

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**



**“PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y SU IMPACTO EN EL  
DESARROLLO ECONÓMICO SOCIAL DEL MUNICIPIO DE ILOPANGO, PERÍODO  
2023-2025”**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:**

**MARIO JULIO FLORES ORELLANA**

**CLAUDIA PATRICIA GUERRA ROMERO**

**PARA OPTAR AL GRADO DE**

**MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**DICIEMBRE, 2023**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, CENTRO AMÉRICA**

# UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



## AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : MAESTRO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA  
VICE-RECTORA ACADÉMICA : DOCTORA EVELYN BEATRÍZ FARFÁN  
SECRETARIO GENERAL : LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

## AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : MAESTRA CELINA AMAYA DE CALDERON  
VICEDECANO : MAESTRO NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ  
SECRETARIA : LICENCIADO PEDRO JAVIER RIVAS MEJÍA  
ADMINISTRADOR ACADÉMICO : LICENCIADO EDGAR ANTONIO MEDRANO MELÉNDEZ  
TRIBUNAL EXAMINADOR : MAESTRO JUAN VICENTE ALVARADO RODRÍGUEZ  
: MAESTRO EFRAÍN ANTONIO RIVAS GARCÍA  
: MAESTRO JONNY FRANCISCO MERCADO CARRILLO

DICIEMBRE, 2023

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, CENTROAMÉRICA

## **AGRADECIMIENTOS**

Siendo el agradecimiento el lugar que se le da a cada persona involucrada en este proceso de titulación a quien agradezco primeramente es a Dios, por darme fuerza y paciencia durante este proceso.

Al Lic. José María Chicas, por habernos aportado de su visión y experiencia en el municipio de Ilopango y a todo su equipo gerencial de desarrollo económico y financiero.

A mi Madre Marta Orellana y Hermana Edith Orellana, por su comprensión y apoyo en todo momento.

A nuestro asesor Maestro Efraín Elías, quien dio valiosos aportes a este trabajo.

**Mario Julio Flores Orellana**

Siendo el agradecimiento el lugar que se le da a cada persona involucrada en este proceso de titulación a quien agradezco primeramente es a Dios, por haberme dado la oportunidad de seguir estudiando y ayudarme a perseverar en una nueva carrera.

A mi padre Julio Germán Guerra Velis quien D.E.P. a quien perdí en mi proceso de investigación, a mi mamá Argelia Romero a quien no solo le entregue una licenciatura en Administración de Empresas, ahora le entrego una Maestría en Administración Financiera.

A mis hermanos: Jairo, Wendy y Karla. A mi sobrino Pablo André, quien llena de alegría mi vida. Y a quienes me inspiraron, motivaron y apoyaron en todo momento con sus palabras de ánimo.

A nuestro asesor Maestro Efraín Elías, quien dio valiosos aportes a este trabajo.

**Claudia Patricia Guerra Romero**

## Contenido

<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>1</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>1</b>
<b>ABREVIATURAS.....</b>	<b>2</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>6</b>
1.1. Antecedentes .....	6
1.2. Definición del Problema .....	9
1.3. Preguntas de Investigación .....	10
1.4. Objetivos de la Investigación.....	10
1.5. Justificación del Problema .....	11
1.6. Hipótesis de la Investigación .....	13
<b>CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>14</b>
2.1. Reseña Histórica .....	14
2.1.1. Sector Turismo en Estados Unidos.....	15
2.1.2. Sector Turismo en Sur América .....	16
2.1.3. Sector Turismo en la Región Centroamericana.....	18
2.1.4. Sector Turismo en El Salvador .....	22
<b>2.2. Definiciones.....</b>	<b>26</b>
2.2.1. Conceptos Teóricos.....	26
2.2.2. Tipo de Turismo .....	28

<b>2.3. El Sector Turismo y Aporte al Crecimiento Económico .....</b>	<b>29</b>
2.3.1. Estadísticas de Crecimiento del Sector Turismo en El Salvador .....	29
2.3.2. Aporte de Crecimiento del Sector Turismo en Producto Interno Bruto (PIB) .....	31
2.3.3. Inversiones en el Sector Turismo.....	34
2.3.4. La Estacionalidad y Temporalidad Turística .....	39
2.3.5. Marco Regulatorio del Sector Turismo .....	41
2.4. Proyectos de Inversión.....	48
2.4.1. Tipo de Proyectos de Inversión.....	49
<b>CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>51</b>
3.1. Tipo de Investigación.....	51
3.2. Población y Muestra .....	52
3.2.1. Población .....	52
3.2.2. Unidades de Análisis.....	52
3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	53
3.3.1. Técnica.....	53
3.3.2. Instrumento .....	54
3.3.3. Procedimiento .....	54
<b>CAPÍTULO 4: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>55</b>
4.1. Análisis de Datos .....	55
4.2. Comprobación de Hipótesis.....	80
4.3. Cumplimiento de Objetivos .....	82
4.4. Oportunidad de Investigaciones Futuras.....	84
<b>CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>85</b>

5.1. Conclusiones .....	85
5.2. Recomendaciones .....	86
<b>Referencia .....</b>	<b>87</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>2</b>
ANEXO 1 Número de Turistas, Ingresos y el Producto Nacional Bruto (PNB).....	2
ANEXO 2 Estadística del Municipio de Ilopango con Otros Municipal .....	3
ANEXO 3 Formato de la Entrevista .....	4
ANEXO 4 Modelo de la Encuesta .....	6

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Etapas del Ciclo de Vida de los Proyectos de Inversión.....	46
--	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: PIB Preliminar BCR - Ingresos Turísticos Totales.....	8
Tabla 2 Turismo Receptivo en Estados Unidos por Región.....	16
Tabla 3: Turismo de Entrada a Sur América 2017-2019 (Expresado en Miles) .....	18
Tabla 4: Detalle de Áreas Estratégicas Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (PEDTS).....	21
Tabla 5: Ejes del Plan de Turismo 2030 Ministerio de Turismo .....	24
Tabla 6: Tipos de Turismo.....	27
Tabla 7: Relación del Ingreso en Concepto de Turismo y el Producto Interno Bruto (PIB) .....	31
Tabla 8: Producto Interno Bruto (PIB) Directo de Turismo como Proporción del PIB Total El Salvador y América Latina.....	33
Tabla 9: Empresas Inscritas en Registro Nacional de Turismo al 2022 .....	34
Tabla 10: Proyectos de Inversión Pública Desarrollados 2021-2022 .....	35
Tabla 11: Marco Legal del Sector Turismo .....	38

## ABREVIATURAS

ANT Autoridades Nacionales de Turismo

ASAGUITUR Asociación Salvadoreña de Guías Turísticos

CANATUR Cámara Nacional de Turismo

CATA (por sus siglas en inglés) Comité Ejecutivo de la Agencia Centroamericana de Promoción Turística

CCASTUR Comité Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad Turística

CCT Comité de Calidad Turística

CCT Consejo Centro Americano de Turismo

CEPAL Comisión Económica para América Latina

CEUPE Centro Europeo de Postgrado

COMECATUR Comité de Mercadeo Centroamericano de Turismo

CORSATUR Corporación Salvadoreña de Turismo

EUROSTAT Comisión de Estadísticas de la Unión Europea

FEDECATUR Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica

IDS Indicadores de Desarrollo Sostenible

ISSS Instituto Salvadoreño del Seguro Social

ISTU Instituto Salvadoreño de Turismo

MIPYME Micro Pequeña y Mediana Empresa

OCDE Organización y Cooperación para el Desarrollo Económico

OMT Organización Mundial de Turismo

PEDTS Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible



PIB Producto Interno Bruto

PITN Proyectos de Interés Turístico Nacional

POA Plan Operativo Anual

PR Período de Recuperación

PRETUR Política Regional de Turismo

RNT Registro Nacional de Turismo

SICA Sistema de Integración Centro Americana

SITCA Secretaría de Integración Turística Centroamericana

TIR Tasa Interna de Rendimiento o de Retorno

VAN Valor Actual Neto

WACC (por sus siglas en inglés) El Costo Promedio Ponderado

## RESUMEN EJECUTIVO

La pandemia y sus consecuencias tuvieron un impacto en varios sectores económicos a nivel mundial, incluyendo el turismo en El Salvador, lo que provocó el cierre de empresas grandes y pequeñas, a pesar de las medidas paliativas implementadas por el gobierno. A esto se suma los efectos socioeconómicos que sufren las familias que dependen de los trabajos de este sector.

La reactivación del sector turismo desde el 2021, ha sido una de las apuestas más importantes por parte del Gobierno Central, Municipal y Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR); incentivando inversiones en términos de mejoramiento de infraestructura, iluminación y seguridad pública.

Las economías locales se benefician de las inversiones en empresas de rubro turístico, y nuestro enfoque es el municipio de Ilopango para las inversiones en el sector turístico y las consecuencias socioeconómicas para las familias que trabajan en él.

La importancia de medir financieramente las inversiones en el sector turismo sean estas nuevas o en desarrollo, radica en una visión a largo plazo para los inversionistas y cuantiosas en términos de infraestructura e inmuebles. Los modelos financieros proyectados son un indicador clave de medición en términos de costos de oportunidad, tasa de rendimiento aceptable (TIR) para los inversionistas y términos de tiempo para la recuperación de la inversión; considerando los riesgos inherentes a este nicho de negocios de la actividad turística.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo sobre la evaluación de Empresas Turísticas consta de cinco capítulos donde se plantea una idea en la parte de la necesidad que se desea satisfacer y la existencia de un recurso que se utilizará.

El capítulo I plantea antecedentes y la problemática a investigar, así como la definición del problema, las preguntas de investigación, los objetivos generales y específicos, así como la justificación del desarrollo de la investigación se responden hipótesis que se sustentan en la información que se ha recabado y obtenido.

En el capítulo II se presenta el marco teórico que incluye los aspectos más importantes con base a la literatura relacionada al tema en estudio sobre proyectos de inversión en empresas turísticas. Por otra parte, el capítulo III desarrolla la metodología de la investigación, en la que se define el tipo de investigación, la población y la unidad de análisis en estudio; así mismo la técnica e instrumento de recolección de datos utilizados.

Mientras que, en el capítulo IV se realiza el análisis de la investigación, con base a la recopilación de datos de la muestra, planteando las bases para el desarrollo de un caso ilustrativo con la colaboración de la empresa turística, presentando sus Estados Financieros, los cuales se han analizado para llegar a una elección más efectiva del tema de estudio.

Para concluir el capítulo V brinda conclusiones y recomendaciones como resultado del análisis de la investigación en su conjunto.

## CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Antecedentes

El sector turístico es un dinamizador de la economía para la generación de ingreso de divisas para países con atractivos naturales: playas, lagos, montañas y pueblos vivos de la región centroamericana. A nivel mundial, el Turismo figura entre uno de los principales sectores en las economías.

Centroamérica presenta atractivos turísticos específicamente en el área de lagos, entre estos se encuentra: Lago de Atitlán, Peten Itzá, Amatitlán de Guatemala, y en El Salvador el Lago de Coatepeque, Lago de Suchitlán y el Lago de Ilopango entre otros considerados lugares paradisiacos de turismo. (Fernando Villatoro, 2013).

En esa época, uno de los factores que incidieron para su modernización fue el transporte, debido a su amplia estructura de camino, los vuelos a El Salvador aumentaron con la construcción del Aeropuerto Internacional de Ilopango.

En 1961, fue creado el Instituto Salvadoreño de Turismo, instancia gubernamental gestora del turismo. Las principales atribuciones con las que se creó fueron las siguientes:

- Elaboración de proyectos para el fomento y desarrollo de la industria turística.
- El manejo del patrimonio turístico.
- La presentación de informes regulares sobre el comportamiento del sector.

La demanda generada estuvo centrada en 3 mercados principales: el regional, los Estados Unidos y México. Sin embargo, el turismo se redujo en 1969 debido a la guerra entre El Salvador y Honduras, afectando la estabilidad regional. La década de los 70 viene dada por la construcción de hoteles de montaña en el Cerro Verde, Hoteles en el Estero de Jaltepeque (Pacific Paradise y el Izalco Cabaña Club) al interior del país. (Turismo, 1989)

Según el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU, 1989). En 1975 se incrementó el número de turistas en más de 200,000 hasta llegar a un total de 300,000.

El incremento coincidió con la realización del concurso de Miss Universo en El Salvador. Durante el período de 1979 a 1990, el flujo de visitantes al país se mantuvo; la mayoría se trataba de periodistas extranjeros o instituciones no gubernamentales que trabajaban con la sociedad salvadoreña.

En 1991 con la presencia de las Naciones Unidas, en El Salvador el ingreso de personas aumentó a 125,000 turistas, logrando la cifra récord de 200,000. En el año 1992 la firma de los acuerdos de paz impulsó un movimiento lento en el sector, al año siguiente, alcanzó la cifra de 300,000 visitantes. Esta fue la mayor cantidad de turistas que el país había recibido en 25 años.

La reactivación del sector turístico es impulsada por el gobierno central con el propósito de promover al país en un atractivo a nivel regional. Por tal razón las divisas por turismo en El Salvador para el año 2019 representan el 6.52% al Producto Interno Bruto (Corsatur, 2022).

**Tabla 1***PIB Preliminar BCR - Ingresos Turísticos Totales*

<b>Año</b>	<b>PIB (US\$ Millones)</b>	<b>TURISMO (US \$ Millones)</b>	<b>IT/PIB %</b>
2009	17,601.62	516.6	2.93%
2010	18,447.93	518	2.81%
2011	20,283.78	615.1	3.03%
2012	21,336.15	771.5	3.61%
2013	21,990.97	893.8	4.06%
2014	22,593.48	1,107.40	4.90%
2015	23,438.24	1,169.40	4.99%
2016	24,191.44	1,183.40	4.89%
2017	24,979.20	1,265.10	5.06%
2018	26,117.40	1,532.61	5.87%
2019	27,022.64	1,761.24	6.52%

**Fuente:** Elaboración propia con datos del Banco Central de Reserva (BCR), años 2009 – 2019.

El valor que tiene el sector turismo en la economía nacional es importante, tomando en cuenta que, para el cierre del 2019, el total de los ingresos le corresponde el 6.52 % de participación en el PIB, debido a la captación de \$1,761.24 millones de dólares estadounidenses, indica que hubo un aumento del 0,65 % respecto al cierre del año anterior; siendo significativo el papel del turismo en la economía del país.

## 1.2. Definición del Problema

Debido al impacto económico, generado por la pandemia COVID 19 los diferentes municipios del país sufrieron una reducción considerable de ingresos en el sector turismo, afectando a empresarios en el capital de trabajo y los compromisos a largo plazo.

En consecuencia, solo el 30% al 35% de los 118 guías miembros de la Asociación Salvadoreña de Guías Turísticas (ASAGUITUR) han logrado iniciar operaciones, lo que indica que el turista extranjero es el cliente más rentable para los tour operadores y guías turísticas.

La situación de las empresas del sector turismo se han visto favorecidas por la seguridad, permitiendo el libre desplazamiento del turista, disminuyendo el porcentaje de situaciones de conflicto, principalmente los hechos delictivos (robos, hurtos, extorsiones) entre otros. Siendo un sector, que las empresas pueden explotar con Proyectos de Inversión Turística.

De hecho, para el 2019 el Municipio de Ilopango en comparación con otros trece municipios muestra un índice de robos en la onceava posición con una tasa promedio de 52.73, en categoría de hurtos y extorsiones se encuentra en la décima posición con una tasa del 67.44 y 18.43 respectivamente. (Ver Anexo No 2).

En El Salvador, la reactivación del sector turístico es importante; dado que el gobierno central está promocionando a nivel regional (Surf City), y el gobierno municipal de Ilopango con apoyo del gobierno central, ha desarrollado un plan estratégico, para la reactivación económica en materia turística, con el fin de aumentar la cantidad de visitantes.

Expuesto lo anterior se plantea el siguiente problema ¿En qué medida los Proyectos de Inversión Turística generan ingresos para el Municipio de Ilopango en el período 2023-2025?

### **1.3. Preguntas de Investigación**

1. ¿En qué medida los Proyectos de Inversión en Empresas Turísticas permitirán aumentar el impacto en el Desarrollo Económico y Social de la Alcaldía Municipal de Ilopango en el período 2023-2025?
2. ¿Cuáles son las estrategias a seguir en la evaluación de Proyecto de Inversión en Empresas Turísticas del municipio de Ilopango?
3. ¿Cuáles son los principales aspectos financieros que deben considerar las empresas de turismo para lograr impactar financieramente en el Desarrollo Económico Social del Municipio de Ilopango?

### **1.4. Objetivos de la Investigación**

#### **Objetivos General**

Evaluar Proyectos de Inversión en Empresas Turísticas para lograr Desarrollo Económico y Social mediante su implementación en el Municipio de Ilopango para el período 2023-2025.

#### **Objetivos Específicos**

1. Identificar los beneficios financieros que obtendría la Alcaldía con los Proyectos de Inversión en Empresas Turísticas en el Municipio de Ilopango en el período 2023-2025.



2. Reconocer los indicadores aplicables para medir el impacto financiero que poseen las Empresas Turísticas en el Desarrollo Económico Social en el Municipio de Ilopango.
3. Medir el retorno de la inversión en el desarrollo económico a través de la ejecución de Proyectos en Empresas Turísticas del Municipio de Ilopango.

### **1.5. Justificación del Problema**

En los últimos años, el turismo en El Salvador se ha constituido en una de las bases más importantes dentro de la economía nacional. Sin embargo, por la falta de información de la oferta turística hacia la población ha ocasionado que esta no explore las zonas turísticas existentes provocando migración a países aledaños.

El municipio de Ilopango se destaca por su atractivo turístico, posee un lago que busca conquistar a la población y lugares para disfrutar de un destino turístico; en el que existen dos factores que el cliente toma en cuenta para su elección, la imagen que el turista ha considerado para elegir lugares de destino y de sus propios hábitos de consumo turístico.

Ilopango se encuentra ubicado en una zona cercana a San Salvador y se percibe un lugar turístico para la creación de empresas descentralizadas que favorezcan el desarrollo del turismo local de la municipalidad.

