rendimiento sobre el Capital Anual

Se evidencia una tendencia decreciente del año 1 al 5, siendo el primer año el que presente mayor rentabilidad sobre capital de los 5 años en análisis, lo cual se debe a que la puesta en marcha del Plan genera un flujo inversamente proporcional, que empezara a generar

ganancias y los indicadores de inversiones se reducirán debido a las reutilizaciones de las ganancias provenientes de ventas. Es por ello que se recomienda que a partir del Año 2 se empiecen a generar nuevas ideas de inversión y expansión para mantener este indicador un poco más alto.

9.3. Razones de Actividad.

a) Rotación de Activos Totales (RAT).

Indica si las operaciones han sido eficientes desde el punto de vista financiero, en otras palabras, muestra la eficiencia con la que el Plan utiliza todos sus recursos para generar ventas y se calcula así:

$$RAT = \frac{Ventas\ Netas}{Activos\ Totales}$$

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Neta	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
Activos (T)	\$939,614.00	\$1004,493.68	\$1075,179.32	\$1155,934.52	\$1243,289.45
RAT	0.35	0.34	0.33	0.33	0.32

Tabla 208: Rotación de Activos Totales Anual

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos observar que para poder generar una venta se necesitan más de la mitad de los recursos para llevarse a cabo la acción, es decir, se obtiene una retribución del 35% (en su máximo valor para el primer año) sobre la eficiencia de generar ganancias por el uso del efectivo mismo.

b) Rotación de Activos Fijos (RAF)

$$RAF = \frac{Ventas\ Netas}{Activos\ Fijos\ Totales}$$

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Neta	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
Activos (FT)	\$707,248.58	\$673,037.10	\$638,825.62	\$604,614.14	\$570,402.66
RAF	0.47	0.51	0.56	0.62	0.69

Tabla 209: Rotación de Activos Fijos Totales Anuales

La eficiencia en el uso de los activos fijos de la Administración del Plan es mejor que la de sus activos totales. La principal razón de esto es el hecho de que el Plan considere funcional

mantener los activos iniciales por más de 5 años, prácticamente durante el periodo de análisis donde se adquirieron los mismos activos fijos en el inicio del proyecto, los cuales se van depreciando año con año. El comportamiento tiende a aumentar año con año.

9.4. Razones de Apalancamiento.

$$\text{Razon de Apalancamiento} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Activos Totales}}$$

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Deuda	\$785,128.36	\$785,128.36	\$785,128.36	\$706,615.52	\$706,615.52
Activos (T)	\$939,614.00	\$1004,493.68	\$1075,179.32	\$1155,934.52	\$1243,289.45
Apalanca- miento	0.84	0.78	0.73	0.61	0.57

Tabla 210: Razón de Apalancamiento Anual

Según la tabla anterior nos muestra que las razones de apalancamiento son muy altas en los inicios de operación sobre los primeros años, alcanzando un 84% de deuda sobre la inversión de activos. Estos resultados van acordes a las fuentes de financiamiento que se utilizaran para llevar a cabo el Plan, el cual comprende una amplia deuda en concepto de préstamos, como capital inicial para el desarrollo de las actividades pertinentes. Sin embargo, al cabo de los 5 años de análisis las razones de apalancamiento se estabilizarán de alrededor del 50%, lo cual generaría una mejor confianza después de este límite de tiempo.

9.5. Resumen de Evaluaciones Financieras

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RAZONES DE RENTABILIDAD					
Margen de Utilidad Bruta	0.26	0.25	0.27	0.29	0.31
Margen de Utilidad Operacional	0.27	0.25	0.26	0.29	0.30
Rendimiento sobre Activos	0.07	0.06	0.07	0.07	0.07
Rendimiento sobre el Capital	0.44	0.30	0.24	0.22	0.19
RAZONES DE ACTIVIDAD					
Rotación de Activos Totales	0.35	0.34	0.33	0.33	0.32
Rotación de Activos Fijos	0.47	0.51	0.56	0.62	0.69
RAZONES DE APALANCAMIENTO					
Apalancamiento	0.84	0.78	0.73	0.61	0.57

Tabla 211: Resumen de Evaluaciones Financieras

9.6. Análisis de Sensibilidad.

a) Escenario 1. Disminución de la Demanda un 25%

Se plantea el primer escenario con una disminución en la demanda o afluencia turística en la zona norte del país (trifinio municipalidades de Metapán y Santa Rosa Guachipilín), debido a que en el último año han ocurrido diversos problemas y estancamientos económicos del lado del turismo debido al azote de la pandemia COVID-19 que ha frenado casi completamente este rubro, sin embargo se espera que esos declives de la demanda vayan a minorizándose con los años, sin poder llegar a afectar significativamente el desarrollo del Plan.

Este cambio en la demanda tiene su efecto directo en los flujos de efectivo, no alterando los costos, pero si las ganancias, de esta manera tenemos:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Servicios Totales	\$247,590.00	\$258,484.50	\$269,923.73	\$281,934.92	\$294,546.66
(-) Costo variable	\$2,844.00	\$19,090.20	\$20,044.71	\$21,046.95	\$22,099.29
(=) Margen de Contribución	\$244,746.00	\$239,394.30	\$249,879.02	\$260,887.97	\$272,447.37
(-) Costos Fijos	\$129,690.99	\$131,130.09	\$137,686.59	\$139,273.20	\$146,236.86
(=) Utilidad de operaciones	\$115,055.01	\$108,264.21	\$112,192.43	\$121,614.77	\$126,210.51
(-) Depreciación Activos Fijos	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48
(-) Amortización de Activos diferidos	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01
(=) Utilidad antes de Impuestos e Intereses	\$62,094.52	\$55,303.72	\$59,231.94	\$68,654.28	\$73,250.02
(-) Gastos financieros	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$7,135.53	\$344.73	\$4,272.94	\$13,695.29	\$18,291.03
Impuesto Sobre la Renta (25%)	\$1,783.88	\$86.18	\$1,068.24	\$3,423.82	\$4,572.76
(=) UTILIDAD NETA	\$5,351.65	\$258.55	\$3,204.71	\$10,271.46	\$13,718.27

Tabla 212: Estado de Resultado Escenario 1

Flujo de Efectivo						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial (Caja + Banco)	\$37,159.74	\$37,159.74	\$95,471.88	\$148,690.92	\$204,856.11	\$268,088.07
(+) Ingresos por Ventas	\$0.00	\$247,590.00	\$258,484.50	\$269,923.73	\$281,934.92	\$294,546.66
(-) Costo variable	\$0.00	\$2,844.00	\$19,090.20	\$20,044.71	\$21,046.95	\$22,099.29
(-) Costos Fijos	\$0.00	\$129,690.99	\$131,130.09	\$137,686.59	\$139,273.20	\$146,236.86
(=) Utilidad Antes de Interés e Impuesto	\$37,159.74	\$152,214.75	\$203,736.09	\$260,883.34	\$326,470.88	\$394,298.58
(-) Gastos financieros (Interés)	\$0.00	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99
(=) Utilidad Antes de Impuesto	\$37,159.74	\$97,255.76	\$148,777.10	\$205,924.35	\$271,511.89	\$339,339.59
(-) Impuesto Sobre la Renta	\$0.00	\$1,783.88	\$86.18	\$1,068.24	\$3,423.82	\$4,572.76
(=) Utilidad Despues de Impuesto	\$37,159.74	\$95,471.88	\$148,690.92	\$204,856.11	\$268,088.07	\$334,766.83
(+) Depreciaciones	\$0.00	\$34,211.48	\$68,422.96	\$102,634.44	\$136,845.92	\$171,057.40
(+) Amortizaciones	\$0.00	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01
(-) Abono de Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$78,512.84	\$78,512.84
(-) Dividendos	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Saldo Final (Caja + Banco)	\$37,159.74	\$148,432.37	\$235,862.89	\$326,239.56	\$345,170.16	\$446,060.40

Tabla 213: Flujo de Efectivo Escenario 1

Resumen de Evaluación Económica.

Evaluación Económica	Resultado	Análisis
TMAR	10.1048%	TMAR siempre se mantiene, debido a ser un indicador externo
VAN	\$211,921.80	VAN > 0 el Proyecto sigue siendo aceptable con una amplia reducción de los futuros cobros.
TIR	17.7602%	TIR > TMAR el Proyecto se Acepta
TRI	88.72 Años	Tiempo de Recuperación Infectable
B/C	1.02	B/C > 1 genera rentabilidad, en términos monetarios el beneficio es casi nulo

Tabla 214: Resumen de Evaluación Económica Escenario 1

Resumen de Evaluaciones Financieras

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RAZONES DE RENTABILIDAD					
Margen de Utilidad Bruta	0.03	0.00	0.01	0.05	0.06
Margen de Utilidad Operacional	0.03	0.00	0.02	0.05	0.06
Rendimiento sobre Activos	0.01	0.00	0.00	0.01	0.01
Rendimiento sobre el Capital	0.05	0.00	0.01	0.04	0.04
RAZONES DE ACTIVIDAD					
Rotación de Activos Totales	0.26	0.26	0.25	0.24	0.24
Rotación de Activos Fijos	0.35	0.38	0.42	0.47	0.52
RAZONES DE APALANCAMIENTO					
Apalancamiento	0.84	0.78	0.73	0.61	0.57

Tabla 215: Resumen de Evaluación Financiera Escenario 2

Conclusión:

- **Razones de Rentabilidad:** se puede observar que los márgenes de utilidad operativa y bruta son afectados gravemente, generando utilidades nulas para el segundo periodo en cuanto a inversiones en ventas. De igual manera los rendimientos sobre el Activos y Capital se presentan nulos para mas de un periodo, es decir que por cada dólar invertido en Activos no se ha recuperado nada.
- **Razones de Actividad:** se pueden observar que estos indicadores cambian un poco debido a que los activos totales y fijos siempre se mantienen y los ingresos disminuyen provocando que el reintegro de la inversión sobre los activos en menor.
- **Razón de apalancamiento:** esta razón se mantiene ya que las deudas no son afectadas en ningún momento.

b) Escenario 2: Un aumento en los costos operativos del 15%.

Es natural suponer que los costos a largo plazo pueden llegar a ser muy cambiantes y no coincidir con lo presupuestado realizados en el presente. Por ello se plantea un caso en donde los costos aumentan debido a la inflación, que recordemos que en nuestro país es del 1.06%, el cual podrían llegar a incrementar los costos en algunos artículos o inversiones.

De esta manera se presentan los cambios respectivos en el estado de resultado y flujo de efectivo:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Servicios Totales	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
(-) Costo variable	\$3,412.80	\$22,908.24	\$24,053.65	\$25,256.34	\$26,519.15
(=) Margen de Contribución	\$326,707.20	\$321,737.76	\$335,844.65	\$350,656.88	\$366,209.73
(-) Costos Fijos	\$155,629.19	\$157,356.11	\$165,223.91	\$167,127.84	\$175,484.23
(=) Utilidad de operaciones	\$171,078.01	\$164,381.65	\$170,620.74	\$183,529.04	\$190,725.50
(-) Depreciación Activos Fijos	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48
(-) Amortización de Activos diferidos	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01
(=) Utilidad antes de Impuestos e Intereses	\$118,117.52	\$111,421.16	\$117,660.25	\$130,568.55	\$137,765.01
(-) Gastos financieros	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$63,158.53	\$56,462.17	\$62,701.26	\$75,609.56	\$82,806.02
Impuesto Sobre la Renta (25%)	\$15,789.63	\$14,115.54	\$15,675.32	\$18,902.39	\$20,701.51
(=) UTILIDAD NETA	\$47,368.90	\$42,346.63	\$47,025.95	\$56,707.17	\$62,104.52

Tabla 216: Estado de Resultado Escenario 2

Flujo de Efectivo						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial (Caja + Banco)	\$37,159.74	\$37,159.74	\$137,489.13	\$232,796.25	\$332,782.68	\$442,450.34
(+) Ingresos por Ventas	\$0.00	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
(-) Costo variable	\$0.00	\$3,412.80	\$22,908.24	\$24,053.65	\$25,256.34	\$26,519.15
(-) Costos Fijos	\$0.00	\$155,629.19	\$157,356.11	\$165,223.91	\$167,127.84	\$175,484.23
(=) Utilidad Antes de Interés e Impuesto	\$37,159.74	\$208,237.75	\$301,870.78	\$403,416.99	\$516,311.72	\$633,175.84
(-) Gastos financieros (Interés)	\$0.00	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99
(=) Utilidad Antes de Impuesto	\$37,159.74	\$153,278.76	\$246,911.79	\$348,458.00	\$461,352.73	\$578,216.85
(-) Impuesto Sobre la Renta	\$0.00	\$15,789.63	\$14,115.54	\$15,675.32	\$18,902.39	\$20,701.51
(=) Utilidad Despues de Impuesto	\$37,159.74	\$137,489.13	\$232,796.25	\$332,782.68	\$442,450.34	\$557,515.35
(+) Depreciaciones	\$0.00	\$34,211.48	\$68,422.96	\$102,634.44	\$136,845.92	\$171,057.40
(+) Amortizaciones	\$0.00	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01
(-) Abono de Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$78,512.84	\$78,512.84
(-) Dividendos	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Saldo Final (Caja + Banco)	\$37,159.74	\$190,449.62	\$319,968.22	\$454,166.13	\$519,532.43	\$668,808.92

Tabla 217: Flujo de Efectivo Escenario 2

Resumen de Evaluación Económica.

Evaluación Económica	Resultado	Análisis
TMAR	10.1048%	TMAR siempre se mantiene, debido a ser un indicador externo
VAN	\$671,588.47	VAN > 0 el Proyecto sigue siendo aceptable con una reducción de los futuros cobros.
TIR	31.5524%	TIR > TMAR el Proyecto se Acepta
TRI	12.80 Años	Tiempo de Recuperación poco Factible al extenderse el doble de años de análisis
B/C	1.14	B/C > 1 genera rentabilidad, en términos monetarios de 14 ctv. por dólar invertido

Tabla 218: Resumen de Evaluación Económica Escenario 2

Resumen de Evaluaciones Financieras

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RAZONES DE RENTABILIDAD					
Margen de Utilidad Bruta	0.13	0.10	0.11	0.14	0.16
Margen de Utilidad Operacional	0.19	0.16	0.17	0.20	0.21
Rendimiento sobre Activos	0.05	0.04	0.05	0.05	0.05
Rendimiento sobre el Capital	0.31	0.19	0.16	0.15	0.14
RAZONES DE ACTIVIDAD					
Rotación de Activos Totales	0.29	0.28	0.27	0.26	0.26
Rotación de Activos Fijos	0.41	0.45	0.50	0.56	0.62
RAZONES DE APALANCAMIENTO					
Apalancamiento	0.70	0.65	0.61	0.51	0.47

Tabla 219: Resumen de Evaluación Financiera Escenario 2

Conclusión:

- **Razones de Rentabilidad:** en este caso los márgenes de utilidad bruta y operativa se ven afectados en una reducción de alrededor del 25% con un pequeño aumento en los costos. Por otra parte, los indicadores de Rotación sobre activos Fijos y Totales no experimentan variación radical en cuanto a estabilidad en el reingreso.
- **Razones de Actividad:** se pueden observar que estos indicadores cambian significativamente debido a que los costos presentados incluso para los activos fijos

son aumentados. De esta manera el rendimiento sobre las inversiones en ventas y activos recibirá una disminución del 6% sobre la reintegración de capital.

- **Razón de apalancamiento:** esta razón de apalancamiento presenta un ligero cambio en las inversiones sobre la deuda, debido a que los activos han incrementado sus costos, mientras el préstamo y las deudas se quedan de la misma manera. Es lógico suponer que las razones de apalancamiento siempre serán mayores al inicio de los proyectos, debido a que la aportación de capital social es máxima en ese punto.

c) Escenario 3: Disminución del Financiamiento (Préstamo en un 40%) por BANDESAL.

Como se ha planteado anteriormente, casi la totalidad de la inversión se dará a través de un préstamo brindado por BANDESAL a través de sus aportaciones de efectivo en capital semilla y tasas de interés dependiendo del rubro al cual será destinado. Sin embargo el préstamo constituye alrededor del 90% de la inversión inicial en el Plan, el cual es una suma de dinero un poco considerada, por lo cual se plantea no poder conseguir todo el financiamiento por parte de BANDESAL, alcanzando un máximo del 60% de lo requerido, y ver como este resultado perjudica los estados de resultado y Flujos de Efectivo.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Servicios Totales	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
(-) Costo variable	\$2,844.00	\$19,090.20	\$20,044.71	\$21,046.95	\$22,099.29
(=) Margen de Contribución	\$327,276.00	\$325,555.80	\$339,853.59	\$354,866.27	\$370,629.59
(-) Costos Fijos	\$129,690.99	\$131,130.09	\$137,686.59	\$139,273.20	\$146,236.86
(=) Utilidad de operaciones	\$197,585.01	\$194,425.71	\$202,167.00	\$215,593.07	\$224,392.73
(-) Depreciación Activos Fijos	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48
(-) Amortización de Activos diferidos	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01
(=) Utilidad antes de Impuestos e Intereses	\$144,624.52	\$141,465.22	\$149,206.51	\$162,632.58	\$171,432.24
(-) Gastos financieros	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$89,665.53	\$86,506.23	\$94,247.52	\$107,673.59	\$116,473.25
Impuesto Sobre la Renta (25%)	\$22,416.38	\$21,626.56	\$23,561.88	\$26,918.40	\$29,118.31
(=) UTILIDAD NETA	\$67,249.15	\$64,879.67	\$70,685.64	\$80,755.19	\$87,354.94

Tabla 220: Estado de Resultado Escenario 3

Flujo de Efectivo						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Aporte de Alcaldías	\$87,236.48					
(+) Financiamiento Bandesal	\$471,077.02					
(-) Inversion	\$835,205.10					
Saldo Inicial (Caja + Banco)	(\$276,891.60)	(\$276,891.60)	(\$156,681.97)	(\$38,841.80)	\$84,804.33	\$218,520.01
(+) Ingresos por Ventas	\$0.00	\$330,120.00	\$344,646.00	\$359,898.30	\$375,913.22	\$392,728.88
(-) Costo variable	\$0.00	\$2,844.00	\$19,090.20	\$20,044.71	\$21,046.95	\$22,099.29
(-) Costos Fijos	\$0.00	\$129,690.99	\$131,130.09	\$137,686.59	\$139,273.20	\$146,236.86
(=) Utilidad Antes de Interés e Impuesto	(\$276,891.60)	(\$79,306.59)	\$37,743.74	\$163,325.20	\$300,397.40	\$442,912.74
(-) Gastos financieros (Interés)	\$0.00	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99
(=) Utilidad Antes de Impuesto	(\$276,891.60)	(\$134,265.58)	(\$17,215.25)	\$108,366.21	\$245,438.41	\$387,953.75
(-) Impuesto Sobre la Renta	\$0.00	\$22,416.38	\$21,626.56	\$23,561.88	\$26,918.40	\$29,118.31
(=) Utilidad Despues de Impuesto	(\$276,891.60)	(\$156,681.97)	(\$38,841.80)	\$84,804.33	\$218,520.01	\$358,835.44
(+) Depreciaciones	\$0.00	\$34,211.48	\$68,422.96	\$102,634.44	\$136,845.92	\$171,057.40
(+) Amortizaciones	\$0.00	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01
(-) Abono de Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$78,512.84	\$78,512.84
(-) Dividendos	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Saldo Final (Caja + Banco)	(\$276,891.60)	(\$103,721.48)	\$48,330.17	\$206,187.78	\$295,602.10	\$470,129.01

Tabla 221: Flujo de Efectivo Escenario 3

Resumen de Evaluación Económica.

Evaluación Económica	Resultado	Análisis
TMAR	10.1048%	TMAR siempre se mantiene, debido a ser un indicador externo
VAN	-\$33,477.71	VAN < 0 el Proyecto deja de ser rentable
TIR	11.51%	TIR > TMAR el Proyecto se Acepta
TRI	5.64 Años	Tiempo de Recuperación Factible
B/C	\$1.37	B/C > 1 genera rentabilidad, en términos monetarios de 37 ctv. por dólar invertido

Tabla 222: Resumen de Evaluación Económica Escenario 2

Resumen de Evaluaciones Financieras

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RAZONES DE RENTABILIDAD					
Margen de Utilidad Bruta	0.26	0.25	0.27	0.29	0.31
Margen de Utilidad Operacional	0.27	0.25	0.26	0.29	0.30
Rendimiento sobre Activos	0.07	0.06	0.07	0.07	0.07
Rendimiento sobre el Capital	0.44	0.30	0.24	0.22	0.19
RAZONES DE ACTIVIDAD					
Rotación de Activos Totales	0.35	0.34	0.33	0.33	0.32
Rotación de Activos Fijos	0.47	0.51	0.56	0.62	0.69
RAZONES DE APALANCAMIENTO					
Apalancamiento	0.42	0.39	0.37	0.34	0.32

Tabla 223: Resumen de Evaluación Financiera Escenario 2

d) Escenario 4: Para el Análisis de Sensibilidad sobre el impacto de la pandemia Covid-19 en los Rubros Turísticos que afectan al país en general.

El impacto del covid-19 en el turismo mundial queda patente en los datos de la “OMT” sobre el coste promedio y aproximado de la parálisis global.

- La última edición del Barómetro OMT del Turismo Mundial muestra que el confinamiento casi total impuesto como respuesta a la pandemia redujo en mayo de 2020 el número de turistas internacionales en un 98% en comparación con 2019.
- El Barómetro muestra también un descenso interanual del 56% en las llegadas de turistas entre enero y mayo. Eso significa 300 millones de turistas menos y 320.000 millones de dólares de los EE.UU. perdidos en ingresos por turismo internacional: más del triple de los ingresos por turismo internacional perdidos en la crisis económica global de 2009.

Los gobiernos de todas las regiones del mundo tienen una doble responsabilidad: priorizar la salud pública y proteger a la vez los empleos y las empresas. La drástica caída del turismo pone en riesgo el sustento de millones de personas.

Estos últimos datos dejan clara la importancia de reiniciar el turismo tan pronto como sea seguro hacerlo. Es preciso además que mantengan el espíritu de cooperación y solidaridad que ha definido la respuesta a este reto compartido y que evitemos tomar decisiones unilaterales que puedan socavar la confianza que tanto trabajo nos ha costado restablecer.

Pandemia más allá de la Emergencia El Salvador.

La pandemia de la COVID-19 ha puesto en evidencia la elevada fragilidad del empleo en el sector turístico de El Salvador. Las iniciativas públicas han tratado de dar respuesta a los impactos de la pandemia en el corto plazo, pero no se visualizan estrategias que permitan transformar dinámicas estructurales que están en el origen de esta vulnerabilidad.

La difícil tarea de medir los impactos de la pandemia

El Salvador fue uno de los países cuyas restricciones por la pandemia implicó el cierre de fronteras, la suspensión de viajes y la limitación de movilidad de las personas. Estas restricciones y la suspensión temporal de actividades no esenciales afectaron al sector turístico del país que estaba preparándose para la temporada vacacional de semana santa.

Según datos de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), en el año 2019 la contribución del turismo a la economía salvadoreña representó el 6.5% del PIB, 0.6 puntos porcentuales más que el año anterior. Las restricciones a la movilidad de personas y el cierre obligatorio de varios negocios “no esenciales” afectaron a la economía del país, pero sobre todo al sector turístico, que vio truncadas sus expectativas de crecimiento. También según CORSATUR, en los primeros seis meses del año 2020 la llegada de visitantes internacionales decreció un 51% con respecto del mismo período del año anterior.

Las Respuestas ante la Pandemia.

Es de esperar que medir el impacto del COVID implique un gran reto, sobre todo en aquellos casos que buscan incluir datos sobre el sector informal de la economía. Sin embargo, el escenario de pandemia también puede ser una oportunidad para registrar a los beneficiarios de las medidas que distintas instituciones están tomando.

Con respecto a la gestión de la información, recientemente el Ministerio de Trabajo y Previsión Social anunció la creación del Sistema de Información del Mercado Laboral (SIMEL), una plataforma virtual con indicadores que permitirán medir la evolución real del empleo y el mercado laboral del país, así como tener insumos para diseñar políticas públicas que mejoren las condiciones laborales. Actualmente El Salvador es el primer país de la región centroamericana en crear este Sistema de Información de Mercado Laboral respaldado por la OIT y el segundo en Latinoamérica.