El tema de investigación es de utilidad para los turistas, nacionales e internacionales, porque en ella se proponen estrategias de interés para la reactivación del turismo, medidas que las instituciones correspondientes han designado y formas en las que podrán hacer turismo.

La investigación permite fortalecer la atracción del turismo interno en las rutas turísticas del municipio de Ilopango, se propone generar y crear modelo de negocio que optimice su estatus económico y financiero, a través del turismo con operaciones de empresas que lleguen a potencializar su desarrollo económico.

El estudio se basará en la inversión pública que hará el municipio de Ilopango en Empresas Turísticas, se estará realizando el análisis de demanda en el turismo dentro de la zona, se proveerán las recomendaciones en cuanto a la necesidad de otras fuentes de financiamiento y alternativas óptimas para contar con un turismo en constante crecimiento; lo que es factible debido a la situación económica actual en la que se encuentran las finanzas y por la coyuntura política que atraviesa el país.

La investigación por realizar utilizará información que permitirá ubicar proyectos de inversión en empresas turísticas y su impacto en el desarrollo económico y social en el municipio de Ilopango, en un contexto histórico, basado en experiencias de diferentes empresas del sector y revisión de bibliografía e informes técnicos y especializados sobre el tema. Se recabará información de instituciones del Estado que apoyen la investigación, con información relacionada al turismo.

La investigación se desarrollará en el municipio de Ilopango, específicamente en las empresas que se dedican al turismo, en los alrededores de la ruta panorámica, orillas del lago y todos aquellos negocios relacionados al turismo de la zona; que estén legalmente regulados por el Ministerio de Turismo y la alcaldía.

El período para realizar la investigación será de los años 2023 al 2025 obteniendo resultados que servirán como base para una propuesta relacionada con proyectos de inversión en empresas turísticas.

La limitante de la investigación está dada por la complejidad de las empresas Turísticas en proporcionar información relacionada a los proyectos particulares que cada una de ellas presente: Agencias de Viajes, Guías turísticos, Hoteles y Restaurantes, Bares, Centros Nocturnos de calidad turística, Transporte de turistas entre otros.

La falta de información a las necesidades que respondan a los objetivos de la investigación y den respuestas al planteamiento del problema de investigación. La ausencia de estudios de esta naturaleza enfocados en Empresas Turísticas y el desarrollo económico social.

## **1.6. Hipótesis de la Investigación**

### **Hipótesis General**

En qué medida los Proyectos de Inversión Turística generan ingresos para el Municipio de Ilopango en el período 2023-2025

### **Hipótesis Especificas**

1. La evaluación de proyectos de inversión en empresas turísticas permitirá influir financieramente en el Desarrollo Económico Social del Municipio de Ilopango
2. La no implementación de Proyectos de Inversión en Empresas Turísticas disminuirá los beneficios económicos, en la Alcaldía del Municipal de Ilopango en el período 2023-2025.

## CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Reseña Histórica

El turismo es una actividad que, a nivel mundial, moviliza cada año a millones de personas, tiene gran impacto económico, socioculturales y ambientales en las comunas y localidades receptoras de grandes flujos de personas.

De acuerdo a Ana Moreno Garrido en su ensayo sobre Historia del Turismo una Investigación Necesaria, 2013:

1). fue en la Europa del siglo XIX en plena consolidación de la industrialización cuando las prácticas turísticas iniciaron a generalizarse y a mover a miles de europeos.

2) Esas prácticas estaban vinculadas al descanso, la salud y el conocimiento y adoptaron la forma del termalismo, el excursionismo, los baños de ola de playas frías o los viajes de formación como el Gran Tour de las élites británicas.

3) Es imposible hacer una historia de la Europa del siglo XIX sin referirse a sus balnearios, sus playas y sus grandes centros monumentales y culturales porque, en todos esos sitios, la sociedad europea hacía negocios, política, lucía moda y exigía mejoras en el orden material que se saldaban con avances médicos, tecnológicos o de transportes.

4) Los historiadores repararon en el inmenso valor que tiene una localidad turística para medir todas las pulsaciones de un tiempo histórico que van mucho más allá de la frivolidad del mero descanso de escasas y adineradas élites.

### **2.1.1. Sector Turismo en Estados Unidos**

Estados Unidos actualmente está en el Rankin de países más visitados a nivel mundial; a finales del 2019 se posiciono en el lugar siete de sus ciudades con más arribo de turistas entre estas: New York, Los Ángeles, Orlando/Florida, Las Vegas/Nevad, Miami, San Francisco, Honolulu/Hawái. (Datos Mundial, 2021, Párrafo 1).

Entre al año de 1995 y 2019, el crecimiento del sector turismo es de un 3% anual; la mayor cantidad de turistas proceden de países como Canadá con un 26.93%, México con un 23.06% y Reino Unido con un 5.84%. (Expansion, 2022, Párrafo 3).

De acuerdo con la tabla 2, las estadísticas de Turismo Receptivo por Región proporcionadas por la Organización Mundial de Turismo (OMT) al año 2021, se recibió en turismo receptivo de 22,100,400 Millones de Turistas; procedentes del continente americano con 82% mientras que África y Asia del Sur con 2% y 1% respectivamente y un 10% procedentes de Europa, mientras que un 8% de regiones como África, Asia oriental, del sur y Oriente Medio.

El aporte al PIB del sector turismo entre el año de 2008 y 2014 está en un promedio del 2.77% anual y al 2014 fue de 2.8%, el cual forma parte de los Indicadores de Desarrollo Sostenibles (IDS) (OMT, 2021, Párrafo 2).

**Tabla 2***Turismo Receptivo en Estados Unidos por Región (Expresado en Miles)*

Región de Procedencia	2017	%	2018	%	2019	%	2020	%	2021	%
África	585.45	1%	597.80	1%	566.60	1%	107.10	1%	153.60	1%
América	46,675.98	60%	48,966.07	61%	48,061.70	60%	13,952.90	73%	18,115.50	82%
Asia del Sur	1,481.04	2%	1,570.36	2%	1,670.50	2%	384.70	2%	528.30	2%
Asia Oriental y Pacífico	12,260.96	16%	11,952.95	15%	12,183.90	15%	2,027.70	11%	816.20	4%
Europa	15,633.30	20%	16,082.51	20%	16,381.90	21%	2,612.20	14%	2,259.00	10%
Oriente Medio	550.01	1%	576.23	1%	577.10	1%	127.30	1%	227.80	1%
Otros No Clasificados	0.00	0%	0.00	0%	0.00	0%	0.00	0%	0.00	0%
<b>Total, general</b>	<b>77,186.75</b>	<b>100%</b>	<b>79,745.92</b>	<b>100%</b>	<b>79,441.70</b>	<b>100%</b>	<b>19,211.90</b>	<b>100%</b>	<b>22,100.40</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia con base a datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT)

### 2.1.2. Sector Turismo en Sur América

Sur América, aloja gran cantidad de culturas y razas, siendo el continente que se encuentra ubicado en medio de El Caribe, el Pacífico sur y el Atlántico. Posee la cascada más alta del mundo (Salto Ángel, en Venezuela), la cordillera más alta fuera de Asia (Los Andes), el río y la selva más grande (río Amazonas. Perú, Colombia y Brasil), playa de Copacabana (Brasil), y desierto (Atacama, en Chile), además posee en su territorio una de las siete maravillas del mundo (Machu Picchu, Perú).

## Gráfica 1

*Contribución a la Tasa de Crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) por Actividad*

*Económica 2017 – 2022*



**Fuente:** Elaboración propia. CEPAL y OMT

El aporte de crecimiento de este sector hablando en términos de turismo receptor de acuerdo con los indicadores de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) fue de 27,681,000 turistas (Tabla 3) y el aporte del sector Hotelero y Restaurantes fue del 1.87 al PIB de la Región al año de cierre 2022 (CEPAL, 2023)

**Tabla 3***Turismo de Entrada a Sur América 2017-2019 (Expresado en Miles)*

<b>Países de Sur América</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Argentina	19,928.00	20,788.00	
Brasil	13,178.00	13,242.00	12,706.00
Chile	15,242.00	13,206.00	10,862.00
Colombia	8,297.00	8,942.00	
Ecuador	1,806.00	2,535.00	
Guyana	494.00	574.00	630.00
Paraguay	9,488.00	8,366.00	2,432.00
Perú	10,020.00	10,784.00	
Surinam	557.90		
Trinidad y Tobago	1,000.00	1,128.00	1,051.00
	8,716.00	8,150.00	
Venezuela (República Bolivariana de)	860.00		
<b>Total, general</b>	<b>89,586.90</b>	<b>87,715.00</b>	<b>27,681.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia con datos de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y Organización Mundial de Turismo (OMT).

### **2.1.3. Sector Turismo en la Región Centroamericana**

El sector turismo a nivel regional y Centroamericano, ha sido seriamente impactado por Pandemia 2019, generando medidas drásticas de confinamiento, al igual que restricciones de movilización para la población y negocios, ocasionando cancelación de reservas turísticas, de vuelos internacionales, cierre de aeropuertos, puertos marítimos y fronteras.



Para tener un mejor análisis del comportamiento del Sector Turismo en la Región la Secretaría de Integración Turística Centroamérica (SITCA), integrada por los países: República Dominicana, Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras, Costa Rica, Nicaragua y Panamá.

En el año 2020, al inicio de la pandemia del Covid-19, la región que conforma el SICA recibió un total de 7.475 millones de visitantes, mientras que, en el año 2021, el resultado fue de 11.200 millones, lo que supone un incremento de 49.85%.

En cuanto a la composición de dichos visitantes, en 2021 el 13.6% de los visitantes fueron excursionistas, es decir visitantes que no pernoctaron en su destino, mientras que el 86.4% fueron turistas, es decir visitantes que sí pernoctaron en su destino. Esto representa una mejoría con respecto al desempeño en el año 2020, cuando los turistas representaron solo el 73.6% de todos los visitantes.

En otras palabras, en el 2021 se registró una recuperación del sector, puesto que un mayor número de visitantes (turistas) que pernoctan, refleja un mayor gasto promedio del turista y mayores ingresos generados por el sector. Sin embargo, cabe notar que, aunque en la mayoría de los países de la región SICA, es normal que la mayor parte de visitantes sean turistas, esto no es necesariamente cierto para todos los países, pues para Belice y Honduras la participación de los excursionistas fue casi igual de importante que la de turistas. En Belice, en 2021, los excursionistas representaron el 49% de los visitantes, y los turistas el 51%. Por su parte, en Honduras, en 2021, los excursionistas representaron el 44% de los visitantes, y los turistas el 56% (SITCA, 2021, Página 14).

De acuerdo con las encuestas realizadas por las Autoridades Nacionales de Turismo en 2021 los principales motivos de viaje de los turistas que visitaron la región SICA fueron: vacaciones, ocio y recreo con 66.17%; seguido por el motivo de Visita a familiares y amigos con 21.85%; y en la tercera posición se ubican los viajes por Negocios y motivos profesionales con 8.05%. La jerarquía de motivos se ha mantenido en 2021 a pesar de los efectos del Covid-19, y aunque no es idéntica, se mantiene el orden de importancia con respecto a 2019, y es muy cercano a las magnitudes registradas en el año 2020 (SITCA, 2021, Página 26).

#### ***2.1.3.1. Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico Sostenible.***

Frente a esta situación y ante el reto y necesidad de reactivar la economía de los países, a partir del 2021 fue de fundamental importancia, fomentar sectores e industrias dinámicas y generadoras de empleos, ingresos y bienestar para la población urbana y rural. El turismo es una industria idónea para dichos fines, por su alta capacidad de generar significativos empleos directos e indirectos, descentralizar oportunidades de desarrollo a nivel local y especialmente para el sector de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME), por medio de su amplia cadena de bienes y servicios. Con una recuperación económica y social, creciente y sostenida en la región del Sistema de la Integración Centro Americana (SICA).

El Resumen Ejecutivo emitido por el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), que se conoce como: “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2021-2025” (PEDTS); comprendió las siguientes actividades, que otorgaron consultas y participación de las instituciones que forman parte de la institucionalidad regional del sector turístico.

El proceso de definición del marco estratégico se basó en la metodología FODA, mientras que la definición del PEDTS 2021-2025 se efectuó con base a la metodología de gestión por resultados; producto de esto se determinaron las cuatro áreas de trabajo:

**Tabla 4**

*Detalle de Áreas Estratégicas Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (PEDTS)*

ÁREA ESTRATÉGICA	DESCRIPCIÓN
Integración y Política Turística	Esta área es de suma importancia para fortalecer el potencial y dinamismo del sector turismo y responde a la necesidad de mejorar la visibilidad y apoyo al sector en el contexto del SICA, a fin de mejorar la coordinación, articulación y cooperación para el fortalecimiento de la integración y de la competitividad turística. En tal sentido, se requiere el reconocimiento del turismo como sector estratégico a nivel nacional, y especialmente, el reconocimiento a nivel regional y como Política de Estado, al más alto nivel político, en el marco del SICA.
Promoción y Mercadeo	En el ámbito del SICA, la promoción y mercadeo turístico se ha venido desarrollando en coordinación entre el sector privado y público, en el marco de la promoción de la Marca “Centroamérica... tan pequeña, tan grande...”. Esto ha implicado un trabajo conjunto entre las Autoridades Nacionales de Turismo (ANT) y la respectiva Cámara Nacional de Turismo, siendo parte de la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR). Ambos sectores se integran a nivel técnico, en el Comité de Mercadeo Centroamericano de Turismo (COMECATUR) y en el Comité Ejecutivo de la Agencia Centroamericana de Promoción Turística (CATA, por sus siglas en inglés); así como a nivel decisorio, en el Consejo Directivo de la Agencia.
Calidad y Competitividad	La sostenibilidad en el producto o servicio turístico se basa en la nueva demanda, que requiere destinos y establecimientos turísticos más naturales, en los que haya medidas o políticas de adecuado manejo de los recursos naturales, protección del medio ambiente y otros, enfoque de género y otros. La nueva demanda está orientada hacia la preferencia de

	destinos seguros y no masivos; con poca afluencia de turistas; estaba en establecimientos y consumo de servicios ofrecidos por pequeñas y medianas empresas, en los que haya más control y seguridad en materia de seguridad sanitaria, salud, ambiental y social.
Fortalecimiento Institucional, articulación y Coordinación Público Privada	Es de esencial importancia para la gestión de la PRETUR y para la ejecución y obtención de resultados del PEDTS 2021-2025 y de los POA, fortalecer las instancias técnicas y del sector privado de la integración turística, particularmente SITCA, CATA y FEDECATUR, así como la coordinación y comunicación entre sí. Se destaca la importancia del CCASTUR, para apoyo en la puesta en marcha del SICCS.

**Fuente:** Elaboración propia con base al Acuerdo Plan Estratégico de Desarrollo Turístico 2021-2025

#### 2.1.4. Sector Turismo en El Salvador

Los primeros esfuerzos para desarrollar el turismo en El Salvador se remontan al año de 1924, durante la administración del Dr. Alfonso Quiñónez Molina. El propósito entonces era el de atraer turistas para adquirir divisas, dar a conocer el país y sus valores culturales e históricos y además establecer nuevas relaciones para incrementar el comercio.

Es hasta abril de 1947, bajo el gobierno del General Salvador Castaneda Castro que se presenta a la Asamblea Legislativa, un proyecto para la creación de la Junta Nacional de Turismo. Este proyecto fue aprobado por medio del Decreto Número 96 del 09 de mayo de 1947 y se define a la Junta como una entidad de utilidad pública, con autonomía completa, sujeta a las disposiciones de la ley y con personería jurídica propia. Un año después se decreta el Reglamento de la Junta Nacional de Turismo, que define la integración de su Junta Directiva y el establecimiento de las Juntas de Turismo Departamentales. En el año 1961 mediante el Decreto 469, el Directorio Cívico Militar de El Salvador, creó el Instituto Salvadoreño de Turismo

(ISTU), como la instancia rectora de la actividad turística. Se le asignaron como funciones principales, la elaboración de proyectos para el desarrollo y fomento del sector, la regulación de las empresas turísticas, la administración del patrimonio turístico del país y la elaboración de informes estadísticos sobre la evolución del sector.

El Salvador durante el período de junio 2021 a mayo 2022, se han implementado iniciativas orientadas a potenciar a El Salvador como destino turístico a nivel nacional e internacional, para promover el desarrollo económico y social con base en las prioridades nacionales atendidas por el Gobierno de El Salvador; así como los compromisos asumidos por el país en el marco de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible. (MITUR, 2016).

El Ministerio de Turismo –MITUR-, fue creado mediante el Decreto Legislativo N° 899 de fecha 10 de diciembre de 2005, publicado en el Diario Oficial N° 237, Tomo N° 369, del 20 de diciembre de ese mismo año. La Ley de Turismo se promulgó con el objeto de fomentar, promover y regular los servicios turísticos en el país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras (ISTU, 2023).

El Plan Estratégico de Turismo 2020-2024 constituye el principal instrumento de planificación para la implementación de políticas públicas en el sector turismo, donde los ejes estratégicos de trabajo se basan en los lineamientos y prioridades identificadas en el Plan Nacional de Turismo 2030, Política de Turismo con Énfasis en Surf, Estrategia Surf City El Salvador y Destinos Turísticos Especializados, los cuales se describen (MITUR, 2021, Pág. 52).

**Tabla 5***Ejes del Plan de Turismo 2030 Ministerio de Turismo*

<b>EJES ESTRATÉGICOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
1. Preservación del Patrimonio Cultural Natural Nacional	Integra una serie de esfuerzos orientados a la sensibilización de la población y las comunidades de los destinos turísticos para promover la valoración del patrimonio nacional y que formen parte del desarrollo socioeconómico por medio del turismo.
2. Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades	Desarrollo de acciones que pretenden mejorar las condiciones estructurales y competitivas del sector turístico y sus principales actores públicos y privados para brindar servicios de calidad a las personas visitantes nacionales y extranjeras.
3. Gestión de la Demanda Turística	Gestionar el acceso a nuevos mercados internacionales, a partir del desarrollo de un marketing efectivo e innovador, basado en las nuevas tendencias de los mercados y el uso de las tecnologías de la información para facilitar la gestión migratoria y desplazamientos internos, a fin de posicionar a El Salvador como un destino turístico atractivo.
4. Institucionalidad del Sector	Fortaleciendo las competencias administrativas y de gestión, tanto del sector gubernamental como del sector privado, acompañando esto de un marco normativo y político pertinente y asimismo reenfocando todo un conjunto de creencias, ideas, valores y principios para direccionar mejor los esfuerzos para lograr las apuestas estratégicas contenidas en el plan, incrementando las sinergias entre los actores del ámbito turístico salvadoreño y creando una cultura de gestión pública participativa y transparente, todo esto en pro de impulsar “Un nuevo modelo de desarrollo turístico” para nuestro querido El Salvador.

**Fuente:** Elaboración propia de Plan de Turístico 2030 del Ministerio de Turismo.

La implementación de este proyecto se basa en la importancia del turismo comunitario en la conservación de los recursos naturales, la preservación del patrimonio cultural y la generación de recursos económicos para las comunidades que participan en esta actividad.

Debido a la importancia de la industria turística en la economía y el auge que ha tenido el Municipio de Ilopango, ha dado como consecuencia el incremento en nuevas fuentes de empleos en el destino, favoreciendo a muchas familias.

Su aplicación brindará beneficios económicos a 4 cantones: Cantón Ilopango, San Bartolo, Apulo y Santa Lucía y 120 caseríos.

Con la Implementación del proyecto se beneficiará a 80 familias que son socios activos, es decir, son pobladores que prestan los servicios. Y de manera indirecta, beneficiará a 100 familias que son socios inactivos, es decir, es la población en general que, aunque no presta servicios, recibe un porcentaje equitativo de la ganancia acumulada a fin de año.

Los pobladores serán los que prestan los servicios de guías, portadores, alimentación entre otros, por lo cual reciben un pago. De esta manera, las familias de las comunidades generan un ingreso adicional a sus principales actividades agropecuarias y de pesca.

Tomando en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la gestión del Gobierno Local inició la construcción de la Terminal Municipal Portuaria Lacustre, que permitirá conectividad entre los municipios y facilidad de acceso e iluminación.

## 2.2. Definiciones

### 2.2.1. Conceptos Teóricos

**A. SITCA:** Secretaría de Integración Turística Centroamericana.

En 1965, durante la primera Conferencia Extraordinaria de ministros de Relaciones Exteriores de Centroamérica, realizada en San Salvador entre el 29 de marzo y el 2 de abril, se estableció mediante la resolución VI que el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) tendría una oficina permanente que se denominaría Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA).

**B. Turismo Interno:** Incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor. (Ciobanu, 2019)

**C. Turismo Receptor:** Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor. (Ciobanu, 2019)

**D. Turismo Emisor:** Abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno. (Ciobanu, 2019)

**E. Producto Interno Bruto (PIB):** Valor total de todos los bienes y servicios finales producidos por un país, para el mercado para un tiempo determinado y dentro de las fronteras de un país. (Rivera, 2017)

**F. Empresa Turística:** Comerciantes individuales o sociales, cuya actividad o giro es vinculado directamente al turista y se dediquen a la prestación de cualquiera de los



servicios siguientes: alojamiento, restaurante, mediación y operación entre los viajeros y la oferta turística, entre otros. (SITCA, 2008)

- G. Proyecto Turístico:** Es la descripción ordenada y documentada de una iniciativa que tienen por objetivo el desarrollo o hacer realidad una idea de naturaleza turística. Dentro de la misma se puede incluir la creación de una empresa, la realización de una inversión, la ampliación de una empresa o el diseño, comercialización y venta de programas, productos y servicios turísticos. (SITCA, 2008)
- H. Las Finanzas:** Son aquellas funciones enfocadas para planear y controlar el flujo de fondos de una empresa, es decir, lograr que los fondos de ésta se apliquen lo mejor posible. Asimismo, tienen como objetivo la administración óptima de los recursos económicos y humanos que asegure la rentabilidad futura. (Castro & Castro, 2006)
- I. Las Inversiones:** son colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro sea esto traducido a un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición. (Viñán et al, 2018)
- J. Economía Social:** conjunto de entidades no pertenecientes al sector público que, con funcionamiento y gestión democráticos e igualdad de derechos y deberes de los socios, practican un régimen especial de propiedad y distribución de las ganancias, empleando los excedentes del ejercicio para el crecimiento de la entidad y la mejora de los servicios de la comunidad (África et al, 2022).

### 2.2.2. Tipo de Turismo

En ámbito turístico se maneja muchas clasificaciones de turismo de acuerdo con las necesidades del consumidor, las cuales se describen a continuación:

**Tabla 6**

*Tipos de Turismo*

<b>Tipos de Turismo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Turismo de Aventura</b>	Tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo. Incluye actividades al aire libre entre estos: el alpinismo, el montañismo, el «puénting», la escalada, el rafting, el piragüismo, la navegación en kayak, el barranquismo, la bicicleta de montaña, el senderismo o el buceo
<b>Turismo de Bienestar</b>	Actividad turística que aspira a mejorar y equilibrar los ámbitos principales de la vida humana, entre ellos el físico, el mental, el emocional, el ocupacional, el intelectual y el espiritual. La motivación primordial del turista de bienestar es participar en actividades preventivas, proactivas y de mejora del estilo de vida, como la gimnasia, la alimentación saludable, la relajación, el cuidado personal y los tratamientos curativos.
<b>Turismo Cultural</b>	Actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos

<b>Tipos de Turismo</b>	<b>Descripción</b>
	culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones.
<b>Turismo Deportivo</b>	Es un tipo de actividad turística que se refiere a la experiencia viajera del turista que o bien observa como espectador, participa activamente, en un evento deportivo que implica actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva.
<b>Turismo Urbano</b>	Tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte. Los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios.

**Fuente:** Elaboración propia tomado del Centro Europeo de Postgrado (CEUPE, 2023)

## **2.3. El Sector Turismo y Aporte al Crecimiento Económico**

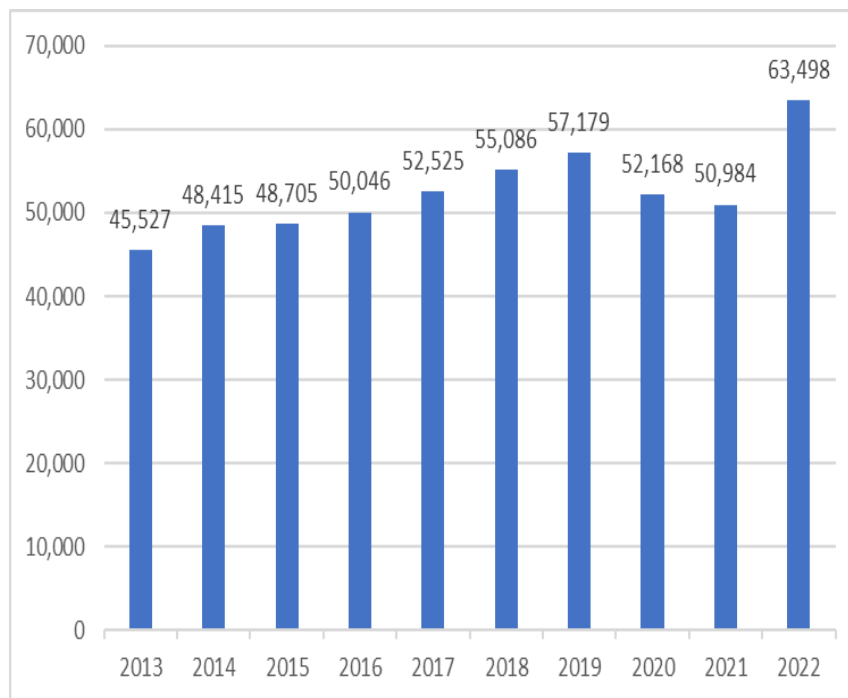
### **2.3.1. Estadísticas de Crecimiento del Sector Turismo en El Salvador**

El Salvador ha experimentado un crecimiento exponencial del sector turismo resultado de la generación de empleo formal con un promedio de contratación mensual para el período enero

a diciembre 2022 de 63.498 un 11% más que el mismo período del año 2019. Los empleos que se encuentran en el rubro turístico están: hoteles y hostales, restaurantes, bares, transporte y otros. (Gráfico 2).

## Gráfica 2

*Promedio Mensual de Empleos Formales en Actividades de Turismo*

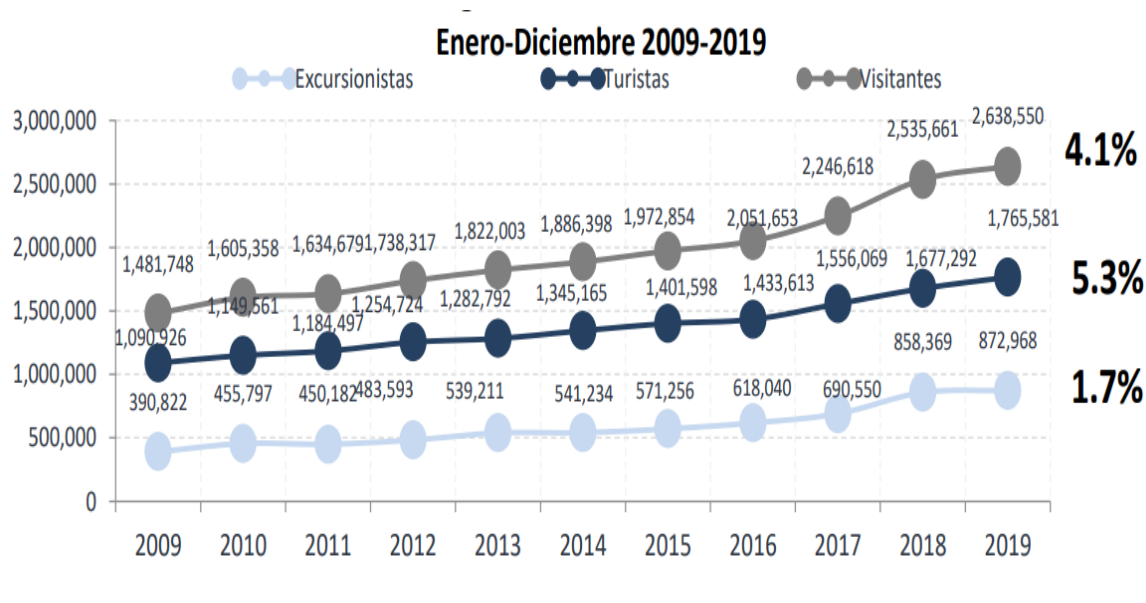


**Fuente:** Elaboración propia con base a datos del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS)

De acuerdo con el Boletín Estadístico Emitido el Ministerio de Turismo enero-diciembre de 2019. Las llegadas de visitantes internacionales crecieron un 4.1% en comparación con el período 2018. Al alcanzar los 2,638,550 para el acumulado enero-diciembre de 2019, (Gráfico 3) Esto obedece a las estrategias de comercialización implementadas por CORSATUR y la conectividad continúa, lo que facilita la diversificación de los mercados de origen.

### Gráfica 3

Visitantes Internacionales período de enero-diciembre 2009-2019



**Fuente:** Boletín Estadístico de Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).

#### 2.3.2. Aporte de Crecimiento del Sector Turismo en Producto Interno Bruto (PIB)

El crecimiento Histórico en el Producto Interno Bruto (PIB) en la economía nacional es sumamente importante, tomando en cuenta que representa un ingreso de divisa considerable experimentando un crecimiento en el cuarto trimestre del 2022 del 15.20% con relación al año 2021; posicionando a El Salvador en uno de los destinos turístico más seguros.

De acuerdo con la Tabla 7, El Salvador en el año 2022, obtuvo un ingreso del Producto Interno Bruto de \$32,488.7 en comparación a otros años es la más alta cantidad.

**Tabla 7**

*Relación del Ingresos Totales en concepto de Turismo y el Producto Interno Bruto (PIB)*

Año	PIB (US\$ en millones)	Ingresos por turismo (US\$ en millones)	Ingresos por turismo/PIB
2013	\$21.991,0	\$893,8	4%
2014	\$22.593,5	\$1.107,4	5%
2015	\$23.438,2	\$1.169,4	5%
2016	\$24.191,4	\$1.183,4	5%
2017	\$24.979,2	\$1.265,1	5%
2018	\$26.020,9	\$1.532,6	6%
2019	\$26.896,7	\$1.761,2	7%
2020	\$24.638,7	\$770,8	3%
2021	\$28.736,9	\$1.462,7	5%
2022	\$32.488,7	\$2,649.3	8%

**Fuente:** Banco Central de Reserva Ingresos Turísticos período del 2013 al 2022.

Mientras que refleja en concepto por ingresos de turismo \$2,649.3, superando al año 2019, el porcentaje de Ingreso por turismo/PIB es del 8% Siendo el porcentaje más alto de los últimos nueve años, con un incremento del 3% en comparación al año anterior.

El PIB directo del turismo se define como la suma de la parte del valor añadido bruto (a precios básicos) generada por todas las industrias en respuesta al consumo de turismo interno más el importe de los impuestos netos sobre los productos y las importaciones incluidos en el valor de este gasto a precios de los compradores. El indicador se basa en la Cuenta satélite de

turismo: Marco metodológico recomendado 2008, una norma internacional adoptada por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas y elaborada por la Organización Mundial de Turismo (OMT), la Organización y Cooperación para el Desarrollo Económico (OCDE) y Comisión de Estadísticas de la Unión Europea (EUROSTAT).

Dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establece dentro de sus metas elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible para crear puestos de trabajo que promueva la cultura y los productos locales. Lo anterior es medido por medio del índice PIB generado del sector en relación con el PIB Total, el cual se puede apreciar en la Tabla 7. (CEPAL, s.f.)

En relación con la Tabla 8 de acuerdo con las estadísticas disponible en el sitio web oficial de la CEPAL se tiene registrado, datos para los años del 2014 a 2018 del PIB del comportamiento del sector turismo lo que se mantiene dentro del rango de 3.5% con relación al PIB Total a la última actualización de abril de 2023.

De acuerdo con la Tabla 8, se puede apreciar que el turismo receptivo al 2019 fue el más bajo con base a información que proporcionan los entes reguladores de la actividad turística de los países; no se pudo determinar el dato a la fecha del turismo receptivo para los periodos de 2020-2022, como limitante en las bases de datos de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y Organización Mundial de Turismo (OMT) (CEPAL, 2019).

**Tabla 8**

*Producto Interno Bruto (PIB) Directo de Turismo como Proporción del PIB Total El Salvador y América Latina*

<b>Años</b>	<b>América Latina y el Caribe</b>	<b>El Salvador</b>
2008	3.60	
2009	3.50	
2010	3.30	
2011	3.20	
2012	3.30	
2013	3.50	
2014	3.80	3.00
2015	4.30	3.00
2016	4.60	3.20
2017	4.50	3.50
2018	5.00	3.50
2019	5.30	
2020	4.40	
2021	5.90	

**Fuente:** Elaboración propia con base a datos de CEPAL, 2008-2021.

### **3.3.3. Inversiones en el Sector Turismo**

**Sector Privado.** En el Ramo de Turismo se ha priorizado la atracción de inversiones, mediante la atención a inversionistas nacionales e internacionales, además de la facilitación de trámites, eliminación de barreras a la inversión, mejora continua, innovación tecnológica y seguridad jurídica como estrategias para estimular la economía.



Instituciones como el Ministerio de Turismo a través del Registro Nacional de turismo (RNT), registra las empresas nacionales e inversionistas extranjeros dedicadas al ramo turístico, y sus titulares, sean estas personas naturales o jurídicas, es un respaldo de calidad para las empresas inscritas frente a terceros; así como también permite obtener beneficios como: formar parte en el catálogo de empresas turísticas, capacitaciones, certificaciones, participar en ferias nacionales e internacionales, para darse a conocer.

Entre junio 2021 y mayo 2022 se inscribieron 30 nuevas empresas en el Registro Nacional de Turismo. Así mismo, 69 empresas realizaron la renovación bienal de la inscripción, según el siguiente detalle:

**Tabla 9**

*Empresas Inscritas en Registro Nacional de Turismo al 2022*

<b>Rubro</b>	<b>Inscripción de Nuevas Empresas</b>	<b>Renovación de Inscripción</b>
Alimentación	3	4
Alojamiento	14	27
Información	6	6
Recreación	0	1
Transporte	7	29
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>69</b>

**Fuente:** Registro Nacional de Turismo - Memoria de Labores 2021

El sistema de incentivos a la inversión se encuentra incorporado en el sistema legal del país, y ofrece atractivos beneficios a inversionistas locales y extranjeros. El Salvador cuenta con un conjunto de leyes que promueven y protegen la inversión. La Calificación de Proyectos de Interés Turístico Nacional constituye un instrumento estratégico para el desarrollo de El

Salvador, convirtiéndose en un eje clave para el fomento a la inversión turística. Bajo el efectivo liderazgo de la presente Administración, se están trabajando las reformas del marco normativo que faculta estas acciones, en el contexto de dinamizar aún más las inversiones. En el período de 2021 a 2022, se han realizado 12 calificaciones como PITN, con incentivo que asciende a un monto de \$7,359,326.40 (MITUR, 2022).

**Sector Público.** Surf City como programa emblemático para promover a El Salvador, ha proveído las condiciones para la inversión pública en infraestructura en los espacios de los destinos turísticos, constituyendo ésta una prioridad para la actual administración como forma de continuar siendo un destino atractivo para la inversión. Entre los proyectos de inversión pública que se ha realizado para la reactivación del sector se detallan en la Tabla 10 (Ministerio de Turismo, 2022).