De la Emergencia a la Reestructuración del Sector.

A nivel internacional algunos especialistas señalan que el turismo interno se vislumbra como parte de las estrategias de recuperación de corto plazo. Instituciones como la Comisión Económica para América Latina advierte que ante un entorno internacional más incierto y proteccionista es necesario construir resiliencia. En este sentido, el turismo de proximidad podría contribuir a disminuir la dependencia del sistema turístico actual con respecto de las dinámicas internacionales, al mismo tiempo que dinamizaría la economía local.

En resumen, pasar de la emergencia de la reestructuración del turismo implica innovar en la visión que se tiene del turismo, atreviéndose a diseñar políticas públicas basadas en la evidencia y cuyo fin resida en el principio universal de la equidad en el acceso y uso de los recursos, así como en la protección de estos.

Análisis de Impacto Porcentual.

Como se ha visto anteriormente, la condicionante de la pandemia Covid-19 es un criterio muy restrictivo que perjudicó negativamente el sector turístico a nivel mundial en 2020. Según los análisis realizados, la pandemia tuvo impactos en distintos indicadores que en conjunto ayudaron a reducir las afluencias naturales de turista dentro de nuestra región, dichos indicadores contemplan:

- Impacto a Nivel Mundial
- Impacto Local
- Nivel de Confianza
- Nivel de Desempleo
- Reestructuración
- Respuesta a la Emergencia

De esta manera se evalúan los 6 criterios considerados en la investigación. Para ello utilizaremos **El Análisis Porcentual de Promedio Ponderado** para calcular la proximidad del impacto de mayor prioridad en el sector turístico, de esta manera se es más específico y exacto su impacto regional.

1. Para el impacto que generó la emergencia Covid-19 a nivel mundial se consideran aquellos datos correspondientes a los valores relativos porcentual de turistas presentados entre Marzo de 2020 a la actualidad (2021).

2. Para el impacto que se generó a nivel nacional, pondremos a consideración los porcentajes en que el avance de la pandemia a generado la perdida parcial o total del fluido turista dentro del país.
3. Los niveles de confianza y seguridad por parte de las personas ha ido en aumento, provocando que la mayoría de personas dejen de tener miedo y salgan a la exploración y aventura, es por ello que los impactos negativos se verán disminuidos año con año hasta posiblemente 2023 las restricciones totales de movimiento se aligeren para toda la sociedad.
4. El impacto que genero altos índices de desempleo e incluso la caída o quiebra de varios negocios fue dura para el sector turismo, perdiendo casi la mitad de su funcionalidad y estructura organizativa en la actualidad, debido a las tasas altas de desempleo que existen en estos momentos.
5. La reestructuración es un indicador que mide los niveles de confianza en las inversiones dentro del país después de la perdida abrupta del nivel económico. Con respecto al efecto que se tendría en periodos de tiempo a corto plazo la confianza puede haberse reducido significativamente, pero esta es recuperable de igual manera a corto plazo para los próximos años.
6. La respuesta ante la emergencia podría ir ligado a un incremento en los costos por la incorporación de protocolos de saneamiento y seguridad ocupacional y turista. Estos requisitos son evaluados periódicamente por el ministerio de salud a través de visita sorpresa para la evaluación inmediata de protocolos activos y su cumplimiento.

	% Pond.	Imp. 2020	Imp.2021	%PP
Impacto a Nivel Mundial	20.00%	98.00%	56.00%	54.88%
Impacto Local	20.00%	100.00%	49.00%	49.00%
Nivel de Confianza	15.00%	100.00%	45.00%	45.00%
Nivel de Desempleo	10.00%	44.00%	29.00%	12.76%
Reestructuración	15.00%	60.00%	30.00%	18.00%
Respuesta a la Emergencia	10.00%	41.00%	25.00%	10.25%
Capacidad Instalada	10.00%	100.00%	36.00%	36.00%
				37.65%

Tabla 224: Ponderaciones de Impacto

Según la tabla anterior puede concluirse que el impacto negativo promedio de la reducción de turistas a nivel nacional puede reducirse alrededor de un 37.98% considerando los cambios radicales que ha provocado el avance de la emergencia Pandemia Covid-19 y sin perder de vista los indicadores ponderados que se han evaluado, en conjunto tratan de representar una escala o medida de las posibles pérdidas de utilidades.

Variación de Costos.

También como último punto a considerar es ver la variación de los costos que ha generado el impacto de la pandemia en combinación con las tasas de inflación (IPC), para este punto es conveniente considerarlo como criterio Principal, ya que está representada directamente como valor esencial en los flujos de efectivo, estado de resultado y balances de cada periodo. Este es un valor que puede ser considerado una variable controlable dentro de la organización por ende un buen candidato para análisis de sensibilidad.

Se estima que El Salvador pagará 8.3 % más por la compra de materias primas según un estudio sobre materias primas y los fletes, que pueden derivar en un efecto recesivo interno y un alza en los productos de consumo final.

Teniendo en cuenta los índices de importaciones que genera el país como valor acumulado y los IPC nacionales se tiene:

$$\Delta \text{Costos} = \text{Valor de Importaciones} + \text{Indice de Precios al Consumidor}$$

$$\Delta \text{Costos} = 4.6\% + 13.4\% = 18.0\%$$

Con estos valores podemos concluir que los posibles efectos que genera la pandemia ocasionarían una disminución en la demanda de 36.16%. Esto debido a que la capacidad abordada no tendría que ser ajustada por que los flujos de visitantes esperados están por debajo de la mitad de su capacidad total en armonía con los criterios de protocolo actuales. Y un aumento aproximado a través de la Inflación y valor de Importaciones como sinónimo de salidas de efectivo para el país con un valor de 18.0%.

Resumen Escenario 4. Disminución de la Demanda un 36.16% y un aumento en los costos operativos del 18%.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Servicios Totales	\$207,975.60	\$217,126.98	\$226,735.93	\$236,825.33	\$247,419.19
(-) Costo variable	\$3,355.92	\$22,526.44	\$23,652.76	\$24,835.40	\$26,077.16
(=) Margen de Contribución	\$204,619.68	\$194,600.54	\$203,083.17	\$211,989.93	\$221,342.03
(-) Costos Fijos	\$153,035.37	\$154,733.51	\$162,470.18	\$164,342.38	\$172,559.49
(=) Utilidad de operaciones	\$51,584.31	\$39,867.04	\$40,613.00	\$47,647.55	\$48,782.54
(-) Depreciación Activos Fijos	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48	\$34,211.48
(-) Amortización de Activos diferidos	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01
(=) Utilidad antes de Impuestos e Intereses	(\$1,376.18)	(\$13,093.45)	(\$12,347.50)	(\$5,312.94)	(\$4,177.95)
(-) Gastos financieros	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99
(=) Utilidad antes de Impuestos	(\$56,335.17)	(\$68,052.44)	(\$67,306.49)	(\$60,271.93)	(\$59,136.94)
Impuesto Sobre la Renta (25%)	(\$14,083.79)	(\$17,013.11)	(\$16,826.62)	(\$15,067.98)	(\$14,784.24)
(=) UTILIDAD NETA	(\$42,251.38)	(\$51,039.33)	(\$50,479.86)	(\$45,203.95)	(\$44,352.71)

Tabla 225: Estado de Resultado Escenario 4

Flujo de Efectivo						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Aporte de Alcaldías	\$87,236.48					
(+) Financiamiento Bandesal	\$785,128.36					
(-) Inversion	\$835,205.10					
Saldo Inicial (Caja + Banco)	\$37,159.74	\$37,159.74	\$47,868.85	\$49,790.01	\$52,270.64	\$60,027.18
(+) Ingresos por Ventas	\$0.00	\$207,975.60	\$217,126.98	\$226,735.93	\$236,825.33	\$247,419.19
(-) Costo variable	\$0.00	\$3,355.92	\$22,526.44	\$23,652.76	\$24,835.40	\$26,077.16
(-) Costos Fijos	\$0.00	\$153,035.37	\$154,733.51	\$162,470.18	\$164,342.38	\$172,559.49
(=) Utilidad Antes de Interés e Impuesto	\$37,159.74	\$88,744.05	\$87,735.89	\$90,403.01	\$99,918.19	\$108,809.72
(-) Gastos financieros (Interés)	\$0.00	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99	\$54,958.99
(=) Utilidad Antes de Impuesto	\$37,159.74	\$33,785.06	\$32,776.90	\$35,444.02	\$44,959.20	\$53,850.73
(-) Impuesto Sobre la Renta	\$0.00	(\$14,083.79)	(\$17,013.11)	(\$16,826.62)	(\$15,067.98)	(\$14,784.24)
(=) Utilidad Despues de Impuesto	\$37,159.74	\$47,868.85	\$49,790.01	\$52,270.64	\$60,027.18	\$68,634.97
(+) Depreciaciones	\$0.00	\$34,211.48	\$68,422.96	\$102,634.44	\$136,845.92	\$171,057.40
(+) Amortizaciones	\$0.00	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01	\$18,749.01
(-) Abono de Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$78,512.84	\$78,512.84
(-) Dividendos	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Saldo Final (Caja + Banco)	\$37,159.74	\$100,829.34	\$136,961.98	\$173,654.09	\$137,109.27	\$179,928.54

Tabla 226: Flujo de Efectivo Escenario 4

Resumen de Evaluación Económica.

Evaluación Económica	Resultado	Análisis
TMAR	10.1048%	TMAR siempre se mantiene, debido a ser un indicador externo
VAN	- \$296,754.08	VAN < 0 el Proyecto no puede aceptarse con una reducción de los futuros Cobros
TIR	-4.11%	TIR < TMAR el Proyecto no se Acepta
TRI	23.43 Años	Tiempo de Recuperación nada Factible al extenderse muchos años
B/C	0.83	B/C < 1 genera rentabilidad, en términos monetarios de 14 ctv. por dólar invertido

Tabla 227: Resumen de Evaluación Económica Escenario 2

Para las evaluaciones económicas puede observarse a simple vista que los impactos específicos que ha dejado como saldo la pandemia es bastante alarmantes para la economía del país, siendo el turismo el rubro más afectado de todo el país, al verse frenado en su totalidad un 1/3 de año. Según los datos arrojados podemos observar que:

- VAN: es un numero negativo representando una variante de los pagos actualizados superando a los cobros, generando una perdida sustancial por inversión.

- TIR: Al estar estrechamente relacionada con VAN su valor de descuento a tasa cero es muy inferior a la tasa mínima de retorno (TMAR) por tanto el proyecto no es reabituable.}
- Su periodo de Recuperación de inversión es casi 4.6 veces superior a los periodos de análisis y su retorno es totalmente infactible.
- De su relación beneficio – costo solo puede concluirse perdidas de alrededor del 17% por dólar invertido al tener un excedente negativo sobre la unidad monetaria

Resumen de Evaluaciones Financieras

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RAZONES DE RENTABILIDAD					
Margen de Utilidad Bruta	-0.25	-0.21	-0.19	-0.15	-0.13
Margen de Utilidad Operacional	-0.01	-0.06	-0.05	-0.02	-0.02
Rendimiento sobre Activos	-0.04	-0.05	-0.05	-0.04	-0.04
Rendimiento sobre el Capital	-0.27	-0.23	-0.17	-0.12	-0.10
RAZONES DE ACTIVIDAD					
Rotación de Activos Totales	0.22	0.22	0.21	0.20	0.20
Rotación de Activos Fijos	0.29	0.32	0.35	0.39	0.43
RAZONES DE APALANCAMIENTO					
Apalancamiento	0.84	0.78	0.73	0.61	0.57

Tabla 228: Resumen de Evaluación Financiera Escenario 2

A planteamiento general puede decirse que, al disminuir la afluencia turística, así como incrementar los costos totales es lógico suponer que sus razones de rentabilidad disminuirán proporcionalmente.

- Los márgenes de utilidad operativa y Bruta arrojan resultados negativos asumiendo que las necesidades de financiamiento están acompañadas de la falta de liquides de los servicios y/o atracciones.
- El rendimiento sobre los activos nos dice que a menor influencia turística es menor el grado de aprovechamiento de los recursos.
- El rendimiento sobre el capital es negativo debido a que en los estados de resultado las utilidades para todos los años son negativa y por ende el rendimiento del capital social u aportado.
- Las razones de actividad denotan principalmente el rendimiento sobre la eficiencia de activos de empresas u organizaciones con respecto a sus ventas. Hay una disminución sustancial del 24.3% con respecto a las condiciones iniciales.
- Las ratios de endeudamiento se mantienen estables debido a que el financiamiento se ha considerado completo y los niveles de deuda siguen siendo altos pero los ingresos reducidos y costos aumentados.

9.7. Conclusión General de Análisis de Sensibilidad.

Para los análisis de sensibilidad es de vital importancia comprender el funcionamiento del flujo de efectivo y estado de resultado, ya que de estos documentos son extraídos la información pertinente para las evaluaciones económicas y financieras. Dicho análisis comprendía el cambio radical de escenarios posibles, los cuales se desviarían de los estados proyectados reales. El primer escenario comprende una reducción en la demanda del Plan (25%), el segundo corresponde a un aumento de costos (15%) y el último en un cambio en el nivel de financiamiento descrito anteriormente (40%), estos escenarios demostraron que es más perjudicial dejar de percibir ganancias por una disminución de la demanda, a que aumenten progresivamente los costos en el tiempo, ya que estos costos pueden ser sobrellevados en el tiempo transfiriendo ciertos costos a los precios de los atractivos y/o productos, considerando directamente el aumento y diferencia de los mismos. Si la demanda no llega a ser la esperada, esto generaría grandes pérdidas en el transcurrir del Plan, con un déficit progresivo del 12% en comparación al aumento de los costos, lo que provocaría un aumento en los precios de los paquetes turísticos o atractivos para poder compensar un poco las pérdidas.

Con respecto al financiamiento, se está dependiendo mucho de una fuente externa, lo cual puede generar un beneficio al no estar arriesgando plata propia, pero deja fuertemente endeudado el Plan. Se está considerando un 90% del presupuesto requerido, el cual sobrepasa el medio millón de dólares y existe una posibilidad de no lograr la totalidad del préstamo, por ello se plantea una aceptación por parte de BANDESAL financiar únicamente el 60% de lo solicitado. Se puede observar que para una reducción del 40% el plan presentaría muchos problemas en los primeros tres años de operaciones, haciendo mucho más largo poder recuperar la inversión (30 años Aprox.) y con ello todos los problemas de liquidez que tendrían las instalaciones y demás para su mantenimiento y funcionamiento. Es por ello que se trata de recomendar poder conseguir inversionistas externos, que quieran sumarse a los proyectos turísticos y gastronómicos para que puedan apoyar la causa.

10. Evaluación de Género

10.1. Situación de género a nivel de El Salvador

El Estado Salvadoreño ha suscrito acuerdos, convenios y declaraciones internacionales, sobre los derechos de las mujeres, que tienen como fundamento el respeto a los derechos humanos en general y de las mujeres en particular. En coherencia con esas declaraciones, el proceso de formulación de la Política de Igualdad de Género ha considerado los que se describen a continuación:

- Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948)
- Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW por sus siglas en inglés) (ONU, 1981)
- La Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belem Do Pará) ratificada por El Salvador en 1995
- Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer: Beijing en 1995.

El Estado Salvadoreño ha realizado esfuerzos importantes en materia de igualdad de género durante los últimos años. El interés público en la temática de género ha experimentado un notable crecimiento concreto con la aprobación de normativas y leyes importantes. Este marco jurídico nacional se refleja desde la Constitución de la República, hasta la definición de leyes e instrumentos normativos que brindan protección, seguridad, equidad e igualdad a las mujeres, las más relevantes son:

1. Constitución de la República: El artículo 3 de la Constitución
2. Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres (2010).
3. Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres.
4. Política Nacional para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres (ISDEMU, 2013).
5. Plan Nacional de Igualdad y Equidad para las Mujeres Salvadoreñas (ISDEMU, 2012).
6. Decreto No. 56 del Órgano Ejecutivo (República de El Salvador. Diario Oficial, 2012).
7. Política Nacional de las Mujeres (ISDEMU, actualizada 2014).

En El Salvador, la situación de pobreza refleja la desventaja de las mujeres debido a la falta de acceso al mercado laboral, la recepción de una menor cantidad de ingresos, maternidad temprana y reproducción de factores culturales que privilegian la adopción de roles tradicionales en las tareas domésticas y del cuidado.

Culturalmente se ha establecido la división sexual del trabajo, lo cual conlleva a la naturalización de las tareas reproductivas y del cuidado como tareas exclusivas de las mujeres, restándoles oportunidades en el mercado laboral y de participación en procesos de formación y superación personal. Según la EHPM, En el área rural, las mujeres representan el 51.2% del total de personas pobres y el 50.7% de los pobres extremos:

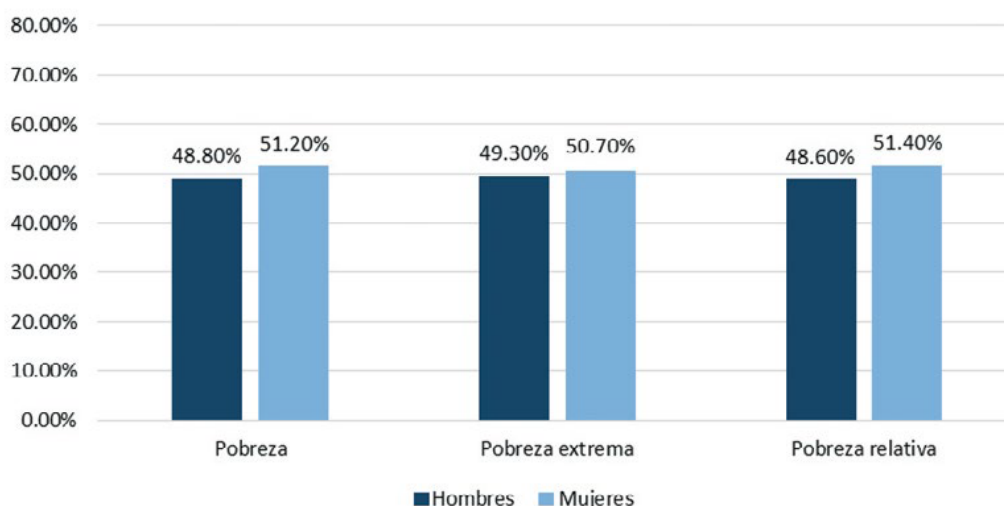


Tabla 229: población rural por sexo y situación de pobreza (2015).

Según datos de la EHPM 2015, las mujeres constituyen el 39% de los ocupados a nivel nacional, siendo esta cifra menor en el área rural (29%). El 76.6% de las mujeres rurales se encuentran ocupadas, el 42.1% desempeña actividades relacionadas con el comercio, 17.8% en la manufactura y 16.7% en los servicios domésticos. Por otro lado, los empleos remunerados en el sector agropecuario (agricultura, pesca y ganadería), al igual que en construcción, son ocupados principalmente por los hombres.

Las condiciones bajo las cuales las mujeres se incorporan en la fuerza laboral continúan siendo desfavorables, ya que éstas se desempeñan mayoritariamente en actividades que reproducen los roles tradicionales asignados según la división sexual del trabajo, con menor valor agregado y menores remuneraciones.

10.2. Situación de Género a nivel de Región Trifinio

En el año 2011, la población total de los tres países (El Salvador, Guatemala y Honduras) asciende a 29,6 millones de habitantes (Centro Centroamericano de Población, 2011); de los cuales 818,911 (2.7%) residen en los 45 municipios de la Región Trifinio. Un 57 % se concentra en la Región Trifinio Guatemala, 30% en Honduras y 13% de la población en El Salvador. Los cinco municipios con mayor número de habitantes son Chiquimula, Metapán, Jocotán, Esquipulas y Camotán, juntos agrupan el 38% de la población total del Trifinio.

Países	Proyecciones de País 2010	Región Trifinio					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
El Salvador	7,236,173	105,102	107,822	109,763	111,739	113,750	115,797
Guatemala	14,726,434	457,113	465,559	473,939	482,470	491,154	499,995
Honduras	7,680,222	240,704	245,530	249,950	254,449	259,029	263,691
Totales	29,642,829	802,919	818,911	833,651	848,657	863,933	879,484

Ilustración 141: Distribución de la población por país en la Región Trifinio.

En 1986, cuando inició el Plan Trifinio, la Región contaba con una población de 450,000 habitantes aproximadamente. Veinticinco años después, la población está por duplicarse. Cada año, se incrementa por un promedio de 14,000 personas. La pirámide demográfica muestra que la población está en continuo estado de crecimiento desde la base. Sin embargo, en el grupo de edades de 0 a 4 años se observa una disminución en el número de personas, lo que puede marcar el inicio de una transición demográfica, y que conlleva una disminución de las tasas de natalidad y crecimiento de la población.

a) Índice de Potenciación de Género

El IPG es un indicador elaborado por el PNUD el cual mide las oportunidades de las mujeres en las tres dimensiones:

1. Participación política y poder de decisión
2. Participación económica y poder de decisión
3. Control sobre los recursos económicos.

El Índice de Potenciación de Género (IPG) mide el estado de la participación de las mujeres en procesos democráticos y económicos. El siguiente mapa muestra los valores del IPG en la Región Trifinio a nivel municipal. Los municipios de Guatemala se graficaron con el dato a nivel de departamento, que es de 0.442. Para los demás municipios, se obtuvieron valores en un rango amplio que va desde 0.143 en Lucerna hasta 0.650 en Copán Ruinas. El promedio de los municipios de la Región es de 0.442.

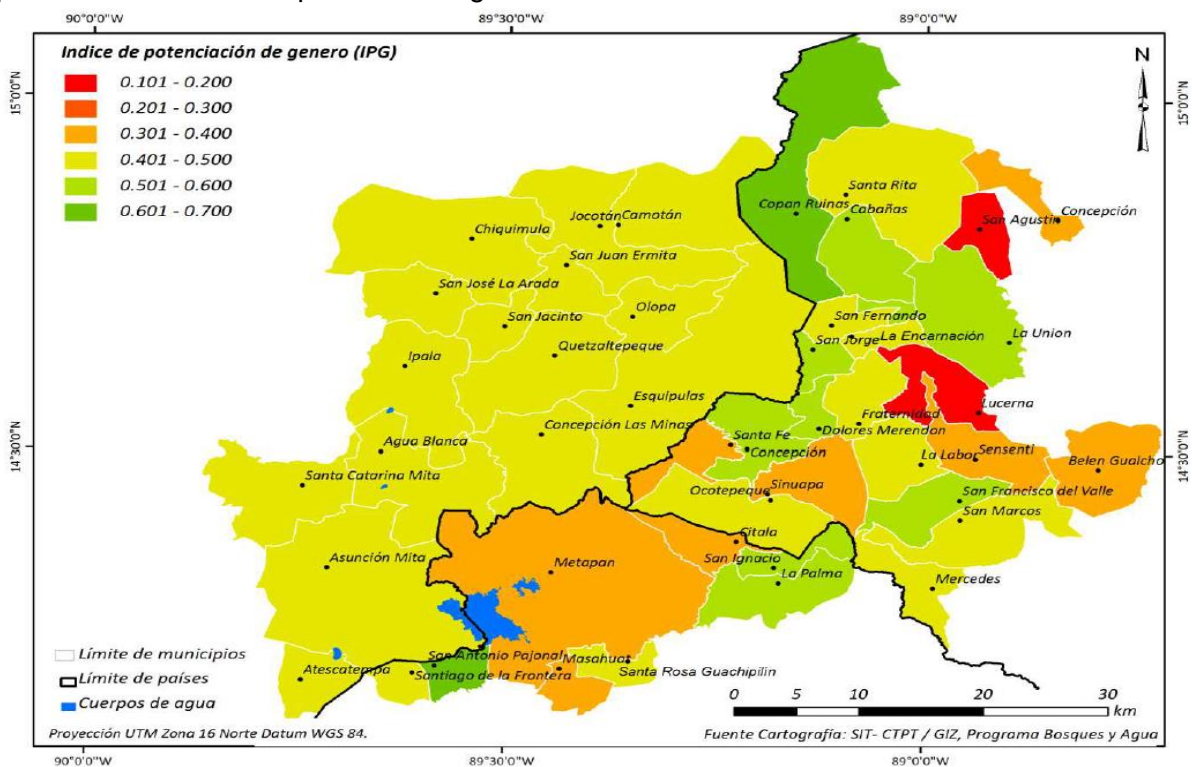


Ilustración 142: Índice de Potenciación de Género (IPG).