**Tabla 10**

*Proyectos de Inversión Pública Desarrollados 2021-2022*

Proyecto	Descripción	Inversión US\$	Fecha de Finalización	Porcentaje de Ejecución
<b>Fondos no reembolsables para impulsar la recuperación del sector</b>	Como parte de la Reactivación del Turismo, el cual fue afectado por la pandemia COVID-19, se realizó la entrega de fondos para cubrir parcialmente el costo de mejora de micronegocios y conexos del sector turístico de la zona	<i>1.3 Millones</i>	<i>Agosto 2021</i>	<i>100%</i>

Proyecto	Descripción	Inversión US\$	Fecha de Finalización	Porcentaje de Ejecución
	costera de los departamentos de: La Libertad, Usulután, San Miguel y La Unión.			
<b>Construcción de destino sostenible: playa El Tunco, Tamanique, La Libertad</b>	<i>Se construyó una planta de saneamiento de aguas residuales y conexiones de alcantarillado, con el objetivo de mejorar la gestión de los servicios turísticos, ofreciendo un destino que promueva la salud pública, eliminando los contaminantes presentes en el agua y contribuyendo al cuidado y protección del medio ambiente; para convertir esta zona en un espacio seguro, limpio y con servicios integrales para los turistas nacionales e internacionales.</i>	2,087,021.23	Mayo 2022	100%
<b>Diseños de adecuación de infraestructura turística pública para Surf City fase I</b>	<i>Se elaboraron perfiles técnicos para la adecuación de infraestructura turística básica y desarrollo social para Surf City fase I. El proyecto incluyó el fortalecimiento de las relaciones sociales con los actores implicados como: los gobiernos locales y la población beneficiaria; así como, se establecieron los temas de capacitación del recurso humano para la ejecución de las obras</i>	32,500	Diciembre 2021	100%

Proyecto	Descripción	Inversión US\$	Fecha de Finalización	Porcentaje de Ejecución
	<i>de infraestructura y su mantenimiento.</i>			
<i>Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, fase I</i>	<i>El proyecto incluyó la intervención de 220 metros lineales frente a la playa, la readecuación de ocho restaurantes, cuatro locales comerciales; además, se incluyó nuevos espacios públicos y de estancias, zonas verdes y modernización de la iluminación, utilizando materiales acordes a las condiciones marítimas.</i>	<i>2,262,818.78</i>	<i>Mayo 2022</i>	<i>100%</i>
<i>Construcción del primer Parque de Aventuras Surf City Walter Thilo Deininger</i>	<i>Como parte de los esfuerzos para desarrollar destinos turísticos de primer nivel, para turistas nacionales e internacionales, se concluyeron los trabajos en el Parque de Aventuras Surf City Walter Thilo Deininger, convirtiéndolo en un destino turístico de naturaleza y aventura emblemático para El Salvador.</i>	<i>2.6 Millones</i>	<i>Diciembre 2021</i>	<i>100%</i>

**Fuente:** Elaboración propia de acuerdo con la Memoria de Labores del Ministerio de Turismo

2022

### 2.3.4. La Estacionalidad y Temporalidad Turística

La estacionalidad: comprende de manera general el análisis del aprovechamiento de la capacidad potencial, el comportamiento de la misma, su descripción en términos de tiempo de duración, así como su magnitud e incidencia en los resultados económicos.

El fenómeno de la estacionalidad constituye un rasgo característico del sector turístico. Es una característica predominante de la hotelería y es entendida como la época del año en la que se concentra la demanda. (Ejemplo: las vacaciones laborales, vacaciones escolares, condiciones climáticas, tradición, motivos religiosos, factores comerciales, fiestas y costumbres).

Durante los meses del año, el municipio de Ilopango puede experimentar problemas de masificación, mientras que otros meses pueden ver menos actividad turística, lo que resulta en una menor ocupación de los establecimientos turísticos.

Desafíos:

- Grandes fluctuaciones que la estacionalidad provoca en el sector laboral
- Provoca que exista un alto índice de puestos de trabajo eventuales.
- La estacionalidad incrementa o disminuyen los puestos laborales
- La relación directa entre inversión – amortización – beneficio, que se agudiza en las zonas donde la estacionalidad es muy reducida.

La Temporalidad: Se entiende como tal al tiempo de vida de duración del servicio-producto de la empresa, que es muy bajo, ya que en la mayoría de los casos oscila entre 24 y 48

horas; así, en los hoteles la principal cuenta es la de las habitaciones, es decir los ingresos que se producen por el alquiler-venta-reserva de las habitaciones.

Desafíos:

- Rigidez de la oferta hotelera, ya que el hotel tiene las mismas habitaciones en temporada alta que en la baja.
- Falta de capacidad de almacenaje de los servicios.

Indicadores Económicos:

- Número de negocios de turismo en comunidades vecinas
- Cantidad de dinero recolectada a través de las entradas en un mes dado
- Tiempo de estadía en el sitio/comunidad/hotel
- Contribución total del ecoturismo al presupuesto del área (porcentaje)
- Nivel de empleo relacionado al turismo
- Nivel de inversión en servicios públicos e instalaciones públicas

Indicadores Sociales:

- Cambio en la tasa de crímenes
- Persistencia de prácticas tradicionales
- Número de Visitantes en eventos/lugares culturales/estadías
- Percepción de los guías sobre la actividad del turismo sostenible
- Reporte de Comportamientos negativos de los visitantes con los residentes

### 2.3.5. Marco Regulatorio del Sector Turismo

La industria turística y las empresas que invierten en el país se rigen por marcos normativos y legislativos para lograr el desarrollo económico y socio ambiental. Estos marcos se describen con más detalle a continuación.

**Tabla 11**

*Marco Legal del Sector Turismo*

<b>Artículo</b>	<b>Ley o Reglamento</b>	<b>Descripción</b>
<p><b>Art.102.-</b></p> <p><i>inciso</i></p> <p><i>segundo</i></p>	<p>Constitución de la República de El Salvador</p>	<p><b>III.-</b> Que el turismo constituye una de las principales fuentes de trabajo y un fuerte potencial de ingreso de divisas extranjeras;</p> <p><b>IV.-</b> Que es necesario crear un ente cuya finalidad sea principalmente la promoción de los sitios más atractivos del país, fomentando la inversión extranjera y nacional, coadyuvando así con las políticas ambientales del Gobierno de la República; para lo cual es indispensable asignarle los recursos correspondientes, a fin de posibilitar su creación y funcionamiento; (Constitución de la República de El Salvador, 1983)</p>
<p><b>Art. 1.-</b></p>	<p>Ley General del Turismo</p>	<p>La presente Ley tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras. (Ley General del Turismo, 2005)</p>
<p><b>Art. 2.-</b></p>	<p>Ley General del Turismo</p>	<p>Turismo o actividad turística: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos a los de su habitual residencia, por un período consecutivo inferior a un</p>

		año, con fines de recreación o descanso; (Ley General del Turismo, 2005)
<b>Art. 11.-</b>	Ley General del Turismo	<p>Las personas que gocen de los incentivos fiscales establecidos en la presente Ley, además de lo anterior, deberán dar cumplimiento a las siguientes obligaciones:</p> <p>a) Utilizar los incentivos fiscales otorgados, para los fines exclusivos de la actividad incentivada;</p> <p>b) Cumplir con las disposiciones legales vigentes en materia de infraestructura turística, normas de calidad y dotación de servicios;</p> <p>c) Comunicar a la Secretaría de Estado las modificaciones en los planes y proyectos que sobre el giro de la empresa hubiere realizado, en el plazo de diez días hábiles posteriores la modificación, e informar de la venta o traspaso de sus activos o acciones en el plazo de diez días hábiles posteriores a la venta o traspaso; y,</p> <p>d) Permitir y facilitar la práctica de inspecciones por parte de delegados debidamente acreditados, tanto de la Secretaría de Estado como del Ministerio de Hacienda proporcionando el acceso a la documentación y a la información relativa a la actividad incentivada, que en el ejercicio de sus funciones le soliciten.</p>
<b>Art. 10.-</b>	Reglamento General de la Ley de Turismo	<p>De conformidad a lo dispuesto en el Art. 2 literal g) de la Ley, se consideran empresas turísticas las que ofrecen y prestan servicios a turistas en las áreas de:</p> <p>a) Alimentación. b) Alojamiento. c) Recreación. d) Información. e) Transporte.</p> <p>Las empresas turísticas y sus titulares que deseen inscribirse en el</p>



		<p>Registro Nacional de Turismo (RNT), estarán sujetos al cumplimiento de las obligaciones contenidas en la Ley de Turismo, la Ley de CORSATUR y las que en específico se establezcan en el presente Reglamento, para cada tipo de empresa o prestador de servicios turísticos.</p> <p>Todas las empresas turísticas deberán operar bajo control de calidad y excelencia en el servicio, tal y como lo establece el Artículo 11 de la Ley.</p> <p>Para efectos de su calificación como prestadores de servicios turísticos, se considerarán factores tales como: presentación del establecimiento, decoración y mobiliario, limpieza, iluminación, parqueo adecuado, entre otros, los cuales serán evaluados por la Secretaría de Estado.</p> <p>Las empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo (RNT), deberán exhibir en un lugar visible de su establecimiento, para los efectos de información al turista, su certificado de inscripción.</p> <p>(Reglamento General de la Ley de Turismo, 2012)</p>
<b>Art. 20.-</b>	Reglamento General de la Ley de Turismo	<p>Se consideran empresas turísticas de recreación, aquéllas dedicadas comercialmente a brindar servicios o realizar actividades de diversión y esparcimiento, principalmente a turistas. (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2012)</p>
<b>Art. 21.-</b>	Reglamento General de la Ley de Turismo	<p>Se consideran empresas turísticas de recreación, dependiendo de sus características y servicios, las siguientes:</p> <p>a) Campo de Golf: Establecimiento que posee un terreno de considerable extensión cubierto de césped, acondicionado para la práctica del deporte del Golf, con un mínimo de</p>

		<p>nueve hoyos, con acceso a turistas y público en general.</p> <p>b) Discotecas: Establecimiento independiente o complementario a otro servicio turístico, que ofrece entretenimiento y diversión, principalmente en horas nocturnas, con área de pista de baile y música que puede ser en vivo o de grabación. Su actividad deberá estar enmarcada dentro de la moralidad, buenas costumbres y cuya admisión será permitida solo a mayores de edad.</p> <p>c) Parques Temáticos: Establecimiento dedicado al servicio de recreación mediante instalaciones diseñadas y construidas para exaltar uno o varios temas específicos, ya sean históricos, sociales, naturales, culturales, tecnológicos, científicos, de aventura u otros. (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2012)</p>
<p><b>Art. 24.-</b></p>	<p>Reglamento General de la Ley de Turismo</p>	<p>Las empresas turísticas de recreación, que brinden sus servicios por medio de Parques Temáticos, además de las obligaciones generales del Art. 11, estarán sujetas al cumplimiento de las siguientes obligaciones:</p> <p>a) Disponer de una entrada al público con información y mapa descriptivo de las instalaciones, boletería y administración;</p> <p>b) Contar con diversidad de instalaciones desarrolladas de conformidad con el tema escogido;</p> <p>c) Prestar sus servicios asociados cuando menos, a uno de los servicios complementarios relativos a alojamiento, alimentación, recreación, visitas guiadas u otros conceptos que formen parte de un sistema integrado por operadores</p>

		<p>turísticos;</p> <p>d) Contar con el personal debidamente capacitado, instalaciones apropiadas y el equipo especializado para el desarrollo de sus actividades, el cual según la modalidad, deberá encontrarse en buen estado de mantenimiento y limpieza. El equipo no deberá presentar desgaste o deterioro que imposibilite su normal uso, suciedad o malos olores;</p> <p>e) En caso de prestar entre sus servicios el alquiler de vehículos automotores terrestres, aéreos o acuáticos, deberán cumplir en lo que les sea aplicable, con los requisitos para las empresas dedicadas a tales actividades;</p> <p>f) Las empresas de servicios turísticos de recreación deberán garantizar la seguridad física, higiene y calidad de los servicios y actividades que ofrezcan a sus clientes. Deberán comprobar que el personal encargado del establecimiento está debidamente capacitado para el tratamiento de primeros auxilios y contar con el equipo médico adecuado para tal efecto;</p> <p>g) Contar con Reglamento Interno de Operación; Manuales de Seguridad y atención de emergencias para cada actividad que se realice; Manual, programa y bitácora mensual de mantenimiento de equipo utilizado de cada actividad y de la infraestructura; Póliza de responsabilidad civil en caso de accidente y Póliza de Riesgo de Trabajo. (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2012)</p>
<b>Art. 36.-</b>	Reglamento General de la Ley de Turismo	Durante el plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la presente ley, toda nueva inversión que

		<p>sea calificada como proyecto de interés turístico nacional conforme a lo regulados en el art. 22 de esta ley, por un monto igual o mayor a veinticinco mil dólares de los estados unidos de américa (us \$25,000.00), tendrá derecho a los siguientes incentivos:</p> <p>a) exención del impuesto sobre transferencia de bienes raíces que aféctela adquisición del inmueble o inmuebles que serán destinados al proyecto;</p> <p>b) exención de los derechos arancelarios a la importación de sus bienes, equipos y accesorios, maquinaria, vehículos, aeronaves o embarcaciones para cabotaje y los materiales de construcción para las edificaciones hasta la finalización del proyecto. el monto exonerado no podrá ser mayor al 100% del capital invertido del proyecto en cuestión; y,</p> <p>c) exención del pago del impuesto sobre la renta por el período de diez años, contados a partir del inicio de operaciones. (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2012)</p>
<b>Art. 84.-</b>	Reglamento General de la Ley de Turismo	<p>Durante el plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la Ley, toda nueva inversión que sea calificada como Proyecto de Interés Turístico Nacional, por un monto igual o mayor a veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (\$25,000.00), tendrá derecho a los incentivos fiscales previstos en el Art. 36 de la Ley, siempre que sean calificados como tal por acuerdo emitido por la Secretaría de Estado. (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2012)</p>
<b>Art. 85.-</b>	Reglamento General de la Ley de Turismo	<p>La solicitud de otorgamiento de incentivos fiscales de los impuestos municipales establecida en el Art. 36,</p>

		<p>letra d) de la Ley de Turismo, deberá ser presentada por el interesado en el Municipio en el que operará el establecimiento o empresa turística. (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2012)</p>
<b>Art. 86.-</b>	Reglamento General de la Ley de Turismo	<p>Una vez otorgados los incentivos fiscales, en caso de ser procedente la solicitud, el beneficiado deberá presentar al Registro Nacional de Turismo de CORSATUR, certificación del correspondiente Acuerdo para su registro (Reglamento General de la Ley de Turismo, 2012)</p>
<b>Art. 2.-</b>	Ley de La Corporación Salvadoreña de Turismo	<p>La Corporación tendrá como finalidad el desarrollo del sector turismo, a través de las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Promover los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero.</li> <li>•Llevar el Registro Nacional de Turismo, tanto de titulares de empresas turísticas como de los incentivos legales otorgados a empresas.</li> <li>•Llevar un censo estadístico, sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno e internacional.</li> <li>•Realizar una publicación anual de un catálogo de oferta turística del país.</li> <li>•Promover la privatización de las empresas y bienes inmuebles que se le adjudiquen por Ministerio de Ley, cuando ello fuere de beneficio para nuestro país.</li> <li>•Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales. (Ley de La Corporación Salvadoreña de Turismo, 1996)</li> </ul>

<b>Art. 4.-</b>	Código Municipal	Compete a los municipios: 1.El impulso del turismo interno y externo y la regulación del uso y explotación turística y deportiva de lagos, ríos, islas, bahías. Playas. Y demás sitios propios del municipio. (Código Municipal, 1986)
<b>Art. 11.-</b>	Código Municipal	Los municipios podrán asociarse para mejorar, defender y proyectar sus intereses o concretar entre ellos convenios cooperativos a fin de colaborar en la realización de obras o prestación de servicios que sean de interés común para dos o más municipios. (Código Municipal, 1986)

**Fuente:** Elaboración propia. Leyes del Sector

## 2.4. Proyectos de Inversión

**Proyectos de Inversión:** las acciones que implican erogaciones de gasto de capital destinadas a obra pública en infraestructura, así como la construcción, adquisición y modificación de inmuebles, las adquisiciones de bienes muebles asociadas a estos proyectos, y las rehabilitaciones que implique un aumento en la capacidad o vida útil de los activos de infraestructura e inmuebles. (Castro, 2009, pág. 352)

Se puede definir un proyecto de inversión como una propuesta que surge como resultado de estudios que la sustentan y está conformado por un conjunto determinado con el fin de lograr ciertos objetivos. El propósito de un Proyecto de Inversión es poder generar ganancias o beneficios adicionales a los inversionistas que lo promueven y, como resultado de este también serán beneficiados los grupos o poblaciones a quienes va dirigido. (Los Proyectos de Inversión, 2007, p.7)

Un proyecto de Inversión se puede definir como un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo (Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión, 2004, p.1).

#### **2.4.1. Tipo de Proyectos de Inversión**

Los proyectos de Inversión son clasificados en públicos y privados:

**Proyectos de Inversión Privados:** Es llevado a cabo por un empresario particular para satisfacer sus propios objetivos, cuya inversión está compuesta por todos los recursos productivos que el empresario deberá tener a disposición para que todas las partes que componen el proyecto puedan ser adquiridas, construidas o instaladas para la puesta en operación. (Los Proyectos de Inversión Público, 2007, Pág 56)

**Proyectos de Inversión Pública:** Son aquellas iniciativas promovidas por entidades del gobierno y que tiene por objetivo solucionar problemas de índoles social y económico. En cuyo caso el inversionista es el Estado o sus instituciones, que por la naturaleza de sus funciones deben desarrollar no esperando recibir rendimientos en términos financieros, pero si mejorar los indicadores o índices medibles desde el punto de vista social y económico (Los Proyectos de Inversión, 2007, Pág 16).