10.3. Contribución del plan a la igualdad de género en el municipio.

A través del desarrollo del plan de desarrollo turístico en la región trifinio a lo largo de la cuenca del río Lempa se busca brindar fuentes de empleo a la población a través de talleres artesanales, actividades propias del turismo en la región, actividades paralelas como lo son producción agrícola,

Para brindar un ambiente de equidad en el desarrollo del proyecto, se establecen políticas de género que garanticen el cumplimiento de estos:

- Los salarios serán calculados acorde a las actividades que se realicen sin importar el sexo de quien lo realice, 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.
- Si se brinda una promoción de un puesto de trabajo, se evaluarán los perfiles que cumplan con lo requerido, 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.
- Para el aumento de salarios, se realizará también de forma equitativa evaluando los mismos criterios de desempeño de hombres y mujeres.
- Se deberá regir por una política de respeto que permita el desarrollo de las actividades para las que han sido contratados con base al respeto; es primordial dentro de la implementación de la propuesta en todos los niveles, independientemente del sexo o cargo de la persona, al igual que hacia los turistas.

De acuerdo a los puntos enlistados anteriormente se puede concluir que con el proyecto se pretende contribuir a:

- Brindar oportunidades de empleo a hombres y mujeres.
- Que la mujer tenga igualdad de oportunidad de acceso a los puestos laborales, acorde a sus capacidades intelectuales y físicas con un salario equitativo.
- Brindar un ambiente de seguridad.
- Brindar apoyo a mujeres con hijos para que estas puedan brindar todo el apoyo necesario para su educación y desarrollo.
- Facilitar el acceso de la mujer a oportunidades económicas, políticas, sociales y culturales.

11. Evaluación Socioeconómica

11.1. Aspectos económicos

a) Generación de fuentes de empleo

La implementación plan generara diversas fuentes de empleo tanto directo como indirecto a través de la prestación de cada uno de los productos turísticos diseñados en dicho plan. Se dará prioridad a la población de la región para cubrir cada uno de los puestos disponibles en cada una de las áreas del plan, dado que es uno de los objetivos del plan es precisamente la generación de fuentes de empleo para la población de la región y así generar mejores oportunidades de desarrollo y dinamizar la economía en la región.

Areas	Número de empleados
Mano de obra	37
Gerencia	3
Total:	40

Tabla 230: Empleos generados en la Administración del Proyecto

El total de empleos directos generados por la implementación del plan es de 19 empleados, es decir son 19 familias locales serán las beneficiadas, asumiendo un tamaño promedio de 4 personas por cada grupo familiar, en base a este dato, se estima que se verán beneficiadas un promedio de 76 personas directamente con la implementación, constituyendo los beneficiarios directos.

Areas	Numero de Empleados
Circuitos Turísticos	6
Kiosco de información	2
Personal administrativo	3
Salvavidas	1
Vigilante	2
Limpieza y Jardineria	5
Total	19 Personas

Tabla 231: Empleos generados con el Plan

Empleos indirectos

En base a datos brindados por el Ministerio de Turismo en El Salvador, el cual establece que por cada empleo directo que genera el sector de turismo se generan en promedio de 3 a 5 empleos indirectos, en base a esta estadística tomando el factor intermedio de 4 empleos indirectos por cada empleo directo se presenta un resultado promedio de **236** empleos indirectos dentro del municipio en la ejecución y funcionamiento del plan de desarrollo turístico sostenible en la región trifinio.

Nuevos productos turísticos

En la propuesta del desarrollo del plan se presentan un total de 16 productos turísticos que se busca potenciar al máximo y así aprovechar la oportunidad que cada uno de estos brinda al desarrollo de la región, entre estos productos se presentan:

	Atractivo
1	Cuenca del Río Lempa
2	Parque recreativo Los Ranchos
3	Cerro El Calaire
4	Recorrido San Francisco Apanta
5	Cascada El Salto Mágico
6	Poza de La Peñona
7	Estadio Municipal José Hernández
8	Mirador El Matazano
9	Caserío Cacahuito
10	Circuito Campiña Viva.
11	Apicultura
12	Queso artesanal
13	Quesadillas
14	Rafting
15	Canopy
16	Restaurantes

Tabla 232: Atractivos Turísticos

b) Aprovechamiento de recursos

La región Trifinio a lo largo del río Lempa en particular, brinda una importante oferta turística que además cumple con las condiciones y características para ser potencialmente un destino de gran impacto para la región. Con la implementación del plan se espera explotar los recursos que aquí se encuentran:

	Atractivo
1	Cuenca del Río Lempa
2	Parque recreativo Los Ranchos
3	Cerro El Calaire
4	Recorrido San Francisco Apanta
5	Cascada El Salto Mágico
6	Poza de La Peñona
7	Mirador El Matazano
8	Caserío Cacahuito
9	Circuito Campiña Viva.

Tabla 233: Recursos con potencial turístico

Es importante resaltar que actualmente en este punto de la región no se cuenta con datos estadísticos que permitan un análisis cuantitativo del comportamiento turístico; se hace en su caso, una apreciación en base a lo que los habitantes perciben; sin embargo, se espera en la implementación del plan obtener información cuantitativa que permita su análisis.

11.2. Aspectos sociales

a) Migración

Uno de los mayores problemas que afronta la población de la región por la falta de generación de empleos es la migración de jóvenes, quienes deciden a temprana edad migrar a diferentes países, siendo uno de los destinos favoritos, Estados Unidos donde los jóvenes buscan obtener oportunidades de crecimiento y soporte económico para sus familias. Este punto es de vital importancia, dado que al generar fuentes de empleo para estos jóvenes se puedan reducir las tasas de migración que afectan a la población.

Es importante generar estrategias que permitan el desarrollo de la juventud en la región en un ambiente seguro y libre de violencia.

b) Educación

En este plan se contempla la capacitación constante de los jóvenes y adultos con las cuales puedan obtener herramientas que les permitan desarrollarse y tener mejores oportunidades de crecimiento económico, así como también se brindara apoyo al emprendimiento. De igual forma se tiene influencia en la educación de los familiares de los empleados ya que a través de la fuente de empleo generada, los trabajadores podrán brindarle el acceso a la educación a los miembros de su familia o ellos mismos poder costearse un estudio superior o técnico.

c) Seguridad

Actualmente la región, especialmente en el municipio de Santa Rosa Guachipilín goza de muy buenas estadísticas en el tema de seguridad en la población:

Municipio	Frec.	%	Tasa X 100,000 habit.
Santa Rosa Guachipilín	2	0.1%	24.8

Tabla 234: Anuario Estadístico de Homicidios 2014-frecuencia de homicidios

Este aspecto es positivo y es de vital importancia mantener o mejorar dichas estadísticas, dado que esto representa un aspecto decisivo al momento de elegir un destino turístico en nuestro país. Se deben impulsar estrategias que permitan mantener índices delincuenciales bajos y esto se puede lograr promoviendo el turismo y generando cada vez mas fuentes de empleo para la población.

d) Salud

En la apuesta al turismo, y en especial en el caso del turismo ecológico es importante brindar un ambiente que fomente la higiene, una cultura de reciclaje, manejo adecuado de desperdicios, etc. Que permita mantener un ambiente limpio y esto en consecuencia generar mejores condiciones para la población local de la región como para los turistas que se estarán recibiendo. Se deberán establecer las normas a seguir y el tratamiento que se sebera brindar en cada caso.

11.3. Impactos negativos del plan en términos socio económicos

- Modificación de la flora y Fauna.
- Riesgo de visitas de turistas pertenecientes a grupos delincuenciales.
- Sobreexplotación de los recursos naturales locales.
- Interrupción del estilo de vida de los habitantes.

11.4. Implementación de ODS

¿Cómo Implementar las ODS en el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable en los Municipios afectados por dicho plan?

a) ¿Qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?³⁸



Figura 19: Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son un conjunto de objetivos, metas e indicadores universales que los Estados miembros de la ONU se han comprometido a utilizar para enmarcar las políticas nacionales e internacionales de desarrollo durante los próximos 15 años. Los mismos se basan en los avances logrados con los Objetivos de desarrollo del Milenio (ODM), los cuales fueron acordados por los gobiernos en 2001 y expiraron en 2015.

³⁸ Resolución de las Naciones Unidas A/RES/70/1 del 25 de setiembre de 2015.

Mientras que los ODM se centraron en la reducción de la pobreza extrema en todas sus formas, los ODS abarcan una agenda más amplia que incluye los aspectos social, ambiental y económico del desarrollo sostenible, la cual es pertinente para todos los países del mundo.

La siguiente tabla enumera los 17 objetivos:

ODS	Objetivo
Objetivo 1	Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo
Objetivo 2	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
Objetivo 3	Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades.
Objetivo 4	Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos
Objetivo 5	Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas
Objetivo 6	Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos
Objetivo 7	Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos
Objetivo 8	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
Objetivo 9	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
Objetivo 10	Reducir la desigualdad en los países y entre ellos
Objetivo 11	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
Objetivo 12	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
Objetivo 13	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
Objetivo 14	Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible
Objetivo 15	Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad
Objetivo 16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas
Objetivo 17	Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

Figura 20: Objetivos de Desarrollo Sostenible.

b) Localizar los ODS: Trabajo delegado a las alcaldías de Santa Rosa Guachipilín y Metapán.

Se entiende por localización el proceso de adaptar, implementar y monitorear los ODS a nivel local (municipios). Casi todos los ODS, incluso el ODS 11, tienen metas que dependerán de las acciones de los gobiernos locales. La localización es el proceso por medio del cual autoridades e interesados locales adaptarán e implementarán esas metas en ciudades y asentamientos urbanos.

En la práctica, la localización de los ODS comprende dos procesos principales.

- 1. Planificar e implementar los ODS:** en primer lugar, la localización de los ODS se refiere al proceso mediante el cual los gobiernos locales (o, en algunos casos, los

gobiernos regionales) definen, planifican e implementan estrategias para el logro de objetivos y metas adaptadas al contexto local.

2. **Realizar el seguimiento de los avances logrados en los ODS:** además de la implementación en el contexto local, los gobiernos locales también pueden realizar el seguimiento de los avances en diversas metas de los ODS. Para las metas relevantes basadas en resultados, el desglose geográfico y demográfico de datos ha sido reiteradamente considerado crucial para implementar exitosamente los ODS y asegurar que “nadie se quede atrás”.

c) **¿Cuáles son los incentivos para que los gobiernos locales adopten o “localicen” los ODS?**

1. **Que nadie se quede atrás:** un principio fundamental de la Agenda 2030 es que nadie se quede atrás. De este modo, la implementación de los ODS deberá velar por que los beneficios del desarrollo sean distribuidos equitativamente en todas las regiones y en todos los grupos poblacionales.
2. **Que ningún lugar quede rezagado:** el Objetivo 11 —el único que reconoce los aspectos espaciales del desarrollo—, incorpora en la Agenda la dimensión territorial del desarrollo sostenible. Una de las principales preocupaciones surgidas de la creación del Objetivo 11 se refiere a la posibilidad de que el mismo promueva la separación entre áreas urbanas y rurales.
3. **Acceso a los recursos para el desarrollo:** los ODS, en su carácter de agenda para el desarrollo mundial de los próximos quince años, encauzarán los recursos financieros y técnicos provenientes de distintas organizaciones internacionales, instituciones de financiamiento para el desarrollo, agencias de cooperación para el desarrollo, organizaciones no gubernamentales y otros actores que brindan apoyo al desarrollo.
4. **Una “hoja de ruta hacia el desarrollo sostenible”** para alcaldes y dirigentes locales: Para alcaldes y dirigentes locales comprometidos con el desarrollo urbano sostenible, los ODS proporcionan una hoja de ruta con objetivos y metas concretos que pueden contribuir a que las ciudades sean más sostenibles. Además, la agenda para el desarrollo sostenible fue creada con la participación de millones de interesados – sus ODS son descritos por el secretario general Ban Ki Moon como la “Agenda del pueblo”.

PASO 1: INICIAR UN PROCESO INCLUSIVO Y PARTICIPATIVO.

El primer paso para la adaptación de los ODS a las condiciones locales es concientizar sobre los ODS, incluir en el proceso a todos los interesados y fomentar el liderazgo local transparente que rinde cuentas.

La localización comienza con la concientización y comprensión de los ODS por parte de todos los interesados y continúa con un diálogo participativo y colaborativo sobre su implementación. El cambio transformador necesario para el logro de los ODS requiere de amplio apoyo e involucramiento del público y de un cambio de prioridades en el marco de las políticas a largo plazo con miras al desarrollo sostenible. Un proceso inclusivo en el que participan múltiples interesados para la implementación de los ODS tiene una serie de ventajas, a saber:

- Estimula la participación del público en los programas de implementación y presta apoyo político a la agenda de desarrollo sostenible.
- Aumenta el alineamiento político entre los grupos de interesados, lo cual conlleva menos conflictos y dificultados durante la implementación.
- Promueve la convergencia de esfuerzos de las diversas partes involucradas en el desarrollo y complementa, mediante alianzas, la capacidad financiera y técnica.
- Garantiza la inclusión de comunidades y grupos marginados de la población, lo que hace posible que los mismos puedan hacer oír su voz en los procesos de desarrollo.

Se puede fomentar la participación inclusiva a través de acuerdos formales de gobernanza y alianzas entre múltiples interesados, así como a través de la colaboración más informal entre grupos de interesados. Para que el proceso sea verdaderamente participativo, se debería procurar el involucramiento y la colaboración del público en todo el ciclo de planificación, implementación y evaluación de los ODS. Esto también permite aumentar las capacidades de los gobiernos locales y de los ciudadanos para lograr una gobernanza más participativa en general.

Para lograr que los interesados se involucren y entiendan a cabalidad la agenda de los ODS, es importante demostrar cómo los objetivos tienen relevancia en la vida cotidiana de las personas. Entre las diversas maneras de hacerlo, están las siguientes:

1. **Vincular objetivos y metas mundiales con inquietudes locales y soluciones prácticas.** Los objetivos como el ODS 1 “poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo” puede parecer exageradamente ambicioso o no pertinente en determinados contextos (p.ej., donde existe pobreza extrema), si aquellos no han sido adaptados para abordar la problemática local.
2. **Adaptar el mensaje al público destinatario.** Es posible que el sector privado tenga intereses muy diferentes a los de las organizaciones de la sociedad civil con respecto a la agenda de desarrollo sostenible.
3. **Utilizar diversos medios para ampliar el alcance de la comunicación.** Aunque los medios digitales son un modo efectivo de comunicación, no todos los ciudadanos tienen la posibilidad de acceder a internet. Puede que, en ciertos contextos, la mayoría no tenga acceso a internet o una parte considerable de la población no esté alfabetizada.
4. **Brindar oportunidades estructuradas que faciliten el compromiso sólido, las recomendaciones y la retroalimentación de los ciudadanos en materia de políticas.** Asegurar un involucramiento más activo a través de oportunidades de participación en todo el proceso de implementación de los ODS.
5. **Proponer e incentivar la contribución de los ciudadanos o de grupos específicos de interesados.** Por ejemplo, se puede invitar a profesionales y especialistas del ámbito de planificación, TI o ciencia de datos para que propongan soluciones de intervenciones especializadas, ya se trate de la planificación del espacio público o de aplicaciones móviles.

6. **Comunicación e involucramiento continuos durante las fases de implementación y evaluación.** La concienciación forma parte de un proceso continuo para fomentar la participación de los ciudadanos y de las partes interesadas, como también garantizar la gobernanza transparente en la implementación de los ODS.

Gobernanza de la localización de los ODS

Gobernanza de la localización de los ODS La exitosa localización de los ODS dependerá del liderazgo transparente y capaz de rendir cuentas, que apoye la integración y la adaptación de los objetivos mundiales al contexto local. La gobernanza de la localización de los ODS incluye procesos e instituciones, tanto formales como informales, que guiarán y darán forma a actividades colectivas de las partes interesadas para alcanzar objetivos y metas. Aunque las características de la gobernanza de los ODS pueden variar de un lugar a otro, los mecanismos eficaces para la localización de los ODS se caracterizan por lo siguiente:

- Liderazgo político de alto nivel:
- Integrada a estructuras locales de gobernanza:
- Comunicación y coordinación intersectorial:
- Involucramiento de actores no estatales:
- Alto grado de rendición de cuentas:

PASO 2: FIJAR LA AGENDA LOCAL DE ODS.

La siguiente es una guía general que puede utilizarse para definir metas de los ODS en el plano local:

- Las metas deberían ser pertinentes y alcanzables.
- Las metas locales corresponden al mandato del gobierno local.
- Las prioridades se eligen con base en las brechas de desarrollo.

PASO 3: PLANIFICAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS ODS.

Utilizar métodos y mecanismos de planificación basados en objetivos para el logro de resultados sociales, económicos y ambientales más sostenibles.

Es necesario entender y analizar cada objetivo y cada estrategia con respecto a las implicaciones económicas, sociales y ambientales. Las metas de los ODS adoptadas para ser implementadas a nivel local ofrecen a los gobiernos locales y regionales una oportunidad única y valiosa para asumir una perspectiva de planificación integral y a largo plazo.

Características esenciales de una planificación para obtener resultados sostenibles:

- Coherencia de las políticas.
- Planificación multisectorial.
- Formulación reflexiva y receptiva de políticas.

PASO 4: MONITOREO Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE LOS ODS.

El logro de los ODS requiere marcos sólidos de monitoreo y evaluación (MyE) para hacer un seguimiento de los avances y garantizar la rendición de cuentas. Mientras que el monitoreo emplea la recopilación sistemática de datos de indicadores específicos para hacer un seguimiento de los avances en la consecución de los objetivos, la evaluación utiliza los datos recogidos para revisar el diseño, la implementación y los resultados de los proyectos y programas de desarrollo sostenible en curso o finalizados, con el fin de determinar su impacto y eficiencia, y modificar —de ser necesario—, políticas y programas de desarrollo.

Son tres los componentes de un sistema de MyE eficaz para supervisar los avances logrados en los ODS:

- Información sobre el desempeño de programas.
- Estadísticas urbanas.
- Evaluaciones.

Adicionalmente, los sistemas locales de MyE deberán desarrollar la capacidad para el flujo de información con los niveles más altos de gobierno, a través de procesos que permitan el análisis de estadísticas acumuladas y desglosadas, así como la evaluación de desempeño y resultados de los gobiernos locales.

CONDICIONES PROPICIAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

I. Gobernanza descentralizada.

Los ODS ofrecen a los defensores de la descentralización un abanico de oportunidades para reclamar reformas, mayores recursos, desarrollo de la capacidad, autoridad ejecutiva y mecanismos para la rendición de cuentas a nivel local.

Específicamente, los gobiernos locales deberían procurar:

- Estar informados.
- Evaluar el desempeño.
- Mejorar la transparencia y la inclusión.
- Trabajar en colaboración.
- Cooperar con gobiernos locales vecinos.
- Formar coaliciones.

II. Gobernanza local integrada.

La implementación exitosa de los ODS, con el triple resultado de desarrollo social, desarrollo económico y protección del medio ambiente, requerirá un enfoque integrado de gobernanza y políticas. Se entiende por integración en el gobierno la coordinación de acuerdos de trabajo en los que los múltiples departamentos u organizaciones del sector público están involucrados para prestar un servicio público o implementar un programa.

- a) Superando las estructuras sectoriales tradicionales de gobernanza.

- b) Impulsando la coordinación entre los departamentos y las instituciones del sector público.
- c) Alineando las prioridades de desarrollo en los diferentes niveles de gobierno.
- d) Promoviendo la toma de decisiones para beneficio mutuo y minimizando los compromisos (trade-offs) y v) fomentando la planificación multisectorial a través de la acción conjunta.

III. Desarrollo de capacidades de los gobiernos para implementar los ODS.

Las iniciativas para el desarrollo de capacidades locales deben tener objetivos claros e indicadores de desempeño; deben responder a las necesidades específicas de capacitación y tener suficientes recursos para asegurar el desarrollo sostenido de las mismas. Si bien el desarrollo de capacidades es un proceso continuo y a largo plazo, se describen a continuación algunos mecanismos para la creación de capacidades a corto y mediano plazo.

- Legislación.
- Programas de capacitación.
- Alianzas.
- Expertos externos.
- Medidas para la rendición de cuentas.
- Tecnología.
- Mejores prácticas.

IV. Marcos normativos.

Los marcos normativos son un conjunto de principios y objetivos a largo plazo que sirven de base para leyes y reglamentos, proporcionando orientación general en materia de planificación y desarrollo para un país/región o dentro de un sector de actividad.

d) Resumen de los ODS en el Plan de Desarrollo de Turismo.

Al anunciar la adopción del Año Internacional del Turismo para el Desarrollo (IY2017), la Asamblea General de las Naciones Unidas afirmó que el sector turístico puede contribuir a los tres pilares de la sostenibilidad (económico, social y del medio ambiente), y a cada uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Entre los propósitos de dicha conmemoración en el año 2017, se encuentran 5 elementos fundamentales a los que el turismo tiene que aportar una contribución esencial y duradera.

- 1) Crecimiento económico sostenible.
- 2) Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza.
- 3) Uso eficiente de los recursos, protección ambiental y cambio climático.
- 4) Valores culturales, diversidad y patrimonio.
- 5) Comprensión mutua, paz y seguridad.

11.5. Impacto Social del Turismo

Los impactos socioculturales del turismo han sido descritos como las formas en que el turismo y los viajes transforman los sistemas de valores sociales y colectivos, patrones de comportamiento, estructuras comunitarias, estilo y calidad de vida (Hall y Lew, 2009: 57). De este modo, se puede definir a los Impactos Sociales del turismo, como los cambios en la calidad de vida de los residentes de destinos turísticos como consecuencia de dicha actividad. Asimismo, se define a la calidad de vida como “un estado de satisfacción general, derivado de la realización de las potencialidades de las personas” (Mathienson y Wall, 2006: 227). Posee aspectos subjetivos y aspectos objetivos. Es una sensación subjetiva de bienestar físico, psicológico y social.

Según la OMT, “la variación del nivel de satisfacción puede ser un indicador de alerta temprana de la existencia de hostilidad o de la posibilidad que se produzcan incidentes, así como un medio para obtener información sobre problemas y motivos de malestar incipientes antes que se agraven, por lo que la satisfacción de los residentes con el turismo es fundamental para la sostenibilidad; en casos extremos la hostilidad de la comunidad ha alejado a los turistas” (OMT, 2004).

En cuanto al incremento de los problemas sociales, una investigación llevada a cabo en Florida, reveló que los residentes percibían el turismo como un factor causal en el incremento del delito y el alcoholismo (King, Pizam, Milman, 1993). El incremento de bebida entre menores de edad puede llegar a ser un problema especialmente en comunidades de playa, áreas con festivales en las que aparece el alcohol.

En tanto, se puede decir que el turismo representa solamente una forma de exposición de los residentes a elementos de sociedades con una cultura diferente, con lo que podemos considerarlo responsable de acelerar los cambios, pero nunca como un factor endémico y necesario para el desarrollo de los mismos.

¿Cómo evitar un impacto social?

Mediante charlas, capacitación, talleres y refuerzo a los valores sociales y culturales autóctonos.

11.6. Resumen de evaluación socioeconómica de los factores positivos:

Beneficio	Cantidad
Empleos directos permanentes	19
Empleos directos temporales	40
Empleos indirectos	24
Personas beneficiadas por empleos directos permanentes	76
Personas beneficiadas por empleos directos temporales	160
Cantones beneficiados directamente	3

Tabla 235: Resumen evaluación socioeconómica

12. Evaluación Ambiental

12.1. Generalidades

La evaluación del impacto ambiental es un procedimiento administrativo destinado a identificar, describir y evaluar de forma apropiada, en función de cada caso particular y de conformidad con la actual normativa de aplicación, los efectos directos e indirectos de un proyecto sobre los siguientes factores:

- a) El ser humano, la fauna y la flora.
- b) El suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje.
- c) Los bienes materiales y el patrimonio cultural.
- d) La interacción entre los factores mencionados anteriormente.

12.2. ¿Por qué tener en cuenta el impacto ambiental?