### 2.4.2. Fases de los Proyectos de Inversión

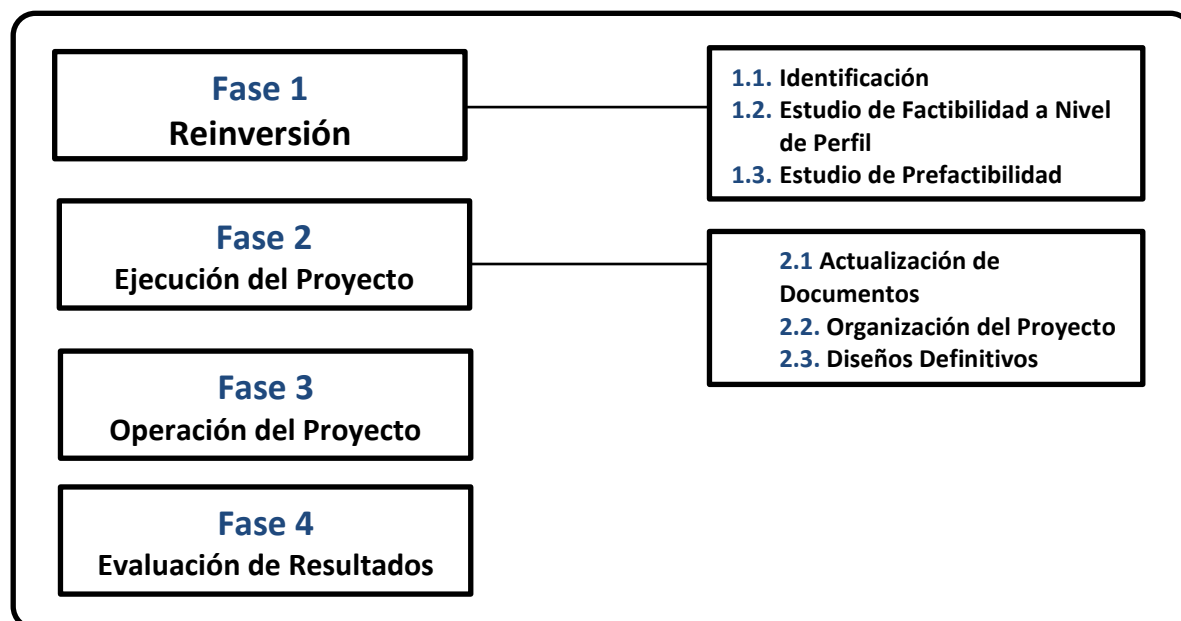
El ciclo de vida de los proyectos de Inversión se inicia dependiendo del sector al que pertenece. Si el proyecto pertenece al sector privado, el ciclo se inicia cuando se visualiza una necesidad que debe ser solventada o se detecta la existencia de una oportunidad de inversión.

En el caso de un proyecto del sector público el ciclo se inicia cuando se detecta la existencia de un problema al que debe buscar solución.

El ciclo de vida de los proyectos de Inversión este compuesto al menos por 4 fases; las que pueden, dividirse a su vez, en varias etapas, que surgirán dependiendo de la complejidad o magnitud del proyecto (Fernandez Espinoza, 2007, Pág 19)

**Figura 1**

*Etapas del Ciclo de Vida de los Proyectos de Inversión*



**Fuente:** Elaboración propia con base a datos del libro (Fernández Espinoza, 2007, Pág. 19)



## CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.1. Tipo de Investigación

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández-Sampieri R. , 2014, pág. 534)

El estudio de la investigación tiene como propósito el análisis de un sector en particular a medida que se desarrolla a lo largo de un tiempo en términos cualitativos.

Siendo la investigación un estudio de caso evaluativo donde se describe y explica, pero además se orienta a la formulación de juicios de valor que constituyan la base para la toma de decisiones.

El estudio realizado se clasificó bajo el método cualitativo con enfoque no experimental, debido a que la investigación analizada se dio observando las situaciones ya existentes en las que se ha desarrollado, sin tener acceso a modificarlas porque ya sucedieron, así como sus efectos.

Se recabó información acerca de las diferentes variables involucradas en la investigación, adoptando un procedimiento sistemático que permitió recolectar, procesar y analizar los datos de forma tal que arrojó información valiosa, para establecer la relación entre las variables estudiadas. (Sampieri, 2014)

## **3.2. Población y Muestra**

### **3.2.1. Población**

Población o universo, es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. (Icart et al, 2006, pág. 55).

La población está constituida por empresas del sector turismo que se encuentran en el municipio de Ilopango; que de acuerdo con la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) son: tres las empresas, cuya población posee el perfil de las empresas en relación con otros municipios.

Se realizará una muestra no probabilística ya que no todas las empresas tienen la posibilidad de ser elegidas, y un muestreo por conveniencia, considerando que las empresas cuentan con los siguientes criterios de inclusión:

- Sean Empresas Turísticas
- Pertenezcan al Municipio de Ilopango
- Deseen participar en la Investigación.

Además, la población utilizada en la investigación es delimitada porque se enfoca específicamente en empresas del sector turismo de un municipio específico de San Salvador.

### **3.2.2. Unidades de Análisis**

El desarrollo de la investigación fue realizado en las Empresas Turísticas HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V., BUS TOUR, S.A. DE C.V. y RESTAURANTE PUERTO MORGAN,

S.A. DE C.V. las cuales poseen un giro comercial turístico ubicadas en el Municipio de Ilopango. El caso ilustrativo de la investigación se aplicará a la empresa turística HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.

### **3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

#### **3.3.1. Técnica**

Para la recolección de datos fue necesaria la aplicación de la entrevista estructurada para comprender el caso que se estudia y llegar a una perspectiva general de la investigación.

##### La Entrevista

Consistió en reunirse con la figura edilicia (alcalde), utilizando una guía de preguntas estructura para obtener información relevante sobre la investigación, que ayude a profundizar sobre el impacto en el desarrollo económico y social de los proyectos turísticos que se encuentran en desarrollo en el municipio de Ilopango; lo anterior permitió obtener opiniones y respuestas que servirán para enriquecer la investigación.

##### La Encuesta

Se realizó a través de una encuesta estructurada, que contiene el objetivo y propósito de la investigación; así como una serie de preguntas dirigida a las empresas turísticas objeto de investigación del municipio de Ilopango con el fin de evaluar los efectos económicos y financieros, para obtener información específica que permitió el análisis y la obtención de conclusiones de la investigación.

### **3.3.2. Instrumento**

Cuestionario. (Sampieri, 2014) lo define como conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir.

El instrumento utilizado para recopilar información fue la encuesta, que contiene preguntas cerradas, fue la herramienta utilizada para obtener los datos; con la finalidad de recabar información de campo se utilizó la entrevista a partir de la cual se realizó el levantamiento de datos y fue enfocada a recabar información relevante de la Alcaldía Municipal de Ilopango.

### **3.3.3. Procedimiento**

En la entrevista se estableció una lista de áreas enfocadas a las preguntas, es decir se utilizó una guía para el tema, el objetivo, la duración, la secuencia y el tipo de preguntas, Consistió en reunirse con la figura edilicia (alcalde), se informó sobre el tema y los objetivos; se utilizó la guía de preguntas estructuradas; lo anterior permitió establecer un dialogo con preguntas abiertas, realizando el registro de la opinión y respuestas que sirvieron para enriquecer los datos e información de la investigación.

Para realizar la encuesta se formuló el objetivo y el propósito; se determinó la cobertura de la encuesta: empresas, personas, lugar, tiempo, tipo y tamaño; las preguntas fueron organizadas para facilitar las respuestas. Se selecciono el tipo de encuesta, la forma de aplicación fue a través del formulario de Google. En la elaboración se identificó el contenido y tipo de preguntas a las cuales se le incluyeron las opciones de respuestas, creando así el diseño del

formulario y generando una prueba piloto del mismo. Es así como la aplicación se proporcionó a las empresas, que están relacionadas con el objeto de estudio.

Se envió un correo electrónico al contacto dentro de la compañía, con una explicación breve sobre el objetivo de la encuesta; en el correo se remitió formulario de Google con la encuesta a completar. Las empresas que forman parte del estudio completaron el cuestionario que contiene la información.

Antes de proceder al análisis se recabaron todos los datos y la información producto de la encuesta y entrevista luego se realizó el proceso utilizando los métodos e instrumentos establecidos para el análisis e interpretación de resultados obtenidos, considerando la calidad de los datos obtenidos se termina con la elaboración y tabulación del informe final.

## **CAPÍTULO 4: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

### **4.1. Análisis de Datos**

En este capítulo se hace una representación por medio de tablas de resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a las unidades de análisis, para dar respuesta a las preguntas de investigación, a fin de verificar el cumplimiento de los objetivos trazados a lo largo de la investigación:

PREGUNTAS / EMPRESAS	RESPUESTAS		
	HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.	BUS TOUR, S.A. DE C.V.	RESTAURANTE PUERTO MORGAN
1. ¿Considera usted que las personas que visitan su empresa se sienten interesados por conocer el sector?	A Veces	Si	Si
<p><b>Interpretación de Resultados:</b></p> <p>De tres empresas, dos afirman que; las personas que visitan su empresa se sienten interesados por conocer el sector. El turista se siente atraído por reconocer a la empresa por los servicios que ofrecen. El turismo genera empleos directos y se refleja en las empresas de alojamiento, agencias de viajes, restaurantes, organización de eventos y artesanía.</p>			
2. ¿Considera usted que existe la infraestructura pública para el desarrollo del turismo?	A veces	No	A veces
<p><b>Interpretación de los Resultados:</b></p> <p>De las empresas en estudio dos consideran que a veces existe la infraestructura pública para el desarrollo del turismo, mientras que una de ellas asegura que no. Las mejoras de infraestructuras y el acondicionamiento del entorno, junto con la eficiencia de la gestión pública, genera una mejor percepción de la oferta turística y satisfacen las necesidades de la población.</p>			

<p>El municipio se ha vuelto más atractivo y en armonía con la experiencia del sector debido a la mejora de las instalaciones turísticas y a la satisfacción de las necesidades de la población, algo que combina con la eficacia de la gestión pública.</p> <p>La población, la generación de empleo y la economía sufren una atención inadecuada debido a las actividades económicas y productivas y a los servicios sociales en términos de infraestructura.</p>			
<b>PREGUNTAS / EMPRESAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>		
	<b>HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.</b>	<b>BUS TOUR, S.A. DE C.V.</b>	<b>RESTAURANTE PUERTO MORGAN</b>
3. ¿Cree usted que el impulso turístico proporciona a la población un desarrollo económico?	Si	Si	Si
<p><b>Interpretación de los Resultados:</b></p> <p>Las tres empresas confirman que el impulso turístico proporciona a la población un desarrollo económico.</p> <p>El proceso de desarrollo económico es esencial y necesario para superar las condiciones de pobreza, crear más empleo y oportunidades de ingresos para hombres y mujeres en la comunidad.</p>			
4. ¿Considera que los servicios que ofrecen tienen el propósito para desarrollar el turismo en Ilopango?	Si	Si	Si
<p><b>Interpretación de Resultados:</b></p>			

<p>Las empresas en estudio afirman que los servicios que ofrecen sí, tienen el propósito para desarrollar el turismo en Ilopango.</p> <p>Los servicios que brindan permiten una mejor operación del servicio, lo que se traduce en ventajas competitivas. Uno de los mayores recursos para el desarrollo económico del Municipio es el turismo; por ello es importante estar atento a las iniciativas y proyectos que se planifican para el futuro atraer más visitantes.</p>			
<b>PREGUNTAS / EMPRESAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>		
	<b>HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.</b>	<b>BUS TOUR, S.A. DE C.V.</b>	<b>RESTAURANTE PUERTO MORGAN</b>
5. ¿Cree usted que la población colabore en mejorar el servicio turístico?	Si	Si	Si
<p><b>Interpretación de Resultados:</b></p> <p>Las empresas en estudio afirman que la población sí, colabore en mejorar el servicio turístico. Las respuestas muestran que es necesario la diversificación en la oferta turística en el municipio, otorgando mayores recursos para la promoción turística, que permita desarrollar una marca turística única.</p>			
6. ¿Cuál piensa usted que son las mayores necesidades que tiene el turista a la hora de visitar su empresa?	Ninguna de las Anteriores	Servicios que ofrece la empresa y por turismo	Servicios que ofrece la empresa y por turismo
<p><b>Interpretación de Resultados:</b></p>			



De las empresas participantes en el estudio, dos afirmaron que las principales necesidades de los turistas son los servicios que ofrece la empresa y las actividades relacionadas con el turismo. Por otra parte, uno de ellos afirma que ninguno de los anteriores son necesidades del visitante. En la mayoría de los casos, los servicios proporcionados por las empresas de concepto turístico son el factor que atrae al turista al consumo y uso de las instalaciones.

PREGUNTAS / EMPRESAS	RESPUESTAS		
	HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.	BUS TOUR, S.A. DE C.V.	RESTAURANTE PUERTO MORGAN
7. ¿Usted como gerente ha tomado las previsiones para minimizar el impacto en los recursos turísticos de Ilopango?	Ninguna de las anteriores	No	IVA, Impuestos Municipales e Impuesto sobre la Renta

#### **Interpretación de Resultados:**

Uno de los gerentes manifiesta que ha tomado las previsiones para minimizar el impacto en los recursos turísticos de Ilopango, como el IVA, Impuestos Municipales e Impuesto sobre la Renta; sin embargo, dos gerentes dieron como resultado que no utilizo ninguna de las anteriores y solo uno de ellos manifiesta que no ha tomado las previsiones para minimizar el impacto sobre los recursos turísticos de Ilopango.

En su mayoría manifiesta no haber tomado las previsiones para minimizar el impacto en los recursos turístico; más, sin embargo, una de ellas muestra haber tomado disposiciones para minimizar el impacto en cuanto al IVA, Impuestos Municipales e Impuestos sobre la Renta.

8. ¿Considera usted que los servicios turísticos que oferta como empresa están basados en los conocimientos, cultura y tradiciones de la comunidad?	Si	No	No
<p><b>Interpretación de Resultados:</b></p> <p>Dos de los directores indican que los servicios turísticos que ofrece la compañía no se fundamentan en los conocimientos, cultura y tradiciones de la comunidad. Sólo un directivo afirma que no lo es. La falta de promoción, de conocimiento y desde el punto de vista patrimonial, el desarrollo turístico ha generado que propiedades que, por falta de acceso, convierten a las orillas del lago público en privadas. Generando que dos de las empresas que prestan los servicios turísticos no están basados en los conocimientos, cultura y tradiciones de la comunidad.</p>			
<b>PREGUNTAS / EMPRESAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>		
	<b>HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.</b>	<b>BUS TOUR, S.A. DE C.V.</b>	<b>RESTAURANTE PUERTO MORGAN</b>
9. ¿Considera usted que existe el interés de los gobiernos en promover alianzas con otros sectores para desarrollar inversiones en el sector turismo?	Si	A veces	Si
<p><b>Interpretación de Resultados:</b></p> <p>De acuerdo con dos empresas, los gobiernos están interesados en fomentar alianzas con otros sectores para aumentar las inversiones en el ámbito turístico. Un gerente respondió que, a veces existe el interés de los gobiernos en promover alianzas con otros sectores para desarrollar inversiones en el sector turístico.</p>			

Para que el desarrollo y sus beneficios sean sostenibles, deben originarse dentro de las propias organizaciones, dando a los gobiernos locales y nacionales un nuevo papel como facilitadores y supervisores de los procesos de desarrollo.

PREGUNTAS / EMPRESAS	RESPUESTAS		
	HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.	BUS TOUR, S.A. DE C.V.	RESTAURANTE PUERTO MORGAN
10. ¿Existe otra empresa que preste los mismos servicios en el Municipio de Ilopango?	No	No	No
<p><b>Interpretación de Resultados:</b></p> <p>Las tres empresas demuestran que los servicios ofrecidos en el municipio de Ilopango no son lo mismo, indicando una diversificación en la oferta de servicios. Fomentando la actividad en las empresas y la eficiencia, el cliente tiene donde elegir.</p> <p>El derecho a competir significa que las empresas puedan ofrecer sus bienes y servicios a otras en igualdad de condiciones sin que ninguna de ellas reciba un trato especial</p>			
11. ¿La empresa contribuye al desarrollo social en el Municipio?	A veces	Si	Si
<p><b>Interpretación de Resultados:</b></p> <p>Los resultados muestran a dos empresas que, si contribuyen al desarrollo social en el municipio, mientras que una de ellas manifiesta que a veces. El trabajo socialmente</p>			

productivo que las empresas desarrollan hace que los habitantes se sientan útiles a la sociedad.

La industria del turismo tiene un fenómeno social muy dinámico y su crecimiento se basa en el creciente desarrollo social y económico de la ciudad. Una empresa afirma que ocasionalmente contribuye al desarrollo social.

PREGUNTAS / EMPRESAS	RESPUESTAS		
	HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.	BUS TOUR, S.A. DE C.V.	RESTAURANTE PUERTO MORGAN
12. ¿Como empresa poseen acuerdos o convenios de inversión con otras instituciones del Estado?	No	No	Si

#### **Interpretación de Resultados:**

De las empresas encuestadas, dos de ellas indican que no tienen convenios o contratos de inversión con otras instituciones del Estado, mientras que una de ellas afirma poseer convenios o contratos de inversión con otras instituciones del Estado, mostrando mayor ventaja que las demás. donde se busca un beneficio mutuo y consentido para la obtención de más clientes y expandir su negocio por parte de la empresa privada, mientras que el Estado-nación busca explotar sus recursos e industrias en pro de ampliar la economía y aumentar sus índices de conectividad que generen mayor entrada de divisas o movimiento de intercambio de servicios con el fin de satisfacer sus fines estatales.

Entre los beneficios de este tipo de infraestructura, se encuentran las mejoras en consensualidad, asesorías de negocios, de las cuales carecen dos de las empresas encuestadas.