Realizar un estudio de impacto ambiental, puede parecer a muchos grupos y comunidades que buscan financiamiento para una inversión, tan solo un aumento en el trabajo requerido que no proporciona beneficios sustanciales. Con demasiada frecuencia, el estudio ambiental se ve como algo requerido con el único propósito de satisfacer las demandas de los habitantes de las ciudades o de los extranjeros, que apenas si conocen los problemas que existen en el área del proyecto.

¿Cuál es la relación entre el impacto ambiental y la sostenibilidad del proyecto? A pesar de que muchos factores pueden influir en la sostenibilidad; en el medio rural el uso de los recursos naturales como agua, suelos y vegetación es el eje central del proyecto de inversión.

Los habitantes de las áreas rurales son más conscientes que los habitantes de las áreas urbanas de la relación existente entre las personas y el medio ambiente en el que vivimos. Por supuesto que todos quieren tener suficientes recursos para alimentar a su familia y para satisfacer sus necesidades de educación y asistencia médica, pero un proyecto mal diseñado puede tener como consecuencia una pérdida del ingreso y una producción reducida a futuro, que dejará a la familia en condiciones peores de las que enfrenta hoy en día. ¡El futuro no se debe vender por tan poco precio!

12.3. Definición

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), según el Art. 18 de la Ley de Medio Ambiente, se define como el proceso que incluye el conjunto de acciones que aseguran que las actividades, obras o proyectos que puedan tener un impacto negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de pre inversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y se recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando

la alternativa que mejor garantice la protección del ambiente y la sostenibilidad de la inversión.

12.4. Objetivos

Los objetivos de la implementación de la Evaluación Ambiental se presentan a continuación:

- Determinar la factibilidad del plan desde el punto de vista Medio Ambiental.
- Contribuir a la integración de los aspectos ambientales, sociales y económicos del plan de Desarrollo de Turismo Sostenible
- Identificar y describir los riesgos sociales y ambientales al ponerse en operación el plan de desarrollo turístico.
- Proponer medidas sociales y ambientales, así como acciones de monitoreo y seguimiento.
- Establecer si la propuesta cumple con las Leyes Medios Ambientales de El Salvador.
- Identificar acciones o mecanismos del plan que permita la mitigación, prevención o reducción de impactos negativos que pudiese generar durante su implementación y funcionamiento ambientales.

12.5. Evaluación

Para realizar una evaluación del impacto ambiental en el Salvador según el ministerio de Medio Ambiente se tiene que: Atendiendo lo dispuesto en el artículo 23 del Reglamento General de la Ley de Medio Ambiente, la estructura del Estudio de Impacto Ambiental comprenderá los siguientes puntos enlistados:

- Título y autores
- Resumen ejecutivo del estudio
- Descripción del proyecto y sus alternativas.
- Consideraciones jurídicas y de normativa ambiental aplicables, relativas a la actividad, la obra o el proyecto.
- Descripción, caracterización y cuantificación del medio ambiente actual, de los componentes físicos, biológicos y socioeconómicos, del sitio y área de influencia.
- Identificación, priorización, predicción y cuantificación de los impactos ambientales.
- Interpretación de los resultados del análisis beneficio-costos, rentabilidad y eficiencia, considerando factores técnicos, económicos, sociales y ambientales (aplicable a actividades, obras o proyectos del sector público);
- Programa de Manejo Ambiental;
- Apéndice.

a) Metodología

Según el reglamento general de la ley del Medio Ambiente: el MARN no admitirá Estudios de Impacto Ambiental, cuando en la elaboración de los mismos no haya participado ningún prestador de servicios con especialidad a fin a la materia que se desarrolla

Para la evaluación del presente plan de desarrollo turístico sustentable se ha seleccionado una propuesta metodológica para la evaluación de impacto ambiental a partir de diferentes métodos específicos de principalmente de origen colombiano dado que dentro de esta se desarrolla parte importante de la metodología utilizada por el MARN en las evaluaciones ambientales en El Salvador las cuales son:

- Descripción, caracterización y cuantificación del medio ambiente actual, de los componentes físicos, biológicos y socioeconómicos, del sitio y área de influencia.
- Identificación, priorización, predicción y cuantificación de los impactos ambientales;
- Interpretación de los resultados del análisis beneficio-costos, rentabilidad y eficiencia, considerando factores técnicos, económicos, sociales y ambientales (aplicable a actividades, obras o proyectos del sector público)

Las etapas a seguir para realizar la evaluación ambiental del plan de desarrollo turístico sostenible se detallan a continuación:

1. **Desagregación de la Propuesta:** Consiste en dividir la propuesta en todas las obras o actividades que se requieren para su construcción en proceso.
2. **Identificación de los Impactos:** Esta etapa consiste en identificar los impactos que se pueden generar en cada uno de los procesos. Para ello se utiliza un método de valoración de impactos por medio del cual se determina la magnitud de la relación proyecto ambiente, el cual está compuesto por los siguientes elementos básicos:
 - Acción: Es el conjunto de actividades necesarias para la ejecución de la propuesta.
 - Efecto: Es el proceso físico, social económico o cultural que puede ser activado, suspendido o modificado por una determinada acción de la propuesta.
 - Impacto: Es el cambio que se produce en alguno de los elementos ambientales por una determinada acción de la propuesta.
3. **Evaluación de los impactos:** Aquí se procede a evaluar cada impacto individualmente. Los atributos ambientales o criterios utilizados para la calificación son: Clase, Presencia o Probabilidad, Duración, Evaluación y Magnitud

b) Descripción de la evaluación ambiental

Para la calificación ambiental, se utilizará igualmente el método de calificación ambiental que es la expresión de la interacción o acción conjugada de los criterios o factores que caracterizan los impactos ambientales y está definida por la siguiente ecuación:

$$Ca = C(P[aEM + bD])$$

- Ca: Calificación ambiental (varía entre 0.1 y 10) Dónde:
- C: Clase expresado por el signo + o – de acuerdo al tipo de impacto
- P: Presencia (varía entre 0.0 y 1.0)
- E: Evolución (Varía entre 0.0 y 1.0)
- M: Magnitud (Varía entre 0.0 y 1.0)
- D: Duración (Varía entre 0.0 y 1.0)

**a y b: Constantes de ponderación cuya suma deber ser igual a 10 (a con un valor de 7 y, b con un valor de 3)

Ejemplo de Calculo utilizando la ecuación para la Calificación Ambiental, analizando el impacto ambiental de la Obra civil de Parque “Los Ranchos”:

$$Ca = C(P[aEM + bD])$$

- C: Clase expresado por el signo + o – de acuerdo al tipo de impacto: (-) Negativo
- P: Presencia (varía entre 0.0 y 1.0) = 0.40
- E: Evolución (Varía entre 0.0 y 1.0) = 0.80
- M: Magnitud (Varía entre 0.0 y 1.0) = 0.80
- D: Duración (Varía entre 0.0 y 1.0) = 0.80

$$Ca = -(0.40[7 * 0.80 * 0.80 + 3 * 0.80])$$

$$Ca = -2.75$$

12.6. Parámetros

El índice denominada calificación ambiental (Ca), se obtiene a partir de cinco criterios o factores característicos de cada impacto, los cuales se explican de la siguiente manera:

- Clase (C): Define el sentido del cambio ambiental producido por una determinada acción del proyecto. Puede ser positivo o negativo.
- Presencia (P): Como no se tiene certeza absoluta de que todos los impactos se presenten, la presencia califica la probabilidad de que el impacto pueda darse, se expresa entonces como un porcentaje de la probabilidad de ocurrencia
- Duración (D): Evalúa el periodo de existencia activa del impacto y sus consecuencias, se expresa en función del tiempo que permanece el impacto (muy larga, larga, corta, etc.)
- Evolución (E): Evalúa la velocidad de desarrollo del impacto, desde que aparece hasta que se hace presente plenamente con todas sus consecuencias, se expresa en unidades relacionadas con la velocidad con la que se presenta el impacto.
- Magnitud (M): Califica la dimensión o tamaño del cambio ambiental producido por la actividad o procesos constructivo y operativo. Los valores de magnitud absoluta,

cuantificados o referidos se transforman en términos de magnitud relativa, que es una expresión mucho más real del nivel de afectación del impacto.

A continuación, se presenta la definición de criterios para realizar la evaluación ambiental, donde se detallan las diferentes escalas de calificación y su respectiva descripción.

CRITERIO	CALIFICACIÓN	ESCALA	DESCRIPCIÓN
Clase de Impacto	Positiva	+	El efecto mejora el estado actual del recurso afectado
	Negativa	-	El efecto deteriora el estado actual del recurso afectado
Presencia	Cierto	1.0	Existe absoluta certeza de que el impacto se presente
	Probable	0.8	Es probable hasta en un 50 % que el impacto se dé
	Incierto	0.4	Es poco probable que el impacto se presente
	imposible	0.1	Es casi imposible que se dé, pero podría presentarse
Magnitud	Muy Severo	1.0	Daño permanente al ambiente
	Severo	0.8	Daños serios pero temporales al ambiente
	Medianamente severo	0.5	Daños menores pero permanentes al ambiente
	Ligeramente severo	0.3	Daños menores al ambiente
	Nada severo	0.1	Ningún daño
Duración	Muy larga	1.0	Más de un año
	larga	0.8	De 6 meses a 1 año
	Moderada	0.6	De 1 mes a 6 meses
	Corta	0.4	De 1 día a 1 mes
	Muy corta	0.2	Menos de un día
Evolución	Muy rápido	1.0	Menos de un día
	Rápido	0.8	De 1 día a 1 mes
	Medio	0.6	De 1 mes a 6 meses
	Lento	0.4	De 6 meses a 1 año
	Muy lento	0.2	Más de un año

Tabla 236: Criterios de evaluación ambiental

Según las calificaciones asignadas individualmente a cada criterio, el valor absoluto de calificación ambiental (Ca), será mayor que cero y menor o igual que diez. Este valor numérico se convierte luego en una expresión que indica la importancia del impacto (muy alta, alta, media, baja y muy baja) asignándole unos rangos.

En la siguiente tabla se observan los rangos establecidos para la interpretación de la calificación ambiental de cada impacto.

RANGO DE CALIFICACIÓN	VALORACIÓN
0.0 – 2.0	Muy baja
2.1 – 4.0	Baja
4.1 – 6.0	Media
6.1 – 8.0	Alta
8.1 – 10.0	Muy alta

Tabla 237: Rangos de calificación de la evaluación ambiental

a) **Desarrollo de la evaluación ambiental de la propuesta**

En el desarrollo de la evaluación ambiental del plan de desarrollo turístico sostenible para la micro región Trifinio en la cuenca del río Lempa en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán se muestra a continuación:

Etapa 1: Desagregación del plan

A continuación, se enlistan cada una de las actividades del plan las cuales van a someterse a la evaluación ambiental debido a la relación que existe entre éstas y el impacto ambiental que generan:

FASE	ACTIVIDADES
Implementación del plan	Obra civil de Parque “Los Ranchos”
	Construcción de Plaza “Santa Rosa Guachipilín”
	Construcción de miradores turísticos
	Construcción de infraestructura para Rafting
	Construcción de infraestructura para Canopy
	Construcción de kioscos de artesanías y oficina de turismo
	Señalización en la región
	Realización de prueba piloto
Operación de la Propuesta	Implementación del circuito Ruta Fresca
	Implementación del circuito Campiña Viva
	Implementación del circuito Ruta Verde

Tabla 238: Desagregación del plan para realizar evaluación ambiental

Etapa 2: Identificación de los Impactos

Después de identificar las principales actividades para ocasionar deterioro al medio ambiente se identificará el nivel de impacto que estos causarían, los cuales se muestran a continuación:

FASE	ACTIVIDADES	EFECTO	IMPACTO
Implementación de la propuesta	Obra civil de Parque “Los Ranchos”	Deforestación y daño de tierras y suelos vírgenes así como también mantos acuíferos.	Modificación del hábitat y esparcimiento de partículas de polvo en el aire y contaminación de suelo.
	Construcción de Plaza “Santa Rosa Guachipilín”	Deforestación y daño de tierras y suelos vírgenes así como también mantos acuíferos.	Modificación del hábitat y esparcimiento de partículas de polvo en el aire y contaminación de suelo.
	Construcción de miradores turísticos	Deforestación y Colocación de materiales de señalización con efectos en el ambiente natural como la pintura y otros elementos que modifican el área natural.	Deterioro de infraestructura y contaminación por efectos químicos.
	Construcción de infraestructura para Rafting	Deforestación y daño de tierras y suelos vírgenes así como también mantos acuíferos.	Modificación del hábitat y esparcimiento de partículas de polvo en el aire y contaminación de suelo.

	Construcción de infraestructura para Canopy	Deforestación y daño de tierras y suelos vírgenes así como también mantos acuíferos.	Modificación del hábitat y esparcimiento de partículas de polvo en el aire y contaminación de suelo.
	Construcción de kioscos de artesanías y oficina de turismo	Modificación mínima de alguna área de la zona	Ninguna
	Instalación de señalización	Colocación de materiales con efectos en el ambiente natural como la pintura y otros elementos que modifican el área natural.	Deterioro por efectos químicos y contaminación.
	Realización de prueba piloto	Daño a zonas verdes del municipio, generación de residuos por parte de turistas.	Contaminación de suelo, mantos acuíferos y aire.
Operación de la Propuesta	Implementación del circuito Ruta Fresca	Daño a zonas verdes en la región, posible generación de residuos por parte de turistas.	Deforestación, contaminación y pérdida de espacios verdes en la región.
	Implementación del circuito Campiña Viva	Daño a zonas verdes en la región, posible generación de residuos por parte de turistas.	Deforestación, contaminación y pérdida de espacios verdes en la región.
	Implementación del circuito Ruta Verde	Daño a zonas verdes en la región, posible generación de residuos por parte de turistas.	Deforestación, contaminación y pérdida de espacios verdes en la región.

Tabla 239: Identificación de los impactos ambientales

Etapa 3: Evaluación de los Impactos

A continuación, se presenta la matriz de evaluación donde se relaciona cada actividad identificada con los criterios de evaluación ambiental con la finalidad de realizar la evaluación de los impactos ambientales generados por el plan

Actividades	Impacto	Clase	Presencia	Magnitud	Duración	Evolución	C.A	Impacto Ambiental
Obra civil de Parque "Los Ranchos"	Modificación del hábitat y esparcimiento de partículas de polvo en el aire y contaminación de suelo.	-	0.4	0.8	0.8	0.7	2.53	Baja
Construcción de Plaza "Santa Rosa Guachipilín"	Modificación del hábitat y esparcimiento de partículas de polvo en el aire y contaminación de suelo.	-	0.4	0.2	0.8	0.6	1.3	Muy Baja
Construcción de miradores turísticos	Deterioro de infraestructura y contaminación por efectos químicos.	-	0.4	0.3	0.4	0.2	0.65	Muy Baja
Construcción de infraestructura para Rafting	Modificación del hábitat y esparcimiento de partículas de polvo en el aire y contaminación de suelo.	-	0.7	0.3	0.5	0.4	1.64	Muy Baja
Construcción de infraestructura para Canopy	Modificación del hábitat y esparcimiento de partículas de polvo en el aire y contaminación de suelo.	-	0.6	0.1	0.4	0.4	0.89	Muy Baja
Construcción de kioscos de artesanías y oficina de turismo	Ninguna	-	0.4	0.4	0.5	0.5	1.16	Muy Baja
Instalación de señalización	Deterioro por efectos químicos y contaminación.	-	0.3	0.4	0.3	0.2	0.44	Muy Baja
Realización de prueba piloto	Contaminación de suelo, mantos acuíferos y aire.	-	0.4	0.5	0.2	0.2	0.52	Muy Baja
Implementación del circuito Ruta Fresca	Deforestación, contaminación y pérdida de espacios verdes en la	-	0.4	0.5	0.7	0.6	1.68	Muy Baja
Implementación del circuito Campiña Viva	Deforestación, contaminación y pérdida de espacios verdes en la	-	0.4	0.5	0.7	0.6	1.68	Muy Baja
Implementación del circuito Ruta Verde	Deforestación, contaminación y pérdida de espacios verdes en la	-	0.4	0.5	0.7	0.6	1.68	Muy Baja

Tabla 240: Evaluación de los impactos

b) Análisis de resultados de la evaluación ambiental

Luego del análisis de los resultados obtenidos a través de la metodología para la evaluación ambiental del plan de desarrollo turístico, se enlistan los siguientes puntos a resaltar:

- Para la fase de la implementación de la propuesta se muestra que el nivel de impacto ambiental existente en cada una de las actividades resulta “muy bajo”, clasificados todos esto como negativos.
- Los 3 impactos de clase negativa de la fase Operación de la propuesta generan un nivel de impacto de nivel de Muy de igual manera, esto debido a que las actividades que lo integran no implican mayor daño a la región y sus habitantes.

No obstante, se deberá trabajar en la mitigación de los impactos negativos de la fase de implementación de la propuesta considerando los siguientes puntos:

- Incentivar a una cultura eco amigable que permita brindar mejores condiciones de tratamiento de desechos, así como también optar por materiales amigables con el medio ambiente, cultivando el reciclaje y el uso de materiales renovables, buscando que se disminuir los residuos sólidos en el lugar y evitar el desperdicio de agua.
- Para los trabajos de la construcción de la obra civil del parque Los Ranchos y Plaza Santa Rosa Guachipilín, se deberá tener especial cuidado con el manejo de desperdicios de todo tipo evitando a toda costa la contaminación de la zona.
- En los casos en que sea necesario la tala de árboles, se deberá respetar el reglamento y se tendrá especial cuidado de talar los estrictamente necesarios siempre con las precauciones necesarias.

En cuanto a la fase de operación de la propuesta, se enlistan medidas preventivas y correctivas como las siguientes:

- Se deberá capacitar a todo el personal bajo una cultura “Eco Amigable”, que permita fomentar el correcto manejo de desperdicios por parte de los pobladores y turistas que visiten los diferentes atractivos.
- Brindar todo el equipo necesario en cada una de las instalaciones donde se llevará a cabo la prestación de cada uno de los servicios, como lo son depósitos debidamente identificados.
- Ubicar señalización informativa y preventiva para que cada visitante esté debidamente informado al momento de manejar desechos a fin de cuidar el medio ambiente.
- Concientizar a la población y en especial a los turistas sobre la importancia de la práctica del reciclaje y uso de materiales biodegradables.
- Es importante incentivar a toda la población y turistas a realizar actividades de mayor contacto con la naturaleza creando conciencia de no contaminar el área y la manera en la que se puede convivir con la vegetación y fauna sin necesidad de contaminar. Una forma es que, en cada visita se debe siempre dar el ejemplo practicar la técnica de aprender haciendo, lo que favorece los

cambios necesarios de actitud y aptitud en las personas que visiten el municipio.

- Cada uno de los recorridos turísticos deberá ser planificado acorde el diseño de cada uno de ellos en función de la carga ocupacional.

Luego de la evaluación ambiental, se obtuvieron resultados satisfactorios ya que no se detectaron actividades que puedan tener impactos negativos cuyo nivel sea medio, alto o muy alto para el medio ambiente, por lo cual se puede decir que el plan de desarrollo turístico sostenible para la región Trifinio en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán en la cuenca del Río Lempa, departamento de Santa Ana, no tiene impactos negativos significativos para el medio ambiente y se ha diseñado pensando en el fomento al respeto de la naturaleza así como también el cuidado y conservación de cada uno de sus recursos ,ya que estos son parte importante y fundamental en la prestación de los diversos productos que integran todos sus circuitos turísticos y mayores atractivos.

12.7. Turismo Sustentable

a) Definición

El turismo sostenible es una forma de ver y entender el turismo que pasa por la protección de las áreas turísticas en las que opera y, también, por el respeto a las personas, tanto al viajero como a la población local, pasando por el respeto al patrimonio cultural y natural de los espacios donde se produce.

b) Beneficios del turismo sostenible

Con el paso del tiempo, se ha demostrado que el turismo sostenible posee más beneficios que desventajas, pues su aplicación, según el proyecto Biosphere Tourism, ofrece ventajas como:

- Fomenta la planificación de proyectos de conservación, a través del uso consciente de los recursos naturales.
- Genera fuentes de empleo directo e indirecto
- Beneficia económicamente a las localidades donde se aplica y genera ingresos para el sector en un territorio determinado
- Potencia el desarrollo de pequeñas comunidades, para reducir la desigualdad y la pobreza
- Promueve el mantenimiento y la conservación de infraestructuras, así como también de obras físicas de gran valor y entornos naturales
- Permite dar a conocer la riqueza de las costumbres y tradiciones locales, para preservar la identidad nacional
- Estimula el turismo rural y da vida a zonas con gran potencial y atractivo turístico

c) Estrategias de Turismo Sustentable

Las estrategias dentro del turismo sostenible son acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo para ser implementadas con el fin de aprovechar los recursos y las oportunidades con las que se cuenta en una determinada región. Es importante que los líderes del proceso tengan experiencia no sólo en temas turísticos sino en aspectos económicos, ambientales y sociales. Adicionalmente, deben estar ajenos a interés particulares ya que si bien la información levantada a nivel local es valiosa, la imparcialidad es mucho más vital.

En el presente plan propuesto, en aras de respaldar las directrices de un plan de desarrollo turístico sustentable vistas en los puntos previos, se han establecido los siguientes puntos:

- El desarrollo del plan de debe usarse para motivar el diálogo entre el gobierno, los empresarios del sector turismo y las comunidades locales acerca del futuro de una región y el rol que en este sentido tiene el turismo.
- La estrategia debe ser usada para guiar y fomentar la inversión en infraestructura de transporte, servicios públicos, marketing, información e interpretación.
- Los empresarios del sector turismo pueden ganar en seguridad e invertir a largo plazo gracias al desarrollo turístico en un ambiente estable social, ambiental y económicamente.
- Tanto la conservación de los hábitats naturales como de la herencia cultural deben ser incluidos dentro del proceso de construcción del plan, de esta forma ganarán estatura al ser reconocidos y valorados como parte del proceso. Bajo este orden de ideas el patrimonio natural y cultural debe ser considerado como un valor agregado a los servicios turísticos que se van a prestar.
- Durante el proceso de construcción del plan, se han incluido procesos de diversificación productiva como talleres artesanales, actividades deportivas al aire libre, oferta gastronómica especializada y regional, reorganización del transporte público para los visitantes, establecimiento de nuevos restaurantes entre otros. Lo anterior puede diversificar o incrementar las oportunidades laborales de la región, incluso mejorando las tasas de ocupación laboral de mujeres que en las áreas rurales son tradicionalmente bajas.
- La construcción de estrategias puede ser usadas como un vehículo para nuevas ideas y como parte de un proceso educativo que permita el desarrollo de nuevas habilidades y competencias dentro de la comunidad de la región.
- El diálogo sectorial y local puede permitir considerar los costos y beneficios de diferentes alternativas de turismo y de inversión en turismo.
- La mayoría de negocios de turismo rural son pequeños e incapaces de implementar un marketing efectivo, luego dentro del proceso de construcción de la estrategia puede promoverse la confluencia de las fincas y casas rurales en portales especializados que facilitan y garantizan una visibilidad dentro la creciente oferta turística.
- La elaboración de un plan efectivo, bien escrito y socializado con toda la comunidad puede permitir la gestión de recursos desde el sector privado o público.
- Las estrategias deben ser a largo plazo y sugerir evaluación del programa anualmente.
- Debe ser el inicio de una relación donde confluyan empresarios, gobierno, cultura e intereses ambientales.

CAPÍTULO IX: ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE

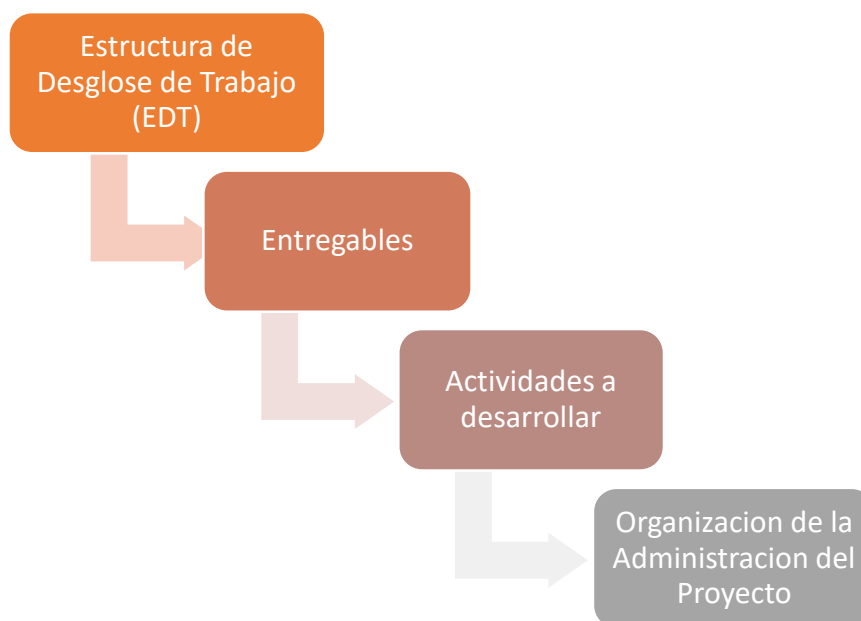
La administración del proyecto se logra mediante la aplicación e integración adecuada de los procesos de la dirección de proyectos, agrupados de manera lógica, categorizados en cinco grupos de procesos, los cuales son:

1. Inicio
2. Planificación
3. Ejecución
4. Monitoreo y Control
5. Cierre.

1. Planificación de la implantación.

1.1. Metodología General

A continuación, se muestra la metodología a seguir para la Administración del Proyecto “Plan de desarrollo turístico sustentable para los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán en la cuenca del Río Lempa y región Trifinio.”,



a) Estructura de Desglose De Trabajo (EDT)

Desglose de Trabajo

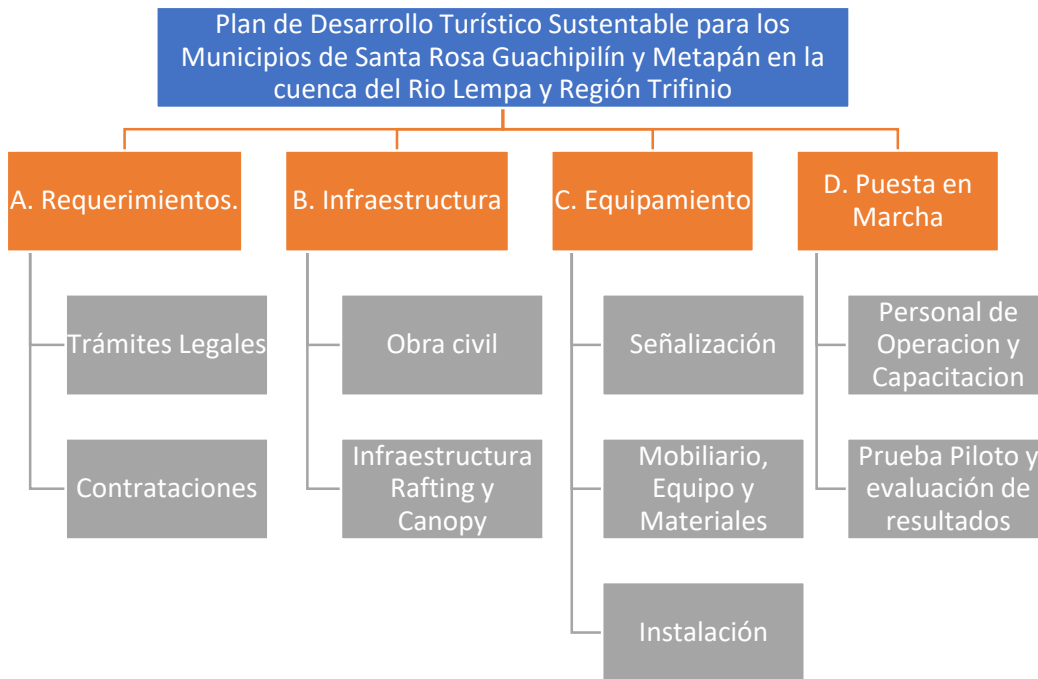


Ilustración 143: Estructura de Desglose de Trabajo (EDT)

b) Entregables y Paquetes de Trabajo

Descripción de los niveles de la estructura

Nivel 0 El proyecto consiste en la legalización, construcción, equipamiento y puesta en marcha del plan de desarrollo turístico sustentable para los municipios de Santa Rosa Guachipilín en cuenca del río Lempa y Región Trifinio.

Nivel 1 En este nivel se presentan los entregables que se van a desarrollar para llevar a cabo el objetivo del proyecto los cuales son:

- Requerimientos
- Infraestructura
- Equipamiento
- Puesta en marca

Nivel 2 Se muestra los diferentes paquetes de trabajo los cuales permiten visualizar de mejor manera los resultados esperados durante la vida del proyecto

- Trámites legales y organización
- Contrataciones
- Obra civil
- Infraestructura para rafting y Canopy
- Señalización
- Mobiliario equipo y materiales

- Instalación
- Personal de operación y capacitación.
- Prueba piloto y evaluación de resultados.

Diccionario EDT

Entregable: Requerimientos

Objetivo: Llevar a cabo cada una de las actividades necesarias para el proceso de legalización y contratación de gerentes para el desarrollo del proyecto.

Descripción: Dentro de este entregable se incluyen cada una de las acciones que son necesarias previas a la ejecución del proyecto (legalización, licitación de obra civil y contratación de los gerentes para el desarrollo del proyecto).

Paquete de Trabajo: Trámites legales y organización

Objetivo:

- Realizar todas inscripciones y registros del proyecto.
- Tramitar los permisos necesarios para la ejecución del proyecto.

Descripción: En este paquete se vela por el cumplimiento de cada uno de los aspectos legales para el trámite de las diferentes inscripciones como el registro de la asociación y adquirir los distintos permisos necesarios para el desarrollo del plan así como también la organización de la asociación propuesta.

Políticas de ejecución:

- Se deberá velar por el cumplimiento de los plazos de entrega; cualquier eventualidad que dificulte esta acción deberá ser notificada al encargado de proyecto de manera inmediata para definir acciones correctivas.

Estrategias de ejecución:

- Establecer cada una de las actividades de control en base a los requerimientos del CNR y las leyes aplicables.
- Se deberá contar con un abogado con conocimientos sobre el funcionamiento de los servicios turísticos.
- Revisar cada una de las normas que regulan la preservación del medio ambiente.

Paquete de trabajo: Contrataciones

Objetivo: Llevar a cabo el desarrollo de las actividades necesarias de contratación de gerentes y licitaciones para la administración del proyecto.

Descripción: En este paquete se lleva a cabo la contratación del personal responsable de la ejecución del proyecto, así como de las empresas que resultaron ganadoras de las licitaciones para la obra civil.

Políticas de ejecución:

- El personal contratado debe cumplir con todos los requerimientos contemplados en el perfil.

Estrategias de ejecución:

- Se publicarán las ofertas laborales a través de diferentes plataformas en base al perfil de cada puesto.
- Publicación de concurso de licitación.

Entregable: Infraestructura

Objetivo: Establecer las diferentes actividades de obra civil para la construcción de la infraestructura propuesta para el parque “Los Ranchos” y Plaza “Santa Rosa Guachipilín” así como también la infraestructura necesaria para el rafting y Canopy.

Descripción: En este entregable se enlistan todos los procesos y actividades referentes a la construcción de la obra civil para el parque “Los Ranchos” y Plaza “Santa Rosa Guachipilín” y la infraestructura necesaria para el rafting y Canopy.

Paquetes de trabajo:

- Obra Civil
- Infraestructura para el rafting y Canopy

Paquete de trabajo: Obra Civil

Objetivo:

- Llevar a cabo la construcción de toda la infraestructura física diseñada para el parque “Los Ranchos” y Plaza “Santa Rosa Guachipilín” acorde a lo diseñado previamente.
- Supervisar y controlar el trabajo de obra civil para el cumplimiento de esta.

Descripción: Comprende los trabajos necesarios para la construcción del parque “Los Ranchos” y Plaza “Santa Rosa Guachipilín” propuestos, donde se incluyen piscinas, oficinas administrativas, cabañas, plazas de comida, kioskos para artesanías, etc.

Políticas de ejecución:

- Se deberá respetar el diseño propuesto cumpliendo con cada uno de sus diseños.
- La empresa contratada deberá estrictamente ser de origen salvadoreño y la compra de materiales para esto, deberá ser local en la medida de lo posible para apoyar a los comercios locales.

- Se deberá realizar la obra acorde a las Buenas prácticas de turismo haciendo énfasis en el cuidado a la flora y fauna de la localidad.
- Se deberá respetar el presupuesto inicial para evitar que el monto de la obra salga de lo presupuestado sin la debida justificación.

Estrategias de ejecución:

- Llevar un estricto control de cada fase de la construcción verificando el cumplimiento del diseño y su correcta ejecución.
- Se deberá firmar un contrato con a empresa ganadora de la licitación donde se expongan todos los puntos considerados para garantizar el cumplimiento acorde a lo diseñado inicialmente desde una perspectiva turística.

Paquete de trabajo: Infraestructura para Rafting y Canopy

Objetivo:

- Elaborar la estructura propuesta para el Rafting y Canopy.
- Adquirir el equipo y material necesario para la elaboración de dicha infraestructura.

Descripción: Este paquete de trabajo, enlista cada una de las actividades para la elaboración de la infraestructura de rafting y Canopy según lo propuesto en la etapa de diseño respetando los materiales propuestos.

Políticas de ejecución:

- Se deberán seguir los lineamientos acorde a las Normas de turismo aplicables.
- Se deberá hacer énfasis en el respeto y cuidado de la flora y fauna para evitar daños y contaminación.

Estrategias de ejecución:

- Se seguirá el diseño propuesto en la etapa de diseño para cada uno de los proyectos que lo componen.
- El contratista seleccionado en el proceso de licitación deberá estar informado de todos los aspectos referentes a diseño y normativa haciendo énfasis en el cumplimiento de cada uno de estos.

ENTREGABLE: Equipamiento

Objetivo:

- Establecer las diferentes actividades necesarias para cotizar diferentes mercados proveedores que brinden los mejores equipos y mobiliarios al mejor precio, para su futura instalación

Descripción: Este entregable enlista todo relacionado a la compra de mobiliario, equipo y compra de materiales para la realización del cada uno de los proyectos partiendo del diseño de cada uno de ellos.

Paquetes de trabajo:

- Señalización
- Mobiliario, equipo y materiales
- Instalación

Paquete de trabajo: Señalización

Objetivo: Establecer las diferentes actividades necesarias para la adquisición de las señalizaciones recomendadas en la etapa de diseño acorde a las normas que rigen cada una de las actividades a desarrollar en los proyectos.

Descripción: Se deberá prever todas las señalizaciones acordes a los establecido en la etapa de diseño. Cada una de estas señalizaciones deberán ser instaladas siguiendo las normativas aplicables para reducir cualquier riesgo a lo largo de cada uno de los circuitos, así como también a lo largo de toda la región.

Políticas de ejecución:

- Se deberá hacer un análisis de precio/calidad acorde a las normativas aplicables a cada uno de los recorridos en la región.
- Utilizar los materiales seleccionados en la etapa de diseño garantizando la seguridad de la población y los turistas.

Estrategias de ejecución:

- Analizar diferentes proveedores hasta obtener la mejor oferta calidad/precio acorde a las normativas aplicables.
- Negociar precios por proyecto.
- Supervisar la instalación de cada una de las señalizaciones para garantizar su adecuada utilización.

Paquete de trabajo: Mobiliario, equipo y Materiales

Objetivo: Definir las diferentes actividades necesarias la adquisición del mobiliario, equipo y materiales considerando calidad/precio.

Descripción: Para brindar cada uno de los servicios planteados en la etapa de diseño es indispensable contar con el mobiliario y equipo, por lo tanto se deberá cotizar los precios más accesibles en el mercado, haciendo énfasis en la relación calidad/precio de cada uno de estos.

Políticas de ejecución:

- Se deberá hacer un análisis de precio/calidad acorde a lo establecido en etapa de diseño.
- Seleccionar los equipos y materiales según especificaciones técnicas definidos en etapa de diseño en la etapa de diseño.
- Respetar las medidas y características que se proponen para la adquisición del equipo acorde a la funcionalidad de estas.

Estrategias de ejecución:

- Analizar diferentes proveedores hasta obtener la mejor oferta calidad/precio acorde a lo establecido en etapa de diseño.
- Negociar precios por proyecto considerando el servicio de instalación (en el caso de equipos) por fabricante para garantizar su correcto funcionamiento.
- Supervisar la instalación de cada uno de estos según el diseño propuesto.

Paquete de trabajo: Instalación

Objetivo:

- Establecer la logística a seguir para la adecuada instalación del equipo y mobiliario acorde a lo establecido en etapa de diseño verificando al final de este, que cada uno de ellos funcione acorde a lo establecido en la etapa de diseño.

Descripción: Se debe de instalar el mobiliario y equipo según como está definido en la etapa de diseño, se deberá inspeccionar y realizar pruebas de desempeño para garantizar el correcto funcionamiento de cada uno de ellos.

Políticas de ejecución:

- Todo proveedor deberá extender garantías de cada uno de los equipos y mobiliarios a instalar.
- Se deberán seguir las recomendaciones de fabricante para el correcto funcionamiento de los equipos al momento de la instalación y puesta en marcha.

Estrategias de ejecución:

- Respetar recomendaciones de fabricante al momento de instalar.
- Revisar el rendimiento del equipo acorde a las especificaciones técnicas.
- Llevar a cabo pruebas del correcto funcionamiento por técnicos calificados en los que aplique.

ENTREGABLE: Puesta en marcha

Objetivo: Desarrollar las diferentes actividades para la compra de insumos, contratación de personal operativo y servicios necesarios, así como la realización de la prueba piloto.

Descripción: Este entregable incluye todo lo relacionado a la adquisición de materiales e insumos, contratación del personal operativo y administrativo, contratación de diferentes tipos de servicios y la prueba piloto que se lleva a cabo siendo esto necesario para la puesta en marcha para el plan de desarrollo turístico para el municipio de Berlín

Paquetes de trabajo:

- Personal de operación y capacitación.
- Prueba piloto y evaluación de resultados.

Paquete de trabajo: Personal de operación y capacitación

Objetivos:

- Contratar al personal operativo y administrativo de acuerdo al perfil previamente establecido.
- Capacitar al personal contratado acorde a cada una de las funciones a desarrollar.

Descripción: En este paquete de trabajo se enlistan las actividades para la selección y contratación del personal operativo y administrativo necesario para la puesta en marcha de cada uno de los proyectos que componen el plan, así como la capacitación de cada uno acorde a las funciones a desarrollar buscando el mejor desempeño de cada uno de ellos.

Políticas de ejecución:

- El personal a contratar debe ser residente de la zona.
- Afiliar el personal contratado debe a AFP e ISSS acorde al código de trabajo.
- Respetar los perfiles creados para cada puesto y contratar acorde a estos lineamientos.

Estrategias de ejecución:

- Publicar las diferentes ofertas laborales acorde a los perfiles necesitados en diferentes medios en la zona.
- Contar con la información personal actualizada de cada uno de los perfiles contratados.

Paquete de trabajo: Prueba piloto y evaluación de resultados

Objetivo: Verificar el desempeño de la prestación de cada servicio y evaluar los resultados acorde a los lineamientos establecidos y realizar observaciones de puntos de mejora.

Descripción: Se refiere al diseño, planificación y ejecución de la prueba piloto, así como también la evaluación de los resultados para proponer puntos de mejora.

Políticas de ejecución:

- Ejecutar la prueba piloto analizando los índices de control acorde a los resultados esperados.

- Se considerará como satisfecho con un cumplimiento del 90% de los índices de control

Estrategias de ejecución:

- Al momento de la prueba piloto se deberán procurar las condiciones más cercanas a la realidad para brindar resultados confiables.
- El tamaño de los grupos de prueba estará dado en base a la capacidad instalada con la cual han sido diseñados cada uno de estos.

c) Actividades

Entregable: Requerimientos

Paquete: Trámites legales y Organización

Codigo	Actividad	Duracion (Días)	RRHH	Costo
A1	Presentación del proyecto	1	3	\$ 5.00
A2	Aprobación del proyecto	4	5	\$ 5.00
A3	Definición de junta directiva	2	5	\$ 5.00
A4	Inscripción de miembros a la asociación.	1	2	\$ 10.00
A5	Registro de comercio y Permisos ambientales	1	2	\$ 611.86
A6	Permisos Ambientales para implementación del	5	2	\$ 99.00
A7	Realizar solicitud de registro y pagos respectivos.	1	1	\$ 136.00
A8	Solicitar registro de originalidad en CNR.	2	1	\$ 5.00

Tabla 241: Duración y costos de paquete Trámites Legales y Organización

Paquete: Contrataciones

Codigo	Actividad	Duracion (Días)	RRHH	Costo
B1	Contratación de gerencias para el proyecto	7	2	\$ 225.00
B2	Definir y publicar bases de licitación	1	1	\$ 100.00
B3	Análisis de participantes	4	5	\$ 42.00
B4	Elección y Elaboración del contrato con empresa ganadora	4	2	\$ 500.00
B5	Firma de Convenio	1	2	\$ 100.00

Tabla 242: Duración y costos de paquete Contrataciones

Paquete: Obra Civil

Codigo	Actividad	Duracion (Dias)	RRHH	Costo
C1	Parque "Los Ranchos": Obras preliminares y compactacion	14	7	\$ 12,644.68
C2	Parque "Los Ranchos": Compactacion y estrucutra de fundacion	16	7	\$ 14,259.64
C3	Parque "Los Ranchos": Calle de acceso	2	8	\$ 5,555.90
C4	Parque "Los Ranchos": Paredes, acabados, techos y fascias	14	8	\$ 26,268.73
C5	Parque "Los Ranchos": Aceras	4	2	\$ 18,626.75
C6	Parque "Los Ranchos": piscinas y otros	14	4	\$ 17,715.00
C7	Parque "Los Ranchos": Instalaciones Hidraulicas y electricas	6	6	\$ 22,800.00
C8	Parque "Los Ranchos": Elementos decorativos	1	2	\$ 5,760.00
C9	Parque "Los Ranchos": Jardineria	3	1	\$ 5,141.20
C10	Parque "Los Ranchos": Rotulos	2	1	\$ 905.71
C11	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Compra terreno	1	3	\$254,360.00
C12	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Terraceria y	10	8	\$ 36,093.91
C13	Plaza de comida "Santa Rosa Guachipilin": paredes y techo	8	8	\$ 94,581.35
C14	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Instalaciones hidraulicas	10	6	\$ 16,000.00
C15	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Instalaciones Electricas	8	6	\$ 16,000.00
C16	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Jardines	3	2	\$ 10,000.00
C17	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Bungalows	4	2	\$ 15,000.00
C18	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Construcción parqueo y calle de acceso	2	4	\$ 20,000.00
C19	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Rotulacion	1	2	\$ 1,000.00
C20	Entrega de obra Civil	1	2	\$ 100.00

Tabla 243: Duración y costos de paquete Obra Civil

Paquete: Infraestructura Rafting y Canopy

Codigo	Actividad	Duracion (Dias)	RRHH	Costo
D1	Rafting: Pre-mediciones del Nivel del Caudal del Rio	4	3	\$ 100.00
D2	Rafting: Construcción de Muelle Superior (Partida)	2	2	\$ 568.40
D3	Rafting: Construcción de Muelle Inferior (Llegada)	2	1	\$ 568.40
D4	Rafting: Prueba de Nivelación y Seguridad	2	3	\$ 200.00
D5	Canopy: Preparación de Terreno para Canopy	2	1	\$ 266.67
D6	Canopy: Construcción de Soporte Fijo Inferior	2	2	\$ 491.57
D7	Canopy: Montaje de Líneas de Canopy	2	1	\$ 1,112.87
D8	Entrega de Infraestructura	1	2	\$ 20.00

Tabla 244: Duración y costos de paquete Infraestructura Rafting y Canopy.

Entregable: Equipamiento

Paquete: Señalización

Codigo	Actividad	Duracion (Dias)	RRHH	Costo
E1	Cotización de señales y publicidad, previamente aprobadas.	3	1	\$ 30.00
E2	Elección de señales y material publicitario	1	1	\$ 10.00
E3	Compra de señales y material publicitario	2	1	\$ 12,312.60

Tabla 245: Duración y costos de paquete Señalización.

Paquete: Mobiliario, Equipo y Materiales

Codigo	Actividad	Duracion (Dias)	RRHH	Costo
F1	Elaborar lista de compras de mobiliario y equipo de servicios	1	1	\$ 25.00
F2	Cotizar mobiliario y equipo para piscinas, deportes extremos, oficina y almacenes	2	1	\$ 20.00
F3	Negociar precios	1	1	\$ 10.00
F4	Compra equipos y mobiliario e insumos para Parque "Los Ranchos" y deportes extremos	5	2	\$ 11,861.45
F5	Compra equipos para Plaza "Santa Rosa"	5	2	\$ 6,933.50
F6	Mobiliario e Insumos para Alojamiento	2	2	\$ 20,449.50
F7	Rafting: Adquisición de Balsas Reglamentarias	2	1	\$ 1,179.00
F8	Rafting: Compra de Equipo de Protección Acuática	1	1	\$ 1,359.80
F9	Señalización y Equipo de Higiene y Seguridad	3	2	\$ 5,830.25
F10	Registrar en inventario	3	2	\$ 60.00

Tabla 246: Duración y costos de paquete Mobiliario, Equipo y Materiales

Paquete: Instalación

Codigo	Actividad	Duracion (Dias)	RRHH	Costo
G1	Instalar equipo en piscinas	3	3	\$ 900.00
G2	Revisar el correcto funcionamiento	1	2	\$ 60.00
G3	Instalar equipo para canopy	3	2	\$ 90.00
G4	Instalar muebles en cabañas	1	2	\$ 40.00
G5	Instalar muebles en oficinas	1	2	\$ 40.00
G6	Verificar las instalaciones de muebles y equipos	1	2	\$ 40.00
G7	Entrega de Equipo instalado y verificado	1	3	\$ 90.00

Tabla 247: Duración y costos de paquete Instalación

Entregable: Puesta en Marcha

Paquete: Personal de operación y Capacitación

Codigo	Actividad	Duracion (Dias)	RRHH	Costo
H1	Publicar ofertas de empleo para guías turisticos y administracion	1	1	\$ 10.00
H2	Recibir prospectos y entrevistar	6	1	\$ 500.00
H3	Contratacion acorde a los perfiles	1	2	\$ 25.00
H4	Diseño de capacitaciones para el personal de operaciones.	2	5	\$ 650.00
H5	Realizar jornada de capacitaciones	4	5	\$ 1,850.00
H6	Evaluar las capacitaciones y verificar la adecuada induccion	2	2	\$ 80.00

Tabla 248: Duración y costos de paquete Personal de operación y Capacitación

Paquete: Prueba piloto y Evaluación de Resultados

Codigo	Actividad	Duracion (Dias)	RRHH	Costo
I1	Planificacion de prueba piloto	1	2	\$ 60.00
I2	Realización de prueba piloto	2	4	\$ 120.00
I3	Evaluación de resultados de prueba piloto	1	4	\$ 60.00
I4	Realización de ajustes	2	4	\$ 165.00
I5	Entrega del proyecto	1	3	\$ 60.00