PREGUNTAS / EMPRESAS	RESPUESTAS		
	HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.	BUS TOUR, S.A. DE C.V.	RESTAURANTE PUERTO MORGAN
13. ¿Al formar alianzas con entidades del Gobierno cree que las finanzas se verían afectadas de forma positiva?	Tal vez	Tal vez	Si
<p><b>Interpretación de Resultados:</b></p> <p>A este respecto, la figura de las alianzas estratégicas, les brindan la posibilidad de maximizar recursos para generar economías de escala y alcance.</p> <p>Paradójicamente, siendo uno de los principios de la economía social, existen pocas alianzas en el sector. Las entidades siguen resistiéndose por temor a perder control, pero colaboración y pérdida de control no tienen por qué ser sinónimos.</p> <p>Las alianzas permiten a las entidades acceder a más recursos sin necesidad de renunciar por completo al control de sus actividades, aunque tendrán que compartirlo.</p>			
14. ¿Poseen planes de financiamiento externo para ejecutar proyectos?	Si	Si	No
<p><b>Interpretación de Resultados:</b></p>			

<p>Dos de las tres empresas manifiestan, que sí, poseen planes de financiamiento externo con el propósito de ejecutar proyectos a largo plazo.</p> <p>Siendo una atracción de financiamiento estatal y extranjera. Los ingresos que se obtienen a través del financiamiento permiten impulsar el desarrollo de la comunidad; siendo una empresa la que no posee financiamiento externo</p>			
<b>PREGUNTAS / EMPRESAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>		
	<b>HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.</b>	<b>BUS TOUR, S.A. DE C.V.</b>	<b>RESTAURANTE PUERTO MORGAN</b>
15. ¿Poseen alternativa de participar en conjunto con entidades del Gobierno que vayan focalizadas al desarrollo económico social?	Si	Si	Si
<p><b>Interpretación de Resultados:</b></p> <p>Las empresas sí poseen alternativas de participar en el desarrollo económico y social siendo esencial para asegurar a las empresas un ambiente favorable de trabajo, y para crear en el municipio las condiciones necesarias para mejorar la calidad de vida.</p> <p>Tomando en cuenta las circunstancias y requerimientos particulares del municipio en desarrollo, mejorando la capacidad financiera y el uso sustentable de los recursos económicos.</p> <p>El proceso de desarrollo económico social permite a las empresas mantener un control eficiente de sus propios recursos, independientemente de decisiones políticas. Mejorando la economía local. Normalmente a mayor escala que el turismo rural.</p>			

De acuerdo con los resultados obtenidos por las unidades de análisis se determinan los siguientes aspectos:

### **Análisis en el Desarrollo Turístico**

Las empresas del sector en análisis consideran que son un atractivo turístico a lo cual los consumidores se sienten atraídos; ello genera desarrollo económico y social por medio de la generación de fuentes de empleo en el municipio. Actualmente no existe un concepto cultural que promuevan las empresas basadas en conocimiento, cultura, y tradiciones del sector, lo es una limitante en modelo turístico que pudiera desarrollar para promover las empresas del sector; esto se le suma la nula acometividad de acuerdo con la actividad económica que se desarrollan las compañías en estudio.

### **Análisis en el Desarrollo Económico**

En termino de desarrollo económico e inversión; los resultados destacan no tener alianzas con entidades estatales en materia de desarrollo turístico; más sin embargo considera la posibilidad que si hubiera acuerdos de cooperación entre sus empresas y ministerio de turismo a través de CORSATUR y Comuna de sector; esto mejoraría en alguna medida las finanzas de sus modelos de negocios.

Esto se fundamenta con los planes de financiamiento que ellos puedan tener para la ejecución de sus proyectos; y están totalmente de acuerdo con trabajar en conjunto con las entidades estatales focalizadas al desarrollo económico y social del sector.

## **Resultados de Entrevista al alcalde Municipal**

Para complementar el análisis de los resultados; se realizó una entrevista a la figura edilicia de la Municipalidad de Ilopango; cuya finalidad es obtener información detallada de los proyectos de inversión en materia de turismo que la comuna plantea ejecutar para el desarrollo socioeconómico de Ilopango.

Por consiguiente, los resultados de la entrevista se han categorizado de la siguiente manera:

### **Subcategoría Objetivo**

**Pregunta 1. ¿Cuáles son los principales proyectos de inversión en empresas turísticas que tiene planificados implementar durante su período como alcalde de Ilopango?**

De acuerdo con las declaraciones a esta pregunta desde el inicio de la gestión como edil de la comuna de Ilopango se ha apostado en crear un concepto de turismo, el cual no existía en el sector conocido como Apulo; es por ello que se apostó al Proyecto Vía Vela como punta de lanza con apoyo de la Federación Salvadoreña de Vela (FESAVELA). Lo cual se desprenden otros proyectos en marcha como:

- Parque Acuático (Inflable)
- Instituto Turístico Municipal
- Ferris Municipales (para el desarrollo turístico)
- Ciclovía (para el mejoramiento de la infraestructura)
- Distrito de Mejora de Negocios en Vía Vela (Conocido como Malecón).



### **Subcategoría Impacto Económico**

**Pregunta 2. ¿Cómo espera que estos proyectos de inversión en empresas turísticas contribuyan al desarrollo socioeconómico de la Alcaldía de Ilopango?**

En términos de impacto económico, el municipio afirma que a medida que se desarrollan infraestructuras y servicios públicos de calidad, junto con medidas de seguridad, aumenta la demanda turística. Como resultado, con la ayuda del primer proyecto del municipio, el Parque Acuático Inflable, Vía Vela se ha convertido en el tercero en ubicación más visitada desde 2022, lo que tiene efectos económicos positivos en todas las familias y empresas cercanas.

### **Subcategoría Beneficios Económicos Financieros**

**Pregunta 3. ¿Cuáles son los beneficios económicos y financieros que espera obtener a través de estos proyectos de inversión en empresas turísticas?**

El esfuerzo del gobierno municipal por generar beneficios económicos tanto para la base tributaria local como para los empresarios se concentra en dos proyectos; uno es el “Distrito de Mejora de Negocios” que beneficia a empresas y empresarios que dependen del turismo y el segundo el Instituto Turístico Municipal el cual crea servicios que inyectará ingresos a la caja fiscal municipal.

### **Subcategoría Estrategia de Atracción de Inversionistas**

**Pregunta 4. ¿Cuál es su estrategia para atraer inversionistas y promover el desarrollo de empresas turísticas en Ilopango?**

Se nos expuso que los convenios son importantes en materia de intercambio de experiencias en ramo de desarrollo turístico; a fin de dar conocimiento del concepto y modelos

turísticos impulsados como lo es “**Vía Vela**”. Es así como se han firmado dos convenios importantes en materia turística:

1. Convenio y hermanamiento con Flores Peten en Guatemala, para el intercambio turístico, y aprender de la experiencia de ellos en el desarrollo del modelo turístico que tienen.
2. Firma de Convenio de Cooperación Internacional con el alcalde de la Ciudad de Aurora-Denver Colorado Mike Goffman; el cual pretende contribuir al desarrollo económico, turístico y cultural entre ambas ciudad y hace énfasis que el municipio es un polo de desarrollo por lo cual es importante implementar lazos internacionales que permitan incrementar su actividad comercial y turística atrayendo inversionistas que generen a su vez oportunidades de crecimiento y empleo a los habitantes.

#### **Subcategoría Distribución de Beneficios**

**Pregunta 5. ¿Qué medidas se están tomando para garantizar que los beneficios económicos generados por los proyectos de inversión en empresas turísticas lleguen a todos los sectores de la población en Ilopango?**

En la medida que van desarrollando los proyectos, esto contribuyen al crecimiento de ingreso comuna, así como los beneficios económicos que este genera los negocios dependientes de demanda turística que este genera.

#### **Subcategoría Coordinación con Otras Instituciones**

**Pregunta 6. ¿Cómo se está coordinando con otras instituciones y actores relevantes para fomentar el desarrollo de empresas turísticas en la Alcaldía de Ilopango?**

Actualmente con el apoyo del gobierno central se hizo el lanzamiento del Corredor Industrial y Proyecto Vía Vela; donde se cuenta con la participación del sector empresarial

quienes pretenden integrar el apoyo a este proyecto que involucra los cuatro municipios que conformaran San Salvador ESTE (Soyapango, Ilopango, San Martin y Santiago Texacuango). Entre otros actores relevantes para el impulso en Vía Vela, se contará con el apoyo de la Autoridad Marítima Portuaria para un reordenamiento y regulatorio del tema lacustre.

### **Subcategoría- Desafíos y Sostenibilidad Ambiental**

**Pregunta 7. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la Alcaldía de Ilopango en la implementación de estos proyectos de inversión en empresas turísticas?**

De acuerdo con el edil entre los desafíos más grandes está en cambiar la filosófica del conformismo de los comerciantes ante cambios radicales que pueden ayudarles a mejorar su calidad de vida y manera de comercial sus productos y servicios.

### **Subcategoría Sostenibilidad Ambiental**

**Pregunta 8. ¿Qué acciones se están tomando para mitigar los posibles impactos negativos de estos proyectos en el medio ambiente y en la comunidad local?**

En compromiso al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de la agenda 2030 de las Naciones Unidas (ONU) (Objetivo 6 Agua Limpia y Saneamiento, Objetivo 8 Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Objetivo 11 Ciudades y Comunidades sostenibles, Objetivo 12 Producción y Consumo Sostenible, Objetivo 13 Acción por el Clima, Objetivo 14 Vida Submarina, Objetivo 15 Vida de Ecosistemas Terrestres).

Con el apoyo del gobierno central, se ha llegado a un acuerdo con el gobierno de la República Popular China para un proyecto que ayudará a la potabilización del agua del lago, lo

que beneficiará a más de 250 mil habitantes de la zona. El proyecto costará 40 millones de dólares estadounidenses.

### **Sub-Categoría Participación Ciudadana**

**Pregunta 9. ¿Cómo se está involucrando a la comunidad en la planificación y toma de decisiones relacionadas con los proyectos de inversión en empresas turísticas?**

La gerencia de Desarrollo Económico por medio de la Unidad de Turismo en su planificación está dando a conocer a los grupos comunitarios; los diversos proyectos que se están desarrollando; considerando la participación de ellos en actividades de ferias gastronómicas, emprendedores y actividades artísticas en el sector de Vía Vela.

### **Sub-Categoría Visión a Largo Plazo**

**Pregunta 10. ¿Cuál es su visión a largo plazo para el desarrollo turístico de la Alcaldía de Ilopango y cómo espera que estos proyectos contribuyan a esa visión?**

La visión a largo plazo y pilar fundamental es la construcción de una Ciudad del Primer mundo; pero esa ello solo es posible con un gobierno local que facilite los servicios y condiciones para los ciudadanos, empresarios y emprendedores; sostenibilidad económica y

## CASO PRACTICO DE PROYECTO DE INVERSIÓN DE EMPRESA TURÍSTICA MUNICIPAL

Con información proporcionada por la empresa **HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.**, se desarrolla el Proyecto de Inversión de Empresa Turística a través de su marca comercial **Vela Tours** el cual se dedicará a las siguientes líneas de ingresos por servicios:

1. Agencia de Viajes
2. Parque Acuático
3. Transporte
4. Taxis Locales (vehículos cute)
5. Arrendamiento de Jet Skit
6. Actividades de Snorkel
7. Navegación en Vela
8. Windsurf
9. Ferry Turístico

El proyecto está desarrollado para once años, para efectos del caso se exponen el modelo financiero para los años 2023 al 2027; los resultados de las proyecciones son los siguientes:

### 1. Balance General Proyectado

El Balance proyectado muestra la situación financiera, considerando el flujo de caja final como efectivo y equivalentes, considerando que el único activo corriente es el efectivo debido a la falta de una política de créditos y una cuenta por cobrar

Con relación a los activos no corrientes está representado por los importes de inversión en mobiliario y equipo de oficina, transporte, licencias y equipo acuáticos para la prestación de servicios; que se ven afectados por los importes de depreciación acumulada.

**VELA TOURS**  
**BALANCE GENERAL PROYECTADO 2023-2027**  
**(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América US\$)**

	2023	2024	2025	2026	2027
<b>ACTIVOS</b>					
<b>Activos Corrientes</b>					
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	1,027,303.02	2,149,459.26	2,785,218.26	3,524,525.72	4,300,548.65
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>1,027,303.02</b>	<b>2,149,459.26</b>	<b>2,785,218.26</b>	<b>3,524,525.72</b>	<b>4,300,548.65</b>
<b>Activos no Corrientes</b>					
Propiedad, Planta y Equipo	1,357,257.82	1,357,257.82	1,357,257.82	1,357,257.82	1,357,257.82
Depreciación acumulada	(73,950.84)	(155,392.54)	(236,037.48)	(316,464.49)	(396,891.51)
<b>Total Activos no Corrientes</b>	<b>1,283,306.98</b>	<b>1,201,865.28</b>	<b>1,121,220.34</b>	<b>1,040,793.33</b>	<b>960,366.31</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>2,310,610.00</b>	<b>3,351,324.54</b>	<b>3,906,438.60</b>	<b>4,565,319.05</b>	<b>5,260,914.96</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>Pasivos No Corrientes</b>					
Impuestos por Pagar	254,060.19	379,026.36	287,157.02	290,690.86	310,620.39
<b>Total Pasivos no Corrientes</b>	<b>254,060.19</b>	<b>379,026.36</b>	<b>287,157.02</b>	<b>290,690.86</b>	<b>310,620.39</b>
<b>Patrimonio</b>					
Capital Social	1,400,000.00	1,400,000.00	1,400,000.00	1,400,000.00	1,400,000.00
Reserva Legal	63,742.70	95,096.22	72,046.56	49,114.52	-
Utilidad del Ejercicio	592,807.11	884,394.85	670,033.05	678,278.66	724,780.90
Utilidades Acumuladas	-	592,807.11	1,477,201.95	2,147,235.01	2,825,513.67
<b>Total Patrimonio</b>	<b>2,056,549.81</b>	<b>2,972,298.17</b>	<b>3,619,281.57</b>	<b>4,274,628.19</b>	<b>4,950,294.57</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>2,310,610.00</b>	<b>3,351,324.54</b>	<b>3,906,438.60</b>	<b>4,565,319.05</b>	<b>5,260,914.96</b>

## 2. Estado de Resultado Proyectado

Para el primer año de operación de Velar Tours, se espera que se vendan 1,800 Tours para turistas extranjeros y 3600 Tours para turistas locales, lo que equivale a US\$ 902,950.02, y

se agregarán alrededor de 12,080 servicios recreativos al año, lo que equivale a US\$ 856.162,68, manteniendo un promedio anual de ventas de US\$ 2.921.815,47.

**VELA TOURS**  
**Estado de Resultado Proyectado 2023-2027**  
**(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América US\$)**

	2023	2024	2025	2026	2027
<b>INGRESOS DE OPERACIÓN</b>					
Agencia de Viajes	902,950.02	1,795,058.10	1,449,552.87	1,449,067.41	1,448,258.31
Parque Acuatico	73,162.68	97,550.24	99,501.25	101,491.27	104,536.01
Tranpostes Vela Tours	21,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00
Servicio de taxis locales	25,200.00	25,200.00	25,200.00	25,200.00	25,200.00
Arrendamiento de Jet Skit	216,000.00	216,000.00	216,000.00	216,000.00	216,000.00
Actividades de Esnorquel	108,000.00	108,000.00	108,000.00	108,000.00	108,000.00
Navegacion en Vela	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00
Windsurf	108,000.00	108,000.00	108,000.00	108,000.00	108,000.00
Ferry Tutistico	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00
<b>Total Ingresos de Operación</b>	<b>1,805,312.70</b>	<b>2,736,808.34</b>	<b>2,393,254.12</b>	<b>2,394,758.68</b>	<b>2,396,994.32</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>					
Agencia de Viajes	477,126.90	941,832.00	941,553.90	940,997.70	940,070.70
Parque Acuatico	33,390.00	44,520.00	44,520.00	44,520.00	44,520.00
Tranpostes Vela Tours	10,678.59	17,591.86	18,291.86	17,591.86	17,591.86
Servicio de taxis locales	17,477.61	19,174.13	19,174.13	19,174.13	19,174.13
Arrendamiento de Jet Skit	213,610.62	215,854.09	215,854.09	215,854.09	215,854.09
Actividades de Esnorquel	8,885.23	10,491.86	10,216.77	10,020.28	10,020.28
Navegacion en Vela	31,145.13	12,908.83	12,908.83	12,908.83	12,908.83
Windsurf	38,013.92	11,055.33	11,025.32	11,003.88	11,003.88
Ferry Tutistico	14,110.14	29,720.28	29,720.28	29,720.28	29,720.28
<b>Total Costos de Ventas</b>	<b>844,438.12</b>	<b>1,303,148.38</b>	<b>1,303,265.18</b>	<b>1,301,791.06</b>	<b>1,300,864.06</b>
	46.78%	47.62%	54.46%	54.36%	54.27%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>960,874.58</b>	<b>1,433,659.96</b>	<b>1,089,988.94</b>	<b>1,092,967.63</b>	<b>1,096,130.27</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
Gastos de Comercialización	22,228.86	33,022.69	32,773.74	32,767.50	32,757.10
Gastos de Administración	24,975.32	39,099.28	24,958.88	39,098.20	24,956.96
Gastos Financieros	3,060.41	3,020.57	3,019.68	3,017.89	3,014.92
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>50,264.58</b>	<b>75,142.53</b>	<b>60,752.29</b>	<b>74,883.59</b>	<b>60,728.98</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>910,610.00</b>	<b>1,358,517.43</b>	<b>1,029,236.64</b>	<b>1,018,084.04</b>	<b>1,035,401.29</b>
Reserva Legal 7%	63,742.70	95,096.22	72,046.56	49,114.52	-
Gasto por Impuestos sobre la Renta	254,060.19	379,026.36	287,157.02	290,690.86	310,620.39
<b>UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>592,807.11</b>	<b>884,394.85</b>	<b>670,033.05</b>	<b>678,278.66</b>	<b>724,780.90</b>

### 3. Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja proyectado es una herramienta financiera que nos permite anticipar situaciones que podrían poner en peligro la operación de la empresa turística. En cuanto a su

liquidez, se detallan todos los movimientos de ingresos y egresos anuales. Esto nos permite ampliar la visión y establecer estrategias financieras calculando en los resultados reales de la operación de la empresa.

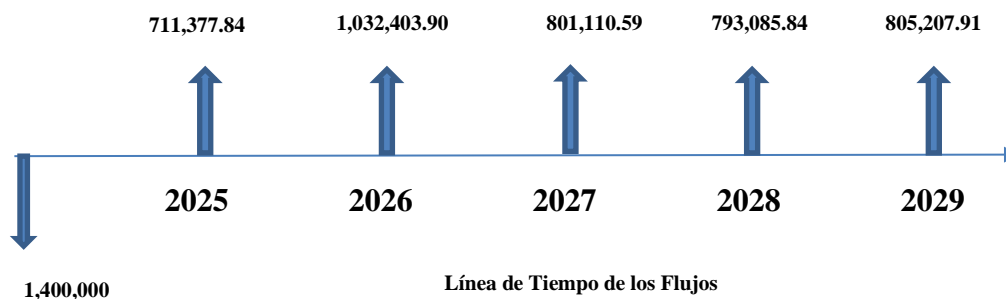
**VELA TOURS**  
**Flujo de Caja Proyectado 2023-2027**  
**(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América US\$)**

	Inversion	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Inversion Inicial</b>	<b>1,400,000.00</b>					
<b>INGRESOS DE OPERACIÓN</b>		<b>1,805,312.70</b>	<b>2,736,808.34</b>	<b>2,393,254.12</b>	<b>2,394,758.68</b>	<b>2,396,994.32</b>
Agencia de Viajes		902,950.02	1,795,058.10	1,449,552.87	1,449,067.41	1,448,258.31
Parque Acuatico		73,162.68	97,550.24	99,501.25	101,491.27	104,536.01
Tranpostes Vela Tours		21,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00
Servicio de taxis locales		25,200.00	25,200.00	25,200.00	25,200.00	25,200.00
Arrendamiento de Jet Skit		216,000.00	216,000.00	216,000.00	216,000.00	216,000.00
Actividaes de Esnorquel		108,000.00	108,000.00	108,000.00	108,000.00	108,000.00
Navegacion en Vela		81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00
Windsurf		108,000.00	108,000.00	108,000.00	108,000.00	108,000.00
Ferry Turistico		270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00
<b>COSTOS POR ACTIVIDADES TURISTICAS</b>		<b>844,438.12</b>	<b>1,303,148.38</b>	<b>1,303,265.18</b>	<b>1,301,791.06</b>	<b>1,300,864.06</b>
Agencia de Viajes		477,126.90	941,832.00	941,553.90	940,997.70	940,070.70
Parque Acuatico		33,390.00	44,520.00	44,520.00	44,520.00	44,520.00
Tranpostes Vela Tours		10,678.59	17,591.86	18,291.86	17,591.86	17,591.86
Servicio de taxis locales		17,477.61	19,174.13	19,174.13	19,174.13	19,174.13
Arrendamiento de Jet Skit		213,610.62	215,854.09	215,854.09	215,854.09	215,854.09
Actividaes de Esnorquel		8,885.23	10,491.86	10,216.77	10,020.28	10,020.28
Navegacion en Vela		31,145.13	12,908.83	12,908.83	12,908.83	12,908.83
Windsurf		38,013.92	11,055.33	11,025.32	11,003.88	11,003.88
Ferry Turistico		14,110.14	29,720.28	29,720.28	29,720.28	29,720.28
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>960,874.58</b>	<b>1,433,659.96</b>	<b>1,089,988.94</b>	<b>1,092,967.63</b>	<b>1,096,130.27</b>
<b>GASTOS OPERACIÓN</b>		<b>50,264.58</b>	<b>75,142.53</b>	<b>60,752.29</b>	<b>74,883.59</b>	<b>60,728.98</b>
Gastos de Comercialiacion		22,228.86	33,022.69	32,773.74	32,767.50	32,757.10
Gastos de Administracion		24,975.32	39,099.28	24,958.88	39,098.20	24,956.96
Utilidad Antes de Impuestos		910,610.00	1,358,517.43	1,029,236.64	1,018,084.04	1,035,401.29
(-)Impuesto sobre la Renta 30%		273,183.00	407,555.23	308,770.99	305,425.21	310,620.39
(+)Depreciaciones y Amortizaciones		73,950.84	81,441.70	80,644.94	80,427.01	80,427.01
<b>Flujo Neto del Proyecto</b>	<b>(1,400,000.00)</b>	<b>711,377.84</b>	<b>1,032,403.90</b>	<b>801,110.59</b>	<b>793,085.84</b>	<b>805,207.91</b>
<b>WACC</b>		<b>18.00%</b>				
<b>VAN</b>		<b>\$1,192,928.27</b>				
<b>TIR</b>		<b>51.56%</b>				
<b>Periodo de Recuperación</b>		<b>2.11</b>				



## Resultado de los Flujo Netos de Efectivo del Proyecto

En relación con los resultados obtenidos de la valoración financiera del flujo de caja proyectado, se recomienda aprobar el proyecto dado los flujos de caja proyectados para 11 años; Sin embargo, se han considerado los flujos de los años 2023-2027 para efectos académicos ilustrativos.



### Valor Actual Neto (VAN)

Se obtiene restando la inversión inicial de un proyecto ( $FE_0$ ), el valor presente ( $Fe$ ) de los flujos de efectivo descontados a una tasa ( $k$ ), equivalente al costo de capital de la empresa (WACC).

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1+k)^t} - FE_0$$

### Criterios de Decisión:

Los siguientes criterios deben cumplirse cuando se utiliza el VAN para tomar decisiones de aceptación o rechazo:

- Si el VAN *es mayor* que \$0, el proyecto se *Acepta*

- Si el VAN *es igual* que \$0, El proyecto de inversión no producirá ganancias ni pérdidas, por lo que su ejecución inicialmente resulta irrelevante.
- Si el VAN *es menor* que \$0, el proyecto se **Rechaza**

Considerando los criterios técnicos expuestos, se valoraron los resultados de los flujos obtenidos a un valor presente de \$1,192,928.27; Se recomienda la aceptación del proyecto.

### ***Tasa Interna de Retorno (TIR)***

La tasa de rendimiento interna es la tasa que iguala el valor de mercado (VAN) de una oportunidad de inversión con \$0; es la tasa de rendimiento que ganara la empresa si se invierte en el proyecto y recibe el dinero esperado.

$$FEO = \sum_{t=1}^n \frac{FEt}{(1+k)^t}$$

### ***Criterios de Decisión***

Los siguientes criterios de decisión se utilizan cuando se utiliza la TIR para tomar decisiones sobre aceptar o rechazar:

- Si la TIR es *mayor que* el costo de capital (WACC), se **acepta** el proyecto
- Si la TIR es *igual* al costo de capital (WACC), resulta en un efecto neto.
- Si la TIR es *menor que* el costo de capital (WACC), se **acepta** el proyecto

Estos criterios garantizan que los proyectos ganan su rendimiento requerido, para el caso del proyecto **Vela Tours**, tiene una tasa de costo oportunidad del 51.56%, que supera su tasa de costo de capital.

### ***Período de Recuperación de la Inversión***

Es el tiempo que toma una empresa para recuperar su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de sus entradas de flujo de efectivo; en el caso de Vela Tours, los flujos de efectivo se han sumado hasta que se recuperó la inversión inicial.

### **Criterios de Decisión**

Los siguientes estándares se aplican cuando se utiliza el período de recuperación de la inversión para tomar decisiones sobre aceptación o rechazo:

- Si el periodo de recuperación de la inversión es ***menor que*** el periodo de recuperación máximo aceptable, ***se acepta*** el proyecto.
- Si el periodo de recuperación de la inversión es ***mayor que*** el periodo de recuperación máximo aceptable, ***se acepta*** el proyecto

Aclarando que la administración es responsable de establecer el período de recuperación máximo aceptable de la inversión; en este caso, el proyecto Vela Tours es aceptable según estos criterios técnicos.

## **4. Indicadores Financieros**

Con la información financiera proyectada para los años 2023-2027, podemos evaluar algunos indicadores financieros importantes que muestran la tendencia del comportamiento temporal de los resultados del modelo financiero:

INDICADORES FINANCIEROS	2023	2024	2025	2026	2027
<b>RAZONES DE ACTIVIDAD</b>					
Rotación de Activos Totales	0.78	0.81	0.60	0.51	0.44
<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>					
Índice de Endeudamiento	11.82%	12.11%	7.74%	6.50%	5.72%
<b>INDICES DE RENTABILIDAD</b>					
Margen de Utilidad Bruta	53.22%	52.38%	45.54%	45.64%	45.73%
Margen de Utilidad Operativa	50.44%	49.64%	43.01%	42.51%	43.20%
Margen de Utilidad Neta	33.65%	34.75%	30.10%	29.76%	30.24%
Ganancias por Acción -GAP	\$ 8.68	\$ 13.59	\$ 10.29	\$ 10.18	\$ 10.35
Rendimiento sobre los Activos Totales RSA	26.29%	28.25%	18.07%	15.17%	13.36%
Rendimiento sobre el Patrimonio RSP	\$ 8.68	\$ 13.59	\$ 10.29	\$ 10.18	\$ 10.35

## 5. Interpretación de Indicadores Financieros

De acuerdo a los resultados de los indicadores se desarrolla las valoraciones de estos y su interpretación para la toma de decisiones de inversión:

### a. Rotación de Activos Totales

La rotación de los activos totales muestra la eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos para generar ventas; en el caso de Vela Tours, su proyección indica una alta eficiencia de sus activos, que va desde 0.78 en 2023 a 0.46 en 2027, con un efecto decreciente en las importaciones de depreciación de activos que afecta los activos totales.

### b. Índice de Endeudamiento

La proporción de los activos totales que financian los acreedores de una empresa se evalúa mediante el índice de endeudamiento, lo que significa que cuanto más alto sea el indicador, más dinero de terceros se usa para generar ganancias para la empresa.

En cuanto al financiamiento de activos y pasivos, estos están comprendidos únicamente por los impuestos fiscales por pagar, este indicador ha dado como resultado un 11.82% para el año 2023 y decreciente al 5.90% para el año 2027.

Dado que es una empresa nueva en operación, este indicador se verá favorecido cuando la empresa comience a comprar al crédito insumos para sus operaciones de servicios.

#### **c. Margen de Utilidad Bruta**

Mide la cantidad que queda de cada dólar de ventas después de pagar todos los costos relacionados con la prestación de servicios. Para nuestra empresa, tenemos una marginación bruta del 53,22% en el año 2023 y una fluctuación del 45,73% en el año 2027, afectada por un margen de costo de servicios del 46,78% al 54,27%.

#### **d. Margen de Utilidad Operativa**

Este indicador mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de descontar los gastos operativos y los costos, lo que representa un rango promedio del 45.76% de los ingresos totales a facturar; afectando el 50,44 % de marginación operativa para el año 2023 con fluctuaciones del 43,20 % hasta el año 2027.

#### **e. Margen de Utilidad Neta**

Este indicador calcula el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de descontar los gastos por impuestos fiscales y reservas legales. Los resultados de las proyecciones marginan un promedio de 30.34% en los cinco años, lo que es aceptable para el proyecto.

**f. Ganancia por Acción (GPA)**

Monto en dólares recibido por cada una de las acciones de la empresa. El rendimiento por acción para Vela Tours en 2023 será de US\$ 8.68 dólares, en 2024 de US\$ 13.59 dólares y, en promedio, US\$ \$10.28 dólares durante los siguientes años, según las proyecciones. Teniendo en cuenta que los inversionistas tienen un capital total de 70,000 acciones con un valor nominal de US\$ 20.00 cada acción, se puede concluir que este es un retorno atractivo para los inversionistas de ese proyecto.

**g. Rendimiento sobre los Activos Totales (RSA)**

Este indicador de sostenibilidad económica indica el grado de rendimiento obtenido por la gerencia de los activos bajo su control; para nuestro caso, indica un comportamiento decreciente como resultado de los efectos negativos de la depreciación sobre los activos totales. En términos monetarios, para el año 2023 se generó \$0.26 ctvs. por cada dólar invertido en activos, pero para el año 2027 se redujo hasta \$0.13 ctvs.

**4.2. Comprobación de Hipótesis**

Para generar los hallazgos se analizó cada una de las encuestas realizadas a las tres empresas y entrevista realizada al edil municipal de Ilopango; permitiendo aceptar hipótesis; considerando lo siguiente:

- a. En la actualidad un crecimiento de las empresas de sector turismo en términos de inversión, y las escasas empresas que son tres en estudio, no tiene competitividad económica, sin embargo, el optimismo por parte de estas últimas; en desarrollar alianzas

y convenios de cooperación con instituciones como CORSATUR y el Gobierno central para darle dinamismo al sector de Vía vela en el municipio de Ilopango.

- b. Existe la visión por parte de las empresas turísticas de sector de aplicar a planes de financiamiento para el desarrollo proyectos de inversión turísticos de expansión; que permita contribuir al desarrollo económicos social en el municipio.
- c. El gobierno local de Ilopango tiene la intención de mejorar el turismo de Ilopango a través del proyecto Vía Vela, que crea varias áreas de inversión como un instituto turístico, una ciclovía para mejorar la infraestructura y un distrito de mejora de negocios. Este proyecto contribuirá al crecimiento económico social de las economías que dependen de él.
- d. Los enfoques de inversión turística para empresas nacionales o extranjeras; deben considerar dentro de sus proyectos la autosostenibilidad de acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenibles (ODS); aplicables al sector turismo; de la agenda 2030, de las Organización de las Naciones Unidas.

La investigación cualitativa representa un modo específico de análisis del mundo empírico, que busca la comprensión de los fenómenos sociales desde las experiencias y puntos de vista de los actores sociales, y el entendimiento de los significados que éstos asignan a sus acciones, creencias y valores (Wynn y Money, 2009). Es decir, busca saber lo que saben los actores, ver lo que ellos ven y comprender lo que ellos comprenden (Schwartz y Jacobs, 2006).

La investigación cualitativa es básicamente hermenéutica; el centro de atención es el significado que los individuos atribuyen a los procesos psicosociales que experimentan (Castro Nogueira, 2002).

La principal fortaleza de este enfoque metodológico se deriva de su flexibilidad y capacidad de adentramiento en el análisis de procesos sociales no susceptibles de ser abordados mediante la aplicación de encuestas y cuestionarios, y de penetrar en aquellos elementos, procesos significativos, características y circunstancias que no pueden ser medidos en términos de cantidad, frecuencia e intensidad.

En el marco de la investigación cualitativa con población finita, la generalización de resultados adquiere un carácter tentativo. Como señala (Calderon, 2002), la respuesta al reto de la generalización de los resultados no tiene lugar en claves de probabilidad estadística, sino de pertinencia e interpretabilidad.

### **4.3. Cumplimiento de Objetivos**

**Objetivo General:** Evaluar Proyectos de Invasión en Empresas Turísticas para lograr desarrollo económico y social mediante su implementación en el Municipio de Ilopongo para el periodo 2023 – 2025.

Por medio de la investigación se determina que existe poco potencial de inversión turística en el municipio de Ilopongo; por la escasa o nula competitividad de empresas en el sector; así mismo se constató que las empresas del sector tienen intereses de crecimiento para sus



modelos de negocios, demostrando su interés de crear sinergias de trabajo con los gobiernos locales, entes reguladores del sector turismo, en materia de promoción e inversión.

### **Objetivos Específicos**

**1. Identificar los beneficios financieros que obtendría la Alcaldía con los Proyectos de Inversión en Empresas Turísticas en el Municipio de Ilopango en el período 2023-2025.**

El objetivo actual se ha logrado porque a lo largo de la investigación se pudo descubrir que el estado actual de la industria turística ha mejorado en términos de afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, posicionando a Vía Vela como el tercer destino más popular a nivel nacional y generar ingresos para negocios como restaurantes y entretenimiento, entre otros.

**2. Reconocer los indicadores aplicables para medir el impacto financiero que poseen las Empresas Turísticas en el Desarrollo Económico Social en el Municipio de Ilopango.**

La investigación reveló que algunas compañías del sector tienen intereses en invertir en proyectos de inversión turística y cómo esto puede afectar el desarrollo social del municipio. Este impacto se puede medir mediante el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS); se ha cumplido con este objetivo.

**3. Medir el retorno de la inversión en el desarrollo económico a través de la ejecución de Proyectos en Empresas Turísticas del Municipio de Ilopango.**

Dando cumplimiento a este objetivo, en la investigación se nos proporcionó información financiera por parte de la empresa **HOTEL AND TRAVEL, S.A. DE C.V.**, para poder correr un modelo financiero de proyectos de inversión turística, bajo el nombre comercial de **Vela Tours**, para un periodo de 11 años de flujo, los cuales los indicadores del proyecto estiman que la Tasa Interna de Rendimiento del 51.56%, por arriba de la tasa de costo ponderado que es el 18%; con periodo de recuperación de 2.11(2 años y 11 meses); financieramente un proyecto de este tipo con periodo de recuperación es aceptable para los inversionistas.

#### **4.4. Oportunidad de Investigaciones Futuras**

Las oportunidades de investigación futuras abarcan aspectos importantes que se descubrieron, durante el proceso de la investigación que fueron abordados en el presente estudio:

- 1) Realizar estudio de los microempresarios que no están catalogados como negocios de carácter turísticos; pero generan una dinámica comercial en el desarrollo de la actividad turística en el área de Vía Vela.
- 2) Implementar un Proyecto de Finanzas para no financieros dirigidos a los emprendedores del sector Vía Vela; que desarrollen las habilidades brindadas para la administración de flujos de estos comercios y permitirles acceder al mercado financiero.
- 3) Investigar el caso de desarrollo turístico de la Municipalidad de Flores-Peten en Guatemala, examinando el crecimiento socioeconómico del sector turístico y cómo se puede aplicar el modelo en otros municipios de la cuenca del lago de Ilopango.

## CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

De acuerdo con trabajo realizado se hacen las siguientes conclusiones de acuerdo con toda la información obtenida en la investigación del tema en estudio:

- a. La importancia de la inversión privada y pública en el sector turísticos es fundamental para el desarrollo socioeconómico de los municipios que cuentan con recursos naturales poco explorados.
- b. Ilopango es un municipio con un potencial para desarrollar proyectos de inversión; por la poca competitividad de empresas dedicadas al sector turismo.
- c. La promoción del concepto turístico desarrollado por la municipalidad de Ilopango denominado: “Vía Vela”; ha incrementado los índices de crecimiento turísticos entre el año 2022-2023; entre los proyectos en agenda enfocados a la sostenibilidad turística y socioeconómica del sector.
- d. Los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) son importantes para el futuro de las empresas turísticas, ya que los gobiernos se están centrando en la construcción de ciudades y comunidades sostenibles para preservar los ecosistemas y fomentar el crecimiento económico.
- e. Los proyectos en negocios turísticos deben evaluarse con una perspectiva de largo plazo, teniendo en cuenta los riesgos asociados con el tipo de negocio que podría tener un impacto significativo en los inversores a la hora de decidir si continuar con el proyecto considerado entre ellos las proyecciones financieras resultantes.