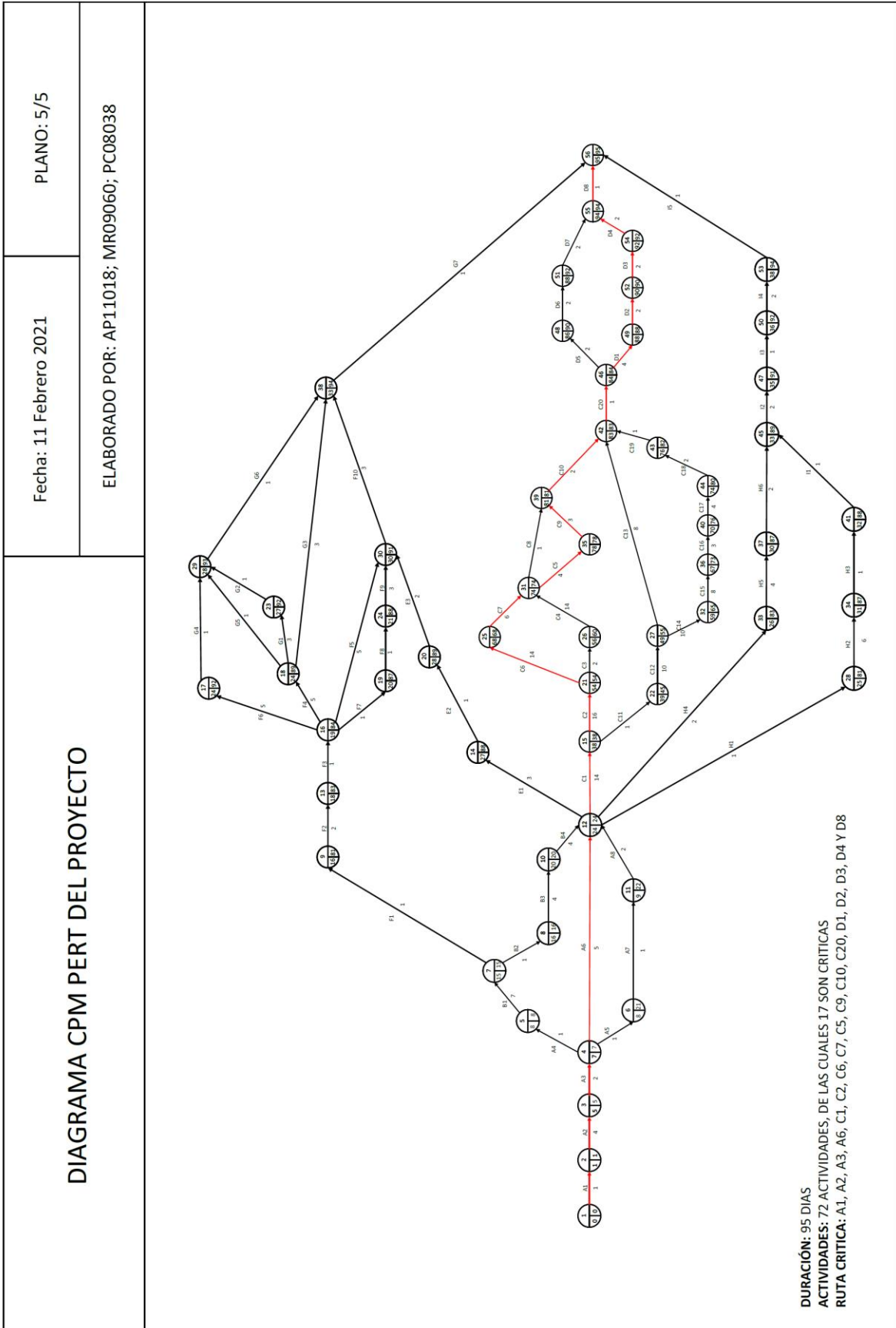
Tabla 249: Duración y costos de paquete Prueba piloto y evaluación de Resultados

d) Actividades y Precedencias del Proyecto

#	Entregable	Paquete	Codigo	Actividad	Precedencia	Duracion (Dias)	RRHH	Costo
1	Requerimientos	Tramites Legales	A1	Presentación del proyecto	**	1	3	\$ 5.00
2			A2	Aprobación del proyecto	A1	4	5	\$ 5.00
3			A3	Definición de junta directiva	A2	2	5	\$ 5.00
4			A4	Inscripción de miembros a la asociación.	A3	1	2	\$ 10.00
5			A5	Registro de comercio y Permisos ambientales	A3	1	2	\$ 611.86
6			A6	Permisos Ambientales para implementación del Plan.	A3	5	2	\$ 99.00
7			A7	Realizar solicitud de registro y pagos respectivos.	A5	1	1	\$ 136.00
8			A8	Solicitar registro de originalidad en CNR.	A7	2	1	\$ 5.00
9		Contrataciones	B1	Contratación de gerencias para el proyecto	A4	7	2	\$ 225.00
10			B2	Definir y publicar bases de licitación	B1	1	1	\$ 100.00
11			B3	Análisis de participantes	B2	4	5	\$ 42.00
12			B4	Eleccion y Elaboración del contrato con empresa ganadora	B3	4	2	\$ 500.00
13			B5	Firma de Convenio	B4	1	2	\$ 100.00
14	Infraestructura	Obra Civil	C1	Parque "Los Ranchos": Obras preliminares y compactacion	B4	14	7	\$ 12,644.68
15			C2	Parque "Los Ranchos": Compactacion y estrucutra de fundacion	C1	16	7	\$ 14,259.64
16			C3	Parque "Los Ranchos": Calle de acceso	C2	2	8	\$ 5,555.90
17			C4	Parque "Los Ranchos": Paredes, acabados, techos y fascias	C3	14	8	\$ 26,268.73
18			C5	Parque "Los Ranchos": Aceras	C4, C7	4	2	\$ 18,626.75
19			C6	Parque "Los Ranchos": piscinas y otros	C2	14	4	\$ 17,715.00
20			C7	Parque "Los Ranchos": Instalaciones Hidraulicas y electricas	C6	6	6	\$ 22,800.00
21			C8	Parque "Los Ranchos": Elementos decorativos	C4, C7	1	2	\$ 5,760.00
22			C9	Parque "Los Ranchos": Jardineria	C5	3	1	\$ 5,141.20
23			C10	Parque "Los Ranchos": Rotulos	C9, C8	2	1	\$ 905.71
24			C11	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Compra terreno	C1	1	3	\$254,360.00
25			C12	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Terraceria y Nivelacion	C11	10	8	\$ 36,093.91
26			C13	Plaza de comida "Santa Rosa Guachipilin": paredes y techo	C12	8	8	\$ 94,581.35
27			C14	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Instalaciones hidraulicas	C12	10	6	\$ 16,000.00
28			C15	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Instalaciones Electricas	C14	8	6	\$ 16,000.00
29			C16	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Jardines	C15	3	2	\$ 10,000.00
30			C17	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Bungalows	C16	4	2	\$ 15,000.00
31			C18	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Construcción parqueo y calle de acceso	C17	2	4	\$ 20,000.00
32			C19	Plaza "Santa Rosa Guachipilin": Rotulacion	C18,	1	2	\$ 1,000.00
33			C20	Entrega de obra Civil	C10, C19, C13	1	2	\$ 100.00

#	Entregable	Paquete	Codigo	Actividad	Precedencia	Duracion (Dias)	RRHH	Costo
34	Infraestructura	Infraestructura Rafting y Canopy	D1	Rafting: Pre-mediciones del Nivel del Caudal del Rio	C20	4	3	\$ 100.00
35			D2	Rafting: Construcción de Muelle Superior (Partida)	D1	2	2	\$ 568.40
36			D3	Rafting: Construcción de Muelle Inferior (Llegada)	D2	2	1	\$ 568.40
37			D4	Rafting: Prueba de Nivelación y Seguridad	D3	2	3	\$ 200.00
38			D5	Canopy: Preparación de Terreno para Canopy	C20	2	1	\$ 266.67
39			D6	Canopy: Construcción de Soporte Fijo Inferior	D5	2	2	\$ 491.57
40			D7	Canopy: Montaje de Líneas de Canopy	D6	2	1	\$ 1,112.87
41			D8	Entrega de Infraestructura	D7, D3	1	2	\$ 20.00
42	Equipamiento	Señalización	E1	Cotización de señales y publicidad, previamente aprobadas.	B4	3	1	\$ 30.00
43			E2	Elección de señales y material publicitario	E1	1	1	\$ 10.00
44			E3	Compra de señales y material publicitario	E2	2	1	\$ 12,312.60
45		Mobiliario, Equipo y Materiales	F1	Elaborar lista de compras de mobiliario y equipo de servicios	B1	1	1	\$ 25.00
46			F2	Cotizar mobiliario y equipo para piscinas, deportes extremos, oficina y almacenes	F1	2	1	\$ 20.00
47			F3	Negociar precios	F2	1	1	\$ 10.00
48			F4	Compra equipos y mobiliario e insumos para Parque "Los Ranchos" y deportes extremos	F3	5	2	\$ 11,861.45
49			F5	Compra equipos para Plaza "Santa Rosa Guachipilin"	F3	5	2	\$ 6,933.50
50			F6	Mobiliario e Insumos para Alojamiento	F3	2	2	\$ 20,449.50
51			F7	Rafting: Adquisición de Balsas Reglamentarias	F3	2	1	\$ 1,179.00
52	F8	Rafting: Compra de Equipo de Protección Acuática	F7	1	1	\$ 1,359.80		
53	F9	Señalización y Equipo de Higiene y Seguridad	F8	3	2	\$ 5,830.25		
54	F10	Registrar en inventario	E3, F9, F5	3	2	\$ 60.00		
55	Instalación	G1	Instalar equipo en piscinas	F4	3	3	\$ 900.00	
56		G2	Revisar el correcto funcionamiento	G1	1	2	\$ 60.00	
57		G3	Instalar equipo para canopy	F4	3	2	\$ 90.00	
58		G4	Instalar muebles en cabañas	F6	1	2	\$ 40.00	
59		G5	Instalar muebles en oficinas	F4	1	2	\$ 40.00	
60		G6	Verificar las instalaciones de muebles y equipos	G2, G5, G4	1	2	\$ 40.00	
61		G7	Entrega de Equipo instalado y verificado	G3, G6	1	3	\$ 90.00	
62	Puesta en Marcha	Personal de Operación y Capacitación	H1	Publicar ofertas de empleo para guías turísticos y administración	B4	1	1	\$ 10.00
63			H2	Recibir prospectos y entrevistar	H1	6	1	\$ 500.00
64			H3	Contratación acorde a los perfiles	H2	1	2	\$ 25.00
65			H4	Diseño de capacitaciones para el personal de operaciones.	B4	2	5	\$ 650.00
66			H5	Realizar jornada de capacitaciones	H4	4	5	\$ 1,850.00
67			H6	Evaluar las capacitaciones y verificar la adecuada inducción	H5	2	2	\$ 80.00
68	Prueba Piloto y Evaluación de Resultados	I1	Planificación de prueba piloto	H3	1	2	\$ 60.00	
69		I2	Realización de prueba piloto	I1, H6	2	4	\$ 120.00	
70		I3	Evaluación de resultados de prueba piloto	I2	1	4	\$ 60.00	
71		I4	Realización de ajustes	I3	2	4	\$ 165.00	
72		I5	Entrega del proyecto	I4	1	3	\$ 60.00	

e) Red CPM PERT del Proyecto



f) **Presupuesto por entregables:**

A continuación, se presenta el presupuesto para cada uno de los entregables y el total para la implementación de la propuesta para el desarrollo turístico sostenible para los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán en la cuenca del río Lempa:

#	Entregable	Presupuesto
1	Requerimientos	\$ 1,843.86
2	Infraestructura	\$ 596,140.78
3	Equipamiento	\$ 61,341.10
4	Puesta en Marcha	\$ 3,580.00
Total		\$ 662,905.74

Tabla 251: Presupuesto por entregables

Además, para el proyecto se ha estimado que el monto de los salarios devengados por los implantadores, el cual se muestra a continuación:

Cargo	Salario Mensual	Salario Diario	Duración	Presupuesto
Gerente General	\$ 1,500.00	\$ 62.50	95	\$ 5,937.50
Gerente Administrativo	\$ 1,150.00	\$ 47.92	95	\$ 4,552.08
Gerente Operativo	\$ 1,200.00	\$ 50.00	95	\$ 4,750.00
Total:				\$ 15,239.58

Tabla 252: Salario Mensual de implantación

A continuación, se presenta en resumen el presupuesto total de la implementación del plan de desarrollo turístico sostenible en los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán a lo largo del Río Lempa y Regio Trifinio:

Descripción	Monto
Gastos de la implementación de la propuesta	\$ 662,905.74
Salarios de la administración de la propuesta	\$ 15,239.58
Imprevistos	\$ 5,431.25
Total	\$ 683,576.57

Tabla 253: Presupuesto total para la implantación del Plan

CAPITULO X: ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

2. Organización de la Administración del Proyecto

2.1. Organigrama

A continuación, se muestra el organigrama propuesto para la implementación del plan, el cual se divide en 3 áreas: Gerencia del proyecto, Gerencia administrativa y Gerencia de operaciones:

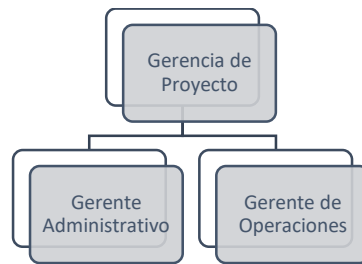


Ilustración 144: Organigrama de administración del Proyecto

a) Descripción del Organigrama

Gerencia de Proyecto

La gerencia de proyectos es una mezcla de conocimientos, experiencias y habilidad con visión de metas y cumplimiento de logro. Todo gerente de proyecto debe asumir los siguientes roles:

- **Planificador:** Tanto del proyecto como de los recursos a su cargo
- **Integrador:** De los esfuerzos de las distintas áreas que participan en el proyecto.
- **Comunicador:** Para mantener el interés por el proyecto y la oportuna acción de las diferentes áreas de la empresa.
- **Administrador:** De recursos físicos, humanos y financieros pertenecientes al proyecto.
- **Mentor:** Para capacitar, estimular, supervisar, motivar y corregir a los integrantes de su equipo de proyecto.

En consecuencia, las funciones a cargo del gerente de proyecto son:

- Alinear el proyecto con la estrategia a seguir, manejar recursos físicos, financieros, humanos y su asignación a las tareas.
- Administrar los costos y presupuestos, gestionar los plazos para lograr terminar el proyecto a tiempo, participar en la integración del equipo del proyecto, administrar el recurso humano, analizar y manejar los riesgos.
- Manejar herramientas, los métodos y los cronogramas maestros del proyecto.

Gerente de Administración del Proyecto:

Es el funcionario responsable de planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar las actividades y procesos de las administraciones de personal, logísticas, contables, presupuestarias y de liquidación de operaciones

- Responsable de la elaboración, ejecución y coordinación presupuestaria, con el resto de las unidades de la empresa y el Ministerio de Hacienda.
- Responsable de preparar los estados financieros y entregar soporte a todas las unidades, supervisando y manteniendo la normativa contable de la empresa.
- Responsable de la gestión financiera de la empresa, analizando los usos alternativos que se darán a los recursos financieros disponibles.
- Responsable de elaborar los análisis e informes contables y financieros sugiriendo medidas tendientes a optimizar resultados.
- A cargo de establecer y aplicar las políticas generales de recursos humanos de la empresa.
- Responsable de la supervisión de la función de abastecimientos y servicios que terceros proveen a la empresa.
- Cumplir con lo establecido en el Sistema de Gestión Integrado de la empresa.

Gerente de Operaciones:

Un gerente de operaciones es quien planifica, dirige y asegura el buen manejo de los recursos de una organización con la finalidad de lograr los objetivos trazados.

- **Comunicación:** las habilidades comunicativas son necesarias para interactuar con el equipo. El gerente debe saber comunicar y dar instrucciones, pero también ser un buen oyente y tener amplia receptividad a las sugerencias del personal a su cargo. Esto genera un ambiente inclusivo que fomenta la proactividad.
- **Liderazgo:** un gerente de operaciones logísticas debe tener cualidades de liderazgo que le permitan guiar, asesorar, acompañar y motivar a los trabajadores en cada uno de los procesos internos para que, juntos, logren los objetivos planteados.
- **Neutralidad:** es necesario desarrollar la capacidad de mantener la calma, conservar un tono y postura profesional ante situaciones de desacuerdo, frustración, cambios o problemas. De esta manera, se evitan posibles escenarios de conflicto y facilita el pensamiento metódico y resolutivo.
- **Autoridad:** un gerente debe saber cómo desenvolverse en las relaciones jerárquicas. Ser buen mentor, inspirar confianza y proyectar respeto para que el equipo acate sus instrucciones.

2.2. Manuales para la administración de la propuesta



Manual de la organización

ADMINISTRACION DE PROYECTO:

**PLAN DE DESARROLLO TURISTICO
SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE
SANTA ROSA GUACHIPILIN Y METAPAN EN
LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN
TRIFINIO**



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO

INTRODUCCION

El presente Manual de Puestos de trabajo parte del objetivo principal de establecer con las guías generales a cumplir por cada uno de los puestos de trabajo involucrados en la propuesta para el desarrollo turístico sostenible para los municipios de Santa Rosa Guachipilín y Metapán en la cuenca del río Lempa y región trifinio.

La utilidad, fin o propósito primordial de dicho documento es constituir una herramienta unificadora de las acciones y responsabilidades relacionadas al trabajo a realizar en la implementación del proyecto, el cual sea del conocimiento de cualquier trabajador perteneciente al proyecto, para comprender las acciones que se deben seguir ante una situación específica, detallándose el responsable o responsables y la descripción de cada tarea o actividad a seguir.

La estructura del contenido que posee el presente Manual de Puestos se detalla a continuación:

- Objetivos del Manual, nos explican la finalidad que se pretende cumplir con el manual de puestos dentro de la implementación del proyecto.
- Propósito del manual, describe la finalidad o razón de ser de esta, así como lo que se persigue con su implementación.
- Alcance, describe el ámbito de aplicación del manual, es decir, a que áreas involucra, puestos y actividades, así como a que no aplica.
- Descripción del puesto, se especifica y muestra la descripción de las acciones y responsabilidades asignadas relacionada con el quehacer operativo y administrativo del proyecto.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO

OBJETIVOS

Objetivo General

Establecer con claridad guías generales a cumplir por cada uno de los puestos de trabajo involucrados en el proyecto Propuesta para el desarrollo turístico sostenible para para Los Municipios De Santa Rosa Guachipilín Y Metapán en La Cuenca Del Río Lempa Y Región Trifinio y así, aumentar la eficiencia de ejecución de las tareas y responsabilidades.

Objetivos Específicos

- Definir y establecer las responsabilidades, atribuciones, funciones, relaciones internas y externas y los requisitos de los cargos establecidos en el Cuadro para Asignación de Personal y contribuir al cumplimiento de los objetivos funcionales establecidos en el Reglamento de Organización y Funciones.
- Facilitar el desarrollo de las funciones operativas y administrativas, así como la coordinación y la comunicación de todos sus integrantes, eliminando la duplicidad de esfuerzos, confusión e incertidumbre para el cumplimiento de las funciones asignadas a los cargos o puestos de trabajo.
- Servir como instrumento de comunicación y medio de capacitación e información para entrenar, capacitar y orientar permanentemente al personal.
- Establecer las bases para mantener un efectivo sistema de control interno y facilitar el control de las tareas delegadas.

PROPÓSITO

Generar una directriz de las acciones y responsabilidades correspondientes a cada puesto de trabajo, el cual pueda ser utilizado por cualquier trabajador perteneciente al proyecto.

ALCANCE

El presente Manual de Organización y Funciones, es de aplicación obligatoria del personal a cargo de la administración del plan de Desarrollo Turístico Sustentable para Los Municipios De Santa Rosa Guachipilín Y Metapán en La Cuenca Del Río Lempa Y Región Trifinio.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO

IDENTIFICACION DEL CARGO

CARGO ESTRUCTURAL	Gerente General del Proyecto
UNIDAD ORGANICA	Gerencia de Administración
CODIGO	GM2021 Vigencia a partir de: Febrero 2021

FUNCIÓN BASICA

Garantizar el cumplimiento de los objetivos funcionales del del proyecto a través de la planificación, organización, dirección y control de las actividades técnico-administrativas.

FUNCIONES ESPECIFICAS

- Planificar, dirigir, coordinar y supervisar las actividades técnico administrativas del proyecto, para el logro de los objetivos marcados.
- Coordinar con el personal a su cargo, la programación, ejecución y control de las actividades técnico- administrativas del departamento.
- Elaborar, revisar, actualizar y socializar oportunamente los documentos de gestión propios del Departamento, según los procedimientos establecidos (Programación Anual de Actividades, Manual de Organización y Funciones, Manual de Procedimientos, Guías de Atención, etc.).
- Formular y proponer normas y directivas para la mejora de procedimientos.
- Supervisar la labor de investigación, docencia y asistencia del personal profesional que conforma el Departamento



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO

IDENTIFICACION DEL CARGO

CARGO ESTRUCTURAL	Gerente General del Proyecto
UNIDAD ORGANICA	Gerencia de Administración
CODIGO	GM2021 Vigencia a partir de: Febrero 2021

ATRIBUCIONES DEL CARGO

- Representación técnico-administrativa del proyecto
- Representación legal y técnica por delegación del proyecto
- Autorización de actos administrativos y técnicos del Departamento.

REQUISITOS MINIMOS

Educación.

Mínimos exigibles: Título Profesional de Ingeniero Industrial

- Capacitación en los últimos cinco años en Administración y/o Gestión de proyectos.

Experiencia.

- Tiempo mínimo de experiencia en dirección, supervisión y organización de personal: tres (03) años.
- Tiempo mínimo de experiencia en el desempeño de la función principal del cargo o funciones similares: tres (03) años.
- Tiempo mínimo de experiencia profesional: cinco (05) años.

Capacidades mínimas y deseables.

- De análisis, expresión, síntesis, organización, dirección, coordinación técnica y correcta toma de decisiones.

Habilidades mínimas y deseables.

- Para utilizar programas informáticos de Office



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO

IDENTIFICACION DEL CARGO

CARGO ESTRUCTURAL	Gerente Administrativo
UNIDAD ORGANICA	Gerencia de Administración
CODIGO	GM2021 Vigencia a partir de: Febrero 2021

FUNCIÓN BASICA

Es el funcionario responsable de planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar las actividades y procesos de las administraciones de personal, logísticas, contables, presupuestarias y de liquidación de operaciones de back office requerido por la gestión del proyecto.

FUNCIONES ESPECIFICAS

- Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar la ejecución de las funciones asignada a la Gerencia de Administración, así como velar por la adecuada y eficiente ejecución del plan operativo y presupuesto del órgano a su cargo.
- Proponer al Gerente General los documentos normativos internos, necesarios para establecer marcos adecuados para la ejecución de las funciones de las unidades orgánicas que conforman la Gerencia de Administración.
- Dirigir y supervisar los procesos administrativos y de gestión de los recursos humanos.
- Aprobar el pago de compensaciones, remuneraciones y otros pagos al capital humano de la Institución.
- Dirigir y supervisar los procesos administrativos y de gestión de los servicios logísticos que brinda la Gerencia de Administración.
- Supervisar la elaboración del Plan Anual de Contrataciones y elevarlo a la Gerencia General para su aprobación, en el marco de los dispositivos legales vigentes.
- Aprobar los expedientes de Contrataciones bajo el ámbito de la norma.
- Aprobar las bases de los procesos de menor cuantía.
- Supervisar y dar conformidad a los servicios de terceros que recibe la Gerencia de Administración.
- Dirigir y supervisar los procesos administrativos y de gestión contable.
- Dirigir y supervisar los procesos administrativos y de gestión presupuestales y de control de gestión.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO

IDENTIFICACION DEL CARGO

CARGO ESTRUCTURAL	Gerente Administrativo
UNIDAD ORGANICA	Gerencia de Administración
CODIGO	GM2021 Vigencia a partir de: Febrero 2021

ATRIBUCIONES DEL CARGO

- Desarrollar, implementar, monitorear y revisar planes, procesos y sistemas tácticos y operativos, cumpliendo con los objetivos, criterios, políticas, procesos, presupuestos, fechas de entrega y otros requisitos de la empresa u organización.
- Autorización de actos administrativos y técnicos del Departamento.
- Conformar el equipo de Gestión Institucional.

REQUISITOS MINIMOS

Educación.

- Mínimos exigibles: Título Profesional de Ingeniero Industrial
- Capacitación en los últimos cinco años en Administración y/o Gestión de proyectos.

Experiencia.

- Tiempo mínimo de experiencia en dirección, supervisión y organización de personal: tres (03) años.
- Tiempo mínimo de experiencia en el desempeño de la función principal del cargo o funciones similares: tres (03) años.

Capacidades mínimas y deseables.

- Organizado y capaz de manejar su tiempo de manera efectiva.
- De análisis, expresión, síntesis, organización, dirección, coordinación técnica y correcta toma de decisiones.
-



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO

IDENTIFICACION DEL CARGO

CARGO ESTRUCTURAL	Gerente Operativo
UNIDAD ORGANICA	Gerencia de Administración
CODIGO	GM2021 Vigencia a partir de: Febrero 2021

FUNCIÓN BASICA

Responsable de programar, dirigir y controlar que las prestaciones de servicios brindadas por la Empresa se realicen de forma eficaz y eficiente. Prospecta y concreta oportunidades de negocios. Planifica y organiza las actividades operativas de las plantas de acondicionamiento y almacenaje de granos, así como del Laboratorio Central. Establece lineamientos, políticas y procedimientos que orientan a los colaboradores de la Gerencia en el desarrollo de labores e integridad de los recursos. Controla que las labores operativas se desarrollen con normalidad, oportunidad y acordes a lo previsto.