## 5.2. Recomendaciones

De acuerdo con los resultados de la investigación realizadas sobre proyectos de inversión de empresas turísticas y su impacto en el desarrollo socioeconómico del municipio de Ilopango, se forma las recomendaciones siguientes:

- a. Realizar un análisis FODA del sector turismo en los municipios del lago de Ilopango; y de esa forma poder crear un mapa de oportunidad para inversionistas.
- b. Las proyecciones financieras de las futuras empresas turísticas deben considerar dentro de sus gastos operativo, importes destinados a la responsabilidad social del municipio y de esta forma genera valor social y económico a las comunidades.
- c. Al implementar una empresa turística, es con el propósito que se diversifique la economía y genere divisas que permiten el desarrollo económico del municipio, ya que se distribuyen de manera amplia y llegan hasta pequeñas comunidades, así mismo ayude a propiciar la inversión pública y privada con el fin de satisfacer al visitante, propiciando el desarrollo nacional, la estabilidad política y la transformación de la sociedad.

## Referencia

África et al. (2022). *Como Las Alianzas Fortalecen La Economía Social Un Marco Para Vencer Las Retenciones Del Sector En España*. Caja Alta Edición & Comunicación.

Asociación de Industriales Químicos y Farmacéuticos de El Salvador. (2019). Sexto Informe Sectorial "Una Industria Saludable para El Salvador 2019".

Calderon. (2002). Criterios de Calidad en la Investigación Cualitativa en Salud; Apuntes para un Debate Necesario. 482.

Castro & Castro. (2006). *Proyectos De Inversión En La Práctica Formulación y Evaluación* (2a. ed.). Sistemas de Información Contable y Administrativa Computarizados, S.A. de C.V.

Castro Nogueira. (2002). *La Imagen de la Investigación Cualitativa en la Investigación de Mercados, Política y Sociedad*. Universidad Complutense de Madrid.

Castro, A. M. (2009a). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. McGraw-Hill/Interamerica Editores S.A. de C.V.

Castro, A. M. (2009b). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación* McGraw-Hill/Interamerica Editores S.A. de C.V.

CEPAL. (31 de Diciembre de 2019). *CEPASTAT*. Recuperado el 29 de Junio de 2023, de

TURISMO DE ENTRADA:

[https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/dashboard.html?indicator\\_id=4241&area\\_id=436&lang=es](https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/dashboard.html?indicator_id=4241&area_id=436&lang=es)

CEPAL. (8 de Mayo de 2023). *CEPALSTAT*. Recuperado el 30 de Junio de 2023, de Contribución a la Tasa de Crecimiento del PIB Anual por Actividad Economica: [https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/dashboard.html?indicator\\_id=2207&area\\_id=131&lang=es](https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/dashboard.html?indicator_id=2207&area_id=131&lang=es)

CEPAL. (s.f.). *Comisión Económica para América Latina y El Caribe*. Recuperado el 15 de Junio de 2023, de Banco de datos regional para el seguimiento de los ODS en América Latina y el Caribe: [https://agenda2030lac.org/estadisticas/banco-datos-regional-seguimiento-ods.html?indicator\\_id=4113&lang=es](https://agenda2030lac.org/estadisticas/banco-datos-regional-seguimiento-ods.html?indicator_id=4113&lang=es)

CEUPE. (26 de Junio de 2023). *Centro Europeo de Posgrados*. Obtenido de Tipo de Turismo: <https://www.ceupe.mx/blog/tipos-de-turismo.html>

Ciobanu, M. (2019). *La Terminología y las Definiciones Lexicograficas en Rumano y Español*. Editorial Universitaria de Bucarest. Recuperado el 15 de agosto de 2023

*Código Municipal*. (1986).

*Constitución de la República de El Salvador*. (1983).

Corsatur. (2022). *Dato Preliminar al Primer Trimestre*. San Salvador.

Economista, E. (2021). *Empresarios de Turismo en Números Rojos en El Salvador*.

Fernando Villatoro. (2013). *Evolución y Desarrollo del Turismo en El Salvador*. Recuperado el 26 de Junio de 2023

- Hernández-Sampieri, R. (2014). *Metodología De La Investigación* (6 ed.). McGraw Hill Interamericana.
- Hernández-Sampieri, R. F.-C.-L. (2017). *Selección de la muestra. En Metodología de la Investigación* (6° ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Icart et al. (2006). *Como Elaborar y Presentar Un Proyecto de Investigación Una Tesina y Una Tesis*. (S. d. Universidad de Barcelona, Ed.) Barcelona, España: Publicación y Edición de la Universidad de Barcelona.
- ISTU. (30 de Junio de 2023). *Guía de Planificación Turística. Un Instrumento para el Desarrollo Local en El Salvador*. El Salvador.
- ISTU, I. S. (1989). *Folleto Informativo*.
- James C. Van Horne y John M. Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Pearson.
- Ley de La Corporación Salvadoreña de Turismo*. (1996).
- Ley General del Turismo*. (2005a).
- Ley General del Turismo*. (2005b).
- Ministerio de Turismo*. (2022a).
- Ministerio de Turismo*. (2022b). *Memoria de Labores*.

- MITUR. (Noviembre de 2016). *Guía de Planificación Turística*. Recuperado el 30 de Junio de 2023
- ONU. (2007). *Estudio sobre la Caracterización del Sector de Medicamentos y sus Condiciones de Competencia en El Salvador*.
- Philip Kotler, D. G. (2013a). *Marketing Internacional de Lugares y Destinos Estrategias para la Atracción de Clientes y Negocios en Latinoamérica*. México: Prentice Hall.
- Philip Kotler, D. G. (2013b). *Marketing Internacional de Lugares y Destinos. Estrategias para la Atracción de Clientes y Negocios en Latinoamérica*. México: Prentice Hall.
- Philip Kotler, D. G. (2013c). *Marketing Internacional de Lugares y Destinos. Estrategias para la Atracción de Clientes y Negocios en Latinoamérica*. México: Prentice Hall.
- Reglamento General de la Ley de Turismo*. (2012).
- Rivera, I. (2017). *Principios de Macroeconomía un Enfoque de Sentido Comun* (Primera Edición ed.). Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado el 12 de Junio de 2023
- Sampieri, C. &. (2014). *Metodología de la Investigación*.
- Schwartz y Jacobs. (2006). *Sociología Cualitativa. Método para la Reconstrucción de la Realidad*. México: Trillas.
- SITCA, S. d. (2008). *Guía Práctica de Contenidos para la Formulación de Proyectos de Inversión Turísticas en Centroamérica*.



Turismo, M. d. (1989). *Folleto Informativo*. Instituto Salvadoreño de Turismo. San Salvador:  
Departamento de Información Interna.

Viñán et al. (2018). *Proyectos de Inversión un Enfoque Práctico*. Quito: La Caracola Editores.

Wynn y Money. (2009). *Qualitative Research and Occupational Medicine*.

## ANEXOS

## ANEXO 1 Número de Turistas, Ingresos y el Producto Nacional Bruto (PNB)

Todos los datos de El Salvador en detalle

Año	Numero de turistas	Ingresos	% del PNB	Ingresos por turista
2020	707.000	755,00 M €	3,1 %	1.068 €
2019	2,64 M	1,66 MM €	6,2 %	631 €
2018	2,54 M	1,37 MM €	5,3 %	540 €
2017	2,25 M	1,23 MM €	4,9 %	546 €
2016	2,05 M	1,16 MM €	4,8 %	566 €
2015	1,97 M	1,20 MM €	5,1 %	610 €
2014	1,89 M	1,29 MM €	5,7 %	681 €
2013	1,82 M	1,05 MM €	4,8 %	578 €
2012	1,74 M	900,00 M €	4,2 %	518 €
2011	1,63 M	729,00 M €	3,6 %	446 €
2010	1,61 M	646,00 M €	3,5 %	402 €
2009	1,48 M	549,00 M €	3,1 %	370 €
2008	1,88 M	711,00 M €	4,0 %	379 €
2007	1,72 M	793,00 M €	4,7 %	461 €
2006	1,50 M	686,00 M €	4,3 %	457 €
2005	1,31 M	656,00 M €	4,5 %	502 €
2004	1,03 M	748,00 M €	5,5 %	726 €
2003	798.000	664,00 M €	5,0 %	832 €
2002	885.000	521,00 M €	4,1 %	589 €
2001	804.000	452,00 M €	3,7 %	562 €
2000	867.000	437,00 M €	3,7 %	504 €
1999	658.000	408,00 M €	3,6 %	620 €
1998	542.000	206,00 M €	1,9 %	380 €
1997	387.000	149,00 M €	1,5 %	385 €
1996	283.000	155,00 M €	1,6 %	548 €
1995	235.000	152,00 M €	1,7 %	647 €

Fuente: Organización Mundial del Turismo

## ANEXO 2 Estadística del Municipio de Ilopango con Otros Municipal

### COMPARATIVA DEL MUNICIPIO DE ILOPANGO CON OTROS MUNICIPIOS

Tabla 1 Estadísticas descriptiva del municipio.

Municipios	Promedio de Tasa de delitos sexuales	Promedio de Tasa de homicidios	Promedio de Tasa de hurtos	Promedio de Tasa de extorcciones	Promedio de Tasa de lesiones	Promedio de Tasa de robos	Promedio de Tasa de suicidios	Promedio de Tasa de violencia intrafamiliar	Promedio de Tasa de pobreza extrema	Promedio de Ingreso per cápita	Promedio de Tasa de desempleo	Promedio de Cantidad de migrantes retornados	Promedio de Porcentaje de acceso a espacio público	Promedio de Población desocupada
Antiguo Cuscatlán	43.00	23.02	438.04	22.06	57.44	182.00	1.69	10.06	5.42	422.12	4.89	38.50	0.80	843.50
Apopa	36.24	76.57	89.95	24.03	34.33	49.61	1.48	2.46	37.28	158.19	6.48	281.50	0.63	4637.50
Ayutuxtepeque	39.39	72.19	118.31	18.37	53.83	56.51	2.63	4.17	13.99	214.49	5.67	41.25	0.55	1063.75
Ciudad Delgado	27.74	84.63	55.63	21.26	40.04	38.24	2.53	15.23	14.83	186.71	6.73	161.50	0.35	4533.00
Cuscatancingo	36.79	63.12	37.02	16.34	30.67	23.30	1.51	3.90	11.05	187.88	6.36	61.75	0.71	2420.25
<b>Ilopango</b>	<b>23.35</b>	<b>69.61</b>	<b>67.44</b>	<b>18.43</b>	<b>24.74</b>	<b>52.73</b>	<b>2.25</b>	<b>22.69</b>	<b>17.09</b>	<b>186.81</b>	<b>7.45</b>	<b>241.75</b>	<b>0.60</b>	<b>3959.00</b>
Mejicanos	52.06	86.60	139.67	41.97	77.95	109.55	1.21	11.52	8.41	233.62	5.87	238.50	0.73	4669.75
Nejapa	37.50	89.71	88.03	8.27	29.31	59.50	5.26	6.01	15.86	160.76	6.82	89.50	0.42	1236.25
San Marcos	35.45	49.45	103.50	27.63	44.07	67.93	3.81	17.22	16.08	184.69	6.24	113.75	0.49	2378.25
San Martín	25.42	91.15	76.83	19.12	23.03	65.03	2.50	19.59	25.92	151.31	7.58	187.50	0.67	3225.50
San Salvador	72.23	141.38	677.75	101.67	144.45	362.60	3.37	15.53	8.34	263.46	5.80	3277.00	0.76	10009.25
Santa Tecla	51.29	28.57	358.17	24.01	61.03	195.18	2.17	15.16	9.29	272.33	5.29	361.50	0.89	3372.25
Soyapango	26.39	63.55	69.88	25.76	28.21	62.14	2.57	49.14	12.65	186.85	7.33	301.50	0.72	9516.00
Tonacatepeque	16.77	38.12	30.43	10.47	17.99	22.61	1.51	4.27	19.01	148.35	8.58	66.75	0.75	4431.75
<b>Total general</b>	<b>37.40</b>	<b>69.83</b>	<b>167.90</b>	<b>27.10</b>	<b>47.65</b>	<b>96.21</b>	<b>2.46</b>	<b>14.07</b>	<b>15.37</b>	<b>211.26</b>	<b>6.51</b>	<b>390.16</b>	<b>0.65</b>	<b>4021.14</b>

Fuente: Gerencia de Desarrollo Social, Alcaldía de Ilopango

## ANEXO 3 Formato de la Entrevista



### GUÍA DE ENTREVISTA



#### I. OBJETIVO

Obtener información detallada sobre los proyectos de inversión en empresas turísticas planificados por el alcalde de Ilopango y comprender cómo se espera que estos proyectos contribuyan al desarrollo socioeconómico de Ilopango.

#### II. PRESENTACIÓN

Apreciado alcalde municipal José María Chicas Rivera, les saludamos los maestrantes de la carrera en Administración Financiera de la Universidad de El Salvador. Estamos realizando un estudio de investigación para conocer sus impresiones específicas de temas que nos brindarán elementos relevantes para la construcción del estudio que llevamos a cabo.

#### III. DATOS GENERALES

Entrevistador(es):	Claudia Patricia Guerra Romero y Mario Julio Flores Orellana.		
Fecha de entrevista:	PENDIENTE	Nombre del entrevistado:	José María Chicas Rivera
		Cargo del entrevistado	Alcalde del municipio de Ilopango
Hora de inicio:		Modalidad	Presencial
Hora de fin:			

#### IV. ESTRUCTURA DE LA ENTREVISTA

SUBCATEGORÍAS	PREGUNTAS	TIEMPO
OBJETIVO	¿Cuáles son los principales proyectos de inversión en empresas turísticas que tiene planificados implementar durante su período como alcalde de Ilopango?	6 minutos
IMPACTO SOCIOECONÓMICO	¿Cómo espera que estos proyectos de inversión en empresas turísticas contribuyan al desarrollo socioeconómico de la Alcaldía de Ilopango?	6 minutos
BENEFICIOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS	¿Cuáles son los beneficios económicos y financieros que espera obtener a través de estos proyectos de inversión en empresas turísticas?	6 minutos
ESTRATEGIA DE ATRACCIÓN DE INVERSIONISTAS	¿Cuál es su estrategia para atraer inversionistas y promover el desarrollo de empresas turísticas en Ilopango?	6 minutos
DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS	¿Qué medidas se están tomando para garantizar que los beneficios económicos generados por los proyectos de inversión en empresas turísticas lleguen a todos los sectores de la población en Ilopango?	6 minutos
COORDINACIÓN CON OTRAS INSTITUCIONES	¿Cómo se están coordinando con otras instituciones y actores relevantes para fomentar el desarrollo de empresas turísticas en la Alcaldía de Ilopango?	6 minutos
DESAFÍOS	¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la Alcaldía de Ilopango en la implementación de estos proyectos de inversión en empresas turísticas?	6 minutos
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	¿Qué acciones se están tomando para mitigar los posibles impactos negativos de estos proyectos en el medio ambiente y en la comunidad local?	6 minutos
PARTICIPACIÓN COMUNITARIA	¿Cómo se está involucrando a la comunidad en la planificación y toma de decisiones relacionadas con los proyectos de inversión en empresas turísticas?	6 minutos
VISIÓN A LARGO PLAZO	¿Cuál es su visión a largo plazo para el desarrollo turístico de la Alcaldía de Ilopango y cómo espera que estos proyectos contribuyan a esa visión?	6 minutos

## ANEXO 4 Modelo de la Encuesta



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



### ENCUESTA

**DIRIGIDO A:** Gerente General, Gerente financiero, Gerente de Operaciones.

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA:** Obtener información sobre proyectos de inversión en empresas turísticas y su impacto en el desarrollo económico social en el Municipio de Ilopango.

**PROPÓSITO DE LA ENCUESTA:** La presente encuesta se creó para respaldar la investigación y evaluar la relevancia de los proyectos de inversión en empresas turísticas y su impacto en el desarrollo económico social en el Municipio de Ilopango.

**INDICACIONES:** Lea cada pregunta con atención y marque con una "X" según sea conveniente.

Cargo en la empresa:

Gerente General  Gerente Financiero  Gerente Operativo

1. ¿Considera usted que las personas que visitan su empresa se sienten interesados por conocer el sector?

- Sí
- No
- A veces

2. ¿Considera usted que existe la infraestructura pública para el desarrollo del turismo?

- Sí
- No
- A veces

3. ¿Cree usted que el impulso turístico proporciona a la población un desarrollo económico?

- Sí
- No
- A veces

4. ¿Considera que los servicios que ofrecen tienen el propósito para desarrollar el turismo en Ilopango?

- Sí
- No
- A veces

5. ¿Cree usted que la población colabore en mejorar el servicio turístico?

- Sí
- No
- A veces

6. ¿Cuál piensa usted que son las mayores necesidades que tiene el turista a la hora de visitar su empresa?

- Servicio que ofrece la empresa
- Servicio que ofrece la empresa y Por turismo
- Ninguna de las anteriores

7. ¿Usted como gerente ha tomado las previsiones para minimizar el impacto en los recursos turísticos de Ilopango?

- IVA, Impuestos Municipales
- IVA, Impuestos Municipales y RENTA
- Ninguna de las anteriores

8. ¿Considera usted que los servicios turísticos que oferta como empresa están basados en los conocimientos, cultura y tradiciones de la comunidad?

- Sí
- No
- A veces

9. ¿Considera usted que existe el interés de los gobiernos en promover alianzas con otros sectores para desarrollar inversiones en el sector turismo?

- Sí
- No
- A veces

10. ¿Existe otra empresa que preste los mismos servicios en el Municipio de Ilopango?

- Sí parecidas
- Sí parecidas e iguales
- No

11. ¿La empresa contribuye al desarrollo social en el Municipio?

- Sí
- No
- A veces



12. ¿Como empresa poseen acuerdos o convenios de inversión con otras instituciones del Estado?

- Sí
- No
- A veces

13. ¿Al formar alianzas con entidades del Gobierno cree que las finanzas se verían afectadas de forma positiva?

- Sí
- No
- Tal vez

14. ¿Poseen planes de financiamiento externo para ejecutar proyectos?

- Sí
- No
- A veces

15. ¿Poseen alternativa de participar en conjunto con entidades del Gobierno que vayan focalizadas al desarrollo económico social?

- Sí
- No
- A veces