FUNCIONES ESPECIFICAS

- Analizar y determinar los recursos físicos y humanos del área de operaciones necesarios para cumplir los objetivos y metas definidos por las instancias superiores.
- Determinar costos de operación y proponer tarifas de servicios.
- Elaborar y someter a consideración de la dirección general, el presupuesto anual del área.
- Supervigilar la programación y asignación de recursos velando por el mejor aprovechamiento de las capacidades operativas de Plantas y Laboratorio Central.
- Proponer inversiones a realizar y supervisar la ejecución de ellas.
- Elaborar informes de gestión, estándares e indicadores del área de operaciones.
- Efectuar análisis de ingresos y costos para cumplir los presupuestos y/o detectar desviaciones.
- Autorizar compras de bienes o servicios.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO

IDENTIFICACION DEL CARGO

CARGO ESTRUCTURAL	Gerente Operativo
UNIDAD ORGANICA	Gerencia de Administración
CODIGO	GM2021 Vigencia a partir de: Febrero 2021

ATRIBUCIONES DEL CARGO

- Gestionar la logística interna: coordinar la eficiente distribución de recursos y tareas, además de velar por la buena gestión de productos y despachos mediante procesos automatizados de seguimiento. Todo esto con la finalidad de evitar retrasos, errores y percances en la logística.
- Desarrollar estrategias para la optimización de los procesos: la premisa es lograr la máxima eficacia con mínimos costes. Hacer seguimiento a las rutas y control a los productos promoverá la identificación de fortalezas y debilidades, permitiendo aplicar estrategias de lean management para cumplir con estos objetivos.
- Velar por la viabilidad de los procesos: toda actividad dentro de la logística debe generar aportes significativos a la empresa y al cliente. Por lo tanto, el gerente de operaciones debe evaluar si cada uno de los procesos genera algún tipo de valor y si realmente merecen su continuidad o, por el contrario, deben suprimirse.
- Analizar los procesos: mediante el desarrollo de reportes constantes que permitan examinar el rendimiento de las operaciones. Con esto, el gerente tiene plena consciencia de lo que ocurre, con lo cual puede planificar medidas preventivas y correctivas.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE PARA LOS MUNICIPIOS DE SANTA ROSA GUACHIPILIN Y METAPAN EN LA CUENCA DEL RÍO LEMPA Y REGIÓN TRIFINIO

REQUISITOS MINIMOS

Educación.

- Mínimos exigibles: Título Profesional de Ingeniero Industrial
- Capacitación en los últimos cinco años en Administración y/o Gestión de proyectos.

Experiencia.

- Tiempo mínimo de experiencia en dirección, supervisión y organización de personal: tres (03) años.
- Tiempo mínimo de experiencia en el desempeño de la función principal del cargo o funciones similares: tres (03) años.
- Tiempo mínimo de experiencia profesional: cinco (05) años.

Capacidades mínimas y deseables.

- Organizado y capaz de manejar su tiempo de manera efectiva.
- De análisis, expresión, síntesis, organización, dirección, coordinación técnica y correcta toma de decisiones.

Habilidades mínimas y deseables.

- Para utilizar programas informáticos de Office
- Para ejecutar trabajos bajo presión, concretar resultados oportunamente, lograr cooperación y motivación del personal y de liderazgo para el logro de objetivos institucionales. Actitudes mínimas y deseables.
- De solución inmediata a problemas del usuario interno y externo.

CONCLUSIONES

- Razones de Rentabilidad: Dentro de las evaluaciones económicas tenemos a “VAN” y “TIR” los cuales arrojan resultados desfavorables para el desarrollo del Plan, debido a que la liquidez al inicio de cada periodo a sido afectado por la falta de recursos que se tiene como consecuencia de no poseer el capital necesario. Los tiempos de recuperación disminuyen debido a que existe menor inversión inicial y su propio Beneficio/Costo no se ven afectados, ya que estos dependen únicamente de las ventas realizadas en cada periodo.
- Razones de Actividad: Las razones financieras dependen en su mayoría del estado de resultado, y en el mismo no son incluidas las aportaciones de capital, por ende, sus ratios financieras permanecen inmutables para este escenario, a diferencia de las razones de apalancamiento, las cuales si están arraigadas a los desembolsos de efectivo por parte de algún asociado. Al tener un menor préstamo de alrededor de la mitad del solicitado se puede apreciar una media de 0.41% en el apalancamiento deduciendo que los proyectos son menos riesgosos al no presentar muchos préstamos.
- Razón de Apalancamiento: Como se puede observar en este último escenario, la falta de financiamiento inicial perjudicaría principalmente los primeros dos años de operaciones, después empezaría a minorizarse el impacto negativo y empezar a percibir ganancias. En caso de no llegar a poseer el financiamiento ideal para el desarrollo del plan a través de préstamos bancarios, será necesario buscar inversores externos que quieran apoyar las iniciativas.
- Dentro de las evaluaciones Económicas tenemos TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno) la cual es un indicador externo y al cual no se tiene control alguno, ya que todas las variables dependen del medio y el tiempo en el que se encuentren, por tanto, es necesario considerarlo un indicador de revisión que debe ser revisado regularmente, ya que las tasas de inflación dentro del país cambian mes a mes.
- Para el tiempo de recuperación de la inversión (TRI) se estima un máximo de 9 años, considerado un tiempo razonable para la inversión requerida. Principalmente los costos de construcción al inicio del Plan son los que equivalen al 70% de la inversión, tomando 6.3 Años recuperar esta parte.
- Para los valores de beneficio costo se estima un rendimiento de 36% por cada dólar invertido en el proyecto. Esto considerando que las ventas proyectadas sigan su curso y los costos se mantengan poco variables en el tiempo.
- Los márgenes de Utilidad Operativa y Utilidad Bruta indican un buen uso del dinero invertido usado para las ventas dejando márgenes de 20% al inicio de las operaciones y con incremento gradual del 1%, al cabo de 5 años tendremos un rendimiento sobre las ventas de alrededor del 31%.
- El rendimiento sobre los activos a diferencia de las utilidades es un poco más bajo, alcanzando un máximo del 7% para los años de análisis, debido a la naturaleza de sus funciones, su recargo sobre los beneficios es muy poco y lento, este problema podría solucionarse únicamente aumentando los precios por paquete o reduciendo costos de mantenimiento.
- Para la rotación de los activos (ROA) se demostró que es necesario más de la mitad de retribución en ventas para obtener una ganancia de aproximadamente 35% en su máximo valor, y esto es completamente comprensible, ya que al ser un servicio el que

se ofrece todos los esfuerzos humanos están orientados a desarrollar actividades, donde los verdaderos costos se generan es cuando entre en marcha un servicio.

- Las razones de apalancamiento para el posible desarrollo del Plan son muy altas de alrededor del 85% para el primer año, debido al préstamo que se desea realizar a BANDESAL. Estas razones pueden considerarse ventajosas y desventajosas dependiendo como se vea, una razón de apalancamiento mayor indica que se está arriesgando menor dinero propio y una menor indica que se está arriesgando más dinero, es una relación inversamente proporcional, por la cual muchos expertos consideran un término medio para un buen indicador.
- Los análisis de sensibilidad demostraron que las bajas de clientes generan mayor impacto negativo en los flujos de efectivo y estado de resultado que los aumentos de costos. Esto se debe a que los costos en el tiempo son mantenidos por los propios aumentos en las ventas proyectadas, considerando que los costos no variarían en ese mismo tiempo. Dejar de percibir clientes sería problemático, debido a que con una reducción mayor al 20% de la demanda proyectada el Plan no funcionaría correctamente.
- La capacidad instalada en cada uno de los atractivos tanto del Parque Los Ranchos como de la Plaza Santa Rosa es lo suficientemente amplia para poder albergar los visitantes proyectados para los primeros años, y además, existe una holgura muy grande (ver sección de capacidad instalada) en algunos de los atractivos, lo cual podrá ayudar a albergar un mayor número de visitantes en el largo plazo.
- Los ingresos mínimos necesarios para poder cubrir los costos generados por las operaciones y principalmente por los costos fijos, se pueden cubrir inclusive con niveles de ventas por debajo de lo proyectado, permitiendo tener un margen de seguridad en caso las ventas sean menor a lo esperado (ver la sección de proyección de ingresos y compararlos con el punto de equilibrio).
- De los Estados Financieros (Estado de Resultado, Flujo de Efectivo y Balance General) se puede establecer que en términos generales el Plan de Desarrollo Turístico genera ingresos para poder cubrir todas las obligaciones económicas derivadas de las operaciones y adicionalmente se puede obtener una Utilidad Neta ascendente en todos los periodos (a excepción del año 2), lo cual justifica la implementación y puesta en marcha del Plan.
- Es importante resaltar que luego de la evaluación medio ambiental, dio resultados satisfactorios ya que no se detectaron actividades que puedan tener impactos negativos cuyo nivel sea medio, alto o muy alto para el medio ambiente, por lo cual se concluye que la propuesta del plan no tiene impactos negativos significativos para el medio ambiente y se ha diseñado pensando en el cuidado y conservación de los recursos naturales con que cuenta la zona, ya que estos son parte importante y fundamental en la prestación de los diversos servicios que integran los cuatro recorridos turísticos.
- En la evaluación de género se hizo énfasis en el apoyo que se brinda a hombres y mujeres de manera equitativa para que todos tengan las mismas oportunidades, condiciones y posibilidades de trabajo, dando un trato equitativo y justo, que se manifieste a través del cumplimiento de las políticas de género, establecidas para una correcta relación armoniosa y justa.

RECOMENDACIONES

- Para los análisis de las Razones financieras es necesario tener siempre en cuenta las variables que presenta el medio o ambiente, ya que algunos indicadores dependen de ellos y están fuera del alcance u control de cualquier proyecto.
- Para los medios de financiamiento según los análisis de sensibilidad es necesario poder conseguir inversionistas adicionales al desarrollo del plan en caso de que no se pueda contar con todo el dinero necesario. Se observó que con una reducción del 40% en el préstamo, las condiciones favorables para el plan desaparecerían, por ello es necesario contar con algún respaldo en caso de no conseguir a cabalidad todo el préstamo.
- Para el Rendimiento sobre el Capital se evidenció una tendencia decreciente, siendo el primer año el que presente mayor rentabilidad sobre capital, lo cual se debe a que la puesta en marcha del Plan genera un flujo inversamente proporcional para este indicador, que empezara a generar ganancias y los indicadores de inversiones se reducirán debido a las reutilizaciones de las ganancias provenientes de ventas. Es un indicador que hace alusión a la innovación, es decir se indica en que punto del Plan se dejó de invertir para seguirlo mejorando.
- Es importante resaltar que debe haber un compromiso de cada uno de los habitantes de los municipios en función de promover la actividad turística dado que estos son la carta de presentación de cada destino, merece un esfuerzo en conjunto constituyendo y dándole vida, la cual busca posicionar la región como destino turístico de renombre.
- Es indispensable fortalecer lazos entre las diferentes comunas de los municipios a fin de unir esfuerzos que conlleven al desarrollo en conjunto de la región dejando de lado aspectos políticos que podrían perjudicar al desarrollo de la región.

BIBLIOGRAFÍA

Alma del Cid, Rosemary Méndez, Franco Sandoval. (2011). “*Investigación. Fundamentos y Metodología*”. 2° Ed. México. Pearson Educación.

Análisis sobre Violencia e Inseguridad en El Salvador (septiembre 2014). Consultado en noviembre 2020. Disponible electrónicamente en:

<https://www.transparencia.gob.sv/institutions/capres/documents/256090/download>

Area de PYMES. Ratios de Rendimiento: Ratios del Balance y de la Cuenta de Resultados. Consultado en enero del año 2021. Disponible electrónicamente a través de:

<https://www.areadepymes.com/?tit=ratios-de-rendimiento-ratios-del-balance-y-de-la-cuenta-de-resultados&name=Manuales&fid=ej0bca>

Ayuda en Acción, Organización No Gubernamental (ONG). Política de Igualdad de Género. Consultado en abril, año 2021. Disponible electrónicamente en:

https://uls.edu.sv/sitioweb/component/k2/item/download/56_dcb6389f406da7130bee84ea84819535

BMZ, Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania. Estado de la Región Trifinio, datos socioeconómicos y ambientales de los municipios (2011). Consultado en mayo, año 2019. Disponible electrónicamente a través de:

http://www.oas.org/en/sedi/dsd/IWRM/Ongoing_Projects/Documents/TrifinioZONA2012.pdf

Cable-Ride, ¿Cómo instalar una tirolesa? Consultado en julio del año 2020. Disponible electrónicamente a través de: <https://www.cable-ride.com/pages/how-to?lang=es>

Carlos Eugenio Basualto Nuñez, Primeros Auxilios orientados a Turistas. Consultado en Junio del año 2020. Disponible electrónicamente a través de:

<https://www.linkedin.com/pulse/primeros-auxilios-orientados-gu%C3%ADas-de-turismo-basualto-n%C3%BA%C3%B1ez>

DYGESTIC, Censo de Población y Vivienda. Consultado en octubre del año 2020. Disponible electrónicamente a través de:

<http://www.digestyc.gob.sv/index.php/temas/des/poblacion-y-estadisticas-demograficas/censo-de-poblacion-y-vivienda/viviendas-censos.html>

Edgar Ortégón, Juan Francisco Pacheco, Adriana Prieto: “Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas”, naciones Unidas, CEPAL, Julio de 2005.

Editorial Patria, Administración de Proyectos. Consultado en febrero del año 2021. Disponible electrónicamente a través de: <https://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384178.pdf>

Ecoturismo, Plan Trifinio. Consultado en octubre del año 2020. Disponible electrónicamente a través de: <http://www.plantrifinio.int/temas-fronterizos/reserva-de-biosfera-transfronteriza>

“El Pensante”, Población Infinita. Calculo de muestras para poblaciones infinitas. Consultado en Septiembre del año 2019. Disponible electrónicamente a través de: <https://educacion.elpensante.com/poblacion-infinita-estadistica/>

“El Salvador Turismo”, Inventarios de Abastecimiento Gastronómico. Consultado en octubre del año 2020. Disponible electrónicamente a través de: <http://www.elsalvadorturismo.com.sv/viajeelsalvador/comida-tipica/index.html>

Estadísticas delictivas en el país. Consultado en julio del año 2020. Disponible electrónicamente a través de: <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/mjisp/documents/estadisticas>

Estudios, Proyectos y Planificación S.A. (EPYPSA). Plan de desarrollo territorial para la región Trifinio 2008. Consultado en julio del año 2019. Disponible electrónicamente a través de: <http://www.plantrifinio.int/nuestra-institucion/biblioteca/category/21-desarrollo-territorial?download=261:plan-desarrollo-territorial-trifinio-el-salvador-vol-3>

Entorno turístico; consultado en línea septiembre 30 de 2019. Disponible de forma electrónica en: <https://www.entornoturistico.com/que-es-un-canal-de-distribucion-en-el-turismo/>

Franz J. Vargas Guzmán, La Seguridad en el Entorno Turístico. Consultado en junio del año 2020. Disponible electrónicamente a través de: <https://www.entornoturistico.com/la-seguridad-en-la-actividad-turistica/>

Giovanny Gómez, Gestipolis. Razones financieras para el análisis financiero. Consultado en Marzo del año 2021. Disponible electrónicamente a través de: <https://www.gestipolis.com/razones-financieras-analisis-financiero/>

Grupo Consultor 3 C. Consultado en diciembre del año 2020. Disponible electrónicamente a través de: <https://grupoconsultor3c.wordpress.com/2020/03/25/el-estado-de-resultados-y-el-flujo-de-caja-no-son-lo-mismo/>

Grupo GDT (diciembre 2008). “Plan nacional de turismo 2020 El Salvador”. Consultado en junio del año 2020. Disponible de forma electrónica en:

<https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/DOCUMENTOS%20WEB/0002536-ADDOCMP.pdf>

Guillermo Westreicher, Economipedia. Rentabilidad de Los Activos ROA. Consultado en abril del año 2021. Disponible electrónicamente a través de:

<https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-de-los-activos-roa.html>

Helmut Sy Corvo. Lifeder, Razon de Apalancamiento. Consultado en febrero del año 2021. Disponible electrónicamente a través de: <https://www.lifeder.com/razon-apalancamiento/>

Instituto Salvadoreño de Turismo, consultado en línea 22 de septiembre de 2019. Disponible electrónicamente en: <http://www.istu.gob.sv/temas/buses-alegres.html>

ISO 9001 en gestión de la Calidad. Consultado en abril del año 2020. Disponible electrónicamente a través de: <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>

Jhoel Díaz, De Vacaciones. Revista Vacacional El Salvador. Consultado en agosto del año 2019. Disponible electrónicamente a través de: <https://devacaciones.elmundo.sv/los-5-mejores-lugares-para-hacer-canopy-en-el-salvador/>

Julio Tarqui, Universidad Continental. Diferencias entre el estado de resultado y el flujo de caja. Consultado en febrero del año 2021. Disponible electrónicamente a través de:

<https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/diferencias-entre-estado-de-resultado-y-el-flujo-de-caja>

Manuel Rincón, (mayo 2011). “El componente migratorio en las proyecciones de población en la república del el salvador.” Consultado en junio del año 2020. Disponible de forma electrónica en: https://elsalvador.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/proyecciones_poblacion_els%20%281%29.pdf

María Victoria Gallerano, Licenciada en Administración de Empresas Córdoba, Argentina. Consultado en línea septiembre 30 de 2019. Disponible en: <http://temasdeadministraciondeempresas.blogspot.com/2009/12/el-estudio-del-mercado-distribuidor-en.html>

NOTA: Esta autora cita como fuente “Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación” Nassir Sapag Chaín.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Dirección Nacional de Desarrollo Turístico. (Primera edición, Septiembre 2008). “Manual para la formulación de inventarios turísticos a nivel nacional”. Perú.

Ministerio de Turismo “Manual de Buenas prácticas en la gestión de la cooperación para el desarrollo del turismo sostenible”, Octubre de 2015.

Ministerio de Turismo. Unidad de Inteligencia de Mercado. “Informe Estadístico, Enero – junio 2017”.

Ministerio de Turismo de El Salvador, “Plan Nacional de Turismo El Salvador 2030”. Consultado en Marzo, año 2020. Disponible electrónicamente en:
<http://www.mitur.gob.sv/wp-content/uploads/2020/10/Plan-Nacional-de-Turismo-2030->

Miriam Andrés, Estrategia de Precios (2019). Consultado en octubre del año 2020. Disponible electrónicamente a través de:
<https://es.semrush.com/blog/estrategiadeprecios/?kw=&cmp=LM>

Neivy Solano. Buenas prácticas en Turismo. Consultado en agosto del año 2020. Disponible electrónicamente a través de: <https://www.monografias.com/trabajos93/buenas-practicas-turismo-sostenible/buenas-practicas-turismo-sostenible.shtml>

Organismo Salvadoreño de Normalización (OSN), Norma Técnica Salvadoreña de Señalización. Consultado en octubre del año 2020. Disponible electrónicamente a través de:
<https://www.pddh.gob.sv/sociales/wp-content/uploads/2017/06/Norma-Tecnica-de-Accesibilidad.pdf>

Organismo Salvadoreño de Normalización. Norma Técnica Rafting. Consultado en mayo del año 2020. Disponible electrónicamente a través de:
http://www.osn.gob.sv/?smd_process_download=1&download_id=2756

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2009). “*Almanaque 262. Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador*”. El Salvador.

Policía Nacional Civil, índices delincuenciales en todos los niveles, actualización 2018. Consultado en octubre del año 2020. Disponible electrónicamente a través de:
http://www.pnc.gob.sv/portal/page/portal/transparencia/gestion_estragica/estadisticas

Política de Turismo Sostenible. Consultado en octubre del año 2020. Disponible electrónicamente a través de:
<http://www.mitur.gob.sv/wp-content/uploads/2017/12/POLITICA-DE-TURISMO->

Rafting10.com. ¿Qué es el rafting? Consultado en Mayo del año 2020. Disponible electrónicamente a través de: <http://www.rafting10.com/que-es-el-rafting>

Secretaría Ejecutiva Trinacional del Plan Trifinio, Motores de Crecimiento en la Economía Rural de la Región del Trifinio. Consultado en febrero del año 2019. Disponible electrónicamente a través de: <https://www.plantrifinio.int/nuestra-institucion/biblioteca/category/39-motores-de-crecimiento-en-la-economia-rural-de-la-region-del-trifinio>

Sinnaps – En qué consiste la Administración de Proyectos. Consultado en mayo del año 2021. Disponible electrónicamente a través de: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/administracion-proyectos>

Sistema de Integración Centroamericano (SICA). Consultado en abril, año 2021. Disponible electrónicamente en: <https://www.sica.int/download/?63185>


“Tourism Export Council of New Zealand”, consultado en línea septiembre 30 de 2019. Disponible en: <https://www.tourismexportcouncil.org.nz/resources-tools/distribution-system-toolkit/>

Universidad Autónoma Metropolitana, Administración de proyectos. Consultado en mayo del año 2021. Disponible electrónicamente a través de: http://www.cua.uam.mx/pdfs/conoce/libroselec/Notas_Admon_de_Proyectos_v2_2.pdf

Unidad de Inteligencia de Mercado. “Informe Estadístico, Enero – junio 2017”. Consultado en Octubre 2019

Verónica Robles. Ciclos de la capacitación: Consultado en agosto del año 2020. Disponible electrónicamente a través de: <https://prezi.com/5m4rn6rufpou/ciclo-de-la-capacitacion/>

ANEXOS

 BANDESAL <small>BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR</small>		PROGRAMA BANCA EMPRENDES SOLICITUD DE CREDITO PERSONA JURIDICA		Fecha: _____
				Número de solicitud: _____
1. Datos de solicitante				
Nombre o Razón Social (según NIT):		_____		
Nombre comercial:		_____		
Registro fiscal	_____ - _____	NIT	_____ - _____ - _____	
Fecha de constitución:	____/____/____	Actividad económica principal:	_____	
Dirección actual:	Departamento	Municipio	Colonia, Barrio o Cantón	No
Teléfonos:		e-mail: _____		
Tipo de Empresa:	Nueva <input type="checkbox"/>	Existente <input type="checkbox"/>	Tiempo de operar: _____	Local: Propio <input type="checkbox"/> Alquilado <input type="checkbox"/> Casa de habitación <input type="checkbox"/>
Sector:	Comercio <input type="checkbox"/>	Industria <input type="checkbox"/>	Servicios <input type="checkbox"/>	Agropecuario <input type="checkbox"/> otro <input type="checkbox"/>
Detallar actividad productiva si es diferente a la actividad económica principal: _____				
Empleos:	Fijos Externos	Fijos Familiares	Temporales Externos	Temporales Familiares
	_____	_____	_____	_____
Servicios que posee:	Agua <input type="checkbox"/>	Luz <input type="checkbox"/>	Cable <input type="checkbox"/>	Internet <input type="checkbox"/>
			Género de empleados F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>	
2. Datos del representante legal				
Nombre Completo (según DUI):		Género F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>		Estado civil S <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> V <input type="checkbox"/>
Conocida por:		Edad		_____
Número de DUI:	_____ - _____	NIT	_____ - _____ - _____	
Fecha de nacimiento:	____/____/____	Ocupación	_____	Salvadoreño (a): Por nacimiento <input type="checkbox"/> Naturalizada <input type="checkbox"/>
Dirección según DUI:	Departamento	Municipio	Colonia, Barrio o Cantón	No
Dirección actual (si es diferente a DUI) _____				
Teléfonos:		e-mail: _____		
Educación:	1° - 6° <input type="checkbox"/>	7° - 9° <input type="checkbox"/>	Bachillerato <input type="checkbox"/>	Superior <input type="checkbox"/> No posee <input type="checkbox"/> Familiares en BDES Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
No. de hijos(as):	Menores de 18 años _____	Mayores de 18 años _____	No. De personas que dependen económicamente _____	
Tipo de vivienda:	Propia <input type="checkbox"/>	Alquilada <input type="checkbox"/>	Financiada <input type="checkbox"/>	Familiar <input type="checkbox"/> Tiempo de residir (meses) _____
¿Posee empleo a parte del negocio?		No <input type="checkbox"/>	Sí <input type="checkbox"/> Dónde _____	
¿Desempeña o ha desempeñado algún cargo público en los últimos 5 años?		No <input type="checkbox"/>	Sí <input type="checkbox"/> Dónde _____	
¿Tiene algún pariente que desempeñe cargo público?		No <input type="checkbox"/>	Sí <input type="checkbox"/> Dónde _____	
3. Datos del Crédito solicitado: Monto US\$: _____ Plazo (meses): _____ Período gracia: _____ Tasa de interés: _____				
Destino: _____				
Garantía:	Codeudor(a) <input type="checkbox"/>	Prendaria inscribible <input type="checkbox"/>	Prendaria no inscribible <input type="checkbox"/>	Hipotecaria <input type="checkbox"/> Otra <input type="checkbox"/>
Detalle de la garantía: _____				
4. Referencias				
	Nombre	Relación	Dirección o Empresa	Teléfono
Comerciales	_____	_____	_____	_____
Comerciales	_____	_____	_____	_____
Comerciales	_____	_____	_____	_____
Comerciales	_____	_____	_____	_____
DECLARACIÓN JURADA: a) Que todos los datos proporcionados anteriormente son verdaderos y correctos; b) Que mis (nuestros) ingresos y activos provienen de actividades lícitas, y cumplen con lo requerido por la Ley Contra el Lavado de Dinero; c) Que los fondos para cancelar el crédito provienen de mi (nuestra) actividad económica.				
Firma del (la) representante legal		Sello		
5. Comentarios de la persona asesora				
Nombre de la persona asesora		Firma de la persona asesora		

GLOSARIO

Acta de Constitución del Proyecto: El Acta de Constitución del Proyecto es un documento en el que se define el alcance, los objetivos y los participantes del proyecto. Da una visión preliminar de los roles y responsabilidades, de los objetivos, de los principales interesados y define la autoridad del Project Manager.

Activo intangible: No es de carácter físico ni financiero, sino un valor adicional de una empresa por poseer un nombre reconocido o una marca famosa de un producto de prestigio internacional. También puede adoptar la forma de pagaré.

Activos fijos tangibles: Están conformados por las maquinarias, los equipos, las herramientas, los muebles y enseres, que son necesarios en una empresa para fabricar un producto o prestar un servicio. También incluye los medios de transporte y la construcción de un área, o la adecuación de un lugar o una vivienda para realizar la labor empresarial.

Activos financieros: Comprenden los adeudos que dan derecho a la entidad a percibir recursos monetarios de terceros. Pueden corresponder a operaciones corrientes, inversiones, y suelen estar respaldados por efectos o títulos de crédito o no.

Activos no corrientes: Corresponden a bienes y derechos que no son convertidos en efectivo por una empresa en el año, y permanecen en ella durante más de un ejercicio.

Activos no monetarios: Aquellos cuyo poder adquisitivo no varía, pues independientemente de la cantidad de unidades monetarias en que estén expresados, conservan su valor intrínseco, ya sea en periodos de inflación o deflación. Entre los principales se encuentran: inventarios, inmuebles, maquinarias y equipos, entre otros.

Acto económico: Acciones dirigidas a llenar necesidades que se satisfacen con medios escasos o raros, cuando la apetencia por tales medios es general.

Adeudo: Pasivo, deuda. Cantidad que se ha de pagar por concepto de contribuciones, impuestos o derechos.

Actividad: Son las diferentes acciones que se desarrollan a lo largo de un proyecto. Tienen durabilidad, costo, y asignación de recursos. Se dividen en tareas.

Actividad crítica: Determina las actividades que son críticas dentro de un proyecto y que deben mantenerse en los tiempos establecidos para que el proyecto no sufra ningún retraso. Es cualquier actividad sobre la ruta crítica

Actividad de la Ruta Crítica: Cualquier actividad en la ruta crítica del cronograma del proyecto.

Administración de Proyectos: Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de recursos para lograr objetivos, que se plantean desde un principio por los involucrados en el proyecto.

Alcance: Es el trabajo que tiene que ser hecho para entregar los resultados planteados. Se refiere a los requerimientos a satisfacer en el proyecto.

Análisis de costo-beneficio (Cost-benefit analysis): Técnica analítica derivada de la teoría económica que enumera y compara los costos netos de una intervención en salud con los beneficios que surgen como consecuencia de la aplicación de dicha intervención. Para esta técnica, tanto los costos netos como los beneficios de la intervención en salud son expresados en unidades monetarias.

Análisis de Red: Proceso de identificar las fechas tempranas y tardías de comienzo y terminación para las actividades de un proyecto. Véase también Método de la Ruta Crítica, evaluación gráfica.

Análisis de sensibilidad: Procedimiento analítico a través del cual se evalúa la solidez de los resultados de un estudio, por medio del cálculo de los cambios en los resultados y en las conclusiones que se producen cuando las variables clave del problema cambian en un rango específico de valores.

Análisis del punto de equilibrio: Método para analizar las relaciones existentes entre el costo fijo, el costo variable y las utilidades. Representa el volumen de ventas al cual los costos totales son iguales a los ingresos totales, es decir, el punto en que las utilidades son cero. En periodos inflacionarios su precisión disminuye si se utilizan cifras a precios corrientes.

Análisis económico: Método para separar, examinar y evaluar, tanto cuantitativa como cualitativamente, las interrelaciones que se dan entre los distintos agentes económicos, así como los fenómenos y las situaciones que de ella se derivan, tanto al interior de la economía, como en su relación con el exterior.

Análisis financiero: Procedimiento para evaluar la estructura de las fuentes y los usos de los recursos financieros. Se aplica para establecer las modalidades bajo las cuales se mueven los flujos monetarios, y para explicar los problemas y las circunstancias que en ellos influyen.

Análisis horizontal: Comparación del cambio en una partida del estado financiero, como el inventario, durante dos o más períodos contables.

Análisis incremental: Forma de presentar los resultados de un análisis costo-efectividad o costo-utilidad. Las opciones que se comparan se ordenan de acuerdo con su efectividad neta absoluta; a continuación, se eliminan las opciones dominadas y, finalmente, se calcula la

efectividad incremental, el costo incremental y la razón costo-efectividad incremental de cada opción respecto a la inmediatamente anterior.

Análisis presupuestario: Examen y explicación de los principales componentes del gasto público, así como de su impacto en las actividades económicas, políticas y sociales del país, expresados en el Presupuesto de Egresos de la Federación aprobado.

Análisis vertical: Comparación de una partida específica del estado financiero con un total que incluye esta partida, tales como el inventario en porcentaje del activo corriente o los gastos de operación en relación con las ventas netas.

Ajuste: Asiento contable que se formula para modificar el saldo de dos o más cuentas que por alguna circunstancia no reflejan la realidad en un momento determinado.

Apertura económica: Proceso a través del cual la economía se ajusta a las nuevas realidades del mercado y sus relaciones sociales, así como a las transformaciones comerciales y tecnológicas mundiales. Implica la homologación de la economía con la de los principales centros de desarrollo económico, para lo cual requiere fortalecer la inversión privada e incentivar la inversión foránea con la eliminación de regulaciones, el control de precios nacionales e internacionales y la reducción de restricciones en los campos financieros, fiscales, comerciales, de inversión y monetarios.

Arrendamiento: Cesión de una persona (arrendadora) a otra (arrendatario) del uso de un bien: mueble o inmueble, terreno, edificio, automóvil, maquinaria, o de una parte de uno o de otro, durante un periodo especificado de tiempo, a cambio de una renta u otra compensación.

Asignación de recursos financieros: Consiste en la asignación por el Estado de las cifras de ingresos y gastos presupuestados a los diferentes órganos y organismos del Estado y a las organizaciones y asociaciones vinculadas al presupuesto central. Los ingresos se consideran límites mínimos y los gastos límites máximos.

Asignación de recursos materiales: Cantidades de recursos materiales expresadas en unidades físicas y/o valor asignadas para el año planificado; constituye la parte de la necesidad asegurada con cargo a las asignaciones del año planificado.

Asignación presupuestaria: Importe destinado a cubrir las erogaciones previstas en programas, subprogramas, proyectos y unidades presupuestarias, necesarias para el logro de los objetivos y las metas programadas. Esta se divide en asignación original y asignación modificada.

Balance: Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento dado. Se divide en 2 partes: activo y pasivo; en el primero se muestran los diferentes elementos del patrimonio, mientras que en el segundo se detalla el origen financiero de estos.

Bitácora: Es un cuaderno en el cual el project manager anota cualquier información que considera útil, ya sea como lección aprendida o punto de interés, que considere de importancia para su trabajo.

Capital humano: Capacidad productiva e intelectual que posee un individuo, que puede mejorarse mediante el consumo de asistencia sanitaria y educación. La idea subyacente al concepto de capital humano es que las inversiones en recursos humanos se hacen para mejorar su productividad. En evaluación económica en salud, es una teoría que permite dar valor monetario a la vida humana a través de efectos indirectos, como la productividad laboral aportada, o dejada de aportar por muerte prematura de una persona.

Capacitación: Consiste en la formación o entrenamiento en algún tema específico, que recibe una persona con el propósito de detonar o mejorar una o varias habilidades que le permitan un mejor desempeño laboral que se refleje de manera positiva en sus labores de trabajo.

Cargos diferidos (a largo plazo): Representa el monto de aquellos gastos de operaciones corrientes que por su ascendencia extraordinaria se autoriza a diferir en más de un período económico (un año) a partir del mes en que se presentan. Comprende, asimismo, el saldo de los importes de transferir de los gastos de proyectos, investigaciones y otras actividades similares que, financiados por el plan de inversiones, no están destinados a incorporarse al valor de un medio básico específico.

Ciclo de Vida del Proyecto: Es la sucesión de etapas o fases que componen proyecto.

Ciclos económicos: Fluctuaciones recurrentes periódicas en el nivel de actividad económica, ligadas generalmente a cambios tecnológicos, formación de expectativas, entre otros. En la terminología marxista son las distintas fases por la que atraviesa la economía capitalista, que incluyen: crisis, depresión, reanimación y auge.

Circulación: En un sistema económico está enfocada al intercambio de mercancías. En este proceso la moneda posee un importante papel, dado que el dinero en efectivo es, quizás, la única mercancía que cuenta con la propiedad de ser cambiable por cualquier otra mercancía.

Cierre administrativo: Consiste en generar, recoger, y disseminar la información del proyecto para formalizar la terminación de este.

Competitividad: Capacidad que tiene una empresa o un país de ofrecer bienes y servicios con un costo de oportunidad menor que el de sus competidores.

Concesión: Cuando el Estado otorga a una persona o institución, por un período determinado, el derecho de explotación o administración de bienes o servicios.

Conciliación bancaria: Análisis que explica la diferencia entre el saldo de efectivo que aparece en el extracto bancario y el saldo de efectivo que aparece en los registros del depositante.

Confianza: Es la creencia que se tiene en el sistema financiero acerca de su correcto, serio y ético manejo del dinero recibido del público. Sin confianza un sistema financiero es inconcebible.

Condiciones: Son ciertos requisitos, criterios o puntos de vista que se establecen antes de llegar a un acuerdo o para que el trabajo pueda iniciarse.

Contrato: Es un convenio o acuerdo obligatorio para las partes involucradas, por el cual un vendedor se compromete a proveer un bien, servicio o determinado resultado y un comprador a pagar por éste.

Costo: Es el monto en dinero o valor de una actividad o elemento del proyecto que incluye el precio de los recursos requeridos para ejecutar y concluir la actividad o el elemento, o para generar un componente.

Costeo de absorción: Método de costeo bajo el cual todos los costos directos e indirectos, incluidos los de fabricación fijos, se cargan a los costos del producto.

Costeo directo: Método de costeo bajo el cual solo los costos que tienden a variar con el volumen de producción se cargan a los costos del producto.

Costeo estándar: Todos los costos fijos a los productos que se basan en cifras estándar o predeterminadas.

Costo por servicio: Expresión monetaria de los gastos humanos y materiales de un determinado servicio hospitalario.

Costo presupuestado: Son los costos unitarios y totales que se derivan explícita o implícitamente de los elementos contenidos en la formulación del presupuesto o plan.

Costo total: Es el resultado de la acumulación de todos los costos que ha sido necesario pagar para la producción de bienes materiales o la prestación de servicios, por lo cual, de acuerdo al tipo de análisis que se esté efectuando, puede ser la sumatoria de los costos directos e indirectos, o también de los costos fijos y variables efectuados en el desarrollo de la actividad objeto de análisis.

Costo unitario: Se obtiene de la relación del total de gastos acumulados en un centro de costo entre la cantidad de determinado número de acciones que se haya definido como su base de distribución.

Costos administrativos: Los que se ejecutan en la dirección, el control y la operación de una empresa.

Costos controlables: Costos sobre los cuales pueden ejercer influencia directa los gerentes en un periodo dado.

Costos de capital: Aquellos recursos de larga duración conocidos también como activos fijos; por ejemplo: edificios, muebles, equipos, computadoras, vehículos.

Costos de operación o recurrentes: Son los que se consumen o gastan durante la producción de un bien o servicio y, por tanto, se adquieren regularmente; por ejemplo: salarios, medicamentos, combustible, electricidad, alimentos, papelería.

Costos del período: Costos no relacionados con la manufactura de un producto; son gastos que afectan la operación del período.

Costos del producto: Expresión monetaria de los gastos en la elaboración de un producto.

Costos directos: Se pueden identificar plenamente o asociar a servicios que se están ejecutando; también son aquellos que permiten establecer su correspondiente relación con un área organizativa determinada, la cual tiene la responsabilidad de decidir su empleo. Generalmente pueden considerarse como tales, aquellos gastos originados por el pago de la fuerza de trabajo que ejecuta directamente las acciones, los consumos de los materiales utilizados y los servicios y otras obligaciones que puedan asociarse de forma directa a la actividad que se ejecuta.

Costos económicos: Los costos económicos incluyen no solo los costos explícitos (contables o desembolsos en efectivo), sino también los costos implícitos, es decir, todos los costos de oportunidad vinculados en una actividad productiva.

Costos escalonados: Costos que cambian abruptamente a diferentes niveles de actividad porque se adquieren en porciones indivisibles.

Costos evitables: Costos que se pueden eliminar si se cambia o suspende alguna actividad económica.

Costos explícitos: Son costos desembolsables o contables, por ejemplo: compra de una herramienta, mano de obra directa, materias primas, entre otros.

Costos externos: Es el costo que la producción les genera a otros que no son el productor; por ejemplo: una empresa que contamina el aire genera un costo para las demás personas que respiran ese aire.

Costos fijos: Son aquellos cuyas cuantías no varían en relación con el nivel de actividad realizado, o sea, que se mantienen constantes, aunque hasta cierto límite, independientemente del volumen alcanzado en dichos niveles.

Costos financieros: Se relacionan con la obtención de fondos para la operación de la empresa.

Costos implícitos: Se relacionan con los costos de oportunidad, que conllevan la toma de una decisión.

Costos indirectos: Constituyen gastos o partes de gastos que no pueden asociarse de manera directa a la ejecución de las actividades y, por regla general, se originan en otras áreas organizativas que apoyan las acciones de los que lo reciben.

Costos mixtos: Contienen características tanto fijas como variables.

Costos presupuestados: El total de costos que se espera durante un determinado período.

Costos privados: Son los costos que enfrenta una empresa por su producción y que son ocasionados únicamente por el productor.

Costos sociales: Se refieren a lo que la sociedad debe pagar por mantener funcionando las empresas. El costo social es la suma de los costos privados más los costos externos, que tiene que ver con el impacto de esta producción en la sociedad.

Costos variables: Su monto está directamente asociado al nivel de actividad, como pueden ser los gastos en medicamentos, alimentos, servicio de lavandería y otros. Las cuantías de estos costos aumentan o disminuyen en correspondencia con el mayor o menor número de pacientes atendidos.

Costo-utilidad: Método de evaluación económica completa en salud que tiene en cuenta en un indicador único tanto la mortalidad como la morbilidad. Los costos se miden en unidades monetarias y los resultados en años de vida ajustados a la calidad. Parte del principio de que un año de vida de buena salud equivale a más de un año en peor salud.

Criterios de Aceptación: Aquellos criterios, incluidos los requisitos de desempeño y condiciones esenciales, que deben cumplirse antes de que se acepten los entregables del proyecto.

Cronograma del proyecto: Son las fechas que han sido planificadas para llevar a cabo las actividades y cumplir con los hitos.

Déficit comercial: Situación en que las importaciones de un país son mayores que sus exportaciones.

Déficit fiscal: Situación en que los gastos del Estado son mayores que sus ingresos.

Déficit: Es la escasez de dinero. Se presenta cuando los gastos y costos son superiores a los ingresos.

Deflación: Retirada de la circulación de una parte del papel moneda sobrante con la finalidad de establecer mayor correspondencia entre este y la cantidad de oro necesaria en la circulación.

Deflactor: Se utiliza para evaluar el crecimiento económico, es decir, el valor de los bienes y servicios producidos por una economía a lo largo del tiempo. El principal escollo para medir esto es la distorsión que genera el incremento de los precios y su repercusión sobre el valor de lo producido, conocido como inflación.

Demanda: Ver concepto de curva de demanda.

Demanda agregada (DA): Son aquellos bienes o servicios que los agentes desean o han planeado consumir, invertir o gastar; es decir, sería la sumatoria de las demandas de una nación, ya sea en alimentos, vestuarios, artículos electrodomésticos, medios para la producción, transporte, entre otras a nivel social.

Definición de las Actividades: Identificación de las actividades específicas que deben realizarse con el fin de producir los diferentes productos entregables del proyecto.

Desarrollo del Plan de Proyecto: Es tomar los resultados de los otros procesos de planeación y colocarlos en un solo documento consistente y coherente.

Desarrollo de la Programación: Análisis de la secuencia de actividades, duración de actividades, y los requerimientos de recursos para crear la programación del proyecto.

Diagrama de flujo: Son esquematizaciones gráficas que emplean símbolos para representar los pasos o las etapas, así como las interacciones entre éstas dentro de un proceso.

Diagrama de Gantt: Es una matriz de doble entrada en la cual se anotan en las filas, las distintas actividades que componen un programa o proyecto, mientras que en las columnas

se coloca el tiempo en el cual se desarrollarán las tareas. Es una herramienta útil para identificar fácilmente las actividades y los tiempos de duración de éstas dentro de un proyecto, lo que permite visualizar cómo debe ir avanzando éste.

Diagrama de Pareto: Histograma, ordenado por frecuencia de ocurrencia, que muestra cuantos resultados fueron generados por cada causa identificable.

Divisa: Unidad monetaria de cualquier país que pueda utilizarse en las transacciones económicas internacionales. Existen unidades monetarias que, dado su respaldo en el patrón oro y el poderío económico de su país, tienen aceptación más universal.

Documento financiero: Instrumento expedido en representación de un crédito aceptado por un banco a favor de su cliente.

Diagrama de Red del Cronograma del Proyecto: Es la representación en forma de esquema de las relaciones lógicas que hay entre las actividades que aparecen en el cronograma del proyecto.

Diagrama de red del proyecto: Cualquier representación esquemática de las relaciones lógicas de las actividades del proyecto. Siempre se dibuja de izquierda a derecha para reflejar de manera correcta la cronología del proyecto. Muchas veces se le conoce de forma inapropiada como "gráfica PERT".

Entregable: Cualquier cosa o documento producido como el resultado de un proyecto o cualquier parte de un proyecto. El proyecto entregable se distingue de los entregables parciales que resultan de actividades dentro del proyecto. Un entregable debe ser tangible y comprobable. Cada elemento del WBS debe tener unos o más.

Estructura desglosada de trabajo (WBS): Agrupamiento orientado a entregables de componentes, que organiza y define el alcance total del proyecto. El trabajo que no esté considerado en el WBS (Work Breakdown Structure) se considera fuera del alcance del proyecto. Cada elemento en el WBS generalmente es asignado a un identificador único. Este identificador puede proveer una estructura para la sumatoria jerárquica de recursos de costos. Debe de usarse para verificar el trabajo del proyecto.

Gestión de la Calidad del Proyecto: Esta actividad incluye los procesos y actividades de la organización ejecutante los cuales determinan responsabilidades, objetivos y políticas de calidad a fin de que el proyecto satisfaga las necesidades para las que se le lleva a cabo.

Holgura Libre: Es la cantidad de tiempo que una actividad del cronograma puede demorarse sin retrasar la fecha de inicio temprano de cualquier actividad del cronograma que sea inmediatamente posterior.

Holgura total: Es la cantidad total de tiempo que una actividad del cronograma puede retrasarse respecto de su fecha de inicio temprana sin retrasar la fecha de finalización del proyecto ni violar una restricción del cronograma. Se calcula utilizando la técnica del método de la ruta crítica y determinando la diferencia entre las fechas de finalización tempranas y las fechas de finalización tardías.

Lógica de red: Es la agrupación de dependencias de actividades del cronograma que integra un diagrama de red de cronograma del proyecto.

Manual de operación: Libro de instrucciones técnicas que describen los procedimientos adecuados para el uso y mantenimiento de los sistemas o equipos correspondientes.

Método de Diagramación de Flechas: Es una técnica de diagramación de redes en el que las actividades son representadas por flechas. La cola de la flecha representa el comienzo y la punta, el final de la actividad. Las actividades se conectan en puntos llamados nodos para ilustrar la secuencia en la que se espera el desarrollo de las actividades. También llamado, método de diagramación de precedencias.

Método de la Ruta Crítica (CPM): Técnica de análisis de red usada para predecir la duración del proyecto, en ella se analiza la secuencia de actividades para determinar cual de ellas tienen la menor cantidad de flotación. Cualquier retraso en un elemento de la ruta crítica afecta la fecha de término planeada del proyecto, y se dice que no hay holgura en la ruta crítica.

Nivelación del recurso: Es cualquier forma de análisis de red en las que las decisiones de programación (fechas de comienzo y terminación) son dirigidas por preocupaciones que se desprenden de la administración de recursos.

Organigrama: Es una forma gráfica utilizada para describir la correspondencia de relación existente entre un conjunto de individuos que trabajan juntos por alcanzar un objetivo común.

Payback: o plazo de recuperación es un criterio para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión.

Paquete de Trabajo: Entrega al nivel más bajo de la estructura de desglose de trabajo. Se puede dividir en actividades.

Presupuesto: Es la valoración aprobada para un proyecto, un elemento de la estructura detallada de trabajo u otra actividad presente en el cronograma de trabajo.

Prioridad: Consiste en determinar la máxima experiencia o ventaja de una situación, cosa o circunstancia sobre otras.

Producción: Es el acto de transformar factores, materiales, conocimientos, habilidades, actividades en productos o servicios para satisfacer ciertas necesidades de un cliente.

Programa: Grupo de proyectos relacionados, administrados de una forma coordinada. Los programas usualmente incluyen un elemento de actividad en ejecución.

Programación del Proyecto: Fechas planeadas para la ejecución de actividades y el cumplimiento de hitos.

Ruta Crítica: Son las actividades que determinan la terminación temprana del proyecto en un diagrama de red de proyecto, esta ruta se modifica durante el desarrollo del proyecto, depende del término de las actividades, este se calcula regularmente para todo el proyecto, sin embargo puede hacerse solo para una parte del proyecto.

Ruta de Red: Es cualquier serie continua de actividades conectadas en un diagrama de red de proyecto.

Valor Presente Neto (VAN): Es una forma de estimación que le permite a las organizaciones determinar los beneficios financieros de proyectos a largo plazo. Esta técnica compara los flujos de caja actuales con los mismos en el futuro, tomando en cuenta la inflación y rendimientos. Esta metodología es ampliamente utilizada en proyectos de inversión.

Verificación: Consiste en la técnica de examinar un elemento o producto al final de una fase o de todo el proyecto, a los fines de garantizar o corroborar que cumple con las condiciones y características impuestas.

Verificación del alcance: Proceso para asegurarse de que todos los entregables del proyecto se terminarán satisfactoriamente. Está relacionado directamente con la aceptación de los resultados del proyecto por el cliente.

Viabilidad: Es la condición o el conjunto de factores que se deben procurar para que hagan posible la implementación de un proyecto.